



CCC
SHOES & BAGS

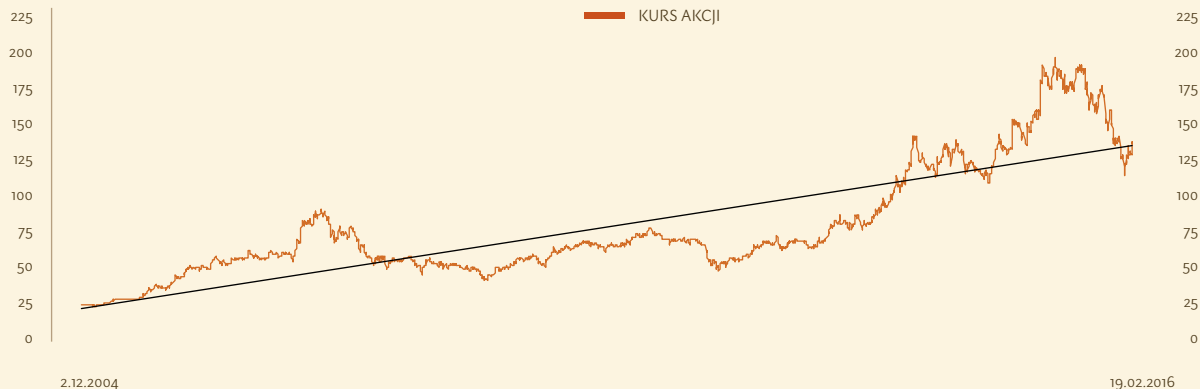


W roku 2015 Grupa CCC zdecydowanie i dynamicznie kontynuowała realizację strategii ekspansji zagranicznej. Podstawowym filarem rozwoju pozostawały kraje CEE – Polska, Czechy, Słowacja i Węgry. Prowadzone również były bardzo poważne inwestycje na rynkach zachodniej Europy – w Niemczech i w Austrii.

Na wyniki roku 2015 niewątpliwy wpływ miała pogoda. Był to najcieplejszy rok w historii pomiarów meteorologicznych, co skutecznie zniechęciło klientów do zakupów kolekcji jesienno-zimowej.

Rok 2015 był ostatnim rokiem realizacji trzyletniej strategii ekspansji zagranicznej ogłoszonej w sierpniu 2012 roku. Spółka w tym okresie udowodniła, że jej międzynarodowe aspiracje są realistyczne i uzasadnione. Strategia będzie kontynuowana w latach 2016–2017, a podstawową osią wzrostu pozostają kraje Europy Środkowej oraz Południowo-Wschodniej i kraje bałtyckie. Dodatkowo, Grupa CCC stawia sobie za cel zdobycie pozycji lidera w sprzedaży obuwia online na rynkach Europy Środkowej w ciągu najbliższych trzech lat.

CCC S.A. – notowana na GPW od 2004



Wood&Company	Łukasz Wachelko <i>lukasz.wachelko@wood.com</i>
UBS	Michał Potyra <i>micHAL.potyra@ubs.com</i>
JP Morgan	Michał Kuźawiński <i>micHAL.kuzawinski@jpmresearchmail.com</i>
IPOPEMA Securities S.A.	Michał Bugajski <i>micHAL.bugajski@ipopema.pl</i>
Unicredit CAIB	Małgorzata Kloka <i>malgorzata.kloka@caib.unicredit.eu</i>
Raiffeisen Centrobank AG	Jakub Krawczyk <i>jakub.krawczyk@rcb.at</i>
Erste	Marek Czachor <i>marek.czachor@erste.com</i>
PKO BP	Włodzimierz Giller <i>wlodzimierz.giller@pkobp.pl</i>
DM BOŚ S.A.	Sylwia Jaśkiewicz <i>s.jaskiewicz@bossa.pl</i>
DM Banku BPS S.A.	Marcin Stebakow <i>marcin.stebakow@dmbps.pl</i>

