



Dom Maklerski BDM S.A.

CCC

RAPORT ANALITYCZNY

Podtrzymujemy zalecenie Redukuj, wyznaczając cenę docelową na poziomie 236,7 PLN/akcję. Od połowy stycznia walory CCC ulegają korekcie, która w naszej ocenie może się przedłużyć. W krótkiej perspektywie zwracamy uwagę na spodziewane rozczarowujące wyniki 4Q'17. Spółka zwiększyła przychody jedynie o ok. 20% r/r, podobnie jak powierzchnię handlową. Sądzymy, że połączenie przeciętnej dynamiki obrotów, negatywnego rozkładu sprzedaży miesięcznej (zwiększenie wagi listopada i grudnia, które mają niższe marże niż październik) oraz presji ze strony kosztów (zwłaszcza w obszarze wynagrodzeń) przełożą się na symboliczny przyrost EBITDA r/r, co według nas jest rezultatem znacznie poniżej oczekiwań (a w skali '17 poniżej programu motywacyjnego). Uważamy, że przy bieżącej wymagającej wycenie jest to wystarczający czynnik, który może przełożyć się na dalsze pogorszenie sentymentu do akcji obuwniczego giganta. W dłuższej perspektywie wskazujemy na wysoką bazę dla sprzedaży miesięcznej w '18 (zwłaszcza w okresie marzec-wrzesień), która w odniesieniu do przyszłych przychodów/mkw. może prowadzić do rozczarowań. Przeszkodą w wypracowywaniu wysokich dynamik może okazać się zakaz handlu w niedziele, który wejdzie w życie w marcu (ok. 13-15% tygodniowego obrotu w Polsce). Zwracamy też uwagę na presję ze strony kosztów, zwłaszcza w obszarze wynagrodzeń (rynek pracy jest bardzo wymagający i zapowiedzi obniżenia pensji/mkw. wydają się być trudne do zrealizowania). Mając na względzie wymienione czynniki spodziewamy się, że EBITDA grupy w '18 okaże się niższa niż zakładany przez bieżący konsensus poziom 713 mln PLN. In minus odbieramy istotną premię względem podmiotów o zbliżonym profilu działalności dla mnożnika EV/EBITDA'18, która wynosi blisko 60%.

Dane sprzedażowe, które prezentowało CCC w minionych miesiącach, naszym zdaniem są dosyć rozczarowujące. Bardzo przeciętnie (zwłaszcza w kanale stacjonarnym) wypadł październik, który zwyczajowo generuje wysokie marże (sprzedaż kolekcji w pełnych cenach), z kolei listopad-grudzień wraz z realizowanymi promocjami mogły przynieść słabszą rentowność. Zgodnie z raportami miesięcznymi zakładamy ok. 1,35 mld PLN przychodów (+20% r/r), co oznacza, że tempo przyrostu w sklepach mogło być poniżej dynamiki otwarcia nowej powierzchni. Szacujemy, że pierwsza marża obniżyła się do 52,1% (gorszy mix w sklepach + rozmycie przez e-commerce), z kolei na poziomie EBITDA estymujemy symboliczny wzrost +4% r/r do 246 mln PLN (znacznie poniżej wcześniejszych oczekiwań).

Odczyt sprzedażowy za styczeń wypadł w naszej ocenie dosyć przeciętnie, bowiem CCC zaraportowało wzrost przychodów o ok. 21% r/r, z czego tylko +10% r/r w kanale stacjonarnym. Uważamy, że baza w kolejnych miesiącach także jest wymagająca (szczególnie w okresie marzec-wrzesień), co może przełożyć się na niższe dynamiki sprzedaży z mkw. niż można oczekiwać. W modelu przyjmujemy, że powierzchnia sieci w '18 zwiększy się do ok. 635-640 tys. mkw. Szacujemy, że grupa wypracuje w '18 ok. 5,15 mld PLN obrotów, co daje dynamikę rzędu 23% r/r w ujęciu skonsolidowanym i +19% r/r w obszarze sklepów. W przypadku marży brutto oczekujemy utrzymania poziomów z '17 – z jednej strony wsparciem powinny być bieżące pułapy kursów walutowych oraz rosnący udział dywizji UE, a z drugiej efekt ten będzie rozmywany przez rosnący e-commerce. W obszarze kosztów okołosklepowych liczymy się ze wzrostem wynagrodzeń (w naszej ocenie zapowiadany przez zarząd spadek kosztów na mkw. jest mało realny przy bieżącej sytuacji na rynku pracy; tym bardziej, że m.in. w Polsce działa system premiowy powiązany z realizacją planów sprzedażowych). Tym samym prognozujemy, że EBITDA'18 wyniesie niecałe 680 mln PLN.

	2014	2015	2016	2017P	2018P	2019P
Przychody [mln PLN]	2 011,9	2 307,7	3 196,8	4 187,2	5 149,8	6 174,9
EBITDA [mln PLN]	297,9	307,6	446,2	531,6	679,6	820,0
EBIT [mln PLN]	247,3	248,5	376,5	438,4	574,9	709,6
Wynik netto [mln PLN]	422,8	250,6	316,8	331,5	458,4	559,5
P/BV	11,5	9,8	9,2	6,4	5,5	4,8
P/E	26,1	44,0	34,8	33,3	24,1	19,7
EV/EBITDA	38,4	37,1	26,2	21,4	16,9	14,2
EV/EBIT	46,3	45,9	31,0	26,0	20,0	16,4
DPS	1,49	2,80	2,08	2,46	4,03	6,68

REDUKUJ

(POPRIEDNIO: REDUKUJ)

WYCENA 236,7 PLN

16 LUTY 2018, 12:42 CEST

Wycena końcowa [PLN]	236,7
Potencjał do wzrostu / spadku	-11,7%
Koszt kapitału	9,0%
Cena rynkowa [PLN]	268,0
Kapitałizacja [mln PLN]	11 032,0
Ilość akcji [mln. szt.]	41,2
Cena maksymalna za 6 mc [PLN]	309,0
Cena minimalna za 6 mc [PLN]	239,9
Stopa zwrotu za 3 mc	+5,6%
Stopa zwrotu za 6 mc	+7,9%
Stopa zwrotu za 9 mc	+21,5%
Akcjonariat (% głosów):	
Ultro (p. zależny od D. Miłka)	34,9%
Aviva OFE	6,4%
Leszek Gaczorek	6,4%
NN OFE	5,4%
Pozostali	46,9%

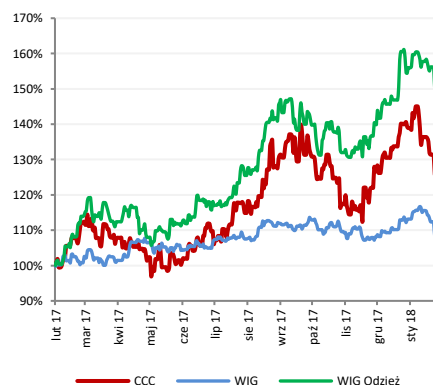
Adrian Górniak

adrian.gorniak@bdm.pl

tel. (0-32) 208-14-38

Dom Maklerski BDM S.A.

ul. 3-go Maja 23, 40-096 Katowice



SPIS TREŚCI:

WYCENA I PODSUMOWANIE	3
WYCENA DCF.....	4
WYCENA SPÓŁKI METODĄ PORÓWNAWCZĄ.....	7
WYBRANE CZYNNIKI RYZYKA.....	9
SZACUNKI 4Q'17 I PROGNOZY NA KOLEJNE OKRESY.....	10
ZMIANY ZAŁOŻEŃ W MODELU	15
OTOCZENIE RYNKOWE	16
RYNEK E-COMMERCE.....	19
PLANOWANE ZMIANY LEGISLACYJNE	22
PODATEK OD SKLEPÓW WIELKOPOWIERZCHNIOWYCH	22
ZAKAZ HANDLU W NIEDZIELE	23
DANE FINANSOWE ORAZ WSKAŹNIKI	24

WYCENA I PODSUMOWANIE

Wyceny CCC dokonaliśmy w oparciu o dwie metody: zdyskontowanych przepływów pieniężnych (DCF) oraz analizę porównawczą. Metodzie DCF przypisaliśmy 80% wagi, natomiast metodzie porównawczej 20%. Model DCF sugeruje wartość 1 akcji na poziomie 242,5 PLN, natomiast wycena porównawcza dała wartość 1 akcji równą 213,5 PLN. Tak obliczona końcowa wycena sugeruje wartość spółki na poziomie 9 744,1 mln PLN, czyli **236,7 PLN/akcję**.

Podsumowanie wyceny w przeliczeniu na 1 akcję

		mln PLN	PLN	Potencjał
A	Wycena DCF	9 983,2	242,5	-9,5%
B	Wycena porównawcza	8 787,5	213,5	-20,3%
C = (80%*A + 20%*B)	Wycena końcowa	9 744,1	236,7	-11,7%

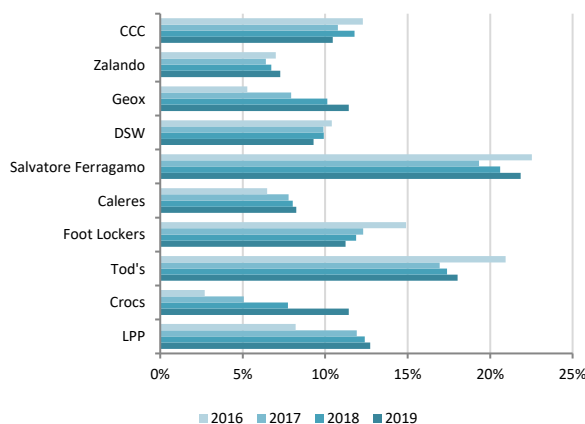
Źródło: Dom Maklerski BDM S.A.

Dane sprzedażowe, które prezentowało CCC w minionych miesiącach, naszym zdaniem są dosyć rozczarowujące. Bardzo przeciętnie (zwłaszcza w kanale stacjonarnym) wypadł październik, który zwyczajowo generuje wysokie marże (sprzedaż kolekcji w pełnych cenach), z kolei listopad-grudzień wraz z realizowanymi promocjami mogły przynieść słabszą rentowność. Zgodnie z raportami miesięcznymi zakładamy ok. 1,35 mld PLN przychodów (+20% r/r), co oznacza, że tempo przyrostu w sklepach mogło być poniżej dynamiki otwarcia nowej powierzchni. Szacujemy, że pierwsza marża obniżyła się do 52,1% (gorszy mix w sklepach + rozmycie przez e-commerce), z kolei na poziomie EBITDA estymujemy symboliczny wzrost +4% r/r do 246 mln PLN (znacznie poniżej wcześniejszych oczekiwań).

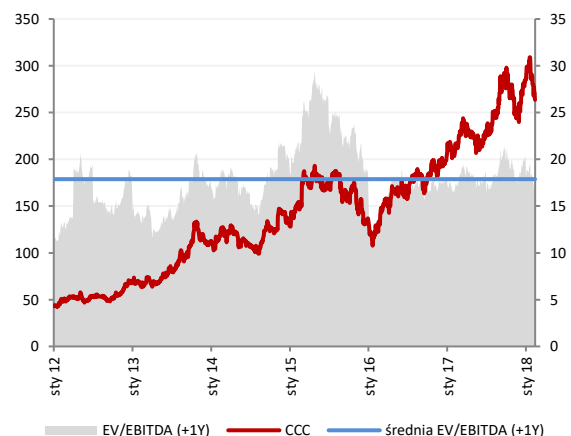
Odczyt sprzedażowy za styczeń wypadł w naszej ocenie dosyć przeciętnie, bowiem CCC zaraportowało wzrost przychodów o ok. 21% r/r, z czego tylko +10% r/r w kanale stacjonarnym. Uważamy, że baza w kolejnych miesiącach także jest wymagająca (szczególnie w okresie marzec-wrzesień), co może przełożyć się na niższe dynamiki sprzedaży z mkw. niż można oczekiwać. W modelu przyjmujemy, że powierzchnia sieci w '18 zwiększy się do ok. 635-640 tys. mkw. Szacujemy, że grupa wypracuje w '18 ok. 5,15 mld PLN obrotów, co daje dynamikę rzędu 23% r/r w ujęciu skonsolidowanym i +19% r/r w obszarze sklepów. W przypadku marży brutto oczekujemy utrzymania poziomów z '17 – z jednej strony wsparciem powinny być bieżące pułapy kursów walutowych oraz rosnący udział dywizji UE, a z drugiej efekt ten będzie rozmywany przez rosnący e-commerce. W obszarze kosztów okołosklepowych liczymy się ze wzrostem wynagrodzeń (w naszej ocenie zapowiadany przez zarząd spadek kosztów na mkw. jest mało realny przy bieżącej sytuacji na rynku pracy; tym bardziej, że m.in. w Polsce działa system premiowy powiązany z realizacją planów sprzedażowych). Tym samym prognozujemy, że EBITDA '18 wyniesie niecałe 680 mln PLN, czyli o ok. 5% niżej niż przyjmuje bieżący konsensus (713 mln PLN).

Podsumowując, spodziewamy się, że rezultaty 4Q'17 przyniosą spore rozczarowanie (tak traktujemy płaską EBITDA r/r), co w połączeniu z wymagającą bieżącą wyceną może spowodować zdecydowane osłabienie sentymentu do walorów CCC przynajmniej w krótkim terminie. W dłuższej perspektywie zwracamy uwagę na wysoką bazę przychodową w obszarze sklepów, która będzie widoczna już od marca. W naszej ocenie, w połączeniu z zakazem handlu w niedziele, będzie to ograniczało pole do osiągnięcia wysokich dodatnich odczytów sprzedaży z mkw. Wśród czynników ryzyka dostrzegamy również część kosztową, ze szczególnym wskazaniem na wynagrodzenia. Uważamy, że przy wymagającym rynku pracy, zapowiadane przez zarząd obniżki kosztów wydają się być trudno osiągalne. Grupa jest również notowana z istotną premią dla wskaźnika EV/EBITDA w kolejnych latach względem podmiotów o zbliżonym profilu działalności. Uwzględniając wymienione czynniki decydujemy się podtrzymać zalecenie Redukuj, wyznaczając jednocześnie cenę docelową na poziomie 236,7 PLN/akcję.

Porównanie marż EBITDA dla grupy porównawczej



Historyczna EV/EBITDA (+1Y)



Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., Bloomberg

WYCENA DCF

Wyceny akcji metodą DCF dokonaliśmy na podstawie 10-letniej prognozy free cash flow (FCF). Koszt kapitału własnego w naszym modelu opiera się na rynkowych stopach zwrotu wolnych od ryzyka (na poziomie 4%). Premię za ryzyko ustaliliśmy na poziomie 5%. Przy wycenie zastosowaliśmy współczynnik Beta na poziomie 1.

Główne założenia modelu:

- W perspektywie '18 zakładamy wzrost przychodów o ok. 23% r/r do poziomu 5,15 mld PLN, a w '19 do 6,17 mld PLN (+20% r/r).
- Spodziewamy się, że w roku 2018 marża brutto ze sprzedaży będzie bliska 51,3%. W kolejnych latach zakładamy, że „stare” CCC będzie utrzymywać rentowność na poziomie ok. 53-54%. Uwzględniając jednocześnie konsolidację eobuwie.pl, szacujemy że pierwsza marża w długim terminie będzie kształtować się w pobliżu 51,0%.
- Przyjmujemy również, że w latach 2018-19 CCC zwiększy powierzchnię handlową odpowiednio do 634-721 tys. mkw. na koniec roku względem 458,6 tys. mkw. na koniec 4Q'16.
- Poniżej prezentujemy główne założenia dla naszego modelu w kolejnych latach.

Główne założenia w ujęciu segmentowym

	2015	2016	2017P	2018P	2019P	2020P
Polska detal						
Zmiana przychodu z mkw. r/r	-7,0%	5,9%	6,9%	2,8%	1,3%	1,2%
Powierzchnia EoP [tys. mkw.]	189,0	212,2	239,4	261,2	273,9	284,4
UE detal						
Zmiana przychodu z mkw. r/r	-3,3%	-0,3%	3,1%	1,5%	2,3%	1,9%
Powierzchnia EoP [tys. mkw.]	150,8	207,1	251,6	318,9	381,8	440,4
Franczyza						
Zmiana przychodu z mkw. r/r	17,8%	0,6%	-6,6%	1,0%	1,1%	1,1%
Powierzchnia EoP [tys. mkw.]	27,6	32,9	41,5	54,1	65,3	75,1
E-commerce						
Zmiana przychodów r/r	-	-	107%	50%	35%	20%

Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., spółka

- Spodziewamy się, że w kolejnych latach CCC wraz z niższą dynamiką wzrostu powierzchni handlowej spółka będzie w stanie zwiększyć % wypłacanego zysku.
- Poziom zapasów, należności oraz zobowiązania z tyt. dostaw i usług wyliczyliśmy na podstawie historycznych wskaźników rotacji liczonej w dniach.
- Przyjmujemy efektywną stawkę podatkową na poziomie 19%.
- Wpływ zmiany kursów walutowych na wycenę DCF przedstawiliśmy w osobnej tabeli (patrz: poniżej).
- Założyliśmy stopę wzrostu wolnych przepływów pieniężnych po 2027 roku na poziomie 2,5%.
- Dług netto uwzględnia prognozowany stan bilansowy na koniec 2017 roku.
- W okresie rezydualnym ponoszony CAPEX będzie równy amortyzacji z 2027 roku.
- Do obliczeń przyjęliśmy 41,2 mln szt. akcji.
- Wyceny dokonaliśmy na dzień 16.02.2018 roku.

Metoda DCF dała wartość spółki CCC na poziomie 9 983,2 mln PLN, co w przeliczeniu na jedną akcję daje wartość 242,5 PLN.

