

2 marca 2010 r.

## Gino Rossi kończy trudny rok

Informacja prasowa

**Grupa Gino Rossi, zgodnie z podaną wcześniej prognozą, zakończyła 2009 r. stratą netto w wysokości 24 mln zł. Skonsolidowane przychody ze sprzedaży sięgnęły 179 mln zł, przekraczając zakładany w prognozie wynik o blisko 5%. W samym IV kwartale przychody grupy wzrosły o ponad 3 proc. w stosunku do przychodów odnotowanych w analogicznym okresie roku poprzedniego.**

*- Rok 2009 był przełomowym okresem dla Gino Rossi. Trudna sytuacja spółki doprowadziła do zmian na stanowiskach kierowniczych, a także w strukturze właścicielskiej. Jako nowy zarząd zdecydowaliśmy, iż wszystkie działania, które będą miały negatywny wpływ na wyniki firmy, wprowadzimy jeszcze w 2009 roku, tak aby nasza grupa mogła wkroczyć w nowy rok z czystym kontem i generować pożądane przez właścicieli zyski – mówi Witold Jesionowski, Prezes Zarządu Gino Rossi S.A.*

Nowy Zarząd wprowadził program restrukturyzacyjny nakierowany na zwiększenie rentowności działalności całej grupy poprzez m.in. odświeżenie wizerunku marki Gino Rossi, redukcję kosztów, a także zwiększenie bezpieczeństwa działalności całej grupy. – *Strata poniesiona w 2009 roku jest w dużej mierze wynikiem utworzenia odpisów w związku z planowaną likwidacją nierentownych lokalizacji, a także aktualizujących wartość zapasów pochodzących z poprzednich sezonów. Ich łączna wartość to 14,1 mln zł – wyjaśnia Witold Jesionowski.*

*- W minionym roku udało nam się znacząco obniżyć zobowiązania ogółem grupy Gino Rossi, które zmalały o 25 mln zł. Dzięki temu w naturalny sposób znacząco poprawiliśmy zdolność do regulacji bieżących zobowiązań spółki. Warto podkreślić również, iż poprawiliśmy znacząco gospodarkę zapasami, co przełożyło się na spadek wskaźnika rotacji zapasów ze 120 dni w na koniec 2008 roku do 97 dni na koniec minionego roku – dodaje Witold Jesionowski.*

Pod koniec października 2008 roku Zarząd Gino Rossi przedstawił prognozę wyników na lata 2009-2012. Zakłada ona, iż działania optymalizacyjne doprowadzą do stopniowego wzrostu zarówno przychodów, jak i pozycji wynikowych z rachunku zysków i strat. Zgodnie z założeniami w 2010 r. Gino Rossi ma wypracować zysk w wysokości 5,7 mln zł, a w 2012 r. zwiększyć go do ponad 16 mln zł.

*- Zdecydowaliśmy się na podanie długoterminowej prognozy, gdyż uważamy, że w Gino Rossi niesie w sobie duży potencjał, który uda nam się wykorzystać z korzyścią dla samej grupy, jak i jej akcjonariuszy. Działania, które prowadzimy, przynoszą rezultaty i na chwilę obecną nie ma przesłanek do zmian podanych wcześniej prognoz – dodaje Witold Jesionowski.*

Dodatkowe informacje:

Beata Murowańska

tel.: + 48 602 660 560

e-mail: beata@agencjasupport.pl

**Informacje o grupie Gino Rossi:**

Gino Rossi zarządza uznanymi na polskim rynku modowym markami: Gino Rossi oraz Simple. W ofercie Grupy Modowej Gino Rossi znajduje się obuwie damskie i męskie, torebki i akcesoria skórzane oraz odzież damska. Wszystkie produkty charakteryzują się nowoczesnym, wyszukany wzornictwem oraz doskonałą jakością wykonania.

- **Gino Rossi** jest jedną z najlepiej rozpoznawanych i najwyżej ocenianych na polskim rynku marek, która zajmuje pozycję lidera w segmencie obuwia ze średniej i wyższej półki. Sieć sprzedaży obejmuje ponad 100 salonów firmowych w Polsce i za granicą.
- **Simple Creative Products** to czołowa marka na polskim rynku luksusowej odzieży damskiej, oparta na wyrafinowanym, eleganckim i kreatywnym wzornictwie. Sieć sprzedaży liczy obecnie ponad 40 salonów firmowych znajdujących się w najlepszych lokalizacjach, zarówno w kraju, jak i za granicą.

Strategia Grupy Modowej Gino Rossi zakłada dalszy rozwój w oparciu o silne marki sektora modowego, maksymalizację efektywności działania grupy oraz rozbudowę portfela brandów o atrakcyjne, komplementarne w stosunku do posiadanych marki.