



CCC
SHOES & BAGS

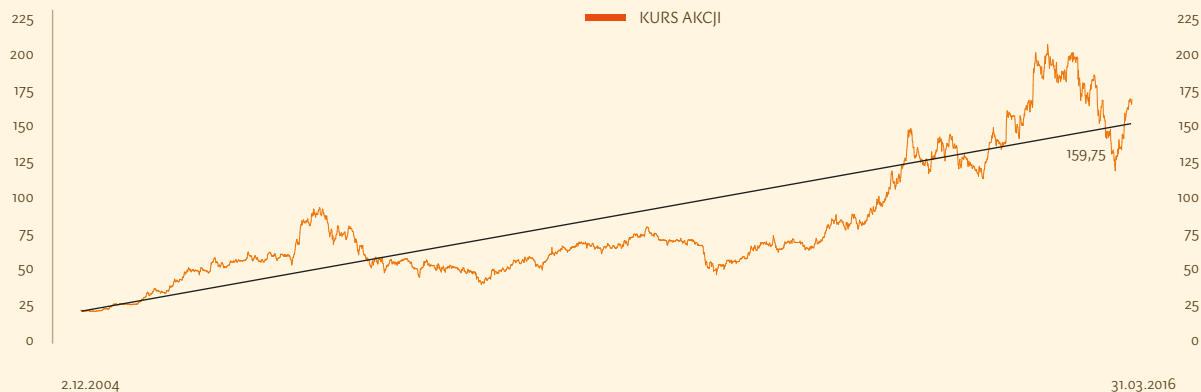


Grupa CCC spektakularnie rozpoczęła rok 2016, mający przynieść największy w historii wzrost powierzchni handlowej. Ambitny plan rozwoju został w pierwszym kwartale zrealizowany z nawiązką – łączna powierzchnia sklepów zwiększyła się w tym czasie o blisko 20 000 mkw. Podstawowymi filarami rozwoju pozostaje w tym roku Polska, coraz bardziej istotne w portfolio Grupy stają się jednak kraje zachodnie – Niemcy i w Austria. Planujemy też dalszy rozwój sieci sprzedaży w kluczowych krajach Europy Środkowej.

Wyniki sprzedażowe i finansowe pierwszego kwartału są satysfakcjonujące. Niesprzyjające warunki pogodowe w marcu opóźniły start sprzedaży kolekcji wiosennej i napędziły strachu inwestorom, jednak już wyniki kwietnia pokazały jak dobrze spółka jest przygotowana do sezonu.

Styczeń 2016 przyniósł finalizację transakcji przejęcia sklepu internetowego eobuwie.pl, którego wyniki wchodzą już w skład sprawozdania skonsolidowanego Grupy. To miły krok w historii Grupy CCC, otwierający ogromne możliwości rozwoju. Wyniki platformy eobuwie.pl w pierwszym kwartale okazały się znacznie lepsze od oczekiwań pod względem sprzedaży, przy jednoczesnym zachowaniu wysokiej rentowności.

CCC S.A. – notowana na GPW od 2004



Wood & Company	Łukasz Wachelko lukasz.wachelko@wood.com
UBS	Michał Potyra michal.potyra@ubs.com
JP Morgan	Michał Kuźawiński michal.kuzawinski@jpmresearchmail.com
Goldman Sachs International	Yulia Gerasimova yulia.gerasimova@gs.com
Ipopema Securities	Michał Bugajski michal.bugajski@ipopema.pl
Haitong	Konrad Księżopolski kksiezopolski@haitongib.pl
Citi	Rafał Wiatr rafal.wiatr@citi.com
DM BOŚ SA	Sylwia Jaśkiewicz s.jaskiewicz@bossa.pl
Raiffeisen Centrobank AG	Jakub Krawczyk jakub.krawczyk@rcb.at
Dom Maklerski BZ WBK SA	Tomasz Sokołowski tomasz.sokolowski@bzwbk.pl

Unicredit CAIB	Małgorzata Kloka malgorzata.kloka@caib.unicredit.eu
Trigon	Dariusz Dziubiński dariusz.dziubinski@trigon.pl
PKO BP	Włodzimierz Giller wlodzimierz.giller@pkobp.pl
DM Banku BPS SA	Marcin Stebakow marcin.stebakow@dmbps.pl
Erste	Marek Czachor marek.czachor@erste.com
Dom Maklerski mBanku SA	Piotr Bogusz piotr.bogusz@mdm.pl
Millennium Dom Maklerski SA	Marcin Palenik marcin.palenik@millenniumdm.pl
Dom Maklerski BDM SA	Adrian Górniak adrian.gorniak@bdm.pl
BGŻ BNP Paribas SA	Michał Krajczewski michal.krajczewski@bgzbnpparibas.pl

