



**CCC**  
SHOES & BAGS

Prezentacja  
wyników  
kwartalnych  
Q4 2016



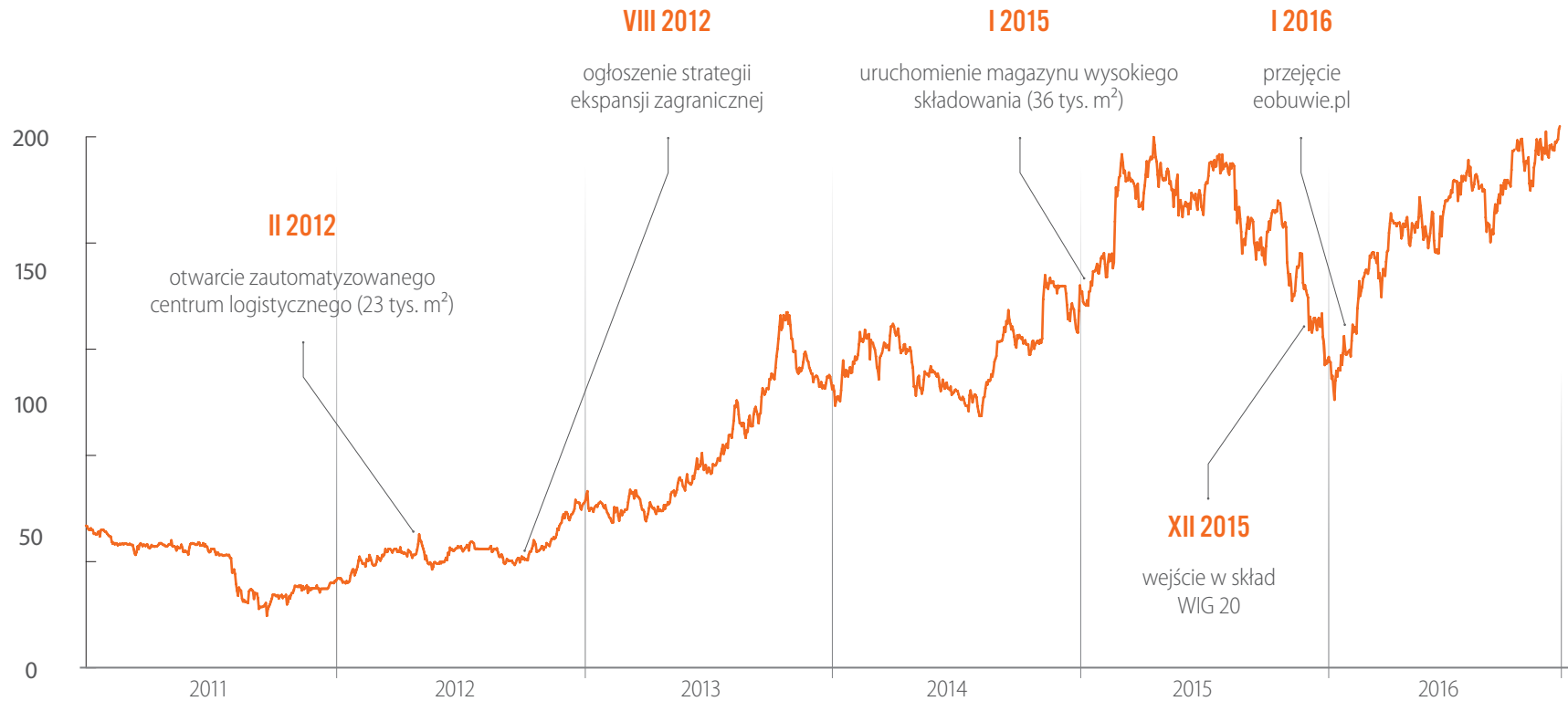
Czas podsumować rok 2016 – najlepszy w historii Grupy – oraz porozmawiać o roku 2017.

W ciągu ostatnich dwunastu miesięcy powiększyliśmy powierzchnię handlową Grupy o 90 000 metrów kwadratowych w wyselekcjonowanych lokalizacjach. W 2017 planujemy uruchomić kolejne ponad 100 000 metrów kwadratowych sklepów.

Sprzedaż w zeszłym roku wzrosła o blisko 40%, po raz pierwszy w historii przekraczając 3 miliardy złotych. Nie odbyło się to kosztem rentowności – zysk netto wypracowany przez Grupę znacznie przekroczył 300 milionów PLN.

Dobre przyjęcie zeszłorocznych kolekcji przez naszych Klientów oraz przemyślana kampania marketingowa pozwoliły nam powiększyć udziały rynkowe w regionie, co może przełożyć się na dalsze wzrosty sprzedaży w najbliższych latach.

Rok 2016 to, oprócz sukcesów w tradycyjnej części naszego biznesu, także spektakularne wyniki internetowej platformy eobuwie.pl – udało jej się podwoić sprzedaż, wejść na nowe rynki zagraniczne i przy tym nie stracić wyróżniającej jej na tle konkurencji wysokiej rentowności.







