

**SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI BYTOM S.A.  
ZA PIERWSZE PÓŁROCZE 2016 ROKU**



Kraków, 18 sierpnia 2016 r.

## 1. Działalność Bytom S.A. w pierwszym półroczu 2016 roku.

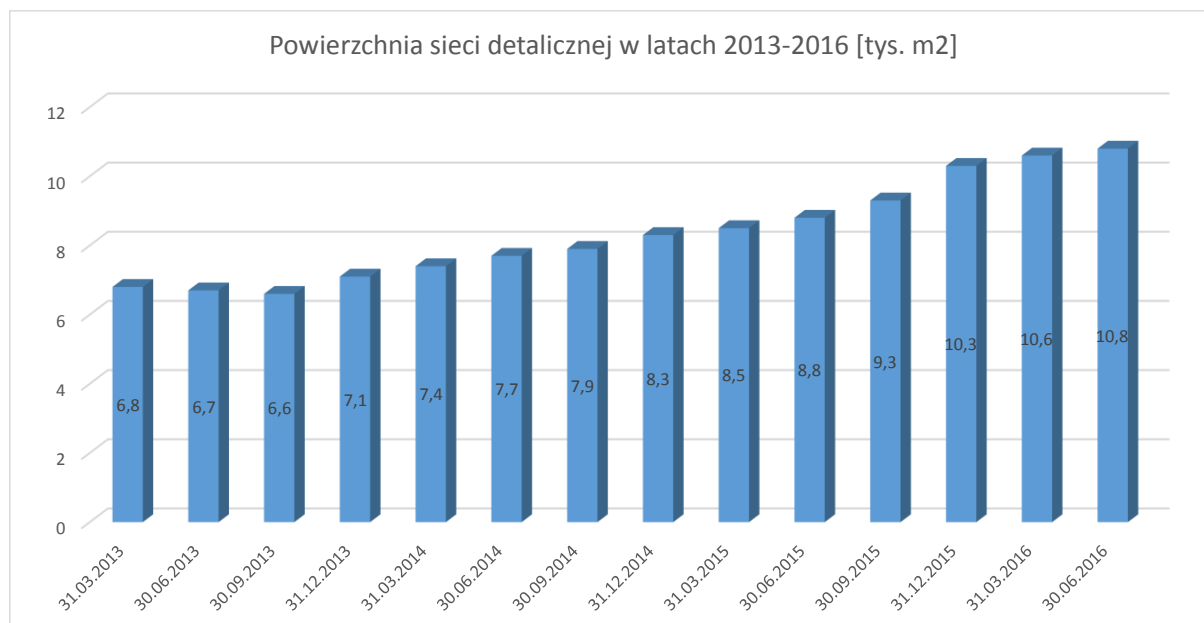
Podstawowe wielkości charakteryzujące efekty funkcjonowania Spółki Bytom S.A. w I połowie 2016 roku w porównaniu z I połową 2015 roku w tys. zł przedstawia poniższa tabela:

Dane finansowe	I półrocze 2015	I półrocze 2016	Zmiana
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	<b>59 646</b>	<b>70 871</b>	19%
Zysk brutto ze sprzedaży	31 697	37 061	17%
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	25 543	30 842	21%
Pozostałe przychody operacyjne	413	303	
Pozostałe koszty operacyjne	275	210	
<b>Zysk z działalności operacyjnej</b>	<b>6 292</b>	<b>6 312</b>	0%
Przychody finansowe	50	4	
Koszty finansowe	307	676	
<b>Zysk brutto</b>	<b>6 035</b>	<b>5 640</b>	-7%
Podatek dochodowy	227	810	
<b>Zysk netto</b>	<b>5 808</b>	<b>4 830</b>	-17%

W I połowie 2016 roku wartość sprzedaży w stosunku do poprzedniego roku zwiększyła się o 19% (z poziomu 59.646 tys. zł) i wyniosła 70.871 tys. zł. Poniższa tabela przedstawia podział przychodów ze sprzedaży ze względu na miejsce ich powstawania:

Dane finansowe	I półrocze 2015 (w tys. zł)	I półrocze 2016 (w tys. zł)	Zmiana
Sprzedaż detaliczna	55 621	66 941	20,35%
Sprzedaż hurtowa	2 454	2 083	-15,12%
Pozostała sprzedaż (refaktury)	1 571	1 847	17,57%
<b>Razem przychody ze sprzedaży</b>	<b>59 646</b>	<b>70 871</b>	<b>18,8%</b>

Na wzrost składał się przede wszystkim wzrost przychodów z tytułu sprzedaży detalicznej, która stanowi 94% łącznych przychodów Spółki. Sprzedaż detaliczna wzrosła z poziomu 55,6 mln zł do 66,9 mln zł (wzrost o 20%). Spółka odnotowała wzrosty we wszystkich sprzedawanych przez nią produktach, tj. w segmencie odzieży formalnej jak i „smart casual”, gdzie zauważalne są najwyższe w stosunku do zeszłego roku przyrosty sprzedaży.



Zarówno w I kwartale jak i II kwartale 2016 roku sprzedaż detaliczna istotnie wzrosła w stosunku do zeszłego roku, tj. w I kwartale 2016 roku z poziomu 23,6 mln zł do 28,9 mln zł, a w II kwartale 2016 roku z poziomu 32 mln zł do ok. 38,1 mln zł.

Poniższa tabela prezentuje wyniki sprzedażowe i marżowe kanału detalicznego w ujęciu miesięcznym (rok 2015 oraz 2016). Łącznie wartość sprzedaży detalicznej wzrosła o 21%, natomiast marża wygenerowana przez ten kanał o 18% w stosunku do roku 2015.

