



## **LIST PREZESA ZARZĄDU ESOTIQ & HENDERSON S.A. DO AKCJONARIUSZY I INWESTORÓW**

**Szanowni Państwo,**

Rok 2015 był przełomowy w historii rozwoju Spółki Esotiq & Henderson. Przestaliśmy już być postrzegani jedynie jako spółka z sektora bielizniarskiego. Wraz z rozwojem nowej marki Femestage Eva Minge zaczęliśmy być zaliczani do grona spółek z szeroko rozumianego sektora odzieżowego. W trzecim kwartale ubiegłego roku przeprowadziliśmy publiczną ofertę spółki i przenieśliśmy nasze notowania z rynku NewConnect na główny parkiet Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie. Emisja akcji, dzięki zaufaniu akcjonariuszy i akceptacji naszych planów, zakończyła się pełnym sukcesem. Na dalszy rozwój naszej Grupy kapitałowej pozyskaliśmy 17,3 mln złotych.

W minionym roku Spółka kontynuowała realizację strategii opartej na rozwoju sieci salonów Esotiq, wdrażaniu nowych linii produktowych i wprowadzaniu nowych marek. Powierzchnia sieci sprzedaży Grupy wzrosła aż o 28 proc. Istotny udział w tym wzroście, bo aż w 50 proc., miała nowa marka odzieżowa Femestage Eva Minge, skierowana do kobiet, która premierę miała w kwietniu 2015 roku. Tylko w ciągu 8 miesięcy powstało aż 17 salonów marki Femestage Eva Minge. Bardzo dynamicznie rosła także sieć salonów ESOTIQ z bielizną w Polsce. Na koniec 2015 roku sieć liczyła już 250 sklepów wobec 206 rok wcześniej.

Równolegle Grupa pracowała nad projektami związanymi z ekspansją zagraniczną. Najważniejszy obecnie kierunek rozwoju to Niemcy, za który odpowiada zależna spółka Esotiq Germany GmbH. Na koniec ubiegłego roku w Niemczech działały 4 salony marki ESOTIQ oraz sklep internetowy. Cieszymy się, że nasze plany rozwoju w Niemczech docenił Fundusz Ekspansji Zagranicznej TFI BGK, który zobowiązał się do wspólnej inwestycji w spółkę Esotiq Germany GmbH. Rozmowy z Funduszem finalizowane były w ubiegłym roku, ale umowa podpisana została w styczniu 2016 roku.

W zakresie polityki marketingowej Spółki utrzymaliśmy kierunek oparty na współpracy z osobami powszechnie znanymi i uznanymi w świecie mody. Duży sukces odniosły nasze akcje promocyjne oraz programy lojalnościowe, co przełożyło się na wzrost wskaźników skuteczności sprzedaży sieci oraz wartości średniego paragonu. Liczba uczestniczek programu lojalnościowego ESOTIQ CLUB w 2015 roku wzrosła aż o 52% w lutym 2016 roku przekraczając 400 tys. uczestniczek.

Mamy świadomość, że w czasach dynamicznego rozwoju technologicznego opieranie się wyłącznie na tradycyjnym kanale sprzedaży już nie wystarczy. Dlatego w 2015 roku skoncentrowaliśmy się na rozwoju sprzedaży w oparciu o własne i zewnętrzne sklepy

internetowe. Przychody z tego źródła na koniec 2015 roku były aż o 69% wyższe niż rok wcześniej.

Łączenie sprzedaży detalicznej z kanałem internetowym (omnichannel) ułatwia nam zdobywanie nowych klientek i budowę ich lojalności. Ma to dla nas ogromne znaczenie, ponieważ miniony rok charakteryzował się spadkiem odwiedzin klientów w centrach handlowych. Nie przeszkodziło nam to jednak w utrzymaniu analogicznej do 2014 roku sprzedaży w salonach Esotiq w przeliczeniu na metr kwadratowy.

Zarząd Spółki jest zadowolony ze wzrostu przychodów Grupy w 2015 roku o około 10 proc. Zdajemy sobie sprawę, że spadek wyniku netto grupy może być rozczarowujący. Jest to jednak cena inwestycji w dynamiczny wzrost sieci sprzedaży grupy i rozwój nowej marki odzieżowej. Jesteśmy przekonani, że nasza konsekwencja we wdrażaniu strategii rozwoju przełoży się na wzrost zysków w kolejnych latach.

Korzystając z okazji chciałbym podziękować naszym Akcjonariuszom i Kontrahentom za okazane zaufanie. Dziękuję również Pracownikom za wkład włożony w rozwój naszej firmy. Wierzymy, że nasze działania przyczynią się do budowania wartości dla Akcjonariuszy.

Adam Skrzypek, Prezes Zarządu