

## List Zarządu do Pracowników i Akcjonariuszy

Drodzy Pracownicy i Akcjonariusze,

za nami kolejny rok intensywnej pracy, która zaowocowała dynamicznym wzrostem naszej spółki. Z całą pewnością możemy powiedzieć, że 2018 rok to najlepszy okres w historii Grupy CDRL, przełomowy w jej rozwoju.

Najważniejszym celem naszej działalności jest długoterminowy wzrost wartości naszej Grupy i jej ciągły rozwój. Chcemy dostarczać naszym klientom, a przede wszystkim dzieciom kompleksową ofertę ubrań i akcesoriów towarzyszących im na każdym etapie rozwoju. W 2018 roku szczególnie aktywnie działaliśmy w obszarze akwizycji, co doprowadziło do przejścia sieci supermarketów Buslik na Białorusi i spółki Lemon Fashion. Nabyliśmy też udziały w spółce Sale Zabaw Fikołki i Broel. Jednocześnie dokładaliśmy wszelkich starań, by rozwijać się organicznie i osiągać coraz lepsze wyniki finansowe. Takie podejście doprowadziło do sytuacji, w której możemy powiedzieć o Grupie CDRL jako firmie międzynarodowej, jednym z liderów wśród projektantów oraz dystrybutorów odzieży i akcesoriów dziecięcych w Europie Środkowo-Wschodniej. Wyniki, które osiągnęliśmy w 2018 roku są rekordowe w całej historii spółki.

W 2018 roku wypracowaliśmy bardzo dobre skonsolidowane wyniki finansowe. Najwyższą, aż 80 proc. dynamikę wzrostu zanotowaliśmy na wyniku netto, który ukształtował się na poziomie 23,4 mln zł, wobec 13,0 mln zł w 2017 roku. Przychody Grupy CDRL wyniosły w tym okresie 251,3 mln zł i wzrosły o blisko 10 proc., z poziomu 229,3 mln zł rok wcześniej. EBITDA wyniosła 33,8 mln zł i była wyższa o 16,4 proc. od wypracowanej w roku ubiegłym. Marża na sprzedaży wzrosła o 2,5 p.p. w porównaniu do 2017 roku i wyniosła 56 proc. Marża zanotowana tylko w polskich sklepach wyniosła 60,4 proc.

Jednostkowo również zanotowaliśmy wzrosty na wszystkich poziomach operacyjnych. Marża na sprzedaży zwiększyła się z 49,6 proc. do 52 proc. Przychody wzrosły o ponad 9 proc., zysk netto o 140 proc., wartość EBIT o 85 proc., a EBITDA o 77 proc.

Osiągnięte wyniki operacyjne i finansowe są zgodne z naszymi oczekiwaniami i wyznaczonymi założeniami.

Pomimo tak dobrych wyników nie spoczywamy na laurach i dalej pracujemy nad optymalizacją, usprawnieniem i rozwojem organicznym sieci detalicznej. Na koniec 2018 roku sieć sklepów pod marką Coccodrillo w Polsce i za granicą liczyła 501 punktów sprzedażowych. Koncentrujemy się na optymalnym dostosowaniu liczby sklepów w Polsce, która wynosi obecnie 251 salonów. Pracujemy nad intensywnym rozwojem sieci za granicą, na terenie Unii Europejskiej posiadamy 145 sklepów i 105 sklepów w pozostałych krajach. W raportowanym okresie rozpoczęliśmy sprzedaż w trzech nowych krajach tj. Niemczech, Nigerii i na Słowenii.

Przywiązujemy ogromną wagę do rozwoju kanału e-commerce, w którym sprzedaż rok do roku rośnie w dynamicznym, dwucyfrowym tempie. To efekt rozszerzenia platformy oraz ciągłych usprawnień, które na bieżąco wprowadzamy. W listopadzie zakończyliśmy rozpoczętą w lutym 2018 roku budowę nowej hali magazynowej. Inwestycja powstała w odpowiedzi na rosnące zapotrzebowanie w kanale e-commerce, zarówno w Polsce jak i za granicą. Dzięki niej będziemy mogli lepiej zarządzać posiadany towarem - przez cały rok dostępna będzie pełna oferta dla klientów ze wszystkich kanałów dystrybucji. Magazyn usprawni kompletowanie paczek i przyspieszy wysyłkę towaru do naszych klientów. Inwestycja zmniejszyła także koszty obsługi i zoptymalizowała procesy logistyczne.

W odpowiedzi na potrzeby rynku wprowadzamy do naszej oferty sprzedaż obuwia dziecięcego. Zaprojektowaliśmy buty na każdą okazję, przystosowane do aktywnego stylu życia dzieci. Jedną z linii własnych obuwia jest obuwie tekstylne, przeznaczone do użytku wewnętrznego dla przedszkolaków. Wdrażamy również tekstylne buty outdoorowe, lifestylowe, sportowe z kauczukową podeszwą i modele na specjalne okazje jak święta czy komunie. Istotny udział w sprzedaży obuwia stanowią również kalosze i sandały - ten asortyment również będziemy rozwijać.