Wrażliwość wyceny DCF na zmianę kursów walutowych*

-10%	260,6
-5%	252,1
kurs bazowy	242,5
5%	231,7
10%	219,8

Źródło: Dom Maklerski BDM S.A.; *pozostałe założenia pozostają niezmiennione

Model DCF

	2018P	2019P	2020P	2021P	2022P	2023P	2024P	2025P	2026P	2027P
Przychody ze sprzedaży [mln PLN]	5 149,8	6 174,9	7 035,1	7 824,4	8 513,2	9 079,5	9 562,5	9 977,6	10 345,6	10 675,6
EBIT [mln PLN]	574,9	709,6	834,8	950,8	1 048,5	1 113,6	1 162,6	1 202,5	1 232,3	1 260,2
Stopa podatkowa	19%	19%	19%	19%	19%	19%	19%	19%	19%	19%
Podatek od EBIT [mln PLN]	109,2	134,8	158,6	180,6	199,2	211,6	220,9	228,5	234,1	239,4
NOPLAT [mln PLN]	465,6	574,7	676,2	770,1	849,3	902,0	941,7	974,0	998,2	1 020,7
Amortyzacja [mln PLN]	104,8	110,4	121,7	131,1	138,4	143,4	146,2	147,6	148,6	149,1
CAPEX [mln PLN]	-216,3	-222,3	-214,6	-203,4	-187,3	-170,7	-160,6	-157,6	-153,1	-150,0
Inwestycje w kapitał obrotowy [mln PLN]	-298,8	-300,7	-242,2	-213,5	-179,9	-132,4	-109,7	-94,5	-78,5	-67,0
Inwestycje kapitałowe [mln PLN]	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
FCF [mln PLN]	55,3	162,2	341,1	484,3	620,5	742,3	817,5	869,5	915,2	952,8
DFCF [mln PLN]	51,6	140,1	272,2	356,7	421,3	463,9	469,9	459,3	444,1	424,7
Suma DFCF [mln PLN]	3 503,9									
Wartość rezydualna [mln PLN]	15 362,5				wzrost / spadek FCF w okresie rezydualnym: 2,5%					
Zdyskontowana wart. rezydualna [mln PLN]	6 847,9									
Wartość firmy EV [mln PLN]	10 351,8									
Dług netto [mln PLN]	368,5									
Wartość kapitału własnego [mln PLN]	9 983,2									
Ilość akcji [mln]	41,2									
Wartość kapitału na akcję [PLN]	242,5									

Przychody zmiana r/r	23,0%	19,9%	13,9%	11,2%	8,8%	6,7%	5,3%	4,3%	3,7%	3,2%
EBIT zmiana r/r	31,1%	23,4%	17,6%	13,9%	10,3%	6,2%	4,4%	3,4%	2,5%	2,3%
FCF zmiana r/r	-148,6%	193,5%	110,3%	42,0%	28,1%	19,6%	10,1%	6,4%	5,3%	4,1%
Marża EBITDA	13,2%	13,3%	13,6%	13,8%	13,9%	13,8%	13,7%	13,5%	13,3%	13,2%
Marża EBIT	11,2%	11,5%	11,9%	12,2%	12,3%	12,3%	12,2%	12,1%	11,9%	11,8%
Marża NOPLAT	9,0%	9,3%	9,6%	9,8%	10,0%	9,9%	9,8%	9,8%	9,6%	9,6%
CAPEX / Przychody	4,2%	3,6%	3,1%	2,6%	2,2%	1,9%	1,7%	1,6%	1,5%	1,4%
CAPEX / Amortyzacja	206,5%	201,4%	176,3%	155,1%	135,3%	119,0%	109,9%	106,8%	103,0%	100,6%
Zmiana KO / Przychody	5,8%	4,9%	3,4%	2,7%	2,1%	1,5%	1,1%	0,9%	0,8%	0,6%
Zmiana KO / Zmiana przychodów	31,0%	29,3%	28,2%	27,1%	26,1%	23,4%	22,7%	22,8%	21,3%	20,3%

Źródło: Dom Maklerski BDM S.A.

Kalkulacja WACC

	2018P	2019P	2020P	2021P	2022P	2023P	2024P	2025P	2026P	2027P
Stopa wolna od ryzyka	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%
Premia za ryzyko	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%
Beta	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
Premia kredytowa	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%
Koszt kapitału własnego	9,0%	9,0%	9,0%	9,0%	9,0%	9,0%	9,0%	9,0%	9,0%	9,0%
Udział kapitału własnego	79,8%	79,5%	81,4%	83,4%	85,2%	88,6%	92,4%	94,1%	95,6%	97,0%
Koszt kapitału obcego po opodatkowaniu	4,5%	4,5%	4,5%	4,5%	4,5%	4,5%	4,5%	4,5%	4,5%	4,5%
Udział kapitału obcego	20,2%	20,5%	18,6%	16,6%	14,8%	11,4%	7,6%	5,9%	4,4%	3,0%
WACC	8,1%	8,1%	8,2%	8,2%	8,3%	8,5%	8,7%	8,7%	8,8%	8,9%

Źródło: Dom Maklerski BDM S.A.

Wrażliwość modelu DCF: beta / wzrost lub spadek FCF w okresie rezydualnym

		wzrost / spadek FCF w okresie rezydualnym								
		0,00%	0,50%	1,00%	1,50%	2,00%	2,50%	3,00%	3,50%	4,00%
beta	0,7	240,6	252,8	267,0	283,6	303,2	326,8	355,8	392,2	439,3
	0,8	222,6	232,9	244,8	258,5	274,6	293,6	316,5	344,6	380,0
	0,9	206,7	215,6	225,6	237,1	250,3	265,9	284,3	306,5	333,8
	1,0	192,6	200,2	208,8	218,5	229,6	242,5	257,5	275,4	297,0
	1,1	180,1	186,6	194,0	202,2	211,6	222,4	234,9	249,5	266,8
	1,2	168,8	174,5	180,8	187,9	195,9	205,0	215,5	227,6	241,7
	1,3	158,6	163,6	169,1	175,2	182,1	189,9	198,7	208,8	220,5

Źródło: Dom Maklerski BDM S.A.

Wrażliwość modelu DCF: premia za ryzyko / Wzrost/spadek FCF w okresie rezydualnym

		wzrost / spadek FCF w okresie rezydualnym								
		0,00%	0,50%	1,00%	1,50%	2,00%	2,50%	3,00%	3,50%	4,00%
premia za ryzyko	3,00%	261,2	275,8	292,9	313,2	337,5	367,4	404,9	453,3	518,4
	4,00%	222,6	232,9	244,8	258,5	274,6	293,6	316,5	344,6	380,0
	5,00%	192,6	200,2	208,8	218,5	229,6	242,5	257,5	275,4	297,0
	6,00%	168,8	174,5	180,8	187,9	195,9	205,0	215,5	227,6	241,7
	7,00%	149,4	153,7	158,6	163,9	169,8	176,5	184,0	192,5	202,3
	8,00%	133,3	136,7	140,4	144,5	149,0	154,0	159,6	165,8	172,9
	9,00%	119,7	122,4	125,4	128,6	132,1	135,9	140,2	144,8	150,1

Źródło: Dom Maklerski BDM S.A.

Wrażliwość modelu DCF: premia za ryzyko / beta

		Beta								
		0,7	0,8	0,9	1,0	1,1	1,2	1,3	1,4	1,5
premia za ryzyko	3,00%	436,7	410,1	387,3	367,4	350,0	334,6	320,9	308,7	297,6
	4,00%	352,2	329,4	310,1	293,6	279,3	266,8	255,8	246,0	237,3
	5,00%	291,8	272,4	256,2	242,5	230,7	220,5	211,5	203,6	196,6
	6,00%	246,6	230,1	216,5	205,0	195,3	186,8	179,4	173,0	167,2
	7,00%	211,7	197,7	186,1	176,5	168,3	161,2	155,1	149,8	145,0
	8,00%	184,1	172,0	162,2	154,0	147,1	141,2	136,0	131,5	127,6
	9,00%	161,7	151,3	142,9	135,9	130,0	125,0	120,7	116,9	113,5

Źródło: Dom Maklerski BDM S.A.

WYCENA SPÓŁKI METODĄ PORÓWNAWCZĄ

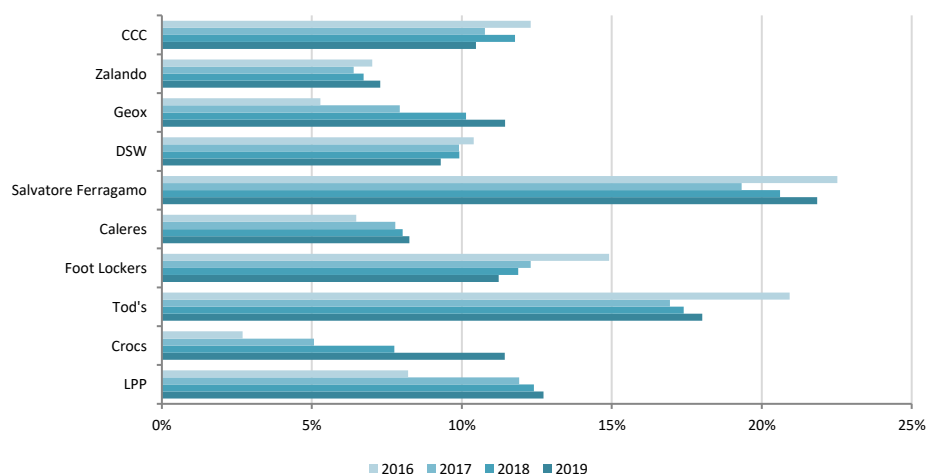
Analiza porównawcza została przeprowadzona w oparciu o nasze prognozy na lata 2018-19 dla wybranych spółek z branży odzieżowej. W wycenie uwzględniliśmy podmioty zagraniczne oraz LPP (jedyna krajowa spółka poza CCC o zasięgu międzynarodowym). Analizę oparliśmy na dwóch wskaźnikach: P/E i EV/EBITDA (wskaźnikom przypisaliśmy równą wagę). W przypadku obu wskaźników przyjęliśmy taki sam udział kolejnych lat w wycenie (po 50%). Ostateczna wycena CCC metodą porównawczą sugeruje wartość 1 akcji na poziomie **213,5 PLN**.

Wycena porównawcza względem podmiotów o zasięgu międzynarodowym

	P/E		EV/EBITDA	
	2018	2019	2018	2019
LPP	26,8	20,7	15,0	12,4
Zalando	59,1	44,8	28,1	21,2
Asos	57,1	45,8	26,3	20,5
Tod's	21,9	19,7	10,7	9,8
Foot Locker	12,0	10,3	5,4	5,5
Caleres	12,1	11,6	5,5	4,9
Salvatore Ferragamo	20,2	17,5	11,5	9,9
DSW	12,5	12,7	5,5	4,7
Geox	25,5	19,6	9,7	8,0
Mediana	21,9	19,6	10,7	9,8
CCC	24,1	19,7	16,9	14,2
Premia/dyskonto vs grupa	10,0%	0,7%	58,7%	45,5%
Premia/dyskonto vs LPP	-10,1%	-5,0%	12,9%	15,0%
Premia/dyskonto vs Zalando	-59,3%	-56,0%	-39,6%	-33,2%
Wycena wg wskaźnika	243,6	266,2	164,5	179,5
Waga roku	50%	50%	50%	50%
Wycena wg wskaźników	254,9		172,0	
Waga wskaźnika	50%		50%	
Wycena końcowa [PLN]	213,5			

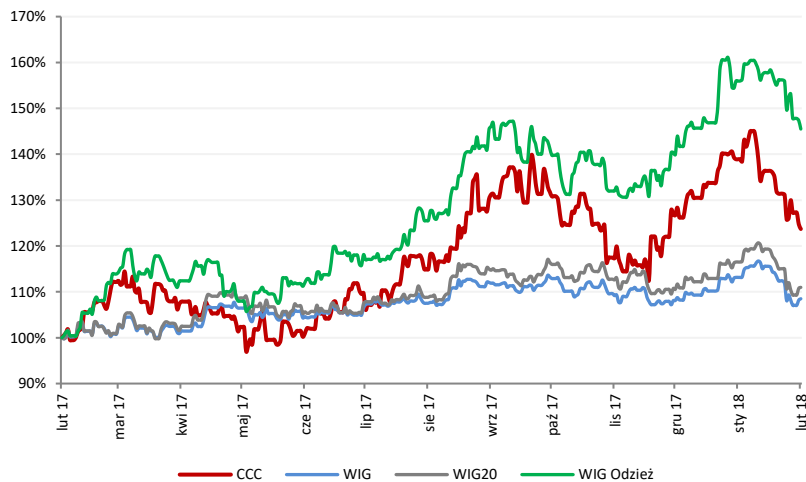
Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., Bloomberg

Porównanie marż EBITDA



Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., Bloomberg

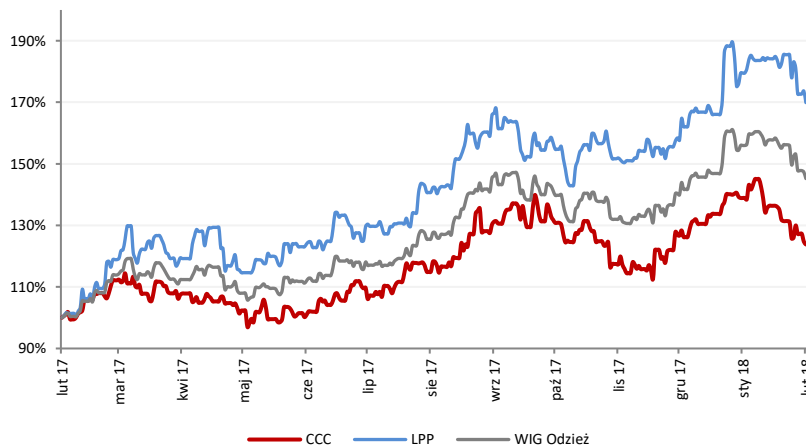
Zachowanie kursu na tle indeksów



Od połowy stycznia'18 kurs CCC zaczął tracić, oddalając się od historycznych maksimów. Mając na względzie przeciętne (w naszym odczuciu) wyniki za 4Q'17 spodziewamy się, że korekta może być kontynuowana.

Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., Bloomberg

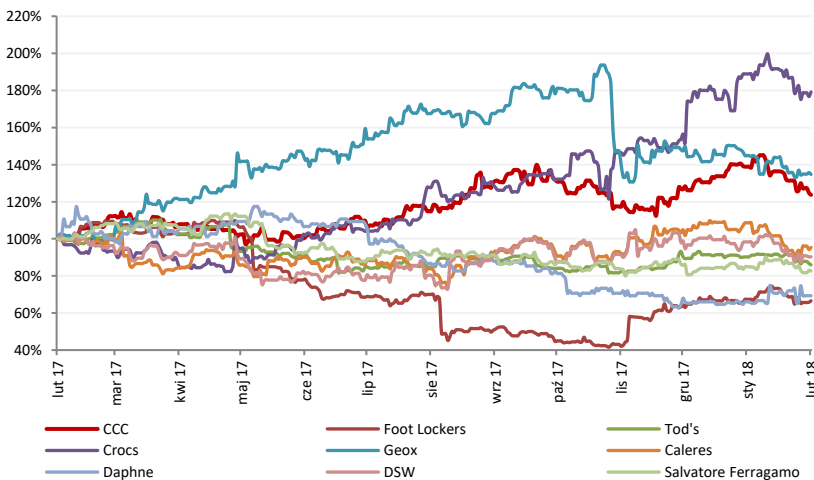
Zachowanie kursu na tle LPP i WIG- Odzież



Na przestrzeni roku walory CCC zyskały 24%. Pomimo dobrego rezultatu spółka wypada błado w odniesieniu do LPP, które osiągnęło 70% stopę zwrotu.

Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., Bloomberg

Zachowanie kursu na tle podmiotów zagranicznych



Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., Bloomberg

WYBRANE CZYNNIKI RYZYKA

▪ Ryzyko rozbudowy sieci

Grupa przeprowadza dynamiczną ekspansję swojej sieci, która obejmuje nie tylko rynek Polski, ale również pozostałe kraje, w których CCC prowadzi działalność. W perspektywie 2017-19 zarząd spółki zamierza zwiększyć całkowitą powierzchnię handlową o ok. 300 tys. mkw. netto. Zwracamy jednak uwagę, że władze CCC informowały już o wolniejszym tempie otwarć w krajach regionu DACH, co wynika przede wszystkim z małej rozpoznawalności marki oraz mocnej pozycji Deichmanna.

▪ Rozwój e-commerce

Kanał e-commerce jest obecnie najszybciej rozwijającą się formą sprzedaży (według niektórych analiz w kolejnych latach dwucyfrowa dynamika zostanie utrzymana). Dlatego też CCC od dłuższego czasu zamierzała rozszerzyć swoją działalność o sklep internetowy. W 3Q'15 spółka zdecydowała się na zakup eobuwie.pl, które jest uzupełnieniem modelu biznesowego grupy. Zwracamy jednocześnie uwagę, że rynek e-commerce jest mocno konkurencyjny, co powoduje dużą presję na realizowane marże (głównie ze strony Zalando), co w długim terminie może negatywnie wpływać na wyniki grupy.

▪ Podatek od sieci wielkopowierzchniowych

Jednym z postulatów wyborczych PiS było wprowadzenie podatku od sklepów, który pierwotnie miał być oparty o kryterium powierzchniowe (daniną miały być objęte sklepy o powierzchni przekraczającej 250 mkw., stawka podatkowa miała wynosić 2%). Następny projekt ustawy zakładał jednak, że podatek będzie dotyczył wszystkich podmiotów, które przekroczą miesięczny obrót w wys. 1,5 mln PLN. Ostatecznie przyjęto koncepcję z kwotą wolną od podatku w wys. 17 mln PLN/miesięcznie. Zwracamy uwagę, że Komisja Europejska zgłosiła szereg zastrzeżeń do założeń daniny i nakazała wstrzymanie jej egzekwowania (zawieszony co najmniej do 1 stycznia 2019 roku). Szczegółowe założenia ustawy opisujemy na stronie 22.

▪ Zakaz handlu w niedzielę

Sejm uchwalił ustawę zgodnie, z którą od 01.03.18 handel będzie możliwy tylko w 2. i 4. niedzielę miesiąca (w następnych latach mają być „dokładane” następne niedziele). Zakaz może negatywnie oddziaływać na szerokim sektorze handlu (spadek obrotów, przynajmniej w krótkim terminie). Z drugiej strony detaliści zapewne będą starali się obronić wyniki m.in. poprzez ograniczenie zatrudnienia czy negocjacje stawek najmu. Według naszych szacunków niedziela odpowiada za ok. 13-15% tygodniowej sprzedaży CCC. Szczegółowe założenia ustawy opisujemy na stronie 23.

