

Przyjęcie przez Zarząd strategii Grupy CCC na lata 2021-2025

(Raport bieżący nr 70/2021)

25.11.2021 /Emitent/

Podstawa prawna:

Art. 17 ust. 1 MAR - informacje poufne

Zarząd CCC S.A. z siedzibą w Polkowicach (dalej: „Emitent”) informuje, że w dniu dzisiejszym przyjął strategię Grupy CCC z perspektywą do 2025 roku „GO.25 | EVERYTHING FASHION, OMNICHANNEL PLATFORM”, obejmującą główne kierunki rozwoju Grupy. Nowa strategia Grupy CCC nawiązuje do opublikowanej w 2020 roku strategii „GO.22” i jest jej naturalną kontynuacją.

W ostatnich dwóch latach w sektorze handlu odzieżą i obuwiem nastąpiły liczne zmiany, wywołane m.in. pandemią COVID-19. W wyniku tych zmian, wybrane trendy rynkowe przyspieszyły (m.in. rosnący segment sprzedaży cyfrowej), jeszcze większego znaczenia nabrały elementy związane z doświadczeniem zakupowym (tj. nowe sposoby płatności, rozwój rynku płatności odroczonych, dostaw tzw. *same day delivery* oraz dostaw ekspresowych), jak również wzrostem świadomości i odpowiedzialności wobec środowiska i otoczenia.

W ramach strategii GO.22 Grupa CCC zrealizowała szereg działań w kluczowych obszarach. Do najważniejszych z nich należą: rozwój produktu i komunikacji marketingowej, inwestycje w technologię i cyfryzację, rozwój kanałów sprzedaży online, w tym nowych narzędzi i usług dla klientów, a także eliminacja niestrategicznych aktywów i projektów.

W odpowiedzi na opisane zmiany w otoczeniu oraz w celu jak najlepszego przygotowania Grupy CCC na najbliższe lata, Emitent podjął decyzję o przyjęciu nowej strategii.

Cele i aspiracje strategiczne Grupy CCC w horyzoncie do 2025 roku obejmują:

- trzykrotne zwiększenie przychodów Grupy CCC w stosunku do okresu Q3'21 LTM,
- osiągnięcie skonsolidowanej rentowności EBITDA (z MSSF16) powyżej 12%,
- udział przychodów z nowych kategorii (poza obuwiem) na poziomie co najmniej 1/3,
- udział sprzedaży z kanałów online na poziomie ponad 60% przychodów Grupy CCC (wzrost z ok. 45% w Q3'21)
- poprawę wskaźnika NPS (Net Promoter Score) o 10 punktów dla każdego szyldu/kanału sprzedaży w Grupie CCC,
- wskaźnik zaangażowania pracowników co najmniej 10 punktów powyżej średniej dla sektora,
- Rating MSCI ESG na poziomie A+.

Strategia obejmuje plany i cele dla poszczególnych szyldów Grupy CCC:

- **CCC** – lider omnikanalowej sprzedaży obuwia w Europie Środkowo-Wschodniej, koncertujący się na optymalizacji i digitalizacji sieci sprzedaży, rozwoju kanałów cyfrowych, wzmacnianiu marek własnych i dalszym rozwoju zaawansowanej analityki; 25-30% udziału w przychodach Grupy w 2025 r.
- **Eobuwie** – lider sprzedaży obuwia online w Europie Środkowo-Wschodniej, rozwijający działalność na rynkach zagranicznych, wzmacniający mobile i konwersję, tworzący nowe kanały sprzedaży (marketplace); 30-35% udziału w przychodach Grupy w 2025 r.

- **Modivo** – najbardziej inspirująca platforma modowa w Europie Środkowo-Wschodniej, rozszerzająca ofertę produktową, tworząca innowacyjne usługi dla Klientów, rozwijająca bazę Klientów; 15-20% udziału w przychodach Grupy w 2025 r.
- **HalfPrice** – lider rynku off-price w Europie Środkowo-Wschodniej, skalujący sieć sprzedaży na kluczowych dla Grupy rynkach, rozwijający platformę e-commerce i poszerzający ofertę produktową; 15-20% udziału w przychodach Grupy w 2025 r.
- **DeeZee** – paneuropejska marka modowa, lider w mediach społecznościowych, kontynuujący ekspansję zagraniczną oraz poszerzający ofertę odzieżową, ~5% udziału w przychodach Grupy w 2025 r.

Model biznesowy Grupy CCC obejmuje pięć komplementarnych sztydów (CCC, eobuwie.pl, Modivo, HalfPrice, DeeZee) oraz wspólne fundamenty i zasoby, w ramach których zdefiniowano kluczowe działania:

- **Kultura i ludzie** – klientocentryczność, innowacyjność, zespołowość, najlepsze talenty, rosnące zaangażowanie;
- **Produkt** – portfolio uzupełniających się strategicznych marek własnych dla każdej grupy klientów, wzbogacone o najlepsze marki obce; rozwój nowych kategorii (poza obuwiem); unikalny ekosystem obiegu produktów w Grupie poprzez kanały full-price i off-price; nowoczesna, angażująca komunikacja marketingowa 360 stopni;
- **Komunikacja** – dalsza rozbudowa bazy klientów i zaawansowanej analityki, personalizacja omnikanałowa, budowa wartości Klienta i zarządzanie nią w pełnym cyklu życia;
- **Technologia** – omnikanałowe doświadczenie Klienta, nowoczesne sklepy wyposażone w rozwiązania cyfrowe, robotyzacja i innowacje;
- **Łańcuch dostaw** – holistyczne spojrzenie end-to-end, nowe kierunki i dywersyfikacja dostaw, rozwój logistyki e-commerce, dostawy ekspresowe, integracja zapasu sklepowego i magazynowego;
- **Zrównoważony rozwój** – ekologiczne kolekcje, redukcja emisji scope 1-3, równość i różnorodność w miejscu pracy, najwyższe standardy dla dostawców.

Szyldy Grupy CCC wzajemnie się uzupełniają, adresując potrzeby różnych segmentów klienckich. Za ich pośrednictwem Grupa CCC będzie umacniać pozycję na rynkach macierzystych, a rozwój międzynarodowy zaplanowany jest głównie dla kanału e-commerce.

Realizacja strategii finansowana będzie ze środków własnych oraz zdolności kredytowej. Wraz z poprawą wyników operacyjnych oraz optymalizacją kapitału obrotowego, do finansowania potrzeb rozwojowych skoncentrowanych na technologii, logistyce oraz rozwoju sieci HalfPrice wykorzystane będą środki własne oraz instrumenty dłużne (m.in. produkty bankowe lub obligacje).

Zastrzeżenie: Spółka informuje, że przedstawione powyżej informacje i strategiczne kierunki rozwoju Grupy CCC, w tym w szczególności wartości liczbowe, nie stanowią prognozy ani szacunków wyników finansowych i odnoszą się jedynie do zamierzonych kierunków działania w latach 2021-2025.

Podpisy:

1/ Marcin Czyczerski - Prezes Zarządu

2/ Karol Półtorak - Wiceprezes Zarządu