

Polkowice, 9 maja 2013

DŁUGA ZIMA PRZESĄDZIŁA O SŁABYCH WYNIKACH I KWARTAŁU

CCC SA, największy dystrybutor i producent obuwia w Polsce, osiągnął w I kwartale 2013 roku stratę netto na poziomie 39,7 mln zł przy przychodach ze sprzedaży na poziomie 221,2 mln zł. Strata na działalności operacyjnej wyniosła 33,9 mln zł, a na poziomie EBITDA 25,2 mln zł. Grupa realizowała plany rozbudowy własnej sieci sprzedaży, która w I kwartale 2013 roku została powiększona ze 188,9 tys. m² do 194,7 tys. m² (wliczając sklepy franczyzowe w kraju i za granicą powierzchnia sprzedaży na dzień 31.03.2013 wyniosła 208,9 tys. m²).

Zarząd CCC postawił sobie za cel strategiczny na lata 2013-2015 zdobycie pozycji lidera rynku obuwniczego w regionie Europy Środkowej i Wschodniej. W Polsce, w Czechach, na Słowacji i na Węgrzech ekspansja będzie prowadzona poprzez własne sklepy detaliczne. W roku 2013 sieć detaliczna powiększy się o placówki w Austrii, Słowenii, Chorwacji i Turcji. W każdym z tych krajów przed rozpoczęciem sezonu Jesień-Zima 2013 będzie funkcjonowało kilka placówek.

W Rumunii, w krajach nadbałtyckich, Rosji, Kazachstanie i na Ukrainie spółka nadal zamierza rozwijać sieć sklepów franczyzowych.

WYNIKI FINANSOWE CCC PO PIERWSZYM KWARTAŁE 2013 ROKU

Szczegółowe dane finansowe Grupy CCC przedstawiają się następująco:

w tys. PLN	Q1 2013	Q1 2012	zmiana (wartość)	zmiana (%)
Przychody netto ze sprzedaży	221 223	256 605	(-) 35 382	(-)13,8%
Zysk (strata) operacyjny	(-) 33 904	8 465	(-) 42 369	-
Zysk netto	(-) 39 664	2 678	(-) 42 342	-

O wyjątkowo słabych wynikach I kwartału 2013 zdecydowała długa i sroga zima, która zniechęciła klientów do zakupów produktów z nowej wiosennej kolekcji. Liczba odwiedzających nasze sklepy spadła w marcu o blisko ¼ rdr, co miało bezpośrednie przełożenie na wartości osiągniętych przychodów oraz marży. Wyniki sprzedaży zanotowane w kwietniu (wzrost o 34,2% rdr) oraz początku maja potwierdzają, że mamy do czynienia z odłożeniem popytu w czasie.

ROZWÓJ SIECI SPRZEDAŻY

Sieć sprzedaży CCC na koniec marca 2013 roku obejmowała łącznie **706** placówek, w tym 640 sklepów własnych (340 salonów CCC w Polsce, 62 w Czechach, 19 na Słowacji, 23 na Węgrzech, 132 sklepów BOTI, 26 butików Lasocki, 38 sklepów agencyjnych).

Spółka planuje dalszy dynamiczny rozwój sieci sprzedaży, szczególnie własnych sklepów firmowych, co doprowadzi do **wzrostu udziału rynkowego i umocnienia pozycji lidera na krajowym rynku obuwniczym** oraz **zdobycia pozycji największego gracza w pozostałych krajach Europy Środkowej – w Czechach, na Słowacji i na Węgrzech**. W latach 2013- 2015 planujemy powiększyć sieć sprzedaży **o nie mniej niż 150 tys. m²**

Niezależnie od planów rozwoju na rynkach: polskim, czeskim, słowackim i węgierskim w najbliższych latach GK CCC zamierza również rozwijać się w innych krajach regionu. W orbicie zainteresowań są kraje, gdzie już funkcjonują sklepy CCC, czyli Rumunia, Rosja, Łotwa, Kazachstan, Ukraina, ale też Słowenia, Chorwacja, Turcja. Pierwszym krajem zachodnioeuropejskim, gdzie pojawi się sklep z logo CCC będzie Austria.

