



**CCC**  
SHOES & BAGS

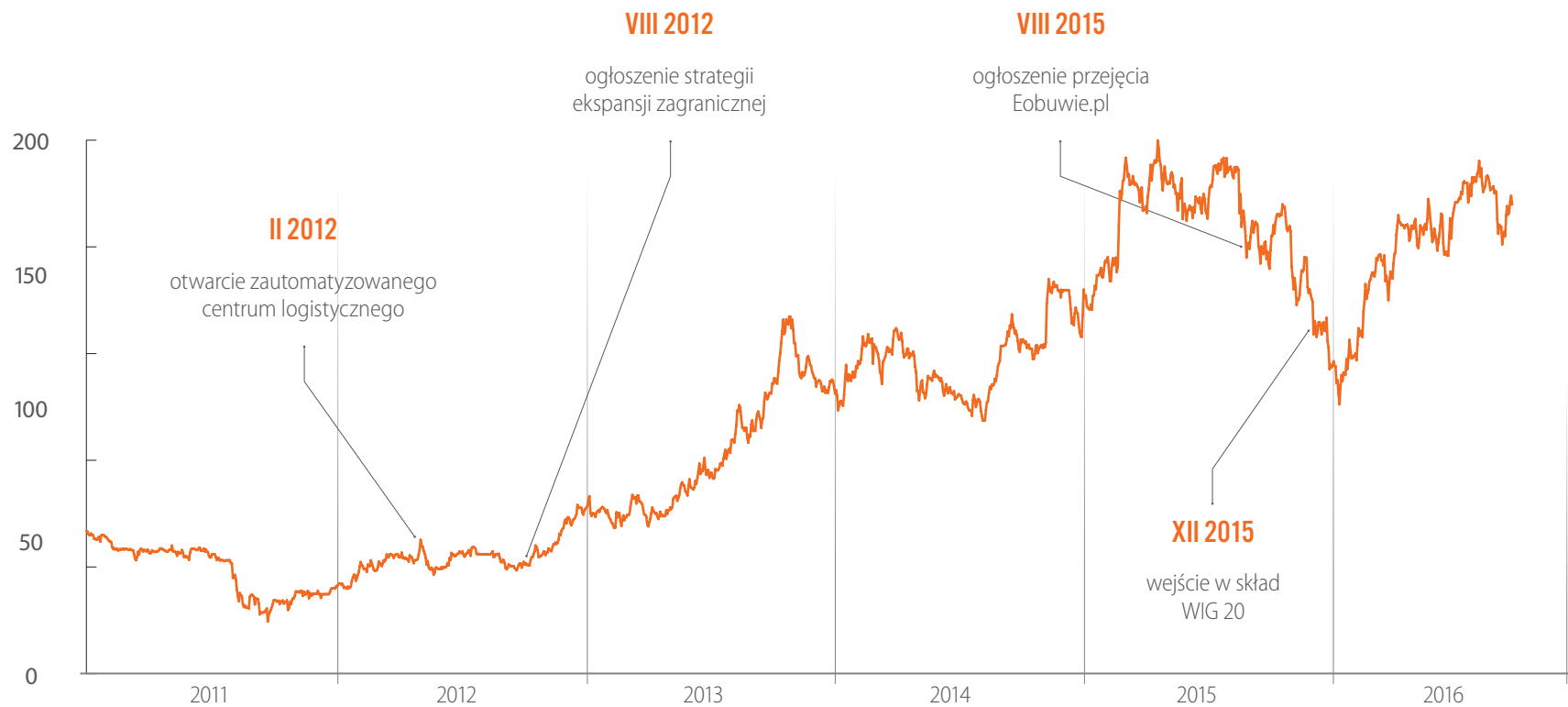
Prezentacja  
wyników  
kwartalnych  
Q3 2016



Za nami trzy kwartały przełomowego dla Grupy CCC roku 2016 – znajdujemy się obecnie w szczytowym momencie realizacji planu rozbudowy powierzchni handlowej. W ciągu ostatnich dziewięciu miesięcy łączna powierzchnia naszych sklepów zwiększyła się o ponad 55 000 m<sup>2</sup>, a na ostatni kwartał przewidujemy otwarcie kolejnych blisko 50 000 m<sup>2</sup>. Realizacja tego planu oznaczać będzie największy wzrost powierzchni handlowej w historii Grupy.

Wyniki finansowe trzeciego kwartału są pochodną wysokich temperatur we wrześniu i słabej sprzedaży kolekcji jesiennej w tym okresie. Pierwsze tygodnie typowo jesiennej aury wskazują, iż okresem żniw dla spółki będzie czwarty kwartał.

Nie należy także zapominać o włączonym w skład Grupy CCC na początku bieżącego roku platformie internetowej eobuwie.pl – dynamika jej sprzedaży oraz wypracowywane nieprzerwanie zyski potwierdzają trafność decyzji inwestycyjnej.