▪ Ryzyko kursowe

Spółka jest narażona na negatywne zmiany kursów walutowych. Po pierwsze może się to objawiać w negatywnych różnicach kursowych – CCC kupuje ok. 70% wyrobów w Azji (rozliczenie w USD), a jedynie 10% w Europie (pozostałe 20% pochodzi z Polski). Umocnienie USD względem PLN (przy ewentualnym braku możliwości kosztu na klientów) może skutkować spadkiem marży brutto.

▪ Ryzyko nietrafionej kolekcji

W przypadku źle dobranej kolekcji może się to przełożyć na spadek zainteresowania klientów, a tym samym na spadek wyników finansowych. W odniesieniu do CCC ryzyko to jest dosyć ograniczone, bowiem spółka jest dyskontem obuwniczym, co powoduje, że niższe ceny produktów względem konkurencji oraz wielkość oferty, niwelują czynnik modowy.

▪ Sezonowość wyników

Branża odzieżowa cechuje się znaczną sezonowością. W przypadku niekorzystnej aury w sezonie jesiennym lub zimowym może dojść do zwiększenia zapotrzebowania na kapitał obrotowy oraz do wypracowania niższych wyników finansowych (spadek przychodów, obniżenie marż z powodu wyprzedaży). Jednocześnie okres 4Q jest najważniejszy dla przedstawicieli segmentu.

▪ Konkurencja rynkowa

Głównym konkurentem spółki jest Deichmann. CCC zamierza dynamicznie zwiększać wielkość sieci, co ma pozwolić na zwiększenie udziałów na głównych obszarach działania obu podmiotów i tym samym przegonić niemieckiego potentata. W mniejszym stopniu rywalami grupy są małe sklepiki prywatnych właścicieli.

SZACUNKI 4Q'17 I PROGNOZY NA KOLEJNE OKRESY

Dane sprzedażowe, które prezentowało CCC w minionych miesiącach, naszym zdaniem są dosyć rozczarowujące. Bardzo przeciętnie (zwłaszcza w kanale stacjonarnym) wypadł październik, który zwyczajowo generuje wysokie marże (sprzedaż kolekcji w pełnych cenach), z kolei listopad-grudzień wraz z realizowanymi promocjami mogły przynieść słabszą rentowność. Zgodnie z raportami miesięcznymi zakładamy ok. 1,35 mld PLN przychodów (+20% r/r), co oznacza, że tempo przyrostu w sklepach mogło być poniżej dynamiki otwarć nowej powierzchni. Szacujemy, że pierwsza marża obniżyła się do 52,1% (gorszy miks w sklepach + rozmycie przez e-commerce), z kolei na poziomie EBITDA estymujemy symboliczny wzrost +4% r/r do 246 mln PLN (znacznie poniżej wcześniejszych oczekiwań).

Prognozy wyników na 4Q'17

	4Q'16	4Q'17P	zmiana r/r	2016	2017P	zmiana r/r
Przychody	1 132,6	1 354,5	19,6%	3 196,8	4 187,2	31,0%
Wynik brutto na sprzedaży	609,5	706,1	15,9%	1 685,3	2 143,5	27,2%
EBITDA	237,1	245,5	3,5%	446,2	531,6	19,1%
EBIT	218,1	221,5	1,5%	376,5	438,4	16,4%
Wynik brutto	208,9	216,0	3,4%	346,1	396,9	14,7%
Zysk netto	190,4	175,0	-8,1%	316,8	331,5	4,6%
Marża zysku brutto ze sprzedaży	53,8%	52,1%		52,7%	51,2%	
Marża EBITDA	20,9%	18,1%		14,0%	12,7%	
Marża EBIT	19,3%	16,4%		11,8%	10,5%	
Marża zysku netto	16,8%	12,9%		9,9%	7,9%	

Źródło: Dom Maklerski BDM S.A.

Odczyt sprzedażowy za styczeń wypadł w naszej ocenie dosyć przeciętnie, bowiem CCC zaraportowało wzrost przychodów o ok. 21% r/r, z czego tylko +10% r/r w kanale stacjonarnym. Uważamy, że baza w kolejnych miesiącach także jest wymagająca (szczególnie w okresie marzec-wrzesień), co może przełożyć się na niższe dynamiki sprzedaży z mkw. niż można oczekiwać. W modelu przyjmujemy, że powierzchnia sieci w '18 zwiększy się do ok. 635-640 tys. mkw. Szacujemy, że grupa wypracuje w '18 ok. 5,15 mld PLN obrotów, co daje dynamikę rzędu 23% r/r w ujęciu skonsolidowanym i +19% r/r w obszarze sklepów. W przypadku marży brutto oczekujemy utrzymania poziomów z '17 – z jednej strony wsparciem powinny być bieżące pułapy kursów walutowych oraz rosnący udział dywizji UE, a z drugiej efekt ten będzie rozmywany przez rosnący e-commerce. W obszarze kosztów okołosklepowych liczymy się ze wzrostem wynagrodzeń (w naszej ocenie zapowiadany przez zarząd spadek kosztów na mkw. jest mało realny przy bieżącej sytuacji na rynku pracy; tym bardziej, że m.in. w Polsce działa system premiowy powiązany z realizacją planów sprzedażowych). Tym samym prognozujemy, że EBITDA'18 wyniesie niecałe 680 mln PLN, czyli o ok. 5% niżej niż przyjmuje bieżący konsensus (713 mln PLN).

W kolejnych latach oczekujemy stopniowego wygaszania tempa rozbudowy sieci i skupienia się na utrzymaniu marż i efektywności sieci. W naszym modelu spodziewamy się ustabilizowania rentowności brutto w przedziale 51% oraz marży EBIT na poziomie ok. 11-12%. Przyjmujemy również, że udział Polski w przychodach będzie się systematycznie zmniejszał (zejście poniżej 50% w biznesie stacjonarnym powinno mieć miejsce w perspektywie 2-3 lat), a segment e-commerce będzie stopniowo rósł do 20% ogółu generowanej sprzedaży.

Prognoza na kolejne okresy [mln PLN]

	1Q'16	2Q'16	3Q'16	4Q'16	1Q'17	2Q'17	3Q'17P	4Q'17P	1Q'18P	2Q'18P	3Q'18P	4Q'18P	2014	2015	2016	2017P	2018P	2019P
Przychody	534,6	864,9	664,7	1 132,6	720,4	1 125,1	987,2	1 354,5	876,9	1 378,0	1 223,1	1 671,8	2 011,9	2 307,7	3 196,8	4 187,2	5 149,8	6 174,9
Wynik brutto ze sprzedaży	269,4	467,1	339,3	609,5	350,7	583,4	503,3	706,1	421,0	717,3	623,9	879,1	1 107,4	1 219,5	1 685,3	2 143,5	2 641,3	3 163,9
EBITDA	11,4	151,0	46,7	237,1	3,5	201,0	81,6	245,5	7,7	251,1	109,3	311,5	297,9	307,6	446,2	531,6	679,6	820,0
EBIT	-4,8	138,0	25,2	218,1	-16,1	180,7	52,3	221,5	-17,1	225,5	81,9	284,5	247,3	248,5	376,5	438,4	574,9	709,6
Saldo finansowe	-9,9	4,4	-15,7	-9,2	-18,5	-13,4	-4,1	-5,5	8,0	-4,4	-4,6	-7,9	-18,4	-22,6	-30,4	-41,5	-9,0	-18,9
Wynik brutto	-14,7	142,4	9,5	208,9	-34,6	167,3	48,2	216,0	-9,0	221,1	77,3	276,6	228,9	226,0	346,1	396,9	565,9	690,7
Wynik netto	-17,8	134,0	10,2	190,4	-37,6	152,9	41,2	175,0	-7,3	179,1	62,6	224,0	422,8	250,6	316,8	331,5	458,4	559,5
marża brutto ze sprzedaży	50,4%	54,0%	51,0%	53,8%	48,7%	51,9%	51,0%	52,1%	48,0%	52,1%	51,0%	52,6%	55,0%	52,8%	52,7%	51,2%	51,3%	51,2%
marża EBITDA	2,1%	17,5%	7,0%	20,9%	0,5%	17,9%	8,3%	18,1%	0,9%	18,2%	8,9%	18,6%	14,8%	13,3%	14,0%	12,7%	13,2%	13,3%
marża EBIT	-	16,0%	3,8%	19,3%	-	16,1%	5,3%	16,4%	-	16,4%	6,7%	17,0%	12,3%	10,8%	11,8%	10,5%	11,2%	11,5%
marża netto	-	15,5%	1,5%	16,8%	-	13,6%	4,2%	12,9%	-	13,0%	5,1%	13,4%	21,0%	10,9%	9,9%	7,9%	8,9%	9,1%

Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., spółka; *wyniki od roku 2016 uwzględniają wpływ konsolidacji eobuwie.pl

Prognozy wyników wg segmentów [mln PLN]

	1Q'16	2Q'16	3Q'16	4Q'16	1Q'17	2Q'17	3Q'17P	4Q'17P	1Q'18P	2Q'18P	3Q'18P	4Q'18P	2015	2016	2017P	2018P	2019P
Polska DETAL																	
Przychody	285,3	481,8	328,1	594,0	343,4	579,5	459,2	650,9	395,2	668,0	524,3	729,5	1 438,4	1 689,2	2 033,0	2 317,0	2 508,9
Wynik brutto ze sprzedaży	141,0	254,6	172,7	313,4	165,5	296,2	242,1	329,5	189,0	342,5	279,8	377,3	724,6	881,7	1 033,3	1 188,6	1 290,0
marża brutto ze sprzedaży	49,4%	52,8%	52,6%	52,8%	48,2%	51,1%	52,7%	50,6%	47,8%	51,3%	53,4%	51,7%	50,4%	52,2%	50,8%	51,3%	51,4%
UE DETAL																	
Przychody	171,2	271,4	221,6	384,7	227,8	352,6	334,2	458,0	268,9	431,1	418,3	582,8	739,6	1 048,9	1 372,6	1 701,0	2 156,0
Wynik brutto ze sprzedaży	101,5	163,8	124,8	230,0	129,7	206,0	189,2	272,0	152,6	252,5	239,8	348,9	413,3	620,1	796,9	993,7	1 263,4
marża brutto ze sprzedaży	59,3%	60,4%	56,3%	59,8%	56,9%	58,4%	56,6%	59,4%	56,8%	58,6%	57,3%	59,9%	55,9%	59,1%	58,1%	58,4%	58,6%
E-commerce																	
Przychody	44,7	64,6	72,7	105,4	110,8	149,1	146,7	189,7	166,2	223,7	220,1	284,6	0,0	287,4	596,3	894,5	1 207,5
Wynik brutto ze sprzedaży	17,3	30,2	29,0	46,5	43,8	64,4	58,9	83,1	65,4	96,2	87,9	124,1	0,0	123,0	250,2	373,6	501,9
marża brutto ze sprzedaży	38,7%	46,7%	39,9%	44,1%	39,5%	43,2%	40,1%	43,8%	39,3%	43,0%	39,9%	43,6%	-	42,8%	42,0%	41,8%	41,6%
Pozostałe																	
Przychody	33,4	42,2	42,2	45,9	38,2	44,8	47,2	55,9	46,7	55,3	60,4	74,9	129,8	163,7	186,1	237,3	302,3
Wynik brutto ze sprzedaży	9,6	15,8	12,8	17,7	11,5	21,3	12,9	21,5	14,0	26,2	16,5	28,7	81,6	55,9	67,2	85,4	108,5
marża brutto ze sprzedaży	28,7%	37,4%	30,3%	38,6%	30,1%	47,5%	27,3%	38,5%	30,0%	47,4%	27,2%	38,4%	62,8%	34,1%	36,1%	36,0%	35,9%

Źródło: Dom Maklerski BDM S. A., spółka

Dane operacyjne segmentów

	1Q'15	2Q'15	3Q'15	4Q'15	1Q'16	2Q'16	3Q'16	4Q'16	1Q'17	2Q'17	3Q'17	4Q'17P	1Q'18P	2Q'18P	3Q'18P	4Q'18P
Powierzchnia EoP [tys. mkw]	316,3	325,5	343,6	372,8	390,4	405,5	426,4	458,6	471,3	488,0	503,4	532,5	552,1	571,7	602,5	634,1
Polska DETAL	174,2	174,8	180,9	189,0	192,7	197,7	201,6	212,2	214,7	220,8	228,2	239,4	244,7	249,9	255,2	261,2
UE DETAL	121,9	128,9	138,4	156,2	170,3	179,0	194,8	213,5	222,1	230,7	238,7	251,6	264,6	277,5	298,2	318,9
Pozostałe	20,2	21,8	24,3	27,6	27,4	28,8	30,0	32,9	34,5	36,4	36,6	41,5	42,9	44,3	49,2	54,1
Liczba sklepów	732	739	754	787	788	809	825	867	873	894	901	939	961	987	1024	1064
Polska DETAL	435	426	427	426	415	422	424	436	433	439	441	456	463	470	477	485
UE DETAL	243	255	266	293	311	321	336	360	370	380	387	402	417	432	456	480
Pozostałe	51	54	58	63	59	62	62	66	67	70	69	76	78	80	87	94
Przychód z mkw. [tys. PLN]*	1,4	1,9	1,5	2,1	1,3	2,0	1,4	2,3	1,3	2,0	1,7	2,2	1,3	2,1	1,7	2,2
Polska DETAL	1,6	2,3	1,7	2,4	1,5	2,5	1,6	2,9	1,6	2,7	2,0	2,8	1,6	2,7	2,1	2,8
UE DETAL	1,1	1,5	1,2	1,8	1,0	1,6	1,2	1,9	1,0	1,6	1,4	1,9	1,0	1,6	1,5	1,9
Pozostałe	1,0	1,1	1,6	1,6	1,2	1,5	1,4	1,5	1,1	1,3	1,3	1,4	1,1	1,3	1,3	1,5

Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., spółka; *dotyczy tylko sieci sklepów stacjonarnych

Prognoza ogólna na lata 2017-2027

	2014	2015	2016	2017P	2018P	2019P	2020P	2021P	2022P	2023P	2024P	2025P	2026P	2027P
Przychody [mln PLN]	2 011,9	2 307,7	3 196,8	4 187,2	5 149,8	6 174,9	7 035,1	7 824,4	8 513,2	9 079,5	9 562,5	9 977,6	10 345,6	10 675,6
Wynik brutto ze sprzedaży [mln PLN]	1 107,4	1 219,5	1 685,3	2 143,5	2 641,3	3 163,9	3 607,3	4 013,7	4 370,3	4 662,9	4 910,4	5 126,2	5 316,1	5 484,8
EBITDA [mln PLN]	297,9	307,6	446,2	531,6	679,6	820,0	956,5	1 081,9	1 186,9	1 257,0	1 308,8	1 350,1	1 381,0	1 409,3
EBIT [mln PLN]	247,3	248,5	376,5	438,4	574,9	709,6	834,8	950,8	1 048,5	1 113,6	1 162,6	1 202,5	1 232,3	1 260,2
Saldo finansowe [mln PLN]	-18,4	-22,6	-30,4	-41,5	-9,0	-18,9	-18,8	-19,7	-18,8	-16,1	-8,9	-5,8	-5,9	-9,5
Wynik brutto [mln PLN]	228,9	226,0	346,1	396,9	565,9	690,7	816,0	931,1	1 029,7	1 097,5	1 153,8	1 196,7	1 226,4	1 250,7
Wynik netto [mln PLN]	422,8	250,6	316,8	331,5	458,4	559,5	661,0	754,2	834,1	889,0	934,6	969,3	993,4	1 013,0
marża brutto ze sprzedaży	55,0%	52,8%	52,7%	51,2%	51,3%	51,2%	51,3%	51,3%	51,3%	51,4%	51,4%	51,4%	51,4%	51,4%
marża EBITDA	14,8%	13,3%	14,0%	12,7%	13,2%	13,3%	13,6%	13,8%	13,9%	13,8%	13,7%	13,5%	13,3%	13,2%
marża EBIT	12,3%	10,8%	11,8%	10,5%	11,2%	11,5%	11,9%	12,2%	12,3%	12,3%	12,2%	12,1%	11,9%	11,8%
marża netto	21,0%	10,9%	9,9%	7,9%	8,9%	9,1%	9,4%	9,6%	9,8%	9,8%	9,8%	9,7%	9,6%	9,5%
USD/PLN śr.	3,2596	3,7164	4,0555	3,8329	3,4345	3,3396	3,2502	3,1720	3,1342	3,1342	3,1342	3,1342	3,1342	3,1342
EUR/PLN śr.	4,1973	4,1817	4,3342	4,2909	4,2144	4,2522	4,2522	4,2522	4,2522	4,2522	4,2522	4,2522	4,2522	4,2522

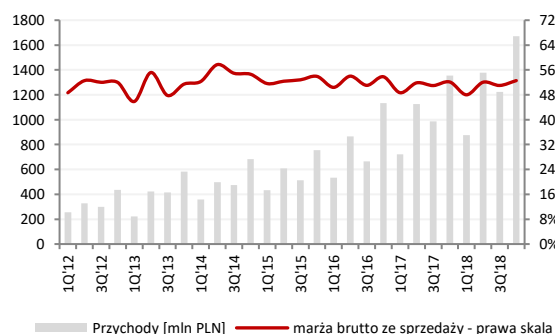
Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., spółka; *wyniki od roku 2016 uwzględniają wpływ konsolidacji eobuwie.pl

