

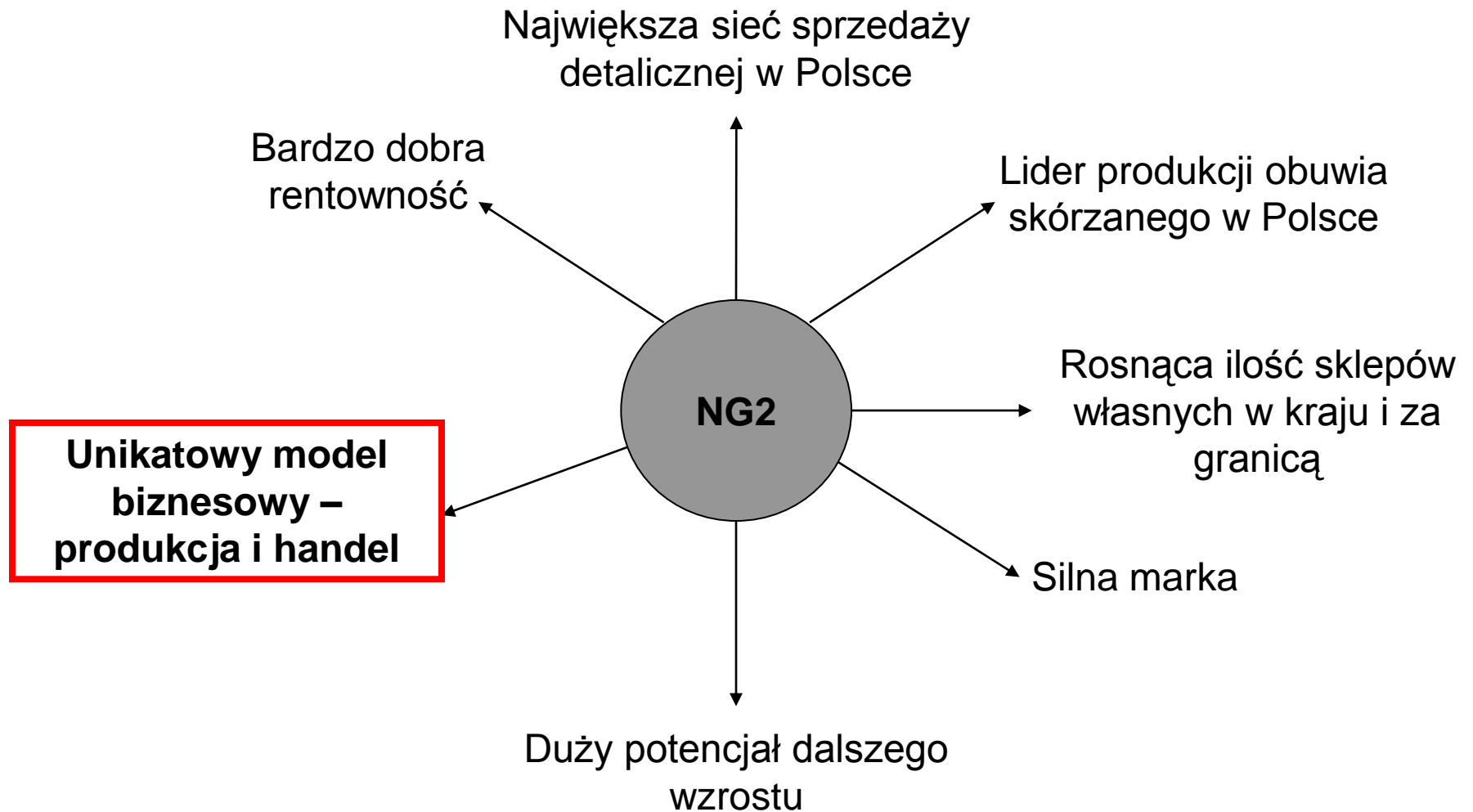
NG2

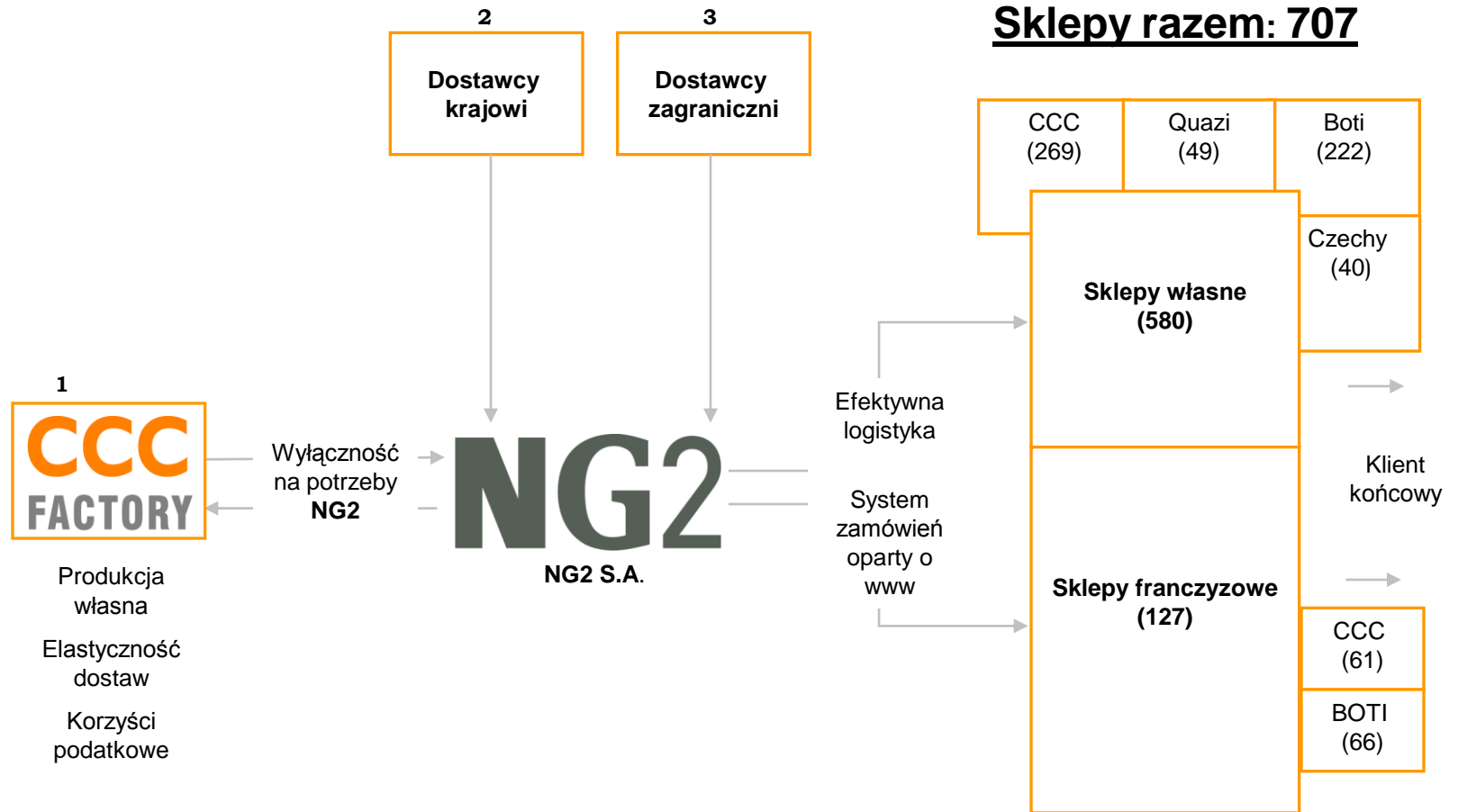
New Gate Group



Prezentacja wyników finansowych za I półrocze 2010

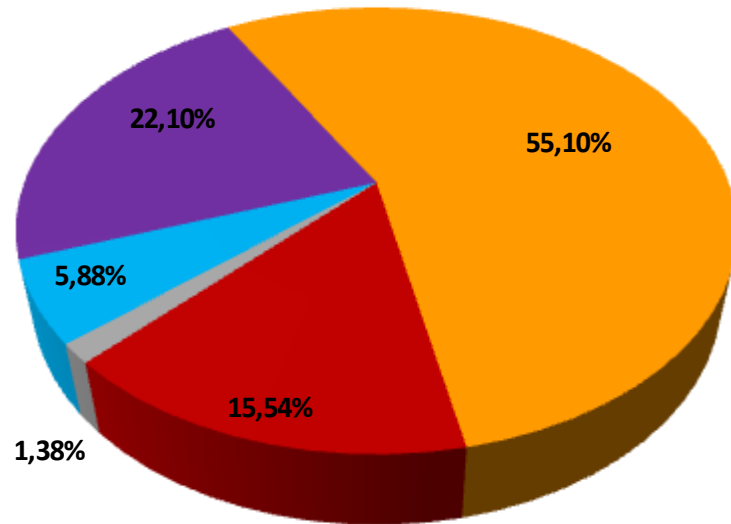
- Grupa NG2 zanotowała dobre wyniki w pierwszym półroczu dzięki **wysokiej marży i obniżce kosztów**.
- Podstawą strategii NG2 na najbliższe trzy lata pozostaje **zwiększanie udziału w krajowym rynku obuwniczym**. Jednocześnie Spółka podjęła decyzję o **poszukiwaniu możliwości dalszego rozwoju poza Polską**.
- Celem na lata 2010-2012 jest **utrzymanie wysokich marż i wysokiej rentowności przy zachowaniu wysokiej stopy zwrotu z kapitału własnego**.