31.12.2016

**SKLEPY CCC** 862

**SKLEPY WŁASNE CCC** 796

Polska 436

Czechy 82

Słowacja 42

Węgry 69

Austria 39

Chorwacja 20

Niemcy 75

Słowenia 11

Bułgaria 9

Serbia 2

Rosja\* 11

**SKLEPY FRANCYZOWE CCC** 66

Ukraina 5

Rumunia 50

Łotwa 7

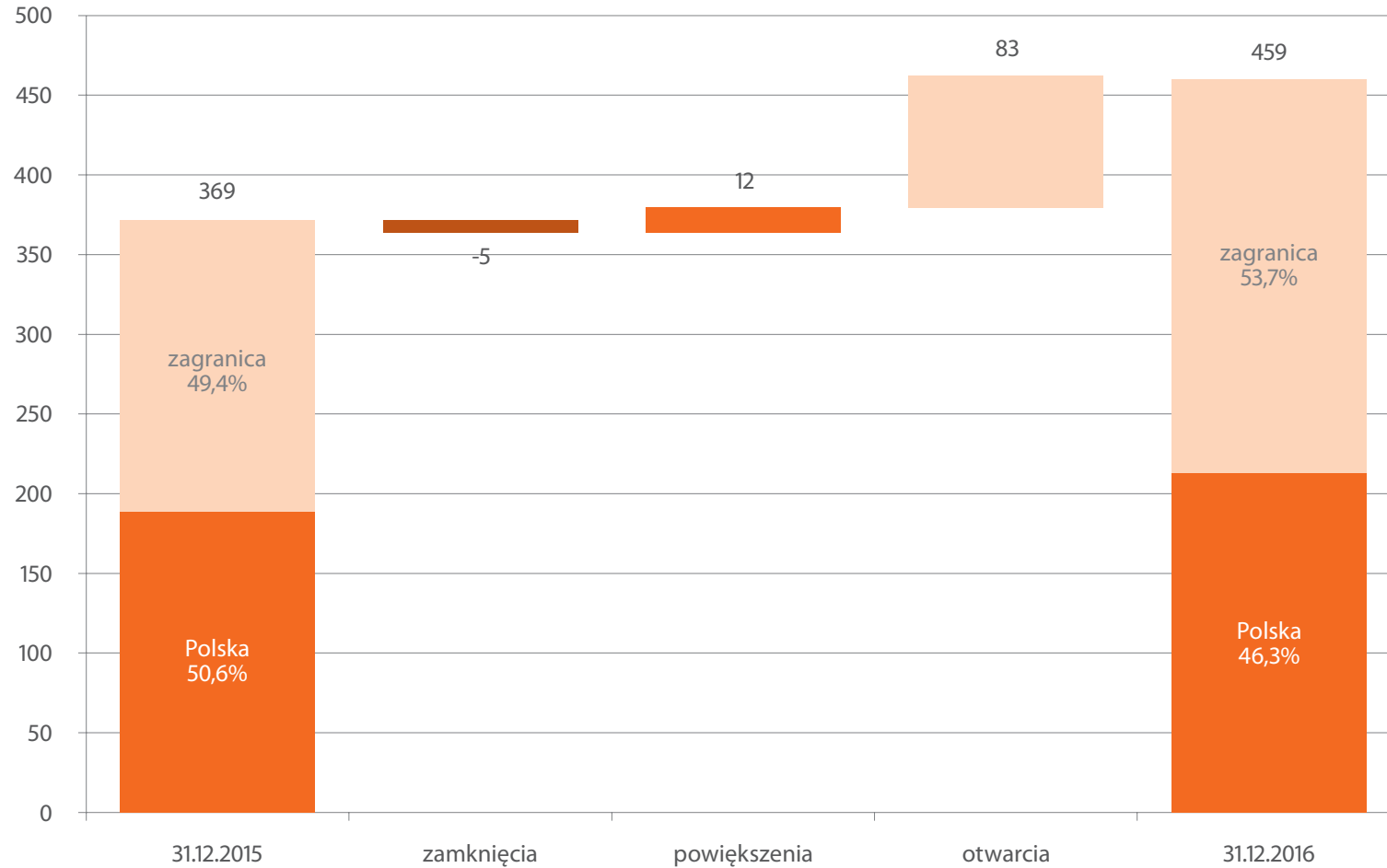
Litwa 3

Estonia 1

\* Spółka zależna od 20.09.2016

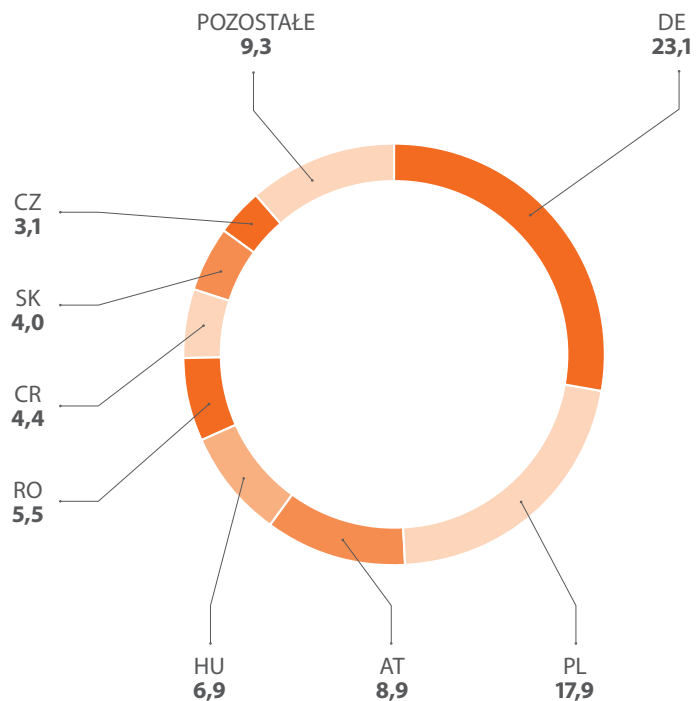
## PRZYROST POWIERZCHNI SIECI CCC [TYS. m<sup>2</sup>] - KOMPONENTY 2016 vs. 2015 \*

