

Sprawozdanie Zarządu za rok obrotowy 2015

Skoczowskiej Fabryki Kapeluszy

Polkap

Spółki Akcyjnej

Skoczów, ul. Powstańców Śląskich 1



Skoczów, marzec 2016r.

1. Informacje ogólne o Spółce.

Firma Spółki brzmi: Skoczowska Fabryka Kapeluszy Polkap Spółka Akcyjna

Spółka może używać nazwy skróconej: Skoczowska Fabryka Kapeluszy Polkap S.A.

Siedziba Spółki: miasto Skoczów

Adres Spółki: 43-430 Skoczów, ul. Powstańców Śląskich 1

Spółka została zawiązana aktem notarialnym Rep. A. 11101/2010 z dnia 20.09.2010r. w kancelarii notarialnej Dariusz Rzadkowski S.C., Bielsko-Biała (43-300), ul. Cieszyńska 8.

Spółka została zarejestrowana w Sądzie Rejonowym w Bielsku-Białej, VIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego (KRS) pod numerem KRS 0000372055 w dniu 30.11.2010r.

REGON: 241719500

NIP: 548-26-33-372

Podatnik VAT UE: PL5482633372

Organami jednostki są:

- Zarząd w składzie:
 - Paweł Kaliciak – prezes zarządu
 - Tomasz Bednarski – członek zarządu
- Rada nadzorcza w składzie:
 - Paweł Książek – przewodniczący rady nadzorczej
 - Jerzy Dworzyński – zastępca przewodniczącego rady nadzorczej,
 - Przemysław Małysiak - sekretarz rady nadzorczej,
 - Sławomir Szata - członek rady nadzorczej,
 - Marcin Jóźwik - członek rady nadzorczej,
 - Paweł Wołosowisz - członek rady nadzorczej,
 - Adam Kościsz - członek rady nadzorczej,
- Walne Zgromadzenie.

2. Charakterystyka działalności Spółki.

Informacje dotyczące roku 2015.

Działalność za rok 2015 przyniosła Spółce dochód netto w wysokości 4.064.738,66 zł.

W okresie tym istotnym wydarzeniem dla Spółki było nadrobienie spadku obrotów i zysku za 2014r., kolejna emisja obligacji, rozpoczęcie inwestycji, związanej z termomodernizacją budynków. Spółka notowana jest na parkiecie NEW CONNECT.

Zarys działalności przedsiębiorstwa

W 2015r. Skoczowska Fabryka Kapeluszy Polkap SA kontynuowała swoją działalność związaną z produkcją i dystrybucją wyrobów gotowych – kapeluszy damskich i męskich wełnianych i włosowych oraz półproduktów do wyrobu kapeluszy (stożki, kapliny, półkapliny).

Spółka koncentrowała swoją działalność na obsłudze dotychczasowych klientów oraz czyniła starania w celu zdobycia nowych klientów na obecnych rynkach i na rynkach, na których nie była dotychczas obecna. Pozyskanie licencji Pierre Cardin w 2014r. zaowocowało znacznym wzrostem popytu na oferowane przez Spółkę produkty.

Polkap jest to znana na świecie firma specjalizująca się w produkcji i sprzedaży kapeluszy z włosa króliczego i wełny, półproduktów do produkcji kapeluszy jak również czapek dzianych. Tradycja firmy sięga roku 1924. Po wojnie firma została znacjonalizowana. Od roku 2005 działa ponownie jako firma całkowicie prywatna. Do roku 2005 firma produkowała głównie kapelusze i półprodukty z włosa króliczego. Są to wyroby najszlachetniejsze i przez to najdroższe w tej branży. Od roku 2010 oferta firmy została wzbogacona o wyroby wełniane (tańsze, ale znajdujące przez to masowego odbiorcę) i czapki dziane. Było to efektem faktycznego przejęcia przez Polkap działalności prowadzonej wcześniej przez spółkę BFK Bielsko- Biała, sukcesora Bielskich Zakładów Wyrobów Filcowych założonych w 1905 roku (firma BFK należała również do aktualnych właścicieli Polkapu). Dzięki temu połączeniu w ofercie firmy Polkap znalazła się pełna gama nakryć głowy jak również rozszerzyły się rynki zbytu.

Spółka będzie sprzedawać wyroby zaprojektowane i zaproponowane przez własnych projektantów, jak również wyroby wg wzorów dostarczanych przez klientów (dość częsta praktyka w tej branży).

Otoczenie rynkowe spółki.