## STRUKTURA OPERACYJNA GRUPY CCC (STAN NA 30.09.2016)

# 04



30.09.2016

**SKLEPY RAZEM** 825

**SKLEPY WŁASNE CCC** 760

Polska 424

Czechy 80

Słowacja 39

Węgry 67

Austria 32

Chorwacja 20

Niemcy 71

Słowenia 10

Bułgaria 8

Rosja\* 9

**SKLEPY FRANCFZYOWE CCC** 62

Kazachstan 2

Ukraina 5

Rumunia 44

Łotwa 7

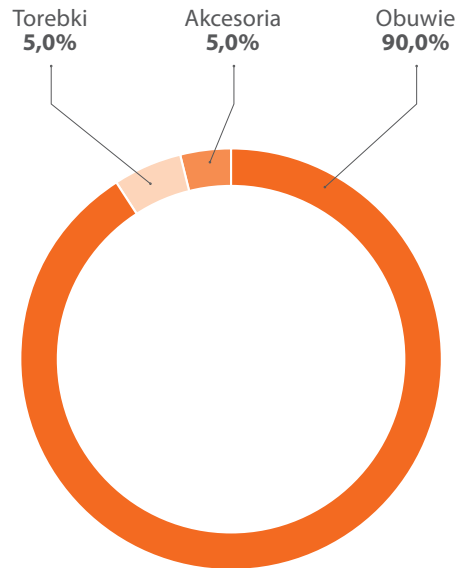
Litwa 3

Estonia 1

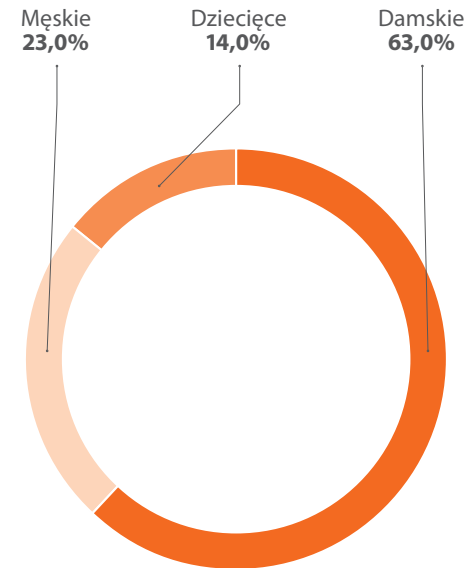
**INNE** 3

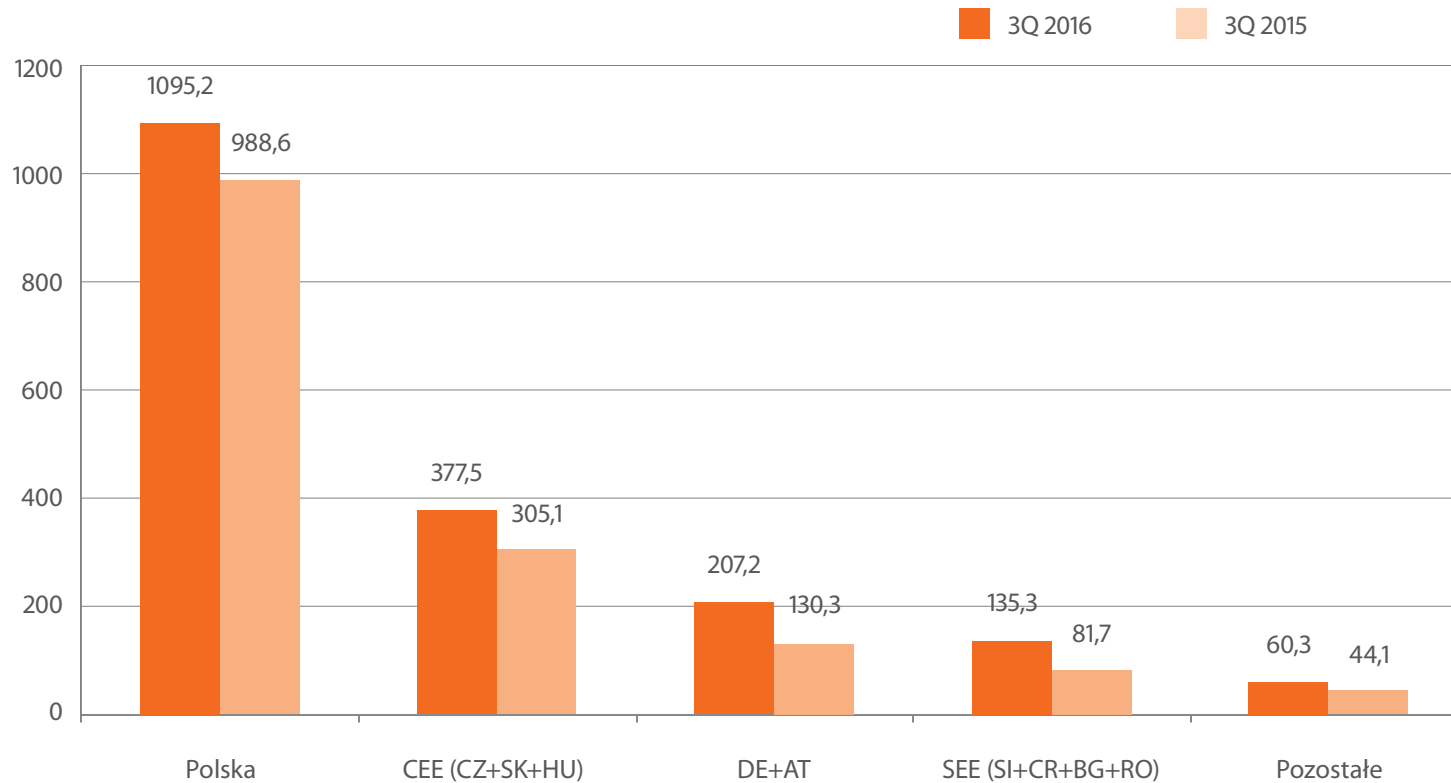
\* Spółka zależna od 20.09.2016

Struktura sprzedaży 2016  
(wg wartości)



