

PERSBERICHT

Maastricht-Airport, 24 april 2014

Aanscherping strategie en extra maatregelen voor versneld resultaatherstel

Stijging omzet en marge in Fashion zet door in eerste maanden 2014

Macintosh maakt tijdens de aandeelhoudersvergadering van vandaag de conclusies bekend van het onderzoek naar de strategie in Fashion. Belangrijkste constatering is dat de cross channel aanpak wordt ondersteund, maar dat alleen formules met een duidelijk onderscheidend vermogen daarin succesvol kunnen zijn. Een aantal operationele en commerciële maatregelen wordt geïmplementeerd om de kracht van de schoenenformules in Nederland, België en de UK beter tot hun recht te laten komen. Op basis hiervan en op grond van de eerste positieve resultaten van reeds genomen acties, scherpt Macintosh haar strategie verder aan en wordt de transformatie versneld. Daarvoor wordt vandaag een groepsbreed programma “Rebalancing for profitable growth” gepresenteerd met de ambitie van significante omzetgroei, leidend tot een operationele EBIT-marge (exclusief incidentals) van minstens 6% in Fashion in 2017.

Trading update 2014

- Omzet Fashion stijgt met 7,6% in Q1 2014; stijging zet door in april.
- Cross channel omzet Fashion (inclusief online) groeit in Q1 met 58%.
- Significante groei off- en online marktaandeel Fashion NL en Fashion UK.
- Hogere procentuele bruto marge Living compenseert lagere omzet.
- Operationele EBIT Macintosh in Q1 2014 hoger dan in 2013.

Strategie aanscherping en versnelling transformatieproces

- Aanscherping profiel naar pure Fashion retailer en verkoop Kwantum op termijn.
- Versterking en uitbouw goed gepositioneerde en sterk onderscheidende Fashion formules Brantano (BeLux), Jones Bootmaker (UK), Manfield (NL) en Scapino (NL).
- Aanscherping positie Brantano (UK) en Dolcis (NL).
- Versnelling cross channel uitrol Fashion, vooral bij Fashion UK en Fashion BeLux.
- Verlaging operationele kostenbasis, resulterend in structurele kostenbesparingen van circa € 10 mln met ingang van 2016 (op jaarbasis), door reductie overhead, verlaging van winkelkosten en realisatie van een flexibelere kostenbasis.
- Exit 51 extra winkels ten opzichte van MacFit programma uit januari 2013.
- Financiële doelstellingen kernactiviteiten¹ Fashion
 - Omzetgroei 2013-2017 met 3,5-4,5% (CAGR)² per jaar.
 - Operationele EBIT-marge van minimaal 6% in 2017.
 - Cross channel omzetaandeel van circa 15% in 2017.

¹ Exclusief te sluiten/verkoopen winkels.

² Compound annual growth rate.

Frank de Moor, CEO:

“Het strategieonderzoek heeft uitgewezen dat onze cross channel strategie goed inspeelt op de ontwikkelingen in de Fashion markten. De commerciële en operationele maatregelen die we mede naar aanleiding van dit onderzoek hebben genomen sorteren eerste effecten. Dit komt tot uitdrukking in een duidelijke stijging van de omzet en van ons marktaandeel in de afgelopen maanden in alle 3 de landen waar Fashion actief is. Een en ander sterkt ons in de overtuiging dat het sinds Q4 2013 gesignaleerde herstel daadwerkelijk aan het plaatsvinden is.

Om de kracht van onze schoenenformules beter tot hun recht te laten komen investeren we extra in de positionering van onze winkels, de aantrekkelijkheid van assortimenten en verbetering van buying & merchandising processen. Daarnaast vindt een verdieping plaats van het begin 2013 aangekondigde MacFit transformatieprogramma en wordt een substantiële kostenbesparing doorgevoerd. Om dit te versnellen en steviger aan te knopen bij de verwachte marktverbetering in Fashion, wordt Macintosh een pure Fashion retailer. Dit betekent ook dat we op termijn afscheid nemen van Kwantum.

Met het actieprogramma “Rebalancing for profitable growth” bereiken we sneller een verbetering van de operationele performance op korte termijn en houdbare winstgevende groei op iets langere termijn.”