Dom Maklerski BZ WBK S.A.	Tomasz Sokółowski <i>tomasz.sokolowski@bzwbk.pl</i>
Millennium Dom Maklerski S.A.	Marcin Palenik <i>marcin.palenik@millenniumdm.pl</i>
Trigon	Hanna Kędziora <i>hanna.kedziora@trigon.pl</i>
BGŻ BNP Paribas S.A.	Michał Krajczewski <i>micHAL.krajczewski@bgzbnpparibas.pl</i>
Citi	Rafał Wiatr <i>rafal.wiatr@citi.com</i>
Haitong	Konrad Księżopolski <i>ksiezopolski@haitongib.pl</i>
Dom Maklerski mBanku SA	Piotr Bogusz <i>piotr.bogusz@mdm.pl</i>
Dom Maklerski BDM SA	Adrian Górniak <i>adrian.gorniak@bdm.pl</i>
Goldman Sachs International	Yulia Gerasimova <i>yulia.gerasimova@gs.com</i>

Informacja giełdowa

Cena akcji = 132,35 PLN

Reuters: CCCC.WA

Bloomberg: CCC PW

www.ccc.eu

Kapitalizacja rynkowa

(PLNm) 5 082

(EURm) 1 160

Kapitał akcyjny 38.400.000

Free float 49,8%



Struktura operacyjna Grupy CCC (stan na 31.12.2015)

Sklepy razem:	773
sklepy własne i agencyjne	703
Polska	418
Czechy	79
Słowacja	37
Węgry	61
Austria	27
Chorwacja	13
Turcja	3
Niemcy	51
Słowenia	8
Bułgaria	6
sklepy francyzowe	70
Polska	4
Rumunia	42
Rosja	8
Łotwa	7
Litwa	2
Kazachstan	2
Ukraina	5