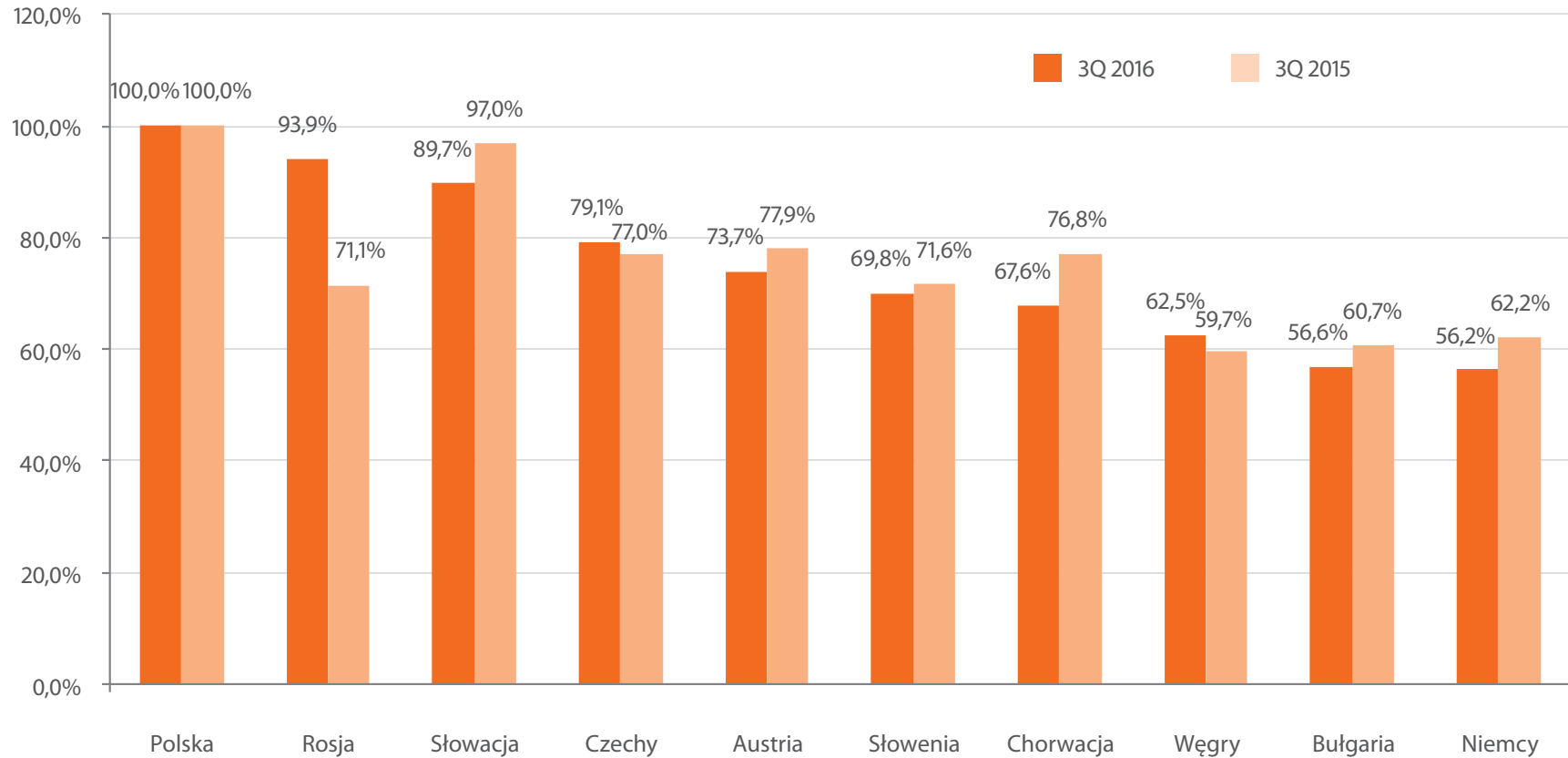
Struktura sprzedaży obuwia 2016  
(wg wartości)