Trading update 2014**Herstel omzet en marge zet door in eerste kwartaal**

De omzet van Fashion steeg in het eerste kwartaal met 7,6% tot € 139,3 mln door goede maanden februari en maart. Fashion NL realiseerde een stijging met 7,6%, Fashion BeLux met 0,5% en Fashion UK met 14,8%. Zowel Fashion NL als Fashion UK hebben (op basis van marktcijfers tot en met februari) significant off- en online marktaandeel gewonnen en ook bij Fashion Belux was sprake van een toename. De omzet van Living kwam € 3,2 mln (6,6%) lager uit dan in 2013 door minder bezoekers.

Omzet Q1 (€ mln)	2014	2013	%
Fashion	139,3 ¹	129,4	+ 7,6%
Living	45,1	48,3	- 6,6%
Totaal	184,4	177,7	+ 3,8%

1. Koerseffect GBP: + € 1,0 mln

Van de totale Macintosh omzet ad € 184,4 mln werd in het eerste kwartaal € 12,5 mln (+ 53%) cross channel gerealiseerd, waarvan € 11,0 mln (+ 41%) online. Het online aandeel in de totale omzet van Fashion bedroeg 7,4% en bij Fashion NL 12,4%.

Omzet Q1 naar verkoopkanalen (€ mln)	Offline ¹		Cross channel ²			
			Online		Offline	
	2014	2013	2014	2013	2014	2013
Fashion	127,4	121,9	10,3	7,1	1,5	0,4
Living	44,5	47,6	0,7	0,7	-	-
Totaal	171,9	169,5	11,0	7,8	1,5	0,4

1. Omzet in eigen fysieke winkels

2. Omzet via alle andere verkoopkanalen dan eigen fysieke winkels, onderverdeeld in (a) pure online omzet via Intreza, eigen webstores van de formules en online platforms van derden en (b) offline omzet via concessies, shop-in-shops en andere samenwerkingsverbanden met derden.

De hogere omzet in het eerste kwartaal vertaalde zich bij Fashion ook in een hogere absolute bruto marge, maar daar stonden hogere uitgaven aan marketing tegenover om de verkopen te ondersteunen. In Living was de procentuele bruto marge hoger en de absolute marge gelijk aan 2013. De operationele EBIT van Macintosh is in het eerste kwartaal hoger uitgekomen dan in 2013.

De aantrekkende schoenenverkopen bij onze Fashion activiteiten zetten door in april.

Op 27 februari 2014 werd gemeld dat de operationele EBIT van Macintosh in het eerste halfjaar van 2014, zoals gebruikelijk, negatief zal uitkomen vanwege seizoeninvloeden in Fashion. Ondanks de goede omzet- en margeontwikkeling in de eerste maanden van 2014, blijft deze uitspraak van kracht.

Onderzoek bevestigt cross channel strategie

Eind 2013 is aan OC&C Strategy Consultants opdracht gegeven om te beoordelen of de cross channel strategie in Fashion nog evident is en of onderdelen sneller en beter kunnen worden uitgevoerd. De hoofdconclusies uit het onderzoek zijn de volgende:

- De cross channel strategie van Macintosh in Fashion is goed geschikt om in te spelen op de ontwikkelingen in de Fashion markt. Een steeds groter deel van de vraag zal worden ingevuld door retailers zoals Macintosh, die zowel een off- als online propositie bieden. Sterke formules met een duidelijke positionering hebben in de cross channel aanpak de meeste potentie op rendabele groei.
- De Fashion portfolio van Macintosh beschikt over een aantal zeer sterke merken met een voor de klant duidelijke positionering, die in het onderzoek als “kroonjuweel” worden betiteld (Jones Bootmaker UK, Manfield NL, Brantano Belux en Scapino NL). De formules Brantano UK en Dolcis NL hebben op dit moment een minder duidelijk profiel. Invito en PRO0031 zijn relatief kleine Nederlandse formules in het “young fashion” segment met een duidelijke eigen doelgroep en goede naam in de markt. Scapino in België heeft een te kleine omvang om als discounter rendabel te kunnen zijn.
- De hoogste prioriteit qua resultaattherstel ligt bij Fashion NL, zowel in termen van positionering, door het sluiten van winkels als door verbetering van buying & merchandising processen. Een aantal van deze maatregelen is al in de loop van 2013 in gang gezet.

