

## Przychody

- Poziom przychodów osiągniętych przez Grupę CCC w II kwartale 2020 roku znalazł się pod wpływem administracyjnego ograniczenia sprzedaży w kanale stacjonarnym w wyniku pandemii koronawirusa, a także dynamicznie rozwijającego się kanału e-commerce.
- Od 20 kwietnia br. restrykcje dotyczące sprzedaży stacjonarnej były stopniowo znoszone. Na koniec kwartału 95% salonów Grupy CCC wznowiło działalność po zamrożeniu gospodarki. Powrót klientów do sklepów charakteryzował się stopniowo poprawiającą się odwiedzalnością, której towarzyszyła istotnie wyższa rdr konwersja oraz liczba produktów na paragonie.

	Q2 2019	Q2 2020	Δ Q2'19- Q2'20	rdr
<b>Przychody ze sprzedaży Grupy CCC</b>				
Sprzedaż [mln PLN]	1 642	1 292	-350	-21%
Sieć detaliczna	1 233	656	-577	-47%
CCC	1052	566	-486	-46%
KVAG	137	71	-66	-48%
Gino Rossi	25	6	-19	-76%
Eobuwie	19	13	-6	-32%
e-commerce	349	626	277	79%
Eobuwie	331	519	188	57%
KVAG <sup>1</sup>	3	0	-3	-
Gino Rossi	3	3	0	-
DeeZee	11	18	7	64%
CCC	1	86	85	>100%
Hurt	60	10	-50	-83%
CCC	58	8	-50	-86%
Gino Rossi	2	1	-1	-50%
DeeZee	0	1	1	-
LFL detal CCC <sup>2</sup>	-3%	-49%		

<sup>1</sup> E-commerce KVAG zamknięty od sierpnia 2019, zastąpiony nową platformą w czerwcu 2020.

<sup>2</sup> Z wyłączeniem e-commerce CCC.

## Wyniki

- W II kwartale 2020 roku Grupa CCC odnotowała spadek marży brutto na sprzedaży o 3,2 p.p., który był spowodowany wysokim udziałem sprzedaży e-commerce w kwietniu (93% skonsolidowanych przychodów) oraz wyższą rdr aktywnością promocyjną w maju.
- Grupa CCC odnotowała istotny spadek pozostałych kosztów sprzedaży i ogólnego zarządu oraz salda pozostałych przychodów i kosztów operacyjnych, głównie za sprawą: oszczędności na poziomie kosztów wynagrodzeń (optymalizacja zatrudnienia, obniżenie wymiaru etatów, ograniczenie benefitów) oraz logistyki, a także między innymi za sprawą oszczędności na usługach obcych i usługach marketingu. Spółka wprowadziła program oszczędnościowy i poprawy efektywności, który ma na celu dalsze obniżanie bazy kosztowej i poprawę rentowności. Na obniżenie poziomu kosztów wpłynęły także otrzymane w ramach pomocy rządowej dla przedsiębiorstw subsydia, a w szczególności dofinansowanie do wynagrodzeń pracowników.
- Ponadto, Grupa jest w fazie renegocjacji umów czynszowych z wynajmującymi. W procesie negocjacji zmieniane są warunki umów, które wpływają na rozpoznane w skonsolidowanym sprawozdaniu z sytuacji finansowej: aktywo z tytułu prawa do użytkowania oraz zobowiązanie z tytułu leasingu, a także amortyzację i pozostałe koszty najmu wykazane w skonsolidowanym

sprawozdaniu z całkowitych dochodów. Negocjacje obejmują w swoim zakresie okres sprawozdawczy, jak i okresy przyszłe, stąd wpływ aneksów/porozumień do umów czynszowych będzie miał odzwierciedlenie w pozycjach bilansowych, jak i wynikowych w całym okresie trwania umów najmu, a nie wyłącznie w bieżącym roku obrotowym. Grupa jest w trakcie procesowania aneksów/porozumień, które będą miały wpływ na opublikowane dane.

