

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

Szanowni Państwo,

Vistula Grup S.A., jako jedna z wiodących firm działających w branży odzieżowej i jubilerskiej w Polsce, w 2009 roku realizowała plan radykalnych działań restrukturyzacyjnych, których celem była przede wszystkim istotna poprawa kondycji finansowej grupy kapitałowej oraz wykorzystanie efektów synergii wynikających z połączenia ze spółką W.KRUK S.A. Podjęte działania restrukturyzacyjne miały także złagodzić negatywny wpływ na wyniki Spółki ogólnej dekonjunktury gospodarczej oraz obniżenia nastrojów konsumenckich, co szczególnie niekorzystnie odbiło się w ubiegłym roku na sytuacji firm odzieżowych, skutkując rozpoczęciem procedur upadłościowych wielu znanych na rynku polskim marek, w tym między innymi będącej od początku w słabej kondycji Galerii Centrum Sp. z o.o.

Najważniejszym zdarzeniem w ramach procesu restrukturyzacji było zawarcie pod koniec lipca 2009 roku, po blisko roku żmudnych negocjacji, umowy z bankami z Grupy Fortis. Na jej podstawie Spółka uzyskiwała długoterminowe finansowanie, które zakłada spłatę zadłużenia w kwocie prawie 270 mln zł wynikającego z krótkoterminowego kredytu zaciągniętego w 2008 roku na nabycie akcji W. KRUK S.A. oraz z tytułu poręczeń udzielonych na rzecz Fortis Bank Polska S.A. za zobowiązania spółki zależnej Galeria Centrum Sp. z o.o. do stycznia 2018 roku.

Zgodnie z zapisami powyższej umowy w listopadzie 2009 roku została przeprowadzona prywatna emisja akcji serii I, której celem była redukcja poziomu zobowiązań Spółki wobec Fortis Bank Polska S.A. o kwotę 40 mln zł, wynikająca z konwersji części zadłużenia na akcje Spółki serii I, które w całości zostały objęte przez Fortis Bank Polska S.A. Tym samym bank ten stał się właścicielem ponad 8,2 mln akcji stanowiących 7,4% w podwyższonym kapitale zakładowym Spółki. Objęcie akcji serii I nastąpiło po cenie emisyjnej wynoszącej 4,85 zł za jedną akcję. Jest to niewątpliwie wyraz najwyższego zaufania Fortis Bank Polska S.A. jako głównej instytucji finansującej, odnoszący się do realizacji długoterminowej strategii Spółki, która w ramach prowadzonego procesu restrukturyzacji zapewni możliwość stabilnego generowania zysku oraz spłaty istniejącego zadłużenia zgodnie z przyjętym harmonogramem.

Poza obszarem biznesowej optymalizacji struktur organizacyjnych powstałych w wyniku fuzji z W.KRUK S.A. oraz rozwiązywaniem problemów związanych ze spłatą kredytów, w roku 2009 Spółka kontynuowała kierunki organicznego rozwoju obejmujące intensywny rozwój własnej sieci salonów firmowych i kształtowanie kompetencji w zarządzaniu posiadanymi markami. Spółka koncentrowała się na rozwoju organicznym czterech głównych marek własnych: Vistula, W.KRUK, Wólczanka oraz Deni Cler. Zgodnie z przyjętym w roku ubiegłym planem, we wrześniu 2009 roku zakończył się proces likwidacji sieci dystrybucji detalicznej marek licencyjnych powstałych w ubiegłych latach, których generowane straty ujemnie wpływały na wyniki finansowe Spółki.