Prognozy przychodów w rozbiciu na segmenty

	2013	2014	2015	2016	2017P	2018P	2019P	2020P	2021P	2022P	2023P	2024P	2025P	2026P	2027P
Przychody [mln PLN]	1 641,5	2 006,5	2 299,8	3 189,2	4 188,0	5 149,8	6 174,9	7 035,1	7 824,4	8 513,2	9 079,5	9 562,5	9 977,6	10 345,6	10 675,6
Polska detal	1 256,1	1 398,9	1 438,4	1 689,2	2 033,0	2 317,0	2 508,9	2 649,4	2 769,8	2 868,0	2 945,9	3 002,9	3 049,4	3 089,0	3 121,5
UE detal	308,6	526,0	739,6	1 048,9	1 372,6	1 701,0	2 156,0	2 577,2	2 977,6	3 356,7	3 715,1	4 051,7	4 365,8	4 656,5	4 919,8
Pozostałe (hurt)	76,7	81,7	121,8	163,7	186,1	237,3	302,3	359,5	410,6	455,4	493,8	525,4	550,2	567,7	581,7
E-commerce	0,0	0,0	0,0	287,4	596,3	894,5	1 207,5	1 449,1	1 666,4	1 833,1	1 924,7	1 982,5	2 012,2	2 032,3	2 052,6
Dynamika przychodów	24,6%	22,2%	14,6%	38,7%	31,3%	23,0%	19,9%	13,9%	11,2%	8,8%	6,7%	5,3%	4,3%	3,7%	3,2%
Polska detal	12,3%	11,4%	2,8%	17,4%	20,4%	14,0%	8,3%	5,6%	4,5%	3,5%	2,7%	1,9%	1,5%	1,3%	1,1%
UE detal	110,2%	70,4%	40,6%	41,8%	30,9%	23,9%	26,7%	19,5%	15,5%	12,7%	10,7%	9,1%	7,8%	6,7%	5,7%
Pozostałe (hurt)	48,7%	6,5%	49,1%	34,4%	13,7%	27,5%	27,4%	18,9%	14,2%	10,9%	8,4%	6,4%	4,7%	3,2%	2,5%
E-commerce	-	-	-	-	107,5%	50,0%	35,0%	20,0%	15,0%	10,0%	5,0%	3,0%	1,5%	1,0%	1,0%
Udział w przychodach															
Polska detal	76,5%	69,7%	62,5%	53,0%	48,5%	45,0%	40,6%	37,7%	35,4%	33,7%	32,4%	31,4%	30,6%	29,9%	29,2%
UE detal	18,8%	26,2%	32,2%	32,9%	32,8%	33,0%	34,9%	36,6%	38,1%	39,4%	40,9%	42,4%	43,8%	45,0%	46,1%
Pozostałe (hurt)	4,7%	4,1%	5,3%	5,1%	4,4%	4,6%	4,9%	5,1%	5,2%	5,3%	5,4%	5,5%	5,5%	5,5%	5,4%
E-commerce	0,0%	0,0%	0,0%	9,0%	14,2%	17,4%	19,6%	20,6%	21,3%	21,5%	21,2%	20,7%	20,2%	19,6%	19,2%
Detal	95,3%	95,9%	94,7%	85,9%	81,3%	78,0%	75,5%	74,3%	73,5%	73,1%	73,4%	73,8%	74,3%	74,9%	75,3%
Pozostałe (hurt)	4,7%	4,1%	5,3%	5,1%	4,4%	4,6%	4,9%	5,1%	5,2%	5,3%	5,4%	5,5%	5,5%	5,5%	5,4%
E-commerce	0,0%	0,0%	0,0%	9,0%	14,2%	17,4%	19,6%	20,6%	21,3%	21,5%	21,2%	20,7%	20,2%	19,6%	19,2%
Powierzchnia eop [tys.mkw.]	240,6	302,4	367,4	452,3	532,5	634,1	721,0	799,9	870,8	933,8	988,9	1 035,9	1 077,3	1 111,5	1 140,5
Polska detal	154,3	173,0	189,0	212,2	239,4	261,2	273,9	284,4	292,7	298,7	302,4	303,9	305,4	305,4	305,4
UE detal	68,7	110,1	150,8	207,1	251,6	318,9	381,8	440,4	494,7	544,7	590,4	631,8	668,9	701,6	729,2
Pozostałe (hurt)	17,6	19,3	27,6	32,9	41,5	54,1	65,3	75,1	83,5	90,5	96,1	100,3	103,1	104,5	105,9
Dynamika rozwoju	20,4%	25,7%	21,5%	23,1%	17,7%	19,1%	13,7%	10,9%	8,9%	7,2%	5,9%	4,8%	4,0%	3,2%	2,6%
Polska detal	-1,5%	12,1%	9,3%	12,3%	12,8%	9,1%	4,9%	3,8%	2,9%	2,1%	1,3%	0,5%	0,5%	0,0%	0,0%
UE detal	112,6%	60,2%	37,0%	37,3%	21,5%	26,7%	19,7%	15,4%	12,3%	10,1%	8,4%	7,0%	5,9%	4,9%	3,9%
Pozostałe (hurt)	61,9%	10,0%	42,6%	19,3%	26,0%	30,4%	20,7%	15,0%	11,2%	8,4%	6,2%	4,4%	2,8%	1,4%	1,3%
Udział w powierzchni															
Polska detal	64,1%	57,2%	51,4%	46,9%	45,0%	41,2%	38,0%	35,6%	33,6%	32,0%	30,6%	29,3%	28,3%	27,5%	26,8%
UE detal	28,6%	36,4%	41,0%	45,8%	47,3%	50,3%	53,0%	55,1%	56,8%	58,3%	59,7%	61,0%	62,1%	63,1%	63,9%
Pozostałe (hurt)	7,3%	6,4%	7,5%	7,3%	7,8%	8,5%	9,1%	9,4%	9,6%	9,7%	9,7%	9,7%	9,6%	9,4%	9,3%
Detal	92,7%	93,6%	92,5%	92,7%	92,2%	91,5%	90,9%	90,6%	90,4%	90,3%	90,3%	90,3%	90,4%	90,6%	90,7%
Pozostałe (hurt)	7,3%	6,4%	7,5%	7,3%	7,8%	8,5%	9,1%	9,4%	9,6%	9,7%	9,7%	9,7%	9,6%	9,4%	9,3%

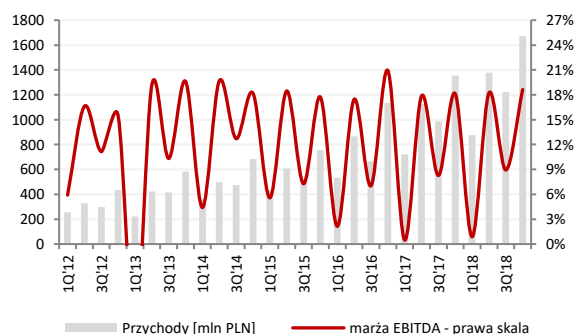
Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., spółka; *wyniki od roku 2016 uwzględniają wpływ konsolidacji eobuwie.pl

Przychody ze sprzedaży [mln PLN] i marża brutto w uj. kwartalnym



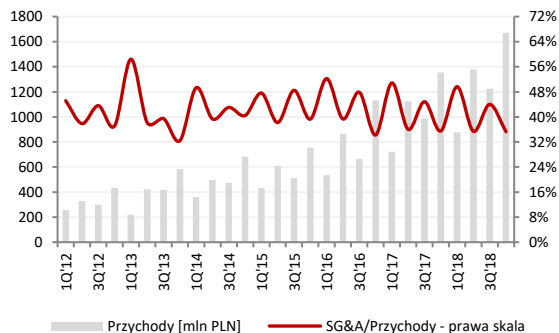
Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., spółka

Rentowność EBITDA w uj. kwartalnym



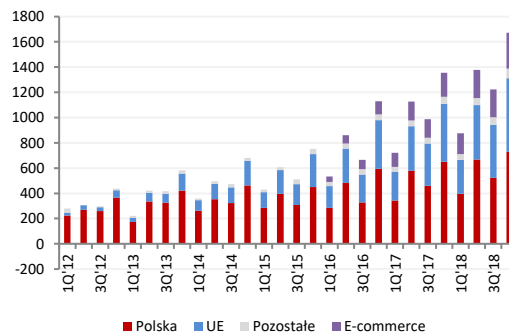
Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., spółka

SG&A vs przychody (uj. kwartalne)



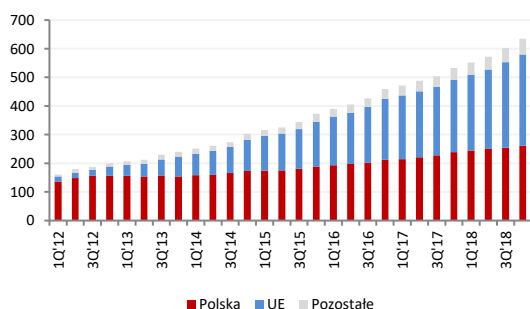
Źródło: Dom Maklerski BDM S. A., spółka

Przychody wg regionów (uj. kwartalnym)



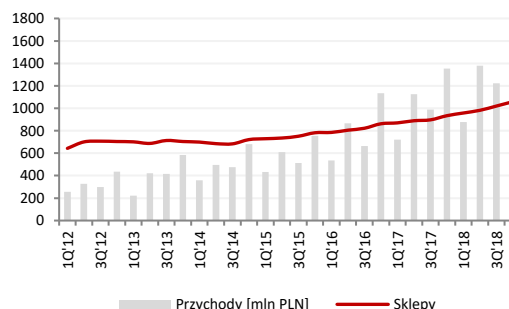
Źródło: Dom Maklerski BDM S. A., spółka

Powierzchnia sieci wg regionów (uj. kwartalne)



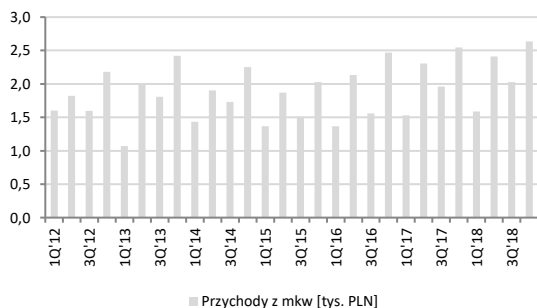
Źródło: Dom Maklerski BDM S. A., spółka

Przychody na tle sieci (uj. kwartalne)



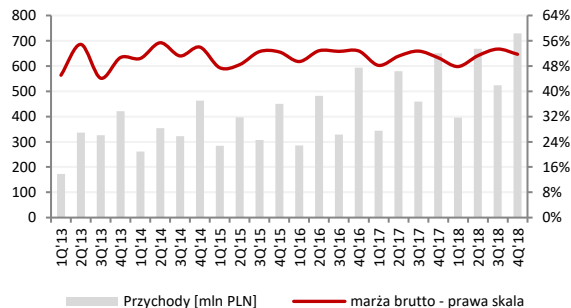
Źródło: Dom Maklerski BDM S. A., spółka

Przychód/mkw. (uj. kwartalne)



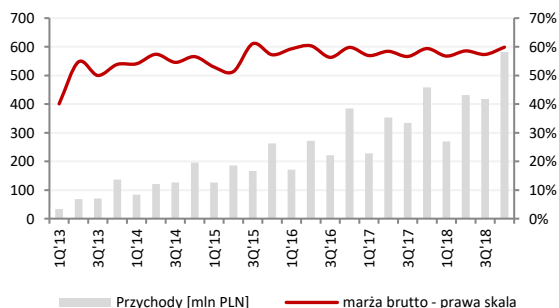
Źródło: Dom Maklerski BDM S. A., spółka

Rentowność dywizji polskiej



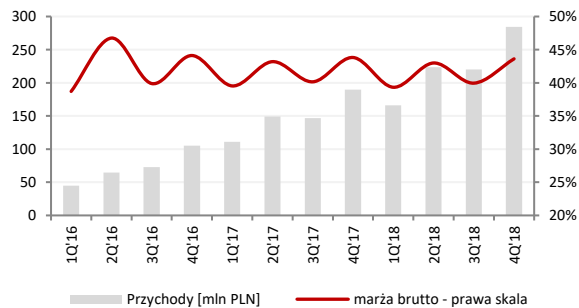
Źródło: Dom Maklerski BDM S. A., spółka

Rentowność dywizji europejskiej



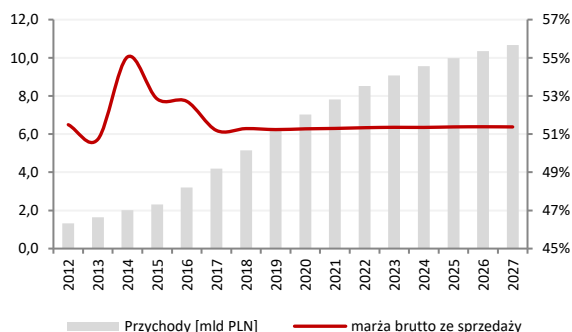
Źródło: Dom Maklerski BDM S. A., spółka

Rentowność e-commerce



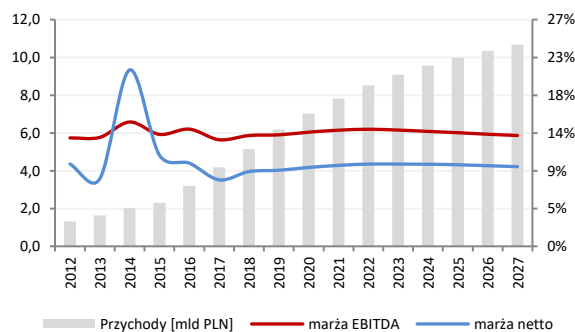
Źródło: Dom Maklerski BDM S. A., spółka

Przychody i marża brutto ze sprzedaży w latach 2012-27



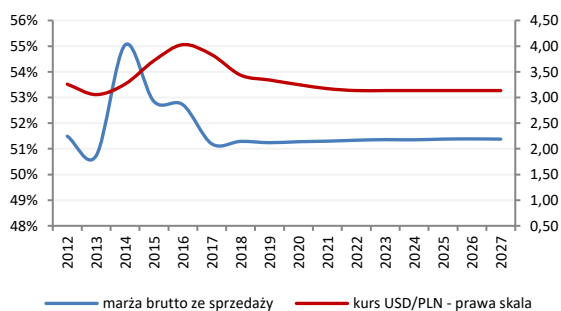
Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., spółka

Marże EBITDA i netto w ujęciu rocznym w latach 2012-26



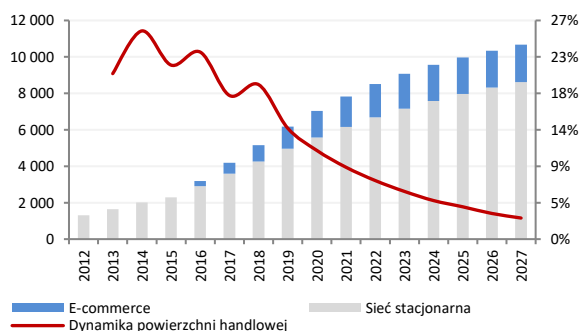
Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., spółka

Marża brutto ze sprzedaży a kurs USD/PLN



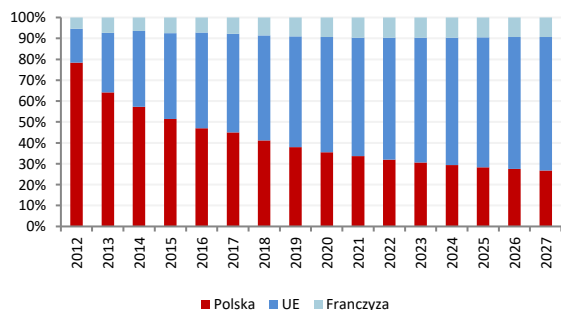
Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., spółka

Rozwój powierzchni handlowej vs przychody [mln PLN]



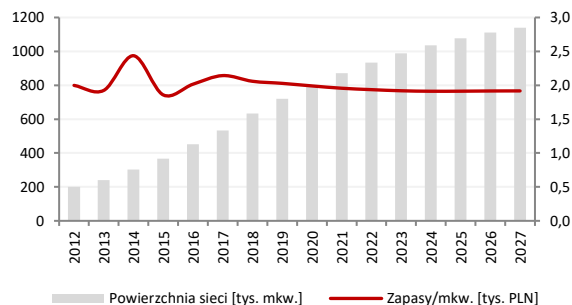
Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., spółka

Udział regionów w powierzchni handlowej



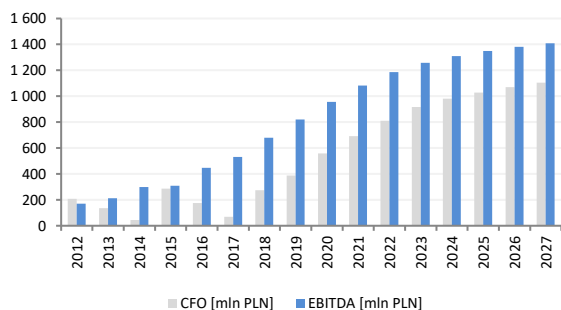
Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., spółka

Zapasy na mkw.