Sprzedaż i marża detaliczna 2015 -2016 [mln zł]

pozycja	styczeń	luty	marzec	I kwartał	kwiecień	maj	czerwiec	II kwartał	I półrocze
sprzedaż 2015	8,4	6,7	8,5	23,6	9,8	11,7	10,5	32,0	55,6
sprzedaż 2016	11,4	9,0	8,5	28,9	14,2	12,8	11,1	38,1	67,0
<b>zmiana r/r [%]</b>	<b>36%</b>	<b>34%</b>	<b>0%</b>	<b>22%</b>	<b>45%</b>	<b>9%</b>	<b>6%</b>	<b>19%</b>	<b>21%</b>
marża 2015	4,4	3,2	4,6	12,2	5,8	6,8	5,9	18,5	30,7
marża 2016	6,0	4,3	4,7	15,0	7,8	7,4	6,0	21,2	36,2
<b>zmiana r/r [%]</b>	<b>36%</b>	<b>34%</b>	<b>2%</b>	<b>23%</b>	<b>34%</b>	<b>9%</b>	<b>2%</b>	<b>15%</b>	<b>18%</b>

Przychody ze sprzedaży hurtowej obejmują sprzedaż kolekcji pod marką Intermoda do sklepów niezależnych oraz sprzedaż towarów klientom instytucjonalnym. Za I półrocze 2016 wyniosły one 2,1 mln zł (I półrocze 2015: 2,4 mln zł), generując przy tym marżę na poziomie ok 0,8 mln zł.

W raportowanym okresie uległa pogorszeniu marża brutto z 53,1% w roku 2015 do 52,2% w roku 2016. Spółka wygenerowała zysk brutto na poziomie 37,1 mln zł vs 31,7 mln zł w roku ubiegłym, co oznacza poprawę o 17%.

Koszty sprzedaży obejmują koszty handlowe sieci detalicznej (koszty bezpośrednio związane ze sprzedażą detaliczną, tj. czynsze za najem lokali, opłaty za media, koszty personelu 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 2016 r. wyniosły 28,3 mln zł w porównaniu do 23 mln zł w I półroczu 2015 roku (wzrost o 23%). Wartościowy wzrost kosztów sprzedaży w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego jest wynikiem zwiększenia powierzchni posiadanej sieci sklepów. Na koniec czerwca 2015 roku Bytom posiadał 86 sklepów o metrażu 8,8 tys. m<sup>2</sup>, natomiast na dzień 30 czerwca 2016 r. na sieć składało się 99 sklepów o powierzchni 10,8 tys. m<sup>2</sup> (wzrost metrażu sieci o 23% r/r), co przełożyło się na wzrost wartościowy kosztów związanych z obsługą nowych sklepów (czynsz za najem, koszty personelu, amortyzacja).

Ponadto wzrost przychodów ze sprzedaży przełożył się na zwiększenie kosztów logistyki (wzrost ilości sprzedanych produktów).

Koszty sprzedaży bezpośrednio związane ze sklepami (czynsze, wynagrodzenia pracowników sklepów, amortyzacja nakładów inwestycyjnych, opłaty za media) w przeliczeniu na posiadaną przez Spółkę powierzchnię, tj. wyrażone w zł/m<sup>2</sup>, są stabilne i kształtują się na poziomie zeszłorocznym.

Koszty ogólnego zarządu zawierają koszty funkcjonowania Spółki niebędące bezpośrednio związane ze sprzedażą, a których poniesienie jest konieczne do jej prowadzenia. Koszty te, pomimo intensywnego i ekstensywnego rozwoju Spółki, kształtują się na stabilnym poziomie w ujęciu rok do roku.

W I półroczu 2016 roku pozostałe przychody operacyjne zawierają rozwiązanie odpisów na należności, zysk na sprzedaży środków trwałych, rozliczenie odpisów na zapasy oraz rezerw. W pozostałych kosztach operacyjnych znajdują się przede wszystkim koszty likwidacji salonów, których lokalizacje były zmieniane (powiększane) w kwocie 90 tys. zł oraz koszty złomowania towarów i różnice inwentaryzacyjne.

W I półroczu 2015 roku pozostałe przychody operacyjne zawierają przede wszystkim przychód ze sprzedaży środków trwałych (52 tys. zł) oraz przychody tytułu umorzenia części zobowiązań wobec kontrahenta, który ogłosił upadłość (275 tys. zł). Na mocy porozumienia dostawca umorzył część zobowiązań swoich należności, w związku z faktem, iż nie wywiązał się ze złożonemu i przyjętemu przez niego zamówienia dostawy tkanin dla Bytom S.A. (zamówienie nie zostało zrealizowane w całości oraz w założonych terminach). Na pozostałe koszty operacyjne składają się ruchy na odpisie na zapasy, koszty złomowania towarów oraz koszty związane z programem opcyjnym (75 tys. zł).

Zysk na działalności operacyjnej za 6 miesięcy 2016 roku wyniósł 6.312 tys. zł i był na poziomie wygenerowanego w I półroczu 2015 roku (6.292 tys. zł).

Koszty finansowe w I półroczu 2016 roku to różnice kursowe w kwocie 0,3 mln zł oraz odsetki od posiadanych linii wieloproduktowych w bankach oraz leasingów (0,35 mln zł). W I półroczu 2015 roku Spółka wykazała dodatnie różnice kursowe, natomiast koszty finansowe w kwocie 0,3 mln zł dotyczyły odsetek od posiadanych linii wieloproduktowych w bankach oraz leasingów (0,3 mln zł).

Szczegółowy podział prezentuje poniższa tabela:

Pozycja	I półrocze 2015	I półrocze 2016	Zmiana
Przychody z tytułu odsetek	8	4	-4
Dodatnie różnice kursowe	42	0	-42
<b>Razem przychody finansowe</b>	<b>50</b>	<b>4</b>	<b>-46</b>
Koszty z tytułu odsetek	307	348	41
Ujemne różnice kursowe	0	328	328
<b>Razem koszty finansowe</b>	<b>307</b>	<b>676</b>	<b>369</b>

W I półroczu 2016 roku Spółka zrealizowała zysk brutto na poziomie 5.640 tys. zł vs 6.035 tys. zł w I półroczu 2015 roku. Spadek o ok 0,4 mln zł wynika z ujemnego salda różnic kursowych w roku 2016 w związku z niekorzystnym kursem w stosunku do roku 2015.

