Łódź, 30 maja 2007 roku

Do Akcjonariuszy Próchnik S.A.

Szanowni Państwo,

Działalność operacyjna Próchnik S.A. w 2006 roku koncentrowała się głównie na rozszerzaniu własnej sieci salonów firmowych w kraju oraz zwiększaniu asortymentu oferowanych wyrobów.

Rozpoczęliśmy także ekspansję sieci sprzedaży detalicznej za granicą. W listopadzie 2006 roku został otwarty na Ukrainie we Lwowie pierwszy salon firmowy, którego dotychczasowa działalność pozwala optymistycznie patrzeć na możliwości rozwoju naszej Spółki na rynkach dawnych republik radzieckich.

Niestety 2006 rok był okresem, w którym z powodu wystąpienia kilku istotnych niekorzystnych czynników zewnętrznych Spółka nie mogła zrealizować zamierzonych celów.

Jednym z czynników była przedłużająca się procedura zatwierdzenia przez Komisję Papierów Wartościowych prospektu emisyjnego akcji serii E. Opracowany w IV kwartale 2005 roku plan rozwoju Spółki na rok następny, zakładał pozyskanie środków z emisji najpóźniej w styczniu 2006 roku. Przesunięcie emisji akcji o kilka miesięcy spowodowało konieczność chwilowego wstrzymania wielu procesów rozwojowych związanych głównie z tworzeniem sieci handlowej. Ograniczyło to również znacznie możliwości planowania operacyjnego.
Ponadto brak wystarczających środków finansowych na zakup materiałów i towarów handlowych wpłynął na ograniczenie sprzedaży hurtowej oraz niewystarczające zaopatrzenie własnych salonów firmowych. Wpłynęło to niekorzystnie na poziom zrealizowanych przychodów ze sprzedaży oraz wynik finansowy.

W drugiej połowie roku bardzo niekorzystny wpływ na sprzedaż miał czynnik pogodowy. Utrzymujące się wysokie temperatury ograniczyły możliwości sprzedaży odzieży wierzchniej. Przedłużająca się ciepła jesień wymusiła znaczne promocje na ten asortyment, co wpłynęło na obniżenie realizowanych marży na sprzedaży detalicznej.

Pomimo wyżej opisanych niesprzyjających czynników zewnętrznych, w porównaniu z analogicznym okresem roku poprzedniego, w 2006 r. Spółka osiągnęła wzrost przychodów ze sprzedaży o 64,8% tj. do 17.759,7 tys. zł z 10.777,5 tys. zł. Było to efektem zarówno wzrostu ilości salonów firmowych do 15 (z 9 w 2005 roku), jak i wzrostu efektywności działania istniejących punktów detalicznych poprzez wzrost sprzedaży na metr kwadratowy powierzchni handlowej.

Reasumując, realizowana od dwóch lat strategia rozwoju firmy zaczyna przynosić wymierne efekty w postaci znacznego wzrostu przychodów ze sprzedaży oraz poprawy efektywności posiadanych zasobów. W związku rozszerzeniem profilu działalności o sprzedaż detaliczną realizowaną we własnych salonach firmowych Spółka poniosła znaczne nakłady inwestycyjne, marketingowe i wdrożeniowe obciążające wynik finansowy za 2006 rok, których wymierne efekty będą widoczne w latach następnych.

Podjęte przez nas działania mające na celu zmniejszenie wpływu niekorzystnych czynników pogodowych na realizowaną sprzedaż oraz obserwowane obecnie pozytywne tendencje w przychodach ze sprzedaży oraz rentowności sieci salonów firmowych powinny przynieść już w 2007 roku pozytywne efekty w postaci znaczącej poprawy wyniki finansowego

Z poważaniem,

Jacek Pudło

Prezes Zarządu