

SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI BYTOM S.A.

ZA PIERWSZE PÓŁROCZE 2014 ROKU DO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO



Kraków, 21 sierpnia 2014 r.

1. Działalność Bytom S.A. w pierwszym półroczu 2014 roku.

Podstawowe wielkości charakteryzujące efekty funkcjonowania Spółki Bytom S.A. w I połowie 2014 roku w porównaniu z I połową 2013 roku w tys. zł przedstawia poniższa tabela:

Dane finansowe	I półrocze 2013 (tys. zł)	I półrocze 2014 (tys. zł)
Przychody ze sprzedaży	38 059	46 012
Zysk brutto ze sprzedaży	18 796	23 535
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	19 997	22 183
Pozostałe przychody operacyjne	1 209	75
Pozostałe koszty operacyjne	99	80
Zysk /(strata) z działalności operacyjnej	-91	1 347
Przychody finansowe	2	11
Koszty finansowe	851	418
Zysk / (strata) brutto	-940	940
Zysk / (strata) netto	-1 191	1 128

W I połowie 2014 roku wartość sprzedaży w stosunku do poprzedniego roku zwiększyła się o 21% (z poziomu 38.059 tys. zł) i wyniosła 46.012 tys. zł. Wyłączając przychody z tytułu refaktur wyniosła ona w raportowanym okresie 44.405 tys. zł i wzrosła o 27% w stosunku do analogicznego okresu. Poniższa tabela przedstawia podział przychodów ze sprzedaży ze względu na miejsce ich powstawania:

Wielkość	I półrocze 2013 (dane w tys. zł)	I półrocze 2014 (dane w tys. zł)	Zmiana
Przychody z tytułu sprzedaży detalicznej	32.933	41.248	26%
Przychody z tytułu sprzedaży hurtowej	2.157	3.157	47%
Przychody z tytułu refaktur	2.969	1.607	-55%
Razem przychody ze sprzedaży	38.059	46.012	21%

Na wzrost składał się przede wszystkim wzrost przychodów z tytułu sprzedaży detalicznej, która to jest najistotniejszą gałęzią działalności Spółki. Sprzedaż detaliczna wzrosła z poziomu 32,9 mln zł do 41,2 mln zł (wzrost o 26%). Wzrost sprzedaży detalicznej jest efektem poprawy efektywności sprzedaży, będącej następstwem niezbędnych zmian wprowadzonych w poprzednim roku, zarówno w funkcjonowaniu sieci, jak i ofercie produktowej marki Bytom. W całym raportowanym okresie odnotowano istotne wzrosty w poziomie sprzedaży

w stosunku do roku 2013, co jest kontynuacją trendu zapoczątkowanego w I kwartale 2012 roku.

W I kwartale 2014 roku sprzedaż detaliczna wzrosła o 34% w stosunku do I kwartału 2013 roku (z poziomu 13,1 mln zł do 17,5 mln zł), natomiast w II kwartale 2014 roku sprzedaż detaliczna wzrosła o 20% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego (z poziomu 19,8 mln zł do ok. 23,7 mln zł). Wzrosty te wynikają zarówno ze wzrostu efektywności sprzedaży jak i ze zwiększenia posiadanej sieci sklepów. Zwiększenie przychodów świadczy o pozytywnym przyjęciu kolejnej kolekcji sygnowanej marką Bytom przez jej klientów. Istotne wzrosty w sprzedaży detalicznej są przez Spółkę utrzymywane, co świadczy o stabilnym trendzie wzrostu wynikającym z zainteresowania kolekcją Bytom, jak i zdobyciu nowych klientów, dzięki ciekawej i szerokiej ofercie produktowej, zarówno w segmencie stroju formalnego jak i „smart casual”. Trend wzrostowy sprzedaży jest przez Spółkę kontynuowany od roku 2012 (w roku 2013 odnotowano 30% wzrost sprzedaży z m2 w stosunku do roku 2012, natomiast w 2012 osiągnięto 14% wzrost sprzedaży z m2 w stosunku do roku 2011).