Polkap jest firmą znaną z produkcji i sprzedaży wyrobów najwyższej jakości. Większość produkowanych wyrobów jest sprzedawana zagranicą zarówno w Europie, jak i na rynki innych części świata. Firma jest jedynym producentem wyrobów kapelusznich z surowców podstawowych (wełna surowa, skóry królicze) w Polsce i jednym

z nielicznych w Europie.

Otoczenie rynkowe jest różne w zależności od oferowanego asortymentu.

Wyroby z włosa króliczego:

W Europie głównym konkurentem posiadającym większe możliwości wytwórcze jest firma Tonak (Czechy). Firmami o mniejszych zdolnościach wytwórczych są Fepsa (Portugalia), Isesa (Hiszpania), Sesir (Słowenia), Borsalino (Włochy), . Poza Europą znaczące na rynku fabryki znajdują się w USA, Australii, Ekwadorze, Kolumbii. W tym asortymencie, trudnym do wykonania ze względów technologicznych, nie ma znaczącej konkurencji chińskiej (w 2015r. doszło do upadku dwóch fabryk chińskich w tejże branży) lub innej z kraju o niższych od Polski kosztach wytworzenia.

Wyroby z wełny: w Europie Fepsa (Portugalia), w Ameryce Płd. 2 firmy, 1 w USA, 1 firma w Chinach. W tym asortymencie istnieje konkurencja chińska, jednak pochodzące z Chin wyroby są znacznie niższej jakości i przez to są lokowane w innym segmencie rynku niż wyroby Polkapu.

Strategia rynkowa spółki.

Produkt

Asortyment ten może być poszerzony o inne rodzaje wyrobów w zależności od zapotrzebowania rynku.

Cały cykl produkcji kapeluszy odbywa się już w przedsiębiorstwie. Portfolio produktów dzieli się na kapelusze wykonane z 100% filcu wełnianego, 100% filcu włosowego (króliczego lub zajęczego). Firma posiada duży wybór form i szerokie możliwości zdobienia kapeluszy. Kapelusze oferowane są:

- we wszystkich dostępnych rozmiarach,
- kolorach gładkich i melanżach, wybieranych zgodnie z naszą kartą kolorów jak również całą gamę odcieni na życzenie,
- w różnym wykończeniu powierzchni (gładka, zamszowa, welurowa, surowa),
- w różnych stopniach usztywnienia
- z impregnacją wodoodporną,
- w technologii „crushable” (kapelusz, który po zgnieceniu powraca do oryginalnego kształtu) – ta cecha produktu została nagrodzona złotym medalem na targach poznańskich w marcu 2011 r.

Firma oferuje również półprodukty wełniane i włosowe w postaci:

- stożków od 70-250 gr.
- półkaplinów od 100-250 gr.
- kaplinów od 110-250 gr.

Ceny i terminy płatności

Dla dotychczasowych klientów Spółka stosowała ceny wg wcześniejszych ustaleń.. Dla nowych klientów spółka stosowała ceny wynikające z odpowiednich cenników, udzielając ewentualnie rabatów uzależnionych głównie od wielkości zamówień. Zwyczajowo w tej branży pod koniec roku są ustalane zwiększone ceny na rok następny i wtedy spółka będzie mogła renegotjować ceny z roku 2015. Oczywiście w przypadku wzrostu czynników kosztowych i konieczności zwiększenia cen zakupu ceny sprzedaży do klientów będą renegotjowane.

Spółka będzie stosować sprzedaż z wydłużonym terminem płatności (zwyczajowo 14, maksymalnie 30 dni) dla dotychczasowych, zaufanych klientów. Nowi klienci będą mogli uzyskać wydłużony termin płatności wyłącznie w przypadku złożenia zabezpieczenia płatności. W pozostałych przypadkach spółka sprzedawać będzie wyłącznie na przedpłaty lub z zerowym terminem płatności (przy odbiorze towaru).

Dystrybucja

W przypadku dystrybucji sprzedaż prowadzona była na dotychczasowych zasadach.

Spółka prowadziła rozmowy i ustanowiła przedstawicieli handlowych zwłaszcza na odległych terytorialnie i obiecujących rynkach (otwarcie showroomu w USA,) co przyniosło efekty w postaci dystrybucji towarów na ten obszar. Spółka zamierza w sposób zdecydowany zintensyfikować działalność na rynku polskim w każdym asortymencie oferowanych wyrobów, zarówno przez dotarcie do detalu jak również poprzez powiązania z innymi firmami odzieżowymi mającymi rozbudowany system dystrybucji detalicznej.

