

Raport Bieżący nr 6/2017

Temat: Aktualizacja założeń kierunków strategicznych rozwoju Emitenta i jego Grupy Kapitałowej.

Podstawa prawna: Art. 17 ust. 1 Rozporządzenia MAR – informacje poufne

Treść raportu:

Zarząd Hubstyle S.A. („Emitent”, „Spółka”) informuje, że w dniu 22 marca 2017 r. postanowił dokonać aktualizacji strategicznych kierunków rozwoju Emitenta na lata 2017-2018.

Aktualizacja strategii rozwoju Emitenta, a także spółek wchodzących w skład jego Grupy Kapitałowej (dalej jako „Grupa Hubstyle”), podyktowana jest realizacją kluczowych jej elementów, opisanych w raporcie bieżącym nr 25/2015 z dnia 24 czerwca 2015 r., a także koniecznością dostosowania celów średnio i długoterminowych do aktualnie obserwowanych uwarunkowań rynkowych. W wyniku przeprowadzonych analiz, Zarząd Emitenta zdecydował o kontynuowaniu działań zmierzających do dalszego, intensywnego rozwoju segmentu sprzedaży odzieży, opartego o marki własne. W związku z tym, Zarząd przyjął poniżej opisane, podstawowe założenia tego rozwoju:

- 1) Koncentracja na budowie skali sprzedaży marek własnych w segmencie lifestyle.
- 2) Koncentracja na markach Sugarfree i Cardio Bunny, oraz dalszy ich rozwój poprzez poszerzenie głębokości i szerokości oferty produktowej, działania marketingowe zwiększające rozpoznawalność marek, wprowadzanie dalszych funkcjonalności i ułatwień dla klientów.
- 3) Rozwój skalowalnej infrastruktury e-commerce według najlepszych praktyk na rynku, w celu poprawy efektywności i kluczowych wskaźników biznesowych.
- 4) Zawieszenie projektów, które nie przekładają się w ocenie Zarządu na dynamiczny wzrost przychodów Grupy i jej pozycji rynkowej tj. Emente, Freakylicks oraz Kragelman i generowały negatywne wyniki w roku 2016.

Zarząd Emitenta zakłada, że w efekcie realizacji ww. założeń istotnie umocni się pozycja Emitenta na polskim rynku e-commerce. Głównym czynnikiem mającym na to wpływ będzie portfolio silnych marek własnych, tj. Sugarfree i Cardiobunny, które odpowiadały za około 92% przychodów w segmencie sprzedaży odzieży, generowanych w roku 2016 przez Grupę Hubstyle. Zgodnie z opracowanymi przez Zarząd Emitenta analizami rynkowymi, zarówno rynek e-commerce w modzie (jako całość), jak i sam segment klientów do których swoją ofertę kieruje Cardiobunny i Sugarfree, charakteryzują się obecnie dynamicznym trendem wzrostowym.

Planowana przez Zarząd Emitenta realizacja zaktualizowanej strategii Spółki zostanie sfinansowana ze środków pozyskanych w wyniku sprzedaży aktywów, które nie są obecnie postrzegane przez Zarząd Emitenta jako kluczowe lub ze środków pozyskanych w drodze emisji dłużnych instrumentów finansowych.