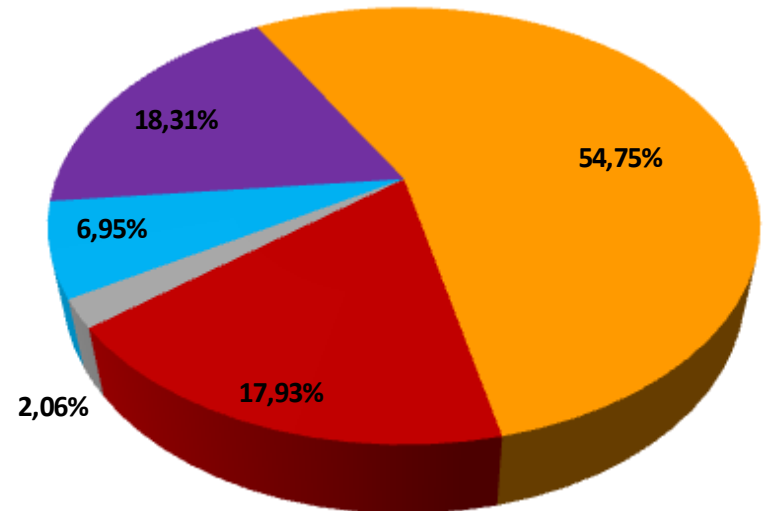


Struktura sprzedaży wg ilości i kanałów sprzedaży (%)

I H 2009



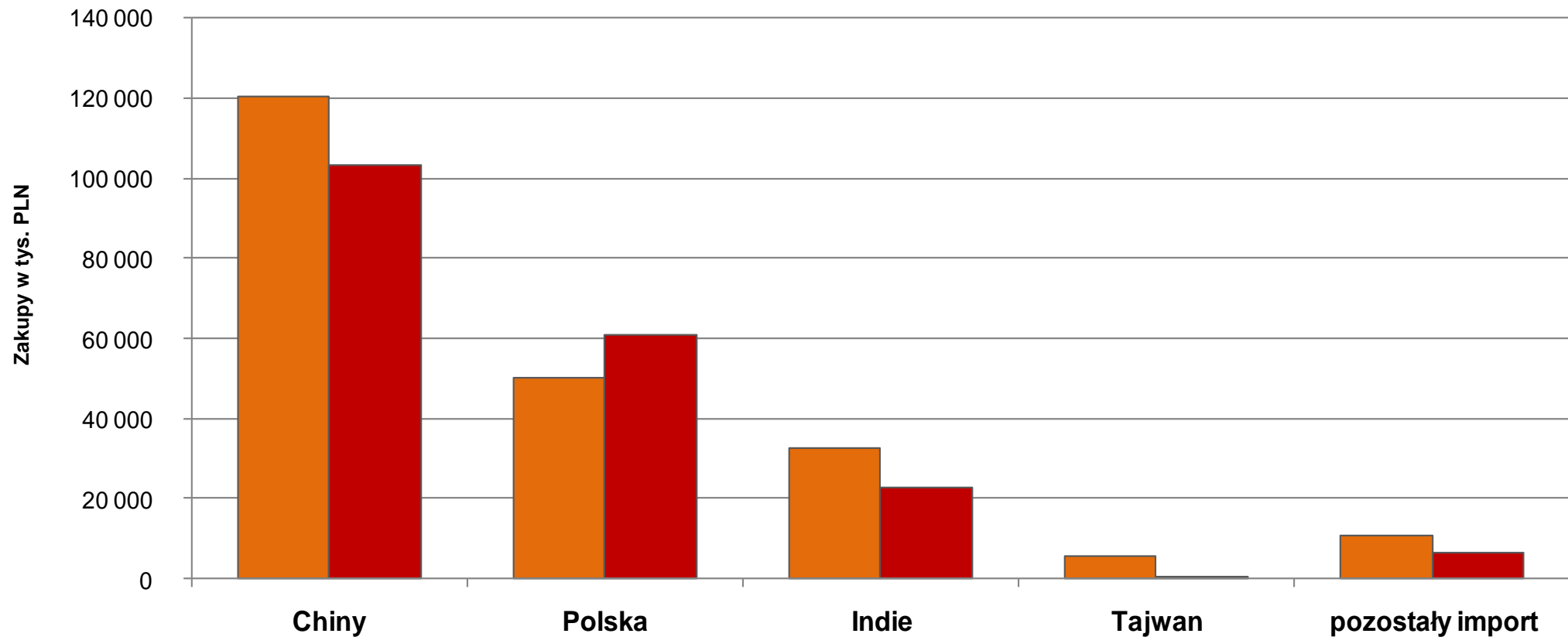
I H 2010



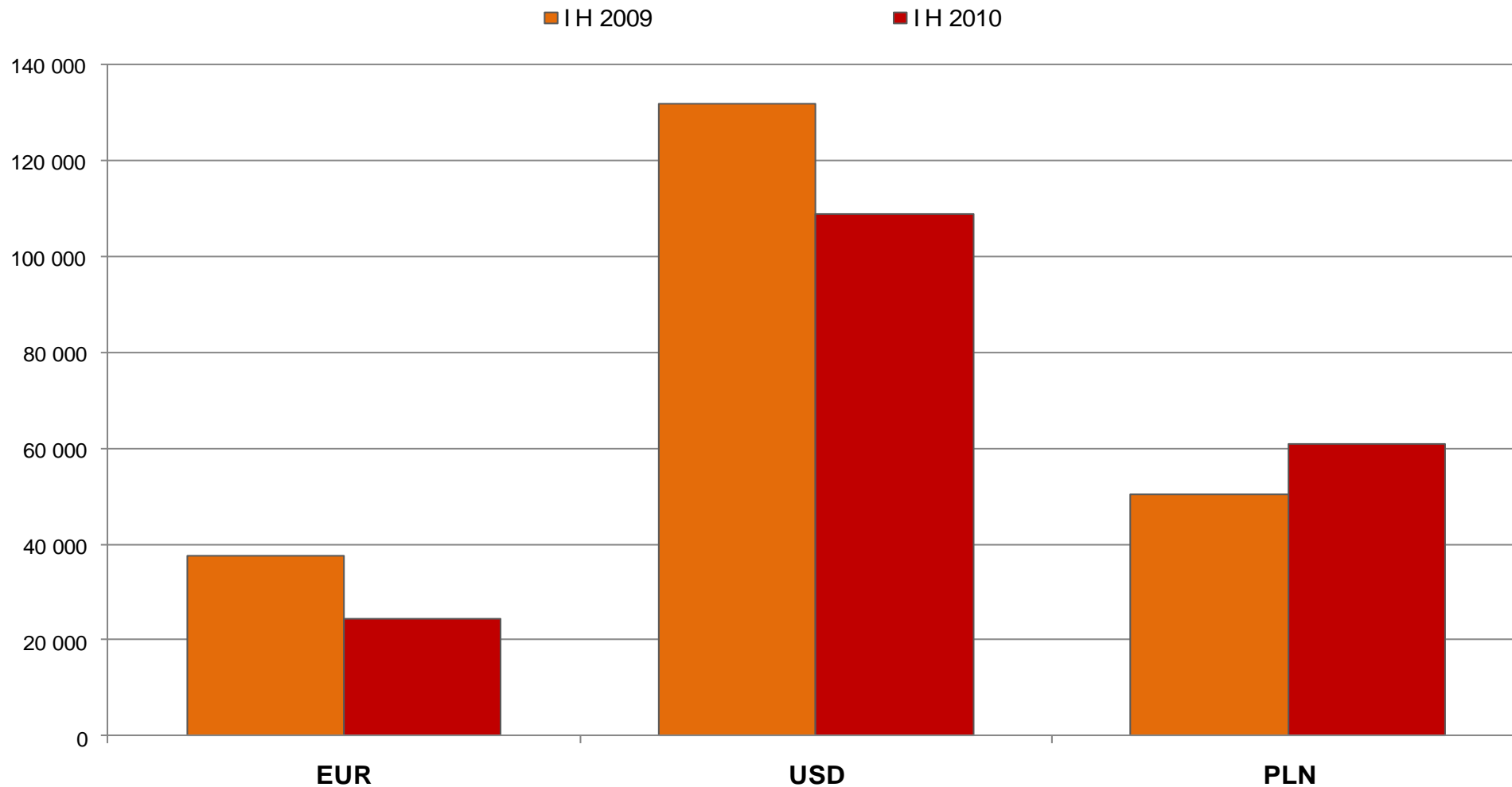
■ CCC ■ BOTI ■ QUAZI ■ NG2 do CCC Boty ■ Franczyza

Struktura terytorialna zakupów (w tys. PLN)

■ I H 2009 ■ I H 2010



Struktura walutowa zakupów (w tys. PLN)



kwiecień, maj, czerwiec 2009 vs. 2010

213 sklepów CCC	kwiecień 2009	kwiecień 2010	różnica %
ilość odwiedzających	9 026 932	7 111 027	-21,22%
ilość transakcji	850 753	622 694	-26,81%
sprzedaż netto	57 601 431 zł	40 521 012 zł	-29,65%
efektywność sprzedaży	9,4%	8,8%	-0,67%
średnia wartość paragonu	68 zł	65 zł	-3,89%
przychód na 100 klientów	638 zł	570 zł	-10,70%
213 sklepów CCC	maj 2009	maj 2010	różnica %
ilość odwiedzających	10 105 452	8 829 514	-12,63%
ilość transakcji	881 689	737 093	-16,40%
sprzedaż netto	56 406 368 zł	46 042 675 zł	-18,37%
efektywność sprzedaży	8,7%	8,3%	-0,38%
średnia wartość paragonu	64 zł	62 zł	-2,36%
przychód na 100 klientów	558 zł	521 zł	-6,58%
221 sklepów CCC	czerwiec 2009	czerwiec 2010	różnica %
ilość odwiedzających	7 546 855	8 373 307	10,95%
ilość transakcji	593 851	787 474	32,60%
sprzedaż netto	36 034 646 zł	45 856 787 zł	27,26%
efektywność sprzedaży	7,9%	9,4%	1,54%
średnia wartość paragonu	61 zł	58 zł	-4,03%
przychód na 100 klientów	477 zł	548 zł	14,70%