Zaprezentowany podatek w jednostkowym sprawozdaniu z całkowitych dochodów w kwocie 810 tys. zł w całości dotyczy zmiany podatku odroczonego w stosunku do 31 grudnia 2015 r. Wykorzystanie części strat podatkowych oraz spisanie w koszty należności (od spółki, która zakończyła postępowanie upadłościowe) w I półroczu 2016 r. spowodowało zmniejszenie aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego, a różnica pomiędzy bilansową a podatkową wartością netto środków trwałych spowodowała konieczność aktualizacji wartości rezerwy z tytułu odroczonego podatku dochodowego. Powyżej opisane zmiany miały negatywny wpływ na wynik finansowy Spółki w bieżącym okresie w kwocie 810 tys. zł.

Okres 6 miesięcy 2016 roku Spółka zakończyła zyskiem w wysokości 4.830 tys. zł (30.06.2015 r.: zysk 5.808 tys. zł).

Dane finansowe - sprawozdanie z sytuacji finansowej	31.12.2015	30.06.2016	Zmiana
Aktywa trwałe	14 871	14 429	-3%
Aktywa obrotowe	58 328	62 406	7%
<b>Aktywa razem</b>	<b>73 199</b>	<b>76 835</b>	<b>5%</b>
Kapitał własny	<b>39 667</b>	<b>44 497</b>	12%
Rezerwy z tyt. odroczonego podatku dochodowego	171	233	36%
Pozostałe rezerwy	425	400	-6%
Rezerwy na zobowiązania	<b>596</b>	<b>633</b>	6%
Zobowiązania długoterminowe razem	907	1 144	26%
Zobowiązania krótkoterminowe razem	32 029	30 561	-5%
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania ogółem	<b>33 532</b>	<b>32 338</b>	-4%
<b>Pasywa ogółem</b>	<b>73 199</b>	<b>76 835</b>	<b>5%</b>

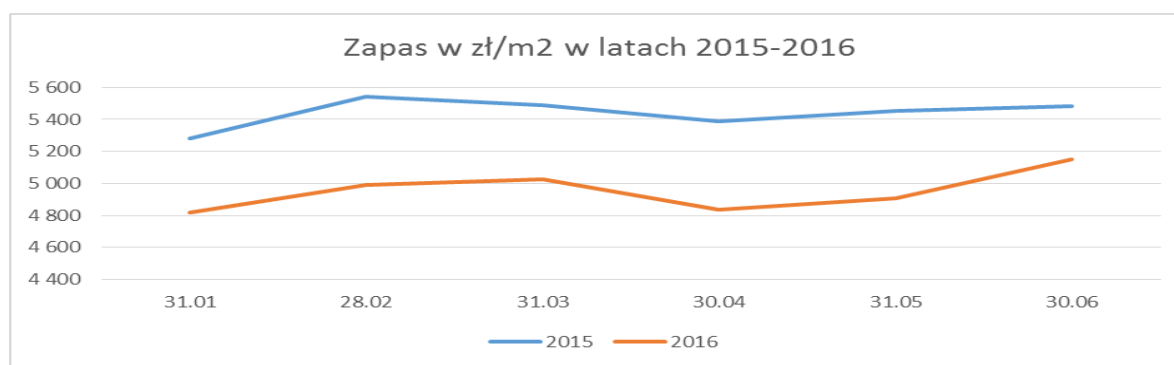
Suma bilansowa Bytom S.A. na dzień 30 czerwca 2016 r. wyniosła 76.835 tys. zł, co oznacza wzrost o 3,6 mln zł (5%) w stosunku do 31 grudnia 2015 roku. Wartość aktywów trwałych spadła o 0,4 mln zł w stosunku do 31.12.2015 r., co jest wynikiem zwiększenia wartości środków trwałych (o 0,3 mln zł) i zmniejszenia wartości aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego (o 0,7 mln zł w związku z

aktualizacją jego wartości (wykorzystanie części strat podatkowych z lat ubiegłych oraz zmniejszenie aktywa od odpisów aktualizujących wartość należności w związku z ich spisaniem).

Wartość aktywów obrotowych wzrosła z poziomu 58.328 tys. zł na dzień 31 grudnia 2015 roku do 62.406 tys. zł, tj. o 4,1 mln zł. Zwiększyła się wartość zapasów o ok 5,6 mln zł w stosunku do końca 2015 w związku ze zwiększeniem sieci sprzedaży oraz dostaw w drodze towarów pod kolekcję jesień zima 2016. Zmniejszeniu uległy należności z tytułu dostaw i usług (o 0,6 mln zł), co jest związane z lepszą rotacją należności. Ponadto w stosunku do końca 2015 zmalało saldo środków pieniężnych (o 0,3 mln zł).

Wzrost zapasów jest wynikiem zwiększenia sieci sprzedaży, tj. bilansowo metraż wzrósł o 5% (z poziomu 10,3 tys. m<sup>2</sup> na 31 grudnia 2015 r. do 10,8 tys. m<sup>2</sup> na 30 czerwca 2016 r.) oraz dostaw towarów na kolejny sezon.

Należy zwrócić uwagę, iż w przeliczeniu wartości zapasów na metraż (zapas w zł/m<sup>2</sup>) widoczny jest jego spadek w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego o 6%. Ponadto na koniec każdego miesiąc w I półroczu 2016 roku zapas ten został obniżony w stosunku do I półrocza 2015 r. (w zł/m<sup>2</sup>).



