

LIST PREZESA ZARZĄDU ESOTIQ & HENDERSON S.A.

Szanowni Akcjonariusze, Kontrahenci, Pracownicy,

Rok 2017 był jednym z najbardziej pracowitych i udanych w historii Grupy Esotiq & Henderson. Decyzja o podziale Spółki, optymalizacja sieci sprzedaży w kraju, rozwój liczby salonów za granicą, praca nad wzrostem rentowności, redukcja zapasów i zadłużenia przyniosły oczekiwane efekty w postaci znaczącej poprawy wyników. Przychody Grupy w ubiegłym roku były rekordowe, mimo wydzielenia części działalności do oddzielnego podmiotu. Zanotowaliśmy także istotny wzrost zysku. Dziś nasz biznes jest znacznie bardziej efektywny. Widzimy też duży potencjał rozwoju sprzedaży w Polsce, za granicą oraz w kanale internetowym. Wzrost zainteresowania naszą Spółką i zaufanie Akcjonariuszy traktujemy jako najlepszą ocenę podjętych decyzji.

W minionym roku zakończyliśmy proces podziału, którego głównym celem było zwiększenie efektywności i przejrzystości zarządzania Grupą Esotiq & Henderson dla Akcjonariuszy i potencjalnych Inwestorów poprzez uproszczenie struktur i koncentrację na poszczególnych segmentach działalności. Podział znacznie zwiększył zdolność Grupy Esotiq & Henderson do konkurowania na rynku.

Część odzieżowa została wydzielona do nowego podmiotu - EMG SA. Od 21 lipca 2017 r. ten segment nie jest już konsolidowany w wynikach Grupy Esotiq & Henderson. Obecnie Grupę tworzą Jednostka dominująca oraz spółki zależne - Esotiq Germany GmbH i Luma sp. z o. o. Podział miał znaczący wpływ na sieć sprzedaży, która na koniec ubiegłego roku liczyła 286 salonów, wobec 304 rok wcześniej. Powierzchnia handlowa Grupy zmniejszyła się o 14 proc., do 17,3 tys. m kw. Optymalizacja sieci przyniosła efekty oczekiwane przez Zarząd. Sprzedaż Grupy wzrosła do 156,5 mln zł (+11 proc.), a sprzedaż Jednostki dominującej do 148,4 mln zł (+19,5 proc.). Odbicie w wynikach jest też mocno widoczne na poziomie zysku operacyjnego i wyniku netto.

Rok 2017 był okresem ważnych zmian w sieci salonów marki ESOTIQ. Chociaż tempo wzrostu sieci było mniejsze niż w poprzednich latach (na koniec 2017 marka posiadała 286 sklepów, tj. o 10 więcej r/r), jakościowo sieć stała się znacznie mocniejsza. Decydując się na nowe lokalizacje w sieci ESOTIQ, która odpowiada za zdecydowaną większość przychodów Grupy, stawialiśmy na te, które najlepiej rokują. Rezygnowaliśmy przy tym z lokalizacji, które nie osiągały oczekiwanych wyników. Koszty operacyjne i koszty sklepów rosły znacznie wolniej niż sprzedaż. Efekty tych działań widać w wynikach Jednostki dominującej. Jednostkowy zysk operacyjny w 2017 r. wzrósł z 5 do 9,8 mln zł, a zysk netto z 4,1 do 8,1 mln zł. Odbicie w wynikach Grupy było też znaczące. Dziś jesteśmy Spółką z mocniejszymi przepływami operacyjnymi i niższym zadłużeniem.

Salony marki ESOTIQ stają się coraz bardziej przyjazne i wygodne dla naszych Klientek. Inwestycja w Omnichannel przyniosła oczekiwane efekty. Sprzedaż on-line korzysta ze stanu towarów całej sieci salonów ESOTIQ, co znacząco zwiększa dostępność produktów w sprzedaży internetowej. Liczba lojalnych Klientek, uczestniczek programu ESOTIQ CLUB, to już ponad 0,7 mln. Wśród nich są ambasadorki marki, regularnie nabywające i polecające nasze produkty.

Kanał e-commerce stanowi dynamicznie rosnącą część sprzedaży Grupy. Oczekujemy, że sprzedaż w sklepach internetowych nadal będzie rosła w dwucyfrowym tempie.

Obiecująco wygląda także rozwój zagranicznej sieci sprzedaży. Ekspansja na Wschód przyniosła oczekiwane przez Zarząd efekty. W tym projekcie salony powstają na zasadzie franczyzy, a ryzyko związane z rozbudową sieci biorą na siebie nasi partnerzy. Na Ukrainie i Białorusi mamy już 18 salonów. Jesienią 2017 r. otwarty został pierwszy sklep w Mołdawii. Wschód uważamy za perspektywiczny kierunek. Oczekujemy, że w tym roku sieć sprzedaży na Wschodzie powiększy się z 19 do 32 salonów. Trwają przygotowania do otwarcia nowych sklepów w kolejnych krajach - w Rosji i Kazachstanie. Spore nadzieje wiążemy także z naszą niemiecką spółką. W ubiegłym roku stacjonarna sieć sprzedaży w Niemczech powiększyła się o salon w Stadt-Galerie w Hameln. W tym roku w Niemczech chcemy otworzyć 5 nowych salonów. Planujemy, że na koniec tego roku będzie ich 9. Rozwój na niemieckim rynku wesprze współpraca z Modehaus.de, naszym nowym partnerem. To pozwoli nam wyłonić najbardziej obiecujące lokalizacje salonów franczyzowych w Niemczech.

W tym roku nadal najważniejsza dla nas będzie rentowność. Oczekujemy dalszego dynamicznego wzrostu sprzedaży i rozwoju sieci salonów, ale będziemy skupiać się na najlepiej rokujących lokalizacjach. Zdecydowanie preferujemy jakość nad ilość. Planujemy powiększenie sieci ESOTIQ w Polsce o 20 salonów, do 283. Naszym celem jest wysoka marża brutto i utrzymanie kosztów operacyjnych pod kontrolą. Chcemy też w pełni wykorzystać potencjał naszych marek. Dlatego zaangażowaliśmy się w nowy projekt związany z marką Henderson - szycie męskich koszul na miarę. To innowacyjna usługa na naszym rynku. Do tej pory w Polsce w Internecie nikt jeszcze nie zaproponował takiego serwisu na dużą skalę, zapewniając wysoką jakość dopasowanych produktów w przystępnej cenie. Grupa udziela licencji na markę, a za rozwój tego projektu odpowiada nasz nowy partner - spółka MTM Shirts.

Przekazując Państwu ten raport pragnę podziękować naszym Akcjonariuszom i Kontrahentom za okazane zaufanie. Jestem przekonany, że tendencja poprawy wyników jest trwała. 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