05

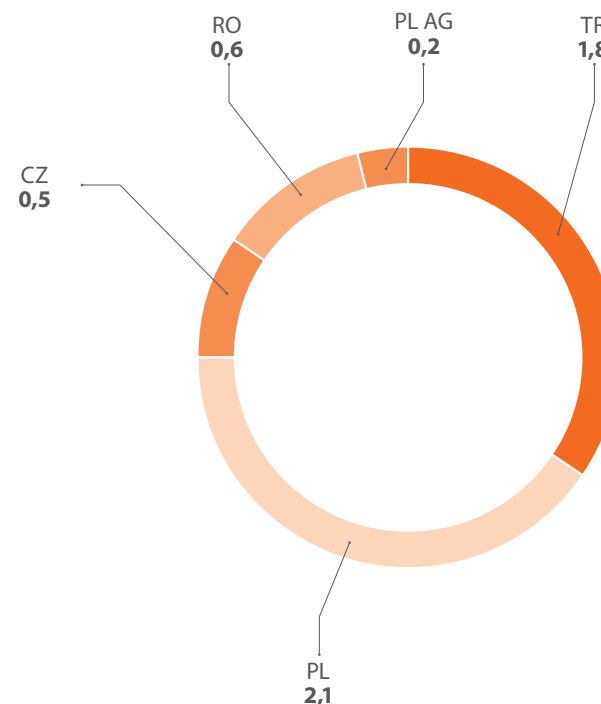


\* nie uwzględnia sieci BOTI i Lasocki

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



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



\* nie uwzględnia sieci BOTI i Lasocki

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

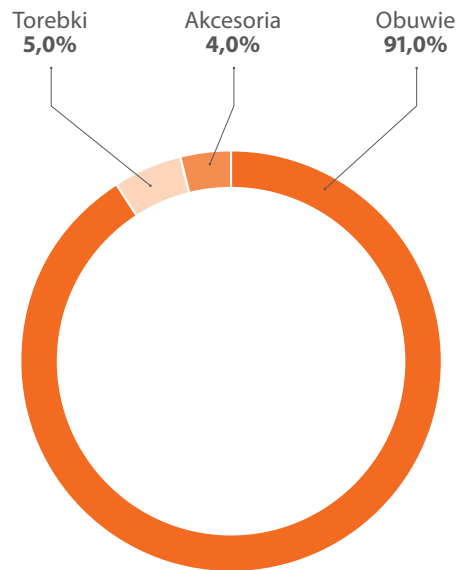
# 07

SIEĆ	RODZAJ	31.12.2013		31.12.2014		31.12.2015		31.12.2016	
		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	212 242	436
	Czechy	26 947	73	32 309	79	36 104	79	39 415	82
	Słowacja	10 646	25	13 866	30	18 852	37	23 104	42
	Węgry	23 456	50	27 689	57	30 462	61	38 040	69
	Austria	2 816	6	9 184	17	14 681	27	23 580	39
	Słowenia	924	2	3 646	6	4 603	8	6 272	11
	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	58 127	75
	Bułgaria	—	—	—	—	3 875	6	5 665	9
	Serbia	—	—	—	—	—	—	1 089	2
Rosja*	—	—	—	—	—	—	6 339	11	
CCC Franczyza	Rosja*	2 178	6	1 781	5	3 617	8	—	—
	Ukraina	769	2	1 470	4	2 237	5	2 709	5
	Rumunia	7 869	19	13 454	31	19 325	42	24 386	50
	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>		<b>226 451</b>	<b>584</b>	<b>297 588</b>	<b>678</b>	<b>368 996</b>	<b>759</b>	<b>458 602</b>	<b>862</b>

