

## ***Pismo Prezesa Zarządu do Akcjonariuszy Spółki VRG S.A.***

*Szanowni Państwo,*

*Mamy za sobą bardzo udany 2019 rok. Skonsolidowane przychody ze sprzedaży Grupy Kapitałowej VRG przekroczyły w minionym roku po raz pierwszy w naszej historii miliard złotych i wyniosły 1,068 mld zł, co daje 33% dynamikę wzrostu do przychodów osiągniętych w analogicznym okresie poprzedniego roku. Efekt ten został osiągnięty pomimo dalszego rozszerzenia zakazu handlu w niedziele. Grupa zakończyła rok posiadając 590 salonów w 104 miastach w całej Polsce, co przełożyło się na 54,4 tys. m<sup>2</sup> powierzchni. Rozwój miał miejsce zarówno poprzez salony własne jak i franczyzowe. Skonsolidowany zysk netto wyniósł 64 mln zł, co dało 20% dynamikę rok do roku. Najważniejszym wyzwaniem dla Grupy Kapitałowej VRG w minionym roku było efektywne przeprowadzenie integracji operacyjnej ze spółką Bytom S.A. Wypracowana dzięki zapowiadany przez nas synergiiom przychodowym i kosztowym skonsolidowana marża brutto była wyższa o 0,9% w stosunku do roku poprzedniego i okazała się zgodna z naszymi założeniami z początku roku, w których obiecywaliśmy jej poprawę o 1%. Zgodnie z zapowiedziami dodatkowe synergie uzyskaliśmy w obszarze zakupów i produkcji zlecanej. Dzięki lepszej alokacji procesu tworzenia naszych kolekcji, wykorzystaniu bazy wspólnych dostawców i producentów, zwiększonym wolumenom zamówień i uzyskanej przez to silniejszej pozycji negocjacyjnej, obniżyliśmy koszty zakupów produktów oraz towarów, a także koszty produkcji zlecanej. Należy podkreślić, iż uzyskana poprawa marży jest również wynikiem koordynacji polityki promocyjnej stosowanej przez poszczególne marki odzieżowe zarządzane przez VRG S.A. Stanowi to pozytywną zmianę wynikającą z połączenia z Bytom S.A., po którym ostra rynkowa konkurencja, zwłaszcza pomiędzy markami Vistula i Bytom, zastąpiona została zróżnicowaną komunikacją z klientem i pracą nad wyraźnym rozróżnieniem stylistycznym obu marek.*

*Grupa Kapitałowa zanotowała w roku ubiegłym wzrost sprzedaży zarówno w segmencie odzieżowym jak i jubilerskim. Część odzieżowa, osiągnęła przychody w wysokości 692 mln zł i dynamikę około 43% głównie dzięki przejęciu spółki Bytom S.A. Potwierdziły się ostatnie tendencje modowe ukierunkowujące popyt naszych klientów w stronę kolekcji casual. Wszystkie nasze marki aktywnie podążając za tym trendem, z sukcesem wprowadziły swoje kolekcje na rynek osiągając wzrosty sprzedaży. Zgodnie z przyjętą przez nas koncepcją wzajemnego pozycjonowania marek w ramach Grupy Kapitałowej, Bytom utrzymał swoją bardziej klasyczną linię, a Vistula pozostała marką bardziej modową. Podkreśleniu i utrzymaniu tożsamości obu marek służy zachowanie w strukturze organizacyjnej VRG S.A. odrębnych zespołów projektowych i marketingowych marek Vistula i Bytom. Odzież formalna, której symbolem jest nadal klasyczny garnitur, ma coraz mniejszy udział w naszych przychodach, ale dzięki umiejętności dostosowania kolekcji do aktualnych trendów i elastycznej polityce cenowej potrafimy generować wzrosty przychodów.*

*Nasza marka luksusowej odzieży damskiej Deni Cler również z sukcesem rozwijała się w roku 2019. Przy braku wzrostu powierzchni handlowej jej przychody wzrosły o 7%, przy wzroście marży do 60%. Poprawę efektywności sprzedaży w tej marce zawdzięczamy wprowadzeniu udanych kolekcji kapsułowych, rozwojowi konceptu shop in shop i zwiększeniu obecności marki Deni Cler w wybranych salonach multibrandowych.*

*Reprezentująca segment jubilerski marka W.KRUK może pochwalić się dwucyfrowym tempem wzrostu. Przychody detaliczne marki W.KRUK wyniosły 371 mln zł, co dało 19% dynamikę w stosunku do roku 2019. W roku ubiegłym oferta W.KRUK wzbogaciła się również o nowe kategorie produktowe obejmujące diamenty stworzone przez człowieka w laboratoriach (New Diamond by W.KRUK) oraz kolekcję perfum. W tym roku W.KRUK obchodzi jubileusz 180-lecia i będzie to doskonała okazja do tego, aby podkreślić, iż jest to marka o najdłuższej historii na polskim rynku jubilerskim.*

