

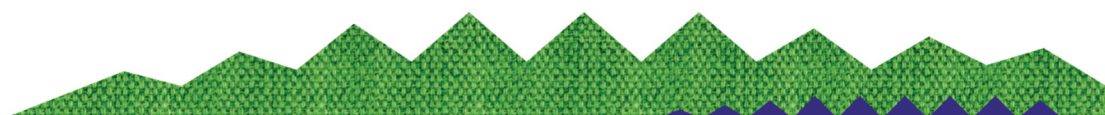
List Zarządu do Pracowników i Akcjonariuszy

Drodzy Pracownicy, Akcjonariusze oraz Klienci,

przedstawiamy Państwu raport roczny opisujący najważniejsze osiągnięcia i wyniki finansowe Grupy CDRL w 2019 roku. To pierwszy raz, kiedy możemy podsumować działalność nowej, powiększonej Grupy CDRL. W minionym roku zrealizowaliśmy szereg akwizycji, które sprawiły, że obecnie portfolio Grupy poza Cocodrillo tworzą również: Buslik (białoruska sieć sklepów z artykułami dla dzieci i niemowląt), Lemon Explore (odzież i obuwie dziecięce), Petit Bijou (akcesoria dziecięce), Broel (czapki) oraz Sale Zabaw Fikołki.

Rok 2019 upłynął nam na intensywnych pracach związanych z konsolidacją nowej, dwukrotnie większej pod względem przychodów Grupy. Dzięki sprawnie przeprowadzanym procesom optymalizacyjnym stajemy się spójną i efektywnie działającą grupą kapitałową. Dalej kontynuujemy te procesy, a w wyniku 2019 roku nie widać jeszcze pełnych efektów prac optymalizacyjnych, które ze względu na wielkość Grupy nie są szybkimi procesami. Jednak już teraz możemy powiedzieć, że Grupa CDRL jest znaczącym graczem na rynku międzynarodowym, a jednocześnie jednym z liderów wśród projektantów oraz dystrybutorów odzieży i akcesoriów dziecięcych w Europie Środkowo-Wschodniej.

Proces przejęcia właściciela białoruskich sklepów Buslik zakończył się na przełomie 2018 i 2019 roku. To był ważny krok w rozwoju Grupy, który zagwarantował nam kontrolę nad białoruską siecią stanowiącą jeden z najważniejszych kanałów zagranicznej sprzedaży Grupy. Buslik jest liderem sprzedaży na Białorusi z kompleksową ofertą produktów dla dzieci, obejmującą m.in. odzież dziecięcą, obuwie, akcesoria niemowlęce, zabawki, kosmetyki, artykuły szkolne oraz wyposażenie pokoju dziecięcego. Sieć liczy 46 punktów handlowych i posiada około 10-procentowy udział w rynku. W minionym roku skoncentrowaliśmy swoją uwagę na unowocześnieniu i zoptymalizowaniu modelu biznesowego Buslika, tak aby na coraz bardziej konkurencyjnym, białoruskim rynku produktów dla dzieci, zaoferować klientom dodatkową wartość, w postaci nie tylko odpowiednio dobranej oferty asortymentowej, z szerokim udziałem marek własnych, ale także zwiększonego komfortu procesu zakupowego. W rezultacie powstał nowy format Buslika o zredukowanej powierzchni, nastawiony przede wszystkim na sprzedaż odzieży i obuwia, zabawek oraz artykułów szkolnych. Bardzo intensywnie pracowaliśmy także nad rozwojem multibrandowej platformy e-commerce. Dzięki stworzeniu w połowie 2019 roku nowego magazynu e-commerce w Mińsku – udostępniliśmy pełną ofertę produktów w tym kanale oraz zwiększyliśmy dzienną liczbę realizowanych zamówień. Kanał ten posiada ogromny potencjał sprzedażowy, a w 2019r. jego udział w przychodach ogółem wzrósł prawie dwukrotnie.



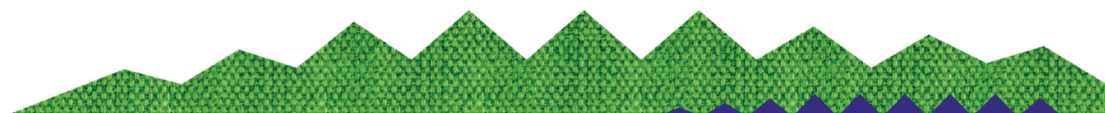
Na początku 2019 roku sfinalizowaliśmy przejęcie udziałów w spółce odzieżowej Lemon Fashion oferującej artykuły dla aktywnych dzieci, a także zwiększyliśmy zaangażowanie w spółce Sale Zabaw Fikołki. W 2019 roku zainwestowaliśmy również we wrocławską markę Broel, renomowanego producenta czapek dziecięcych.