Informacja giełdowa

Cena akcji = 159,75 PLN

Reuters: CCCC.WA

Bloomberg: CCC PW

www.ccc.eu

Kapitalizacja rynkowa

(PLNm) 6 134

(EURm) 1 437

Kapitał akcyjny 38.400.000

Free float 58,08%



Struktura operacyjna Grupy CCC (stan na 31.03.2016)

Sklepy razem:	792
sklepy CCC własne i agencyjne	718
Polska	415
Czechy	80
Słowacja	37
Węgry	63
Austria	30
Chorwacja	17
Turcja	3
Niemcy	58
Słowenia	9
Bułgaria	6
sklepy CCC franczyzowe	67
Rosja	8
Kazachstan	2
Ukraina	5
Rumunia	43
Łotwa	7
Litwa	2
inne	7



Sprzedaż według krajów [PLN] – Q1

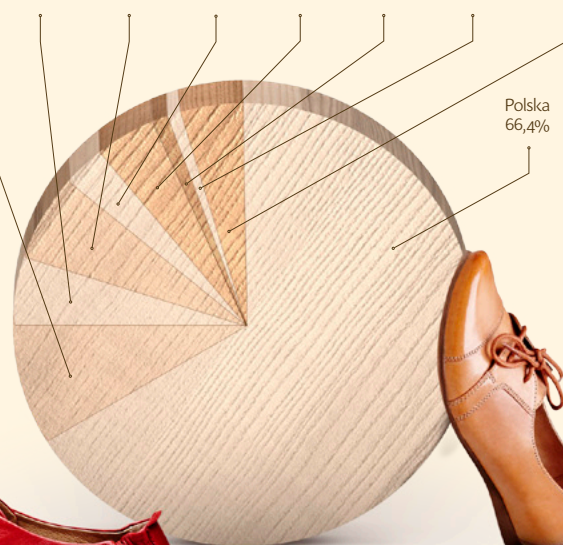
Q1 2016

Czechy	Słowacja	Węgry	Austria	Niemcy	Chorwacja	Słowenia	e-commerce	pozostałe
8,4%	5,1%	5,7%	3,2%	5,9%	1,8%	1,0%	8,4%	7,1%