213 sklepów CCC	kwiecień-maj 2009	kwiecień-maj 2010	różnica %
ilość odwiedzających	19 132 384	15 940 541	-16,68%
ilość transakcji	1 732 442	1 359 787	-21,51%
sprzedaż netto	114 007 800 zł	86 563 688 zł	-24,07%
efektywność sprzedaży	9,1%	8,5%	-0,52%
średnia wartość paragonu	66 zł	64 zł	-3,26%
przychód na 100 klientów	596 zł	543 zł	-8,87%
213 sklepów CCC	czerwiec-lipiec 2009	czerwiec-lipiec 2010	różnica %
ilość odwiedzających	15 073 390	15 183 935	0,73%
ilość transakcji	1 266 571	1 320 208	4,23%
sprzedaż netto	70 614 004 zł	74 967 869 zł	6,17%
efektywność sprzedaży	8,4%	8,7%	0,29%
średnia wartość paragonu	56 zł	57 zł	1,85%
przychód na 100 klientów	468 zł	494 zł	5,39%

Skonsolidowane wyniki finansowe – II kwartał 2010

	2Q2009 `000 PLN	2Q 2010 `000 PLN	Zmiana 2Q 2010/2009
Przychody ze sprzedaży	259 577	244 556	-5,8%
Zysk (strata) brutto na sprzedaży	137 634	140 641	2,2%
Marża brutto na sprzedaży	53,0%	57,5%	8,5%
Koszty sprzedaży	-92 637	-95 514	3,1%
Koszty ogólnego zarządu	-2 705	-3 233	19,5%
EBIT	39 245	38 653	-1,5%
Marża EBIT	15,1%	15,8%	4,5%
Koszty finansowe	-1 829	-2 556	39,7%
Zysk (strata) brutto	37 876	36 250	-4,3%
Zysk (strata) netto	30 886	47 696	54,4%
Rentowność netto	11,9%	19,5%	63,9%
Aktywa razem	556 692	598 377	7,5%
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	264 670	240 016	-9,3%
Zobowiązania długoterminowe	91 492	51 064	-44,2%
Zobowiązania krótkoterminowe	173 178	188 952	9,1%
Kapitał własny	292 022	358 361	22,7%

Skonsolidowane wyniki finansowe – II Q 2010 bez NG2 Suisse

	2Q 2010 [A] `000 PLN	2Q 2010 bez NG2 Suisse [B] `000 PLN	Zmiana wartościowo i wpływ na wynik netto [B-A]
Przychody ze sprzedaży	244 556	244 556	0
Zysk (strata) brutto na sprzedaży	140 641	140 641	0
Marża brutto na sprzedaży	57,5%	57,5%	-
Koszty sprzedaży	-95 514	-95 514	0
Koszty ogólnego zarządu	-3 233	-3 100	133
Przychody-koszty operacyjne	-3 241	-1 074	2 167
EBIT	38 653	40 953	2 300
Marża EBIT	15,8%	16,7%	-
Koszty finansowe	-2 556	-2 045	511
Zysk (strata) brutto	36 250	39 061	2 811
Podatek dochodowy	11 446	-7 152	-18 598
Zysk (strata) netto	47 696	31 909	-15 787
Rentowność netto	19,5%	13,0%	-
Aktywa razem	598 377	578 834	-19 543
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	240 016	239 860	-156
Zobowiązania długoterminowe	51 064	51 064	0
Zobowiązania krótkoterminowe	188 952	188 796	-156
Kapitał własny	358 361	338 974	-19 387

	2Q 2009 `000 PLN	2Q 2010 `000 PLN	Zmiana 2Q 2010/2009
Przychody ze sprzedaży	259 577	244 556	-5,8%
Zysk (strata) brutto na sprzedaży	137 634	140 641	2,2%
Marża brutto na sprzedaży	53,0%	57,5%	8,5%
Koszty sprzedaży	-92 637	-95 514	3,1%
Koszty ogólnego zarządu	-2 705	-3 100	14,6%
Przychody-koszty operacyjne	-3 046	-1 074	-64,7%
EBIT	39 245	40 953	4,4%
Marża EBIT	15,1%	16,7%	10,8%
Koszty finansowe	-1 829	-2 045	11,8%
Zysk (strata) brutto	37 876	39 061	3,1%
Podatek dochodowy	-6 990	-7 152	2,3%
Zysk (strata) netto	30 886	31 909	3,3%
Rentowność netto	11,9%	13,0%	9,7%
Aktywa razem	556 692	578 834	4,0%
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	264 670	239 860	-9,4%
Zobowiązania długoterminowe	91 492	51 064	-44,2%
Zobowiązania krótkoterminowe	173 178	188 796	9,0%
Kapitał własny	292 022	338 974	16,1%

Skonsolidowane wyniki finansowe – I półrocze 2010

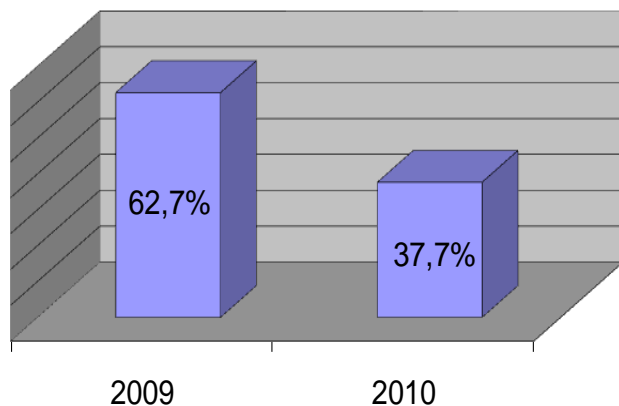
	1H 2009 `000 PLN	1H 2010 `000 PLN	Zmiana 1H 2010/2009
Przychody ze sprzedaży	422 138	440 264	4,3%
Zysk (strata) brutto na sprzedaży	214 766	241 357	12,4%
Marża brutto na sprzedaży	50,9%	54,8%	7,7%
Koszty sprzedaży	-172 356	-186 969	8,5%
Koszty ogólnego zarządu	-5 407	-5 953	10,1%
EBIT	46 738	47 825	2,3%
Marża EBIT	11,1%	10,9%	-1,9%
Koszty finansowe	-4 658	-4 646	-0,3%
Zysk (strata) brutto	42 578	43 449	2,0%
Zysk (strata) netto	35 487	52 786	48,7%
Rentowność netto	8,4%	12,0%	42,6%
Aktywa razem	556 692	598 377	7,5%
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	264 670	240 016	-9,3%
Zobowiązania długoterminowe	91 492	51 064	-44,2%
Zobowiązania krótkoterminowe	173 178	188 952	9,1%
Kapitał własny	292 022	358 361	22,7%

Skonsolidowane wyniki finansowe – I H 2010 bez NG2 Suisse

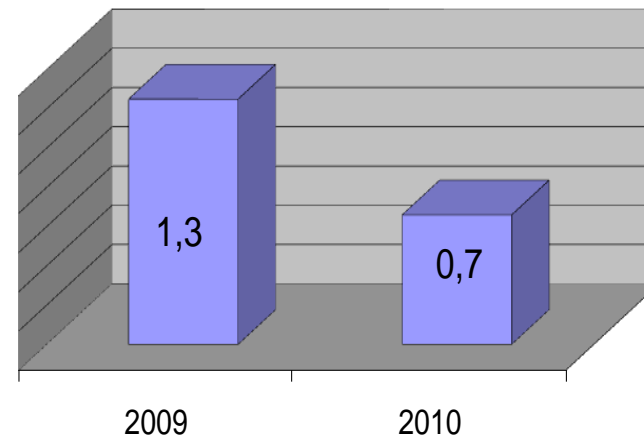
	1H 2010 [A] `000 PLN	1H 2010 bez NG2 Suisse [B] `000 PLN	Zmiana wartościowo i wpływ na wynik netto [B-A]
Przychody ze sprzedaży	440 264	440 264	0
Zysk (strata) brutto na sprzedaży	241 357	241 357	0
Marża brutto na sprzedaży	54,8%	54,8%	-
Koszty sprzedaży	-186 969	-186 969	0
Koszty ogólnego zarządu	-5 953	-5 820	133
Przychody-koszty operacyjne	-610	1 557	2 167
EBIT	47 825	50 125	2 300
Marża EBIT	10,9%	11,4%	-
Koszty finansowe	-4 646	-4 135	511
Zysk (strata) brutto	43 449	46 260	2 811
Podatek dochodowy	9 337	-9 261	-18 598
Zysk (strata) netto	52 786	36 999	-15 787
Rentowność netto	12,0%	8,4%	-
Aktywa razem	598 377	578 834	-19 543
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	240 016	239 860	-156
Zobowiązania długoterminowe	51 064	51 064	0
Zobowiązania krótkoterminowe	188 952	188 796	-156
Kapitał własny	358 361	338 974	-19 387

	1H 2009 `000 PLN	1H 2010 `000 PLN	Zmiana 1H 2010/2009
Przychody ze sprzedaży	422 138	440 264	4,3%
Zysk (strata) brutto na sprzedaży	214 766	241 357	12,4%
Marża brutto na sprzedaży	50,9%	54,8%	7,7%
Koszty sprzedaży	-172 356	-186 969	8,5%
Koszty ogólnego zarządu	-5 407	-5 820	7,6%
Przychody-koszty operacyjne	9 735	1 557	-84,0%
EBIT	46 738	50 125	7,2%
Marża EBIT	11,1%	11,4%	2,8%
Koszty finansowe	-4 658	-4 135	-11,2%
Zysk (strata) brutto	42 578	46 260	8,6%
Podatek dochodowy	-7 091	-9 261	30,6%
Zysk (strata) netto	35 487	36 999	4,3%
Rentowność netto	8,4%	8,4%	0,0%
Aktywa razem	556 692	578 834	4,0%
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	264 670	239 860	-9,4%
Zobowiązania długoterminowe	91 492	51 064	-44,2%
Zobowiązania krótkoterminowe	173 178	188 796	9,0%
Kapitał własny	292 022	338 974	16,1%

