

Załącznik do raportu bieżącego Spółki Vistula & Wólczanka S.A. nr 26/2008 z dnia 19 czerwca 2008 roku

**Ocena Rady Nadzorczej Vistula & Wólczanka S.A.
dotycząca sytuacji Spółki Vistula & Wólczanka S.A. w 2007 roku**

Ocena sytuacji Spółki Vistula & Wólczanka SA w 2007 roku została sporządzona na podstawie Uchwały Nr 18 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Spółki z dnia 28 czerwca 2005 roku w sprawie przestrzegania zasad ładu korporacyjnego oraz na podstawie § 10 ust. 2 pkt. d) Regulaminu Rady Nadzorczej, zgodnie z którym do szczególnych uprawnień Rady Nadzorczej Spółki należy przedkładanie Walnemu Zgromadzeniu zwięzłej pisemnej oceny sytuacji Spółki, dołączonej do raportu rocznego przekazywanego do wiadomości publicznej.

Rada Nadzorcza w trakcie posiedzenia odbytego w dniu 18 czerwca 2008 roku podjęła uchwały, które pozytywnie oceniły sprawozdania finansowe Spółki Vistula & Wólczanka S.A. i Grupy Kapitałowej Vistula & Wólczanka S.A. za rok 2007 oraz sprawozdanie Zarządu Vistula & Wólczanka S.A. z działalności Spółki w 2007 roku. Jednocześnie, zgodnie z zasadą nr 18 „Dobrych praktyk w spółkach publicznych w 2005 roku”, w uzupełnieniu wyżej wymienionych uchwał, Rada Nadzorcza stwierdza, że w roku 2007 Spółka systematycznie realizowała swoje główne cele strategiczne polegające na generowaniu pozytywnych efektów ekonomicznych fuzji spółek Vistula S.A. i Wólczanka S.A. oraz integracji Galerii Centrum Sp. z o.o. w ramach grupy kapitałowej Vistula & Wólczanka S.A. Skonsolidowane wyniki finansowe uzyskane w 2007 roku potwierdzają oczekiwane rezultaty synergii powstałych w wyniku fuzji spółek Vistula S.A. i Wólczanka S.A. oraz przejęcia kontroli nad siecią detaliczną marki Galeria Centrum.

Dzięki powodzeniu przeprowadzonej w latach poprzednich restrukturyzacji, uzyskaniu dobrej kondycji finansowej pozwalającej na stopniowe zwiększenie inwestycji w rozwój własnej sieci detalicznej Spółka konsekwentnie zmienia profil swojej podstawowej działalności operacyjnej planowo odchodząc od dotychczasowego produkcyjno-handlowego modelu działania w kierunku organizacji opartej na modelu marketingowo-dystrybucyjnym, w którym podstawową rolę odgrywa zarządzanie i rozwój portfelem marek o odnowionym wizerunku rynkowym, operujących w segmencie ekonomicznym i premium odzieży męskiej i damskiej oraz kosmetyków i akcesoriów komplementarnych.

Osiągnięcia Spółki w 2007 roku potwierdzają niezależne rankingi. W prestiżowym przeprowadzonym na początku bieżącego roku przez firmę Pentor rankingu „Giełdowa Spółka roku 2007” przeprowadzonym na zlecenie „Pulsu Biznesu” wśród specjalistów polskiego rynku kapitałowego, Vistula & Wólczanka S.A. zajęła znaczącą czwartą pozycję w klasyfikacji generalnej, co dodatkowo świadczy o pozytywnej ocenie jakości zarządzania Spółką oraz perspektywach jej dalszego rozwoju. W równoległe przeprowadzonym przez „Puls Biznesu” badaniu jakości produktów i usług spółek publicznych wśród tej samej wymagającej grupy respondentów Vistula & Wólczanka S.A. uzyskała pierwszą lokatę. Potwierdzeniem wysokiej pozycji rynkowej oraz prestiżu wiodących marek Spółki, wśród

szerokiego grona konsumentów, było zdobycie po raz drugi przez markę Wólczanka pierwszego miejsca w corocznym rankingu najmocniejszych marek polskich dziennika „Rzeczpospolita” w kategorii produktów niespożywczych oraz znaczący 48% wzrost wartości marki Vistula w generalnym rankingu najcenniejszych marek polskich w porównaniu do roku 2006.

Rozbudowa sieci detalicznej Spółki ma charakter dynamiczny – mając na uwadze rentowność prowadzonej działalności równoległe z otwarciem nowych sklepów w starannie dobranych lokalizacjach, prowadzony jest proces zamykania sklepów o zbyt niskiej efektywności.

Rozwój sieci handlowej marki Galeria Centrum następuje w oparciu o nowy wielkoformatowy shop koncept dedykowany klientom doceniającym znaczenie mody i jej zmian w życiu codziennym. Nowy shop koncept Galerii Centrum w 2007 roku wykorzystany został w sklepach otwartych w nowych lokalizacjach we Wrocławiu, Gliwicach, Gorzowie Wielkopolskim i Katowicach. Równocześnie z uruchamianiem nowych sklepów na bazie nowego shop konceptu przeprowadzane są modernizacje dotychczas istniejących sklepów Galerii Centrum.

Kontynuowana w 2007 roku restrukturyzacja zaplecza produkcyjnego Spółki zmierza w kierunku dostosowania posiadanego potencjału do skali własnych potrzeb na rynku krajowym oraz realizacji podpisanych przez Spółkę długoterminowych kontraktów eksportowych. Spółka coraz częściej korzysta z usług starannie wyselekcjonowanych producentów krajowych oraz zagranicznych. Stopniowe zwiększanie wolumenu produkcji zlecanej do podmiotów spoza grupy kapitałowej Vistula & Wólczanka S.A. połączone jest z utrzymywaniem pełnej kontroli nad zachowaniem wysokiej jakości produktów Spółki.

W strategii rozwoju Grupy Vistula & Wólczanka S.A. szczególnie ważną pozycję zajmują działania marketingowe, których podstawowym celem jest umacnianie wizerunku Spółki jako kreatora mody i operatora renomowanych brandów odzieżowych adresowanych również do wysokiego i luksusowego segmentów rynku polskiego. W sezonie jesień/zima 2007 przeprowadzona została szeroko komentowana w mediach kampania reklamowa wspierająca sprzedaż nowych kolekcji w sieci salonów firmowych Vistula i Wólczanka, której twarzą był znany aktor Pierce Brosnan. Wzrostowi rynkowej pozycji marek Vistula & Wólczanka służy także rozwijany program lojalnościowy ze zniżkami dla stałych klientów, którego baza danych liczy już ponad 180 tys. rekordów.

W świetle przytoczonych powyżej faktów, Rada Nadzorcza pozytywnie ocenia sytuację Spółki, ekonomiczne wyniki jej działalności w roku 2007, a także jej nowe perspektywy rozwoju związane z nabyciem przez Spółkę kontrolnego pakietu akcji spółki W.KRUK S.A., stanowiącym kolejny etap budowy jednej z najsilniejszych w Polsce i regionie grup kapitałowych konsolidujących wyróżniające się marki detaliczne w wyższym segmencie rynku odzieżowego oraz dóbr luksusowych w Polsce.