### Wyniki Grupy CCC bez uwzględnienia rezerw<sup>3</sup>

	Q2 2019	Q2 2020	Δ Q2'19- Q2'20	rdr
<b>Rachunek Zysków i Strat [mln PLN]</b>				
Sprzedaż	1642	1292	-350	-21%
Zysk brutto ze sprzedaży	840	620	-220	-26%
<i>marża brutto na sprzedaży [%]</i>	<i>51,2%</i>	<i>48,0%</i>		<i>-3,2 p.p.</i>
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu oraz pozostałe przychody i koszty operacyjne	-702	-585	117	-17%
Zysk na działalności operacyjnej	138	34	-104	-75%
EBITDA	321	187	-134	-42%

<sup>3</sup> Dane finansowe nie były przedmiotem badania/przeglądu.

- Zgodnie z wcześniejszą komunikacją, a w szczególności w nawiązaniu do raportu bieżącego RB nr 21/2020 z dnia 21 kwietnia 2020 r., jak również Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego Grupy CCC S.A. za I kwartał 2020 r., Spółka rozpoznała w wynikach II kwartału 2020 roku rezerwy o charakterze gotówkowym w kwocie 147 mln zł, związane głównie z: restrukturyzacją obecności na rynku szwajcarskim, działaniami dot. zamknięć wybranych sklepów na rynku niemieckim, zamknięciem aktywności związanej ze sponsoringiem sportowym oraz jednorazowymi kosztami związanymi z refinansowaniem Grupy CCC - wpływ na wyniki Grupy CCC zaprezentowany w tabeli poniżej.

### Wyniki Grupy CCC z uwzględnieniem rezerw<sup>3</sup>

	Q2 2019	Q2 2020	Δ Q2'19- Q2'20	rdr
<b>Rachunek Zysków i Strat [mln PLN]</b>				
Sprzedaż	1642	1292	-350	-21%
Zysk brutto ze sprzedaży	840	620	-220	-26%
<i>marża brutto na sprzedaży [%]</i>	<i>51,2%</i>	<i>48,0%</i>		<i>-3,2 p.p.</i>
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu oraz saldo pozostałych przychodów i kosztów operacyjnych	-702	-732	-30	4%
Zysk na działalności operacyjnej	138	-112	-250	-
EBITDA	321	40	-281	-88%

<sup>3</sup> Dane finansowe nie były przedmiotem badania/przeglądu.

- Ponadto, w nawiązaniu do zapowiedzi możliwych przeszacowań i rezerw o charakterze czysto księgowym (niezwiązanych z wpływem gotówki z Grupy), Grupa kontynuuje proces analizy aktywów pod kątem utraty ich wartości. W trakcie sporządzania sprawozdania finansowego za I półrocze możliwe jest więc rozpoznanie dodatkowych rezerw o charakterze niegotówkowym, związanych m.in. z prowadzeniem działalności w stacjonarnych kanałach sprzedaży, przede wszystkim na rynku szwajcarskim i austriackim, a także likwidacją wybranych sklepów w innych

lokalizacjach oraz przeszacowaniem wartości zapasów oraz pożyczek. Estymowana wstępna wartość rezerw o charakterze czysto księgowym znajduje się na poziomie 300-400 mln zł.

- Rezerwy na wydatki restrukturyzacyjne oraz szacunki rezerw i odpisów niegotówkowych mają charakter jednorazowy i są wynikiem prac ukierunkowanych na wyeliminowanie z działalności Grupy CCC nierentownych przedsięwzięć oraz ujęcia kosztów do poniesienia w przyszłości, a w konsekwencji poprawę jej rentowności w kolejnych okresach sprawozdawczych.