Aanscherping strategie en versnelling transformatie

Actieprogramma 'Rebalancing for profitable growth'

Op basis van de conclusies van het strategieonderzoek heeft de Raad van Bestuur, daarin gesteund door de Raad van Commissarissen, besloten de strategie aan te scherpen. Het MacFit programma van begin 2013, wordt daarbij nog verder versneld en uitgebreid. Een groepsbreed actieprogramma "Rebalancing for profitable growth" bevat een set van strategische, commerciële en operationele acties, die moeten leiden tot sneller resultaattherstel en winstgevende groei van de Fashion activiteiten.

Het "Rebalancing for profitable growth" programma vormt ook een belangrijk onderdeel in de lopende gesprekken in verband met de op 10 februari 2014 aangekondigde start van de voorbereiding van de herfinanciering van Macintosh.

1. Focus op kernactiviteiten Fashion

- Verdere versterking "kroonjuwelen" Brantano (BeLux), Jones Bootmaker (UK), Manfield (NL) en Scapino (NL), die vanwege hun grootte en marktpositie sterke en leidende formules zijn en uitstekend gepositioneerd zijn om een vooraanstaande rol te spelen in de cross channel toekomst. Toekomstige investeringen in deze formules zijn gericht op verdere versterking van de positionering, ondersteund door het juiste productaanbod en marketing.
- Aanscherping positie van de eveneens als kernactiviteit gekwalificeerde formules Brantano UK en Dolcis NL. Brantano UK gaat zich eenduidiger positioneren als "out of town" schoenenspecialist voor de hele familie om zich te onderscheiden van de niet specialistische aanbieders in de markt. Dolcis is een sterke merknaam in Nederland en zal zich opnieuw positioneren als "affordable fashion" familiewinkel op A1 locatie. Per formule worden concrete acties genomen om het onderscheidend vermogen verder te versterken met beperkte investeringen.
- Samenwerking op winkelniveau van de "young fashion" formules Invito, PRO0031 en Steve Madden (allen NL).
- Desinvestering 25 Scapino winkels in België.
- Snelle uitbouw cross channel (samenwerking en online proposities) bij alle Fashion formules, maar vooral bij Fashion UK en Fashion BeLux op basis van het bij Fashion NL goed werkende Macintosh E-platform.
- Verbetering buying & merchandising processen bij Fashion NL en versterking inkoopervaring, resulterend in beter op de positionering van formules afgestemde assortimenten, hogere beschikbaarheid, focus op fast movers en versneld "in season" afscheid nemen van slow movers.

2. Kwantum wordt op termijn verkocht

De focus op Fashion betekent dat Living (Kwantum) verkocht zal worden zodra een verkoopprijs kan worden gerealiseerd die de sterke positie van Kwantum als discounter in woningdecoratie voldoende reflecteert. Kwantum heeft in de afgelopen jaren waarin de woningdecoratiemarkt werd geconfronteerd met een omzetsdaling van ruim 30%, steeds een goede prestatie geleverd. In 2013 realiseerde Kwantum met 100 winkels in Nederland en 9 in België een operationele EBITDA (exclusief incidentals) van € 5,5 mln bij een omzet van € 181,8 mln. Nu er enige verbetering lijkt te komen in de woningmarkt zal Kwantum als marktleider in het bekleden van wanden, vloeren en ramen daarvan als één van de eersten profiteren. Verwachting is dat Kwantum de komende jaren een omzetgroei zal laten zien van gemiddeld circa 7% en in 2017 een operationele EBITDA-marge tussen 7% en 8%.

3. Kostenreductie programma en sluiting extra winkels

De Fashion en holding organisaties zullen worden aangepast aan het veranderende profiel van Macintosh. Hiermee wordt een betere commerciële aansturing bereikt en een structurele kostenbesparing van circa € 10 mln (op jaarbasis) met ingang van 2016. De besparing van € 10 mln wordt voor circa 50% gerealiseerd in reductie van overhead (bij operaties en holding) en voor circa 50% in de operaties (vooral winkeluren). Een en ander zal geleidelijk zijn beslag krijgen en in 2016 volledig effect hebben.