*Zapas w zł/m<sup>2</sup> na koniec poszczególnych miesięcy w roku 2015 i 2016*

Zmiana kapitału własnego Spółki to efekt wygenerowanego zysku za 6 miesięcy 2016 r. w wysokości 4.830 tys. zł. Zysk za rok 2015 w kwocie 12.504 tys. zł został, decyzją Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy, przeznaczony na kapitał zapasowy.

Wartość zobowiązań krótkoterminowych na dzień 30 czerwca 2016 roku wyniosła 31.705 tys. zł, co oznacza spadek o 1,2 mln zł w stosunku do 31 grudnia 2015 roku (31.12.2015 r.: 32.936 tys. zł).

<b>Zobowiązania z tytułu dostaw i usług oraz pozostałe zobowiązania</b>	<b>31.12.2015</b>	<b>30.06.2016</b>
Zobowiązania handlowe	14 834	9 255
Kredyty i pożyczki	2 886	3 546
Zobowiązania finansowe	10 345	16 802
Zobowiązania z tytułu podatków, ceł, ubezpieczeń i innych świadczeń	2 248	1 229
Zobowiązania z tytułu wynagrodzeń	157	165
Zobowiązania wekslowe	646	-
Inne zobowiązania	1 781	669
Fundusze specjalne	39	39
<b>Wartość bilansowa zobowiązań</b>	<b>32 936</b>	<b>31 705</b>
długoterminowe	907	1 144
krótkoterminowe	32 029	30 561

Istotny wzrost widoczny jest na zobowiązaniach finansowych: składają się na nie zobowiązania z tytułu faktoringu odwróconego w kwocie 15 mln zł (31.12.2015: 8,9 mln zł) oraz leasingu finansowego w wysokości 1,8 mln zł (31.12.2015: 1,4 mln zł). W związku z tym, iż Spółka dokonuje zakupu tkanin poprzez linie faktoringowe w obsługujących ją bankach, przełożyło się na to na wzrost zobowiązań z tego tytułu. Powyższy sposób finansowania zakupu tkanin, jak i poprawa rotacji zobowiązań (ciągła poprawa płynności Spółki, stabilna sytuacja finansowa) wpłynęły na spadek wielkości zobowiązań handlowych wobec dostawców. W efekcie Spółka poprawiła swoją konkurencyjność w obszarze zakupów, co przekłada się na niższe ceny zamawianych towarów.

Wykorzystanie kredytu w rachunku bieżącym nieznacznie wzrosło w stosunku do 31 grudnia 2015 r., tj. z poziomu 2,9 mln zł do 3,5 mln zł.

Spadek zobowiązań z tytułu podatków jest efektem niższego zobowiązania z tytułu podatku VAT, co jest wynikiem niższych obrotów w czerwcu 2016 r. w stosunku do grudnia 2015 r. Ponadto obniżyła się wartość pozostałych zobowiązań z poziomu 1,8 mln do 0,7 mln zł na koniec czerwca 2016 r. Na koniec grudnia 2015 r. główną pozycję stanowiły zobowiązania z tytułu zakupu środków trwałych na poziomie 1,5 mln zł, natomiast na koniec czerwca 2016 r. zobowiązania z tego tytułu wynosiły 0,2 mln zł.

## Inne dokonania Bytom S.A. i ważniejsze wydarzenia w pierwszym półroczu 2015 roku

Na dzień 30 czerwca 2016 roku Spółka Bytom S.A. posiadała 99 sklepów pod marką BYTOM o powierzchni 10 834 m<sup>2</sup>, natomiast na dzień 30 czerwca 2015 r. było to 86 sklepów o powierzchni 8 828 m<sup>2</sup>. W I półroczu 2016 roku otworzono 2 nowe lokalizacje (Opole Solaris oraz Głogów Galeria Głogovia) oraz powiększono 4 istniejące lokalizacje (Poznań Plaza, Warszawa Targówek, Wrocław Pasaż Grunwaldzki, Luboń Factory) o łącznej powierzchni 521 m<sup>2</sup>.

W II półroczu planowane jest otwarcie kolejnych placówek detalicznych oraz powiększanie powierzchni w istniejących centrach handlowych. Zwiększenie powierzchni dotyczy sklepów, które bardzo dobrze prosperują (cechują się wysoką rentownością), ale mają zbyt małą powierzchnię do ekspozycji całego oferowanego do sprzedaży asortymentu. W opinii Spółki zwiększenie metrażu części sklepów do preferowanego obecnie (120-130 m<sup>2</sup>) pozytywnie wpłynie na osiągnięte przez te sklepy wyniki.

Od miesiąca marca Spółka wprowadziła nową strategię, która miała na celu zwiększenie skali działalności firmy. Wprowadzono obniżkę cen na część produktów, co miało spowodować wzrost sprzedaży, wzrost udziału w rynku oraz możliwości dotarcia do większego grona klientów. Celem nowej strategii było istotne rozwinięcie i dostosowanie marki Bytom do możliwości polskiego konsumenta. Spółka chce się pozycjonować w segmencie pomiędzy sklepami wielkopowierzchniowymi z uniwersalną modą a polskimi i zagranicznymi butikami z modą męską. W związku z tym, iż w części sprzedawanych asortymentów zmiana cen nie przełożyła się na oczekiwane z tego tytułu wzrosty ilości sprzedanych produktów, które miały zrekomensować obniżenie marży, dokonano korekty jej założeń. W oparciu o doświadczenia z okresu kwiecień – czerwiec dokonano rewizji strategii. W sezonie jesienno – zimowym zostaną wprowadzone zmienione działania cenowo – promocyjne, które powinny wpłynąć na wzrost przychodów ze sprzedaży oraz utrzymać marżę brutto na sprzedaży detalicznej na poziomie z zeszłego roku.