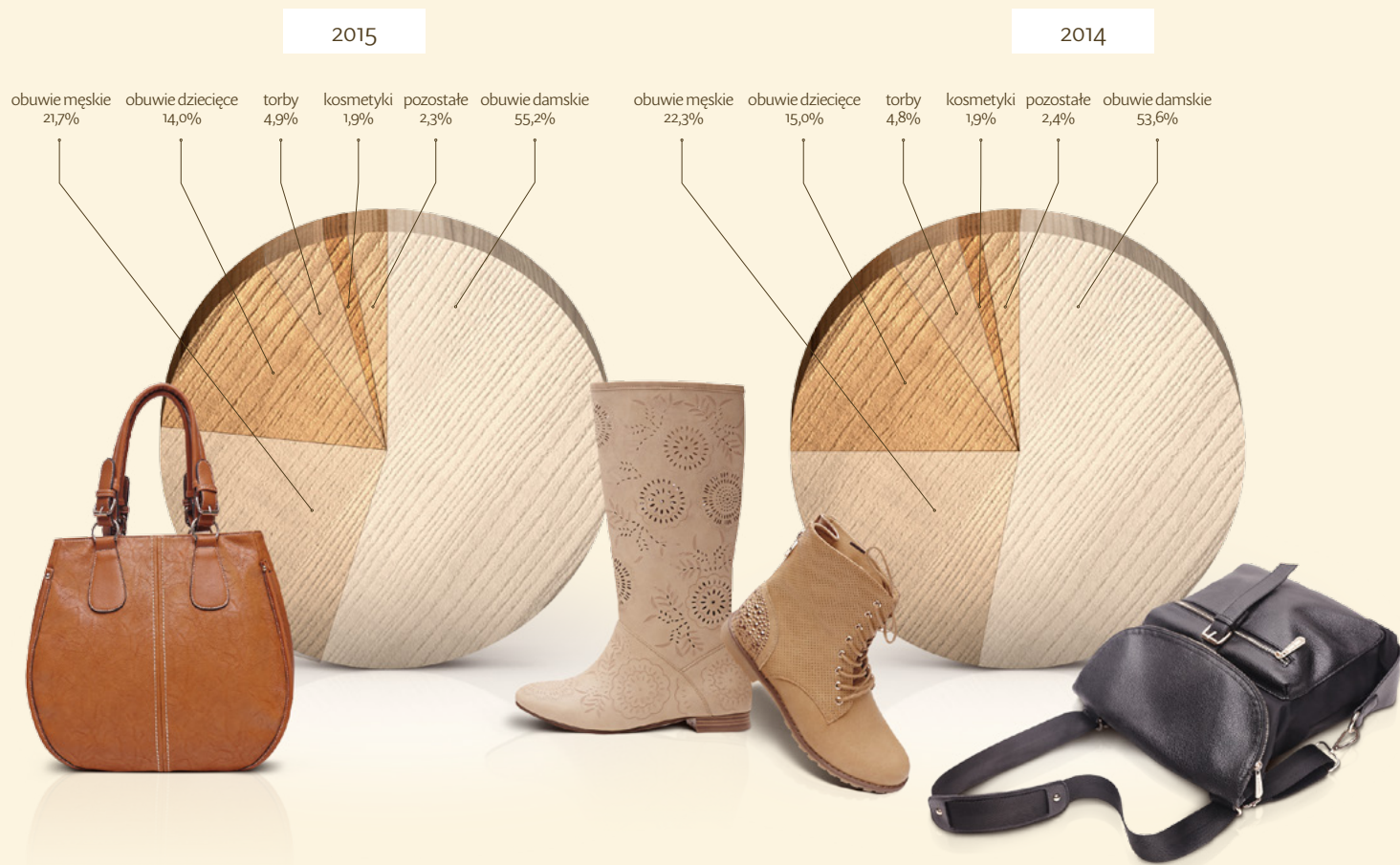




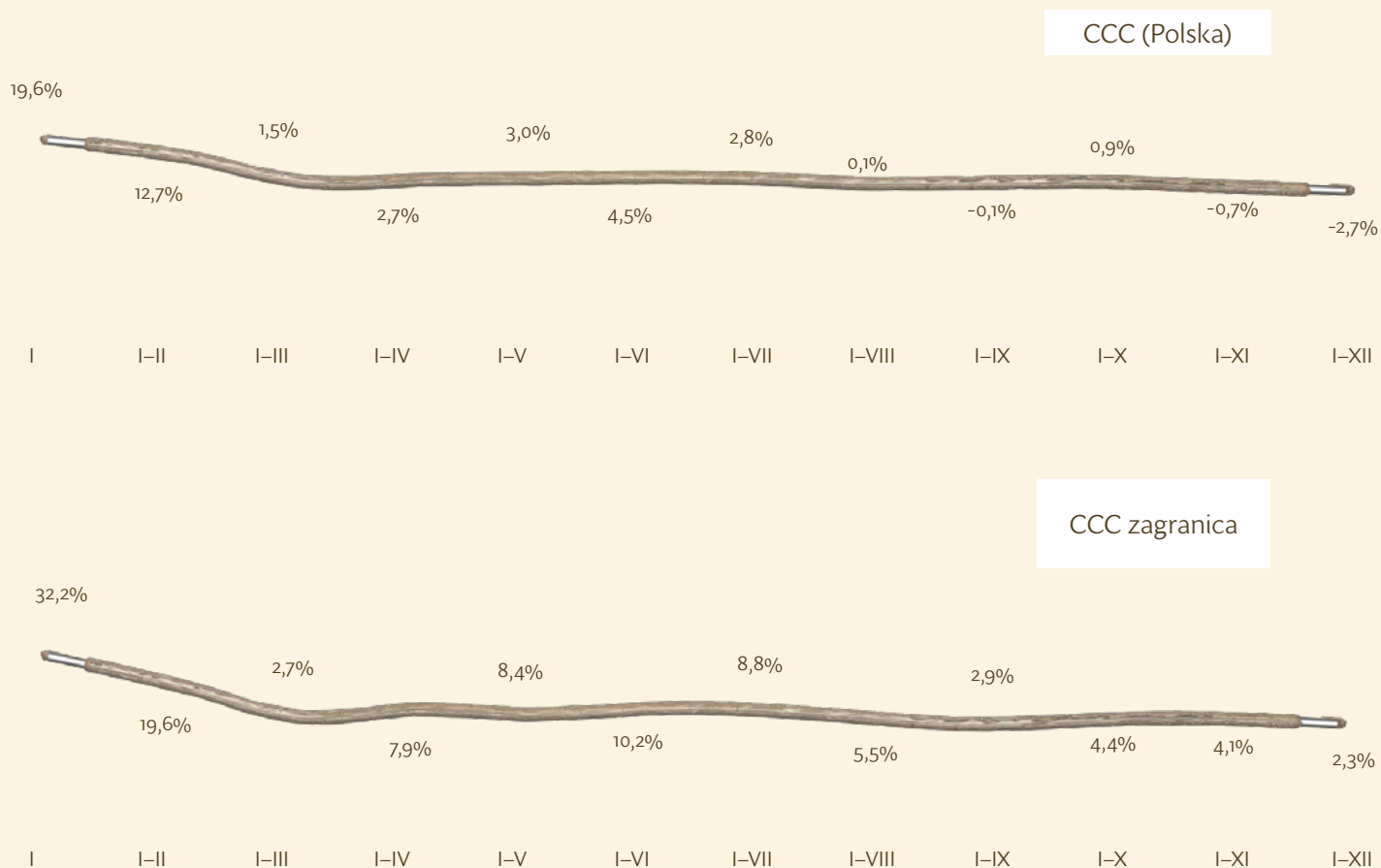
Struktura asortymentowa sprzedaży (wartość) – Q4



