

LIST PREZESA ZARZĄDU ESOTIQ & HENDERSON S.A.

Szanowni Państwo,

Rok 2016 był wyzwaniem dla Spółki Esotiq & Henderson. Naszym głównym celem w ubiegłym roku była poprawa efektywności i wzrost sprzedaży detalicznej na metr kwadratowy. Zdecydowaliśmy się wykorzystać szanse rozwoju, jakie otworzyły się na rynkach Ukrainy i Białorusi. Podjęliśmy także decyzję o podziale grupy na dwie części - bielizniarską i odzieżową, aby zwiększyć jej przejrzystość.

Sieć handlowa grupy w czterech krajach ogółem powiększyła się do 304 salonów. Najszybciej rozwijała się na Wschodzie - na Ukrainie i Białorusi w ubiegłym roku otwarto po 11 salonów marek Esotiq i Femestage. Na koniec roku w Polsce grupa miała 262 sklepy marki Esotiq i 17 salonów Femestage. Powierzchnia handlowa grupy wzrosła ogółem o 14 proc., do 20,1 tys. mkw. W minionym roku stawialiśmy jednak nie na ilość sklepów, ale ich jakość, dlatego powierzchnia handlowa w Polsce rosła wolniej niż dotychczas.

Na Ukrainie i na Białorusi salony otwierane były wyłącznie w galeriach handlowych dużych miast. W celu ograniczenia ryzyka na Wschodzie nie otwieraliśmy własnych punktów, tylko franczyzowe. Sprzedaż towaru na Ukrainę i Białoruś jest zabezpieczona przedpłatami i gwarancjami bankowymi. Taka forma współpracy zapewnia nam bezpieczny system rozliczeń i nie wymaga wydatków inwestycyjnych z naszej strony.

Rozwój sieci zapewnił nam dalszy dwucyfrowy wzrost sprzedaży. Przychody grupy Esotiq & Henderson w 2016 r. wzrosły o 17 proc. do 141,1 mln zł. Chociaż rentowność w całym 2016 r. była poniżej naszych oczekiwań, to IV kwartał ubiegłego roku przyniósł odwrócenie trendu. Przychody grupy w trzech ostatnich miesiącach 2016 r. wyniosły 40,1 mln (+21 proc.), a zysk operacyjny wyniósł 1 mln zł wobec ponad 2 mln zł straty w ubiegłym roku. Poprawę widać też w wynikach jednostkowych. Przychody spółki-matki w 2016 r. wzrosły o 7,2 proc. do 124,2 mln zł, a zysk netto o 12,4 proc. do 4,1 mln zł. W samym IV kwartale 2016 jednostkowe przychody wzrosły do 35,4 mln zł (+14,5 proc.), a zysk netto wyniósł 1,9 mln zł wobec 0,1 mln zł w analogicznym okresie ubiegłego roku, co pozwoliło na pokrycie kosztów związanych z rozwojem.

Działania podjęte przez zarząd w I półroczu przyniosły oczekiwaną poprawę wskaźników na koniec 2016 r. Dynamika sprzedaży w sklepach porównywalnych w IV kwartale 2016 (LFL) wyniosła 8,4 proc., a wartość średniego paragonu wzrosła o 21 proc. W ostatnich trzech miesiącach 2016 r. grupa wypracowała bardzo wysoką marżę brutto na sprzedaży 62,3 proc. wobec 54,7 proc. rok wcześniej. Sprzedaż na metr kwadratowy grupy w samym IV kwartale wzrosła o 11,5 proc. W poprawie efektywności pomogły nam także podniesienie cen detalicznych, optymalizacja cen zakupu towarów i skuteczne działania marketingowe.

Sprzedaż grupy coraz mocniej wspiera kanał e-commerce. W całym 2016 r. przychody sklepów internetowych grupy wyniosły 3,6 mln zł wobec 1,6 mln zł rok wcześniej. To upewnia nas w przekonaniu, że inwestycje w ten kanał sprzedaży przynoszą szybki zwrot.

W 2017 roku Zarząd Esotiq & Henderson nadal będzie koncentrował się na poprawie rentowności i wzroście sprzedaży w przeliczeniu na metr kwadratowy. Zarząd zamierza utrzymać pozycję lidera na rynku bielizny, ale do nowych lokalizacji będzie podchodzić selektywnie, wybierając te najkorzystniejsze. Internet będzie zapewniał coraz istotniejszą część przychodów grupy. W tym roku nadal będziemy rozwijać sieć sprzedaży, ale wyłącznie w najlepiej rokujących lokalizacjach. W Polsce zamierzamy otworzyć do 20 nowych salonów Esotiq, głównie w systemie franczyzowym. W odzieżowej sieci Femestage głównym celem jest wzrost efektywności sprzedaży w istniejących

salonach. Owszem, planujemy zwiększyć liczbę odzieżowych salonów w Polsce, ale będzie to od 3 do 5 punktów, i kolejne dwa na Ukrainie.

Po ekspansji na Wschód planujemy przyspieszenie rozwoju sieci w Niemczech. Cieszymy się, że nasze plany rozwoju na Zachodzie docenił Fundusz Ekspansji Zagranicznej TFI BGK, który wraz z Esotiq & Henderson podniósł kapitał spółki Esotiq Germany GmbH. Umowa z funduszem podpisana została w styczniu 2016 roku. W Niemczech planujemy otworzyć od 3 do 7 nowych sklepów w centrach handlowych w dużych i średnich miastach.

Jesteśmy przekonani, że 2017 rok przyniesie poprawę skonsolidowanego wyniku grupy, utrzymanie wysokiej marży brutto ze sprzedaży oraz dalszy dynamiczny rozwój sprzedaży internetowej. Z kolei podział grupy na część bieliźniarską i odzieżową zapewni naszym akcjonariuszom i potencjalnym inwestorom większą przejrzystość spółki oraz łatwiejszą ocenę poszczególnych etapów rozwoju w każdej z wymienionych części.

Przekazując Państwu ten raport pragnę podziękować naszym Akcjonariuszom i Kontrahentom za okazane zaufanie. Wierzimy, że grupa jest na właściwej drodze do poprawy wyników i nasze działania przyczynią się do budowania wartości dla Akcjonariuszy. W imieniu Zarządu dziękuję Radzie Nadzorczej za merytoryczną ocenę naszej działalności. Szczególne słowa podziękowania należą się Pracownikom za ich wkład w rozwój naszej Firmy.

Adam Skrzypek, Prezes Zarządu