Rok 2009 przyniósł umocnienie uwidocznionego już w latach poprzednich trendu zmian w strukturze przychodów ze sprzedaży. Wzrostowi udziału sprzedaży detalicznej we własnej sieci salonów firmowych, towarzyszył spadek przychodów z eksportu przerobowego spowodowany odchodzeniem zleceniodawców z Europy Zachodniej na rynki bardziej konkurencyjne cenowo oraz spadek sprzedaży w kanale hurtowym z wyłączeniem odbiorców instytucjonalnych. Powyższe zmiany struktury przychodów stanowią potwierdzenie ostatecznej zmiany modelu funkcjonowania Spółki jako podmiotu specjalizującego się w projektowaniu oraz dystrybucji markowej odzieży męskiej i damskiej pozycjonowanej w średnim i wyższym segmencie rynku oraz luksusowej biżuterii i zegarków.

Sieć sprzedaży grupy kapitałowej Vistula Group S.A. liczy obecnie ponad 230 sklepów o łącznej powierzchni sprzedażowej liczącej ponad 24 tys. m². W roku 2009 otwarto 23 nowe salony, z których część powstała w miejsce likwidowanych salonów innych marek prowadzonych dotychczas przez Spółkę na zasadzie franszyzy. W celu ograniczenia poziomu kosztów produkcji w segmencie odzieżowym, poprawy realizowanych marż oraz jego dostosowania do istniejących możliwości sprzedaży, w 2009 roku Spółka znacząco zwiększała wolumen usług szwalniczych zlecanych do starannie dobranych producentów krajowych oraz zagranicznych, w tym także z rynku azjatyckiego i afrykańskiego, zapewniających zachowanie wysokich standardów jakościowych.

W 2009 roku Vistula Group S.A. zrealizowała zakładany cel finansowy jakim było uzyskanie zysku netto na poziomie co najmniej 10 mln zł. Stanowi to radykalną poprawę w stosunku do wyników uzyskanych w roku 2008, które w znaczącym stopniu obciążone były odpisami aktualizacyjnymi utworzonymi w związku z upadłością Galerii Centrum Sp. z o.o. oraz potencjalnymi roszczeniami z tytułu poręczeń udzielonych przez Vistula Group S.A. na zabezpieczenie jej zobowiązań. Należy podkreślić, iż skonsolidowany zysk netto za rok 2009 na poziomie 16,9 mln zł uzyskany został pomimo konsolidacji wyników za I kwartał 2009 roku z wynikami Galerii Centrum Sp. z o.o., co spowodowało jego obniżenie o kwotę 12,8 mln zł.

W roku 2010 pomimo obowiązujących ograniczeń inwestycyjnych, które zostały zawarte w ramach umowy o długoterminowe finansowanie, planowane jest uruchomienie 15 nowych salonów o łącznej powierzchni ponad 1500 m². Nowe sklepy będą lokalizowane w nowo budowanych centrach handlowych oraz w atrakcyjnych centrach już istniejących, w których dotychczas nie było wszystkich czołowych marek Spółki. Rozwój sieci, na który zostanie przeznaczone w tym roku około 5 mln zł, będzie finansowany ze środków własnych z uwzględnieniem ww. ograniczeń inwestycyjnych oraz zdolności Spółki do generowania dodatnich przepływów finansowych.

Planowane na rok 2010 działania podporządkowane będą pracy organicznej dotyczącej wzmocnienia grupy kapitałowej Vistula Group poprzez zrównoważoną rozbudowę sieci salonów firmowych, poprawę ich wskaźników efektywności, stabilizację uzyskiwanych marż detalicznych, sprzedaży zbędnych aktywów, w szczególności niewykorzystywanych nieruchomości Spółki, utrzymanie dyscypliny kosztowej przede wszystkim w obszarze kosztów ogólnego zarządu oraz spłacie kolejnych transz zadłużenia.

Wierzymy, że druga połowa bieżącego roku przyniesie poprawę koniunktury gospodarczej i polepszenie nastrojów konsumenckich, co w zestawieniu z mocną pozycją rynkową naszych głównych marek oraz rezultatami prowadzonych działań restrukturyzacyjnych, pozwoli na dalszą poprawę wyników finansowych, co w efekcie przełoży się na wzrost wartości Spółki, którą konsekwentnie staramy się budować.

Grzegorz Pilch
Prezes Zarządu

Kraków, dn. 22 marca 2010 roku