

Raport bieżący nr 29/2018

Temat: Przyjęcie „Strategii Rozwoju Spółki na lata 2018 – 2023”

Podstawa prawna: Art. 56 ust. 1 pkt 2 Ustawy o ofercie – informacje bieżące i okresowe

Zarząd Spółki działającej pod firmą PROTEKTOR Spółka Akcyjna, z siedzibą w Lublinie, (dalej: „Emitent” lub „Spółka”) informuje, że Rada Nadzorcza Emitenta w dniu 27 czerwca 2018 roku, przyjęła Uchwałę nr 18/2018, która zatwierdziła dokument Emitenta pt. „Strategię Rozwoju Spółki na lata 2018-2023” (dalej: „Strategia”).

Przygotowana przez Zarząd Emitenta Strategia opiera się głównie na rozwoju biznesu prowadzonego dziś pod marką ABEBA w Europie Zachodniej oraz marką PROTEKTOR w Europie Centralnej, w oparciu o 7 kluczowych elementów:

1. **Zmianę modelu biznesowego firmy z produkcyjnego na handlowy** koncentrującego się na produkcie i kanałach sprzedaży, dotarciu do klienta końcowego i rozbudowie portfela marek własnych;
2. **Poszerzenie modelu sprzedaży**, z obecnego, opartego głównie o sprzedaż do dystrybutorów na rynku B2B, do docelowego, opartego **zarówno o B2B jak i B2C**;
3. **Optymalizację** kanałów sprzedaży;
4. **Doskonałość** w zakresie zarządzania markami własnymi i produktami;
5. **Rozwój** struktury sprzedażowej i **nowoczesne podejście do obsługi klienta**;
6. **Znaczące ograniczenie kosztów operacyjnych**, m.in. poprzez zmianę architektury produkcji (w tym zmniejszenie części produkcyjnej);
7. Od 2020 roku umiejętnie **łączenie tradycyjnego produktu z Internetem rzeczy (IoT), na bazie własnego R&D**;

Rok **2018** jest poświęcony przebudowie Grupy i znaczącej redukcji kosztów. Rok **2019** ma być okresem ofensywy produktowej i sprzedażowej. Od roku **2020** Grupa zamierza wdrożyć Strategię M&A w zakresie przejęć kanałów sprzedaży i marek na poszczególnych rynkach europejskich oraz znacząco rozwinąć e-commerce. Kolejny, **2021** rok będzie czasem maksymalizacji efektów M&A. W **2022** roku po okresie badań i testów, kluczowym obszarem rozwoju staną się produkty oparte o IoT oraz wprowadzenie modelu sprzedaży usług. W ostatnim roku Strategii (tj. **2023** r.) wszystkie podjęte działania mają pozwolić na maksymalizację marż zysku

W efekcie prowadzonych działań Grupa zamierza osiągnąć następujące rezultaty:

- Do 2023 roku Grupa PRT podwoi swoje skonsolidowane przychody do poziomu **251 mln zł** sprzedając w 2023 roku prawie 1,7 mln par butów (wobec 112 mln zł i 0,8 mln par w roku 2017);
- Skonsolidowana **EBITDA** urośnie do poziomu **58,4 mln zł** w 2023 roku z poziomu 9,9 mln zł w 2017 roku, co oznacza prawie **6-krotny wzrost EBITDA**;
- **Marża EBITDA** zwiększy się do poziomu **23%** w 2023 roku z poziomu 8,8% w 2017 roku;
- Pakiet inwestycyjny na poziomie **62 mln złotych** w kolejnych pięciu latach (przy wykorzystaniu głównie finansowania zewnętrznego);
- Spółka planuje podtrzymać **politykę dywidendową na poziomie 50% - 100% wartości zysku netto**;

(w mln zł)	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Przychody	114	126	175	201	223	251
EBITDA	12	23	35	44	50	58

Szczegóły Strategii Emitent będzie prezentował począwszy od lipca 2018 w formie prezentacji, spotkań z inwestorami i materiałów prasowych.