Promocja

Polkap jest w branży kapeluszniczej (producenci gotowych wyrobów, dystrybutorzy) marką znaną. Promocja wyrobów odbywa się głównie poprzez osobiste kontakty

i prezentację modeli i ich jakości poszczególnym klientom. Dokonują tego zarówno zatrudnieni pracownicy jak i przedstawiciele handlowi.

W roku 2015 promocja wyrobów nadal koncentrowała się na osobistych kontaktach z potencjalnymi odbiorcami. Ma to istotne znaczenie z uwagi na specyfikę wyrobu i ustalenie szczegółowych potrzeb klientów. Stąd też wzrost pozostałych kosztów rodzajowych, związanych z delegacjami m.in. do Japonii, USA, Izraela.

W 2015r. podjęto decyzję o udziale w imprezach targowych w Europie, m.in. w Paryżu i Dusseldorfie na początku roku 2016. W tym celu przygotowano specjalną kolekcję, głównie pod marką Pierre Cardin.

Docelowo spółka będzie korzystać z bardziej urozmaiconych form promocji, skierowanych głównie do klienta detalicznego – więcej na ten temat w podstawowych kierunkach polityki marketingowej.

Uzyskanie w 2014r. znaku „Top Moda” otworzyła przed Spółką nowe możliwości rynkowe, gdyż poprzez przyznanie znaku dobrej jakości i modnego wzornictwa zostały potwierdzone walory naszych produktów.

Kierunki polityki marketingowej.

Kierunki polityki marketingowej Polkap SA będą oparte o silne strony firmy, którymi są niewątpliwie:

- bardzo wysoka jakość oferowanych wyrobów w umiarkowanych cenach;
- szeroka gama oferowanych wyrobów (włos króliczy i wełna) – szersza niż u pozostałych dostawców
- terminowość realizacji zamówień;
- szybkie reagowanie na zmieniające się trendy i warunki prowadzenia działalności;
- duża elastyczność procesów produkcyjnych, umożliwiającą szybką reakcję na zamówienia

Sprzedaż firmy zagranicą oparta jest głównie na odbiorcach półproduktów i wyrobów gotowych, które następnie są sprzedawane pod markami odbiorców. Sprzedaż odbywa się głównie przez dużych dystrybutorów, którzy dostarczają wyroby do mniejszych odbiorców lub do detalu. Spółka zamierza poczynić starania w kierunku pozyskania zagranicznego rynku detalicznego.

Podstawowym celem działań marketingowych będzie stała i sukcesywna zmiana struktury sprzedaży w kierunku małych odbiorców, którzy nabywają oferowane przez spółkę wyroby od dużych dystrybutorów. Zwiększy to w sposób znaczący marże handlowe i tym

samym zyski spółki.

Na polskim rynku marka Polkap była w przeszłości i jest do dzisiaj dobrze postrzegana. Działania marketingowe będą więc koncentrować się na wzmocnieniu dobrego odbioru marki przez klienta detalicznego.

Podstawowe produkty sprzedawane przez spółkę.

Podstawowymi produktami oferowanymi przez spółkę są:

- kapelusze i półprodukty z włosa króliczego – około 40-50% wartości przychodu
- kapelusze i półprodukty z wełny – około 40-50% wartości przychodu

Sezonowość sprzedaży

W branży występuje sezonowość sprzedaży.

Niższe przychody są notowane w okresie grudzień – luty (długa przerwa świąteczna w Niemczech oraz udział większości dystrybutorów w targach branżowych, gdzie odbywa się kontraktacja zamówień) oraz sierpień (przerwa wakacyjna).

Struktura odbiorców

Spółka sprzedaje większość swoich wyrobów za granicę. Sprzedaż poza granice kraju stanowi 80,02%.

Inwestycje.

Zaplanowana na ten rok termomodernizacja budynków rozpoczęta została w lipcu 2015r. Spółka pozyskała na ten cel środki z Wojewódzkiego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej w Katowicach. Wartość inwestycji przekroczy poziom 3 mln złotych, z czego 20% to środki własne firmy.

SKOCZOWSKA FABRYKA KAPELUSZY
POLKAP S.A.
43-430 Skoczów, ul. Powstańców Śl. 1
NIP 548263000 REGON 141719500

Paweł Kaliciak – Prezes Zarządu

Tomasz Bednarski – Członek Zarządu

PREZES ZARZĄDU

PAWEŁ KALICIAK

CZŁONEK ZARZĄDU

TOMASZ BEDNARSKI