

Eurotel S.A.
Sprawozdanie Zarządu z działalności Spółki za I półrocze 2008 roku
(okres od 01-01-2008 do 30-06-2008)
Sporządzone 29 września 2008 roku

Eurotel S.A. z siedzibą w Gdańsku przy ulicy Jaśkowa Dolina 57, wpisana do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, prowadzonego przez Sąd Rejonowy Gdańsk-Północ w Gdańsku, VII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000258070, Regon: 191167690, NIP: 586-158-45-25

Podstawowym przedmiotem działalności Spółki w I półroczu 2008 roku była sprzedaż towarów i usług oferowanych przez Polską Telefonię Cyfrową Sp. z o.o. (operatora sieci telefonii komórkowej ERA) na podstawie Umowy Agencyjnej i Dystrybucyjnej wraz z aneksami do tych umów. Współpraca ta dotyczy rynku prywatnego i biznesowego w których pozyskuje się nowych klientów podpisując z nimi umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych jak i obsługuje dotychczasowych, którzy chcą przedłużyć już posiadane umowy. Oferowanie usług w rynku prywatnym odbywa się w ok. 135 salonach (na koniec czerwca 2008 – na moment publikacji raportu jest to około 180 salonów), posiadających stosowną autoryzację operatora zaś w rynku biznesowym poprzez ponad 100 przedstawicieli handlowych zorganizowanych wokół 6 centrów biznesowych na terenie kraju (analogicznie w momencie sporządzania raportu jest około 115 takich przedstawicieli).

Dystrybucja dotyczy produktów bezabonamentowych („pre-paid”) operatora Era pod nazwami handlowymi TakTak i Heyah. Dystrybucja prowadzona jest przede wszystkim w sieci salonów sprzedaży oraz przez hurtowych odbiorców zewnętrznych.

Oprócz wspomnianej powyżej podstawowej działalności, Spółka obsługuje sieć prawie 500 terminali elektronicznych doładowujących konta telefonów komórkowych działających w systemach bezabonamentowych wszystkich istniejących w Polsce znaczących operatorów komórkowych. Eurotel jest właścicielem sieci i nią zarządza, zaś techniczna obsługa świadczona jest przez operatora Euronet. Sieć ta została nabyta w kwietniu 2007 roku i jest systematycznie rozbudowywana, ale w wyniku równoczesnego wygasania umów z dotychczasowymi partnerami, wielkość sieci nie zwiększa się tak jak pierwotnie zakładano. Planowane jest zintensyfikowanie procesu powiększania wielkości sieci poprzez rozwój już istniejącej grupy przedstawicieli do pozyskiwania nowych lokalizacji. Średnie przychody ze sprzedaży z tej działalności przekraczają miesięcznie 1,5 mln zł.

Telewizja Nowej Generacji „n” oraz sprzedaż akcesoriów stanowią dla Spółki obecnie niewielki przychód w porównaniu do ogólnej skali działania, ale charakteryzują się znaczącą marżą, co przy niskich kosztach obsługi pozwala na uzyskanie stosunkowo wysokich i stabilnych zysków. Przewiduje się dalszy rozwój i optymalizację działania sieci sprzedaży telewizji „n” (obecnie jest to około 43 punktów w równoległe działającej sieci sprzedaży niezależnych salonów innych niż z usługami operatora Era) oraz rozszerzenie oferty sprzedaży akcesoriów zarówno, co do asortymentu jak i obszaru działania. Przewiduje się zwiększenie nacisku na akcesoria markowe, których sprzedaż systematycznie rośnie, co związane jest m.in. ze zmniejszającą się detaliczną ceną jednostkową przy zachowaniu wysokiej jakości i zgodności z telefonami danego wytwórcy oraz zacieśnieniu istniejącej współpracy z siecią

autoryzowanych salonów sprzedaży Era. Dzięki temu w przyszłości możliwe będzie uzyskanie jeszcze lepszych upustów u dostawców i atrakcyjności oferty dla klientów. Jednym z kierunków rozwoju powiązanych z tą sprzedażą jest wprowadzenie do oferty kolejnej gamy telefonów bez abonamentu – bez SIM lock'a, czyli umożliwiających korzystanie przez klientów różnych operatorów. Wsparcie tego rodzaju sprzedaży osiągane jest poprzez różnego rodzaju wartości dodane dla klienta (dodatkowe wyposażenie, akcesoria), jak i konkursy dla sprzedawców. Dodatkowo zakup tych telefonów możliwy jest w formie ratalnej.