Struktura asortymentowa sprzedaży (wartość)



Sprzedaż w porównywalnych placówkach CCC w Polsce i zagranicą (narastająco)





	Q4 2014 `000 PLN	Q4 2015 `000 PLN	zmiana % 2015/2014
Przychody ze sprzedaży	679 201	755 416	11,2%
Zysk (strata) brutto na sprzedaży	371 325	407 393	9,7%
Marża brutto na sprzedaży	54,7%	53,9%	-0,8 p.p.
Koszty sprzedaży	-224 827	-269 912	20,1%
Koszty ogólnego zarządu	-52 359	-26 826	-48,8%
EBIT	98 798	118 295	19,7%
Marża EBIT	14,5%	15,7%	1,2 p.p.
Koszty finansowe	-6 021	-3 977	-33,9%
Zysk brutto	95 059	114 318	20,3%
Zysk netto	309 939	105 222	-66,1%
Rentowność netto	45,6%	13,9%	-31,7 p.p.
wyniki „oczyszczone” ze zdarzeń jednorazowych			
Zysk brutto	130 280	128 218	-1,6%
Zysk netto	115 814	107 593	-7,1%



	2014 `000 PLN	2015 `000 PLN	zmiana % 2015/2014
Przychody ze sprzedaży	2 009 059	2 307 738	14,9%
Zysk (strata) brutto na sprzedaży	1 106 212	1 243 208	12,4%
Marża brutto na sprzedaży	55,1%	53,9%	-1,2 p.p.
Koszty sprzedaży	-775 298	-928 801	19,8%
Koszty ogólnego zarządu	-78 322	-77 746	-0,7%
EBIT	243 234	248 528	2,2%
Marża EBIT	12,1%	10,8%	-1,3 p.p.
Koszty finansowe	-21 174	-24 203	14,3%
Zysk brutto	225 135	225 975	0,4%
Zysk netto	420 356	250 590	-40,4%
Rentowność netto	20,9%	10,9%	-10,1 p.p.
wyniki „oczyszczone” ze zdarzeń jednorazowych			
Zysk brutto	262 395	256 548	-2,2%
Zysk netto	236 263	228 270	3,5%



	2014 '000 PLN	2015 '000 PLN
CF działalność operacyjna, w tym m.in.:	54 045	287 021
– zmiana stanu zapasów	-278 279	58 655
– zmiana stanu należności	-35	13 369
– zmiana stanu zobowiązań krótkoterminowych*	32 463	-60 639
CF działalność inwestycyjna, w tym:	-205 194	-112 087
wpływy	16 450	24 497
wydatki	-221 644	-136 584
CF działalność finansowa, w tym:	169 319	8 521
wpływy	404 193	303 535
wydatki	-234 874	-295 014
CF razem	18 170	183 455
gotówka początek okresu	143 736	161 906
gotówka koniec okresu	161 906	345 361

