

Pismo Prezesa Zarządu do Akcjonariuszy Spółki Vistula Group S.A.

Szanowni Państwo,

W roku 2012 Vistula Group S.A., realizując wyznaczony cel strategiczny, koncentrowała się na rozwoju organicznym całej grupy kapitałowej, a w szczególności na rozbudowie sieci sprzedaży, znaczącym wzmocnieniu kanału sprzedaży internetowej, doskonaleniu oferty asortymentowej oraz poprawie standardów zarządzania salonami. Zgodnie z przyjętymi założeniami, Spółka oraz jej grupa kapitałowa wypracowały dwucyfrowy poziom zysku netto, odpowiednio 11,09 mln zł i 12,28 mln zł. Należy przy tym podkreślić, że powyższe wielkości, osiągnięto pomimo trudnej sytuacji w otoczeniu zewnętrznym, związanej z niekorzystnymi zjawiskami w gospodarce skutkującymi obniżonym popytem konsumpcyjnym.

Szczególnością odporność na oddziaływanie kryzysu wykazały w roku ubiegłym marki Vistula i Wólczanka. Sprzedaż detaliczna tych marek w roku 2012 osiągnęła kilkunastoprocentowe wskaźniki wzrostu, chociaż ogólna powierzchnia handlowa w należącej do nich sieci salonów firmowych, wzrosła bardzo nieznacznie w stosunku do roku 2011. Wpłynęło to istotnie na poprawę efektywności i znaczący wzrost zysku operacyjnego wypracowanego przez obydwie marki. Szczególnie Wólczanka, po raz kolejny poprawiając swoje wyniki, osiągnęła historycznie najlepsze rezultaty w swojej działalności w ramach grupy kapitałowej, mierzone na poziomie zysku operacyjnego marki, zarówno w odniesieniu do całej sieci, jak też w przeliczeniu na m² powierzchni sprzedaży.

Spółka zależna DCG S.A., w ramach której rozwijana jest marka Deni Cler, reprezentująca w grupie kapitałowej segment luksusowej odzieży damskiej, ma za sobą trudny rok. Należy docenić jednak, że pomimo problemów związanych z nietrafioną kolekcją, a w związku z tym obniżonymi przychodami ze sprzedaży i niższą wypracowaną marżą, spółce udało się zamknąć poprzedni rok bez straty.

Oslabienie popytu konsumpcyjnego w roku ubiegłym, szczególnie widoczne w branży jubilerskiej, odbiło się negatywnie na wynikach marki W.KRUK. W naszych założeniach na początku ubiegłego roku, postawiliśmy na zwiększenie zatowarowania salonów, jako główną dźwignię wzrostu przychodów tego segmentu. Cel ten udało się zrealizować, ale zwiększenie zatowarowania, które sukcesywnie następowało począwszy od III kwartału ubiegłego roku, planowo osiągając swój najwyższy poziom pod koniec listopada, nie przełożyło się w wystarczającym stopniu na wzrost sprzedaży. Szczególnie wyniki IV kwartału, który jest najważniejszym okresem sprzedażowym w tej branży, były zdecydowanie poniżej naszych oczekiwań. W konsekwencji wypracowany wynik operacyjny segmentu jubilerskiego jest ciągle daleki od potencjału marki W.KRUK.

Ważnym elementem poprawy wyników finansowych w roku 2012, było znaczne zmniejszenie kosztów ogólnego zarządu oraz kosztów finansowych, co jest rezultatem porozumienia z bankiem finansującym, w ramach którego obniżono marżę kredytową banku. Trzeba przy tym podkreślić, że Spółka systematycznie zmniejsza swoje zadłużenie i w ubiegłym roku spłaciła poza harmonogramem spłat rat kapitałowych dodatkowe 12,3 mln zł. Źródłem finansującym dodatkowe spłaty były zawarte w pierwszym półroczu transakcje sprzedaży nieruchomości Spółki.

Istotnym osiągnięciem Spółki w 2012 roku było przeprowadzenie na przełomie lipca i sierpnia w pełni udanej emisji akcji serii K. Wszystkie z 22,3 mln akcji zaoferowanych po cenie emisyjnej wynoszącej 0,80 zł zostały objęte, a pozyskane z tego tytułu środki przeznaczone zgodnie z celem emisji na spłatę krótkoterminowego kredytu pomostowego służącego zwiększeniu poziomu zapasów w segmencie jubilerskim. Uplasowanie emisji akcji miało miejsce w warunkach słabej koniunktury giełdowej, szczególnie widocznej na rynku pierwotnym i było wyrazem dużego zaufania inwestorów do Spółki, a pozytywne skutki wzmocnienia kapitałowego będą widoczne również w bieżącym roku.

Przy uwzględnieniu ograniczeń wynikających z wysokiego nadal poziomu zadłużenia, zrównoważony rozwój własnej sieci sprzedaży marek Vistula, W.KRUK, Wólczanka oraz Deni Cler, prowadzony był ze szczególnym ukierunkowaniem na osiąganie coraz lepszych wyników operacyjnych. Działania te były realizowane z jednej strony poprzez pozyskiwanie nowych dochodowych lokalizacji, z drugiej poprzez eliminacje nierentownych salonów, a także obniżkę kosztów sprzedaży, w szczególności poprzez renegotiacje czynszów najmu. W 2012 roku otwarto w ramach grupy kapitałowej 23 nowe salony i stoiska firmowe o łącznej powierzchni prawie 1.500 m², a zamknięto 6 lokalizacji o łącznej powierzchni ponad 600 m². Dokonano także kompleksowej modernizacji w dwóch ważnych salonach W.KRUK. Własna sieć sprzedaży grupy kapitałowej Vistula Group S.A. posiadała na koniec ubiegłego roku 267 salonów o łącznej powierzchni sprzedażowej 24,8 tys. m². W roku 2013 planowane działania rozwojowe zakładają uruchomienie 20 nowych salonów i stoisk firmowych, o łącznej powierzchni ponad 1000 m². Na ten cel Spółka zamierza przeznaczyć kwotę około 6 mln zł ze środków własnych pochodzących z działalności operacyjnej.

Koniecznym do spełnienia warunkiem dalszej poprawy wyników finansowych Spółki w roku bieżącym, będzie utrzymanie dotychczasowej rosnącej dynamiki sprzedaży marek odzieżowych przy jednoczesnym wyraźnym wzroście efektywności segmentu jubilerskiego w warunkach stałego utrzymania dyscypliny kosztowej.

Dzięki sile swoich głównych marek, a także w efekcie przeprowadzonej w ostatnich latach restrukturyzacji i ustabilizowanej sytuacji związanej z obsługą istniejącego zadłużenia, Vistula Group S.A. posiada potencjał do dalszego systematycznego rozwoju i zwiększania swojej wartości rynkowej. Potwierdzeniem tego jest coraz większe zainteresowanie inwestorów akcjami Spółki, których kurs od czasu wprowadzenia na giełdę ostatniej emisji akcji serii K w październiku ubiegłego roku, wzrósł o 70%.

Dziękując wszystkim akcjonariuszom za okazane zaufanie, wyrażam jednocześnie nadzieję, iż w połączeniu z oczekiwanym ożywieniem gospodarczym i poprawą koniunktury w handlu detalicznym, których spodziewamy się w drugiej połowie bieżącego roku, wyniki Vistula Group S.A. za rok 2013, będą dla nich źródłem dalszej satysfakcji.

*Grzegorz Pilch
Prezes Zarządu*

Kraków, dn. 21 marca 2013 roku