Een belangrijk onderdeel van het actieprogramma is de voorgenomen verkoop/sluiting van 51 extra winkels ten opzichte van het MacFit programma uit januari 2013. Dit proces zal vooral in 2014 en 2015 zijn beslag krijgen en betreft vooral Dolcis en Scapino België. De niet rendabele winkels (totaal 155, inclusief Kwantum) realiseerden in 2013 samen een omzet van € 85,5 mln en een negatieve operationele EBIT (exclusief incidentele posten) van € 14,1 mln, waarvan € 9,8 mln werd geneutraliseerd door onttrekking aan de daarvoor gevormde voorziening.

Verdere flexibilisering van de kostenstructuur is een ander belangrijk actiepunt. Door uitbreiding van de samenwerkingsverbanden met andere retailers (concessies, shop in shops, online platforms derden) wordt extra omzet gegenereerd tegen flexibele kosten.

Financiële context

Effecten actieprogramma

De belangrijkste stappen in “Rebalancing for profitable growth” worden gezet in 2014 en 2015. De gewenste versterking van de schoenenformules vergt vooral in die jaren extra uitgaven aan de (her)positionering en marketing van formules en investeringen in winkels en systemen. De voorgenomen extra winkelsluitingen en organisatieaanpassingen leiden in de komende twee jaar tot het treffen van additionele voorzieningen en afschrijvingen van in totaal circa € 18 a € 20 mln, met het zwaartepunt in 2014. Het totale programma zal in de komende twee jaar leiden tot een cash out van circa € 25 a € 30 mln.

Doelstellingen

Het “Rebalancing for profitable growth” programma heeft de volgende ambitie in Fashion.

Fashion	Omzet		Operationele EBIT (EBIT-marge)	
Realisatie / ambitie	Omzet 2013	Ambitie 2013 - 2017	2013	Ambitie 2013 - 2017
Kernactiviteiten	€ 568,2 mln	CAGR ² groei 3,5 – 4,5% per jaar	€ 5,7 mln (1,0%)	Minimaal 6% van omzet
Niet-kernactiviteiten	€ 72,1 mln		- € 12,5 mln ¹ (- 17,4%)	
Totaal Fashion	€ 640,3 mln		€ 1,3 mln (0,2%)	

1. Exclusief effect van € 8,1 mln uit in 2012 gevormde MacFit voorziening.
2. Compound annual growth rate.

Maastricht-Airport, 24 april 2014
Raad van Bestuur Macintosh Retail Group NV

Analisten conference call en Algemene Vergadering van Aandeelhouders

Tijdens de vandaag te houden analisten conference call (9.15 uur) en de Algemene Vergadering van Aandeelhouders (14.00 uur) zullen de uitkomsten van het strategieonderzoek en het mede hierop door Macintosh geformuleerde actieprogramma 'Rebalancing for Profitable Growth' worden toegelicht. De presentatie(s) is/zijn beschikbaar op www.macintosh.nl.

Dit persbericht is eveneens te lezen op de internetsite van Macintosh Retail Group NV: www.macintosh.nl

Macintosh wil iedere consument die schoenen of woningdecoratie wil kopen een onderscheidende off- en online winkelbeleving bieden waarin gemak, service en emotie in combinatie met vertrouwde merken, prima collecties en klantenkennis centraal staan en er voor zorgen dat de klant meer dan tevreden is en de volgende keer opnieuw bij een van onze winkelformules koopt.

Macintosh heeft ruim 1.000 winkels in de Benelux en de UK. Fashion omvat circa 900 schoenenwinkels van Brantano, Dolcis, Invito, Jones Bootmaker, Manfield, PRO 0031, Scapino en Steve Madden in de Benelux en de UK. Living bestaat uit circa 110 woondecoratiewinkels van Kwantum in Nederland en België.

Voor nadere informatie:

Mr P.T.A. Hünen, Corporate Secretary Macintosh Retail Group (00 31-43 32 80 728)