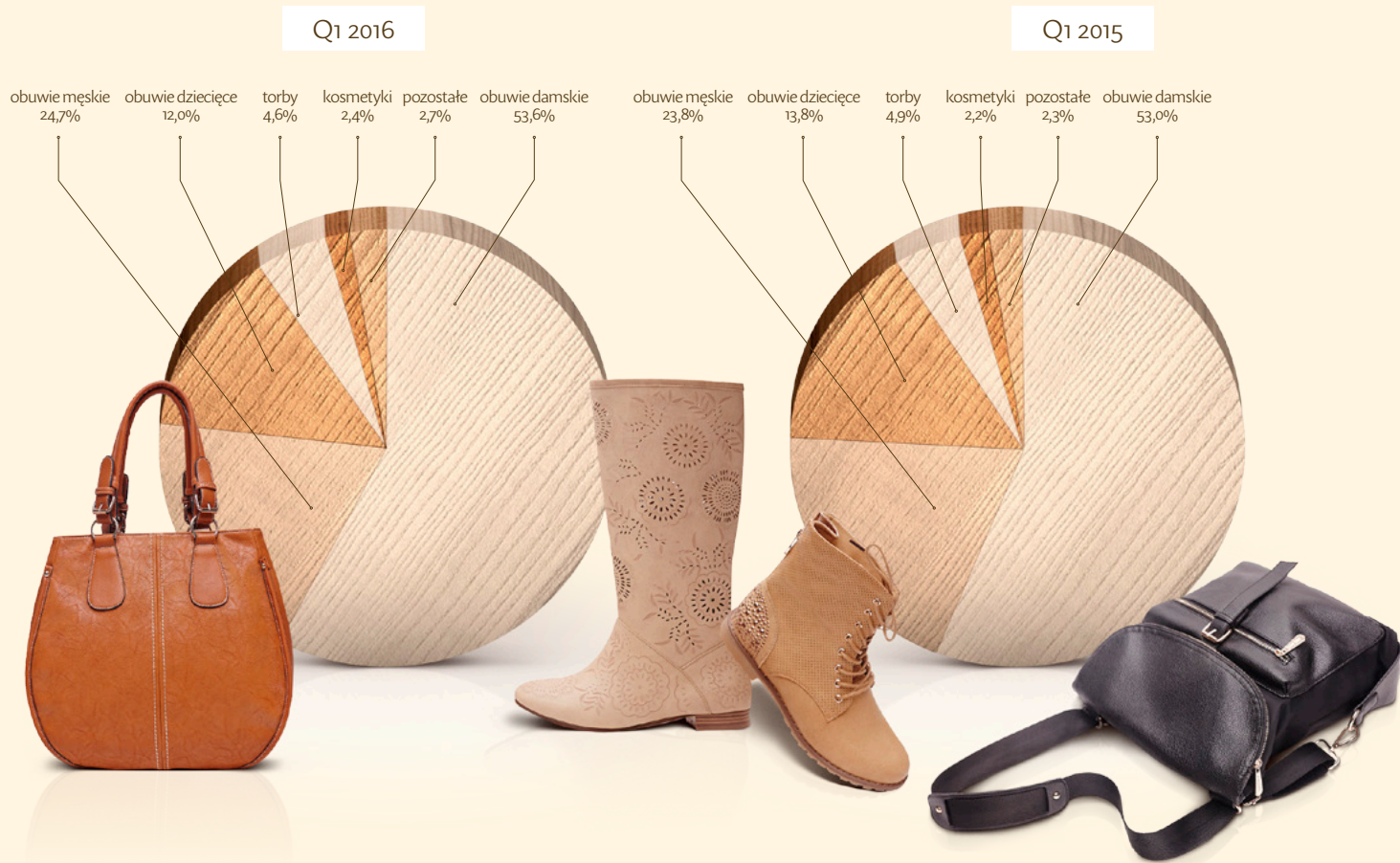


Q1 2015

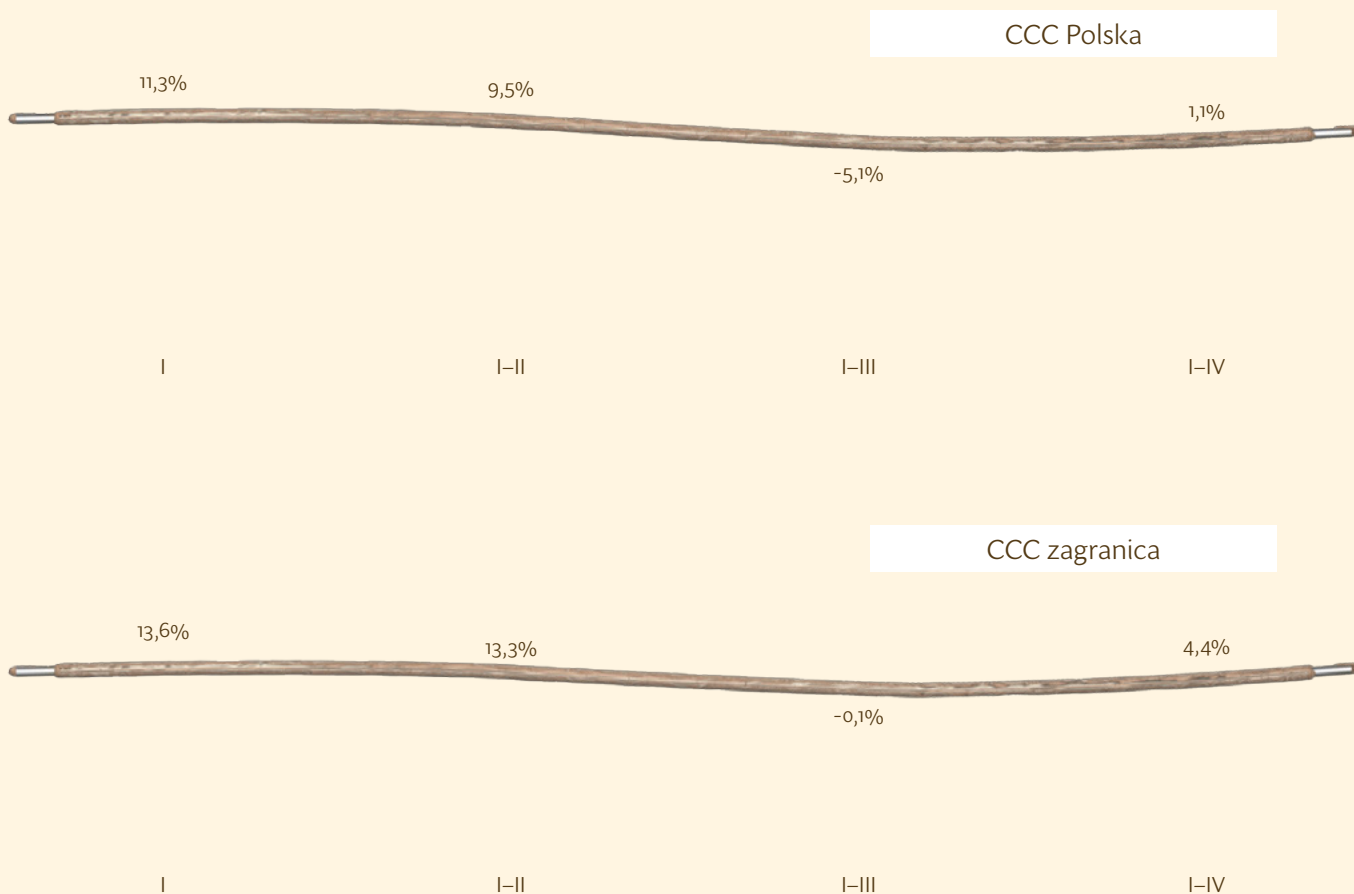
Czechy	Słowacja	Węgry	Austria	Niemcy	Chorwacja	Słowenia	pozostałe
8,8%	5,0%	6,1%	3,0%	4,2%	1,1%	0,9%	4,5%