Spółka nadal planuje istotnie zwiększyć posiadaną sieć sprzedaży. Celem na koniec 2018 roku jest posiadanie sieci detalicznej liczącej 120 sklepów o łącznej powierzchni 15 tys. m<sup>2</sup> (z poziomu 10,3 tys. m<sup>2</sup> na koniec 2015 r.). Zwiększenie sieci będzie się odbywało poprzez otwarcia nowych sklepów o średniej powierzchni 130-160 m<sup>2</sup> (z tego tytułu Spółka szacuje wzrost powierzchni o 2,9 tys. m<sup>2</sup>), jak i powiększanie sklepów istniejących, o niskim metrażu, które to wykazują się wysoką efektywnością sprzedaży i rentownością (powiększenie o łącznie 1,8 tys. m<sup>2</sup>). Średnia powierzchnia sklepu na koniec roku 2018 będzie wynosiła ok 125 m<sup>2</sup>.

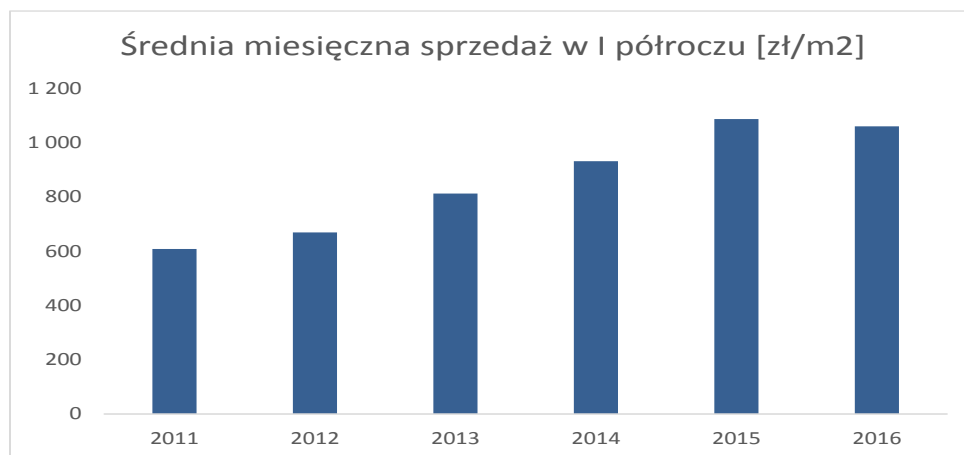
Ponadto do końca 2017 r. planowane jest uruchomienie kolejnych (obok sklepu w CH Arkadia oraz Katowice Silesia) sklepów koncepcyjnych. Sieć ta powinna docelowo składać się z 8 sklepów o średniej powierzchni ok 200 m<sup>2</sup>. Sklepy te mają pełnić rolę badawczą w zakresie rozwoju i rozbudowy oferty, jak i wprowadzenie nowych rozwiązań w zakresie prezentacji i technik sprzedaży oferty.

Sprzedaż firmy Bytom S.A. w I półroczu 2016 roku była wyższa niż w I półroczu 2015 roku, co jest wynikiem wzrostu sprzedaży detalicznej. Wzrost sprzedaży detalicznej to efekt zwiększenia posiadanej sieci. Pod względem sprzedaży w zł z m<sup>2</sup> sieci handlowej w ciągu 6 miesięcy 2016 roku nastąpił nieznaczny spadek w stosunku do 6 miesięcy 2015 r. o 2,4% z poziomu 1.087 zł/m<sup>2</sup>



średniomiesięcznie do 1.061 zł/m<sup>2</sup> średniomiesięcznie w I półroczu 2016. Spadek ten jest wynikiem sprzedaży zrealizowanej w maju i czerwcu.

Poniższy wykres pokazuje średnią miesięczną sprzedaż z m<sup>2</sup> realizowaną w poszczególnych latach w I półroczu 2016 roku. Jak widać od roku 2011 systematycznie rosła w każdym z raportowanych okresów, aż do roku 2016, kiedy to ustabilizowała się na poziomie zbliżonym do roku 2015.



W raportowanym okresie obniżyła się średnia marża na sprzedaży detalicznej o 1,2 pp (z 55,2% do 54% w I półroczu 2016 r.), co przełożyło się na niższą dynamikę wzrostu marży w zł/m<sup>2</sup> w stosunku do 2015 roku niż miało to miejsce w przypadku sprzedaży w zł/m<sup>2</sup>.

W I półroczu 2016 roku odnotowano również 12% wzrost sprzedaży z kanału internetowego. Udział przychodów z tego kanału w przychodach ze sprzedaży detalicznej nadal kształtuje się poniżej 5%. Biorąc pod uwagę osiągnięcia innych firm o podobnym profilu, w kanale tym istnieje istotny potencjał wzrostu (do 10% udziału w przychodach ze sprzedaży detalicznej).

Zrealizowane wzrosty przychodów ze sprzedaży przy stabilnych kosztach sieci (koszty dotyczące sieci detalicznej, generowane w sklepach, w przeliczeniu w zł/m<sup>2</sup> utrzymały się na poziomie I półrocza 2015 r.), Spółka poprawiła wynik osiągnięty przez sieć. Wygenerowany zysk sieci za I półrocze 2016 r. wynosi 10,5 mln zł (rentowność sieci sklepów na poziomie ok 16%) w porównaniu do zysku 9,9 mln zł (rentowności sieci na poziomie ok 18%) za I półrocze 2015 r.

Na bazie dynamiki wzrostów odnotowanych w I półroczu 2016 roku, bieżących wyników lipcowych i wprowadzanych zmian w zakresie kształtowania cen i promocji w sezonie jesienno - zimowym 2016 roku, przypuszcza się, iż w IV kwartale jest możliwy powrót do wzrostu efektywności sieci z lat poprzednich oraz utrzymanie marży na poziomie z zeszłego roku. Przy stabilnych kosztach sieci oraz kosztach ogólnego zarządu, powinno to pozytywnie wpłynąć na rentowność sieci detalicznej, jak również całkowity wynik Spółki, której celem jest uzyskanie 10% rentowności.

