

Łódź, 30 kwietnia 2006 r.

Do Akcjonariuszy Redan SA

Szanowni Państwo,

W 2006 roku podjęliśmy wiele działań, których głównym celem było ustabilizowanie sytuacji finansowej oraz poprawę rentowności Grupy Kapitałowej Redan. Większość z nich przyniosła zakładane rezultaty, co w konsekwencji pozwoliło na zamknięcie roku z pozytywnym wynikiem finansowym oraz istotną spłatę zaciągniętych kredytów. W znaczny sposób wpłynęła na to jednorazowa transakcja sprzedaży nieruchomości, ale dzięki temu, uzyskaliśmy czas i środki na wdrożenie rozwiązań ujętych w Programie Odzyskania Efektywności, które już obecnie przynoszą wymierne rezultaty i będą miały pozytywny wpływ na wyniki Grupy w następnych latach.

Działania, które podjęliśmy były zróżnicowane i ukierunkowane indywidualnie na problemy poszczególnych działalności przez nas prowadzonych. Niezależnie wciąż dużo uwagi skupialiśmy na sprawach związanych z restrukturyzacją struktur organizacyjnych Grupy i maksymalizowania efektu synergii pomiędzy jej częściami. Dalej likwidowaliśmy nieefektywne procesy oraz wysprzedawaliśmy niepracujący majątek, głównie w postaci zbędnych zapasów towarowych. Jako operator kilku marek, stymulowaliśmy rozwój działów, które generowały pozytywny rezultat finansowy, jak również działów, które w naszej opinii mają potencjał na osiągnięcie największych wzrostów, a w konsekwencji już niedługo generowanie dobrych rezultatów finansowych.

W 2006 roku dużo uwagi poświęciliśmy sieci Top Secret. W naszej ocenie już niedługo będzie to jedna z naszych wiodących marek. Wiele pracy włożyliśmy w rozbudowę i repozycjonowanie produktu, znacznie zwiększając liczbę oferowanych asortymentów, poprawiając wzornictwo i jakość towarów. Zakończyliśmy proces restrukturyzacji sieci sprzedaży, zamykając najbardziej nierentowne lokalizacje oraz proces wdrożenia nowych warunków finansowych współpracy z franczyzobiorcami. Opracowaliśmy nową koncepcję sklepu. Działania te przełożyły się na wzrost sprzedaży, a przede wszystkim na istotny wzrost realizowanej marży. Pomimo, że jeszcze w 2006 roku marce tej nie udało się osiągnąć pozytywnego wyniku finansowego, to jej atuty, między innymi jeden z najwyższych w segmencie odzieży casual wskaźników wspomaganej znajomości marki, gwarantują jej pozytywny rozwój oraz przyszłą pozycję na rynku.

Rok 2006 był także okresem intensywnych przemian w marce Troll. Sieć sprzedaży zwiększyła się o nowo otwarte sklepy własne. Jednocześnie rozwiązaliśmy współpracę z

częścią sklepów franczyzowych. Duży nacisk położyliśmy na rozwój organizacji, tak aby miała ona trwałe podstawy dla dalszego stabilnego wzrostu. Z drugiej strony rok 2006 pozwolił nam również na uświadomienie wyzwań, przed jakimi ta marka stoi. Istotny wzrost konkurencji na rynku oraz odpływ części klientów z małych miejscowości spowodował, iż podjęliśmy prace nad rozwojem jakościowym tego konceptu. Pozwoli to w przyszłości na poprawę uzyskiwanych wskaźników sprzedaży i dalsze umocnienie pozycji marki.

Dla sieci sklepów Textilmarket rok 2006 był kolejnym okresem stabilnego wzrostu. Liczba sklepów zwiększyła się o ponad 15%. Na koniec roku posiadaliśmy 119 placówek. Rozbudowaliśmy oferowany klientom asortyment produktów. Wpłynęło to pozytywnie na wzrost przychodów ze sprzedaży tej sieci, realizowaną marżę oraz na wzrost rentowności.

W 2006 roku kontynuowaliśmy także „naprawianie” działalności zagranicznej. Tak jak w Polsce zredukowaliśmy koszty, uporządkowaliśmy politykę kadrową i jednocześnie rozwijaliśmy sprzedaż. Jestem przekonany, iż tak jak w kraju, podjęte tu działania przyniosą już w niedalekim okresie konkretne, pozytywne efekty.

Osiągnięte w 2006 roku rezultaty stanowią bardzo dobry fundament dla powrotu na ścieżkę dalszego rozwoju. W roku 2007 i latach następnych najważniejszym zadaniem będzie wzrost sprzedaży w każdej z naszych marek i na tym skoncentrujemy naszą uwagę. W konsekwencji, przełoży się to na zyski, które Grupa Kapitałowa Redan będzie generować dla swoich akcjonariuszy.

Z poważaniem,

Piotr Kulawiński
Prezes Zarządu