

I. Cel strategii

1. Przekształcenie przedsiębiorstwa produkcyjno – usługowo – handlowego w nowoczesną firmę handlową, wykorzystującą potencjał marki, zorientowaną na rozbudowę sieci sprzedaży i wzmocnienie brandu.

Zlikwidowanie zakładu produkcyjnego. Zaprzestanie prowadzenia usług przerobu odzieży. Koncentracja na budowie kolekcji sieci sprzedaży.

2. Zorganizowanie bieżącego systemu finansowania i zatowarowania salonów, co uchroni Spółkę przed stratami a przede wszystkim postawienie jej w stan upadłości przez wierzycieli firmy.

Na dzień 01.09.2010 r. spółka ma płynny system finansowania i zatowarowania. Posiada około 2 mln zł środków własnych. Spółka nie jest zagrożona upadłością i nie ma żadnych długów zewnętrznych. Dzięki przeprowadzonym z sukcesem 2 emisji spółka uregulowała wszelkie wierzytelności, posiada własne źródła finansowania i zoptymalizowany system zatowarowania sieci.

II. Założenia rozwoju w przyszłości

1. Plan na rok 2009
 - a. Otwarcie kolejnych czterech salonów
 - b. Zoptymalizowanie zapasów
 - c. Doprowadzenie do optymalnej struktury towarów na salonach

Opracowano i uruchomiono nowoczesny system optymalizacji towaru w salonach.

d. Rozważenie problemu rozwiązania wierzytelności, będący kluczowym problemem dla Spółki,

Wszystkie wierzytelności zostały spłacone.

e. Przeprowadzenie publicznej emisji akcji z prawem poboru, mającej na celu zabezpieczenie interesów wszystkich akcjonariuszy Spółki, nie rozpiynienie majątku Spółki, jako kluczowy czynnik do dalszego rozwoju firmy.

Emisja akcji serii H została przeprowadzona z sukcesem i objęta w 100% przez Akcjonariuszy.

2. Plan 3 – letni

a. Budowa nowocześnie zarządzanej sieci 50 salonów

b. Wprowadzenie nowej linii towarowej CASUAL jako grupy uzupełniającej do obecnej linii biznesowej.

W trakcie realizacji.

III. Rozszerzenie asortymentu sprzedaży o wprowadzenie nowych linii produktowych w oparciu o działalność licencyjną (perfumy, kosmetyki, akcesoria).