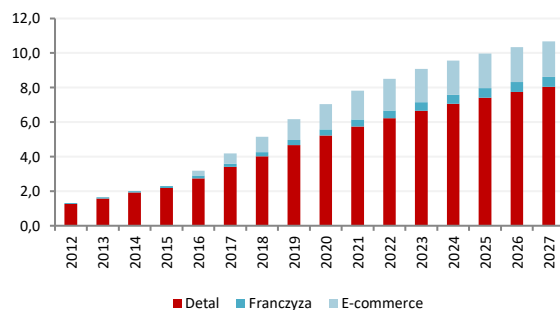
Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., spółka

CFO na tle EBITDA [mln PLN]



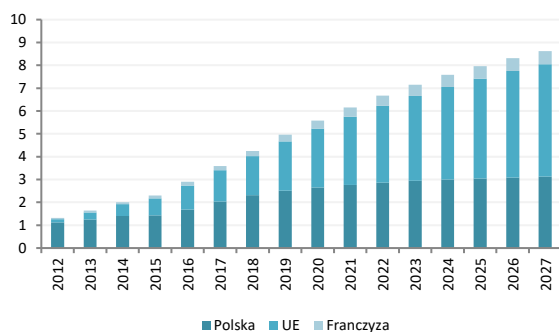
Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., spółka

Przychody w detalu, franczyzie i e-commerce [mld PLN]



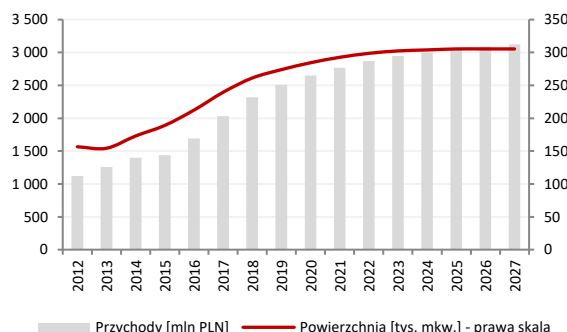
Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., spółka

Przychody w ujęciu geograficznym* [mln PLN]



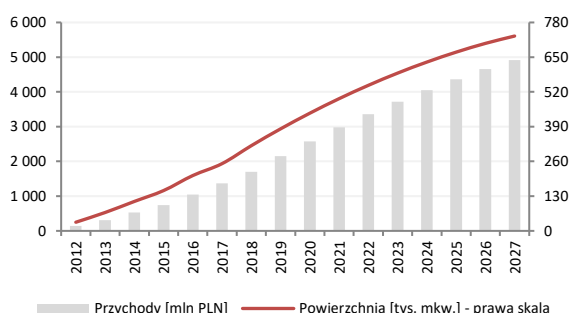
Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., spółka; *bez eobuwie.pl

Przychody na terenie Polski na tle przyrostu sieci



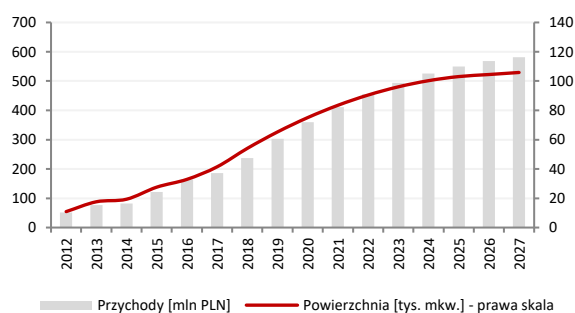
Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., spółka

Przychody na terenie UE na tle przyrostu sieci



Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., spółka

Przychody w pozostałych krajach na tle przyrostu sieci



Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., spółka

ZMIANY ZAŁOŻEŃ W MODELU

Względem naszej rekomendacji z listopada '17 zaktualizowaliśmy rezultaty w 4Q'17. Skorygowaliśmy także kursy walutowe (spółka ma ekspozycję na USD i EUR poprzez zakup towarów oraz płacone czynsze), co przełożyło się na nasze oczekiwania dotyczące pierwszej marży w kolejnych latach (rosnący udział e-commerce, wzrost w UE) oraz uwzględniliśmy zmiany w kosztach okołosklepowych. Tym samym prognozujemy, że grupa osiągnie w latach 2017-18 ok. 4,19-5,15 mld PLN przychodów oraz 531,6-679,6 mln PLN EBITDA.

Zmiana założeń względem raportu z 24 lutego 2017 roku

	2017 stara	2017 nowa	zmiana	2018 stara	2018 nowa	zmiana	2019 stara	2019 nowa	zmiana
Przychody	4 231,7	4 187,2	-1,1%	5 349,0	5 149,8	-3,7%	6 371,3	6 174,9	-3,1%
Wynik brutto ze sprzedaży	2 169,3	2 143,5	-1,2%	2 716,4	2 641,3	-2,8%	3 223,9	3 163,9	-1,9%
EBITDA	569,5	531,6	-6,7%	694,4	679,6	-2,1%	824,8	820,0	-0,6%
EBIT	482,9	438,4	-9,2%	596,0	574,9	-3,5%	720,5	709,6	-1,5%
Wynik brutto	439,3	396,9	-9,7%	562,8	565,9	0,6%	693,7	690,7	-0,4%
Wynik netto	363,7	331,5	-8,9%	455,8	458,4	0,6%	561,9	559,5	-0,4%
marża brutto ze sprzedaży	51,3%	51,2%		50,8%	51,3%		50,6%	51,2%	
marża EBITDA	13,5%	12,7%		13,0%	13,2%		12,9%	13,3%	
marża EBIT	11,4%	10,5%		11,1%	11,2%		11,3%	11,5%	
marża netto	8,6%	7,9%		8,5%	8,9%		8,8%	9,1%	

Źródło: Dom Maklerski BDM S.A.

Porównanie założeń DM BDM z konsensem dla ostatnich rekomendacji

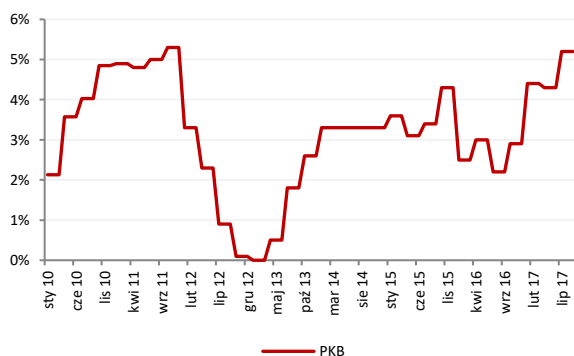
	2017P BDM	2017 Bloomberg	różnica	2018P BDM	2018 Bloomberg	różnica	2019P BDM	2019 Bloomberg	różnica
Przychody	4 187	4 192	-0,1%	5 150	5 260	-2,1%	6 175	6 321	-2,3%
EBITDA	532	547	-2,9%	680	713	-4,7%	820	874	-6,2%
Wynik netto	331	322	2,8%	458	449	2,2%	559	566	-1,1%
marża EBITDA	12,7%	13,1%		13,2%	13,6%		13,3%	13,8%	
marża netto	7,9%	7,7%		8,9%	8,5%		9,1%	8,9%	

Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., spółka

OTOCZENIE RYNKOWE

Od początku 2013 roku zauważalna jest poprawa optymizmu konsumentów, co jest widoczne po zmianie wskaźnika koniunktury konsumenckiej. Pozytywne odczucia można mieć obserwując wyniki sprzedaży detalicznej. Dynamika sprzedaży detalicznej odnotowała w ostatnim miesiącu wzrost o 6,0% (w listopadzie wyniosła +10,2% r/r). Na zachowanie tendencji wskazują również poprzednie odczyty. Sprzedaż w kategorii odzież i obuwanie zanotowała w ostatnim miesiącu wzrost o 18,6% r/r. Głównym czynnikiem stymulującym wzrost gospodarczy jest konsumpcja, którą napędza rządowy program 500+. Na stałe powróciła inflacja, która w grudniu wyniosła 2,1%. Stopa bezrobocia w ostatnich miesiącach utrzymuje się na rekordowo niskim poziomie – we wrześniu spadła do 6,6%. Według danych GUS, zwiększa się przeciętny poziom zatrudnienia w sektorze przedsiębiorstw. Nieprzerwanie rośnie również średnie wynagrodzenie, które w minionym miesiącu wyniosło ok. 5,0 tys. PLN (wzrost o 7,3% r/r +7,9% m/m).

PKB



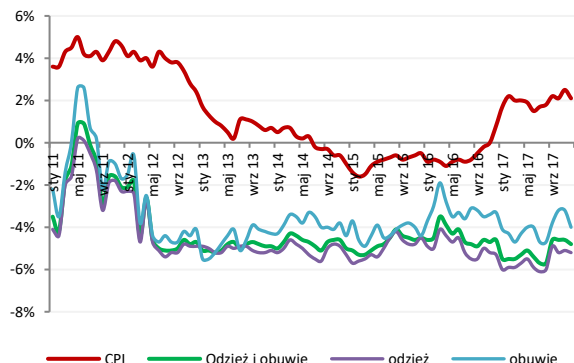
Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., GUS, Bloomberg

Stopa bezrobocia



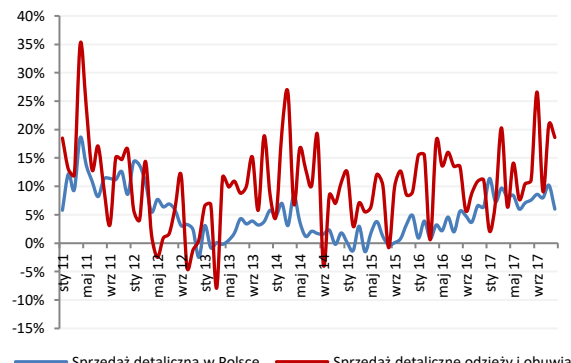
Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., GUS, Bloomberg

Stopa inflacji



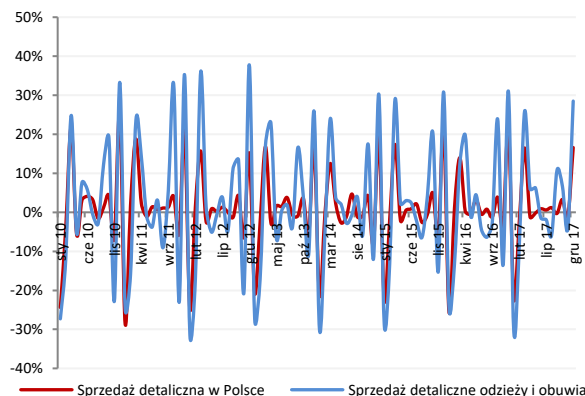
Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., GUS, Bloomberg

Zmiana sprzedaży detalicznej r/r



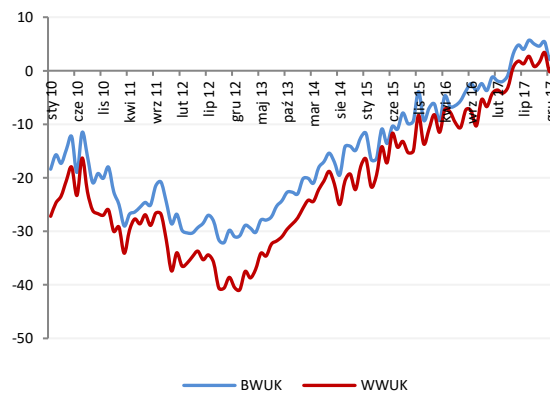
Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., GUS, Bloomberg

Zmiana sprzedaży detalicznej m/m



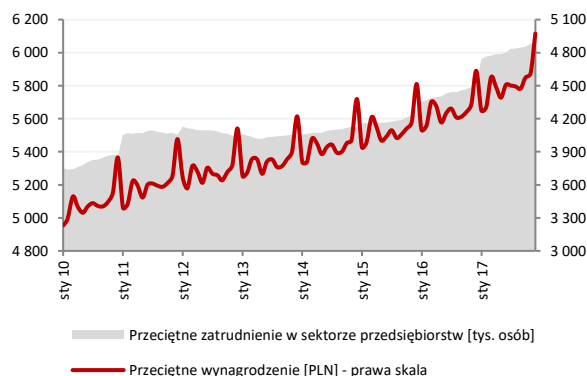
Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., GUS, Bloomberg

Wskaźniki koniunktury konsumenckiej



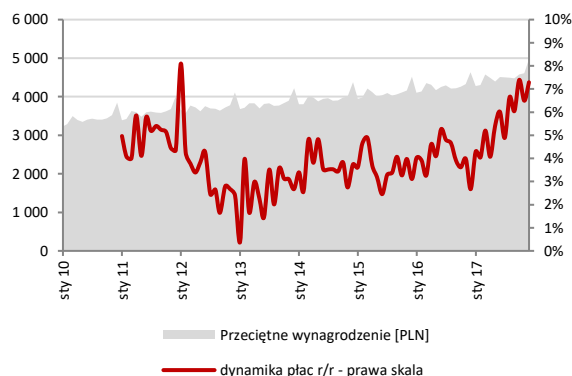
Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., GUS, Bloomberg

Przeciętne zatrudnienie i płace w sektorze przedsiębiorstw



Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., GUS

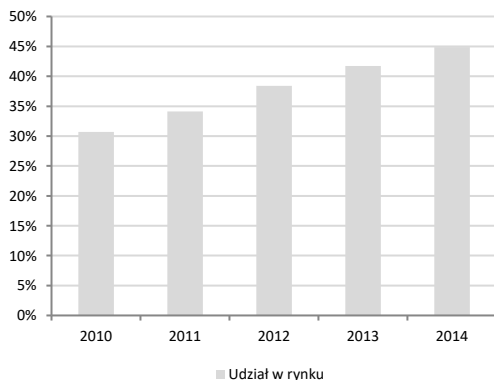
Dynamika płac [%]



Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., GUS

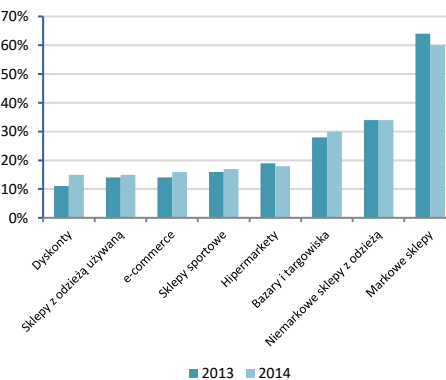
Według szacunków PMR rynek odzieżowy w '15 był wart ok. 24,2 mld PLN, co stanowiło wzrost o ok. 5,4% r/r. Rynek modowy cechuje się bardzo dużą konkurencją, co sprawia, że podmioty na nim działające muszą walczyć o klienta poprzez promocje i rabaty, a to z kolei negatywnie odbija się na marży. Jednocześnie ok. 45% podmiotów handlowych ocenia sytuację rynkową jako dobrą. W ostatnich latach zauważalne jest zjawisko „racjonalizacji” wydatków przez klientów, którzy coraz częściej kupują w sklepach internetowych lub centrach outletowych. W branży zauważalna jest tendencja konsolidacji – jeszcze w 2010 roku dziesięciu największych detalistów odpowiadało za ok. 31% sprzedaży na rynku, natomiast w 2014 ich udział zwiększył się do 44,9%. Mniejsze sieci skupiały się natomiast na optymalizacji, co objawiało się selektywnymi otwarciami, zamykaniem nierentownych sklepów oraz remontowaniu starszych placówek. Bardzo dobrze radziły sobie natomiast sieci dyskontowe, które rozwijały się ilościowo i wartościowo (według danych PMR obroty w dyskontach zwiększyły się o 17% względem 12% wzrostu wielkości sieci). Warto zauważyć, że zmianie ulega tendencja rozwoju. Według ankiety PMR już tylko 55% badanych podmiotów planuje dalsze rozwijanie obecnej sieci, natomiast w poprzednim badaniu plan taki miało aż 87% ankietowanych. Do ciekawych wniosków można dojść obserwując Footfall Index obrazujący natężenie ruchu w galeriach handlowych. Wskaźnik spada nieprzerwanie od 2007 roku, co potwierdza tezę migracji klientów do e-sklepów.

Udział 10 największych detalistów w rynku odzieżowym



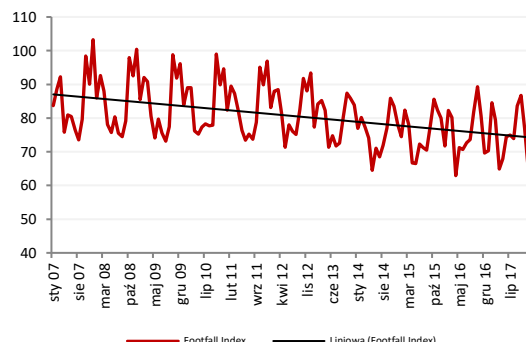
Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., PMR Research

Miejsce zakupu odzieży w Polsce w '14



Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., PMR Research

Footfall Index



Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., <http://uk.shoppertrak.com/trends/>

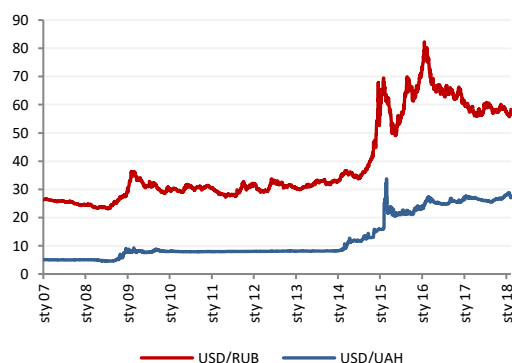
Dla CCC bardzo ważne jest otoczenie makroekonomiczne zagranicą. Jednym z najistotniejszych czynników poza sprzedażą detaliczną, są kursy walutowe, szczególnie USD/PLN. Ostatnie umocnienie dolara bardzo negatywnie odbija się na marży brutto realizowanej przez spółkę (kilkuprocentowe spadki r/r). Na wyniki grupy duży wpływ ma także zachowanie EUR/PLN – spółka płaci czynsze w EUR, które stanowią ok. 40% kosztów SG&A. Im niższy kurs EUR/PLN, tym większe potencjalne korzyści odnotuje CCC. Z drugiej strony duża część przychodów spółki jest realizowana w krajach strefy Euro i osłabienie waluty niekorzystnie odbija się na obrotach grupy.