* z wyjątkiem pożyczek, kredytów i obligacji

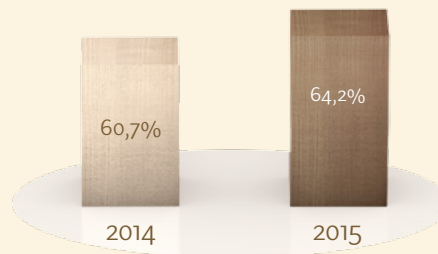
	2014 '000 PLN	2015 '000 PLN
aktywa trwałe	812 507	898 438
aktywa obrotowe, w tym:	981 725	1 110 895
– zapasy	741 286	682 632
– środki pieniężne	161 906	345 361
aktywa razem	1 794 232	2 009 333
kapitał własny	952 239	1 120 479
zobowiązania długoterminowe, w tym:	256 935	335 541
– długoterminowe pożyczki, kredyty bankowe i obligacje	216 000	296 000
zobowiązania krótkoterminowe, w tym:	585 058	553 313
– krótkoterminowe pożyczki, kredyty bankowe i obligacje	362 007	422 805
pasywa razem	1 794 232	2 009 333



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) /
zanualizowany 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





Celem strategicznym na lata 2013–2015 jest zdobycie pozycji lidera rynku obuwniczego w regionie Europy Środkowej i Wschodniej.

- W Polsce, w Czechach, na Słowacji i na Węgrzech ekspansja będzie prowadzona poprzez własne sklepy detaliczne. W Rosji, w Rumunii oraz w krajach nadbałtyckich będziemy współpracować z franczyzobiorcami.
- Grupa CCC zamierza wykorzystać spodziewane spowolnienie gospodarcze do **dynamicznej ekspansji** i w okresie 2013–2015 **powiększyć powierzchnię handlową o 150 tys. m²**.
- Priorytetem pozostanie dobór nowych lokalizacji pod kątem **spodziewanej zyskowności i stopy zwrotu**.





CCC zamierza dokonać skokowego zwiększenia skali działalności i jednocześnie utrzymać wysoką rentowność przy zachowaniu wysokiej stopy zwrotu z kapitału własnego (ROE).

- Grupa CCC zamierza podwoić przychody ze sprzedaży już w roku 2015.
- Zakładamy na lata 2013–2015 długoterminową rentowność operacyjną EBIT na poziomie 15–16% i rentowność netto na poziomie 10-13%.
- Stopa zwrotu z kapitału własnego nie spadnie poniżej 20%.

Konsekwentne zwiększanie potencjału sieci sprzedaży

- Poszerzenie oferty produktowej i wprowadzanie nowego asortymentu do sklepów.
- Działania marketingowe wspierające markę CCC – w prasie, w internecie i w telewizji.
- Promowanie programu lojalnościowego (Klubu CCC) i aktywne wykorzystywanie go do akcji wspierających sprzedaż.

Strategia Grupy CCC na lata 2013–2015 (realizacja)

CEL	EFEKT UZYSKANY	OCENA
Zdobycie pozycji lidera rynku obuwniczego w każdym z krajów Europy Środkowej	CCC największą firmą obuwniczą w regionie CEE (PL, CZ, SK, HU, RO, BG)	
Zwiększenie powierzchni handlowej o blisko 80% (ponad 147 tys. m ² w okresie czerwiec 2012 – grudzień 2015)	Zwiększenie powierzchni handlowej o ponad 123% (ponad 205 tys. m ²)	
Podwojenie przychodów ze sprzedaży w roku 2015	Przychody wzrosły w latach 2012–2015 z 1,3 mld PLN do 2,3 mld PLN	
Utrzymanie wysokiej rentowności przy zachowaniu wysokiej stopy zwrotu z kapitału własnego	Mimo ekspansji rentowność netto (oczyszczona) wyniosła w latach 2014–2015 odpowiednio 11% i 10%, zaś ROE nie spadło poniżej 20%	

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.
- Produkty Własne (sklepy detaliczne) i Marki Obce (online)
CCC sprzedaje w sklepach detalicznych marki własne tj. produkty wyprodukowane bądź we własnej fabryce w Polkowicach bądź zlecone do produkcji w outsourcingu na Dalekim Wschodzie. W kanale online poprzez platformę eobuwie.pl Grupa CCC oferuje dziesiątki tysięcy modeli najbardziej znanych światowych brandów.