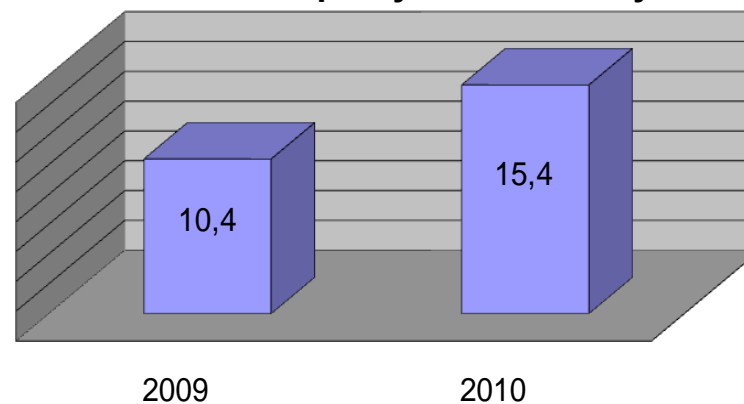
wskaźnik zadłużenia kapitału własnego (%)



wskaźnik zadłużenia EBITDA



wskaźnik pokrycia odsetek zyskiem



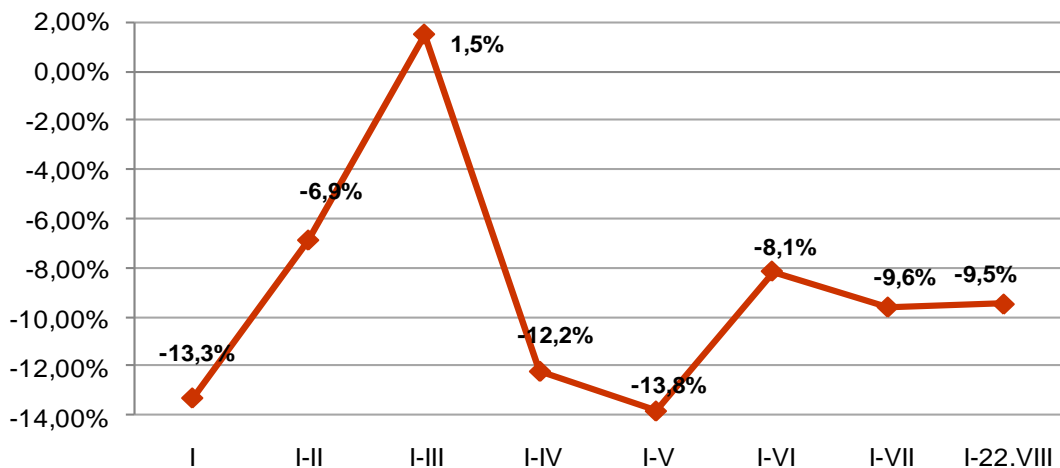
	2009	2010
wskaźnik zadłużenia kapitału własnego (%)	62,7%	37,7%
wskaźnik zadłużenia / EBITDA	1,3	0,7
wskaźnik pokrycia odsetek zyskiem	10,9	15,4

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

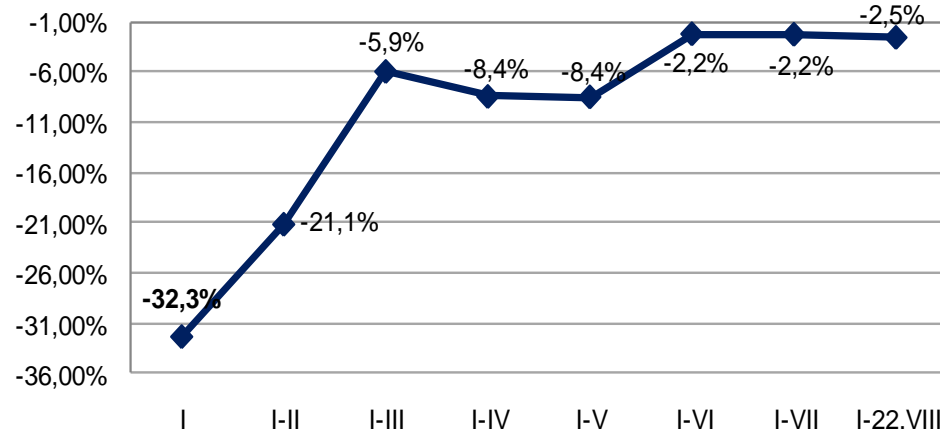
Wskaźnik zadłużenia EBITDA = (zobowiązania z tytułu kredytów, pożyczek i leasingu - cash) / zanualizowany EBITDA