Spółka planuje do końca 2016 r. rozszerzyć swoją sieć sklepów do łącznej powierzchni minimum 12 tys. m<sup>2</sup>.

W I półroczu 2016 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 poszukiwania nowych rynków zaopatrzenia aby utrzymać konkurencyjność oferty. Ponadto możliwe może być zwiększenia nakładów na marketing i promocję, aby dotrzeć do docelowego klienta.

### 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 (w EUR) oraz wyroby gotowe z Azji (w USD). 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. Struktura zakupów (towarów oraz tkanin) Spółki w roku 2016 kształtowała się następująco: 50% stanowiły zakupy w PLN, ok 30% zakupy w EUR oraz ok 20% zakupy w USD.

### 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 wyprzedzaży 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 oraz leasingiem. 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.**

Na dzień 30 czerwca 2016 r. Spółka Bytom S.A. posiadała jednostkę zależną. Bytom S.A. jest jednostką dominującą, natomiast spółką zależną, w której Bytom S.A. ma 100% udziałów, jest BTM 2 Sp. z o.o. Jest to spółka krajowa.

Informacje o podmiotach powiązanych	siedziba	data objęcia kontroli
<b>Jednostki zależne:</b>		
BTM 2 Sp z o.o	Kraków, Polska	10.03.2016

Jednostka krajowa BTM 2 Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością zależna od BYTOM S.A. nie została objęta konsolidacją ze względu na nieistotność danych. Jest to zgodne z polityką rachunkowości Grupy. Spółka BTM 2 Sp. z o.o. do dnia 30 czerwca nie rozpoczęła działalności operacyjnej. Suma bilansowa spółki BTM 2 Sp. z o.o. na dzień 30 czerwca 2015 r. wynosi 5.000 zł, suma kapitałów własnych: 5.000 zł, przychody wyniosły 0 zł, wynik finansowy za ten okres również 0 zł.

Zgodnie z przyjętą polityką rachunkowości, nie jest obejmowana konsolidacją jednostka zależna lub stowarzyszona, jeżeli wielkości wykazane w sprawozdaniu finansowym tej jednostki są nieznaczące w stosunku do danych sprawozdania finansowego jednostki dominującej. Za nieznaczną uznawana jest suma bilansowa oraz przychody netto ze sprzedaży towarów i usług oraz operacji finansowych jednostki, które za okres obrotowy są niższe od 1% sumy bilansowej i 2% przychodu jednostki dominującej.

Udział w wielkościach skonsolidowanych Spółki zależnej nie objętej konsolidacją, przedstawia się następująco:

- w sumie bilansowej Grupy Kapitałowej – 0 %
- w przychodach ze sprzedaży i przychodach finansowych Grupy Kapitałowej 0%

Z powyższych wskaźników wynika, iż sprawozdanie finansowe tej spółki nie ma wpływu na przedstawienie sytuacji majątkowej, finansowej oraz wyniku finansowego Grupy Kapitałowej

**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 2016.

**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%
FRM „4E CAPITAL Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością” Spółka Komandytowa	8 032 000	11,27%	11,27%
NN Powszechne Towarzystwo Emerytalne	7 035 000	9,87%	9,87%
NN Investment Partners TFI S.A.	6 444 029	9,04%	9,04%
BZ WBK TFI S.A.	4 932 000	6,92%	6,92%
Pozostali	33 098 971	46,45%	46,45%
<b>Ogółem akcje Bytom S.A.</b>	<b>71 250 000</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

*Tabela powstała na podstawie akcji zarejestrowanych przez w/w fundusze na Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy, które miało miejsce 21 kwietnia 2016 r.*

*Na akcje posiadane przez NN Fundusz Emerytalny składa się 6.975.000 akcji posiadanych przez Nationale-Nederlanden Otwarty Fundusz Emerytalny oraz 60.000 akcji posiadanych przez Nationale-Nederlanden Dobrowolny Fundusz Emerytalny.*

#### **Zmiany w akcjonariacie Spółki w okresie 01.01.2016 – 30.06.2016 r.**

Dnia 11 lutego 2016 r. do Spółki wpłynęła powiadomienie od NN Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. wraz z informacją, iż jeden z funduszy (NN Parasol Funduszy Inwestycyjny Otwarty) nabył akcje Spółki Bytom S.A., co doprowadziło do przekroczenia 5% udziału w kapitale Spółki. Przed zmianą NN Parasol Funduszy Inwestycyjny Otwarty (zarządzany przez NN TFI S.A.) posiadał 3 541 398 głosów na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy Spółki Bytom S.A. (4,97% kapitału zakładowego), natomiast po zmianie posiada on 3 624 853 sztuki akcji spółki Bytom S.A., co stanowi 5,09% kapitału zakładowego tej spółki.

Dnia 7 kwietnia 2016 r. wpłynęło do Spółki zawiadomienie od NN Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. wraz z informacją, iż fundusz NN Parasol Fundusz Inwestycyjny Otwarty zbył część akcji Spółki Bytom S.A., co doprowadziło do spadku udziału w kapitale Spółki poniżej 5%. Według stanu na dzień zmiany udziału akcje będące w posiadaniu NN Parasol Fundusz Inwestycyjny Otwarty dawały 3 549 015 głosów na walnym zgromadzeniu Akcjonariuszy spółki Bytom S.A., co stanowi 4,98% kapitału zakładowego tej Spółki (liczby głosów na WZA).

Po dniu 30 czerwca 2016 r. do dnia publikacji raportu, nie było zmian w powyżej przedstawionej strukturze akcjonariatu.

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.

Stan posiadania akcji BYTOM S.A.

Osoba	Funkcja	Liczba akcji	Procent głosów na WZA	Procentowy udział w kapitale zakładowym
Michał Wójcik	Prezes Zarządu	1 461 969	2,05%	2,05%
Jan Pilch	Przewodniczący Rady Nadzorczej	500 000	0,70%	0,70%
Karolina Woźniak - Małkus	Z-ca Przewodniczącego Rady Nadzorczej	15 000	0,02%	0,02%
Razem		1 976 969	2,77%	2,77%
<b>Ogółem akcje Bytom S.A.</b>		<b>71 250 000</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

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.

