

List Prezesa Zarządu Solar Company S.A.

Szanowni Państwo,

Rok 2020 zapadnie w pamięci jako rok wielkiej próby. Styczeń i luty były udaną kontynuacją zakończonego z powodzeniem jubileuszowego roku 2019. Miesiące marzec i kwiecień upłynęły pod znakiem wybuchu epidemii COVID-19 ze skokowym obniżeniem wysokości sprzedaży oraz bardzo dużą niepewnością co do dalszej przyszłości; okres cieplejszych miesięcy charakteryzował się ograniczonym powrotem do „nowej” normalności, cechującej się m.in. zmniejszoną odwiedzalnością sklepów stacjonarnych i ich stałą pracą w reżimie sanitarnym, natomiast jesień i zima przyniosły dwa kolejne okresy zamknięcia galerii handlowych.

Wybuch pandemii wpłynął w znaczącym stopniu na wynik finansowy, przede wszystkim w miesiącach obarczonych zamknięciem galerii handlowych. W pierwszych dwóch miesiącach 2020 roku Spółka wypracowała wyniki sprzedażowe przewyższające sprzedaż w analogicznym okresie roku 2019. Niestety, od marca do końca roku, w żadnym z miesięcy nie było to już możliwe.

Decyzje podejmowane w marcu i kwietniu 2020 roku, w związku z rozwojem epidemii i rozstrzygnięciami administracyjnymi, były decyzjami trudnymi, podejmowanymi w nowych, nieznanych okolicznościach. Dotyczyły one przede wszystkim działań zapewniających stabilność zatrudnienia pracowników, maksymalnego zmniejszenia ryzyka ograniczenia płynności finansowej, zmniejszenia wielkości planowanej na kolejne sezony produkcji i właściwej realokacji wyprodukowanych już modeli. Należy pamiętać, że okres pierwszego lockdownu był zaskoczeniem, zarówno dla Zarządu jak i dla Pracowników. Obawa o przyszłość towarzyszyła wszystkim. Niepewność co do przyszłości wpłynęła istotnie na zmianę zwyczajów zakupowych klientów; zmiany te dotyczyły zarówno ograniczenia zakupów, zmiany ich profilu jak i korzystania z różnych kanałów sprzedaży. Mając na uwadze te aspekty, uważam, że podjęte wówczas decyzje okazały się adekwatne do rozwoju sytuacji.

Sklep internetowy w okresie 2,5 miesiąca od 14 marca 2020 r. podwoił swoją sprzedaż w stosunku do analogicznego okresu roku poprzedniego, a w kolejnych miesiącach 2020 roku także notował duży wzrost sprzedaży wobec porównywalnych okresów roku 2019.

Tak istotny wzrost wartości sprzedaży w sklepie internetowym przyspieszył prace usprawniające jego działanie i pozwalające na wprowadzenie nowych funkcjonalności; spowodowało to dalsze ułatwienia w korzystaniu przez klientów z tego kanału sprzedaży i zostało przez nich przyjęte z dużym zadowoleniem. Należy podkreślić, że wspomniane zmiany zwyczajów zakupowych klientów przekładały się między innymi na znaczne zwiększenie zainteresowania zakupami online i to również w okresach, kiedy sklepy stacjonarne były otwarte i notowały relatywnie nieduże spadki sprzedaży w porównaniu z rokiem poprzednim.

Epidemia wymusiła zmianę organizacji pracy, zarówno w kontekście wdrożenia w szerokim zakresie pracy w trybach home office i rotacyjnym, w każdym przypadku gdzie to było możliwe, a także dostosowania warunków pracy w galeriach handlowych – i we wszystkich działach firmy - do koniecznego reżimu sanitarnego.

Powstała sytuacja spowodowała konieczność dokładnej analizy wszelkich wydatków i ich restryktywnego ograniczenia; efektywność w tym zakresie była jednym z istotnych czynników pozwalających na stałe utrzymanie płynności finansowej. Jednocześnie Spółka podjęła działania w celu uzyskania z dostępnych źródeł dodatkowego finansowania. Wyniki tych działań zostały dokładnie opisane w sprawozdaniu finansowym Spółki.

Innym istotnym czynnikiem wpływającym na utrzymanie płynności finansowej Spółki była możliwość skorzystania z wprowadzonych rozwiązań prawnych umożliwiających niepłacenie czynszów najmu w okresach zamknięcia galerii handlowych a następnie uzyskanie w wyniku trudnych negocjacji z wynajmującymi okresowych obniżek najmu w wielu lokalizacjach.