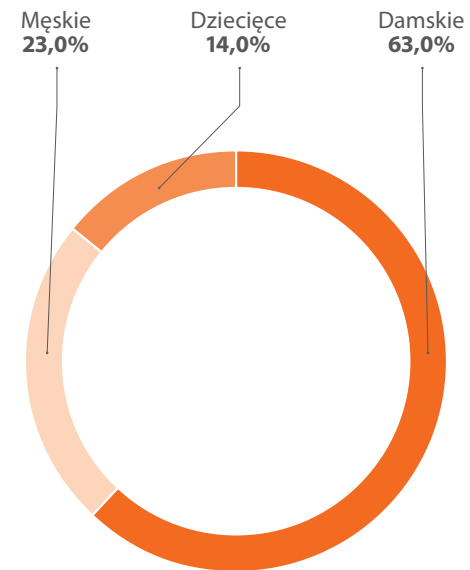
\* Spółka zależna od 20.09.2016

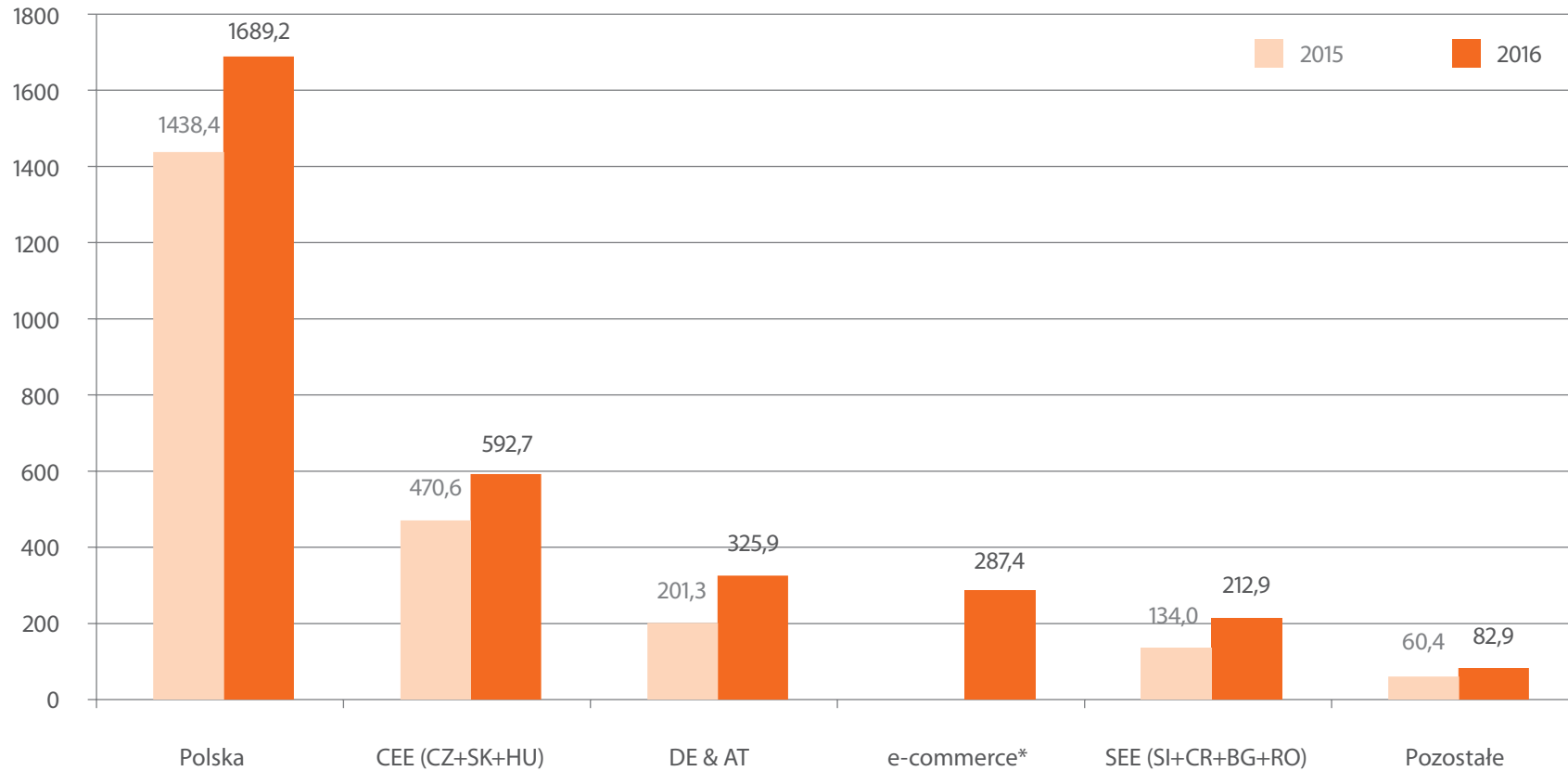


Struktura sprzedaży 2016  
(wg wartości)

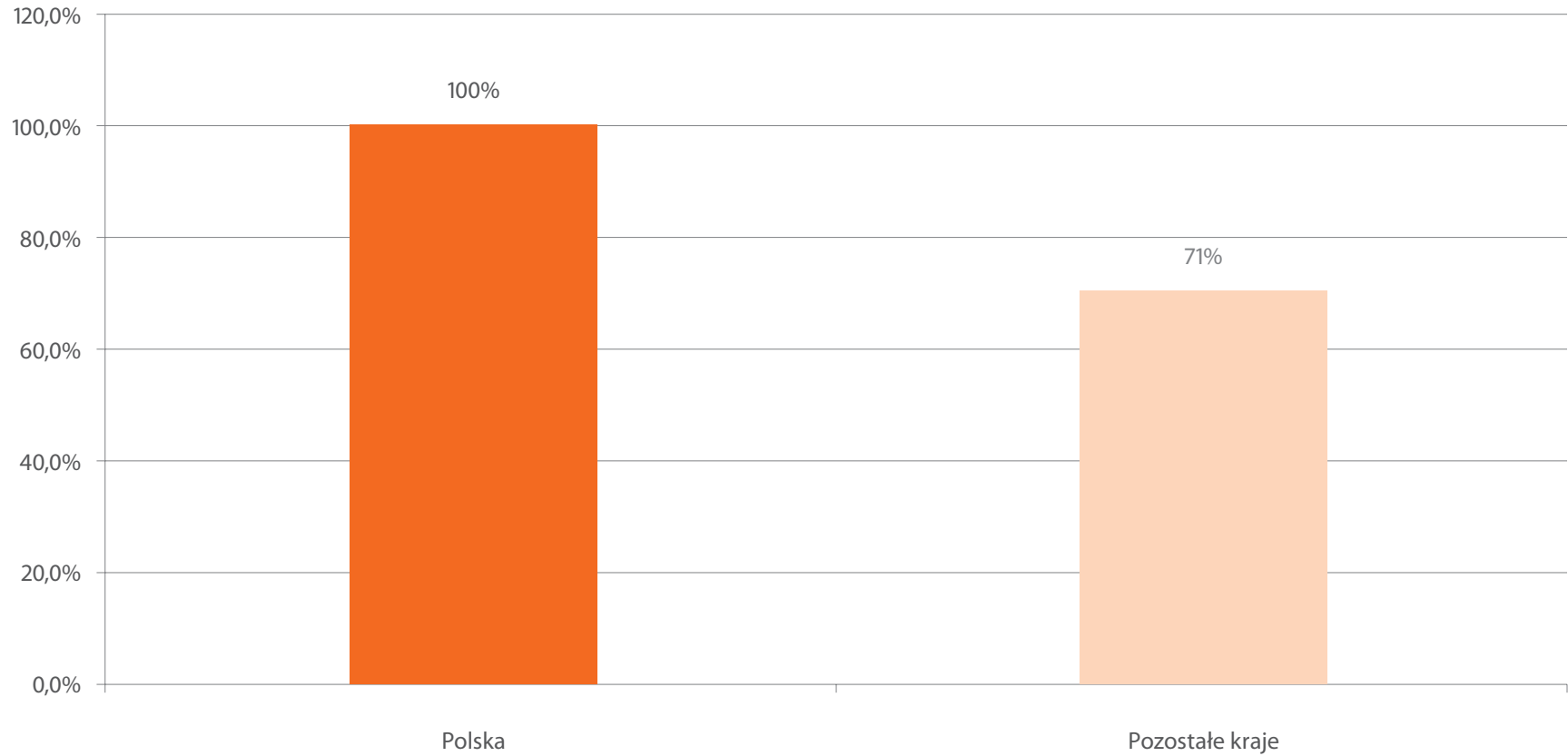


Struktura sprzedaży obuwia 2016  
(wg wartości)