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

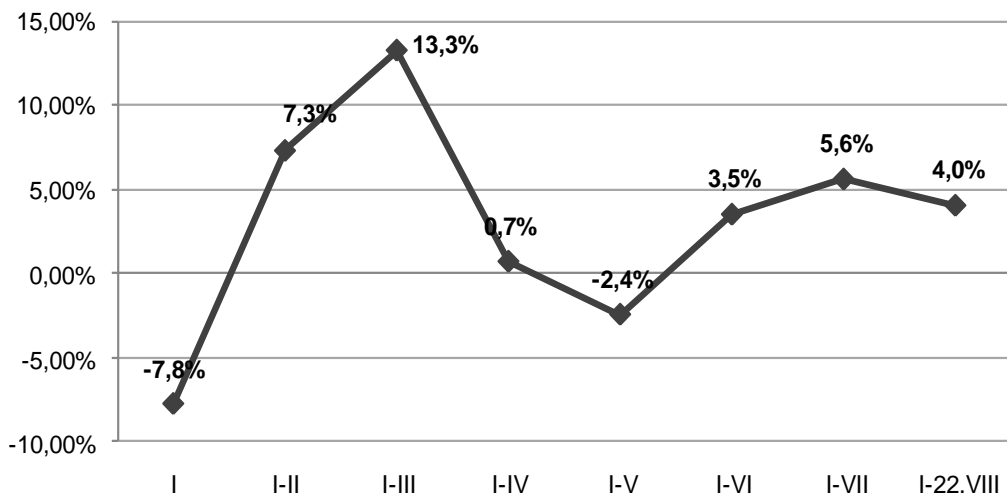
CCC



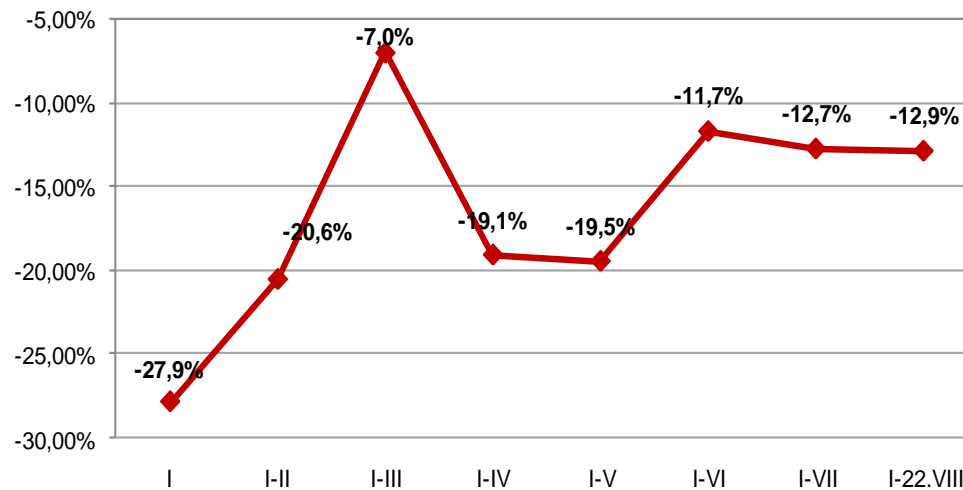
CCC Boty Czech



Quazi



Boti

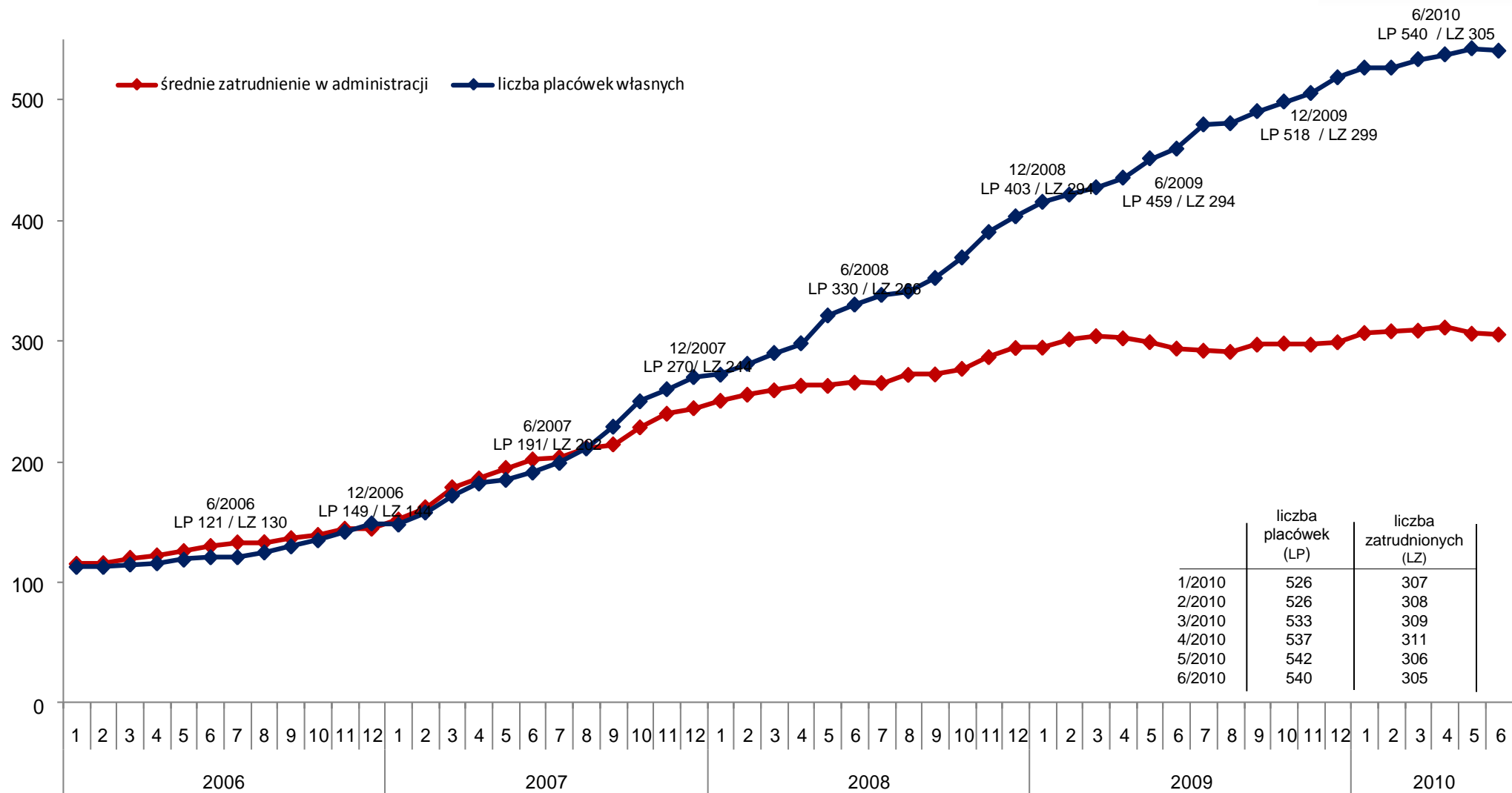


Koszty sprzedaży i czynsze w placówkach własnych

	CCC		BOTI		QUAZI	
	koszty sprzedaży (PLN/m ²)	w tym czynsz i pochodne (PLN/m ²)	koszty sprzedaży (PLN/m ²)	w tym czynsz i pochodne (PLN/m ²)	koszty sprzedaży (PLN/m ²)	w tym czynsz i pochodne (PLN/m ²)
I H 2010	182	91	171	71	319	160
I H 2009	196	98	191	69	336	170
zm % 2010/2009	-7,1%	-7,1%	-10,5%	2,9%	-5,1%	-5,9%
II Q 2010	186	93	173	73	323	161
II Q 2009	207	101	201	70	359	180
zm % 2010/2009	-10,1%	-7,9%	-13,9%	4,3%	-10,0%	-10,6%
I Q 2010	179	90	169	68	314	158
I Q 2009	184	96	181	68	313	161
zm % 2010/2009	-2,7%	-6,3%	-6,6%	0,0%	0,3%	-1,9%
rok 2009	195	96	187	70	327	165
rok 2008	171	76	179	61	278	127
zm % 2009/2008	14,0%	26,3%	4,5%	14,8%	17,6%	29,9%

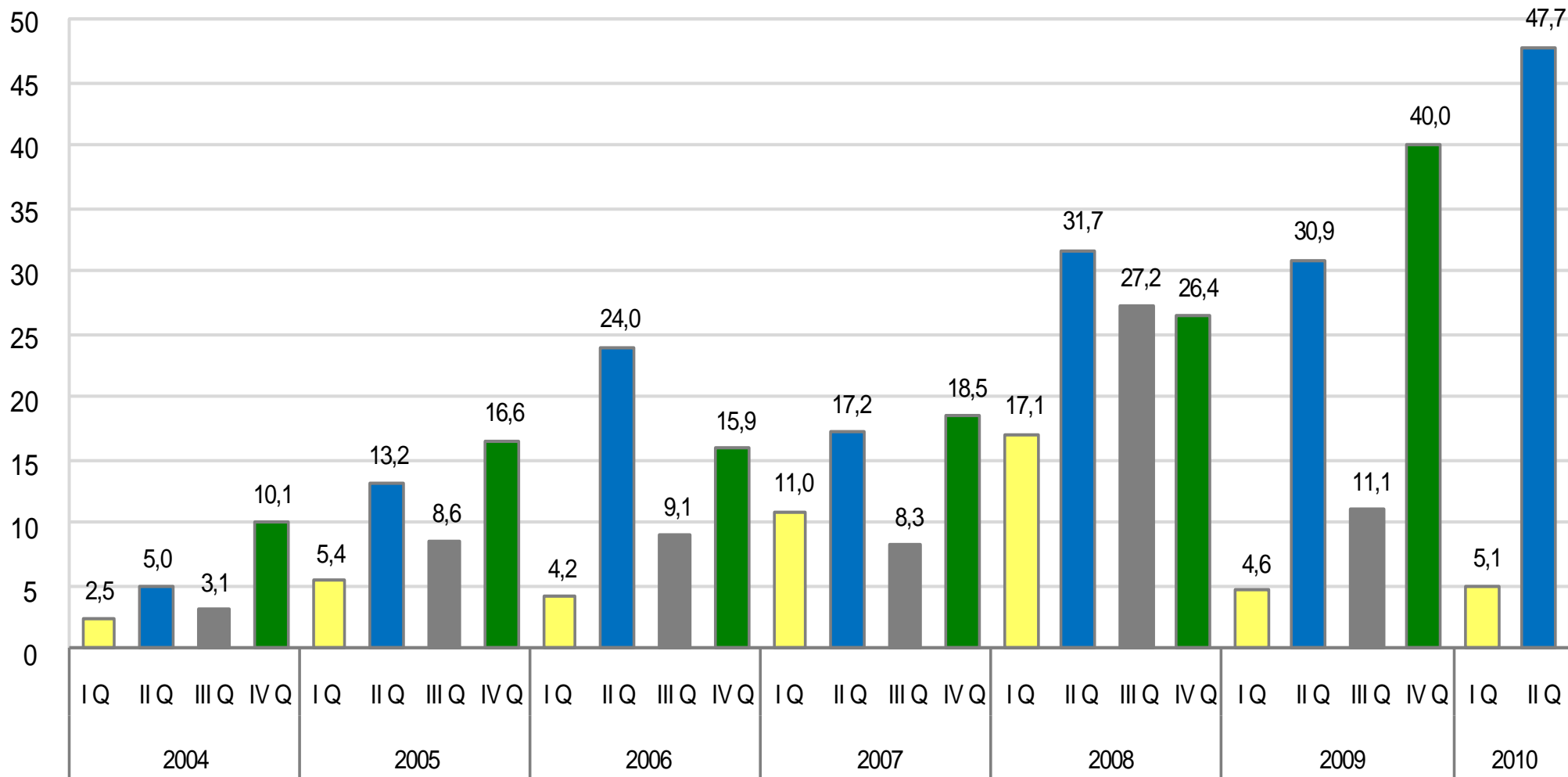
Prezentowane wartości są wartościami średnimi z odpowiednio: 6, 3 i 12 miesięcy

Liczba placówek własnych a zatrudnienie w administracji w latach 2006-2010

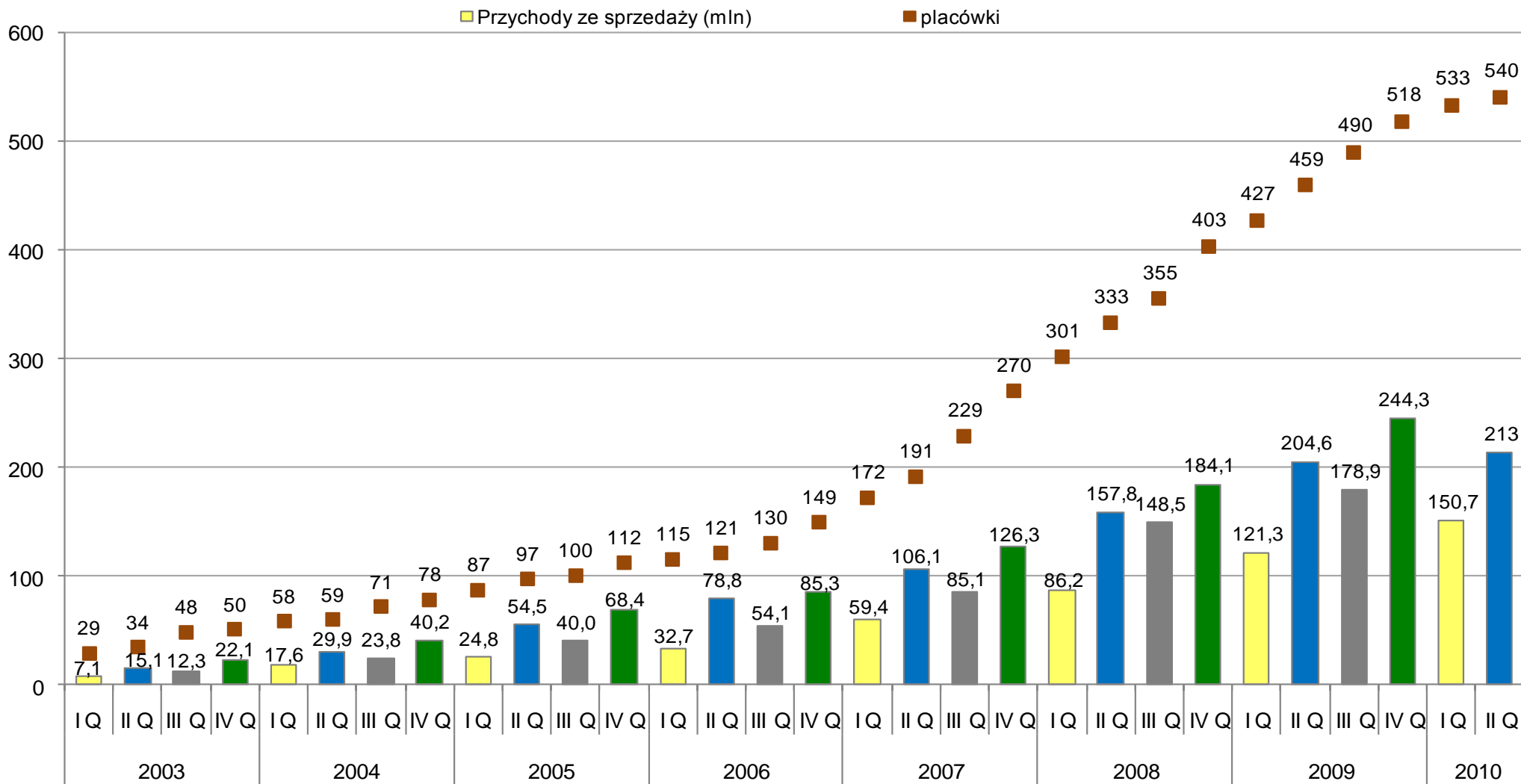


	liczba placówek (LP)	liczba zatrudnionych (LZ)
1/2010	526	307
2/2010	526	308
3/2010	533	309
4/2010	537	311
5/2010	542	306
6/2010	540	305