Przychody ze sprzedaży hurtowej obejmują sprzedaż kolekcji pod marką Intermoda do sklepów niezależnych. Wzrost przychodów ze sprzedaży z tego tytułu wynika ze zwiększonych zamówień klientów, co jest wynikiem wzrostu konsumpcji i rynku odzieżowego.

Koszty sprzedaży obejmują koszty handlowe sieci detalicznej (tj. czynsze za najem lokali, opłaty za media, koszty związane z personelem sklepów, amortyzacja poniesionych nakładów inwestycyjnych) oraz koszty będące wsparciem dla sprzedaży detalicznej i hurtowej, tj. koszty logistyki (magazynowania towarów oraz wysyłek towarów z magazynu na sklepy oraz przesunięć produktów pomiędzy sklepami), koszty wsparcia marketingowego, koszty działań bezpośrednio związanych ze sprzedażą detaliczną (dział zarządzania siecią detaliczną, planowania oraz zatowarowania sieci).

Koszty sprzedaży za I półrocze 2014 r. wyniosły 19,8 mln zł w porównaniu do 16,8 mln zł w I półroczu 2013 roku (wzrost o 18%). Wzrost kosztów sprzedaży jest przede wszystkim wynikiem wzrostu kosztów obsługi sklepu. Przyczynił się do tego istotny wzrost przychodów ze sprzedaży, co przełożyło się na zwiększenie kosztów logistyki (wzrost ilości sprzedanych produktów) oraz kosztów związanych z personelem zatrudnionym w sklepach. Ponadto zwiększona została sieć sklepów detalicznych: na koniec czerwca 2013 roku Bytom posiadał 70 sklepów o metrażu 6.703 m², natomiast na dzień 30 czerwca 2014 roku sieć ta składała się z 76 sklepów o metrażu 7.712 m², co przełożyło się na wzrost wartościowy kosztów związanych z obsługą nowych placówek (czynsz za najem, koszty personelu, amortyzacja).

Koszty ogólnego zarządu zawierają koszty funkcjonowania Spółki niebędące bezpośrednio związane ze sprzedażą, a których poniesienie jest konieczne do jej prowadzenia. Koszty te w roku 2013 zawierały koszty nieruchomości w Tarnowskich Górach, która to była wynajmowana przez spółkę zależną, Zakłady Odzieżowe Bytom Sp. z o.o. (koszty te były na

w/w spółkę refakturowane). W związku ze sprzedażą zakładu produkcyjnego, koszty te już nie są ponoszone przez Bytom S.A., co przełożyło się na spadek kosztów ogólnego zarządu w porównaniu do I półrocza 2013 roku.

Pozostałe przychody i koszty operacyjne w I półroczu 2014 roku to efekt ruchów na rezerwach i odpisach aktualizujących wartość aktywów (należności i zapasów).

W I półroczu 2013 roku pozostałe przychody operacyjne zawierają przede wszystkim rozwiązanie odpisów aktualizujących wartość aktywów trwałych. W związku z istotną poprawą wyników Spółki (zwiększenie efektywności sieci detalicznej oraz poprawa rentowności sieci), analiza placówek detalicznym pod względem osiągniętych przez nie wyników finansowych nie wykazała przesłanek wskazujących na utratę wartości aktywów trwałych. W wyniku tego odwrócono odpisy aktualizujące na placówki, które wykazały istotną poprawę rentowności.

Koszty finansowe w I półroczu 2014 roku to odsetki i prowizje od posiadanych linii kredytowych oraz leasingów (0,3 mln zł), jak również ujemne różnice kursowe (0,1 mln zł).