Struktura asortymentowa sprzedaży (wartość) – Q1



Sprzedaż w porównywalnych placówkach CCC w Polsce i za granicą (narastająco)





	Q1 2016 `000 PLN	Q1 2015 `000 PLN	zmiana % 2016/2015
Przychody ze sprzedaży	534,6	431,9	23,8%
Zysk (strata) brutto na sprzedaży	269,4	233,2	15,5%
Marża brutto na sprzedaży	50,4%	54,0%	-3,6 p.p.
Koszty sprzedaży	-255,4	-200,5	27,4%
Koszty ogólnego zarządu	-23,8	-15,3	55,6%
EBIT	-4,8	10,4	—
Marża EBIT	-0,9%	2,4%	-3,3 p.p.
Koszty finansowe	-10,3	-10,1	2,0%
Zysk (strata) brutto	-14,7	0,9	—
Zysk (strata) netto	-17,8	6,4	—
Rentowność netto	-3,3%	1,5%	-4,8 p.p.



	Q1 2016 '000 PLN	Q1 2015 '000 PLN
CF działalność operacyjna, w tym m.in.:	-209,0	-81,0
– zmiana stanu zapasów	-165,8	-59,5
– zmiana stanu należności	52,2	-35,3
– zmiana stanu zobowiązań krótkoterminowych*	-82,5	25,6
CF działalność inwestycyjna, w tym:	-156,9	-40,4
wpływy	2,0	4,9
wydatki	-158,9	-45,3
CF działalność finansowa, w tym:	179,6	120,4
wpływy	182,6	262,9
wydatki	-3,0	-142,5
CF razem	-186,3	-1,0
gotówka początek okresu	340,6	161,9
gotówka koniec okresu	154,3	160,9

* z wyjątkiem pożyczek, kredytów i obligacji

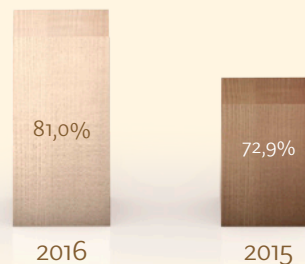
	Q1 2016 '000 PLN	Q1 2015 '000 PLN
aktywa trwałe	1 144,4	838,0
aktywa obrotowe, w tym:	1 141,6	1 073,1
– zapasy	887,3	800,8
– środki pieniężne	154,3	160,9
aktywa razem	2 286,0	1 911,1
kapitał własny	1 112,1	960,8
zobowiązania długoterminowe, w tym:	404,5	256,1
– długoterminowe pożyczki i kredyty bankowe	366,0	216,0
zobowiązania krótkoterminowe, w tym:	769,4	694,2
– krótkoterminowe pożyczki i kredyty bankowe	535,1	484,3
pasywa razem	2 286,0	1 911,1