# SPRZEDAŻ NA METR KWADRATOWY 3Q 2016/2015 [PLN]

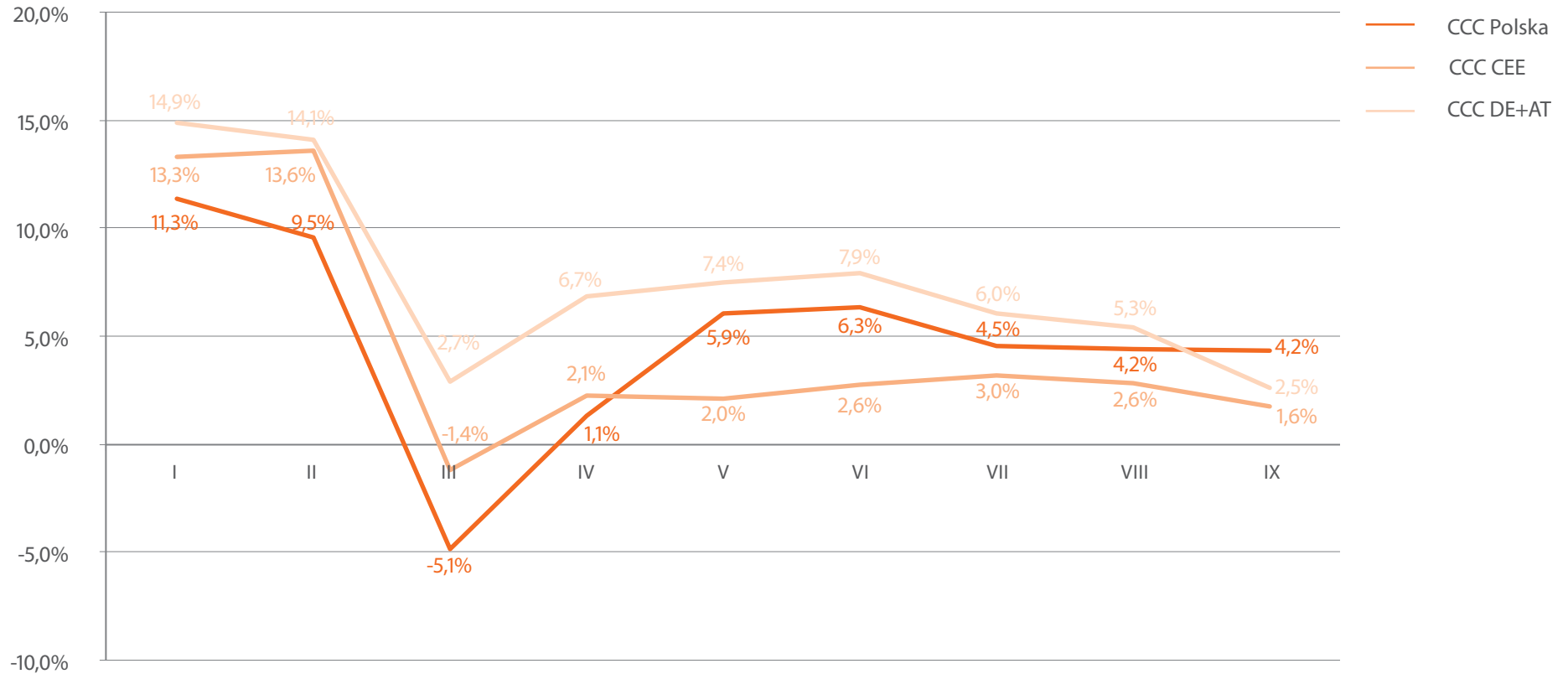
07





## SPRZEDAŻ W PORÓWNYWALNYCH PLACÓWKACH CCC W POLSCE I ZA GRANICĄ (NARASTAJĄCO)

08



	Q3 2016 mln PLN	Q3 2015 mln PLN	ZMIANA % 2016/2015
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	<b>664,7</b>	<b>512,4</b>	<b>29,7%</b>
Zysk (strata) brutto na sprzedaży	339,3	270,7	25,4%
Marża brutto na sprzedaży	51,0%	52,8%	-1,8 p.p
Koszty sprzedaży	(298,0)	(226,5)	31,6%
Koszty ogólnego zarządu	(20,3)	(21,9)	-7,3%
EBIT	25,2	24,3	3,7%
Marża EBIT	3,8%	4,7%	-0,9 p.p
Saldo przychody / koszty finansowe	(15,7)	(5,5)	>100%
Zysk brutto	9,5	18,8	-49,5%
<b>Zysk netto</b>	<b>10,2</b>	<b>33,8</b>	<b>-69,8%</b>
Rentowność netto	1,5%	6,6%	-5,1 p.p

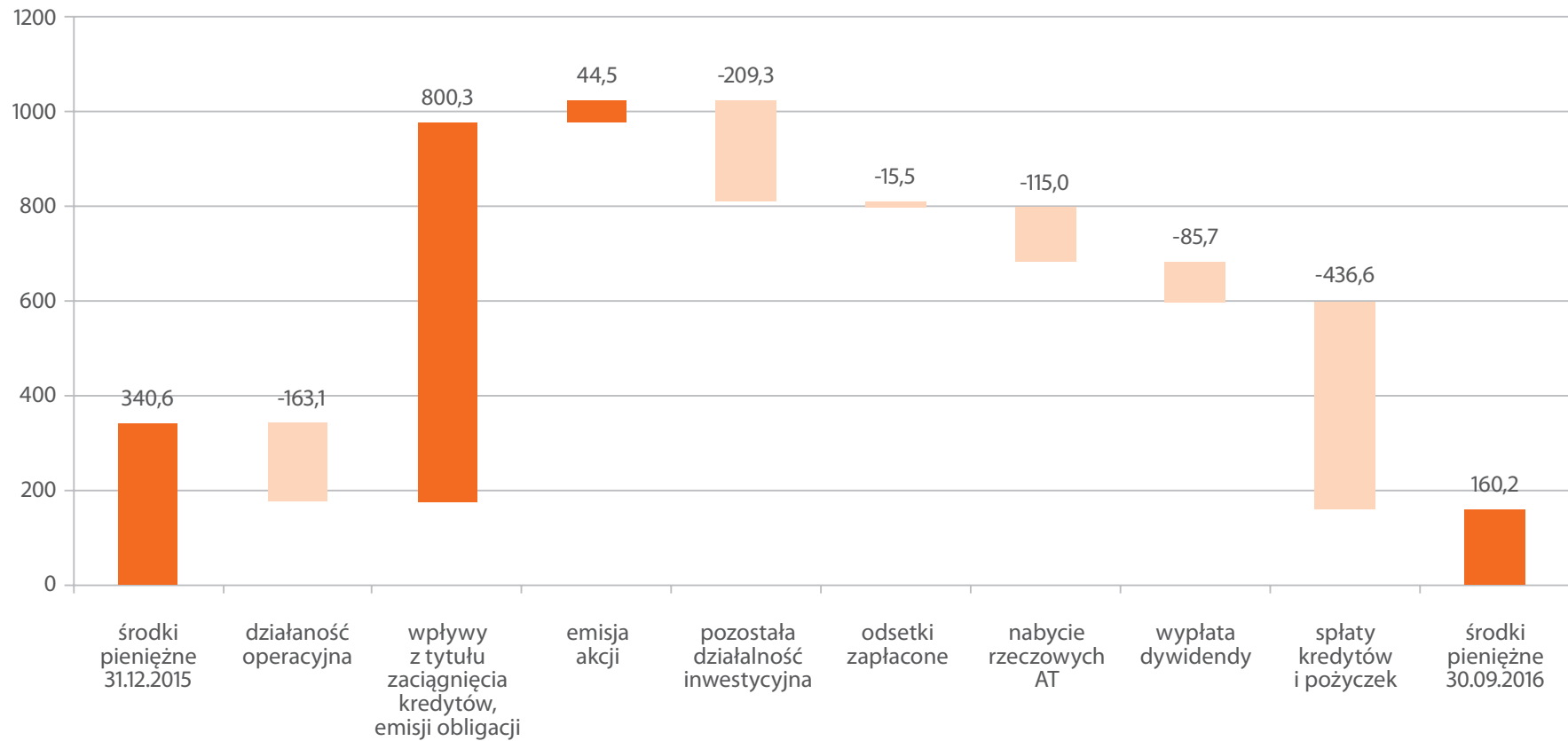
	3Q 2016 mln PLN	3Q 2015 mln PLN	ZMIANA % 2016/2015
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	<b>2 059,2</b>	<b>1 552,3</b>	<b>32,7%</b>
Zysk (strata) brutto na sprzedaży	1 073,1	835,8	28,4%
Marża brutto na sprzedaży	52,1%	53,8%	-1,7 p.p
Koszty sprzedaży	(863,1)	(648,3)	33,1%
Koszty ogólnego zarządu	(74,2)	(61,5)	20,7%
EBIT	155,9	130,2	19,7%
Marża EBIT	7,6%	8,4%	-0,8 p.p
Saldo przychody / koszty finansowe	(21,3)	(18,5)	15,1%
Zysk brutto	134,6	111,7	20,5%
<b>Zysk netto</b>	<b>123,3</b>	<b>145,4</b>	<b>-15,2%</b>
Rentowność netto	6,0%	9,4%	-3,4 p.p