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):

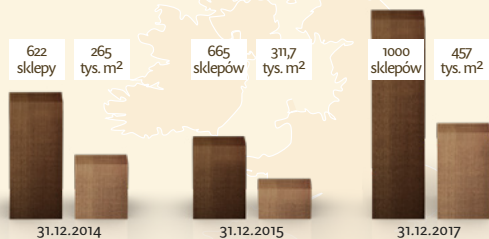
- ok. 77.000 m² netto (110 sklepów) otwartych zostanie za granicami Polski;
- ok. 23.000 m² netto (40 sklepów) otwartych zostanie w kraju.
- Największy przyrost powierzchni Grupa CCC odnotuje w Polsce, w Niemczech, Austrii i Rumunii. Wszystkie pozostałe kraje będą miały również proporcjonalny, wysoki 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 220-230 mln PLN (dla mnożnika 12x EBITDA)



Plany rozwoju sieci detalicznej CCC – 2015–2017

Europa Środkowa

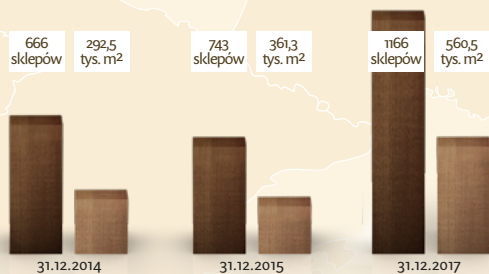
(PL, CZ, SK, HU, HR, SLO, RO, BLG, LT, LV, EST, SRB)