W trakcie 2020 roku w 7 przypadkach nie przedłużono umów lub dokonano odstąpienia od nich w lokalizacjach nie generujących wystarczających korzyści ekonomicznych. Należy zauważyć, że większość wynajmujących wykazała zrozumienie sytuacji i chęć osiągnięcia kompromisu w zakresie wysokości czynszów i dalszej współpracy, niestety nie dotyczyło to wszystkich właścicieli i zarządzających galeriami handlowymi.

Na podkreślenie zasługuje wspólne działanie firm w ramach założonego w pierwszych dniach po wybuchu epidemii Związku Polskich Pracodawców Handlu i Usług, którego Solar jest jednym z pierwszych sygnatariuszy.

Okres pandemii i wszelkie związane z nim trudności dotyczące działalności podstawowej nie powinny w naszym przekonaniu spowodować zaprzestania działalności firmy w zakresie szeroko rozumianej społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR). W związku z tym staraliśmy się kontynuować nasze uprzednie działania w tym zakresie, dodając nowe, wynikające z bieżącej sytuacji. Między innymi w okresie pierwszego lockdownu wsparliśmy dwa poznańskie szpitale przekazując uszyte przez pracowników firmowej Wzorcowni maseczki wielokrotnego użytku i również dostarczyliśmy ubrania, które posłużyły jako dodatkowe uniformy dla personelu medycznego.

Angażując się w pomoc potrzebującym, wsparliśmy inicjatywy o charakterze charytatywnym – Teatr Za Jeden Uśmiech, inicjatywa Era Nowych Kobiet; akcja Ubrania do oddania, fundacja Nasza Nadzieja (wspólnie z Lions Club Rotunda); niezmiennie od wielu lat współpracujemy z placówką Przyjazny Dom Dziecka w Trzciance. Przekazaliśmy ubrania w ramach akcji Szlachetna Paczka i tradycyjnie wsparliśmy WOŚP poprzez zorganizowanie zbiórki i licytację specjalnie wykonanej broszki.

W dalszym ciągu wspomagamy działalność Polskiego Związku Tenisowego; po raz kolejny w 2020 roku byliśmy istotnym partnerem Enter Enea Festival Leszka Mezdżera, a także 23 edycji Festiwalu Pamiętamy o Osieckiej.

Stale współpracujemy z Uniwersytetem Artystycznym w Poznaniu wspomagając szczególnie projekty studenckie; m.in. przekazaliśmy tkaniny na potrzeby warsztatów plenerowych projektu #SztukaKlimatu i przekazaliśmy kilkadziesiąt manekinów na potrzeby Katedry Ubioru UAP. Z okazji 110 lat istnienia Teatru Wielkiego w Poznaniu zaprojektowaliśmy i wyprodukowaliśmy specjalną, limitowaną serię apaszek poświęconych temu wydarzeniu.

W ramach kampanii #modnasztuka, oprócz specjalnie stworzonej kolekcji, odbyła się sesja zdjęciowa w warszawskiej Starej Oranżerii w Łazienkach Królewskich, za co została nam przyznana nagroda Doskonałość Mody Twojego Stylu w kategorii Kampania Roku.

Jako docenienie bardzo dobrej pracy zespołów sprzedażowych była przyznana nam Gwiazda Jakości Obsługi Dekady 2010-2020. Tym razem otrzymana nagroda dotyczy dziesięciu lat nieprzerwanie doskonale ocenianej obsługi w naszych sklepach.

Podsumowując rok trudnej i niespotykanej nigdy wcześniej sytuacji związanej z epidemią COVID-19 uważam, że przeszliśmy obronną ręką przez tę próbę. Fundamenty, na których stoi Solar Company S.A., zgodnie z przewidywaniami z ubiegłego roku, pozwoliły stawić czoła trudnościom ekonomicznym, organizacyjnym i związanym z zarządzaniem kryzysowym.

Dobrze przemyślana struktura organizacyjna, wysokie kompetencje, zaangażowanie pracowników firmy i zrozumienie przez nich sytuacji niezależnie od stanowisk pozwoliły na elastyczne, profesjonalne i efektywne podejście do wyzwań, które postawił przed nami rok 2020. Mimo oczywistych obaw powstałych wiosną ubiegłego roku jestem przekonany, że nasze doświadczenia i umiejętności, oddany zespół pracowników, utrzymana na racjonalnym poziomie sieć sklepów, w tym nowoczesny sklep internetowy, i szerokie grono klientów, nieprzerwanie zainteresowanych naszymi kolekcjami pozwoliły i pozwolą na utrzymanie stabilnej kondycji firmy, a nowa normalność, w której będziemy funkcjonować nie będzie dla nas przeszkodą w dalszym efektywnym działaniu.

Z wyrazami szacunku,

Stanisław Bogacki,

Prezes Zarządu
Solar Company S.A.