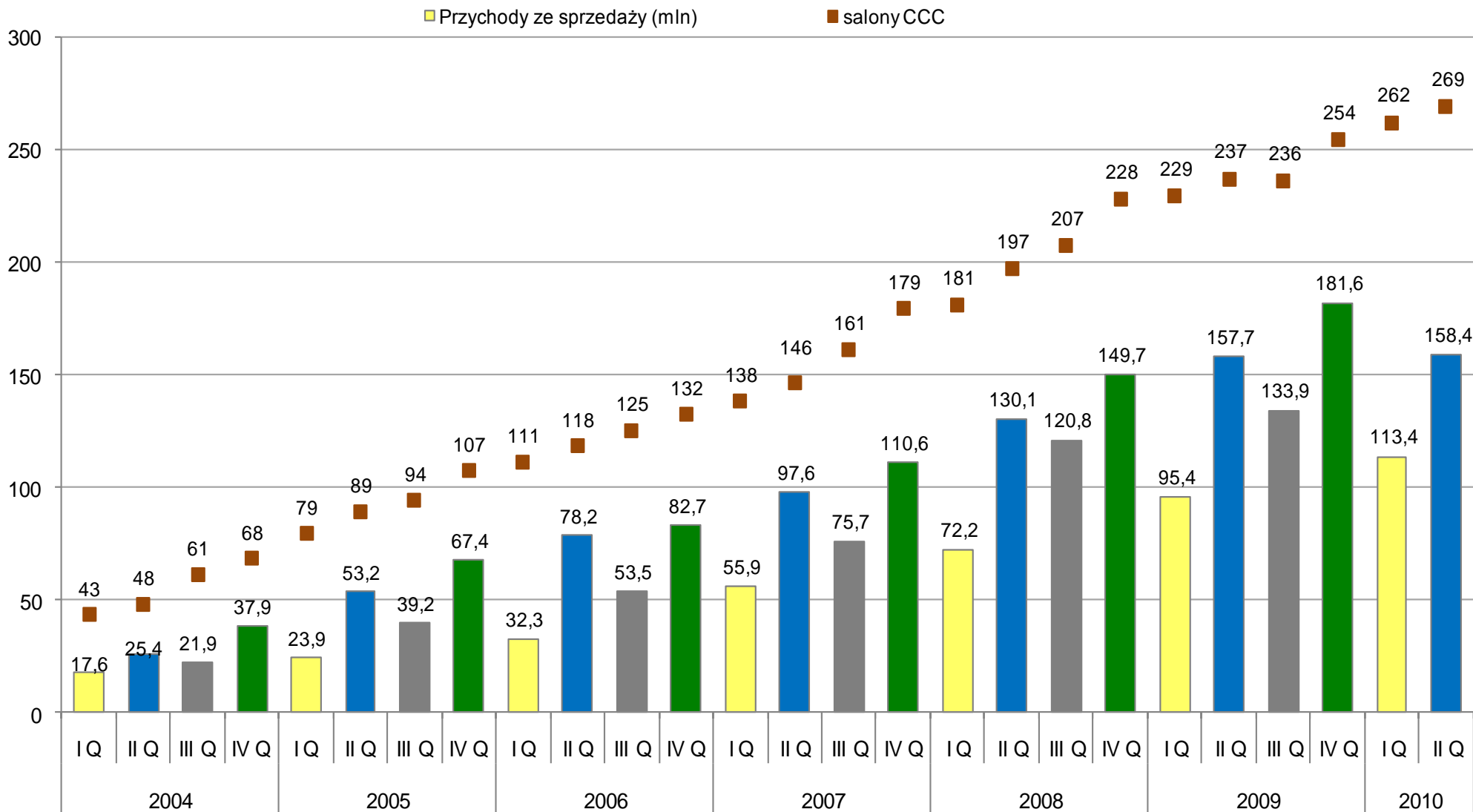
Skonsolidowany zysk netto 2004-2010 (wartości w mln)



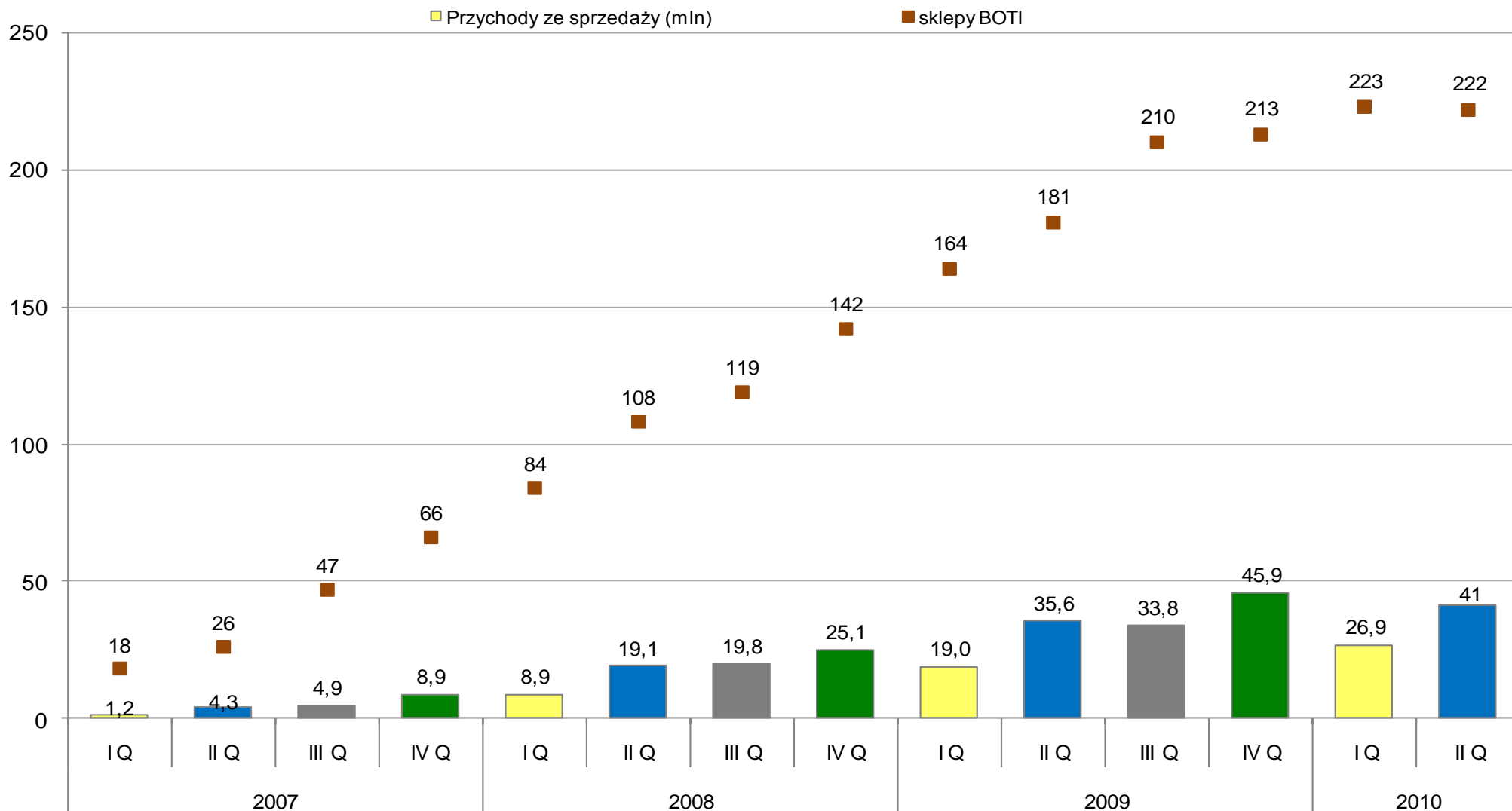
Przychody ze sprzedaży - placówki własne 2003-2010