Spółka stale analizuje rynek telekomunikacyjny i jego zmiany, aby podejmować decyzje, pozwalające jej utrzymać znaczącą pozycję na rynku. Obecnie oprócz wspomnianych powyżej najważniejszych obszarów aktywności, planowane jest rozpoczęcie współpracy z innymi operatorami telefonii komórkowej. Pozwoli to na zwiększenie skali działania, które w ramach jednego operatora jest zawsze w jakiś sposób ograniczone. Współpraca taka jest możliwa na podstawie aneksu do umowy z operatorem sieci Era, który pozwala na taką działalność poprzez spółki zależne. Równolegle prowadzone były również zgodnie z wcześniejszymi komunikatami rozmowy z partnerami w ramach sieci Era zainteresowanymi sprzedażą swoich salonów. Pod koniec I półrocza doszło do skutecznego złożenia i przyjęcia takiej oferty przez Eurotel jako kupującym, która została sfinalizowana na początku lipca 2008 roku.

Pierwsze półrocze 2008 roku to głównie duże zmiany wystroju salonów, które spowodowały zwiększenie atrakcyjności tych punktów sprzedaży dla klienta, ale jednocześnie zmniejszyły ich efektywność poprzez konieczność ich zamknięcia na czas remontu (trwającego średnio ok. tygodnia czasu). Proces zmiany wizualizacji został określony przez operatora i rozpoczęła się pod koniec 2007 roku. Większość salonów sieci Eurotel (ok. 97%) została przekształcona do końca czerwca, gdyż taki był termin wyznaczony przez operatora. Prace związane z tym przedsięwzięciem polegały na zmianie organizacyjnej rozmieszczenia mebli w salonie, wymianie podłogi i oświetlenia, przemalowaniu ścian oraz wstawieniu nowych ekspozytorów i innego wyposażenia. Koszt tego procesu leży po stronie operatora w zakresie wyposażenia w meble, zaś prace remontowe po stronie właściciela danego lokalu. Szacunkowy koszt procesu z tytułu utraconych korzyści wyniósł w ciągu tego półrocza ok. 600 tys. zł nie licząc kosztu remontu – ok. 10 tys. zł na salon w zależności o jego wielkości i ilości wyposażenia. Eurotel pokrywa jednak jedynie koszty remontu lokali jakimi sam zarządza bezpośrednio tj. ok. 25 salonów.

Zagrożenia z którymi należy się liczyć dotyczą otoczenia rynkowego w którym Spółka funkcjonuje i związane są ze zwiększonym nasyceniem rynku użytkownikami telefonów komórkowych oraz konkurencją związaną z pojawianiem się nowych operatorów w branży łączności mobilnej (jak np. operatorzy MVNO), którzy coraz bardziej oddziałują na rynek. Należy jednak zwrócić uwagę na uzyskiwanie znaczących przychodów przez Spółkę w wyniku obsługi klientów, którym kończy się dotychczasowa umowa i podpisywanie z nimi aneksów przedłużających te umowy co w znacznym stopniu niweluje wspomniane tendencje. W oparciu o dostępne analizy UAE można stwierdzić, że chęć klientów do zmiany operatora jest stosunkowo niewielka w związku z czym istniejąca baza klientów może być w większości potencjalnym rynkiem pozyskiwania nowych klientów. Należy również podkreślić, że nominalne nasycenie rynku różni się wg UAE od realnego o ok. 10 do 15% co

skutkuje tym, że realnie nasycenie wynosi ok. 95% populacji, co jest poziomem znacznie poniżej średniego w Europie.

Większa ilość punktów sprzedaży we własnej sieci skutkuje również rozłożeniem ryzyka związanego z koncentracją na jednym obszarze i przez to wpływem czynników zewnętrznych na wielkość sprzedaży.