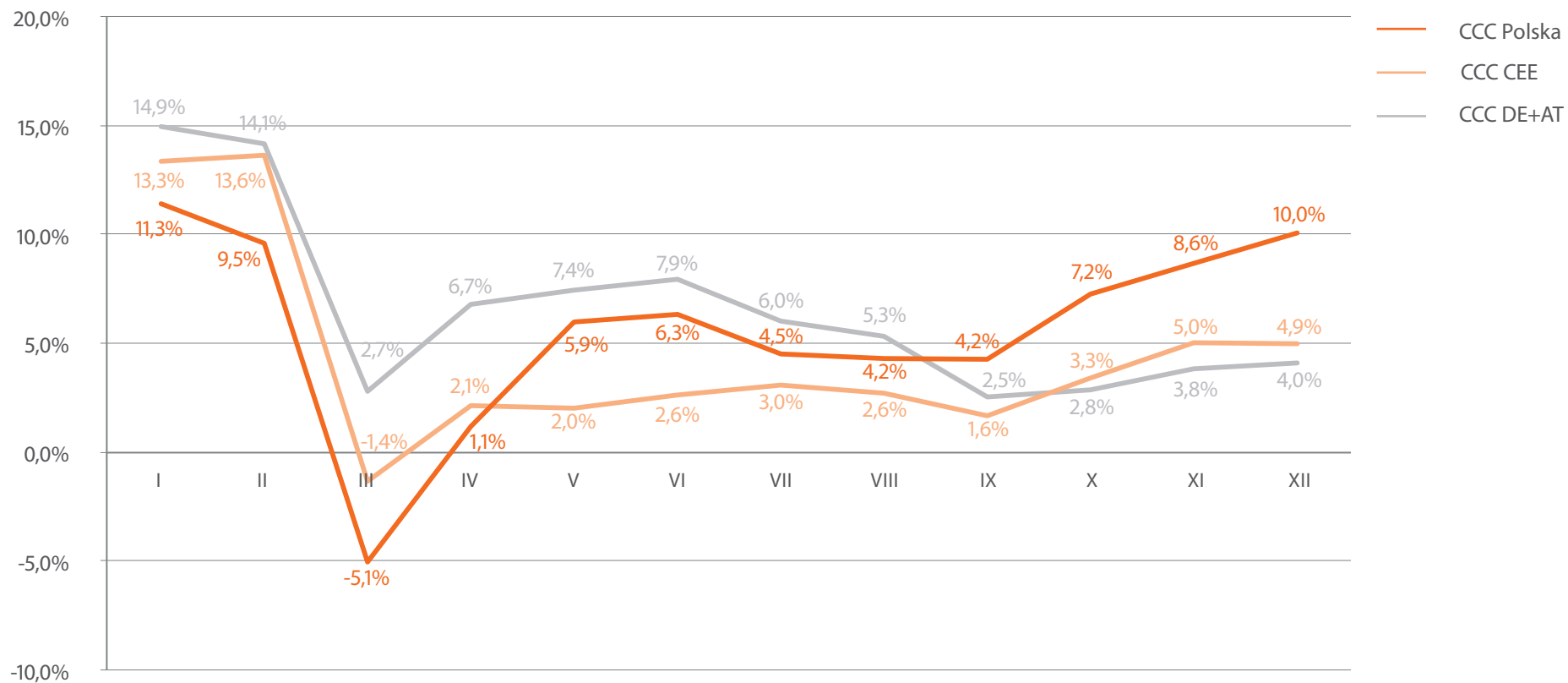


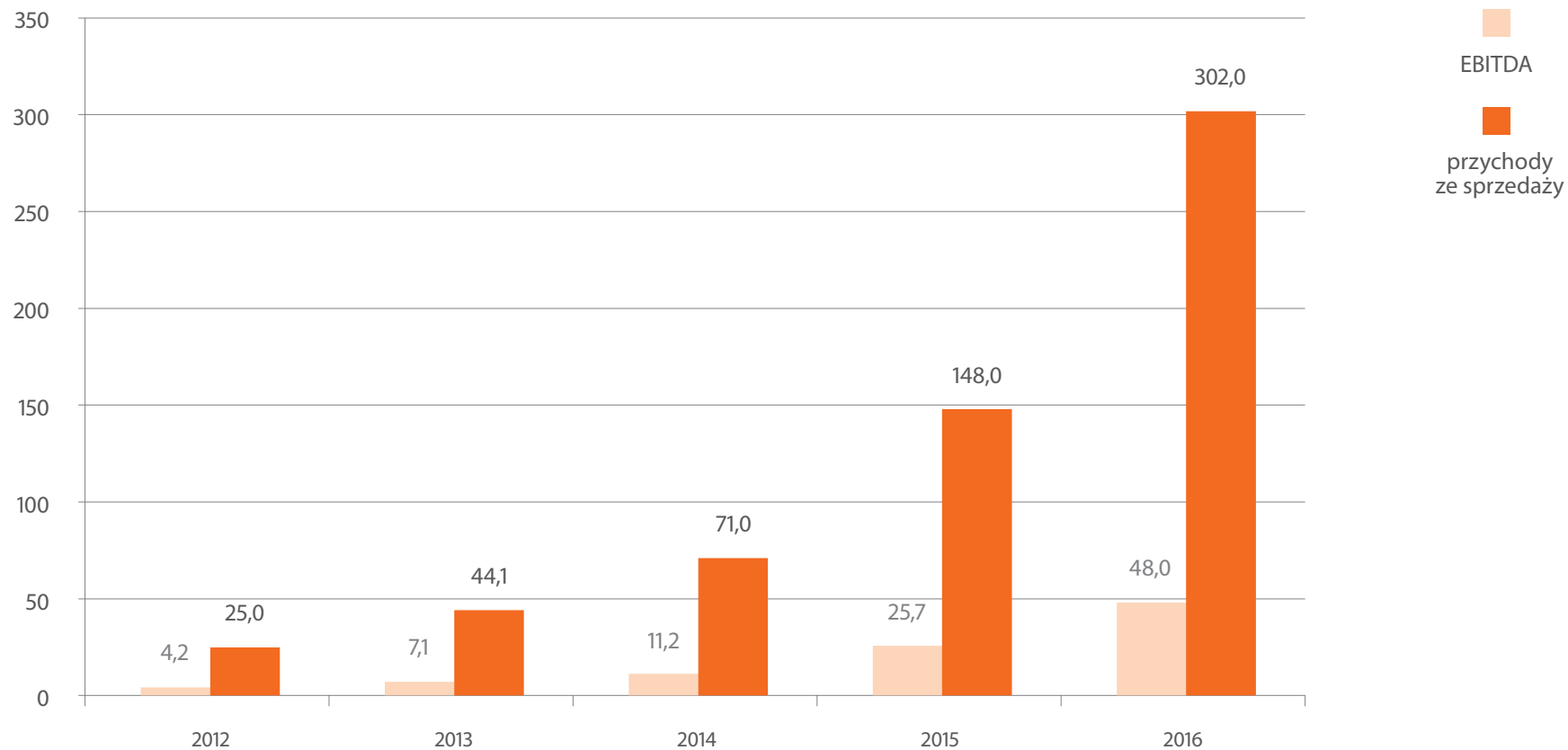
\* Przychody z segmentu e-commerce objęte konsolidacją.