*Zmiany w liczbie posiadania akcji w okresie od 01.01.2016 do dnia raportowania*

Prezes Zarządu Pan Michał Wójcik, dokonał sprzedaży 378.031 akcji Spółki Bytom S.A. w następującym okresie:

- dnia 31 maja 2016 roku dokonał sprzedaży 17.503 akcji,
- dnia 2 czerwca 2016 roku sprzedał 13.591 akcji,
- dnia 3 czerwca 2016 r. sprzedał 346.937 akcji.

Osoba	Liczba akcji na dzień 31 grudnia 2015 roku	Liczba akcji na dzień 30 czerwca 2016 roku
Michał Wójcik	1 840 000	1 461 969

Stan posiadania warrantów subskrypcyjnych serii B uprawniających do objęcia akcji na okaziciela serii O na podstawie uchwały nr 4 i 5 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia z dnia 22 stycznia 2014 r. w sprawie przyjęcia Programu Motywacyjnego dla Członków Zarządu Spółki i Kluczowych Pracowników Spółki

Zarząd Spółki	Liczba posiadanych Warrantów serii B na dzień 31 grudnia 2015 r.	Liczba objętych Warrantów serii B w roku 2016	Łączna liczba posiadanych Warrantów serii B na dzień 30 czerwca 2016 r.
Michał Wójcik - Prezes Zarządu	450 000	1 400 000	1 850 000
Ilona Hencel - pełniąca do dnia 20 kwietnia 2016 r. funkcję Wiceprezes Zarządu	133 333	180 917	314 250
Ireneusz Żeromski - Członek Zarządu	0	100 000	100 000
Pozostali uczestnicy Programu Motywacyjnego	148 830	310 360	459 190
<b>Ogółem liczba przyznanych warrantów Bytom S.A.</b>	<b>732 163</b>	<b>1 991 277</b>	<b>2 723 440</b>

W związku z uchwałą nr Uchwała nr 3/05/2015 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia BYTOM S.A. z dnia 19 maja 2015 roku zatwierdzającą sprawozdanie finansowe BYTOM S.A. za rok obrotowy 2014 wykazujące zysk w wysokości 5 324 929,39 zł, Rada Nadzorcza w uchwale z dnia 19 maja 2015 r. stwierdziła ziszczenie się warunku dotyczącego przydziału pierwszej transzy warrantów subskrypcyjnych serii B za Pierwszy Rok Realizacji Programu według założeń określonych w uchwale nr 3 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia BYTOM S.A. z dnia 22 stycznia 2014 r. w sprawie przyjęcia programu motywacyjnego dla członków zarządu Spółki oraz kluczowych pracowników Spółki.

Wobec powyższego, w dniu 19 maja 2015 r. Spółka dokonała zaoferowania wyemitowanych 732.163 (siedemset trzydzieści dwa tysiące sto sześćdziesiąt trzy) Warrantów Subskrypcyjnych serii B, z czego:

- 1) 450.000 Warrantów Subskrypcyjnych serii B objął w dniu 19 maja 2015 r. p. Michał Wójcik - Prezes Zarządu,
- 2) 133.333 Warrantów Subskrypcyjnych serii B objęła w dniu 19 maja 2015 r. p. Ilona Hencel - Wiceprezes Zarządu.

W związku z uchwałą nr Uchwała nr 3/04/2016 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia BYTOM S.A. z dnia 21 kwietnia 2016 roku zatwierdzającą sprawozdanie finansowe BYTOM S.A. za rok obrotowy 2015 wykazujące zysk w wysokości 12 504 392,16 zł, Rada Nadzorcza w uchwale z dnia 17 maja 2016 r. stwierdziła ziszczenie się warunku dotyczącego przydziału drugiej i trzeciej transzy warrantów subskrypcyjnych serii B za Drugi i Trzeci Rok Realizacji Programu według założeń określonych w uchwale nr 3 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia BYTOM S.A. z dnia 22 stycznia 2014 r. w sprawie przyjęcia programu motywacyjnego dla członków zarządu Spółki oraz kluczowych pracowników Spółki.

Wobec powyższego, w dniu 15 czerwca 2016 r. Spółka dokonała zaoferowania wyemitowanych 1.991.277 (milion dziewięćset dziewięćdziesiąt jeden tysięcy dwieście siedemdziesiąt siedem) Warrantów Subskrypcyjnych serii B, z czego:

- 1) 1.400.000 Warrantów Subskrypcyjnych serii B objął w dniu 15 czerwca 2016 r. p. Michał Wójcik - Prezes Zarządu,
- 2) 180.917 Warrantów Subskrypcyjnych serii B objęła w dniu 15 czerwca 2016 r. p. Ilona Hencel – pełniąca do dnia 20 kwietnia 2016 r. funkcję Wiceprezes Zarządu,
- 3) 100.000 Warrantów Subskrypcyjnych serii B objął w dniu 15 czerwca 2016 r. p. Ireneusz Żeromski – Członek Zarządu.

Pozostała liczba Warrantów Subskrypcyjnych serii B tj. 310.360 została objęta w dniu 15 czerwca 2016 r. przez Kluczowych Pracowników Spółki, Uczestników Programu Motywacyjnego.



Jeden Warrant Subskrypcyjny serii B uprawnia do objęcia jednej akcji na okaziciela serii O, o których mowa w uchwale nr 4 i 5 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia BYTOM S.A. z dnia 22 stycznia 2014 r. oraz w § 6b Statutu Spółki.

Warranty subskrypcyjne objęte zostały nieodpłatnie. Cena emisyjna akcji serii O, które będą obejmowane w wyniku wykonania praw z warrantów subskrypcyjnych wynosi 1 zł. Realizacja praw z Warrantów Subskrypcyjnych możliwa będzie po 12 miesiącach od daty ich objęcia, nie później niż do 31 grudnia 2018 r.

