

Szanowni Państwo,

Miniony rok zapisał się dla NG2 SA jako rok rekordowych obrotów i znaczącej poprawy wyników finansowych. Przychody ze sprzedaży osiągnęły po raz pierwszy w historii NG2 poziom blisko miliarda złotych i wyniosły 998.665 tys. PLN. Zysk operacyjny urósł z poziomu 94.126 tys. PLN w roku 2009 o 21,47% do kwoty 114.339 tys. PLN, zaś zysk netto wzrósł do poziomu 85.892 tys. PLN co oznaczało poprawę o 25,32% w porównaniu do roku poprzedniego.

W roku 2010 NG2 kontynuowała ekspansję na rynku detalicznym. Powierzchnia sprzedaży w sklepach własnych zlokalizowanych na terenie Polski wzrosła do 125,0 tys. m<sup>2</sup>, tj. o 8,1% i obejmowała: 273 salonów CCC w Polsce, 213 sklepów BOTI oraz 49 butików Quazi. Stan posiadania Grupy NG2 na dzień 31 grudnia 2010 to łącznie 580 placówek własnych zlokalizowanych w Polsce i Czechach oraz 123 franczyzowych.

Cieszę się, że wyniki i strategię spółki docenił rynek kapitałowy. Kurs akcji NG2 na przestrzeni roku wzrósł o 34,8% wobec wzrostu WIG-u w tym okresie o 16,5%. Inwestorzy docenili spójną i zrozumiałą strategię, wysokie wyniki finansowe i bardzo dobre perspektywy stojące przed Grupą NG2. Zbieraliśmy pochwały za bardzo racjonalną politykę kosztową i ostrożne korzystanie z długu. Wybrana przez Zarząd NG2 strategia rozwoju organicznego oznaczała bowiem niskie koszty finansowe a dzisiaj procentuje wysokimi kapitałami własnymi i niskim poziomem długu bankowego.

Mimo dobrych ocen, które zbieraliśmy w ciągu całego roku 2010, nie mógłbym podpisać się pod stwierdzeniem, iż spełnione zostały oczekiwania Zarządu a efekty finansowe były dla nas zadowalające. Przede wszystkim trudno zastosować te same kryteria oceny do całego ubiegłego roku. Pierwsze półrocze było przecież trudnym biznesowym testem dla całej branży detalicznej. Długa zima i niesprzyjające warunki pogodowe wiosną to tylko początek długiej listy problemów nękających producentów i sprzedawców odzieży i obuwia w zeszłym roku. Czerwcowy powódź również przełożyła się na spadek zainteresowania konsumentów zakupami. Jeżeli uzupełnimy charakterystykę pierwszego półrocza o katastrofę smoleńską i jej bezpośredni wpływ na spadek aktywności gospodarczej w kwietniu, tradycyjnie najlepszym wiosennym miesiącem handlowym, to obraz pierwszych sześciu miesięcy jest kompletny. Wszystkie te wydarzenia przełożyły się na spadek ilości klientów odwiedzających centra handlowe i nasze sklepy, a w konsekwencji na pogorszenie parametrów opisujących efektywność sprzedaży tj. na sprzedaż na m<sup>2</sup> i sprzedaż w tzw. sklepach porównywalnych czyli w istniejących przed 1 stycznia 2009.

Druga połowa ubiegłego roku to okres, z którego możemy być już zadowoleni. Rosnąca liczba klientów, wzrost sprzedaży, również w przeliczeniu na m<sup>2</sup> i wysoka marża handlowa pozwoliła nam na osiągnięcie wysokiej rentowności w całym roku 2010 i z optymizmem patrzeć na kolejne lata.

Wyniki ubiegłego roku nie oznaczają, że zamierzamy spocząć na laurach. Podtrzymujemy nasze strategiczne plany na najbliższe lata, przewidujące zwiększenie udziałów rynkowych NG2 w krajowym rynku obuwniczym do 20% do roku 2013. Mimo iż polski

rynek obuwiczy pozostaje w centrum zainteresowania spółki, Zarząd NG2 podjął w roku 2010 decyzję o otwarciu się na współpracę z franczyzobiorcami na wschodzie Europy. Pierwszy sklep franczyzowy w Rosji został otwarty przez nas w marcu a otwarcie kolejnych 6-7 jest przewidziane do końca roku.

Składam serdeczne podziękowania wszystkim, którzy wnieśli swój wkład do rozwoju GK NG2 w roku 2010 – naszym pracownikom zaangażowanym w realizację wizji rozwoju, klientom, dostawcom i firmom współpracującym. Dziękuję również uczestnikom rynku kapitałowego za okazane zaufanie i wiarę w naszą strategię.

Naszych Akcjonariuszy pragniemy ponadto zapewnić, że w najbliższych latach podtrzymana zostanie polityka dzielenia się przez spółkę wypracowanym zyskiem w postaci regularnych wypłat dywidendy.

Z wyrazami szacunku,

Prezes Zarządu NG2 S.A.  
Dariusz Miłek