

LIST DO AKCJONARIUSZY

Szanowni Państwo,

W imieniu Zarządu mam przyjemność przedstawić Państwu jednostkowy raport roczny BRIJU S.A. za 2014 rok. W minionym roku, tak jak w latach poprzednich, Spółka rozwijała się bardzo dynamicznie. W 2014 roku BRIJU S.A. osiągnęła przychody ze sprzedaży w kwocie 393 mln zł i była to najwyższa wartość sprzedaży w historii Spółki. W porównaniu do 2013 roku sprzedaż w roku ubiegłym wzrosła o 41%. Kwota zysku netto osiągnięta przez BRIJU S.A. w 2014 roku wyniosła 4 mln zł. Zrealizowane wyniki potwierdzają, że obrany dla Spółki kierunek rozwoju jest właściwy oraz świadczy o słuszności podejmowanych decyzji.

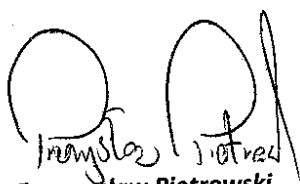
W roku ubiegłym miały miejsce zdarzenia, które umocniły pozycję Spółki. Był to kolejny rok bardzo dobrych wyników w segmencie handlu surowcami metali szlachetnych. Przychody wzrosły o 43% w porównaniu do sprzedaży z roku 2013, pomimo spadku notowań ceny złota w tym okresie o 10%. Świadczy to o dobrej i stabilnej pozycji rynkowej Spółki w tym segmencie. Dodatkowo poprzez znaczący wzrost obrotów na handlu srebrem wypracowano w roku ubiegłym zdecydowanie lepsze wyniki finansowe w segmencie handlu surowcami w porównaniu do 2013 roku.

Poprawa wyników w segmencie surowców stanowi dobrą podstawę do skupienia działań nad rozwojem najstarszej działalności Spółki, jaką jest projektowanie, produkcja i sprzedaż biżuterii. Spółka zdecydowała się na budowę własnej sieci sprzedaży dedykowanej marce BRIJU. Tworzenie sieci rozpoczęło w 2013 roku. Pierwszy salon jubilerski w nowej sieci został uruchomiony we wrześniu 2013 roku, w roku ubiegłym otwierano salony w kolejnych lokalizacjach i na koniec 2014 roku 12 salonów działało w oparciu o koncepcję i wystrój dedykowany marce BRIJU.

W Polsce rynek dóbr luksusowych jest rynkiem o dużym potencjale rozwoju. Segment wyrobów jubilerskich jest strategicznym obszarem działalności Spółki. Program rozwoju Spółki zakłada zwiększenie udziału w rynku detalicznym biżuterii i zdobycie na nim pozycji jednego z liderów. Spółka konsekwentnie wprowadza na rynek wyroby pod marką BRIJU. Obecnie prowadzone przez Spółkę działania mają przede wszystkim na celu zwiększenie rozpoznawalności marki oraz zwiększenie dostępności oferowanych wyrobów jubilerskich dla klientów detalicznych. W kolejnych latach planujemy dynamiczny rozwój własnej sieci sprzedaży. Większość lokalizacji do uruchomienia salonów w roku 2015 została już wytypowana, mamy podpisane umowy najmu lokali lub trwają ostatnie uzgodnienia dotyczące warunków najmu. W 2015 roku zostanie uruchomionych minimum 20 nowych salonów pod marką BRIJU. Jeżeli w trakcie roku pojawi się możliwość otwarcia salonów w atrakcyjnych dla Spółki lokalizacjach, wówczas ilość salonów przekroczy podaną ilość. Na koniec 2015 roku w całej Polsce powinny działać przynajmniej 32 salony marki BRIJU.

W 2014 roku w BRIJU S.A. trwały intensywne prace związane z ubieganiem się o wprowadzenie akcji Spółki na rynek główny Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A., które zakończyły się sukcesem. W dniu 29 maja 2014 roku odbyło się pierwsze notowanie akcji BRIJU S.A. na głównym rynku GPW.

Uważam, że 2015 rok będzie kolejnym ważnym okresem w historii BRIJU S.A. i w realizacji strategii Spółki. Dziękuję za zaufanie jakim Państwo nas obdarzyli.



Przemysław Piotrowski
Prezes Zarządu
BRIJU S.A.