

# BYTOM

SZTUKA KRAWIECTWA OD 1945

Kraków, dn.05.04.2018 r.

Szanowni Państwo,

Bytom S.A. w 2017 roku zrealizował rekordowy krok w zakresie wzrostu powierzchni sklepów. Zwiększyliśmy powierzchnię tradycyjnego handlu o 19% do 116 sklepów i 14,4 tys. m<sup>2</sup>. Dalszy rozwój w Polsce będzie realizowany selektywnie w tempie 8% rocznie. Do końca 2018 roku będziemy handlować na powierzchni 15,5 tys. m<sup>2</sup>. Biorąc pod uwagę: dzisiejszy potencjał rynku i marki, interesujące nowe centra handlowe, powiększenia powierzchni wybranych sklepów, oceniam możliwości rozwoju do 17 tys. m<sup>2</sup> w 2020 roku.

Udział Internetu w sprzedaży detalicznej zwiększył się z 6% w 2016 roku do 7% w 2017 roku. Bez wątplenia ze względu na wzrost znaczenia e-commerce widzimy miejsce na nowe rozwiązania w zakresie handlu internetowego, mające na celu, na przestrzeni dwóch lat zwiększenie udziału tego kanału w sprzedaży detalicznej do 10%. W tym zakresie będą podejmowane nowe inwestycje.

W 2018 roku koncentrować się będziemy na poprawie efektywności:

- zwiększeniu % marży brutto w detalu poprzez m.in. zwiększenie udziału w zakupach towarów pochodzących z konkurencyjnych rynków azjatyckich kwotowanych w USD;
- poprawie sprzedaży na m<sup>2</sup> poprzez m.in. zabezpieczenie i utrzymanie w ciągłej ofercie towarów z tzw. grupy *evergreen* oraz rozpoczęcie szkoleniowego programu sprzedawców Bytom S.A.;
- dyscyplinie kosztowej, ze szczególną uwagą na obszar generujący w Spółce największe koszty, czyli koszty detaliczne;
- utrzymaniu dynamiki sprzedaży detalicznej z m<sup>2</sup> powyżej dynamiki kosztów detalicznych.

Wyniki pierwszego kwartału 2018 roku potwierdzają że jesteśmy w stanie realizować poprawę na powyższych parametrach. Koszty detaliczne zaś (czynsze, płace,

# BYTOM

SZTUKA KRAWIECTWA OD 1945

amortyzacja) przeliczone na m<sup>2</sup> na przestrzeni ostatniego roku wykazują poziom stabilny, a nawet odnotowują niewielkie spadki. **Poprawa efektywności sprzedaży przy selektywnym rozwoju i zachowaniu dużej dyscypliny kosztowej** – tak można by podsumować naszą strategię na 2018 rok.

W konsekwencji powyższych założeń kontynuację w 2018 roku dwucyfrowej dynamiki wzrostu ebitda uważam za niezagrażoną. Przekroczenie symbolicznych 200 mln zł przychodów postawi nas przed kolejnym wyzwaniem na poziomie ćwierć miliarda zł sprzedaży. Problemy jednej z konkurencyjnych sieci dają możliwości do przejęcia dodatkowych udziałów w rynku i poprawienia efektywności sprzedaży.

W kwestii długoterminowego planu strategicznego, połączenie z Vistula Group uznajemy jako plan podstawowy i najbardziej opłacalny dla Akcjonariuszy obu Spółek. Prace nad tym projektem są kontynuowane. Alternatywne ścieżki rozwoju odkładamy na bok do czasu odbycia połączeniowego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy. Nie jest wykluczone, że projekty te znajdą swoje miejsce i uzasadnienie do realizacji w dalszych planach połączonych spółek. Przeszło 500 mln zł sprzedaży i blisko 250 mln zł wydatków zakupowych odzieżowych męskich marek: Bytom, Vistula, Wólczanka daje istotne możliwości w zakresie poprawy efektywności połączonej firmy.

Z tą zapowiedzią dziękuję wszystkim Akcjonariuszom za zaufanie jakim obdarzyli Spółkę, a w dobie planowanych działań zachęcam do kolejnych inwestycji w akcje Bytom S.A.

Z poważaniem,



Michał Wójcik  
Prezes Zarządu Bytom S.A.