Istotne koszty finansowe w I półroczu 2013 roku jakie poniosła Spółka, to efekt wyceny rozrachunków w walucie EUR w związku z negatywną relacją EUR/PLN, co wpłynęło na pogorszenie wyników Spółki (koszty z tytułu ujemnych różnic kursowych – 0,4 mln zł).

Okres 6 miesięcy 2014 roku Spółka zakończyła zyskiem w wysokości 1.128 tys. zł (30.06.2013 r.: strata -1.191 tys. zł), co jest znaczącą poprawą w stosunku do 6 miesięcy roku 2013. Istotna poprawa wyników była efektem nie tylko wzrostu przychodów ze sprzedaży, lecz również poprawy poziomu realizowanej marży brutto w sieci sklepów detalicznych i kontroli ponoszonych kosztów. Spółka już w I kwartale 2014 roku istotnie poprawiła wyniki w stosunku do I kwartału 2013 roku (polepszenie wyniku netto o 1 mln zł w ujęciu rok do roku). Natomiast w II kwartale Spółka wygenerowała zysk na poziomie blisko 2,1 mln zł vs 0,8 mln zł w II kwartale roku 2013.

Dane finansowe - sprawozdanie z sytuacji finansowej	31.12.2013 r.	30.06.2014 r.	Zmiana (w tys. zł)	Zmiana (%)
Aktywa trwałe	16 954	13 776	-3 178	-19%
Aktywa obrotowe	31 833	37 839	6 006	19%
Aktywa razem	48 787	51 615	2 828	6%
Kapitał własny	20 843	21 971	1 128	5%
Rezerwy na zobowiązania	1 388	620	-768	-55%
Zobowiązania długoterminowe	420	312	-108	-26%
Zobowiązania krótkoterminowe	26 136	28 712	2 576	10%
Pasywa razem	48 787	51 615	2 828	6%

Suma bilansowa Bytom S.A. na dzień 30 czerwca 2014 r. wyniosła 51.615 tys. zł, co oznacza wzrost o 2,8 mln zł (6%) w stosunku do 31 grudnia 2013 roku. Wartość aktywów trwałych spadła o 3 mln zł w stosunku do 31.12.2013 r., co wynika ze sprzedaży nieruchomości inwestycyjnej położonej w Bytomiu o wartości księgowej 2,8 mln zł. Pozostałe zmiany wynikają z naliczonej amortyzacji za okres 6 miesięcy oraz aktualizacji wartości aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego w związku z wykorzystaniem/rozwiązaniem części odpisów i rezerw.

Wartość aktywów obrotowych wzrosła z poziomu 31.833 tys. zł na dzień 31 grudnia 2013 roku do 37.839 tys. zł. Istotny wzrost jest wynikiem dwóch czynników: zwiększonego stanu zapasów na koniec czerwca (zaopatrzenie zwiększone w związku z przyrostem przychodów ze sprzedaży i zwiększeniem powierzchni sieci detalicznej) oraz wzrostu poziomu należności (w wyniku wyższego poziomu sprzedaży hurtowej w I półroczu 2014 w porównaniu do I półroczu 2013 roku oraz zaliczek na poczet towarów kupowanych na rynku azjatyckim).

Zmiana kapitału własnego Spółki to wyłącznie efekt wygenerowanego zysku za 6 miesięcy 2014 r. w wysokości 1.128 tys. zł. Zysk za rok 2013 w kwocie 998 tys. zł został, decyzją Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy, przeznaczony na kapitał zapasowy.

Spadek wartości rezerw w stosunku do 31 grudnia 2013 r. jest efektem ich wykorzystania w I półroczu 2014 r.

Wartość zobowiązań krótkoterminowych na dzień 30 czerwca 2014 roku wyniosła 28.712 tys. zł, co oznacza wzrost o 2,6 mln zł w stosunku do 31 grudnia 2013 roku (31.12.2013 r.: 26.136 tys. zł). Wzrost jest wynikiem wykorzystania kredytu w rachunku bieżącym w kwocie 3 mln zł, z którego to Spółka nie korzystała na koniec 2013 roku. Poziom zobowiązań handlowych kształtuje się na zbliżonym poziomie w stosunku do 31 grudnia 2013 roku.

