

List Prezesa Zarządu Solar Company S.A.

Szanowni Państwo,

W imieniu Zarządu Solar Company S.A. przedstawiam Raport Roczny Spółki za rok 2015. Kieruję go do naszych Inwestorów, Klientów oraz wszystkich uczestników rynku kapitałowego.

Rok 2015 nie był pomyślny dla branży odzieżowej. Wiele firm odzieżowych odczuło malejącą liczbę klientów odwiedzających sklepy z bieżącą kolekcją, natomiast coraz większą popularnością cieszyły się sklepy outletowe oraz internetowe. Świadczy to o zauważalnych zmianach w strukturze rynku i przyzwyczajeniach klientów, co spowodowane jest również zbyt dużym nasyceniem rynku liczbą centrów handlowych. Dodatkowym czynnikiem, szczególnie w okresie jesienno-zimowym, była ciepła pogoda wysoce niesprzyjająca sprzedaży kolekcji jesienno-zimowych.

Dodatkowo umacniający się w ubiegłym roku kurs dolara w stosunku do złotówki w znacznym stopniu wpłynął na obniżenie rentowności firm odzieżowych, w tym giełdowych, a osłabiająca się złotówka w stosunku do innych walut min. do euro spowodowała wzrost kosztów czynszów w galeriach handlowych oraz komponentów importowanych do produkcji lokowanej w Polsce. Wszystkie te czynniki wpływały na obniżenie osiąganych wyników.

W ubiegłym roku Zarząd Solaru konsekwentnie kontynuował pro-klienckie zamierzenia określone w roku 2014. Istotnym rezultatem podjętych działań było umocnienie pozycji marki na ciągle zmieniającym się rynku mody damskiej i znaczne zwiększenie liczby ukazań w mediach modowych i life-stylowych. Należy podkreślić coraz większą obecność marki Solar w tak istotnym źródle komunikacji jak media elektroniczne i społecznościowe. Nowoczesnemu charakterowi prezentowanych kolekcji towarzyszył wprowadzony w lipcu 2015 Program Stałego Klienta, do którego w ciągu 7 miesięcy zapisało się ponad 44 tysięcy osób.

W działaniach wizerunkowych marki należy podkreślić zwieńczony sukcesem proces rebrandingu, mający na celu dotarcie do grupy nowych odbiorców między innymi poprzez nowoczesny i stale unowocześniany design. Kampanie marketingowo- reklamowe przeprowadzone przez firmę w roku 2015 cieszyły się wysokim uznaniem klientów i mediów, podkreślających ich nowoczesny i nowatorski charakter wzmocniony przez zaangażowanie uznanych na rynku mody światowej fotografów i modelek. Istotnym elementem procesu rebrandingu stał się nowy logotyp składający się z dwóch uzupełniających się części i będący zwieńczeniem trwającego od dłuższego czasu procesu odświeżania wizerunku marki Solar.

W minionym roku uprościliśmy strukturę Grupy Kapitałowej włączając od 1 grudnia 2015 r. do Solar Company S.A., spółkę zależną Solar Dystrybucja Sp.zo.o., co przyniesie w 2016 roku wzrost efektywności gospodarczej i stanowi jeden z elementów stałej i silnej dbałości o koszty działania Solaru.

W 2016 roku będziemy konsekwentnie realizowali założony kierunek zmian widząc jako główne cele zwiększenie sprzedaży, najwyższy jakościowo poziom działania firmy na rynku krajowym, osiągnięcie w efekcie prowadzonych działań widocznego rozwoju Solaru poza granicami kraju i stałą i efektywną kontrolę kosztów prowadzenia działalności.

W rezultacie liczymy na osiągnięcie w roku 2016 zadawalających akcjonariuszy i Zarząd wyników finansowych.

W imieniu Zarządu Solar Company S.A. dziękuję wszystkim pracownikom za wykazane zaangażowanie i dbałość o jak najlepsze wykonywanie powierzonych im obowiązków.

Z poważaniem,

Stanisław Bogacki

Prezes Zarządu Solar Company S.A.