

„MONNARI TRADE” S.A.

Informacja prasowa

5 lutego 2009 r.

Przychody jednostkowe Spółki za styczeń 2009 r. wyniosły **21,0 mln zł**, co stanowi **wzrost o 2,4 %** w stosunku do stycznia 2008 r., kiedy przychody zamknęły się sumą 20,5 mln zł.

Przy czym, salony funkcjonujące co najmniej 12 miesięcy mają spadek obrotów na poziomie **-23,2%** (styczeń 2009 r. do stycznia 2008 r.).

Należy jednak pamiętać, że baza roku 2007- 2006 jest niezwykle wysoka, ponieważ wynosiła 132 %.

Według opinii Zarządu, nie są to satysfakcjonujące wyniki. Należy jednak brać pod uwagę, że styczeń 2008 r. był bardzo udany i stanowił wysoką bazę przy porównaniu obu okresów. Poza tym, Spółka prowadziła akcje wyprzedażowe.

W związku z zaistniałym kryzysem, Zarząd będzie realizował nową strategię, o której poinformował w grudniu 2008 r., a także będzie dążył do dalszego umacniania pozycji Spółki na polskim rynku. Na bardzo rozdrobnionym krajowym rynku odzieżowym (ponad 11 tys. podmiotów), zmniejszenie popytu będzie zapewne wpływać na zmniejszenie podaży poprzez eliminację słabszych podmiotów, przy jednoczesnym umacnianiu się najsilniejszych.

Na koniec 2008 r. Spółka posiadała **223 własne salony sprzedaży**, a cała Grupa Kapitałowa **270 salonów**. Jest to największa sieć sprzedaży w segmencie markowej odzieży damskiej.

Najważniejszym atutem Spółki jest posiadanie własnej sieci sprzedaży detalicznej, co przy braku należności gwarantuje stały dopływ gotówki.