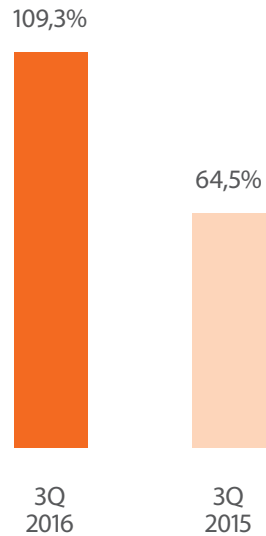
	30.09.2016 mln PLN	31.12.2015 mln PLN
<b>aktywa trwałe</b>	<b>1 199,7</b>	<b>920,3</b>
<b>aktywa obrotowe, w tym:</b>	<b>1 397,2</b>	<b>1 151,7</b>
– zapasy	982,2	680,5
– środki pieniężne	160,2	340,6
<b>aktywa razem</b>	<b>2 596,9</b>	<b>2 072,0</b>
<b>kapitał własny</b>	<b>1 007,1</b>	<b>1 123,6</b>
<b>zobowiązania długoterminowe, w tym:</b>	<b>398,2</b>	<b>335,0</b>
– długoterminowe pożyczki i kredyty bankowe	366,0	296,0
<b>zobowiązania krótkoterminowe, w tym:</b>	<b>1 191,6</b>	<b>613,4</b>
– krótkoterminowe pożyczki i kredyty bankowe	735,1	422,8
<b>pasywa razem</b>	<b>2 596,9</b>	<b>2 072,0</b>

	3Q 2016 mln PLN	3Q 2015 mln PLN
<b>CF działalność operacyjna, w tym m.in.:</b>	<b>(163,1)</b>	<b>33,5</b>
zmiana stanu zapasów	(254,3)	41,2
zmiana stanu należności	(122,0)	(4,1)
zmiana stanu zobowiązań krótkoterminowych*	9,6	(140,8)
<b>CF działalność inwestycyjna, w tym:</b>	<b>(324,3)</b>	<b>(79,0)</b>
wpływy	13,1	12,0
wydatki	(337,4)	(91,2)
<b>CF działalność finansowa, w tym:</b>	<b>307,0</b>	<b>54,1</b>
wpływy	844,8	179,5
wydatki	(537,8)	(125,4)
<b>CF razem</b>	<b>(180,4)</b>	<b>8,4</b>
gotówka początek okresu	340,6	161,9
gotówka koniec okresu	160,2	170,3

\* z wyjątkiem pożyczek, kredytów i obligacji

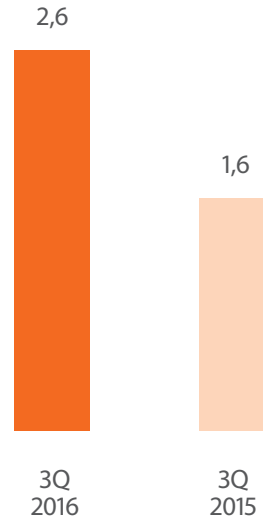
CF – struktura tworzenia przepływów 3Q 2016 [mln PLN]





**wskaźnik zadłużenia  
kapitału własnego (%)**

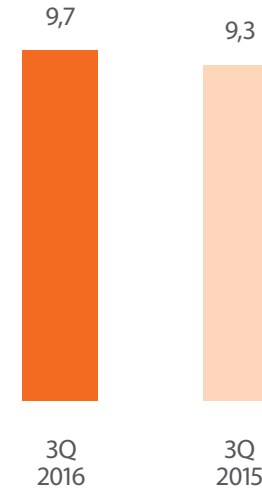
Wskaźnik zadłużenia kapitału własnego =  
(zobowiązania z tytułu kredytów, pożyczek  
i leasingu) / kapitały własne



**wskaźnik zadłużenia /  
EBITDA\***

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

\* wartości zannualizowane



**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

**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 offline / Multibrand online

CCC sprzedaje w sklepach stacjonarnych 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. Platforma online z kolei działa w formule multibrand – oprócz marek Grupy CCC sprzedaje produkty wiodących światowych marek.