## SPRZEDAŻ W PORÓWNYWALNYCH PLACÓWKACH CCC W POLSCE I ZA GRANICĄ (NARASTAJĄCO) 2016

11





	2016 mln PLN	2015 mln PLN	ZMIANA % 2016/2015
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	<b>3 191,0</b>	<b>2 307,0</b>	<b>38,3%</b>
Zysk (strata) brutto na sprzedaży	1 682,4	1 265,8	32,9%
Marża brutto na sprzedaży	52,7%	54,9%	-2,2 p.p
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	(1 324,4)	(1 011,0)	31,0%
EBIT	375,6	256,7	46,3%
Marża EBIT	11,8%	11,1%	0,7 p.p
Saldo przychody / koszty finansowe	(30,5)	(23,7)	28,7%
Zysk brutto	345,1	233,0	48,1%
<b>Zysk netto</b>	<b>316,1</b>	<b>259,4</b>	<b>21,9%</b>
Rentowność netto	9,9%	11,2%	-1,3 p.p

	Q4 2016 mln PLN	Q4 2015 mln PLN	ZMIANA % 2016/2015
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	<b>1 132,6</b>	<b>755,4</b>	<b>49,9%</b>
Zysk (strata) brutto na sprzedaży	609,5	407,4	49,6%
Marża brutto na sprzedaży	53,8%	53,9%	-0,1 p.p
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	(387,5)	(296,7)	30,6%
EBIT	218,1	118,3	84,4%
Marża EBIT	19,3%	15,7%	3,6 p.p
Saldo przychody / koszty finansowe	(9,2)	(4,0)	130,0%
Zysk brutto	208,9	114,3	82,8%
<b>Zysk netto</b>	<b>190,4</b>	<b>105,2</b>	<b>81,0%</b>
Rentowność netto	16,8%	13,9%	2,9 p.p

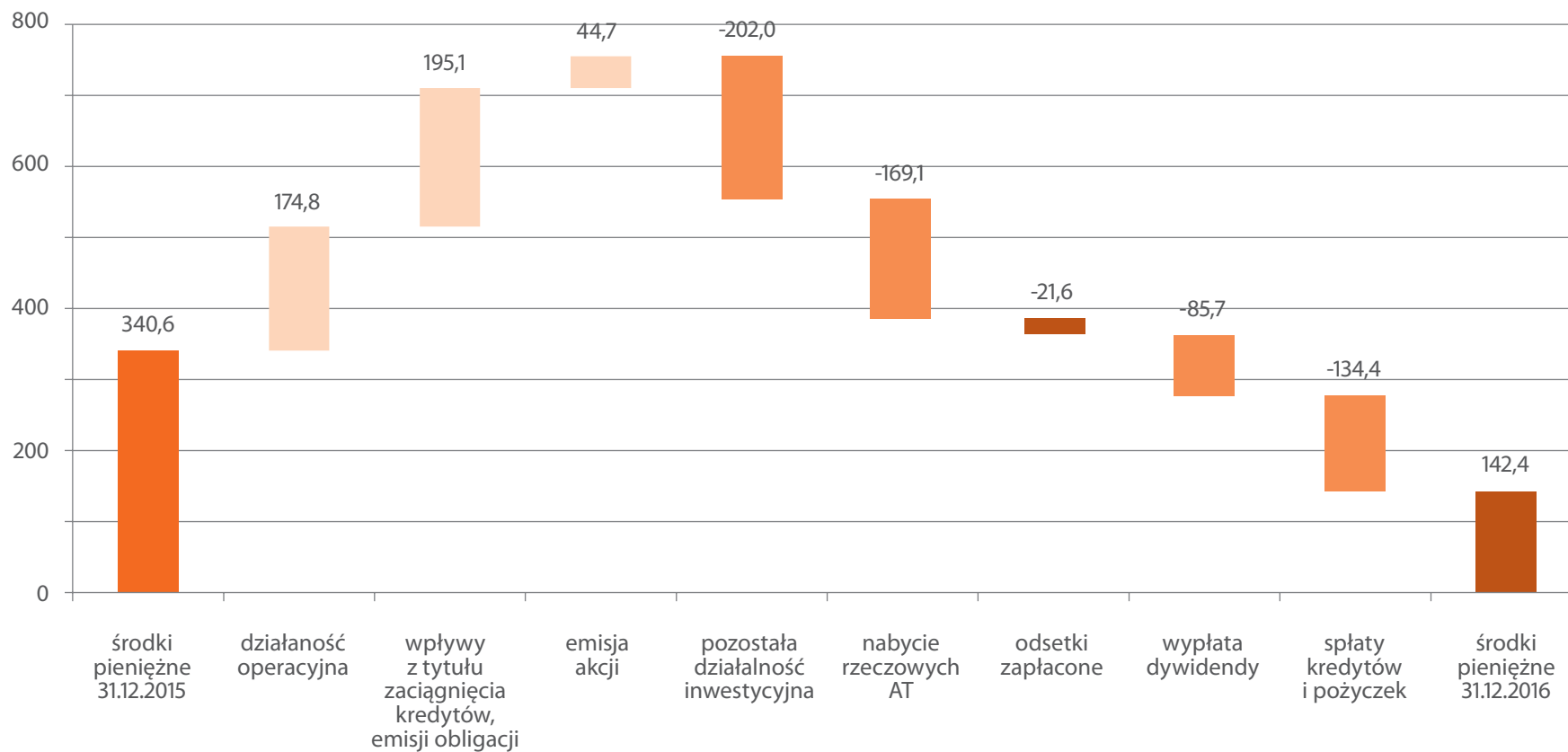
	31.12.2016 mln PLN	31.12.2015 mln PLN
<b>aktywa trwałe</b>	<b>1 237,1</b>	<b>920,3</b>
<b>aktywa obrotowe, w tym:</b>	<b>1 379,8</b>	<b>1 151,7</b>
zapasy	1 022,6	680,5
środki pieniężne	142,4	340,6
<b>aktywa razem</b>	<b>2 616,9</b>	<b>2 072,0</b>
<b>kapitał własny</b>	<b>1 196,4</b>	<b>1 123,6</b>
<b>zobowiązania długoterminowe, w tym:</b>	<b>422,5</b>	<b>335,0</b>
długoterminowe pożyczki i kredyty bankowe	366,0	296,0
<b>zobowiązania krótkoterminowe, w tym:</b>	<b>998,0</b>	<b>613,4</b>
krótkoterminowe pożyczki i kredyty bankowe	432,8	422,8
<b>pasywa razem</b>	<b>2 616,9</b>	<b>2 072,0</b>



