

FLAMINGO – Procesul de integrare Flanco si prioritati strategice

Bucuresti, 10 iulie 2006. Flamingo prezinta directiile strategice de dezvoltare pe termen mediu si lung

La mijlocul lunii mai a.c. Flamingo International a anuntat finalizarea tranzactiei prin care a devenit unic asociat al Flanco International, unul dintre cei mai importanti retaileri de produse electrice si electronice din Romania. Prin aceasta achizitie a inceput, practic, procesul de consolidare a pietei de profil din Romania, in perspectiva integrarii in UE, si a cresterii interesului retailerilor straini pentru piata romaneasca.

Chiar si in conditiile unei piete care trece printr-o perioada mai putin fasta decat ne obisnuisem in ultimii ani, aceasta achizitie ofera oportunitati de dezvoltare solide grupului Flamingo. Astfel, pe o piata puternic concurentiala, in care vanzarile stationeaza, sau chiar scad, sinergiile procesului de integrare a activitatilor de achizitie, administrare, logistica si IT ofera avantaje competitive evidente.

Procesul de integrare Flanco in grupul Flamingo

„Datorita importantei deosebite pe care procesul de integrare il are in fructificarea sinergiilor pe care tranzactia cu Flanco le ofera, precum si datorita timpului relativ scurt pana la inceperea sezonului de vanzari de iarna, conducerea grupului a hotarat sa foloseasca consultantii experimentati in acest domeniu, iar in urma unui proces de selectie am ales Candidus din Germania”, a declarat Dragos Simion, vicepresedinte Flamingo International.

Procesul de integrare decurge intr-un ritm sustinut, conform planului, iar primele rezultate sunt deja contabilizate:

- Sediile Flamingo si Flanco functioneaza impreuna in Otopeni
- Numarul de angajati din cele doua firme a scazut
- Activitatile de achizitii, depozitare si logistica se desfasoara in mod concertat
- Gama de produse si servicii din magazinele Flanco a fost extinsa prin introducerea celor din oferta Flamingo

Managementul grupului

Orice achizitie urmata de un proces de integrare induce riscuri legate de management. In acest moment managerii valorosi din Flamingo si Flanco au constituit deja o echipa solida care si-a asumat atat obiectivele grupului pentru anul in curs, cat si demararea proiectelor strategice.

„Strategia grupului se concentreaza pe dezvoltarea accelerata a segmentului de retail in Romania prin intermediul unor concepte noi de magazine de suprafata mare. Aceste magazine s-au impus deja ca modele de succes in retailul specific din tarile vest europene si au avut un start reusit si in tarile central si est europene precum Cehia, Polonia, Ungaria. Consideram ca acesta este momentul oportun pentru o asemenea dezvoltare si in Romania, motiv pentru care prioritatea principala a grupului Flamingo este de a incorpora cat mai multa expertiza relevanta si de a optimiza procesul de



implementare si adaptare a acestui concept in piata romaneasca" declara domnul Dragos Cinca, presedintele grupului Flamingo.

„Un pas important a fost facut prin aducerea in pozitia de Managing Director Retail in cadrul grupului a domnului Jiri Rizek, pana in prezent General Manager al lantului Dixons/Electroworld din Cehia" a continuat domnul Dragos Cinca. Alegerea nu a fost deloc intamplatoare, Dixons/Electroworld fiind unul dintre cele mai solide grupuri europene de retail specializat pe produse electronice, electrocasnice si IT, iar Cehia este o piata cu multe puncte comune cu cea romaneasca, avand un avans de 3-4 ani in retailul de profil. Domnul Jiri Rizek are o experienta de 16 ani in management, dintre care 12 in Philips si JVC, iar ultimii 4 in Dixons, fiind cel care a pus bazele lantului Electroworld in Cehia. Domnul Rizek va incepe activitatea la 1 august, pregatind sezonul de varf 2006.

Avantaje competitive

Dupa achizitia retailerului Flanco, grupul Flamingo si-a imbunatatit semnificativ balanta financiara, capitalurile proprii nete ajungand la 56 mil. EUR. Stabilitatea strategiei grupului este sustinuta de actionarii semnificativi – Dragos Cinca (41.5%), Oresa Ventures, Deutsche Bank Group, Florin Andronescu (impreuna detinand 28.8%), care au un orizont investitional pe termen mediu si lung.

Rezultate ale grupului Flamingo International - in cifre

Cifra de afaceri Flamingo au avut o evolutie ascendenta remarcabila, astfel:

- 2003 - 51 mil. EUR
- 2004 - 60 mil. EUR
- 2005 - 84 mil. EUR,

estimarea noastra pentru 2006 fiind, incluzand si rezultatele Flanco, de 160 mil. EUR.

Rezultatele financiare Flamingo International in 2005 (fara Flanco) au fost:

- EBITDA +4,8 mil. EUR
- Rezultat net +2 mil. EUR,

iar cele ale Flanco International:

- EBITDA -0,5 mil. EUR
- Rezultat net -2 mil. EUR

Anul 2006 in piata de retail de profil a inceput sub auspicii mai putin favorabile decat 2005. Estimările noastre, care corespund in buna masura cu altele deja publicate in presa, indica o scadere de cca 10-15%, datorita mai multor cauze conjuncturale, printre care si comutarea temporara a obiectivelor de achizitie a romanilor sau inasprirea conditiilor de acordare a creditelor de consum.

Rezultatele consolidate ale vanzarilor grupului din prima jumatate a anului 2006 se situeaza cu doar cca 5% sub nivelul anului precedent, fapt ce se traduce printr-o crestere a cotei de piata pe aceasta perioada, cu o evolutie peste piata pe toate gamele semnificative de produse.

Astfel, estimam o crestere a cotei de piata cu 2-3 puncte procentuale, ajungand la 20% pana la sfarsitul anului.

Obiective pe termen lung

„Grupul Flamingo isi propune sa atinga o suprafata neta de vanzare de peste 60,000 mp in urmatoorii 3 ani, pornind de la cei circa 36.000 mp existenti in prezent. In cea mai mare masura cresterea de suprafata va veni din dezvoltarea atat in capitala, cat si in alte orase mari a noului concept de retail pe suprafata mare" mentioneaza domnul Cornel Marian, director general Flanco si reprezentant al fondului de investitii Oresa Ventures. „Modelele moderne de retail vor fi adaptate pe suprafete corespunzatoare si in orasele medii si mici. Reteaua retail se bazeaza in acest moment pe 3 branduri, Flamingo, Flanco si Future Shop, individualizate prin pozitionare diferita in piata" continua domnul Marian.



Un obiectiv important îl constituie și creșterea ponderii vânzărilor de IT&C din totalul vânzărilor din rețeaua de retail Flanco la 25% până la sfârșitul anului 2007 (în prezent reprezintă 10%).

„Dezvoltarea menționată anterior se va face organic. În același timp grupul explorează noi oportunități de fuziuni și achiziții, atât în țară, cât și în regiune” comentează dl. Dragos Simion.

Afacerea de distribuție a grupului se va concentra pe proiecte mari, în zonele instituționale și corporatiste.



Pentru detalii suplimentare:

Alexandru Cirlan, Marketing Manager Flamingo Computers

alex@flamingo.ro

Tel. +40 21 2038100

Fax +40 21 2038128

Violeta Sarbu, Marketing Manager Flanco

pr@flanco.ro

Tel. +40 21 2011280

Fax +40 21 201 1290

Web: www.flamingo.ro; www.fdc.ro; www.flamingo.info; www.flanco.ro