#### Niezbędne zasoby:

- logistyka nie mająca sobie równej w branży obuwniczej
- produkcja w kraju i za granicą
- zdrowy bilans
- kompetencje w zakresie e-commerce



**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.**

- Od roku 2014 CCC zajmuje pozycję największej spółki obuwniczej w regionie Europy Środkowej (PL, CZ, SK, HU, RO, BG).
- W roku 2016 otworzyliśmy jedną nową spółkę dystrybucyjną – w Serbii, uruchomiliśmy też sprzedaż franczyzową 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 została sprzedaż na Ukrainie, w dalszej kolejności planujemy start platformy w Bułgarii i na Litwie.

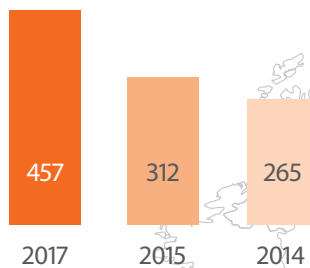


Rok 2016 będzie najbardziej spektakularnym okresem w realizacji strategii ekspansji zagranicznej.

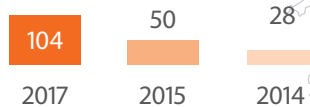


- Grupa CCC powiększy się o blisko 100.000 m<sup>2</sup> nowej powierzchni handlowej (ok. 27% wzrostu):
  - ok. 70.000 m<sup>2</sup> (około 90 sklepów) dodanych zostanie poza granicami Polski (z czego w pierwszych trzech kwartałach zrealizowano ponad 40 000 mkw);
  - ok. 26.000 m<sup>2</sup> (ponad 30 nowych sklepów plus powiększenia i relokacje) dodanych zostanie w kraju (w pierwszych trzech kwartałach zrealizowano wzrost o blisko 15 000 mkw).
- Największy przyrost powierzchni Grupa CCC odnotuje w Polsce, w Niemczech, Austrii, na Węgrzech, w Chorwacji i w Rumunii.
- Inwestycje w środki trwałe w roku 2016 przekroczą 150 milionów PLN.
- W latach 2017-2019 Grupa CCC przewiduje otwarcie ok. 300.000 m<sup>2</sup> powierzchni handlowej (średniorocznie 100.000 m<sup>2</sup>). Stopień zaawansowania umów najmu na rok 2017 wynosi aktualnie ok.70%

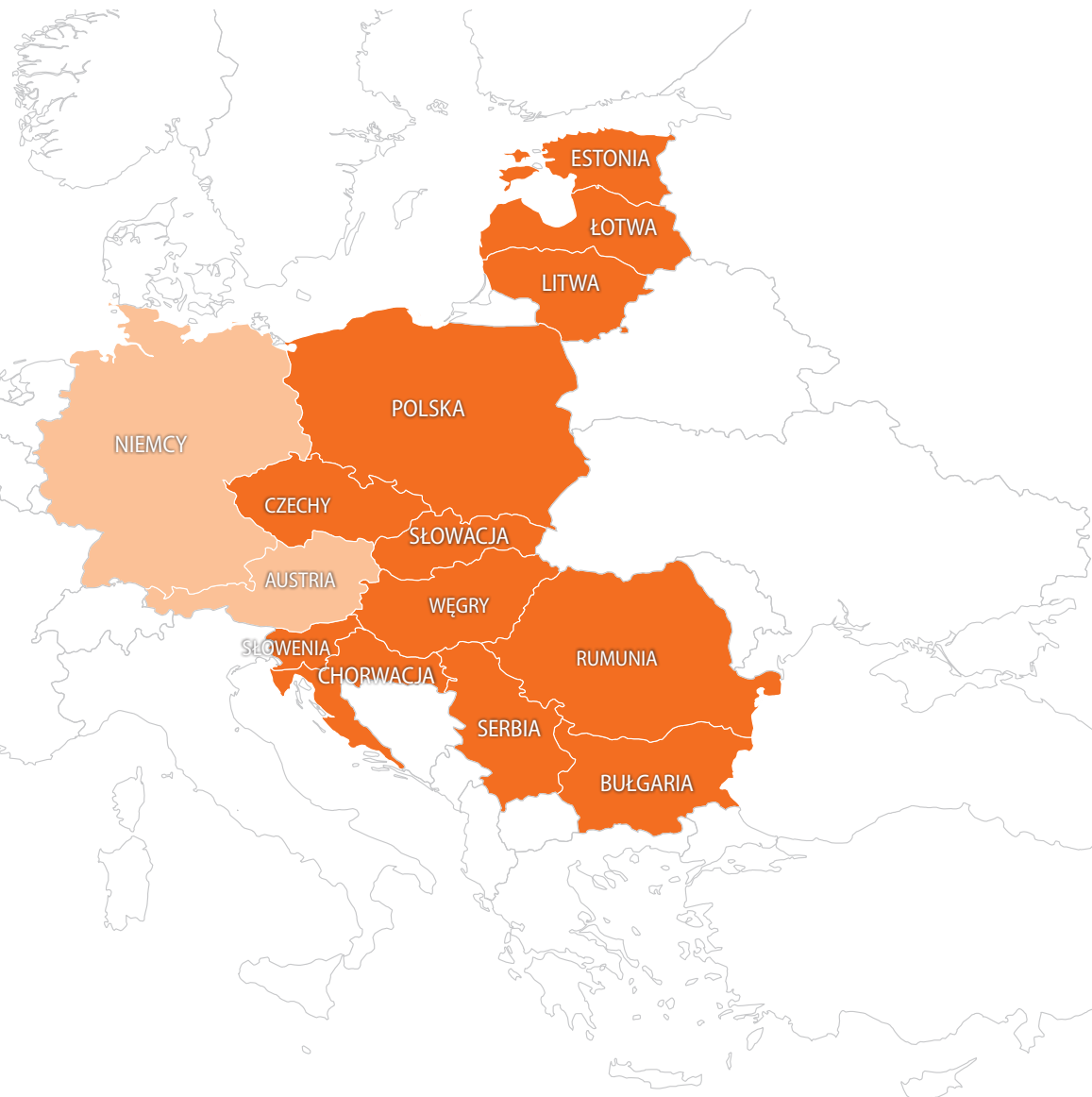
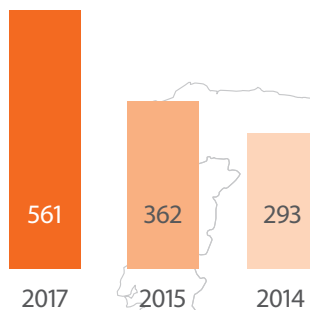
Europa Środkowa (PL, CZ, SK, HU, HR, SLO, RO, BG, LT, LV, EST, SRB)