Zgodnie z zapowiedziami, oprócz inwestycji w salony stacjonarne, 2019 rok był również rokiem dynamicznego rozwoju sprzedaży internetowej. W 2019 roku sprzedaż sklepów internetowych Grupy Kapitałowej VRG wyniosła 145 mln zł, co stanowi wzrost o 50% rok do roku. W przychodach Grupy za 2019 rok udział kanału internetowego wyniósł już prawie 14%. Sprzedaż naszych sklepów internetowych rozwija się systematycznie od lat w tempie wielokrotnie wyższym od sprzedaży w sieci stacjonarnej, zgodnie ze zmianami w zachowaniach konsumentów, w coraz większym stopniu korzystających z możliwości zakupów w sieci. Podobnie jak w latach ubiegłych liderem sprzedaży internetowej wśród wszystkich marek Grupy była Wólczanka, której sprzedaż w internecie wzrosła o 40% i udział kanału internetowego w przychodach tej marki wyniósł już prawie 37 %.

W związku z rozwijającą się epidemią koronawirusa w Polsce w ostatnich tygodniach doszło do sytuacji absolutnie nadzwyczajnej, która jeszcze nigdy nie wystąpiła w trakcie długoletniego funkcjonowania naszych marek na rynku. Wszystkie sklepy stacjonarne naszej Grupy znajdujące się w centrach handlowych zostały zamknięte, a perspektywa ich otwarcia w najbliższym czasie jest niepewna. Oznacza to, iż w okresie ich zamknięcia stracimy ponad 80% naszych przychodów. A po tym okresie, spodziewając się istotnej zmiany sentymentów zakupowych naszych klientów oraz obniżenia popytu konsumpcyjnego przewidujemy, że również po otwarciu sklepów przychody będą niższe. Szacujemy, że perspektywa powrotu do poziomów sprzedaży zbliżonych do poprzedniego roku pojawi się dopiero wraz ze startem kolekcji jesiennej. Utrata przychodów, która nastąpi w pierwszej połowie roku nie będzie możliwa do zrekompensowania w pozostałej części roku. Oznacza to również, że w bieżącym roku po raz pierwszy od 7 lat nie będziemy mogli osiągnąć dwucyfrowej dynamiki przychodów i zysków do której przyzwyczailiśmy naszych akcjonariuszy.

Obecna sytuacja wymaga przededefiniowania celów, które sobie stawiamy w roku 2020. Będziemy się teraz koncentrować przede wszystkim na zachowaniu płynności finansowej i poprawie zarządzania kapitałem obrotowym. W ramach podjętych działań będziemy dążyć do ograniczenia kosztów działalności, ograniczymy inwestycje z planowanych 25 mln zł do około 15 mln zł, przystąpimy do renegotjacji stawek czynszowych i przyspieszymy zamknięcia nierentownych sklepów. Będziemy jeszcze mocniej skupiać swoje działania na intensyfikacji sprzedaży w sklepach internetowych poprzez optymalizację procesu zakupowego w zakresie maksymalnego skrócenia czasu dostawy, ułatwienia zwrotów oraz rozwijania systemu rekomendacji kolejnych zakupów. Przewidujemy, że udział sklepów internetowych w naszych przychodach przekroczy wyraźnie 20%. Dokonamy również znaczącej optymalizacji wolumenu zamówień na drugą połowę bieżącego roku, dostosowując ją do spodziewanego popytu. Wszystkie te działania mają przeprowadzić naszą Grupę Kapitałową przez bezprecedensowy kryzys, którego doświadczamy jako branża detaliczna od połowy marca bieżącego roku i którego skutków nie możemy do końca przewidzieć. Wierzymy, iż podjęte działania w połączeniu z solidarną postawą naszych pracowników, za którą serdecznie dziękuję, pozwolą na powstrzymanie i skuteczne opanowanie sytuacji, jaką epidemia koronawirusa stworzyła dla zdrowia i życia obywateli, a w konsekwencji dla naszej Grupy i całej polskiej gospodarki.

Nasza Grupa Kapitałowa będąc w bardzo dobrej kondycji finansowej i realizując strategię budowy „Domu Marek” jest przygotowana na długoterminowy i dynamiczny rozwój. Jestem przekonany, że obecna nadzwyczajna sytuacja związana z epidemią koronawirusa, która tak mocno nas obecnie dotyka, nie przekreśli naszych długofalowych zamierzeń i planów, a jedynie odracza je w czasie. Wierzę, że dzięki aktywności i zaangażowaniu całego naszego zespołu przetrwamy ten trudny okres i wkrótce powrócimy na ścieżkę dalszego dynamicznego wzrostu.

Grzegorz Pilch  
Prezes Zarządu

Kraków, dn. 30 marca 2020 roku