	2016 mln PLN	2015 mln PLN
<b>CF działalność operacyjna, w tym m.in.:</b>	<b>174,8</b>	<b>325,4</b>
zmiana stanu zapasów	(294,9)	60,8
zmiana stanu należności	(74,3)	(27,6)
zmiana stanu zobowiązań krótkoterminowych*	95,8	(1,5)
<b>CF działalność inwestycyjna, w tym:</b>	<b>(371,1)</b>	<b>(155,5)</b>
wpływy	20,3	14,6
wydatki	(391,4)	(170,1)
<b>CF działalność finansowa, w tym:</b>	<b>(1,9)</b>	<b>8,8</b>
wpływy	239,8	288,0
wydatki	(241,7)	(279,2)
<b>CF razem</b>	<b>(198,2)</b>	<b>178,7</b>
gotówka początek okresu	340,6	161,9
gotówka koniec okresu	142,4	340,6

\* z wyjątkiem pożyczek, kredytów i obligacji

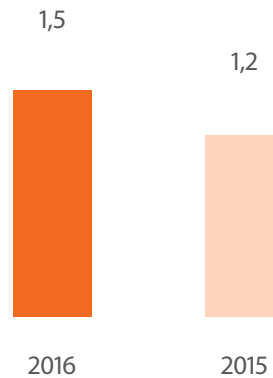
CF – struktura tworzenia przepływów 2016 [mln PLN]





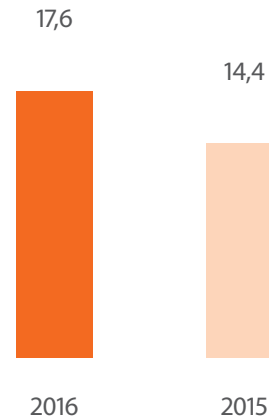
**Wskaźnik zadłużenia kapitału własnego (%)**

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



**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 rok 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 trzech lat jesteśmy liderem rynku obuwniczego w regionie Europy Środkowej (PL, CZ, SK, HU, RO, BG).
- W roku 2016 otworzyliśmy jedną nową spółkę dystrybucyjną – w Serbii, uruchomiliśmy też sprzedaż francyzową w Estonii.

**Celem strategicznym jest również uzyskanie w ciągu najbliższych lat trwałej rentowności na rynkach Austrii i Niemiec.**

- Doświadczenia pierwszych lat ekspansji pokazują, że dojście do rentowności jest możliwe, trwa jednak znacznie dłużej niż na rynkach Europy Środkowej.
- Oczekiwane na rok 2017 jest zwiększenie sprzedaży LFL na rynkach niemieckim i austriackim o 10%.

**Celem strategicznym w obszarze finansowym jest optymalizacja struktury kapitałowej.**

- Spółka planuje emisję obligacji zamiennych na akcje w celu zabezpieczenia finansowania długoterminowego.

**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, Bułgarii, Litwie, na Węgrzech i Ukrainie.
- W roku 2017 uruchomiona zostanie sprzedaż w kolejnych krajach regionu.