Zachowanie kursów EUR/PLN i USD/PLN



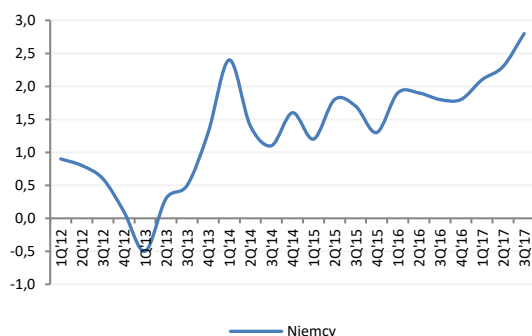
Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., Bloomberg

Zachowanie kursów USD/RUB i USD/UAH



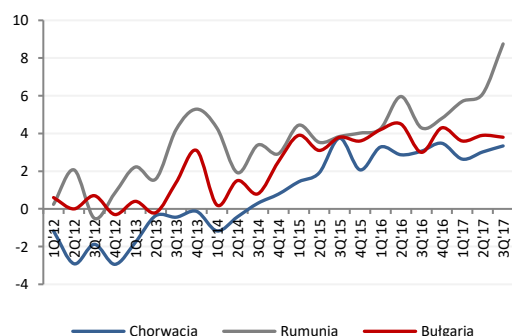
Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., Bloomberg

PKB w Niemczech [%]



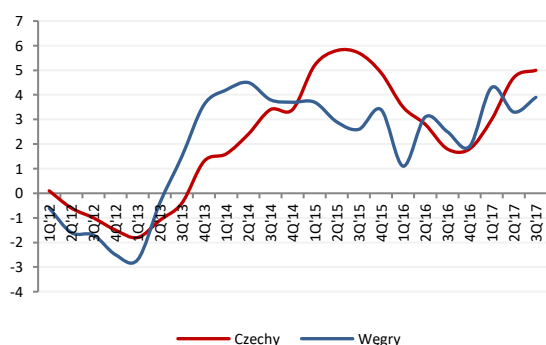
Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., Bloomberg

PKB w Rumunii, Chorwacji i Bułgarii [%]



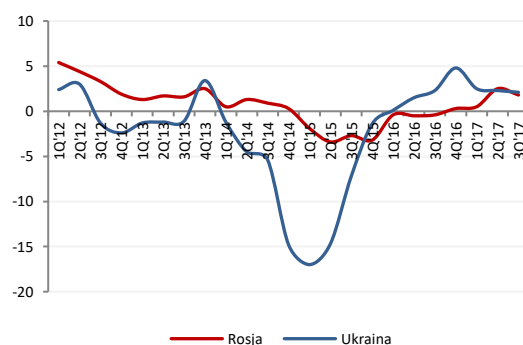
Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., Bloomberg

PKB w Czechach i na Węgrzech [%]



Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., Bloomberg

PKB w Rosji i na Ukrainie [%]



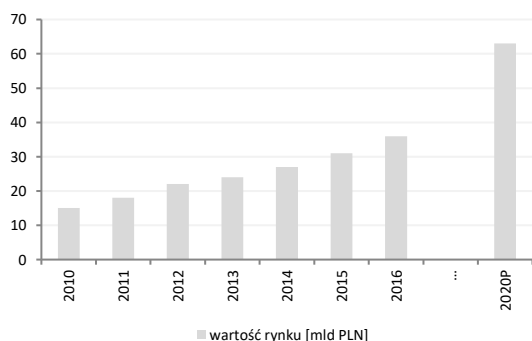
Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., Bloomberg

Rynek e-commerce

Eksperti Sociomatic Labs szacują, że rynek e-commerce w Polsce w '16 osiągnął wartość ok. 36 mld PLN (z ok. 32 mld PLN), a w perspektywie '20 ma urosnąć do 63 mld PLN (co ciekawe szacuje się, że 8 największych europejskich rynków ma wartość 156 mld GBP, natomiast sam rynek amerykański jest wart ponad 215 mld GBP). Zgodnie z prognozami firmy liczba sklepów internetowych w Polsce podniosła się do 23,5 tys. (ponad 6x tyle co w '06), a w '20 powinna przekroczyć 30 tys. Według wielu analiz w ciągu najbliższych 5 lat udział zakupów realizowanych w e-sklepach ma zwiększyć się do ok. 45% przychodów ze sprzedaży ogółem. Wymienione powyżej tendencje potwierdzają odczyty Eurostat, które wskazują, na istotny wzrost osób kupujących online w okresie 2011-16 (w Wielkiej Brytanii odnotowano wzrost z 71% do 83%, a w Polsce z 30% do 42%; średnia dla wszystkich krajów UE podniosła się z 37% do 55%; najslabiej na tym tle prezentują się Rumunia i Bułgaria).

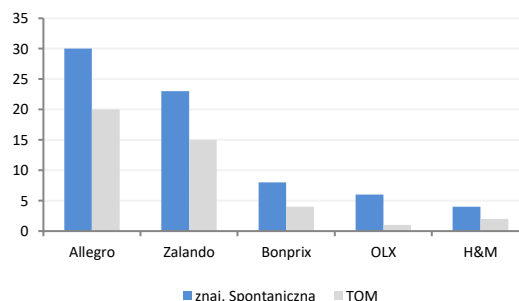
W badaniu przeprowadzonym dla ecommercepolska.pl ok. 48% internautów zadeklarowało, że dokonuje zakupów online (pozostali wskazywali, że wolą obejrzeć produkt przed zakupów oraz że preferują tradycyjne kanały sprzedaży). Co ciekawe, w rodzimych e-sklepach kupuje ok. 47% ankietowanych. Warto zwrócić uwagę, że najbardziej rozpoznawalną platformą jest cały czas Allegro, zarówno w kategorii ogólnej, jak i odzieży (na kolejnych miejscach znalazły się Zalando oraz Bonprix). Z analizy Gemiusa wynika, że statystycznym klientem są osoby w wieku 15-24 lata, z wyższym wykształceniem, mieszkające w ośrodkach liczących powyżej 200 tys. mieszkańców. Według badanych głównymi czynnikami, które motywują ich do zrobienia zakupów w Internecie są „brak konieczności jechania do sklepu”, „wiele dostępnych sposobów dostawy/odbioru” i możliwość bezpłatnej dostawy/zwrotu. Z drugiej strony, wśród czynników, które spowodowałyby wzrost zainteresowania e-handlem wymienia się niższe koszty dostawy, niższe ceny niż w sklepach tradycyjnych oraz kody rabatowe. Polacy najczęściej decydują się na e-zakupy takich kategorii produktowych jak: odzież (72% ankietowanych), książki i płyty (68%) oraz telefony/smartfony (56%). Obuwie nabywa „tylko” 49% e-klientów. Średniomiesięczne wydatki na odzież wynoszą ok. 83 PLN, z kolei na obuwie jest to 77 PLN.

Krajowy rynek e-commerce [mld EUR]



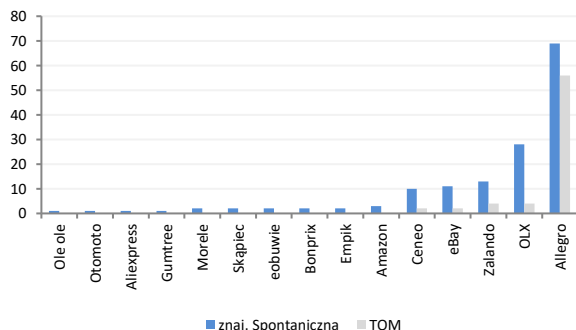
Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., portal spozywczy.pl

Znajomość platform sprzedających odzież



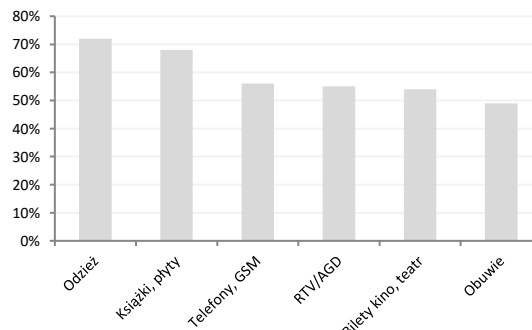
Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., ecommercepolska.pl

Znajomość platform sprzedażowych ogółem



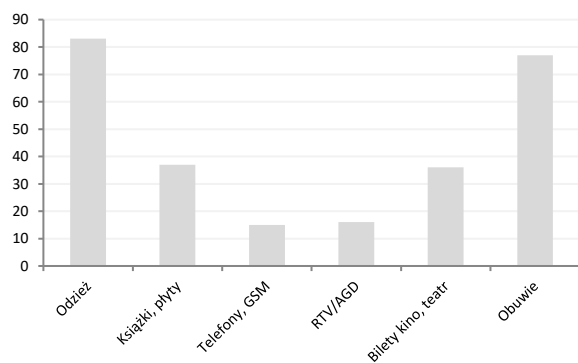
Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., ecommercepolska.pl

Koszyk zakupowy



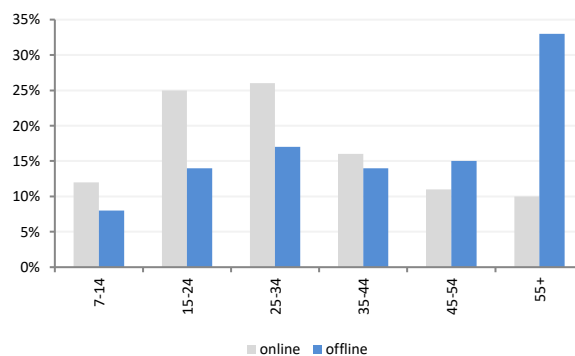
Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., ecommercepolska.pl

Paragon miesięczny w wybranych kategoriach zakupowych



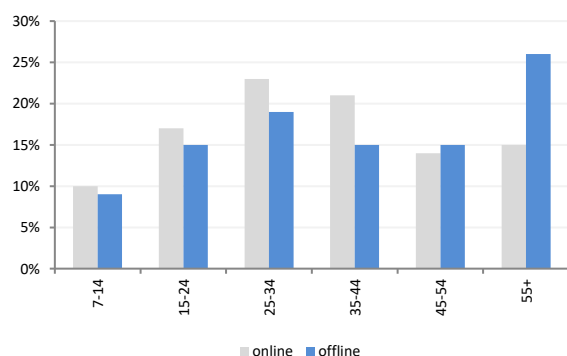
Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., ecommercepolska.pl

Struktura wiekowa zakupów - kobiety



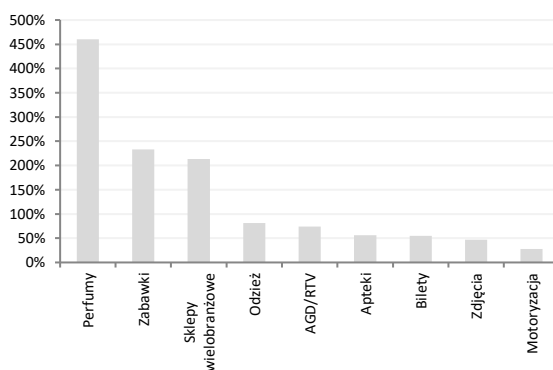
Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., Izba Gospodarki Elektronicznej

Struktura wiekowa zakupów - mężczyźni



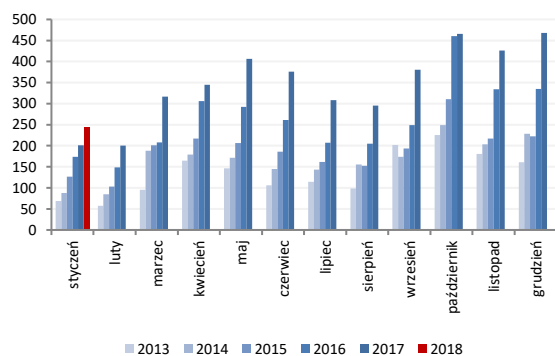
Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., Izba Gospodarki Elektronicznej

Wzrost popularności segmentów w e-commerce w ciągu ostatnich 5 lat

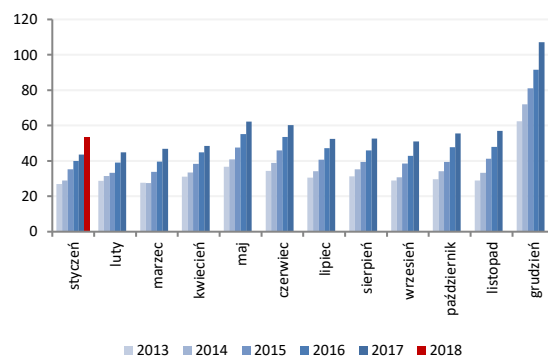


Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., Izba Gospodarki Elektronicznej

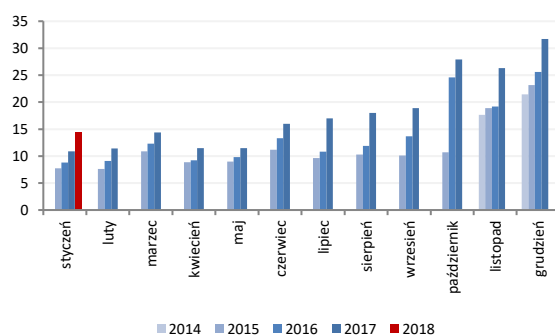
**Przychody w ujęciu miesięcznym przedstawicieli branży odzieżowej [mln PLN]
CCC**



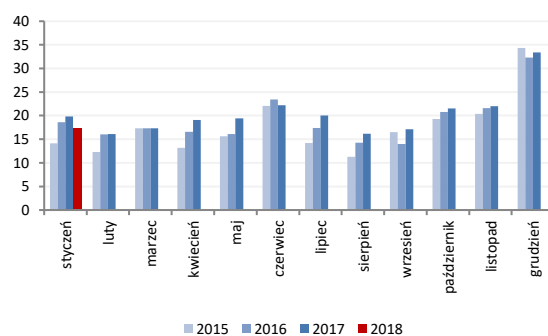
Vistula



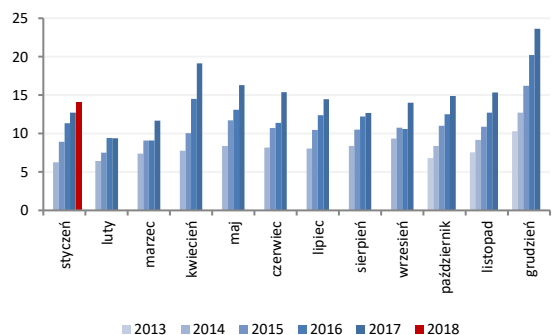
Wittchen



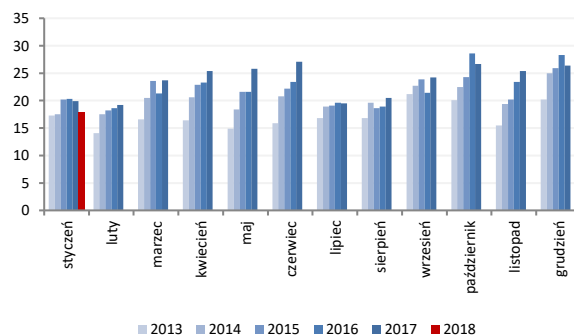
Monnari



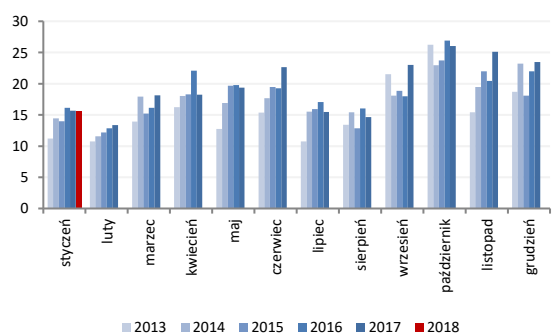
Bytom



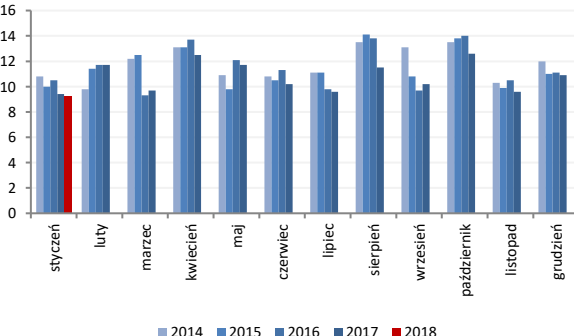
Gino Rossi



Wojas



Solar



Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., spółki

PLANOWANE ZMIANY LEGISLACYJNE

PODATEK OD SKLEPÓW WIELKOPOWIERZCHNIOWYCH

Jednym z postulatów programu wyborczego PiS było wprowadzenie podatku od sklepów wielkopowierzchniowych, który docelowo miał chronić polski handel. Pierwotna konstrukcja daniny miała objąć placówki, których powierzchnia przekraczałaby 250 mkw., a stawka płaconego podatku miała wynosić 2,0%. Taka konstrukcja spotkała się ze zdecydowanym sprzeciwem środowiska handlowego (głównym argumentem przeciw projektowi było nieadekwatne kryterium powierzchniowe – w analizach branżowych sklepy wielkopowierzchniowe mają co najmniej 400 mkw.). W ramach prac nad ustawą, Ministerstwo Finansów zdecydowało się na zmianę koncepcji. Kolejny projekt z początku lutego zakładał zróżnicowanie progów podatkowych w zależności od dnia handlu oraz od wysokości realizowanej sprzedaży w danym miesiącu.

Zróżnicowanie stawek podatku wg projektu z lutego

		Obrót miesięczny		
		<1,5 mln PLN	1,5<x<300	>300 mln PLN
Dzień tygodnia	pon.-pt.	0,0%	0,7%	1,3%
	sob.-ndz.	0,0%	1,3%	1,9%

Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., MF

Ministerstwo Finansów zaproponowało także, aby podatkiem zostały objęte sieci franczyzowe (zgodnie z projektem daninę miałyby obliczać, pobierać i wpłacać właściciele marki) oraz segment e-commerce (w przypadku zakupu od podmiotu działającego zagranicą, przewoźnik byłby zobowiązany do uzyskania od wysyłającego oświadczenia o uiszczeniu podatku).

Ostatecznie w wyniku prowadzonych przez kilka miesięcy konsultacji ze środowiskami handlowymi MF przedstawiło projekt z następującymi założeniami:

1. Stawka podatku w przedziale 17-170 mln PLN przychodów miesięcznie ma wynosić 0,8%, natomiast obroty powyżej 170 mln PLN będą objęte stawką 1,4%.
2. Kwota wolna od podatku ma wynosić 204 mln PLN rocznie (w ujęciu miesięcznym 17 mln PLN).
3. Zrezygnowano ze specjalnej stawki weekendowej.
4. Sprzedaż realizowana w internecie nie będzie objęta daniną.
5. Termin wejścia w życie ustalono na 1 września 2016 roku.

Projekt ustawy został przegłosowany przez sejm 6 lipca 2016 roku. Według obliczeń MF podatek ma wygenerować w bieżącym roku wpływy do budżetu państwa na poziomie 630 mln PLN brutto, natomiast w '17 ma to być 1,9 mld PLN brutto.

Zróżnicowanie stawek podatku wg ustawy przyjętej 6 lipca 2016

		Obrót miesięczny [mln PLN]		
		0-17	17-170	>170
Stawka podatku		0,0%	0,8%	1,4%

Źródło: Dom Maklerski BDM S.A., MF

W połowie września '16 Komisja Europejska wszczęła postępowanie w sprawie podatku od obrotu, wzywając jednocześnie do zawieszenia jego stosowania. Zdaniem KE konstrukcja daniny może faworyzować mniejsze sklepy, co może być uznane za pomoc publiczną. Po otrzymaniu decyzji MF zdecydowało się o zawieszeniu poboru podatku i zapowiedział prace nad nowym projektem. W dn. 15 listopada '16 sejm przegłosował ustawę o zawieszeniu obowiązywania podatku do 1 stycznia 2018 roku. Obecnie danina jest wstrzymana co najmniej do 1 stycznia '19.

