

Komunikat prasowy

Polkowice, 29 sierpnia 2012

CCC PRZEKRACZA GRANICE

NG2 SA, największy dystrybutor i producent obuwia w Polsce, wypracował w I półroczu 2012 roku ponad 45 mln zysku netto przy przychodach ze sprzedaży na poziomie 583 mln zł. Zysk na działalności operacyjnej wyniósł 58,9 mln zł, a EBITDA 73 mln zł. Grupa realizowała plany rozbudowy sieci sprzedaży, która w pierwszych sześciu miesiącach została powiększona ze 152 tys. m² do 183,1 tys. m²

Zarząd NG2 stawia sobie za cel strategiczny na lata 2013-2015 umocnienie pozycji największego gracza na rynku obuwniczym w Polsce i zdobycie pozycji lidera w Czechach, na Słowacji i na Węgrzech.

Jednocześnie spółka zamierza rozwijać sieć sklepów franczyzowych w krajach Europy Środkowo-Wschodniej. Do franczyzowych sklepów z logo CCC w Rosji w tym roku dołączyły podobne lokalizacje w Rumunii, na Łotwie i w Kazachstanie.

WYNIKI FINANSOWE NG2 PO PIERWSZYM PÓŁROCZU 2012 ROKU

Szczegółowe dane finansowe NG2 przedstawiają się następująco:

w tys. PLN	H1 2012	H1 2011	Zmiana
<i>Przychody netto ze sprzedaży</i>	583 016	484 257	20,4%
<i>Zysk operacyjny</i>	58 953	55 561	6,1%
<i>Zysk netto</i>	41 683	45 453	9,04%

W ciągu pierwszych sześciu miesięcy 2012 roku Grupa NG2 zanotowała wysoką dynamikę wzrostu skonsolidowanych przychodów ze sprzedaży. W porównaniu z analogicznym okresem ubiegłego roku przychody wzrosły o ponad 20%, zysk operacyjny o ponad 6% a zysk netto o 9%. Niższa dynamika wzrostu zysku niż wzrost przychodów wynika z niższej o 5 pp marży zysku brutto na sprzedaży.

Na wyniki pierwszego półrocza miało wpływ wiele czynników, ale najważniejszym z nich pozostaje szerokość i różnorodność oferty produktowej. Na wysokim poziomie była odwiedzalność naszych sklepów, wysoka pozostawała również skuteczność sprzedaży. Jedyne marża handlowa była niższa od zakładanej.

ROZWÓJ SIECI SPRZEDAŻY

Sieć sprzedaży NG2 na koniec czerwca 2012 roku obejmowała łącznie **709** placówek, w tym 596 sklepów własnych (312 salonów CCC w Polsce, 56 w Czechach i 3 na Słowacji, 190 sklepów BOTI, 35 butików QUAZI) i 28 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**. Do końca 2015 roku planujemy powiększyć sieć sprzedaży **o ponad 150 tys. m² tj. o blisko 80%**

W grudniu 2011 roku Zarząd NG2 podjął decyzję o rozpoczęciu ekspansji na rynku słowackim. Pierwsze sklepy otwarte zostały już w marcu, a do końca 2012 powinno być w naszej sieci sprzedaży 12 własnych lokali w tym kraju.

Kolejna spółka zależną będzie CCC Hungary, powołana do organizacji sprzedaży detalicznej na terenie Republiki Węgierskiej. W ciągu czterech najbliższych miesięcy otworzymy tam nie mniej niż 10 własnych sklepów.

Niezależnie od planów rozwoju na rynkach polskim, czeskim, słowackim i węgierskim w najbliższych latach GK NG2 zamierza również rozwijać się również poprzez franczyzę w innych krajach regionu. W orbicie zainteresowań są kraje, gdzie już funkcjonują franczyzowe sklepy CCC czyli Rumunia, Rosja, Łotwa, Kazachstan ale też Litwa, Estonia, Ukraina, Bułgaria, Słowenia i Chorwacja. Rozwój na tych rynkach oparty będzie o „czysty” model franczyzowy. Takie rozwiązanie pozwala w naszej ocenie minimalizować ryzyko oraz koszty wejścia na nowe rynki.

Liczba sklepów grupy NG2

Liczba sklepów	Stan na 31 grudnia 2011	Stan na 30 czerwca 2012
CCC Polska – salony własne	293	312
CCC Polska - agencyjne	-	28
CCC Polska – franczyza	49	23
CCC Rosja / Łotwa / Rumunia / Kazachstan – franczyza	5	8
CCC Czechy	52	56
QUAZI	37	35
BOTI – sklepy własne	216	190
BOTI – franczyza	62	54
Łączna liczba placówek	714	709

„Patrząc na wyniki pierwszego półrocza można mieć mieszane uczucia. Z jednej strony duża odwiedzalność, wysokie współczynniki skuteczności, dynamiczny wzrost przychodów i wysoki poziom sprzedaży w sklepach porównywalnych. Z drugiej jednak strony – niższa o 5 pp marża handlowa i wyniki finansowe niższe od oczekiwanych. Dominuje w nas jednak poczucie zadowolenia z zaraportowanych dzisiaj wyników. Nasza kolekcja została świetnie odebrana przez klientów a my po raz kolejny umocniliśmy się na krajowym rynku obuwniczym. Bardzo mocno promujemy w tym roku własne marki obuwia skórzanego : Lasocki, Lasocki Fashion for Men, Lasocki Kids oraz Lasocki Young. Mamy w sprzedaży bardzo atrakcyjną i szeroką ofertę butów dziecięcych sygnowanych logo Disney'a. Zwiększyliśmy ofertę akcesoriów i artykułów do pielęgnacji obuwia.

Widzimy też, że na pozycjonowanie marki CCC wpłynęła pozytywnie kampania reklamowa z udziałem Anny Przybylskiej i Oliviera Janiaka.

Jesteśmy bardzo zadowoleni z pierwszych, testowych lokalizacji naszych placówek na Słowacji, w Rumunii, na Łotwie i w Kazachstanie. Są to wyniki na tyle obiecujące, że postanowiliśmy zmodyfikować nasze plany strategiczne i rozpocząć bardzo dynamiczną ekspansję jednocześnie w kilku krajach regionu Europy Środkowej i Wschodniej. Liczymy, że już w roku 2015 podwoimy przychody zachowując jednocześnie wysokie parametry rentowności. Oczekujemy rentowności EBIT na poziomie 15-16% zaś rentowności netto nie mniejszej niż 11-13%.

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 NG2.

Dodatkowych informacji udziela:

Piotr Nowjalis

Wiceprezes Zarządu, Dyrektor Finansowy, NG2 SA

Tel. (76) 84 58 420

e-mail: piotr.nowjalis@ng2.pl

* * *

Grupa NG2 jest liderem polskiego rynku sprzedaży detalicznej obuwia i największym jego producentem w Polsce. W skład Grupy Kapitałowej NG2 wchodzi NG2 S.A. – spółka zarządzająca siecią sprzedaży, CCC Factory Sp. z o.o., zajmująca się produkcją obuwia oraz NG2 Suisse S.a.r.l., spółka zarządzająca znakami towarowymi. Sprzedaż kolekcji prowadzona jest łącznie w ponad 700 placówkach pod markami CCC, QUAZI oraz BOTI. Dostawcy obuwia dla Spółki to zarówno producenci zagraniczni (przede wszystkim szyjący na zlecenie NG2 producenci chińscy), krajowi, jak też własne zaplecze produkcyjne. Udział Grupy NG2 w bardzo rozdrobnionym rynku obuwia jest szacowany na 16%.