Niemcy i Austria

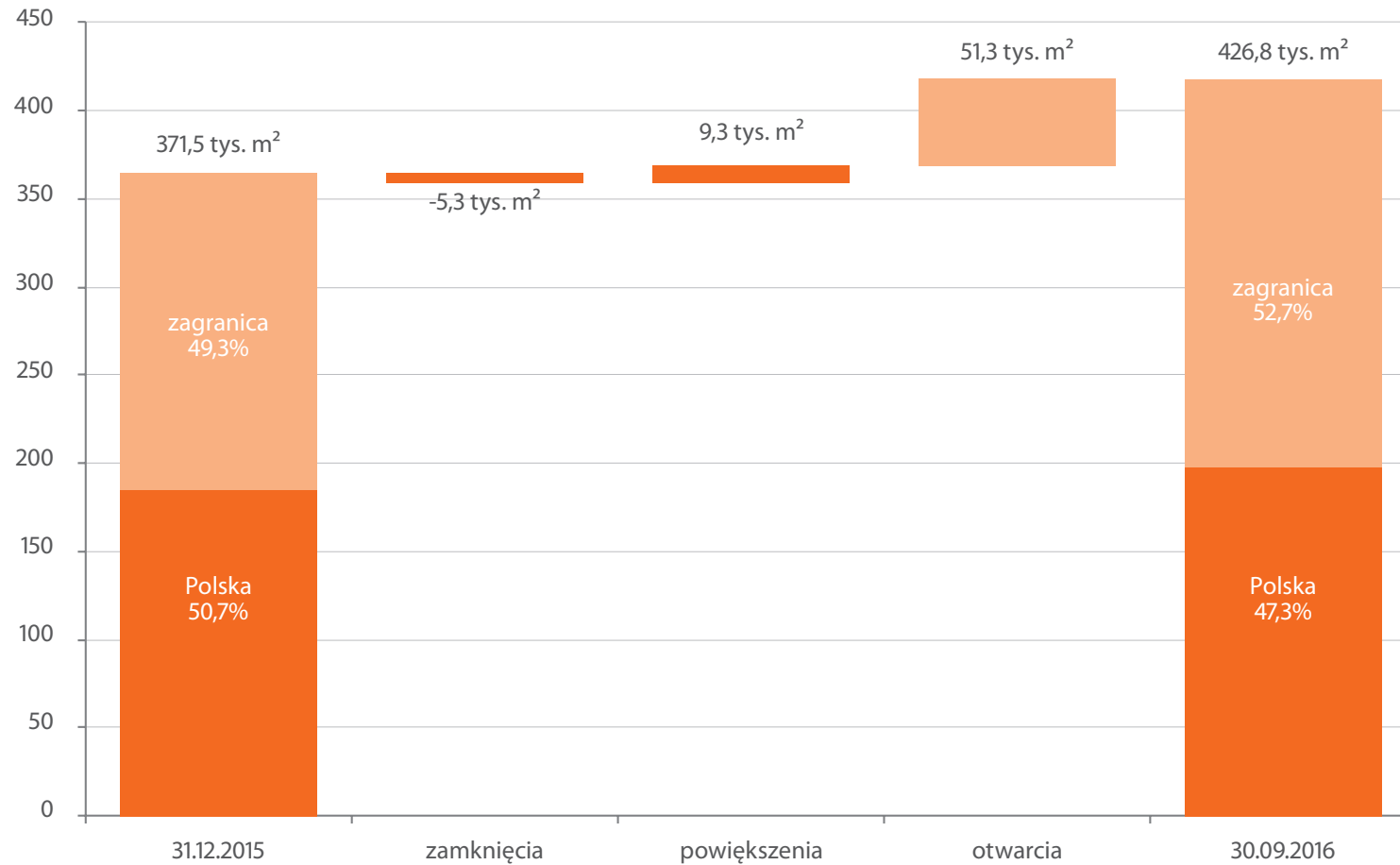


Razem

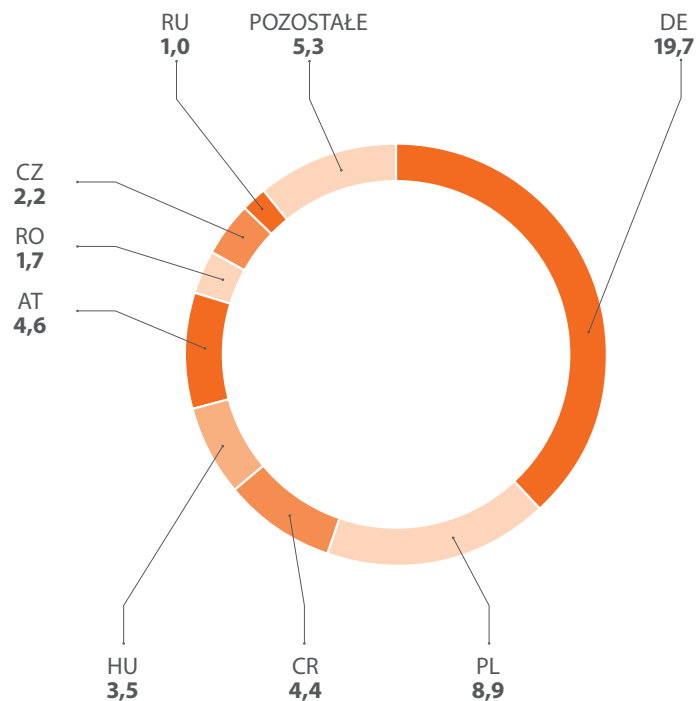


## PRZYROST POWIERZCHNI [TYS. M<sup>2</sup>] - KOMPONENTY 2016 vs. 2015

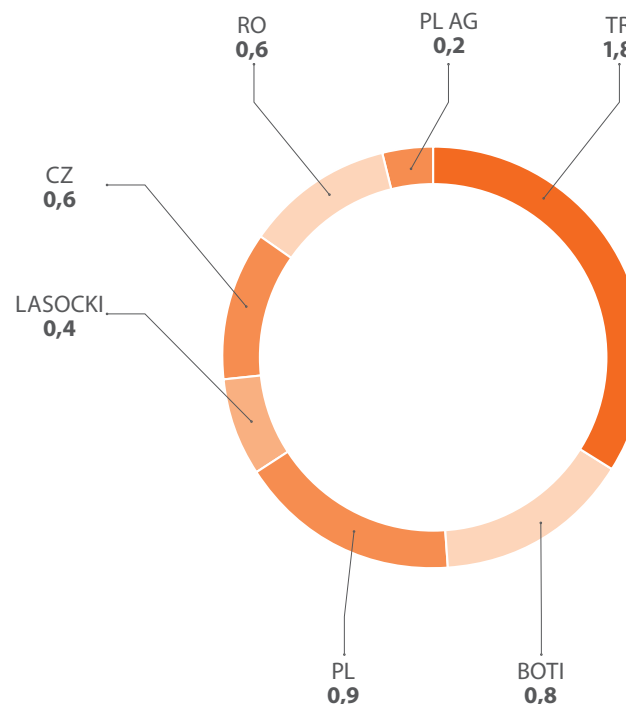
# 19



Otwarcia [tys. m<sup>2</sup>]



Likwidacje [tys. m<sup>2</sup>]



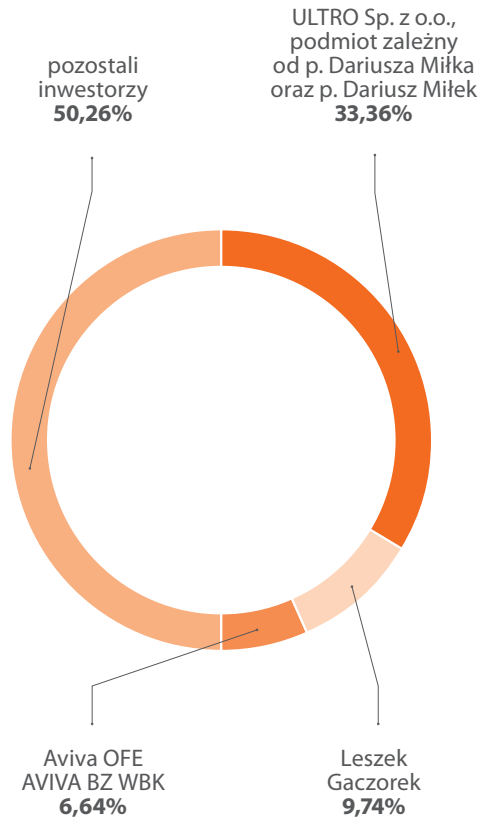
## SKLEPY GRUPY CCC WŁASNE I FRANCYZOWE (POWIERZCHNIA I ILOŚĆ)

# 21

SIEĆ	RODZAJ	31.12.2013		31.12.2014		31.12.2015		30.09.2016	
		M <sup>2</sup>	LICZBA	M <sup>2</sup>	LICZBA	M <sup>2</sup>	LICZBA	M <sup>2</sup>	LICZBA
CCC Własne	Polska	141 960	379	166 946	405	186 782	410	201 644	424
	Czechy	26 947	73	32 309	79	36 104	79	38 241	80
	Słowacja	10 646	25	13 866	30	18 852	37	20 815	39
	Węgry	23 456	50	27 689	57	30 462	61	34 633	67
	Austria	2 816	6	9 184	17	14 681	27	19 300	32