Wskaźniki zadłużenia GK CCC S.A.

wskaźnik zadłużenia kapitału własnego (%)

Wskaźnik zadłużenia kapitału własnego =
(zobowiązania z tytułu kredytów, pożyczek i leasingu) /
kapitały własne



wskaźnik zadłużenia / EBITDA

Wskaźnik zadłużenia EBITDA =
(zobowiązania z tytułu kredytów, pożyczek i leasingu – cash) /
zannualizowany EBITDA



wskaźnik pokrycia odsetek zyskiem*

Wskaźnik pokrycia odsetek zyskiem =
(zysk brutto + koszty z tytułu odsetek od kredytu i leasingu) /
koszty z tytułu odsetek od kredytów i leasingu

* wartości zannualizowane



Strategia CCC – zestaw unikalnych kompetencji budujących przewagę konkurencyjną na europejskim rynku detalicznej sprzedaży obuwia, tak w tradycyjnym kanale, jak i online.

- **Fast Fashion**
Dostarczanie klientom o różnym poziomie zamożności kilku tysięcy różnych modeli w ciągu sezonu. Krótkie serie, różnorodność kolorów, stylów i fasonów gwarantują wysoką odwiedzalność i częstotliwość zakupów.
- **Relacja ceny do jakości.**
Oferta CCC jest bardzo atrakcyjna cenowo, tak w segmencie butów skórzanych, jak i syntetycznych.
- **Marki Własne**
CCC sprzedaje tylko marki własne tj. produkty wyprodukowane bądź we własnej fabryce w Polkowicach bądź zlecone do produkcji w outsourcingu na Dalekim Wschodzie. Dzięki temu Spółka panuje w pełni nad procesem produkcji, jakością, logistyką, polityką cenową, marżami i polityką marketingową.
- **Niezbędne zasoby:**
 - logistyka nie mająca sobie równej w branży obuwniczej;
 - produkcja w kraju i za granicą;
 - zdrowy bilans;
 - kompetencje w zakresie e-commerce;
 - know-how w zakresie projektowania i budowania kolekcji, zarządzania sprzedażą, marketingu i HR.





Celem strategicznym na lata 2016-2017 jest kontynuacja bardzo udanej ekspansji na rynkach Europy Środkowej i Wschodniej i zdobycie pozycji lidera na każdym z krajowych rynków obuwniczych w regionie.

- Już rok 2014 dostarczył nam powodów do zadowolenia bowiem CCC stało się największą spółką obuwniczą w regionie Europy Środkowej (PL, CZ, SK, HU, RO, BG).
- Przewidujemy otwarcie jednej nowej spółki dystrybucyjnej w roku 2016 – w Serbii oraz uruchomienie sprzedaży franczyzowej w Estonii.

Celem strategicznym jest również uzyskanie w ciągu dwóch najbliższych lat tj. do końca 2017 roku trwałej rentowności na rynkach Austrii i Niemiec.

- Doświadczenia pierwszych dwóch pełnych lat ekspansji pokazują, że dojście do rentowności jest możliwe, trwa jednak znacznie dłużej niż na rynkach Europy Środkowej.
- Oczekiwane na rok 2016 jest zwiększenie sprzedaży LFL na rynku niemieckim i austriackim o odpowiednio 15% i 10%.

Celem strategicznym w obszarze e-commerce jest wykorzystanie synergii w obrębie Grupy CCC i zdobycie przez eobuwie.pl pozycji lidera w sprzedaży obuwia online w Europie Środkowej.

- Aktualnie eobuwie.pl SA sprzedaje obuwie poprzez swoje regionalne domeny w Polsce, Czechach, na Słowacji, w Niemczech, Rumunii i na Węgrzech.
- W roku 2016 uruchomiona zostanie sprzedaż w Bułgarii, na Litwie i na Ukrainie.



Rok 2016 będzie najbardziej spektakularnym okresem w realizacji strategii ekspansji zagranicznej.