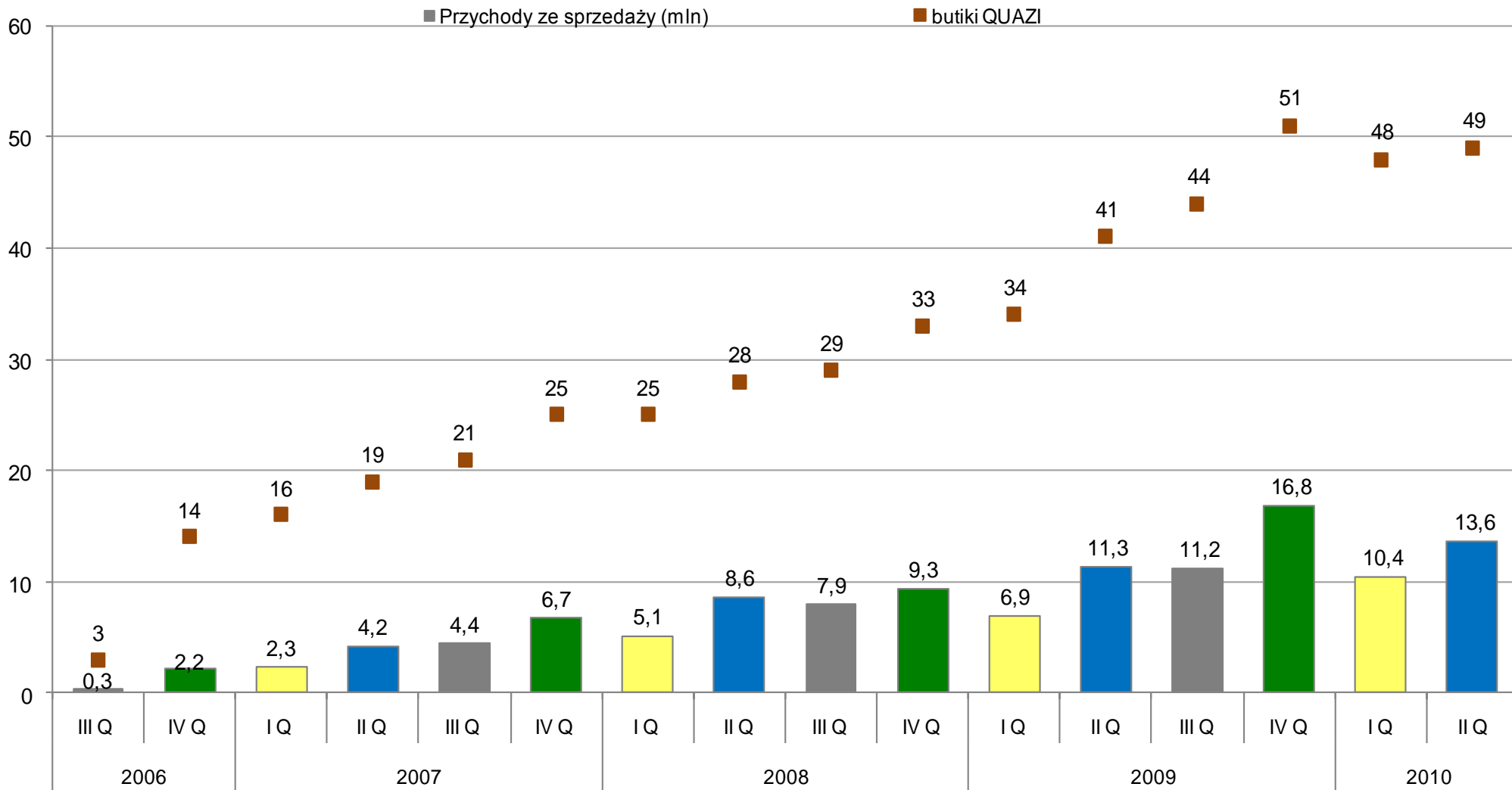
Przychody ze sprzedaży – salony CCC 2004-2010



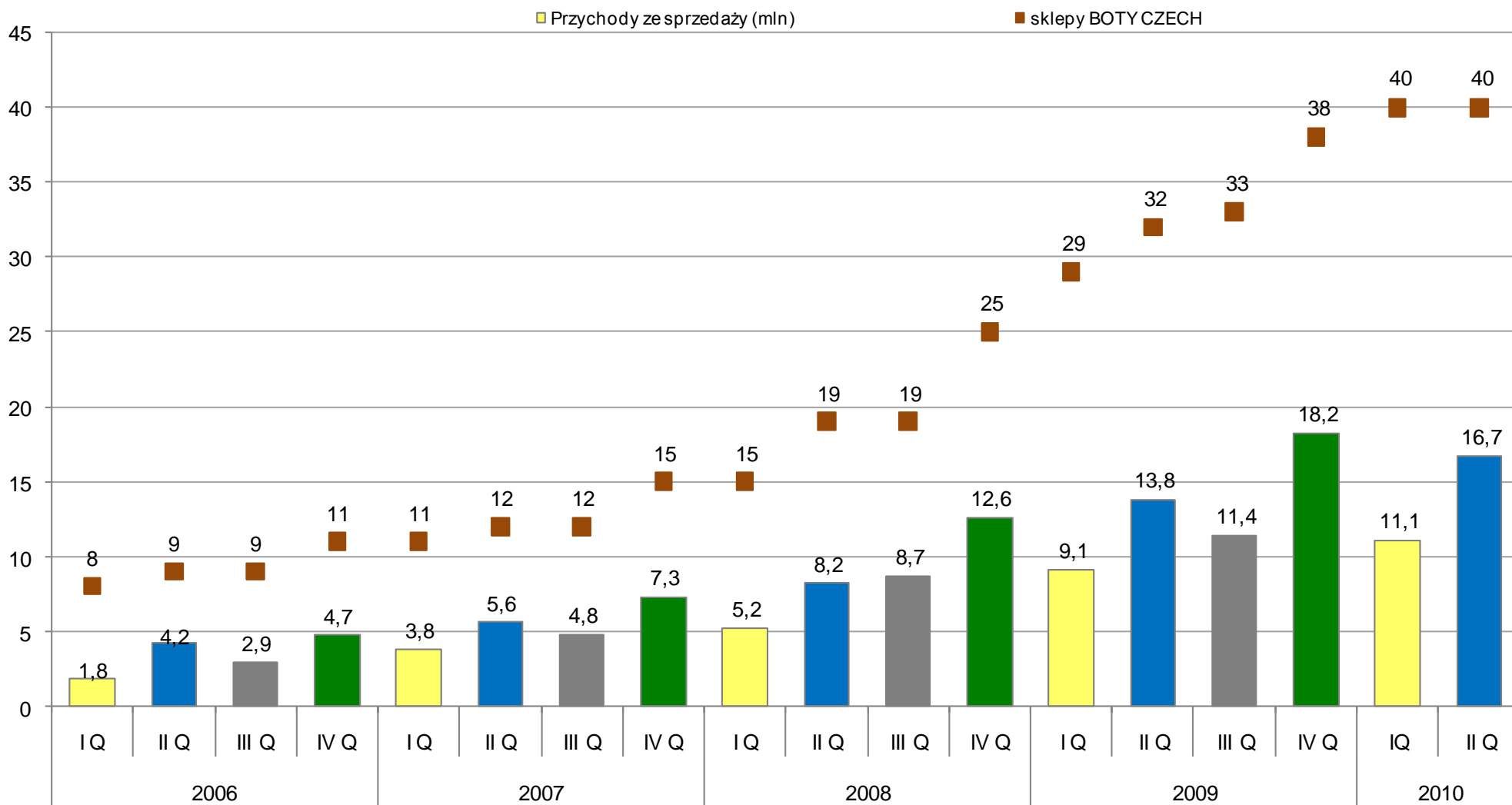
Przychody ze sprzedaży – sklepy BOTI 2007-2010



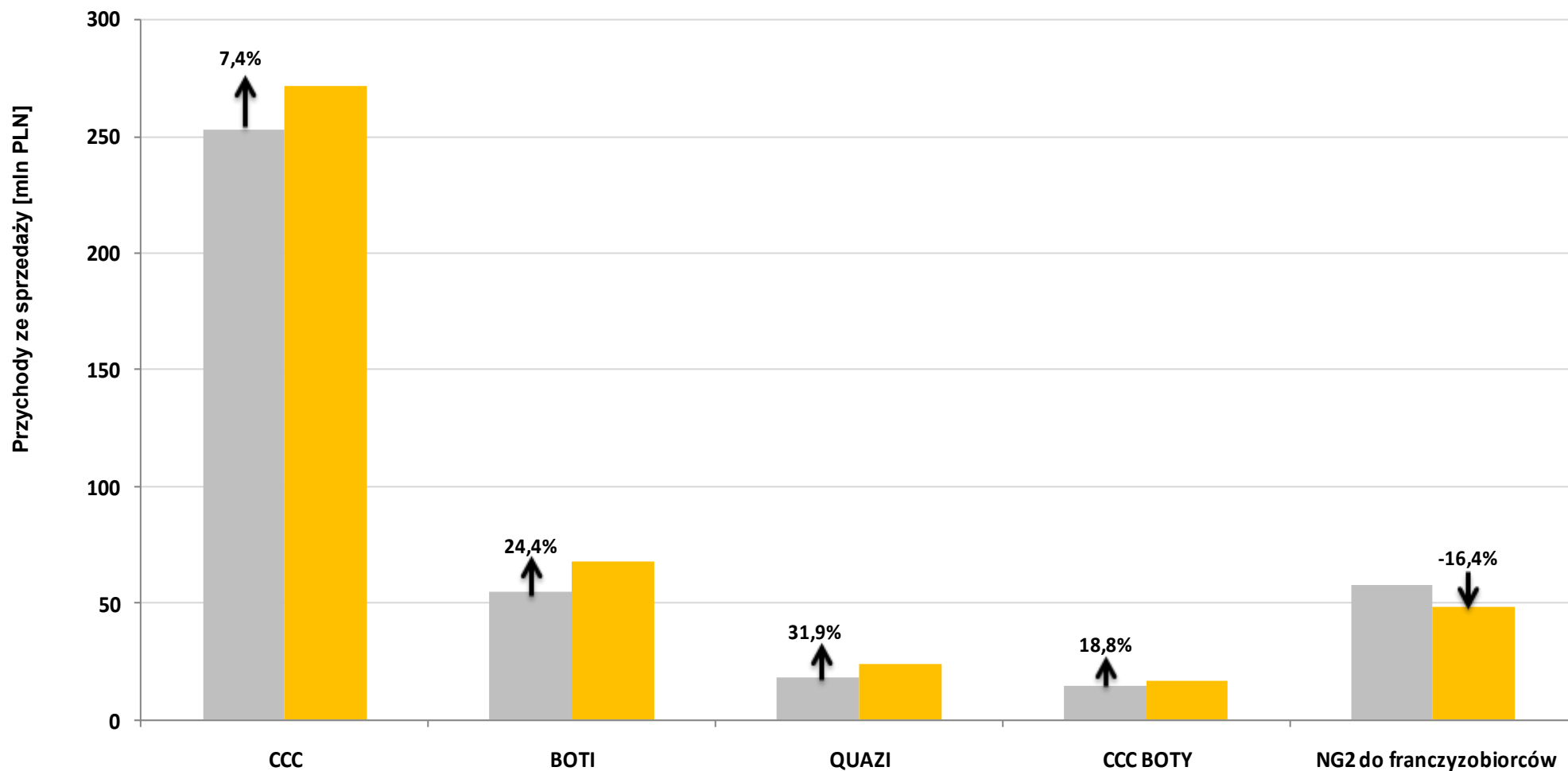
Przychody ze sprzedaży – butiki QUAZI 2006-2010