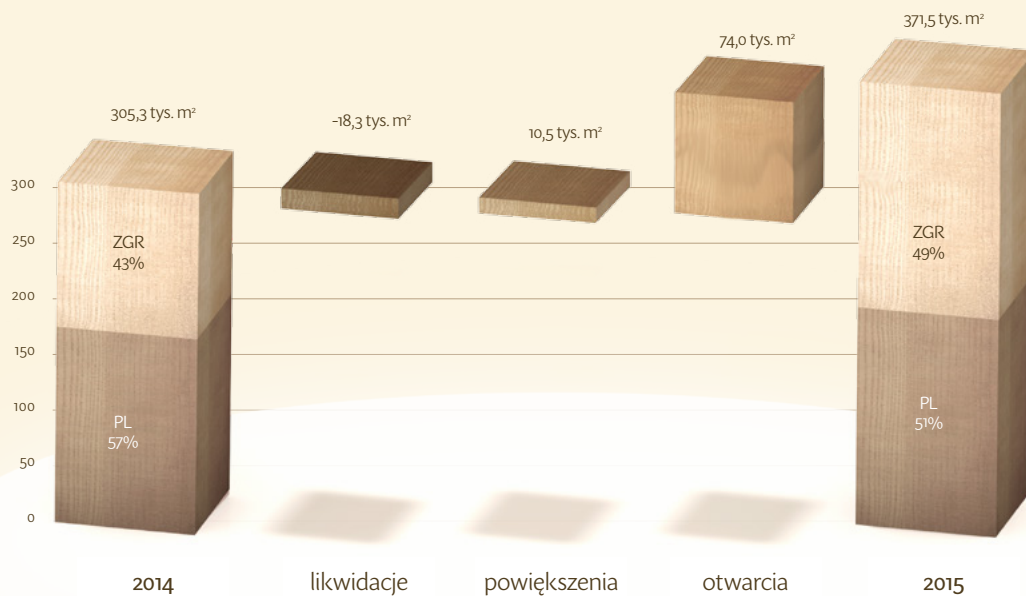
Niemcy i Austria



Razem



Przyrost powierzchni w roku 2015 – komponenty



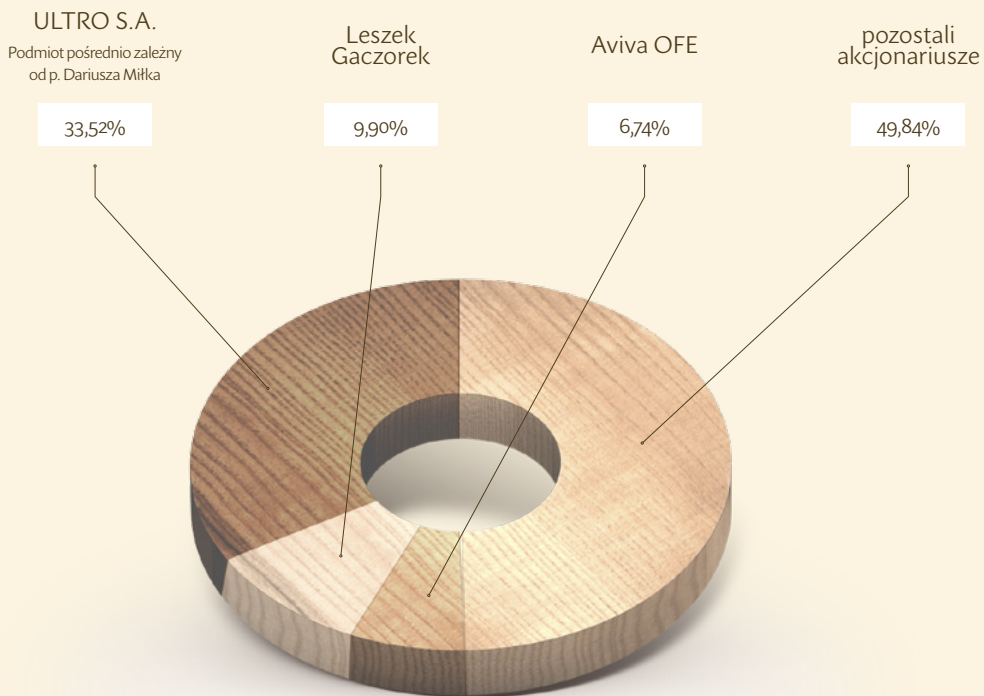
Przyrost powierzchni w roku 2015 – komponenty

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

Sklepy Grupy CCC własne i franczyzowe (powierzchnia i liczba)

		2011		2012		2013		2014		2015		
Sieć	Rodzaj	m ²	liczba	m ²	liczba	m ²	liczba	m ²	liczba	m ²	liczba	
CCC	WŁASNE	Polska	100 929	293	132 268	375	141 960	379	166 946	405	186 782	410
		Czechy	16 470	52	20 996	62	26 947	73	32 309	79	36 104	79
		Słowacja	0	0	5 290	12	10 646	25	13 866	30	18 852	37
		Węgry	0	0	6 028	15	23 456	50	27 689	57	30 462	61
		Austria	0	0	0	0	2 816	6	9 184	17	14 681	27
		Słowenia	0	0	0	0	924	2	3 646	6	4 603	8
		Chorwacja	0	0	0	0	1 651	3	4 436	8	7 314	13
		Turcja	0	0	0	0	1 165	2	1 805	3	1 805	3
		Niemcy	0	0	0	0	2 272	4	18 380	27	34 920	51
		Bułgaria	0	0	0	0	0	0	0	0	3 875	6
CCC	FRANCZYZA	Rosja	1 994	5	1 828	5	2 178	6	1 781	5	3 617	8
		Kazachstan/Ukraina	0	0	685	2	1 587	4	2 288	6	3 055	7
		Rumunia	0	0	2 074	5	7 869	19	13 454	31	19 325	42
		Łotwa	0	0	1 430	3	2 212	5	2 622	6	3 232	7
		Litwa	0	0	0	0	0	0	0	0	1 187	2
		Polska	13 389	49	1 586	8	1 586	8	0	0	0	0
		CCC RAZEM	132 781	399	172 186	487	227 269	586	298 406	680	369 814	761
inne	41 394	315	29 404	222	16 649	126	6 913	49	1 687	12		
TOTAL		174 175	714	201 589	709	243 918	712	305 319	729	371 501	773	

CCC już 10 lat na Giełdzie Papierów Wartościowych



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