Inne dokonania Bytom S.A. i ważniejsze wydarzenia w pierwszym półroczu 2014 roku

Na dzień 30 czerwca 2014 roku Spółka Bytom S.A. posiadała 76 sklepów pod marką BYTOM o powierzchni 7 712 m², natomiast na dzień 30 czerwca 2013 r. było to 70 sklepów o powierzchni 6 703 m². W I kwartale 2014 roku (20 marca) otworzono 2 nowe lokalizacje: w Centrum Handlowym Lublin Felicity oraz w CH Kalisz Amber. W II kwartale miały miejsce również dwa otwarcia (pod koniec maja): w CH Galeria Łódzka oraz Alfa Białystok. W stosunku do 31 grudnia 2013 roku Spółka zwiększyła swoją powierzchnię sieci sklepów detalicznych o ponad 500 m².

Sklepy zostały zaprojektowane w nowej aranżacji, mającej na celu zaprezentowanie zmian, jakie zaszły w oferowanych produktach.

W III kwartale planowane jest otwarcie 3 placówek detalicznych o powierzchni około 300 m² w następujących Centrach Handlowych: Wola Park w Warszawie, Sfera w Bielsku Białej, Galeria Warmińska w Olsztynie. Ponadto Spółka prowadzi negocjacje w zakresie wejścia do kilku innych, istniejących już centrach handlowych.

Sprzedaż firmy Bytom S.A. w I półroczu 2014 roku była wyższa niż w I półroczu 2013 roku, co jest wynikiem wzrostu sprzedaży detalicznej. Wzrost sprzedaży detalicznej to efekt zwiększenia efektywności sieci i niezbędnych zmian wprowadzonych w funkcjonowaniu sieci oraz oferowanych produktach. Pod względem sprzedaży w zł z m² sieci handlowej w ciągu 6 miesięcy 2014 roku nastąpił wzrost w stosunku do 6 miesięcy 2013 r. o 15%. Spółka utrzymała pozytywny trend wzrostu przychodów ze sprzedaży, rozpoczęty w roku 2012.

W raportowanym okresie wzrosła również średnia marża na sprzedaży detalicznej (z 52% do 54% w I półroczu 2014 r.), co przełożyło się na wyższą dynamikę wzrostu marży w zł/m² w stosunku do 2013 roku niż miało to miejsce w przypadku sprzedaży w zł/m². Marża w zł/m² w I półroczu 2014 roku wzrosła o 20% w stosunku do I półrocza 2013 roku. W I kwartale 2014 był to wzrost o 34% a w II kwartale o 11% w stosunku do analogicznych okresów roku 2013. Należy zwrócić uwagę, iż styczeń i luty są miesiącami wyprzedazowymi kolekcji jesienno-zimowej, co powoduje niższą realizowaną marżę niż w miesiącach sprzedaży nowych kolekcji. Jednakże Spółka poprawiła realizowaną marżę w tym najtrudniejszym dla branży odzieżowej okresie sprzedażowym. W kolejnych miesiącach, już sprzedaży nowej kolekcji, również odnotowano poprawę marży realizowanej w sieci detalicznej.

W I półroczu 2014 roku odnotowano 11% wzrost średniej miesięcznej liczby wejść na sklep. Potwierdza to zdobywanie nowych klientów oraz stałe, zwiększające się zainteresowanie marką i oferowanymi przez Bytom S.A. produktami. Poprawę odnotowano również w pozostałych wskaźnikach detalicznych, charakterystycznymi dla branży odzieżowej, które to, również jak sprzedaż i marża, określają kondycję i pozycję firmy. Istotną poprawę Spółka odnotowała w przypadku wskaźnika konwersji, rozumianej jako ilość zrealizowanych paragonów w relacji do ilości wejść do sklepów (wzrost o 2 punkty procentowe) oraz wskaźnika sprzedanych sztuk na jednym paragonie (wzrost o 9%). Na poziomie zbliżonym do zeszłorocznego kształtuje się wartość średniego realizowanego paragonu, co jest dobrym w wynikiem w przypadku znaczącego rozszerzenia oferty o nowe produkty o niższej jednostkowej cenie sprzedaży (koszulki typu polo, t-shirt, akcesoria).