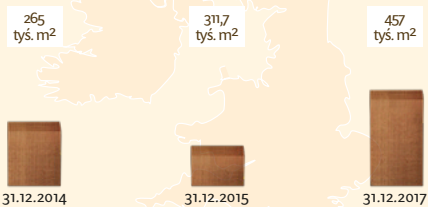
- Grupa CCC powiększy się o nie mniej niż 100.000 m² netto nowej powierzchni handlowej (ok.27% wzrostu):
 - ok. 77.000 m² netto (110 sklepów) otwartych zostanie za granicami Polski;
 - ok. 23.000 m² netto (40 sklepów) otwartych zostanie w kraju.
- Największy przyrost powierzchni Grupa CCC odnotuje w Polsce, w Niemczech, Austrii i Rumunii. Wszystkie pozostałe kraje będą miały również proporcjonalny, wysoki udział we wzroście powierzchni.
- Inwestycje w środki trwałe w roku 2016 przekroczą 140 milionów PLN.
- W kanale online oczekiwany jest wzrost sprzedaży o co najmniej 75%.
- Akwizycja 74,99% akcji eobuwie.pl SA kosztować będzie CCC ponad 230 mln PLN (dla mnożnika 12 * EBITDA)



Plany rozwoju sieci detalicznej CCC – 2015–2017

Europa Środkowa

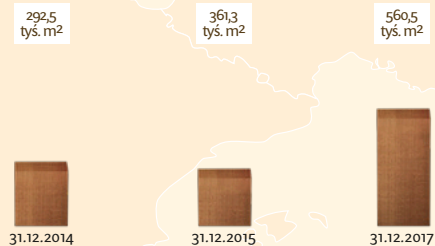
(PL, CZ, SK, HU, HR, SLO, RO, BG, LT, LV, EST, SRB)



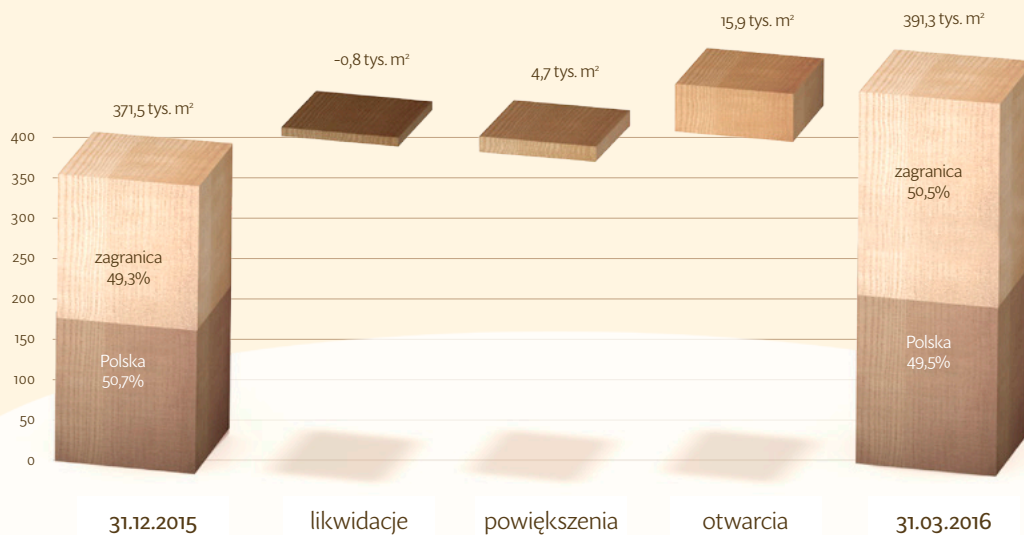
Niemcy i Austria



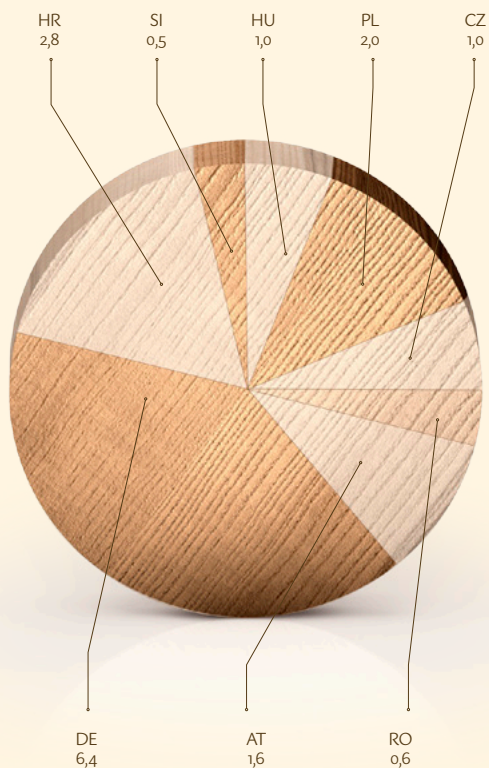
Razem



Przyrost powierzchni w roku 2016 – komponenty



Przyrost powierzchni w roku 2016 – komponenty

otwarcia [tys. m²]likwidacje [tys. m²]