Ograniczenia rozwoju dotyczące wielkości sieci jak i uzależnienie się od jednego dostawcy (PTC), jest potencjalnie zniwelowane poprzez podpisanie z operatorem aneksu do Umowy Agencyjnej, dającego prawo współpracy i rozwoju również w ramach sieci innych operatorów. Spółka prowadzi rozeznanie rynku w tym zakresie i w momencie pojawienia się atrakcyjnej oferty, będzie analizowała jej atrakcyjność.

Druga kategoria zagrożeń związana jest z wewnętrznymi czynnikami w Spółce. Zaliczyć tu należy możliwe zmniejszenie efektywności działania związane ze wzrostem kosztów, a szczególnie z presją płacową pracowników. W branży telekomunikacyjnej jak i całej gospodarce obserwowany jest taki trend. Strategia Spółki zakłada podwyżki dla pracowników, które zależne są jednak od ich wyników i generowanych przychodów dla Spółki, przez co ich negatywne oddziaływanie nie będzie tak znaczące. Zdaniem Zarządu korzystniej jest znaleźć kompromis między oczekiwaniami pracowników i możliwościami Spółki, niż narazić się na utratę wartościowych pracowników i w konsekwencji wydatkować fundusze na poszukiwanie nowych osób i utratę korzyści wynikających z okresu późniejszych poszukiwań i szkolenia. Osiągnięte poziomy wynagrodzeń, są na obecnym etapie wystarczająco atrakcyjne rynkowe, więc należy założyć że dalsza dynamika wzrostu nie będzie miała miejsca w najbliższym czasie.

Kapitał własny Spółki na koniec czerwca 2008 roku wyniósł 28.526 tys. zł, zaś wartość zarówno aktywów jak i pasywów wyniosła 35.532 tys. zł. Pierwsze półrocze 2008 roku zamknęło się kwotą przychodów ze sprzedaży wysokości 35.541 tys. zł. Zysk netto na koniec czerwca 2008 roku wyniósł 1.942 tys. zł. Rachunek przepływów pieniężnych wykazuje zwiększenie stanu środków pieniężnych w okresie od 01 stycznia do 30.06.2008r. o kwotę 616 tys. zł. Wielkość przychodów ze sprzedaży produktów zwiększyła się mimo wspomnianych wcześniej negatywnych czynników o 350 tys. zł w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego.

Po stronie kosztowej należy zwrócić uwagę na wzrost amortyzacji o 100 tys. zł związanej z przeprowadzanym procesem zmiany wizualizacji oraz wzrost wynagrodzeń o 668 tys. zł związany nie tylko ze zwiększeniem wartości poziomu wynagrodzeń ale i powiększeniem skali działania i przesunięciem struktury salonów sprzedaży w stronę własnych, czyli takich, gdzie zatrudnia się bezpośrednio pracowników przez Eurotel.

Spółka w I półroczu 2008 roku nie korzysta z długu zewnętrznego w postaci kredytu bankowego. Do prowadzenia działalności wykorzystywane są posiadane środki własne oraz tzw. kredyty kupieckie polegające na otrzymaniu stosownego limitu zakupów oraz terminu płatności. Wolne środki (niezależnie od tych które są w obrocie) wysokości około 5 mln zł są lokowane na wysokooprocentowanych lokatach. Środki te stanowią rezerwę oraz podstawę do ewentualnych przyszłych działań związanych z akwizycjami innych sieci sprzedaży.

Ilość akcji zwykłych 3 906 250 sztuk, co daje 0,50 zł zysku na jedną akcję i 7,30 zł wartości księgowej na jedną akcję.

Zarząd Spółki otrzymał w I półroczu informację na temat zmian w znaczących pakietach akcji które Spółka ma w obrocie publicznym. I tak Pan Bogusław Marczak posiadający 5,17% akcji zbył część z nich na przełomie maja i czerwca posiadając po tej operacji 4,87% wszystkich akcji.

Na WZA odbytym w czerwcu 2008 roku zapadła decyzja o wypłacie dywidendy z zysku za 2007 rok. Uchwała WZA przeznaczyła 30% zysku na dywidendę wypłaconą w lipcu 2008 roku co dało 38 gr za akcję i jest wzrostem w stosunku do ubiegłego roku o ok. 66%.