### Rozwój kanałów sprzedaży online

- Pandemia COVID-19 i w konsekwencji decyzje administracyjne o zamykaniu sklepów stacjonarnych oraz zmiany zachowań konsumentów (m. in. wstrzymywanie się z odwiedzaniem sklepów stacjonarnych pomimo ich otwarcia), wykreowały bardzo sprzyjające otoczenie dla sprzedaży produktów poprzez platformy online, która dzięki nim jeszcze przyspieszyła.
  - ccc.eu – wzrost sprzedaży o 200% w ujęciu kwartał do kwartału (start projektu 24.06.2019), do czego przyczyniło się m.in. uruchomienie w okresie Q2 2020 platform w Rumunii, Austrii i na Węgrzech. Kanał ccc.eu odnotował w maju najwyższą sprzedaż od uruchomienia, na poziomie blisko 40 mln zł.
  - DeeZee – wzrost przychodów o 64% rdr. W ramach kolejnego etapu rozwoju tej spółki uruchomiono platformę DeeZee w Czechach, na Słowacji i Węgrzech oraz w Rumunii.
  - Gino Rossi – płaski wynik rdr. Jednocześnie, w Q2 dopełniono integracji z Gino Rossi w obszarze e-commerce poprzez przeniesienie zarządzania platformą gino-rossi.com do eobuwie.
  - Eobuwie.pl – łącznie ok. 2,8 mln zamówień (w tym 64% z urządzeń mobilnych), które przełożyły się na wzrost przychodów ze sprzedaży o 51%. Po niższej dynamice przychodów w marcu 2020, odnotowano znaczące wzrosty w kwietniu, maju i czerwcu (odpowiednio o 28%, 71%, 60% r/r), przy wyższych o parę punktów procentowych marżach brutto (zbliżonych dla regionu Europy Środkowo-Wschodniej i Europy Zachodniej) i niższych kosztach marketingowych. Kontynuowany był rozwój platformy Modivo, z której przychody w drugim kwartale wyniosły 49 mln PLN (wzrost o 32% kw/kw). W ocenie Grupy, wykreowana przez COVID zmiana zachowań konsumenckich w kierunku ecommerce, stwarza unikalną perspektywę dla eobuwie.pl na przyspieszenie rentownego wzrostu i istotne zwiększenie jego udziałów rynkowych. W kontekście tych okoliczności, CCC planuje kontynuować analizy i prace dot. pozyskania na poziomie eobuwie.pl odpowiedniego kapitału, który umożliwi pełne wykorzystanie tych nowo powstałych szans rynkowych.

	Q2 2019	Q2 2020	Δ Q2'19- Q2'20	rdr
<b>Rachunek Zysków i Strat Grupy eobuwie<sup>3</sup> [mln PLN]</b>				
Przychody	350	532	182	52%
Polska	144	215	71	49%
Europa Środkowo-Wschodnia	160	224	64	40%
Europa Zachodnia	46	93	47	102%
Zysk brutto ze sprzedaży	153	248	95	62%
Marża brutto [%]	43,8%	46,6%		+2,8 p.p.
EBITDA	16	65	49	306%
Marża EBITDA [%]	4,6%	12,2%		+7,6 p.p.

<sup>3</sup> Dane finansowe nie były przedmiotem badania/przeglądu.

**Rozwój kanałów sprzedaży offline**

- Zgodnie ze strategią, realizowana jest optymalizacja powierzchni handlowej, głównie za sprawą zmniejszania sieci sprzedaży Gino Rossi w Polsce oraz Karl Voegele w Szwajcarii.
- Powierzchnia handlowa rosła najszybciej w eobuwie.pl (+13 sklepów omnichannelowych rdr).
- Powierzchnia handlowa od początku roku zwiększyła się tylko o 2 tys. mkw.
- Ze względu na niepewność związaną z wirusem, Spółka znacznie ograniczy plan otwarć w dalszej części roku (zapowiadane wcześniej 60 tys. mkw. netto w 2020 roku).

	Q2 2019	Q2 2020	Δ Q2'20- Q2'19	rdr
<b>Rozwój</b>				
Powierzchnia [tys. m <sup>2</sup> ]	<b>701,9</b>	<b>761,2</b>	<b>59,3</b>	<b>8%</b>
CCC	606,1	663,8	57,7	10%
KVAG	80,1	75,6	-4,5	-6%
Gino Rossi	8,0	4,6	-3,4	-43%
eobuwie	7,8	17,2	9,4	121%
Liczba sklepów	<b>1 212</b>	<b>1 208</b>	<b>-4</b>	<b>-</b>
CCC	941	981	40	-
KVAG	187	162	-25	-
Gino Rossi	72	40	-32	-
eobuwie	12	25	13	-