Sklepy Grupy CCC własne i franczyzowe (powierzchnia i ilość)

		2011		2012		2013		2014		2015		Q1 2016	
Sieć	Rodzaj	m ²	liczba	m ²	liczba	m ²	liczba	m ²	liczba	m ²	liczba	m ²	liczba
CCC	Własne	100 929	293	120 722	339	129 858	342	152 602	366	170 348	370	175 791	375
	Agencyjne	0	0	11 546	36	12 102	37	14 344	39	16 434	40	16 860	40
	Czechy	16 470	52	20 996	62	26 947	73	32 309	79	36 104	79	37 151	80
	Słowacja	0	0	5 290	12	10 646	25	13 866	30	18 852	37	18 852	37
	Węgry	0	0	6 028	15	23 456	50	27 689	57	30 462	61	32 126	63
	Austria	0	0	0	0	2 816	6	9 184	17	14 681	27	16 258	30
	Słowenia	0	0	0	0	924	2	3 646	6	4 603	8	5 083	9
	Chorwacja	0	0	0	0	1 651	3	4 436	8	7 314	13	10 233	17
	Turcja	0	0	0	0	1 165	2	1 805	3	1 805	3	1 805	3
	Niemcy	0	0	0	0	2 272	4	18 380	27	34 920	51	41 289	58
	Bułgaria	0	0	0	0	0	0	0	0	3 875	6	3 875	6
	Franczyza/ Rosja	1 994	5	1 828	5	2 178	6	1 781	5	3 617	8	3 617	8
	Franczyza/ Kazachstan/Ukraina	0	0	685	2	1 587	4	2 288	6	3 055	7	3 055	7
	Franczyza/ Rumunia	0	0	2 074	5	7 869	19	13 454	31	19 325	42	19 965	43
	Franczyza/ Łotwa	0	0	1 430	3	2 212	5	2 622	6	3 232	7	3 232	7
	Franczyza/ Litwa	0	0	0	0	0	0	0	0	1 187	2	1 187	2
	Franczyza/ Polska	13 389	49	1 586	8	1 586	8	0	0	0	0	0	0
CCC RAZEM		132 781	399	172 186	487	227 269	586	298 406	680	369 814	761	390 379	785
INNE		41 394	315	29 403	222	16 649	126	6 913	49	1 687	12	908	7
TOTAL		174 175	714	201 589	709	243 918	712	305 319	729	371 501	773	391 287	792

Struktura akcjonariatu wg liczby głosów

ULTRO Sp. z o.o.
Podmiot pośrednio zależny
od p. Dariusza Miłka

33,52%

Leszek
Gaczorek

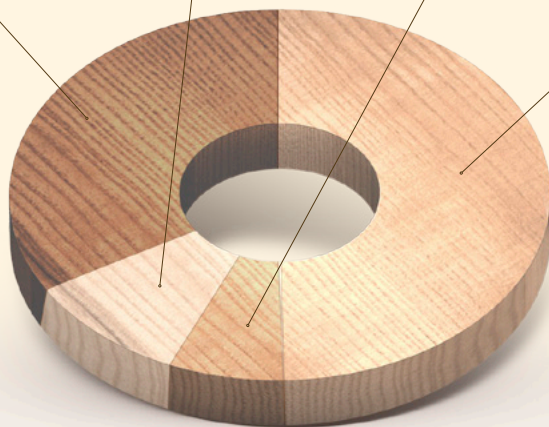
9,90%

Aviva OFE

6,74%

pozostali
akcjonariusze

49,84%



W listopadzie 2004 Spółka CCC S.A. weszła na rynek papierów wartościowych, od 2 grudnia jest notowana na Warszawskiej GPW.

Głównym udziałowcem i założycielem Grupy CCC jest Pan Dariusz Miłek, Prezes Zarządu CCC S.A.

Całkowita liczba akcji:

38 400 000

CCC
SHOES & BAGS