ZAKAZ HANDLU W NIEDZIELE

Jesienią 2016 roku do sejmu trafił obywatelski projekt ustawy o ograniczeniu handlu w niedziele. Związkowcy „Solidarności” wnioskowali, by zakaz obowiązywał we wszystkie niedziele z nielicznymi wyjątkami w ciągu roku (wyłączone miałyby być okresy przedświąteczne oraz w czasie wyprzedaży sezonowych; przedsiębiorcom, którzy złamaliby zakaz, groziłaby kara dwuletniego więzienia). Z zakazu wyjęte miałyby zostać również stacje benzynowe, apteki, piekarnie, sklepy z dewocjonaliami, kina i restauracje. Zakazem nie byłyby też objęte placówki handlowe, których powierzchnia nie przekracza 25 mkw., usytuowane w obiektach do obsługi pasażerów, kwaciarnie o powierzchni nieprzekraczającej 50 mkw., gdzie sprzedaż kwiatów stanowi minimum 30% miesięcznego obrotu placówki oraz platformy i portale internetowe sprzedające towary, które nie powstały w wyniku działalności produkcyjnej. Przedstawiciele sejmowej komisji zajmujące się projektem komunikowali, że projekt będzie szeroko konsultowany ze środowiskiem handlowym. Proponowane zmiany w przepisach spotkały się jednak z bardzo mocnym sprzeciwem stowarzyszeń handlowych. W przeprowadzonym przez PIH sondażu, ok. 42% przebadanych sklepikarzy stwierdziło, że prezentowane pomysły przełożą się na spadek sprzedaży. Dodatkowo z raportu przygotowanego przez PWC dla PRCH należy liczyć się ze spadkiem obrotów o 9,6 mld PLN i zmniejszeniem zatrudnienia o ok. 36 tys. miejsc pracy. Organizacje handlowe wskazywały także, że część pomysłów związkowców są wbrew niektórym zapisom w konstytucji – m.in. łamią zasadę równości (art. 32) czy zasadę społecznej gospodarki rynkowej i wolności działalności gospodarczej (art. 20 i 22). Podobne obawy ma część polityków obecnego rządu, który z jednej strony popiera projekt „Solidarności”, a z drugiej chciałby, aby zmiany były mniejsze i następowały stopniowo. **W ostatnim czasie prace nad ustawą przyspieszyły. Finalnie wybrano koncepcję, w której handel będzie dozwolony w drugą i czwartą niedzielę miesiąca oraz w dwie niedziele poprzedzające Święta Bożego Narodzenia. Zakaz będzie obowiązywał od 1 marca 2018 roku, natomiast w 2019 i 2020 roku ma objąć „brakujące” niedziele.**

DANE FINANSOWE ORAZ WSKAŹNIKI

Bilans [mln PLN]	2015	2016	2017P	2018P	2019P	2020P	2021P	2022P	2023P	2024P	2025P	2026P	2027P
Aktywa trwałe	898,4	1 237,1	1 147,4	1 258,9	1 370,8	1 463,6	1 535,9	1 584,8	1 612,1	1 626,6	1 636,6	1 641,1	1 642,0
WNiP	7,8	139,2	188,1	166,7	153,5	138,9	123,1	106,5	89,3	71,8	54,1	36,2	18,3
RzAT	570,8	677,2	790,9	923,8	1 048,9	1 156,4	1 244,4	1 309,9	1 354,4	1 386,4	1 414,1	1 436,4	1 455,2
Pozostałe aktywa trwałe	319,9	420,7	168,4	168,4	168,4	168,4	168,4	168,4	168,4	168,4	168,4	168,4	168,4
Aktywa obrotowe	1 110,9	1 379,8	1 902,3	2 224,6	2 428,5	2 675,9	2 972,6	3 216,9	3 446,8	3 606,3	3 672,8	3 638,4	3 675,8
Zapasy	682,6	1 022,6	1 371,4	1 650,9	1 928,7	2 151,8	2 347,2	2 515,4	2 641,0	2 746,1	2 837,8	2 914,1	2 979,2
Należności z tyt. dostaw i usług	76,0	200,7	262,9	323,3	387,7	441,7	491,2	534,5	570,0	600,3	626,4	649,5	670,2
Środki pieniężne	345,4	142,4	246,6	228,8	90,7	60,9	112,7	145,5	214,3	238,4	187,1	53,2	4,9
Pozostałe	6,9	14,1	21,5	21,5	21,5	21,5	21,5	21,5	21,5	21,5	21,5	21,5	21,5
Kapitał własny	1 120,5	1 196,4	1 731,0	2 023,6	2 308,0	2 633,3	2 990,9	3 372,5	3 761,0	3 984,4	4 112,6	4 136,7	4 156,3
Zobowiązania długoterminowe	335,5	422,5	726,8	726,8	296,8	296,8	296,8	296,8	296,8	296,8	296,8	296,8	296,8
Zobowiązania oprocentowane	296,0	366,0	430,0	430,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Pozostałe	39,5	56,5	296,8	296,8	296,8	296,8	296,8	296,8	296,8	296,8	296,8	296,8	296,8
Zobowiązania krótkoterminowe	553,3	998,0	591,9	733,1	1 194,5	1 209,4	1 220,9	1 132,4	1 001,0	951,7	900,0	846,0	864,7
Zobowiązania handlowe	116,5	177,6	222,8	264,0	305,4	340,3	371,8	403,3	431,9	457,6	480,9	501,9	520,6
Zobowiązania oprocentowane	422,8	432,8	185,1	285,1	705,1	685,1	665,1	545,1	385,1	310,1	235,1	160,1	160,1
Pozostałe	14,0	387,6	184,0	184,0	184,0	184,0	184,0	184,0	184,0	184,0	184,0	184,0	184,0
Rachunek zysków i strat [mln PLN]	2015	2016	2017P	2018P	2019P	2020P	2021P	2022P	2023P	2024P	2025P	2026P	2027P
Przychody ze sprzedaży	2 307,7	3 196,8	4 187,2	5 149,8	6 174,9	7 035,1	7 824,4	8 513,2	9 079,5	9 562,5	9 977,6	10 345,6	10 675,6
Koszty wytworzenia	1 088,2	1 511,5	2 043,7	2 508,5	3 011,0	3 427,8	3 810,7	4 143,0	4 416,6	4 652,1	4 851,4	5 029,4	5 190,8
Wynik brutto ze sprzedaży	1 219,5	1 685,3	2 143,5	2 641,3	3 163,9	3 607,3	4 013,7	4 370,3	4 662,9	4 910,4	5 126,2	5 316,1	5 484,8
Koszty sprzedaży	905,1	1 213,3	1 597,3	1 931,1	2 298,2	2 605,3	2 888,6	3 144,9	3 371,5	3 572,0	3 750,3	3 909,2	4 049,7
Koszty zarządu	77,7	111,8	97,5	119,9	143,8	153,2	158,7	159,9	159,6	156,6	153,5	154,0	153,5
Saldo pozostałej działalności operacyjnej	11,9	16,3	-10,4	-15,4	-12,3	-14,1	-15,6	-17,0	-18,2	-19,1	-20,0	-20,7	-21,4
EBITDA	307,6	446,2	531,6	679,6	820,0	956,5	1 081,9	1 186,9	1 257,0	1 308,8	1 350,1	1 381,0	1 409,3
EBIT	248,5	376,5	438,4	574,9	709,6	834,8	950,8	1 048,5	1 113,6	1 162,6	1 202,5	1 232,3	1 260,2
Saldo finansowe	22,6	30,4	41,5	9,0	18,9	18,8	19,7	18,8	16,1	8,9	5,8	5,9	9,5
Wynik brutto	226,0	346,1	396,9	565,9	690,7	816,0	931,1	1 029,7	1 097,5	1 153,8	1 196,7	1 226,4	1 250,7
Wynik netto	250,6	316,8	331,5	458,4	559,5	661,0	754,2	834,1	889,0	934,6	969,3	993,4	1 013,0
Rachunek przepływów pieniężnych [mln PLN]	2015	2016	2017P	2018P	2019P	2020P	2021P	2022P	2023P	2024P	2025P	2026P	2027P
CF operacyjny	287,0	174,8	67,8	273,3	388,1	559,2	691,4	811,4	916,0	979,8	1028,3	1069,5	1104,6
CF inwestycyjny	-112,1	-371,1	-194,7	-216,3	-222,3	-214,6	-203,4	-187,3	-170,7	-160,6	-157,6	-153,1	-150,0
CF finansowy	8,5	-1,9	230,0	-74,7	-303,9	-374,4	-436,2	-591,3	-676,5	-795,0	-921,9	-1050,3	-1002,9
CF netto	183,5	-198,2	103,2	-17,7	-138,1	-29,8	51,8	32,8	68,8	24,2	-51,3	-133,9	-48,3
Środki pieniężne na początek okresu	161,9	345,4	143,4	246,6	228,8	90,7	60,9	112,7	145,5	214,3	238,4	187,1	53,2
Środki pieniężne na koniec okresu	345,4	147,2	246,6	228,8	90,7	60,9	112,7	145,5	214,3	238,4	187,1	53,2	4,9

Źródło: Dom Maklerski BDM S.A.

Wskaźniki rynkowe

Dane finansowe	2015	2016	2017P	2018P	2019P	2020P	2021P	2022P	2023P	2024P	2025P	2026P	2027P
Przychody zmiana r/r	14,7%	38,5%	31,0%	23,0%	19,9%	13,9%	11,2%	8,8%	6,7%	5,3%	4,3%	3,7%	3,2%
EBITDA zmiana r/r	3,3%	45,1%	19,1%	27,8%	20,6%	16,7%	13,1%	9,7%	5,9%	4,1%	3,2%	2,3%	2,0%
EBIT zmiana r/r	0,5%	51,5%	16,4%	31,1%	23,4%	17,6%	13,9%	10,3%	6,2%	4,4%	3,4%	2,5%	2,3%
Wynik netto zmiana r/r	-40,7%	26,4%	4,6%	38,3%	22,0%	18,1%	14,1%	10,6%	6,6%	5,1%	3,7%	2,5%	2,0%
Marża brutto na sprzedaży	52,8%	52,7%	51,2%	51,3%	51,2%	51,3%	51,3%	51,3%	51,4%	51,4%	51,4%	51,4%	51,4%
Marża EBITDA	13,3%	14,0%	12,7%	13,2%	13,3%	13,6%	13,8%	13,9%	13,8%	13,7%	13,5%	13,3%	13,2%
Marża EBIT	10,8%	11,8%	10,5%	11,2%	11,5%	11,9%	12,2%	12,3%	12,3%	12,2%	12,1%	11,9%	11,8%
Marża brutto	9,8%	10,8%	9,5%	11,0%	11,2%	11,6%	11,9%	12,1%	12,1%	12,1%	12,0%	11,9%	11,7%
Marża netto	10,9%	9,9%	7,9%	8,9%	9,1%	9,4%	9,6%	9,8%	9,8%	9,8%	9,7%	9,6%	9,5%
ROE	22,4%	26,5%	19,1%	22,7%	24,2%	25,1%	25,2%	24,7%	23,6%	23,5%	23,6%	24,0%	24,4%
ROA	12,5%	12,1%	10,9%	13,2%	14,7%	16,0%	16,7%	17,4%	17,6%	17,9%	18,3%	18,8%	19,0%
Dług	718,8	798,8	615,1	715,1	705,1	685,1	665,1	545,1	385,1	310,1	235,1	160,1	160,1
D/(D+E)	39,1%	40,0%	26,2%	26,1%	23,4%	20,6%	18,2%	13,9%	9,3%	7,2%	5,4%	3,7%	3,7%
D/E	64,2%	66,8%	35,5%	35,3%	30,5%	26,0%	22,2%	16,2%	10,2%	7,8%	5,7%	3,9%	3,9%
Odsetki/EBIT	9,7%	11,3%	10,4%	3,4%	4,1%	2,8%	2,4%	2,3%	2,0%	1,6%	1,4%	1,2%	1,0%
Dług/Kapitał własny	64,2%	66,8%	35,5%	35,3%	30,5%	26,0%	22,2%	16,2%	10,2%	7,8%	5,7%	3,9%	3,9%
Dług netto	373,4	656,4	368,5	486,3	614,4	624,2	552,4	399,6	170,8	71,7	48,0	106,9	155,2
Dług netto/Kapitał własny	33,3%	54,9%	21,3%	24,0%	26,6%	23,7%	18,5%	11,8%	4,5%	1,8%	1,2%	2,6%	3,7%
Dług netto/EBITDA	121,4%	147,1%	69,3%	71,5%	74,9%	65,3%	51,1%	33,7%	13,6%	5,5%	3,6%	7,7%	11,0%
Dług netto/EBIT	150,3%	174,3%	84,1%	84,6%	86,6%	74,8%	58,1%	38,1%	15,3%	6,2%	4,0%	8,7%	12,3%
EV	11 405,4	11 688,4	11 400,5	11 518,2	11 646,3	11 656,1	11 584,4	11 431,6	11 202,8	11 103,6	11 079,9	11 138,8	11 187,1
Dług/EV	6,3%	6,8%	5,4%	6,2%	6,1%	5,9%	5,7%	4,8%	3,4%	2,8%	2,1%	1,4%	1,4%
CAPEX/Przychody	5,3%	12,2%	4,7%	4,2%	3,6%	3,1%	2,6%	2,2%	1,9%	1,7%	1,6%	1,5%	1,4%
CAPEX/Amortyzacja	208,9%	561,5%	210,6%	206,5%	201,4%	176,3%	155,1%	135,3%	119,0%	109,9%	106,8%	103,0%	100,6%
Amortyzacja/Przychody	2,6%	2,2%	2,2%	2,0%	1,8%	1,7%	1,7%	1,6%	1,6%	1,5%	1,5%	1,4%	1,4%
Zmiana KO/Przychody	0,6%	-12,6%	-8,7%	-5,8%	-4,9%	-3,4%	-2,7%	-2,1%	-1,5%	-1,1%	-0,9%	-0,8%	-0,6%
Zmiana KO/Zmiana przychodów	4,7%	-45,4%	-36,9%	-31,0%	-29,3%	-28,2%	-27,1%	-26,1%	-23,4%	-22,7%	-22,8%	-21,3%	-20,3%
Wskaźniki rynkowe	2015	2016	2017P	2018P	2019P	2020P	2021P	2022P	2023P	2024P	2025P	2026P	2027P
MC/S	4,8	3,5	2,6	2,1	1,8	1,6	1,4	1,3	1,2	1,2	1,1	1,1	1,0
P/E	44,0	34,8	33,3	24,1	19,7	16,7	14,6	13,2	12,4	11,8	11,4	11,1	10,9
P/BV	9,8	9,2	6,4	5,5	4,8	4,2	3,7	3,3	2,9	2,8	2,7	2,7	2,7
P/CE	18,5	24,0	19,1	16,1	17,0	15,3	12,7	11,3	10,0	9,4	9,5	10,5	10,8
EV/EBITDA	37,1	26,2	21,4	16,9	14,2	12,2	10,7	9,6	8,9	8,5	8,2	8,1	7,9
EV/EBIT	45,9	31,0	26,0	20,0	16,4	14,0	12,2	10,9	10,1	9,6	9,2	9,0	8,9
EV/S	4,9	3,7	2,7	2,2	1,9	1,7	1,5	1,3	1,2	1,2	1,1	1,1	1,0
BVPS	27,2	29,1	42,1	49,2	56,1	64,0	72,7	81,9	91,4	96,8	99,9	100,5	101,0
EPS	6,1	7,7	8,1	11,1	13,6	16,1	18,3	20,3	21,6	22,7	23,5	24,1	24,6
CEPS	14,5	11,2	14,0	16,7	15,8	17,5	21,1	23,8	26,8	28,5	28,1	25,4	24,7
Dywidenda [mln PLN]	115,2	85,7	101,4	165,7	275,0	335,7	396,6	452,5	500,4	711,2	841,1	969,3	993,4
DPS	2,8	2,1	2,5	4,0	6,7	8,2	9,6	11,0	12,2	17,3	20,4	23,5	24,1
Dyid	1,0%	0,8%	0,9%	1,5%	2,5%	3,0%	3,6%	4,1%	4,5%	6,4%	7,6%	8,8%	9,0%
Payout ratio	27,2%	34,2%	32,0%	50,0%	60,0%	60,0%	60,0%	60,0%	60,0%	80,0%	90,0%	100,0%	100,0%

Źródło: Dom Maklerski BDM S.A.; obliczenia przy cenie rynkowej 268,0 PLN

WYDZIAŁ ANALIZ I INFORMACJI:

Maciej Bobrowski

Dyrektor Wydziału

Makler Papierów Wartościowych

tel. (032) 20-81-412

e-mail: maciej.bobrowski@bdm.pl[strategia, banki/finanse, media/rozrywka, węgiel/stal](#)**Krzysztof Pado**

Zastępca Dyrektora Wydziału

Doradca Inwestycyjny

tel. (032) 20-81-432

e-mail: krzysztof.pado@bdm.pl[materiały budowlane, budownictwo, paliwa](#)**Krzysztof Brymora**

Analityk rynku akcji

tel. (032) 20-81-435

e-mail: krystian.brymora@bdm.pl[chemia, przemysł drzewny](#)**Adrian Górniak**

Analityk rynku akcji

tel. (032) 20-81-438

e-mail: adrian.gorniak@bdm.pl[deweloperzy, handel](#)**Marek Jurzec**

Młodszy analityk rynku akcji

Makler Papierów Wartościowych

tel. (032) 20-81-435

e-mail: marek.jurzec@bdm.pl

IT

WYDZIAŁ OBSŁUGI KLIENTÓW INSTYTUCJONALNYCH:

