

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

Szanowni Państwo,

W minionym roku Vistula Group S.A. wypracowała ponad 20 mln zł skonsolidowanego zysku netto. Osiągnięcie tego wyniku było możliwe dzięki istotnemu zwiększeniu efektywności sprzedaży detalicznej w segmencie odzieżowym i jubilerskim oraz wyjątkowo sprzyjającej koniunkturze na rynku eksportu usług przerobowych, wzmacniającej znacząco wyniki kanału BTB.

Uzyskane w roku 2014 wyniki finansowe w obszarze marek odzieżowych Vistula i Wólczanka potwierdziły ich potencjał. Marka Vistula w porównaniu do roku poprzedniego osiągnęła 12,7% wzrost sprzedaży oraz 18% wzrost zysku operacyjnego w obszarze sprzedaży detalicznej. W ramach tej marki trzeba wyróżnić szczególnie rynkowy sukces kolekcji w linii Vistula Red, której sprzedaż w 2014 roku po raz pierwszy przewyższyła wyżej pozycjonowaną linię Lantier. Na podkreślenie zasługują również wyniki kanału online marki Vistula, który w roku ubiegłym wykazał prawie 40% dynamikę wzrostu sprzedaży w stosunku do roku 2013.

Marka Wólczanka zanotowała 12,6% wzrostu wartości sprzedaży oraz ponad 30% wzrost zysku operacyjnego w sieci detalicznej rok do roku. Dynamika wzrostu sprzedaży w kanale online tej marki wyniosła ponad 70%, czego efektem jest przekroczenie w całym ubiegłym roku poziomu 10% udziału w przychodach tej marki ogółem. Począwszy od sezonu jesień-zima 2014/2015 sprzedaż kolekcji koszul damskich marek Wólczanka i Lambert, prowadzona dotychczas wyłącznie w kanale online, została rozszerzona również na wybrane salony stacjonarne, co przyniosło znaczący wzrost udziału tego asortymentu w strukturze sprzedaży marki. Kolekcja damska na sezon jesień-zima 2014/2015 została także doceniona przez specjalistów z branży modowej prestiżową nagrodą Doskonałość Mody Twój Styl 2014.

Marka Deni Cler zarządzana przez spółkę zależną DCG S.A. zakończyła rok 2014 stratą na poziomie 1,5 mln zł. Poziom osiągniętego wyniku jest jeszcze daleki od oczekiwań, ale zdecydowanie lepszy niż ten osiągnięty w roku 2013. Jest to rezultat lepszej sprzedaży kolekcji jesień-zima 2014/2015 oraz podjętych działań restrukturyzacyjnych w obszarze obniżenia kosztów sprzedaży.

W obszarze segmentu jubilerskiego w 2014 roku mieliśmy do czynienia z kontynuacją trwającego już od II kwartału 2013 roku, pozytywnego trendu wzrostu jego efektywności, widocznego w realizacji wyższych przychodów przy jednoczesnym zwiększeniu osiągniętego wskaźnika marży. Jednym z głównych zadań w segmencie jubilerskim na rok 2014, był wzrost poziomu marży brutto powyżej 54% przy zachowaniu dodatniej dynamiki wzrostu sprzedaży. Cel ten udało się zrealizować, a w całym roku 2014 segment jubilerski uzyskał ponad 8% wzrost sprzedaży i ponad 52% wzrost zysku operacyjnego w stosunku do roku 2013. Utrzymanie tendencji poprawy wyników segmentu jubilerskiego ma szczególnie istotne znaczenie w związku z trwającym od sierpnia 2014 roku procesem organizacyjnego i prawnego wyodrębnienia w strukturze Vistula Group S.A. jednostki organizacyjnej W.KRUK, tj. części działalności operacyjnej związanej z branżą jubilerską. Zgodnie z podjętą w dniu 18 czerwca 2014 r. uchwałą, Walne Zgromadzenie wyraziło zgodę na wniesienie jednostki organizacyjnej W.KRUK w postaci zorganizowanej części przedsiębiorstwa, do celowo powołanej uprzednio spółki zależnej W.KRUK S.A. z siedzibą w Krakowie, w której Vistula Group S.A. posiada 100% akcji. Obecnie dobiegają końca prace mające na celu przygotowanie i przeprowadzenie transakcji wniesienia aportem jednostki organizacyjnej W.KRUK jako zorganizowanej części przedsiębiorstwa do W.KRUK S.A., co powinno nastąpić do końca pierwszego kwartału 2015 roku.