W celu poprawy płynności finansowej oraz uzyskania satysfakcjonujących wyników finansowych, Bytom S.A. dąży nie tylko do wzrostu przychodów ze sprzedaży ale również poprawy rentowności sprzedaży. W I półroczu 2014 roku nastąpiła na tym polu zdecydowana poprawa. O ile w I półroczu 2013 sieć sklepów odnotowała 1,8 mln zł zysku, to I półrocze 2014 r. sieć zamknęła zyskiem na poziomie 4,1 mln zł (w I kwartale 2014 r. wynik sieci oscylował na poziomie 0 tys. zł, natomiast w II kwartale zrealizowano zysk w wysokości 4,1

mln zł). Oznacza to, iż w I kwartale 2014 roku sieć osiągnęła punkt swojej rentowności (co jest istotne ze względu na okres wyprzedażowy w tym czasie), a w II kwartale 2014 roku wygenerowała zyski pozwalające nie tylko pokryć koszty funkcjonowania firmy, lecz również zrealizować zysk netto na poziomie 1,1 mln zł.

Na bazie dynamiki wzrostów odnotowanych w I półroczu 2014 roku oraz bieżących wyników, przypuszcza się, iż pozytywny trend wzrostu przychodów ze sprzedaży, poprawy marży oraz efektywności sieci zostanie zachowany w II półroczu 2014 roku, co przełoży się na dalszą poprawę wyników sieci detalicznej. Znacząca poprawa rentowności sieci przy kontroli ponoszonych kosztów ogólnego zarządu, wpłynie pozytywnie na roczny wynik finansowy Spółki.

W I półroczu 2014 roku nie miały miejsca zmiany w kapitale zakładowym Spółki Bytom S.A.

2. Podstawowe czynniki kształtujące szanse rozwoju: ryzyka i zagrożenia.

Ryzyko związane z nasileniem konkurencji

Bytom S.A. działa w mocno konkurencyjnym segmencie męskiej mody formalnej. Segment ten cechuje rozdrobnienie: z jednej strony mamy do czynienia z uznanymi markami polskimi, takimi jak Bytom, a z drugiej z markami światowymi, które agresywnie wkraczają na polski rynek. Rynek ten charakteryzuje się dosyć niskimi barierami wejścia. Mamy do czynienia również z pojawianiem się konkurencji nowopowstających marek.

Zarząd Bytom S.A. może być zmuszony do zwiększenia nakładów na marketing i promocję, aby dotrzeć do docelowego klienta, co może wpłynąć negatywnie na wyniki Spółki.

Ryzyko związane z tendencjami w modzie

Rynek męskiej mody zmienia się. Wydatki na odzież i obuwie rosną w korelacji ze wzrostem PKB, jednak ich struktura zmienia się. Sukces marki Bytom będzie zależał od poziomu wydatków konsumentów na męską modę formalną, oraz od rozpoznania przez Zarząd Bytom S.A. przyszłych tendencji w modzie męskiej i dostosowywania kolekcji do tych zmian.

Ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną

Koniunktura w branży odzieżowej pozostaje w korelacji z ogólną sytuacją gospodarczą kraju. Dynamika przychodów Bytom S.A. jest częściowo uzależniona od wzrostu polskiego PKB, a w szczególności stopnia zamożności polskiego społeczeństwa. Ewentualne pogorszenie sytuacji gospodarczej w Polsce, spowolnienie procesu bogacenia się społeczeństwa lub nasilenie procesów inflacyjnych może negatywnie wpłynąć na wielkość generowanych przez Spółkę przychodów ze sprzedaży oraz wyniki finansowe.

