

PRZYCHODY

- Wzrost sprzedaży Grupy o 85% rdr. Przychody również powyżej poziomów z 2019 roku (o blisko 300 mln PLN).
- Kontynuowany dynamiczny wzrost w kanale e-commerce (+86% rdr) – udział online w przychodach 62%.
- Kontrybucja nowego konceptu sprzedażowego HalfPrice do przychodów Grupy.

Przychody ze sprzedaży Grupy CCC	Q1 2020/21 (II 2020 – IV 2020)	Q1 2021/22 (II 2021 – IV 2021)	Δ Q1'20/21- Q1'21/22	RDR
Przychody [mln PLN]	772	1429	657	85%
Sieć detaliczna	264	469	205	78%
CCC ¹	253	449	196	77%
Eobuwie	11	19	8	73%
HalfPrice	0	1	1	
e-commerce	481	893	412	86%
Eobuwie ²	415	741	326	79%
w tym Modivo	34	97	63	185%
CCC	52	128	76	146%
DeeZee	14	24	10	71%
Hurt	27	67	40	148%
W tym nieprzypisane ³	18	33	15	83%
LFL detal CCC ⁴	-69%	79%		
LFL detal CCC ⁴ sklepów otwartych	-10%	161%		

1 Zawiera sprzedaż detaliczną Gino Rossi.

2 Zawiera sprzedaż e-commerce Gino Rossi.

3 Kategoria „nieprzypisane” dotyczy udziału sprzedaży hurtowej Grupy do KVAG, alokowanej do działalności kontynuowanej. Zgodnie z MSSF5, eliminacja wewnętrzgrupowych transakcji została dokonana w działalności zaniechanej, stąd w przychodach ze sprzedaży działalności zaniechanej prezentowana jest marża, jaką realizuje KVAG na towarach kupionych od GK CCC, ale koszt własny sprzedaży działalności zaniechanej dotyczy wyłącznie zakupów od podmiotów spoza GK CCC. W rezultacie, możliwe jest zaobserwowanie niewspółmiernego kosztu zakupu, w relacji do osiągniętych przychodów (zawyżonej marży 1-go stopnia w ujęciu procentowym). Podejście to wpływa in minus na prezentowaną marżę z działalności kontynuowanej. Ponadto, w przypadku działalności zaniechanej, amortyzacja nie jest naliczana od momentu reklasyfikacji.

4Z wyłączeniem e-commerce CCC.

WYNIKI GRUPY CCC

- Poziom marży brutto głównie pod wpływem mixu sprzedażowego. Nieznaczna poprawa marży Grupy, głównie za sprawą wyższej marży w segmencie e-commerce.
- Wysoka dyscyplina kosztowa. Wzrost kosztów głównie w segmencie e-commerce (wolniejszy od dynamiki przychodów), nieznaczne obniżenie kosztów sklepów.
- Poprawa wyniku operacyjnego o blisko 200 mln PLN.

	Q1 2020/21 (II 2020 – IV 2020)	Q1 2021/22 (II 2021 – IV 2021)	Δ Q1'20/21- Q1'21/22	RDR
Rachunek Zysków i Strat [mln PLN]				
Przychody	772	1429	657	85%
Zysk brutto ze sprzedaży	332	621	289	87%
marża brutto na sprzedaży [%]	43,0%	43,5%		0,5 p.p.
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu oraz pozostałe przychody i koszty operacyjne	-620	-716	-96	15%
Wynik na działalności operacyjnej	-288	-95	193	
EBITDA (MSSF16)	-142	59	201	

WYNIKI GRUPY EOBUWIE

- Wzrost przychodów eobuwie o 79% rdr, w tym Modivo +185%.
- Najszybszy wzrost przychodów w regionie Europy Południowej (+170%), który stanowi już 13% udziałów w przychodach grupy eobuwie.
- Konsekwentna poprawa marży brutto eobuwie, o 1 p.p. do poziomu 42,3%.
- Poprawa rentowności operacyjnej o blisko 4 p.p. za sprawą niższego wskaźnika koszty/przychody.
- Ponad czterokrotnie wyższy rdr wynik operacyjny eobuwie. Wzrost marży EBITDA o ponad 4 p.p. do poziomu 10,5% - powyżej założeń ze strategii GO.22.

	Q1 2020/21 (II 2020 – IV 2020)	Q1 2021/22 (II 2021 – IV 2021)	Δ Q1'20/21- Q1'21/22	RDR
Rachunek Zysków i Strat Grupy eobuwie [mln PLN]				
Przychody*	429	768	339	79%
Polska	170	270	100	59%
Europa Środkowo-Wschodnia	182	333	151	83%
Europa Północno-Zachodnia	40	65	25	63%
Europa Południowa	37	100	63	170%
Zysk brutto ze sprzedaży	177	325	148	84%
marża brutto [%]	41,3%	42,3%		1,0 p.p.
EBIT	16	66	50	313%
marża EBIT [%]	3,7%	8,6%		4,9 p.p.
EBITDA (MSSF16)	26	81	55	212%
marża EBITDA [%]	6,1%	10,5%		4,4 p.p.

*Przychody z uwzględnieniem transakcji zrealizowanych z Grupą CCC (okres bieżący 8 mln PLN, okres porównawczy 3 mln PLN).

ROZWÓJ KANAŁÓW SPRZEDAŻY OFFLINE

- Spadek powierzchni handlowej Grupy o 6,6 tys. m², głównie za sprawą planowej optymalizacji powierzchni handlowej sieci CCC (likwidacje, pomniejszenia).
- Debiut nowego konceptu sprzedażowego HalfPrice – zakładane otwarcie około 60 sklepów do końca 2021 roku (na bazie restrukturyzowanej powierzchni sieci CCC).
- Likwidacja salonów Gino Rossi – maksymalizacja obecności marki w pozostałych kanałach sprzedaży Grupy, tj. w salonach CCC, na ccc.eu i w eobuwie.

stan na:	30.04.2020	30.04.2021	Δ 30.04.2021- 30.04.2020	RDR
Rozwój				
Powierzchnia [m ²]	677 192	670 575	-6 617	-1%
CCC	663 059	652 173	-10 886	-2%
eobuwie	14 133	17 146	3 013	21%
HalfPrice	0	1 256	1 256	
Liczba sklepów	1 043	1 005	-38	-4%
CCC	1 021	979	-42	-4%
eobuwie	22	25	3	14%
HalfPrice	0	1	1	