

Szanowni Akcjonariusze,
Szanowni Klienci,
Szanowni Państwo,

Mam przyjemność przekazać Państwu Raport Roczny „MONNARI TRADE” S.A. za 2011 r.

Dla Spółki ubiegły rok był czasem wyjątkowej pracy w wielu obszarach działania. Do najważniejszych celów, które z powodzeniem udało się zrealizować było wykonanie w większości zawartego z wierzycielami układu. Jednym z elementów powyższego układu była emisja akcji serii G, które Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie dopuściła do obrotu giełdowego.

Dzięki pozytywnym negocjacjom z centrami handlowymi, Zarząd Spółki ustabilizował sieć sprzedaży, która na koniec 2011 r. liczyła 98 salonów. Należy ocenić, że trzy czwarte salonów sprzedaży jest położonych w bardzo dobrych i dobrych lokalizacjach oraz generują one satysfakcjonujące obroty. W bieżącym roku zmiana lokalizacji może dotyczyć ok. 10 % posiadanych salonów. W najbliższych latach, Zarząd Spółki przewiduje ustabilizowany rozwój organiczny przedsiębiorstwa z jedną podstawową marką - MONNARI.

W 2011 r. na przełomie sezonu letniego i jesiennego uruchomiona została sprzedaż internetowa. Zarząd ocenia powyższe przedsięwzięcie za udane - z miesiąca na miesiąc sklep internetowy nadal zwiększa swoje obroty. Koncepcja rozwoju sprzedaży poprzez kanał internetowy upodabnia działania Spółki do strategii realizowanych przez zagraniczne koncerny odzieżowe na rynkach Europy Zachodniej.

Po trudnym okresie upadłości Spółka pracuje nad wewnętrzną reorganizacją. W 2011 r. główna uwaga była zwrócona na obniżenie kosztów wytworzenia kolekcji poprzez zwiększony nadzór nad całym cyklem produkcji. Skutki tych działań powinny być widoczne w zwiększeniu marży sprzedawanych w tym roku kolekcji.

Podniesienie efektywności sprzedaży stanowi kolejny ważny punkt, którego realizacja jest kontynuowana w bieżącym roku.

Spółka skoncentrowała się na umocnieniu marki MONNARI i jej powrocie do grona marek prestiżowych. Podjęto szereg działań marketingowych m.in. zaangażowano polską Top modelkę - Agnieszkę Maciąg. MONNARI przeprowadziła też akcje promocyjne z firmami Bielenda i Whirpool.

Oceniam, że nie wszystkie podjęte działania przyniosły efekty ekonomiczne w ubiegłym roku, ponieważ Spółka zakończyła rok 2011 stratą. Jednak uważam, że efekty będą widoczne w kolejnych okresach sprawozdawczych.

Jestem przekonany, że kontynuowanie przyjętej strategii polegającej na koncentracji na podstawowej marce, dyscyplina kosztowa oraz wewnętrzna reorganizacja przedsiębiorstwa, pozwoli MONNARI na powrót do grona spółek generujących zyski.

Dziękuję wszystkim interesariuszom Spółki za cierpliwość w trudnym okresie dla Spółki oraz za zaufanie powierzone przede wszystkim Zarządowi. Mam świadomość odpowiedzialności za prowadzone działania restrukturyzacyjne i zobowiązuje się do jak najlepszego ich wykonania.

Z poważaniem,