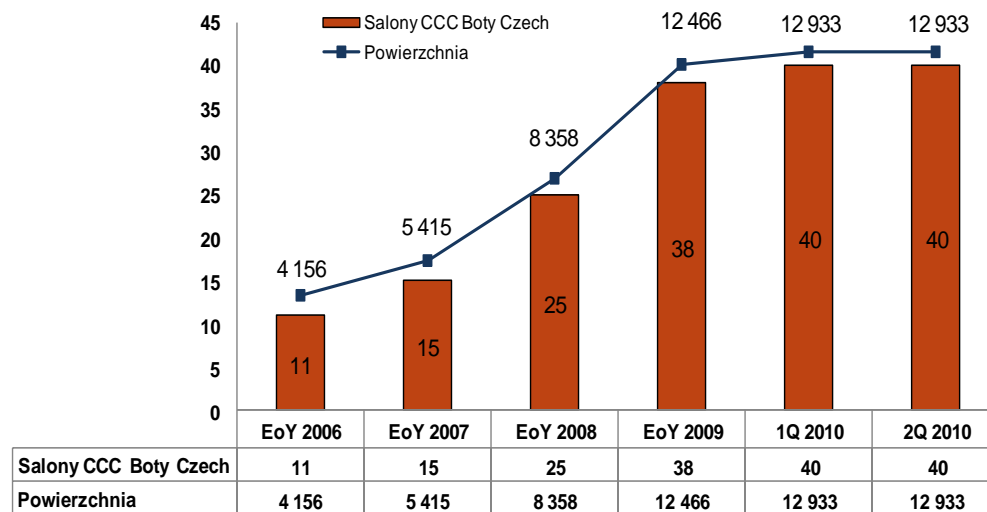
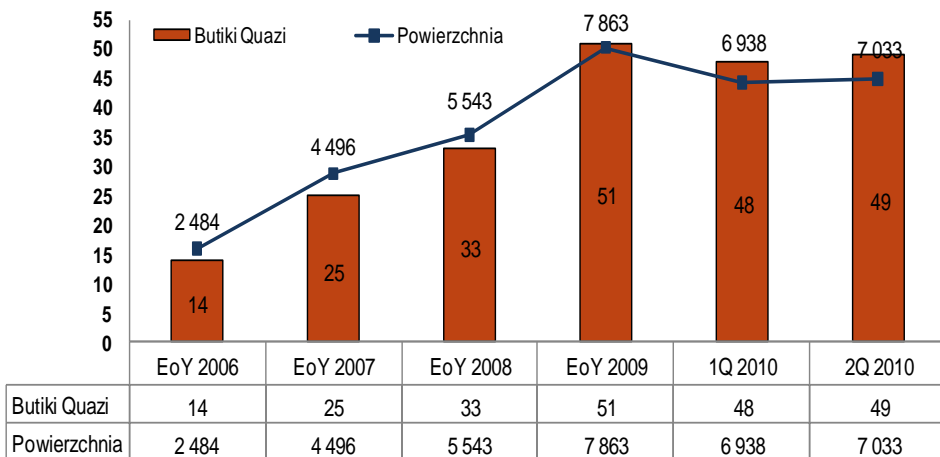
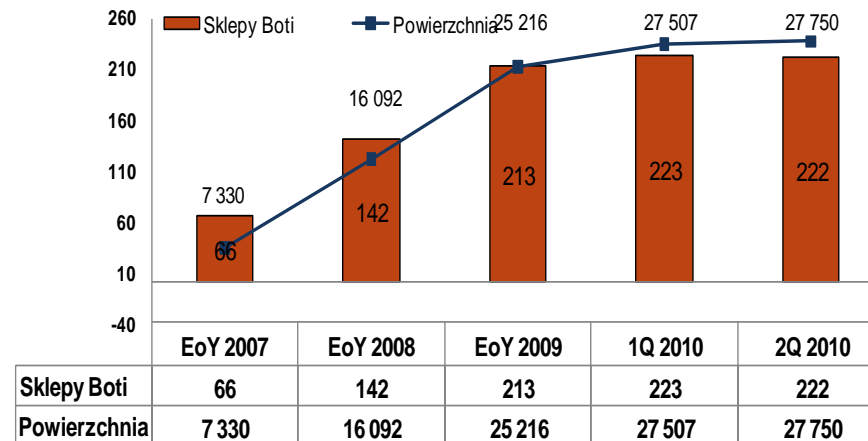
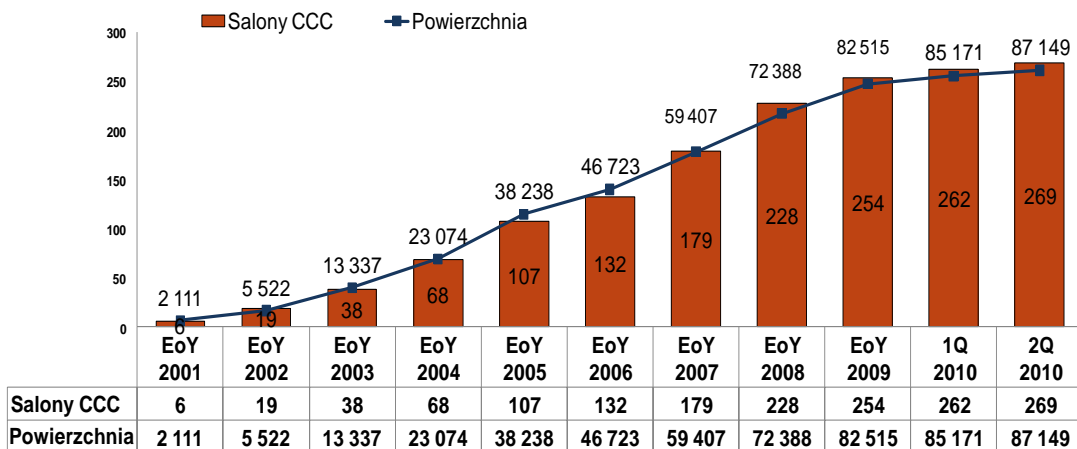


Przychody ze sprzedaży – butiki CCC Boty Czech 2006-2010



■ IH 2009 ■ IH 2010





- **Rozwój organiczny**
 - Brak atrakcyjnych podmiotów do przejęcia.
 - Konsekwentne powiększanie sieci sprzedaży i otwieranie nowych sklepów, **starannie dobranych pod względem spodziewanej zyskowności i stopy zwrotu** .

- **Otwarcie na współpracę z franczyzobiorcami na wschodzie Europy (Rosja, Ukraina)**
 - NG2 zainteresowane „czystym” modelem franczyzowym.
 - Priorytetem dla Spółki jest minimalizacja ryzyka i kosztów obsługi tego kanału dystrybucji.
 - Pierwsze sklepy mogą zostać otwarte już w ciągu najbliższych 6 miesięcy.

- **Zwiększanie efektywności działania**
 - Sukcesywna obniżka kosztów sprzedaży/m²
 - Porządkowanie wizerunkowe i finansowe sieci – zamiany, liftingi, powiększenia, remonty
 - Rozpoczęły się dwa projekty, które mogą znacząco zwiększyć efektywność i podwyższyć poziom konkurencyjności spółki :
 - wdrożenie systemu IT, oraz
 - budowa nowego centrum dystrybucyjno – logistycznego

- W roku 2010 realistyczne jest otwarcie około 50-60 placówek, w tym 8 w Czechach
- Zmniejszenie ilości placówek planowanych do otwarcia w roku 2010 spowodowane jest:
 - Opóźnieniami w oddaniu nowych projektów do użytkowania
 - Coraz większym nasyceniem rynków lokalnych
 - Selektywnością NG2 w doborze lokalizacji
 - Żmudnymi negocjacjami w sprawie rekomercjalizacji istniejących obiektów
- Zmiana formatu otwieranych sklepów :
 - Mniejsze butiki Quazi – 100-120 m²
 - Większe sklepy BOTI – 150-200 m²
 - Większe salony CCC – w najlepszych lokalizacjach nawet pow.500 m²
- W ciągu najbliższych miesięcy wszystkie plany i projekcje spółki zostaną przeformułowane z ilości sklepów na m²



Zmiana kursu akcji od początku 2008 **+20,43%**
Zmiana wartości WIG od początku 2008 **-23,96%**

- W listopadzie 2004 Spółka NG2 S.A. weszła na rynek papierów wartościowych jako spółka CCC S.A., od 2 grudnia jest notowana na Warszawskiej GPW
- Głównym udziałowcem i założycielem Grupy NG2 jest Pan Dariusz Miłek, Prezes Zarządu NG2 S.A.
- Całkowita liczba akcji: **38 400 000**