Proces wymiany warrantów serii B z pierwszej transzy został rozpoczęty przez Spółkę dnia 30 czerwca 2016 roku. Na podstawie oświadczeń o objęciu akcji przez osoby uprawnione, Zarząd Spółki dnia 4 lipca 2016 roku przydzielił 275.513 akcji zwykłych na okaziciela serii O. Akcje serii O są obecnie przedmiotem ubiegania się o dopuszczenia do obrotu na rynku regulowanym.

#### **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.**

Dnia 12 lipca 2016 roku Nadzwyczajne Zgromadzenie Wspólników Spółki pod firmą BTM 2 sp. z o.o. podjęło uchwałę, na podstawie której podwyższono kapitał zakładowy BTM 2 z kwoty 5.000,00 PLN do kwoty 10.000,00 PLN, poprzez utworzenie 100 nowych udziałów o wartości nominalnej 50,00 PLN każdy i o łącznej wartości nominalnej 5.000,00 PLN, które zostały objęte, zgodnie z prawem pierwszeństwa, przez dotychczasowego jedynego wspólnika BTM 2, tj. przez Bytom S.A., w zamian za wkład niepieniężny w postaci znaków towarowych BYTOM, zarejestrowanych w Urzędzie Patentowym Rzeczypospolitej Polskiej. Wartość godziwa Znaku Towarowego wynosi 65.503.000,00 PLN (słownie: sześćdziesiąt pięć milionów pięćset trzy tysiące 00/100 złotych), i została ona ustalona na podstawie wyceny dokonanej przez profesjonalny podmiot zajmujący się wyceną praw własności intelektualnej. Nadwyżka pomiędzy wartością przedmiotu wkładu a wartością nominalną nowo utworzonych udziałów w wysokości 65.498.000,00 PLN (słownie sześćdziesiąt pięć milionów czterysta dziewięćdziesiąt osiem tysięcy 00/100 złotych) została przekazana na kapitał zapasowy BTM 2 (agio).

Równocześnie Bytom zawarł z BTM 2 umowę licencyjną, na podstawie której Bytom (jako licencjobiorca) uzyskał licencję pełną do używania Znaku Towarowego dla celów bezpośrednio lub pośrednio związanych z działalnością gospodarczą Bytom, w szczególności do oznaczania produktów i usług sprzedawanych przez Bytom, w ofertach, korespondencji, w działalności reklamowej i marketingowej. Umowa licencyjna została zawarta na czas oznaczony (okres 60 lat) i ma charakter odpłatny. Stawki opłat licencyjnych zostały w niej określone w oparciu o powszechną praktykę rynkową dla tego typu umów i nie odbiegają od warunków powszechnie stosowanych w obrocie gospodarczym.

Opisane powyżej czynności miały na celu wzmocnienia ochrony znaków towarowych, jednocześnie zredukować ryzyka prawne związane z ewentualnymi sporami sądowymi. Celem Bytom jest



wydzielenie Znak Towarowy do podmiotu, który będzie się specjalizował w efektywnym zarządzaniu aktywami niematerialnymi w ramach Grupy Kapitałowej BYTOM S.A. Działania te zmierzają do zwiększenia rozpoznawalności i w efekcie wartości ww. marek i aktywów niematerialnych Bytom. Bytom planuje, aby docelowo, w jednym podmiocie zależnym znalazły się wszystkie znaki towarowe, jakie będą w posiadaniu przez Grupę Kapitałową BYTOM S.A.

## 9. Informacje o udzielonych poręczeniach i gwarancjach

W związku z faktem, iż Znak Towarowy jest objęty zastawem rejestrowym na rzecz ING Bank Śląski S.A. (jako zabezpieczenie posiadanej Umowy Wieloproduktowej), na podstawie aneksu do Umowy z dnia 11 lipca 2016 r. Bank wyraził zgodę na przeniesienie prawa do Znak Towarowy na rzecz BTM 2. Równocześnie BTM 2 dokonała poręczenia weksla wystawionego przez Bytom na rzecz ING Bank Śląski S.A. jako zabezpieczenie w/w Umowy Wieloproduktowej.

## 10. 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.

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

Głównymi czynnikami zewnętrznymi istotnymi dla rozwoju przedsiębiorstwa są:

- kurs EUR/PLN oraz USD/PLN
- sytuacja makroekonomiczna Polski
- rozwój rynku krajowego.

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 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.

Koniunktura w branży odzieżowej pozostaje w korelacji z ogólną sytuacją gospodarczą kraju. Dynamika przychodów Emitenta 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.

Czynniki wewnętrzne, które istotnie wpływają na przedsiębiorstwo to potrzeby kapitałowe Spółki oraz pozycja rynkowa Emitenta.

W związku z przyjętą strategią rozwoju Emitenta polegającą na wzroście sprzedaży ubrań pod własną marką na rynku krajowym oraz rozbudowie własnej sieci sprzedaży stale wzrasta zapotrzebowanie Spółki na kapitał obrotowy. Spółka stara się pozyskać kapitał niezbędny do dalszego szybkiego rozwoju z bieżącej działalności.

Bytom S.A. funkcjonuje na rynku od wielu lat i mimo dużej konkurencji wypracowała silną pozycję na rynku. Produkty Emitenta są rozpoznawalne przez konsumentów w całym kraju.

W roku 2016 Spółka zamierza kontynuować działalność. Spółka zamierza nadal koncentrować się na sprzedaży ubrań pod własną marką na rynku krajowym. W roku 2016 Spółka planuje zwiększyć wartość sprzedaży w stosunku do roku 2015.

Michał Wójcik

Ireneusz Żeromski

.....  
Prezes Zarządu

.....  
Członek Zarządu

Kraków, 18 sierpnia 2016 roku