	Słowenia	924	2	3 646	6	4 603	8	5 673	10
	Chorwacja	1 651	3	4 436	8	7 314	13	11 842	20
	Turcja	1 165	2	1 805	3	1 805	3	—	—
	Niemcy	2 272	4	18 380	27	34 920	51	54 640	71
	Bułgaria	—	—	—	—	3 875	6	5 012	8
	Rosja *	—	—	—	—	—	—	4 655	9
CCC Franczyza	Rosja *	2 178	6	1 781	5	3 617	8	—	—
	Kazachstan/ Ukraina	1 587	4	2 288	4	3 055	7	3 527	7
	Rumunia	7 869	19	13 454	31	19 325	42	20 644	44
	Łotwa	2 212	5	2 622	6	3 232	7	3 281	7
	Litwa	—	—	—	—	1 187	2	1 787	3
	Polska	1 586	8	—	—	—	—	—	—
	Estonia	—	—	—	—	—	—	724	1
<b>CCC RAZEM</b>		227 269	586	298 406	680	369 814	761	426 418	822
<b>INNE</b>		16 649	126	6 913	49	1 687	12	427	3
<b>TOTAL</b>		243 918	712	305 319	729	371 501	773	426 845	825

\* Spółka zależna od 20.09.2016

**Akcjonariat wg liczby głosów**



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:

**39 127 900**





**DZIĘKUJEMY**