Dariusz Wareluk

Dyrektor Wydziału

tel. (022) 62-20-100

e-mail: dariusz.wareluk@bdm.pl**Leszek Mackiewicz**

tel. (022) 62-20-848

e-mail: leszek.mackiewicz@bdm.pl**Bartosz Zieliński**

tel. (022) 62-20-854

e-mail: bartosz.zielinski@bdm.pl**Maciej Bąk**

tel. (022) 62-20-855

e-mail: maciej.bak@bdm.pl

Historia rekomendacji na temat spółki:

zalecenie	cena docelowa	poprzednia rekomendacja	poprzednia cena docelowa	data	godzina publikacji	kurs	WIG
Redukuj	236,7	Redukuj	235,4	16.02.2018	12:42 CEST	268,0	63 030
Redukuj	235,4	Redukuj	181,4	02.11.2017	10:54 CEST	273,0	64 630
Redukuj	181,1	Akumuluj	165,4	24.02.2017	11:01 CEST	218,0	59 584
Akumuluj	165,4	---	---	02.12.2015		149,0	47 826

Objaśnienia używanej terminologii:

EBIT - wynik na działalności operacyjnej
 EBITDA — wynik na działalności operacyjnej powiększony o amortyzację
 Dług netto – zadłużenie oprocentowane pomniejszone o środki pieniężne i ich ekwiwalenty
 WACC - średni ważony koszt kapitału
 CAGR - średnioroczny wzrost
 EPS - zysk netto na 1 akcję
 DPS - dywidenda na 1 akcję
 CEPS - suma zysku netto i amortyzacji na 1 akcję
 EV – suma kapitalizacji rynkowej i długu netto
 EV/S – stosunek EV do przychodów ze sprzedaży
 EV/EBITDA – stosunek EV do wyniku operacyjnego powiększonego o amortyzację
 P/EBIT – stosunek kapitalizacji rynkowej do wyniku na działalności operacyjnej
 MC/S – stosunek kapitalizacji rynkowej do przychodów ze sprzedaży
 P/E – stosunek kapitalizacji rynkowej do zysku netto
 P/BV – stosunek kapitalizacji rynkowej do wartości księgowej
 P/CE – wskaźnik ceny akcji do zysku netto na 1 akcję powiększony o amortyzację na 1 akcję
 ROE – stosunek zysku netto do kapitałów własnych
 ROA - stosunek zysku netto do aktywów
 marża brutto na sprzedaży - relacja zysku brutto na sprzedaży do przychodów
 marża EBITDA - relacja zysku operacyjnego i amortyzacji do przychodów ze sprzedaży
 marża EBIT - relacja zysku operacyjnego do przychodów ze sprzedaży
 rentowność netto - relacja zysku netto do przychodów ze sprzedaży

System rekomendacji:

Kupuj – uważamy, że papier wartościowy w rekomendowanym okresie osiągnie cenę docelową, która znacznie przekracza bieżącą cenę rynkową (przynajmniej +15%);
 Akumuluj – uważamy, że papier wartościowy w rekomendowanym okresie osiągnie cenę docelową, która przekracza bieżącą cenę rynkową (w przedziale +5 do +14,99%);
 Trzymaj – uważamy, że papier wartościowy w rekomendowanym okresie będzie się wahać wokół jego ceny docelowej, która jest zbliżona do bieżącej ceny rynkowej (w przedziale od -4,99% do +4,99%);
 Redukuj – uważamy, że papier wartościowy w rekomendowanym okresie osiągnie cenę docelową, która jest niższa od ceny rynkowej (zasieg spadku od 5% do 14,99%);
 Sprzedaj – uważamy, że papier wartościowy w rekomendowanym okresie osiągnie cenę docelową, która jest znacznie niższa od ceny rynkowej (sugerowana erozja wartości przekracza 15%).
 Cena docelowa – teoretyczna cena jaka według nas powinien osiągnąć papier wartościowy w rekomendowanym okresie; cena ta jest wypadkową wartości spółki (np. na podstawie wycen DCF, porównawczych i innych), koniunktury na rynku i branży oraz innych czynników subiektywnie uwzględnionych przez analityka.
 Rekomendacje wydawane przez BDM obowiązują przez okres 12 miesięcy od daty wydania lub do momentu zrealizowania kursu docelowego, chyba że w tym okresie zostaną zaktualizowane.

Słabe i silne strony metod wyceny zastosowanych w raporcie:

DCF – najpopularniejsza i najbardziej efektywna spośród metod wyceny – opiera się na dyskontowaniu przyszłych przepływów pieniężnych generowanych przez spółkę. Wadą jest duża wrażliwość na zmiany podstawowych parametrów finansowych prognozowanych w modelu (stóp procentowych, kursów walut, zysków, wartości rezydualnej).
 DDM – opiera się na dyskontowaniu przyszłych przepływów z tytułu dywidend. Zaletą wyceny jest uwzględnienie przyszłych wyników finansowych oraz przepływów z tytułu dywidend. Wadą wyceny jest duża wrażliwość na zmiany podstawowych parametrów finansowych prognozowanych w modelu (koszt kapitału, zysków, wartości rezydualnej) oraz ryzyko zmiany polityki wypłaty dywidendy (zmiana wysokości dywidendy lub zaprzestanie wypłaty dywidendy).
 Porównawcza – bazuje na bieżących i prognozowanych mnożnikach rynkowych spółek z branży lub branż pokrewnych, przez co lepiej od DCF ukazuje aktualną sytuację na rynku. Podstawowymi wadami są trudność w doborze odpowiednich spółek do porównań, ryzyko nieefektywnej wyceny spółek porównywanych w danym momencie, a także duża zmienność (wraz z wahaniami cen).

Struktura ogółem opublikowanych rekomendacji BDM w 1Q'18*:			, w tym rekomendacji na temat podmiotów, z którymi BDM ma/miał w okresie 12 miesięcy podpisaną umowę o świadczenie usług w zakresie bankowości inwestycyjnej:	
	liczba	%	liczba	%
Kupuj	8	67%	0	0%
Akumuluj	1	8%	0	0%
Trzymaj	1	8%	0	0%
Redukuj	2	17%	0	0%
Sprzedaj	0	0%	0	0%

* - szczegółowy wykaz wszystkich opublikowanych przez BDM raportów analitycznych (rekomendacji) w okresie ostatnich 12 miesięcy znajduje się w cyklicznym opracowaniu „Raport miesięczny” lub na stronie www.bdm.pl.

Nota prawna:

Niniejszy raport został opracowany w zgodzie z przepisami Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 596/2014 (w sprawie nadużyć na rynku) oraz Rozporządzenia delegowanego Komisji (UE) 2016/958.

Raport został sporządzony i udostępniony do dystrybucji przez BDM.

Dokument jest przeznaczony dla klientów profesjonalnych i instytucjonalnych BDM, jak również innych kwalifikowanych klientów BDM upoważnionych do otrzymywania rekomendacji ogólnych w oparciu o zawarte umowy o świadczenie usług maklerskich. Niniejszy raport, przy wykorzystaniu medialnych kanałów dystrybucji, może dotrzeć również do innych podmiotów na podstawie decyzji Dyrektora Wydziału Analiz. Fakt otrzymania niniejszego raportu nie oznacza, że jego odbiorcy będą traktowani jako klienci BDM. Opracowanie nie może być publikowane bądź powielane bez uprzedniej pisemnej zgody BDM, w szczególności nie może zostać przekazane lub wydane osobom w USA, Australii, Kanadzie, Japonii lub innych krajach, w których jego rozpowszechnianie może wiązać się z ograniczeniami lub restrykcjami.

Osoby, które otrzymają niniejszy raport, a które w szczególności nie są klientami profesjonalnymi lub inwestorami kwalifikowanymi, przed podjęciem jakiegokolwiek decyzji inwestycyjnej na podstawie niniejszej analizy powinny zasięgnąć opinii niezależnego doradcy finansowego, aby uzyskać potrzebne i niezbędne wyjaśnienia dotyczące zawartości niniejszego opracowania.

Przy sporządzeniu niniejszego raportu analitycznego BDM nie uwzględniał indywidualnych potrzeb i sytuacji żadnego klienta. BDM nie jest zobowiązany do zapewnienia, czy instrument lub instrumenty finansowe, których dotyczy raport są odpowiednie dla danego inwestora.

Opinie analityka oraz wszelkie rekomendacje zawarte w raporcie nie stanowią porady inwestycyjnej, prawnej, księgowej czy podatkowej lub oświadczenia, że jakkolwiek strategia inwestycyjna jest adekwatna lub odpowiednia z względu na indywidualne okoliczności dotyczące klienta, jak również nie stanowią osobistej rekomendacji.

Opracowanie ma charakter informacyjny i nie stanowi reklamy ani nie stanowi oferty lub zaproszenia do subskrypcji lub zakupu instrumentów finansowych.

Inwestor powinien mieć świadomość, że każda decyzja inwestycyjna na rynku kapitałowym jest obarczona szeregiem ryzyk, które mogą finalnie skutkować poniesieniem przez niego straty finansowej. Stopa zwrotu z poszczególnych inwestycji może ulegać wahaniom w zależności od różnych czynników, na które inwestor nie będzie miał wpływu. Dlatego, klient podejmujący pojedynczą decyzję inwestycyjną powinien nie tylko sprawdzić aktualność i poprawność poszczególnych założeń dokonanych przez analityka w raporcie ale i dokonać niezależnej oceny i przeprowadzić własne analizy (bazujące także na innych scenariuszach niż przedstawione przez analityka) uwzględniając poziom akceptowalnego przez siebie ryzyka. Decydując się na aktywność na rynku kapitałowym, inwestor powinien uwzględniać, że struktura portfelową inwestycji (dywersyfikacja inwestycji poprzez posiadanie więcej niż jednego instrumentu finansowego) może redukować ryzyko ekspozycji na poszczególny instrument przynoszący negatywną stopę zwrotu w danym okresie. Jednocześnie jednak, może to prowadzić do ograniczenia dodatniej stopy zwrotu jaką inwestor mógłby osiągnąć na pojedynczym instrumentie finansowym w danym okresie czasowym. Inwestor powinien być świadomy, że struktura portfelową inwestycji i jakkolwiek strategia inwestycyjna dla rynku akcji nie gwarantuje osiągnięcia przez niego dodatniej stopy zwrotu i nie chroni go przed finalnym poniesieniem straty.

Niniejszy raport został po raz pierwszy udostępniony klientom BDM dnia 16.02.2018 roku (12:42 CEST), a przy wykorzystaniu medialnych kanałów dystrybucji może dotrzeć również do innych podmiotów od dnia 20.02.2018 roku. Data sporządzenia raportu jest datą jego udostępnienia klientom BDM. Przed momentem udostępnienia rekomendacji informacje w niej zawarte podlegały utajnieniu.

Ceny instrumentów finansowych wymienionych w dokumencie pochodzą z bieżących odczytów serwisu Bloomberg. Dane wskazujące ceny instrumentów finansowych użyte w raporcie mogły zostać wczytane do 24 godzin przed momentem zakończenia prac nad raportem.

Szczegółowy wykaz wszystkich opublikowanych przez BDM raportów analitycznych (rekomendacji) w okresie ostatnich 12 miesięcy znajduje się w cyklicznym opracowaniu „Raport miesięczny”.

W opinii BDM, niniejsze opracowanie zostało sporządzone z zachowaniem zasad metodologicznej poprawności i obiektywizmu na podstawie ogólnodostępnych informacji, które BDM uważa za wiarygodne. Źródła informacji wykorzystane w rekomendacji to wszelkie dane na temat przedmiotowych instrumentów finansowych dostępne analitykowi, w tym m.in. raporty okresowe i bieżące spółki, raporty okresowe i bieżące podmiotów wykorzystanych do wyceny porównawczej, raporty branżowe, informacje prasowe, inne. BDM nie gwarantuje jednak dokładności ani kompletności opracowania, w szczególności w przypadku gdy informacje, na których oparto rekomendacje okazały się niedokładne, niewyczerpujące lub nie w pełni odzwierciedlały stan faktyczny. Przedstawione prognozy są oparte wyłącznie o analizę przeprowadzoną przez BDM bez uzgodnień ze spółkami ani z innymi podmiotami i opierają się na szeregu założeń, które w przyszłości mogą okazać się nietrafne. BDM nie udziela żadnego zapewnienia, że podane prognozy się sprawdzą.

Rekomendacje wydawane przez BDM obowiązują przez okres 12 miesięcy od daty wydania lub do momentu zrealizowania kursu docelowego, chyba że w tym okresie zostaną zaktualizowane.

Wszelkie opinie, prognozy i szacunki sformułowane w raporcie stanowią jedynie wyraz oceny analityka wyrażonej na dzień sporządzenia i mogą one być w każdej chwili, bez uprzedzenia zmienione. BDM nie gwarantuje, że opinie i założenia dokonane przez analityka/analityków zawarte w niniejszym raporcie są zbieżne z innymi opracowaniami analitycznymi przygotowanymi przez BDM. BDM dokonuje aktualizacji wydawanych rekomendacji w zależności od sytuacji rynkowej oraz oceny analityka i częstotliwość takich aktualizacji nie jest określona.

W opinii BDM niniejszy dokument został sporządzony z zachowaniem należytej staranności i rzetelności. BDM nie ponosi jednak odpowiedzialności za szkody poniesione w wyniku decyzji podjętych na podstawie informacji zawartych w niniejszym raporcie.

Raport nie został przekazany do emitenta przed jego publikacją.

Analityk (analitycy) sporządzający niniejszy dokument otrzymuje wynagrodzenie stałe a Zarząd BDM ma prawo przyznać mu wynagrodzenie dodatkowe. Dodatkowe wynagrodzenie może być pośrednio uzależnione od wyników pozostałych usług oferowanych przez BDM, w tym usług bankowości inwestycyjnej, jednak nie jest ono bezpośrednio uzależnione od wyników finansowych pochodzących ze świadczenia innych usług, w tym bankowości inwestycyjnej, które były lub mogły być uzyskiwane przez BDM.

BDM nie ma obowiązku podejmowania jakichkolwiek działań, które miałyby spowodować, że instrumenty finansowe, będące przedmiotem wyceny zawartej w niniejszym dokumencie będą wycenione przez rynek zgodnie z wyceną zawartą w niniejszym dokumencie.

Inwestor powinien zakładać, że pracownicy BDM lub pełnomocnicy oraz akcjonariusze, mogą posiadać długie lub krótkie pozycje w akcjach emitenta lub innych instrumentach finansowych powiązanych z akcjami emitenta, w szczególności dotyczy to sytuacji posiadania nie więcej niż 5% kapitału, i mogą dokonywać nimi transakcji również jako pełnomocnik. Każda z wyżej wymienionych osób mogła dokonać transakcji dotyczącej przedmiotowych instrumentów finansowych przed wydaniem niniejszej publikacji. Jednocześnie jednak przedmiotowe instrumenty z chwilą rozpoczęcia prac nad raportem są wpisywane na listę restrykcyjną dla pracowników Wydziału Analiz.

Nie zidentyfikowaliśmy istotnych konfliktów interesów między BDM i osobami z nim powiązanymi a emitentem instrumentów finansowych. W przypadku powstania konfliktu interesów BDM zarządza nim stosując zasady określone w „Polityce zarządzania konfliktami interesów w Domu Maklerskim BDM S.A.”. Zaznaczamy, że na dzień 16.02.2018 roku:

- BDM jest zaangażowany kapitałowo w instrumenty finansowe emitenta.
- BDM i podmioty z nim powiązane nie posiadają akcji emitenta instrumentów finansowych w łącznej liczbie stanowiącej co najmniej 5% kapitału zakładowego.
- Emitent instrumentów finansowych nie posiada udziału stanowiącego co najmniej 5% kapitału zakładowego BDM i podmiotów z nim powiązanych.
- Osoba przygotowująca rekomendację nie jest zaangażowana kapitałowo w instrumenty finansowe emitenta. Osoba przygotowująca rekomendację i osoba blisko z nią związana, o której mowa w art. 160 ust. 2 pkt 1-3 ustawy, nie pełni funkcji w organach emitenta instrumentów finansowych i nie zajmuje stanowiska kierowniczego w tym podmiocie
- BDM i podmioty z nim powiązane nie pozostają stroną umowy z emitentem instrumentów finansowych dotyczącej sporządzenia rekomendacji.
- BDM nie wykonuje i nie wykonywał w okresie 12 miesięcy poprzedzających sporządzenie rekomendacji czynności dotyczących oferowania instrumentów finansowych emitenta w obrocie pierwotnym lub pierwszej ofercie publicznej.
- W okresie 12 miesięcy poprzedzających sporządzenie rekomendacji BDM i podmioty z nim powiązane nie pełniły funkcji podmiotu organizującego lub współorganizującego ofertę publiczną instrumentów finansowych emitenta.
- BDM nie wykonuje czynności dotyczących nabywania i zbywania instrumentów finansowych emitenta na własny rachunek celem realizacji zadań związanych z organizacją rynku regulowanego i umów o submisję inwestycyjne i usługowe.
- BDM i podmioty z nim powiązane nie pełnią funkcji animatora rynku i animatora emitenta instrumentów finansowych.
- W okresie 12 miesięcy poprzedzających sporządzenie rekomendacji nie obowiązywała umowa między BDM lub podmiotami z nim powiązanymi a emitentem instrumentów finansowych w sprawie świadczenia usług z zakresu bankowości inwestycyjnej.
- BDM nie otrzymuje wynagrodzenia od emitenta instrumentów finansowych z tytułu usług świadczonych na jego rzecz.
- Nie występuje inny istotny interes finansowy jaki w odniesieniu do emitenta instrumentów finansowych posiada BDM i podmioty z nim powiązane. Nie istnieją inne istotne powiązania występujące między BDM i podmiotami z nim powiązanymi a emitentem instrumentów finansowych.

Zgodnie z najlepszą wiedzą rekomendującego, na moment publikacji raportu, pomiędzy BDM a spółką będącą przedmiotem niniejszego raportu nie występują żadne inne powiązania, które byłyby znane sporządzającemu niniejszy raport. Inwestor powinien być jednak świadomy, że katalog ujawniania konfliktu interesu jest szeroki i w przyszłości mogą zaistnieć sytuacje powstania potencjalnego konfliktu interesów, które nie zostały zidentyfikowane i ujawnione na moment publikacji przedmiotowego opracowania. W szczególności inwestor powinien zakładać, że BDM może złożyć ofertę świadczenia usług spółce lub innym spółkom wymienionym w niniejszym raporcie.

Nadzór nad BDM sprawuje Komisja Nadzoru Finansowego.