

Łódź, 25 kwietnia 2008 r.

Do Akcjonariuszy Redan SA

Szanowni Państwo,

Rok 2007 to dla Grupy Kapitałowej REDAN okres sukcesów oraz, niestety, wciąż jeszcze porażek. Z jednej strony zaczęły się już pojawiać pozytywne efekty działań, które zostały podjęte w ramach realizacji Programu Odzyskania Efektywności. Z drugiej strony, nastąpiło niespodziewane załamanie sprzedaży i drastyczne pogorszenie wyników marki Troll. W konsekwencji nie udało się zamknąć roku pozytywnym wynikiem finansowym, zaś poniesiona strata była istotnie wyższa niż pierwotnie zakładaliśmy. Pomimo tego, jestem przekonany, że zrealizowane działania i rozpoczęte procesy będą miały pozytywny wpływ na wyniki finansowe w następnych latach.

Złe wyniki sprzedaży marki Troll były dużym rozczarowaniem. Problem był tym większy, iż w związku z istotnym rozwojem sieci sprzedaży tej marki w 2006 roku, zakładaliśmy, że będzie ona motorem napędzającym wyniki Grupy Kapitałowej Redan w 2007 roku. Niestety, błędy popełnione w strategii marketingowej, a w konsekwencji kiepska jakość produktu, który nie był dopasowany do oczekiwań klientek, wpłynęły na istotne pogorszenie sprzedaży. Dlatego też, podjęliśmy radykalne kroki w celu naprawienia zaistniałej sytuacji. Wdrożyliśmy plan naprawczy, którego celem była rewizja dotychczasowej strategii oraz zmiana komunikacji marketingowej i oferowanych produktów. W konsekwencji, przenieśliśmy centralę Troll z Gdyni do Łodzi, co pozwala na lepsze wykorzystanie potencjału zasobów w markach detalicznych Grupy Redan oraz oszczędność kosztów. Pozyskaliśmy także nowych managerów z doświadczeniem w branży odzieżowej. Podjęliśmy decyzję o zamknięciu 8 sklepów własnych, które nie mają potencjału rozwój i szans na poprawę wyników. Zmieniliśmy również zasady współpracy ze sklepami franczyzowymi. Zaowocowało to istotnym wzrostem ich sprzedaży. Działania te wpłyną na istotną poprawę wyników marki już w 2008 roku.

Rok 2007 to duży przełom w marce Top Secret. Wyraźne efekty zaczęły przynosić podjęte w 2006 roku działania naprawcze. Niewielkie sukcesy odnieśliśmy już w pierwszym półroczu, sprzedając kolekcję wiosna-lato'2007. Jednakże, przełomowa była sprzedaż kolekcji jesień-zima'2007. Przyniosła istotne wzrosty sprzedaży, a przede wszystkim wolumenu realizowanej marży. W konsekwencji, istotnie poprawiły się wyniki marki. Powróciliśmy także do realizacji szerszych kampanii reklamowych w celu kreowania nowego wizerunku Top Secret. W 2007 r. dużo pracy poświęciliśmy również na przygotowanie dynamicznego rozwoju sieci sprzedaży w kolejnych latach. Jesteśmy przekonani, że powyższe działania spowodują, iż marka Top

Secret osiągnie w 2008 roku pozytywny wynik finansowy, jednocześnie dynamicznie się przy tym rozwijając.

Dla sieci sklepów Textilmarket rok 2007 był kolejnym okresem stabilnego wzrostu. Liczba sklepów zwiększyła się o 23%. Na koniec roku posiadaliśmy 145 placówek. Rozbudowaliśmy oferowany klientom asortyment produktów. Wpłynęło to pozytywnie na wzrost przychodów ze sprzedaży tej sieci.

W 2007 roku podjęliśmy decyzję o zamknięciu sprzedaży hurtowej na Ukrainie. Spadek rentowności oraz rosnące ryzyko należności i starych zapasów, spowodowały, iż uznaliśmy, że dalsza działalność w tym zakresie nie ma przyszłości. Jednocześnie podjęliśmy decyzję o istotnym rozwoju sieci sprzedaży detalicznej Top Secret w tym kraju, zarówno sklepów własnych jak i franczyzowych. Działania te będą przynosić systematyczną poprawę wyników i wzrost sprzedaży eksportowej.

Pomimo, iż ostatecznie w roku 2007 nie udało się osiągnąć pozytywnego wyniku finansowego, to podjęte działania istotnie wpłyną na poprawę sytuacji w kolejnych latach. W roku 2008 i latach następnych najważniejszym zadaniem będzie wzrost sprzedaży w każdej z naszych marek i na tym skoncentrujemy naszą uwagę. W konsekwencji, przełożymy się to na zyski, które Grupa Kapitałowa Redan będzie generować dla swoich akcjonariuszy.

Z poważaniem,

Piotr Kulawiński
Prezes Zarządu