Ryzyko kursowe

Spółka importuje większość tkanin do produkcji ubrań z zagranicy oraz wyroby gotowe z Azji. Również czynsze w Centrach Handlowych, w których zlokalizowane są sklepy Spółki ustalane są zwykle w EUR. W związku z tym koszty Emitenta związane są z poziomem kursu EUR oraz USD wobec PLN.

Ryzyko związane z sezonowością

Branżę Emitenta cechuje sezonowość. Sezonowość oraz skumulowanie dostaw może powodować okresowe znaczące zwiększanie się zapotrzebowania na kapitał obrotowy. W przypadku nietypowych zachowań pogody np. ciepłego sezonu jesiennego może dojść do niższych od zakładanych przychodów ze sprzedaży kolekcji jesiennej a w rezultacie do głębszych wyprzedaży i niższych marż w końcówce sezonu jesienno – zimowego.

Ryzyko zmienności stóp procentowych

Emitent bierze pod uwagę dalszy rozwój finansując się w większym stopniu długiem odsetkowym, a zwłaszcza kredytem bankowym. Niepewność na rynkach finansowych oraz wystąpienie groźby inflacji może spowodować podwyższenie stóp procentowych przez Radę Polityki Pieniężnej co w rezultacie może wpłynąć na wyższe koszty obsługi długu odsetkowego i pogorszenie wyniku finansowego.

Ryzyko niekorzystnych zmian przepisów prawa

Za ryzyko dla prowadzonej przez Emitenta działalności należy uznać potencjalne zmiany prawa w zakresie przepisów prawa, w tym w szczególności prawa cywilnego, prawa podatkowego oraz prawa handlowego. Ponadto w wielu przypadkach obowiązujące przepisy zostały sformułowane w sposób nieprecyzyjny, bądź brak jest ich jednoznacznej interpretacji. W rezultacie istnieje zarówno ryzyko zmiany obecnych przepisów prawa w taki sposób, że nowe uregulowania mogą okazać się niekorzystne dla Emitenta, co może wpłynąć na pogorszenie jego wyników finansowych, jak również ryzyko przyjęcia przez właściwe organy (w tym organy podatkowe) interpretacji obowiązujących przepisów odmiennej od interpretacji przyjętej przez Emitenta.

Ryzyko związane z planowanymi inwestycjami

Emitent planuje inwestycje na rozbudowę własnej sieci sprzedaży. Istnieje ryzyko, że decyzje o lokalizacji sklepów (Spółka zamierza otwierać sklepy w najlepszych Centrach Handlowych) okażą się błędne, i efekty uzyskiwane z realizacji inwestycji będą mniejsze niż koszty budowy i utrzymania sieci własnych salonów sprzedaży. W celu ograniczenia ryzyka Spółka monitoruje sytuację handlową w różnych Centrach Handlowych.

Ryzyko związane z niejednorodną jakością obsługi klienta w poszczególnych salonach

Specyfika rynku w jakim działa Emitent wymaga zapewnienia odpowiedniej jakości obsługi klienta w salonach marki Bytom. Emitent wdraża system szkoleń dla pracowników, opracowuje standardy obsługi klienta oraz system kontroli wprowadzonych standardów. Istnieje ryzyko, że jeżeli system obsługi klientów nie zostanie prawidłowo wdrożony to

poziom usług świadczonych w poszczególnych salonach może być zróżnicowany. Może się to przełożyć na utratę zaufania klientów do marki i pogorszenie wizerunku Emitenta, a w konsekwencji może skutkować obniżeniem wyników realizowanych w poszczególnych salonach i ogólnie przez Emitenta.