Liczba sklepów Grupy CCC

Liczba sklepów	Stan na 31 grudnia 2012	Stan na 31 marca 2013
CCC Polska – salony własne	339	340
CCC Polska - agencyjne	36	38
CCC Polska – franczyza	8	8
CCC Rosja / Łotwa / Rumunia / Kazachstan/ Ukraina – franczyza	15	20
CCC Czechy	62	62
CCC Słowacja	12	19
CCC Węgry	15	23
QUAZI	4	0
Lasocki	30	26
BOTI – sklepy własne	146	132
BOTI – franczyza	42	38
Łączna liczba placówek	709	706

„Wyniki pierwszego kwartału nie dają powodów do zadowolenia. To najłabszy kwartał, pod względem wysokości wyniku finansowego, w historii spółki. Sroga i długa zima spowodowała, że klienci przełożyli plany zakupu obuwia z kolekcji wiosennej na późniejszy termin. Bardzo dobre wyniki sprzedaży zanotowane w kwietniu oraz pierwszych dniach maja utwierdzają nas w przekonaniu, że mamy do czynienia z odłożeniem popytu w czasie.

Patrząc przez pryzmat wyników rocznych, waga I kwartału jest mało istotna. Ciągły rozwój własnej sieci sprzedaży detalicznej, prowadzi do wzrostu udziału kosztów stałych. Skutkuje to relatywnie słabymi wynikami w I i III kwartale, za to w II i IV oczekujemy silnego efektu dźwigni



operacyjnej. Oceniamy, że plan przychodów oraz wynik całego roku nie są zagrożone.

Pierwszy kwartał 2013 roku stał pod znakiem intensywnej ekspansji na zagranicznych rynkach. Spółka otworzyła 7 sklepów na Słowacji, 8 na Węgrzech oraz 5 franczyzowych: 3 w Rumunii i 2 na Łotwie. Trwały również zakrojone na szeroką skalę prace związane z założeniem spółek, budową struktur i uruchomieniem działalności operacyjnej w Austrii, Słowenii, Chorwacji i Turcji.

Niezależnie od planów ekspansji i działań prosprzedażowych absolutnym priorytetem pozostaje dla nas utrzymanie wysokiej efektywności i sprawności operacyjnej, sprawnego zarządzania siecią sprzedaży i utrzymania kosztów na niskim poziomie, czyli w konsekwencji utrzymanie wysokich marż i wysokiej rentowności.” - powiedział Dariusz Miłek, Prezes Zarządu CCC.

Dodatkowych informacji udziela:

Piotr Nowjalis

Wiceprezes Zarządu, Dyrektor Finansowy, CCC SA

Tel. (76) 84 58 420

e-mail: piotr.nowjalis@ccc.eu

* * *

Grupa CCC jest liderem polskiego rynku sprzedaży detalicznej obuwia i największym jego producentem w Polsce. W skład Grupy Kapitałowej CCC wchodzi CCC S.A. – spółka zarządzająca siecią sprzedaży, CCC Factory Sp. z o.o., zajmująca się produkcją obuwia, NG2 Suisse S.a.r.l., spółka zarządzająca znakami towarowymi, spółki zajmujące się sprzedażą na rynkach zagranicznych: CCC Czech, CCC Slovakia, CCC Hungary, CCC Austria, CCC Turkey . Sprzedaż kolekcji prowadzona jest łącznie w ponad 700 placówkach pod markami CCC, BOTI i Lasocki. Dostawcy obuwia dla Spółki to zarówno producenci zagraniczni (przede wszystkim szyjący na zlecenie CCC producenci chińscy), krajowi, jak też własne zaplecze produkcyjne. Udział Grupy CCC w bardzo rozdrobnionym rynku obuwia jest szacowany na 17-18%.