



Nowy Targ, dnia 25 kwietnia 2019 r.

Pismo Prezesa Zarządu WOJAS S.A.

Szanowni Państwo,

W imieniu Zarządu WOJAS S.A pragnę Państwu przedstawić Roczny Raport WOJAS S.A. za rok obrotowy 2018 oraz podzielić się kilkoma zdaniem podsumowania, dotyczącymi działań i pozycji WOJAS S.A. w 2018 roku oraz planów do wykonania na 2019 r.

Porównując wyniki uzyskane w 2018 roku do roku poprzedniego udało się uzyskać przychody na takim samym poziomie, co w roku ubiegłym (230,2 mln), natomiast należy zwrócić uwagę, że przy tych samych wynikach uzyskaliśmy znacznie lepszy wynik z działalności operacyjnej (wzrost o ponad 12%). Wynik operacyjny wzrósł mimo wielu czynników zewnętrznych, które miały negatywne wpływy na branżę fashion. Do takich czynników zewnętrznych należy zaliczyć w głównej mierze niekorzystne warunki atmosferyczne w 2018 roku oraz wprowadzenie częściowego zakazu handlu w niedzielę.

W sprzedaży produktów sezonowych istotne jest, aby właściwa pogoda pokrywała się z sezonami wysokimi, co w naszym przypadku przypada na marzec-kwiecień dla kolekcji wiosna/lato oraz wrzesień-październik dla kolekcji jesień/zima. W przypadku niesprzyjającej pogody, która miała miejsce w całym 2018 roku, Zarząd podjął decyzję o odpowiednim zarządzaniu akcjami promocyjnymi, dzięki czemu Spółce udało się wygenerować sprzedaż na zakładanym poziomie.

Drugi ważny czynnik to częściowy zakaz handlu w niedzielę, wprowadzony w marcu 2018 roku. Według naszych danych, ruch w centrach handlowych nie przeniósł się w całości na inne dni handlowe, co w naszym przypadku wpłynęło na spadek ruchu w sklepach stacjonarnych w całym 2018 roku. W efekcie wprowadzony zakaz utrudnił planowanie sprzedaży oraz kosztów, co odbiło się ujemnie na wynikach finansowych.

Z pozytywnych czynników należy wskazać znaczny wzrost sprzedaży hurtowej (wzrost o ponad 21%), w głównej mierze ten wzrost Spółka uzyskała realizując przetargi dla służb mundurowych. WOJAS S.A. jest jednym z nielicznych podmiotów, który posiada odpowiednią wiedzę i kompetencję, aby produkować tak szeroki asortyment produktów. Jesteśmy dumni, że służby takie jak Wojsko Polskie czy Służba Celna od wielu lat ubiera właśnie nasze obuwie.

Drugim istotnym czynnikiem wpływającym na wynik jest dalszy wzrost sprzedaży internetowej. Jest to potwierdzenie, że obrana przed laty strategia rozwoju właśnie tego kanału sprzedaży jest jednym z kluczy do sukcesu w branży. Spółka dalej realizowała liczne inwestycje, które umożliwiają dalszy wzrost, m. in. budowa nowego magazynu internetowego czy inwestycja w nowe technologie oraz automatyzację procesów. Spółka rozpoczęła także działania przygotowujące sklep internetowy do ekspansji na pozostałe rynki UE. Wierzymy, że jest to właściwy kanał, aby Spółka mogła zaistnieć na niezdojanych do tej pory rynkach.

Odnosnie głównego kanału sprzedaży, a więc sprzedaż poprzez sieć własnych sklepów stacjonarnych, w 2018 roku Zarząd kontynuował prace nad poprawą efektywności i jakości obsługi. W Polsce otwarto 6 nowych salonów, zamykając 13. Jeśli chodzi o zagranicę to Grupa zmniejszyła sieć o 3 salony sprzedaży. Wszystkie 3 wspomniane sklepy zostały zamknięte na terytorium Rumunii, w Bukareszcie, Klużu oraz Baia Mare, gdzie Wojas SRL ma swoją siedzibę. Jest to związane z przyjętą strategią spółki, aby posiadać sklepy w najważniejszych punktach w Polsce, jednocześnie zamykać nierentowne placówki. Strategia optymalizacji liczby salonów będzie kontynuowana w kolejnych latach.

Wchodzimy w 2019 r. jako silna grupa kapitałowa, ze stabilną sytuacją finansową, własną siecią sprzedaży liczącą 170 salonów, własnym nowoczesnym zakładem produkcyjnym i z jasno określoną strategią rozwoju. Mimo ogromnej konkurencji w naszym segmencie mamy odpowiednie zasoby, wiedzę oraz oddanych pracowników, dzięki czemu jesteśmy gotowi konkurować z nawet największymi potentatami. W Polsce marka Wojas jest marką rozpoznawalną i cenioną. Chcemy, aby w ciągu najbliższych lat marka stała się graczem znanym w całej Europie. Dlatego zamierzamy kontynuować rozwój sieci w krajach Europy Środkowej i Południowej oraz ciągłemu doskonaleniu i poprawy działań operacyjnych. Kanałem, w którym widzimy duży potencjał, jest zdecydowanie eCommerce. Wierzymy, że docelowo jesteśmy w stanie generować ok. 30% obrotów w stosunku do całości obrotów z kanału detalicznego. Jest to też w naszej ocenie najprostszy sposób, aby szybko zaistnieć na rynkach zagranicznych, zwłaszcza Europy Zachodniej czy USA.

Chciałbym podziękować naszym Akcjonariuszom za wsparcie wszelkich działań prowadzonych przez WOJAS S.A. oraz naszym Klientom i partnerom handlowym za owocną współpracę, zaufanie i lojalność. Słowa uznania należą się też wszystkim Pracownikom i Współpracownikom Grupy Kapitałowej, dzięki którym zaangażowaniu osiągnęliśmy, w mojej ocenie, dobre wyniki finansowe w 2018 roku.

Z wyrazami szacunku,

Prezes Zarządu

Wiesław Wojas