Na przełomie 2018 i 2019 roku z sukcesem zakończyliśmy długotrwały proces przejęcia Handlowo-Przemysłowej Grupy West Ost Union (obecnie DPM), właściciela supermarketów Buslik na Białorusi. To lider sprzedaży z kompleksową ofertą dla dzieci w tym kraju, posiadający ok. 10-procentowy udział w rynku. Sieć liczy 46 punktów handlowych, w których oferowana jest m.in. odzież dziecięca, akcesoria niemowlęce, zabawki, kosmetyki, meble i wiele innych. Dzięki przejęciu zagwarantowaliśmy sobie kontrolę nad białoruską siecią, stanowiącą jeden z najważniejszych kanałów sprzedaży za granicą. Akwizycja umożliwi rozszerzenie asortymentu w supermarketach o marki własne, przede wszystkim odzież Coccodrillo i Lemon Fashion, co przełoży się na wzrost przychodów.

Przejęcie spółki DPM dało nam dostęp do multibrandowej platformy e-commerce Buslika, w której widzimy ogromny potencjał sprzedażowy. Poprzez zwiększenie asortymentu i dodanie nowych funkcjonalności, a także dzięki posiadanemu doświadczeniu i know-how, będziemy w stanie rozwinąć kanał internetowy na Białorusi, a następnie wyjść z nim do klientów w Rosji. To perspektywa otwierająca drzwi do blisko 150 milionowego, rozwijającego się rynku. Do 2020 roku chcielibyśmy przenieść koncept multibrandowego sklepu online na inne rynki Europy Środkowo-Wschodniej oraz w ościennych krajach.

Na początku 2019 roku sfinalizowaliśmy przejęcie udziałów w spółce odzieżowej Lemon Fashion oferującej artykuły dla aktywnych dzieci. Dzięki temu rozszerzyliśmy ofertę naszej Grupy o m.in. takie marki jak Lemon Explore, Lemon Fashion, Thermotex, Actisoft oraz akcesoria Petit Bijou. Kierujemy tę ofertę głównie do rodziców i dzieci z Białorusi i Rosji.

W styczniu zwiększyliśmy również zaangażowanie w spółce Sale Zabaw Fikołki. Chcemy być z dziećmi na każdym etapie ich życia i rozwoju, w Fikołkach dostarczamy im zabawy, uczymy i pokazujemy świat. Dostrzegamy szereg korzyści i synergii wynikających z nawiązanej współpracy, możemy tworzyć wspólne oferty dla naszych klientów. Odzież marki Coccodrillo sprzedawana jest w każdym z siedmiu punktów Fikołków.

Naszą ostatnią inwestycją jest udział we wrocławskiej spółce Broel, renomowanego producenta czapek dziecięcych. Podobnie jak marka Coccodrillo, Broel pozycjonowany jest w segmencie marek premium. Wzmacniamy ofertę dodatków i akcesoriów dziecięcych o doskonałe jakościowo czapki. Stawiamy na rozwój tej marki poprzez zwiększenie sprzedaży głównie w kanale e-commerce.

Miniony rok był dla nas wyjątkowym, postawiliśmy na inwestycje w podmioty, których wizja rozwoju i wartości są podobne do naszych. Dzięki nim powiększyliśmy Grupę dwukrotnie i staliśmy się czołowym dystrybutorem odzieży dziecięcej w regionie CEE. W 2019 i 2020 roku chcemy skoncentrować się na dalszym rozwoju naszych spółek. Wykorzystamy nasze wieloletnie doświadczenie i zdobytą wiedzę by wydobyć potencjał każdego z biznesów i stworzyć jeszcze silniejszą Grupę CDRL.

Misją naszej firmy jest dostarczanie dzieciom i rodzicom kompleksowej oferty, produktów najlepszych jakościowo, dostosowanych do ich potrzeb i oczekiwań. Grupa CDRL dba o każdą sferę życia najmłodszych - ubieramy, uczymy i bawimy. Wiemy, że praca, którą wkładamy w rozwój Grupy przynosi wymierne efekty - nasi klienci pozostają lojalni marce Coccodrillo i od wielu lat darzą ją swoim zaufaniem.

To co stworzyliśmy nie byłoby możliwe bez zaangażowania pracowników naszej firmy. Posiadamy wspaniałą, kompetentną i doświadczoną kadrę, dzięki której rozwijamy się tak dynamicznie. Nie mierzymy wartości firmy tylko wynikami finansowymi, ale również przez pryzmat zespołu, który utożsamia się z firmą i daje sto procent swoich możliwości. Dziękujemy za cały rok Waszej pracy, jesteście współautorami sukcesu, który osiągnęliśmy.

Wielkie podziękowania należą się również Wam, Akcjonariuszom. Dziękujemy za okazane zaufanie, wsparcie i motywację do dalszego działania.

Z poważaniem,

Marek Dworczak – Prezes Zarządu

Tomasz Przybyła – Wiceprezes Zarządu