Warunkiem niezbędnym do realizacji powyższego projektu jest dokonanie w miesiącu marcu 2015 roku wcześniejszego wykupu obligacji serii D w wysokości nominalnej 119 mln zł. Przeprowadzenie tej transakcji będzie możliwe poprzez refinansowanie wykupu obligacji kredytem bankowym w takiej samej wysokości, udzielonym Vistula Group S.A. przez bank Powszechna Kasa Oszczędności Bank Polski S.A., na podstawie zawartych w dniu 9 marca 2015 roku dziesięcioletnich umów kredytowych.

W wyniku przejęcia zorganizowanej części przedsiębiorstwa Spółki przez W.KRUK S.A., nastąpi przejęcie przez tę spółkę części zadłużenia kredytowego przypadającego na część jubilerską w kwocie głównej 71,4 mln zł.

Podobnie jak w latach ubiegłych, w roku 2014 dominującymi elementami działań rozwojowych były: rozbudowa sieci detalicznej, zarówno w obszarze sklepów własnych jak również franczyzowych, rozwój oferty asortymentowej produktów i towarów pod względem wzorniczym przy zachowaniu odpowiedniego poziomu jakościowego oraz systematyczna praca nad podniesieniem standardów obsługi klienta w salonach firmowych wszystkich marek. Rozwój własnej sieci sprzedaży dokonywany przez pozyskiwanie nowych optymalnych lokalizacji, eliminację salonów trwale nierentownych oraz relokacje realizowane w ramach istniejących centrów handlowych, pozwolił zakończyć rok 2014 na poziomie 295 salonów o łącznej powierzchni sprzedaży wynoszącej ponad 26 tys. m². W 2014 roku otwarto w ramach grupy kapitałowej 28 nowych salonów i stoisk firmowych o łącznej powierzchni ponad 1,6 tys. m².

W roku bieżącym zamierzamy przekroczyć poziom 315 salonów wszystkich marek odzieżowych oraz segmentu jubilerskiego. W ramach planów inwestycyjnych na rok 2015 planowane jest uruchomienie 14-16 nowych salonów własnych i stoisk firmowych o łącznej powierzchni ponad 1,2 tys. m². W obszarze marek odzieżowych priorytetem będzie rozwój sieci detalicznej w ramach projektu franczyzowego marek Vistula i Wólczanka w mniejszych miastach o liczebności w granicach 100 tys. mieszkańców. W ciągu najbliższych dwóch lat zakładamy, że roczne tempo rozwoju sieci salonów franczyzowych w segmencie odzieżowym powinno wynosić około 10% całej powierzchni detalicznej sprzedaży marek męskich. Łączne nakłady finansowe w roku 2015 przeznaczone na rozwój sieci detalicznej oraz inwestycje odtworzeniowe w najważniejszych przychodowo i wizerunkowo lokalizacjach wyniosą około 10 mln zł.

W bieżącym roku szczególnymi wyzwaniami dla Vistuli Group S.A. będą ochrona poziomu marży w obliczu gwałtownego umacniania się dolara amerykańskiego, w którym dokonywana jest istotna część zakupów towarów zarówno w segmencie fashion jak i jubilerskim, dalsza poprawa efektywności poprzez zwiększenie sprzedaży z metra kw. przy zachowaniu dyscypliny kosztowej, skuteczne przeprowadzenie pod względem organizacyjnym i prawnym wydzielenia marki W.KRUK oraz przywrócenie stabilnej pozycji finansowej marce Deni Cler.

Aktualna, bardzo dobra sytuacja ekonomiczna Spółki oraz perspektywy jej dalszego, dynamicznego rozwoju zostały w widoczny sposób docenione przez inwestorów. Obecna kapitalizacja Spółki zbliża się do poziomu 400 mln zł, czyli najwyższej wartości od blisko 7 lat. Stanowi to duży dowód zaufania inwestorów, ale jednocześnie jest podstawą oczekiwań utrzymania tempa wzrostu w procesie budowania długoterminowej wartości Spółki. W imieniu własnym i całego Zarządu Spółki chciałbym zapewnić akcjonariuszy, że zrobimy wszystko, aby sprostać tym oczekiwaniom.

*Grzegorz Pilch
Prezes Zarządu*

Kraków, dn. 10 marca 2015 roku