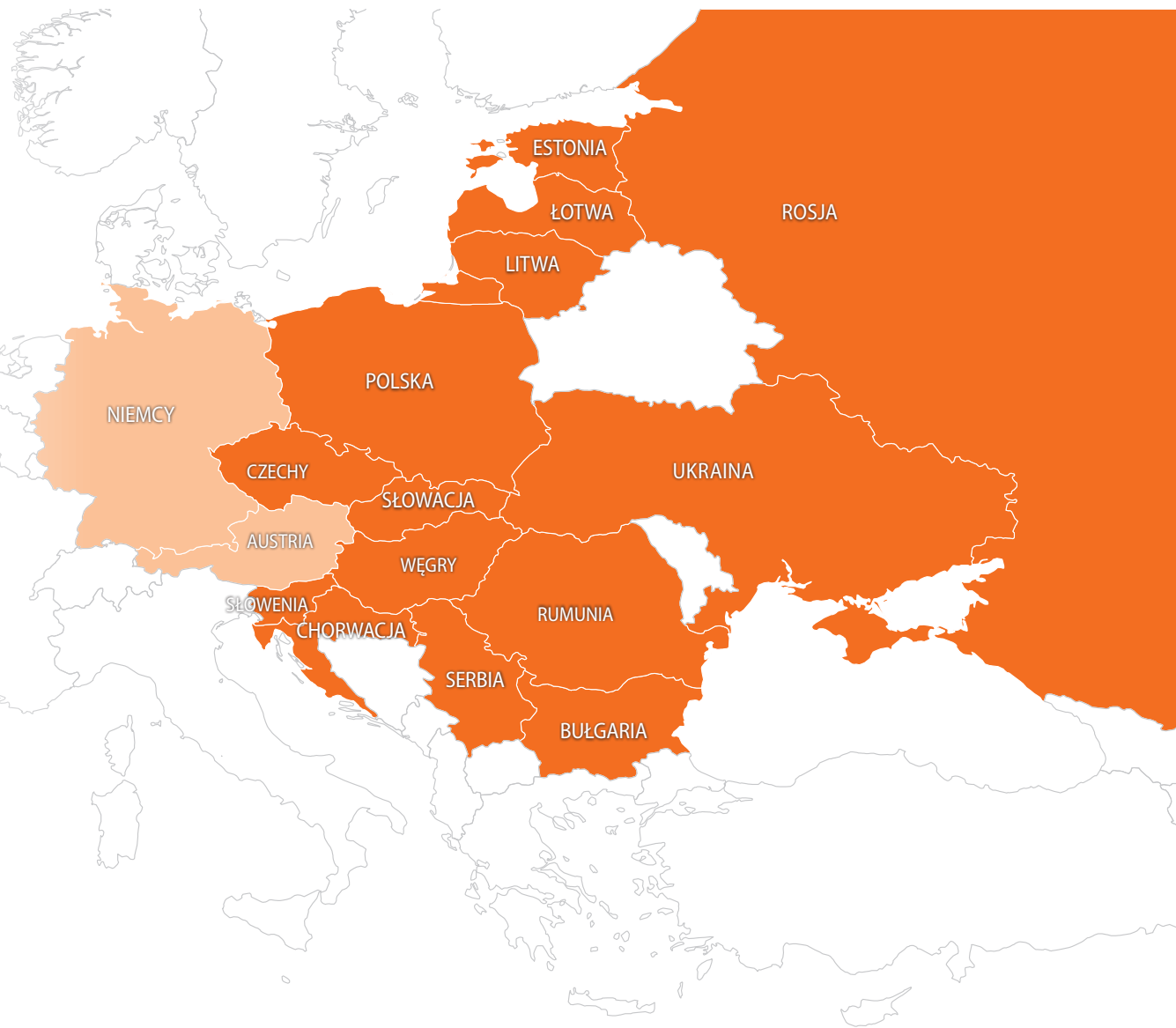
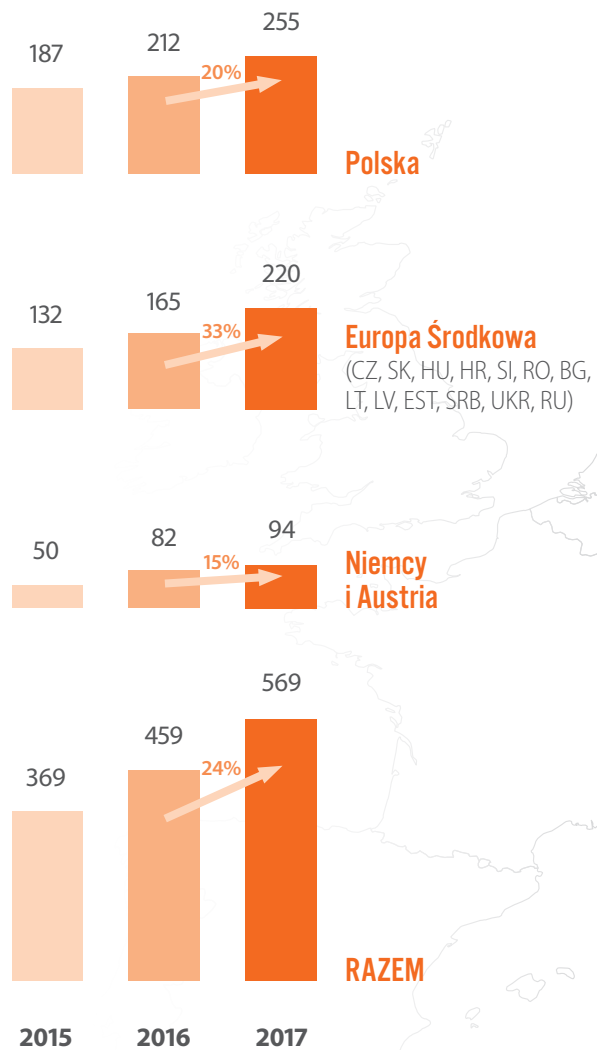
Rok 2017 będzie najbardziej spektakularnym okresem w realizacji strategii ekspansji zagranicznej.



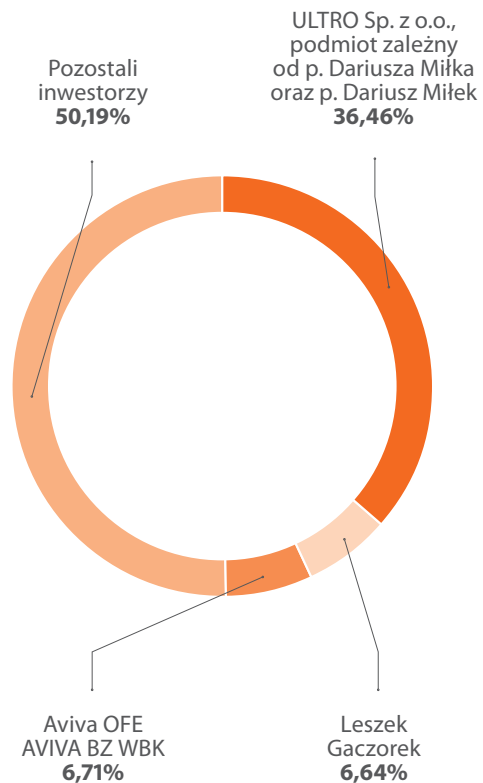
- Grupa CCC powiększy się o nie mniej niż 100.000 m<sup>2</sup> netto nowej powierzchni handlowej, z czego około 40% otwarte zostanie w Polsce, a reszta za granicą.
- Największy przyrost powierzchni poza Polską Grupa CCC odnotuje na Węgrzech, w Rosji i w Rumunii.
- Wszystkie pozostałe kraje będą miały również proporcjonalny, wysoki udział we wzroście powierzchni.
- Grupa CCC oczekuje w 2017 roku przekroczenia poziomu 4 mld PLN przychodu.
- Inwestycje w środki trwałe w roku 2017 przekroczą 150 mln PLN.

# PLANY ROZWOJU SIECI DETALICZNEJ CCC 2017 [TYS. M<sup>2</sup>]

# 22



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:







**DZIĘKUJEMY**