Równolegle prowadziliśmy działania związane z rozwojem organicznym i dokładaliśmy wszelkich starań, aby systematycznie i długoterminowo rozwijać działalność spółki i osiągać coraz lepsze wyniki finansowe. W minionym roku Grupa CDRL wypracowała rekordowe skonsolidowane przychody ze sprzedaży, które wyniosły 514,2 mln zł. Oznacza to wzrost o blisko 105 proc., z poziomu 251,3 mln zł rok wcześniej. EBITDA wyniosła 54,3 mln zł i była wyższa o ponad 60 proc od wypracowanej w ubiegłym roku.

Budowa liczącej się na arenie międzynarodowej spółki to praca bardzo żmudna i czasochłonna, wymagająca również nakładów finansowych, poniesienia dodatkowych kosztów w pierwszych kwartałach – w 2019 roku spowodowała ona spadek rentowności Grupy CDRL względem ubiegłego roku. Dodatkowym obciążeniem dla wyników Grupy była wyjątkowo ciepła zima, która przełożyła się na sprzedaż zarówno w Cocodrillo, jak i w Busliku. Pomimo naszych starań sieć Buslik rok 2019 zakończyła stratą na poziomie netto, która wynikała m.in. z niższej od oczekiwań sprzedaży zabawek w grudniu oraz rosnącej konkurencji nie tylko na wewnętrznym rynku offline, ale także ze strony rosyjskich multibrandowych sklepów internetowych. Podejmowane działania optymalizacyjne polegające m.in. na sprawniejszym zarządzaniu asortymentem marek własnych, jak również redukcji zatrudnienia, pozwoliłyby w normalnych warunkach na dalszą poprawę wyniku i osiągnięcie zysku netto.

Początek 2020 r. przyniósł jednak komplikacje i problemy, które dotknęły nie tylko Grupę CDRL, ale branżę handlową, a nawet całą gospodarkę. Pandemia koronawirusa SARS-CoV-2 spowodowała konieczność wprowadzenia przez władze państwowe ograniczeń w zakresie funkcjonowania galerii handlowych i sklepów tam zlokalizowanych, które zaczęły obowiązywać od 14 marca 2020 r. i potrwać co najmniej do 11 kwietnia br. Sytuacja ta w sposób istotny wpłynie na wyniki Grupy, przede wszystkim przez znaczące zmniejszenie przychodów. Dokładny wpływ tej nadzwyczajnej sytuacji na wyniki CDRL, zależy w głównej mierze od długości trwania ograniczeń oraz zakresu ewentualnych państwowych pakietów pomocowych.

Obecnie koncentrujemy nasze siły na rozbudowie i wzmacnianiu kanału e-commerce, który stał się tymczasowo głównym kanałem sprzedaży na terenie Polski, Czech, Słowacji, Niemiec, Austrii i UE. Aktualna sytuacja pokazuje, że z dnia na dzień zmieniały się potrzeby klientów. Trendy w ostatnich dniach wskazują wzrost ruchu oraz dłuższy czas przebywania użytkownika w Internecie, dodatkowo rośnie zaangażowanie użytkownika z offline w online i już 52% użytkowników planuje robić zakupy



online. To duża szansa dla tego kanału, którą chcemy wykorzystać. W styczniu zostało wdrożone nowe oprogramowanie platformy sprzedażowej e-commerce, które pozwoli nam wykorzystać ten trend i zaktywizować sprzedaż online. Trudno jednak oszacować skalę wzrostu w perspektywie kolejnych tygodni. Sytuacja związana z zagrożeniem epidemiologicznym jest bardzo dynamiczna, a priorytetem jest dla nas maksymalizacja bezpieczeństwa naszych Klientów i Pracowników. Jednocześnie podejmujemy wszelkie działania aby minimalizować negatywny wpływ obecnej sytuacji na wyniki finansowe i jak najszybciej wrócić na ścieżkę wzrostu skali działalności oraz wyników finansowych.

Z tego miejsca bardzo dziękujemy za ciężką pracę i zaangażowanie Pracowników naszej firmy. Na nasze sukcesy pracuje zgrany zespół kompetentnych i doświadczonych ludzi, który dzięki sumiennej, codziennej pracy tworzą znaną i cenioną markę na arenie międzynarodowej. Dziękujemy również Wam, drodzy Akcjonariusze – za zaufanie, którym nas obdarzacie i które daje nam motywację do dalszego rozwoju.

Z poważaniem,

Marek Dworczak – Prezes Zarządu

Tomasz Przybyła – Wiceprezes Zarządu