3. Wskazanie skutków zmian w strukturze jednostki gospodarczej, w tym w wyniku połączenia jednostek gospodarczych, przejęcia lub sprzedaży jednostek gospodarczych, przejęcia lub sprzedaży jednostek grupy kapitałowej emitenta, inwestycji długoterminowych, podziału, restrukturyzacji i zaniechania działalności.

W I półroczu 2014 roku żadne z powyższych zdarzeń nie miało miejsca.

Na dzień 30 czerwca 2014 roku Bytom S.A. nie tworzy Grupy Kapitałowej. Jest to efekt zmian jakie nastąpiły w grudniu 2013 roku. Dnia 16 grudnia 2013 roku Zarząd Bytom S.A. zawarł z kupującym Arturem Morawcem, umowę sprzedaży udziałów w spółce zależnej Zakłady Odzieżowe Bytom Sp. z o.o. Przedmiotem sprzedaży były udziały Bytom S.A. w spółce zależnej, które stanowiły 100% kapitału i 100% udziałów w głosach. Ponadto, po sprzedaży 100% udziałów w spółce Zakłady Odzieżowe Bytom Sp. z o.o., w dniu 16 grudnia zawarła ze spółką ZO Bytom Sp. z o.o. umowę sprzedaży prawa użytkowania wieczystego nieruchomości położonej w Tarnowskich Górach wraz z budynkami i urządzeniami na użytkowanych gruncie.

4. Stanowisko zarządu odnośnie możliwości zrealizowania wcześniej publikowanych prognoz wyników na dany rok, w świetle wyników zaprezentowanych w raporcie półrocznym w stosunku do wyników prognozowanych.

Zarząd Bytom S.A. nie publikował prognoz na rok 2014.

5. Wskazanie akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na WZA emitenta na dzień przekazania raportu wraz ze wskazaniem liczby posiadanych przez te podmioty akcji, ich procentowego udziału w kapitale zakładowym, liczby głosów z nich wynikających i ich procentowego udziału w ogólnej liczbie głosów na WZA oraz wskazanie zmian w strukturze własności znacznych pakietów akcji emitenta.

Nazwa podmiotu	Liczba akcji	Procent głosów na WZA	Procentowy udział w kapitale zakładowym
Forum X Fundusz Inwestycyjny Zamknięty	11 708 000	16,43%	16,43%
Investors Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. (FIZ oraz CEE FIZ)	9 362 907	13,14%	13,14%
FRM „4E CAPITAL Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością” Spółka Komandytowo-Akcyjna	8 032 000	11,27%	11,27%
Pozostali	42 147 093	59,15%	59,15%
Ogółem akcje Bytom S.A.	71 250 000	100,00%	100,00%

Fundusze inwestycyjne zamknięte, reprezentowane i zarządzane przez Investor Fundusz Inwestycyjny Zamknięty oraz Investor Central and Eastern Europe Fundusz Inwestycyjny Zamknięty posiadały łącznie 18.762.907 akcji Spółki, co stanowiło 26,33% udziału w kapitale zakładowym Spółki i uprawniało do 26,33% głosów w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki. W wyniku zawarcia transakcji pakietowych, których rozliczenie nastąpiło w dniu 24 kwietnia 2014 roku nastąpiła zmiana stanu posiadania akcji. Łączny stan posiadania akcji przez w/w fundusze inwestycyjne wynosi 9.362.907 akcji (Investor FIZ: 8.191.005 akcji, Investor CEE FIZ: 1.171.902 akcji), które stanowią 13,14% udziału w kapitale zakładowym Spółki i uprawniają do 13,14% głosów w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu Spółki.

W dniu 24 lipca 2014 r. Spółka otrzymała od Forum X Fundusz Inwestycyjny Zamknięty informację o zmianie stanu posiadania akcji Spółki. Spółka została poinformowana, że Forum X Fundusz Inwestycyjny Zamknięty zarządzany przez Forum Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. nabył od Spółki zależnej 1.500.000 akcji Spółki. Przed zmianą Forum X Fundusz Inwestycyjny Zamknięty posiadał bezpośrednio 10.208.000 akcji Spółki, natomiast pośredni udział w Spółce poprzez spółkę zależną wynosił 1.500.000 akcji Spółki, stanowiące łącznie 16,43% kapitału zakładowego Spółki dające prawo do wykonywania 16,43% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki.

6. Zestawienie stanu posiadania akcji emitenta lub uprawnień do nich przez osoby zarządzające i nadzorujące emitenta na dzień przekazania raportu, wraz ze wskazaniem zmian w stanie posiadania, w okresie od przekazania poprzedniego raportu, odrębnie dla każdej z osób.

Osoba	Funkcja	Liczba akcji	Procent głosów na WZA	Procentowy udział w kapitale zakładowym
Michał Wójcik	Prezes Zarządu	1 840 000	2,58%	2,58%
Jan Pilch	Przewodniczący Rady Nadzorczej	500 000	0,70%	0,70%
RAZEM		2 340 000	3,28%	3,28%
RAZEM akcje BYTOM S.A.		71 250 000	100,00%	100,00%

Przewodniczący Rady Nadzorczej, Pan Jan Pilch, posiada pośrednio – poprzez FRM „4E Capital Sp. z o.o. S.K.A. jako podmiot dominujący – 8.032.000 akcji Spółki Bytom S.A., co stanowi 11,27% głosów w ogólnej liczbie głosów w Bytom S.A. Łącznie, tj. bezpośrednio i pośrednio posiada 11,97% (8.532.000 akcje) w ogólnej liczbie głosów w Spółce Bytom S.A.

7. Wskazanie postępowań toczących się przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej.

We wszystkich sprawach sądowych, w których Spółka pozostaje stroną powodową lub pozwaną, łączna wartość przedmiotów sporów nie przekracza 10% kapitału własnego Bytom S.A.

8. Informacje o zawarciu przez emitenta lub jednostkę od niego zależną jednej lub wielu transakcji z podmiotami powiązanymi, jeżeli pojedynczo lub łącznie są one istotne i zostały zawarte na innych warunkach niż rynkowe.

W okresie sprawozdawczym nie wystąpiły powyższe transakcje z podmiotami powiązanymi.

9. Inne informacje, które zdaniem emitenta są istotne dla oceny jego sytuacji kadrowej, majątkowej, finansowej, wyniku finansowego i ich zmian, oraz informacje, które są istotne dla oceny możliwości realizacji zobowiązań przez emitenta.

Raport zawiera podstawowe informacje, które są istotne dla oceny sytuacji Emitenta.

10. Wskazanie czynników, które w ocenie emitenta będą miały wpływ na osiągnięte przez niego wyniki w perspektywie co najmniej kolejnego półrocza.

Czynnikiem, mającym znaczny wpływ na osiągnięte wyniki finansowe jest popyt na rynku krajowym. Innym czynnikiem silnie oddziaływującym na wyniki Bytom S.A. jest kurs PLN wobec EUR oraz USD. Spółka importuje tkaniny głównie z Włoch (w EUR) oraz wyroby gotowe na rynku azjatyckim (w USD). Osłabienie PLN wpływa więc na wzrost kosztów

zaopatrzenia i tym samym pogarsza osiągnięte wyniki finansowe. Nie bez znaczenia jest też fakt, iż czynsz w Centrach Handlowych, w których Bytom S.A. wynajmuje powierzchnię pod sklepy firmowe ustalony jest w EUR i przeliczany na PLN. Wzrost kursu EUR poprzez wzrost czynszów zwiększa koszty sprzedaży Emitenta.

Michał Wójcik

Ilona Hencel

.....
Prezes Zarządu

.....
Wiceprezes Zarządu

Kraków, 21 sierpnia 2014 roku