



**CCC**  
GROUP

**Q2**  
**2020**

**PREZENTACJA  
WYNIKÓW**

1 października 2020

# 01 OŚWIADCZENIE

Niniejsza prezentacja („Prezentacja”) została przygotowana przez CCC S.A. z siedzibą w Polkowicach („CCC”). Jej celem jest przedstawienie wybranych danych dotyczących Grupy Kapitałowej CCC („Grupa CCC”). Prezentacja ma charakter wyłącznie informacyjny i nie stanowi kompletnej analizy sytuacji finansowej Grupy CCC. Dane zwarte w Prezentacji są aktualne na dzień jej sporządzenia, w związku z czym Prezentacja nie będzie podlegała zmianie, aktualizacji lub modyfikacji w celu przedstawienia zmian zaistniałych po tym dniu.

Prezentacji nie należy traktować jako porady inwestycyjnej, rekomendacji, oferty nabycia albo sprzedaży jakichkolwiek papierów wartościowych bądź instrumentów finansowych lub uczestnictwa w jakimkolwiek przedsięwzięciu handlowym Grupy CCC.

Prezentacja została przygotowana z zachowaniem należytej staranności, niemniej jednak CCC nie gwarantuje dokładności i kompletności informacji w niej zawartych, w szczególności w przypadku gdyby materiały, na których oparto się przy jej sporządzeniu okazały się niekompletne lub nie w pełni odzwierciedlały stan faktyczny. CCC zaleca, aby każda osoba zamierzająca podjąć decyzję inwestycyjną dotyczącą jakichkolwiek instrumentów finansowych Grupy CCC, opierała się na informacjach ujawnionych w oficjalnych raportach CCC sporządzonych i opublikowanych zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa, które są wiarygodnym źródłem danych dotyczących Grupy CCC.

CCC oraz członkowie jej organów, a także pracownicy i współpracownicy oraz doradcy biorący udział w opracowaniu Prezentacji ani żaden podmiot z Grupy CCC nie ponoszą odpowiedzialności za skutki decyzji podjętych na podstawie lub w oparciu o informacje zawarte w Prezentacji lub wynikające z jej treści ani za jej dowolne wykorzystanie. Ponadto Prezentacja nie stanowi jakiegokolwiek oświadczenia żadnej z ww. wymienionych osób.

Prezentacja oraz opisy w niej zawarte mogą zawierać stwierdzenia dotyczące przyszłości, w tym stwierdzenia dotyczące oczekiwanych wyników finansowych, nie mogą być jednak traktowane jako prognozy wyników finansowych. Zawarte w Prezentacji stwierdzenia dotyczące przyszłości są obciążone szeregiem znanych oraz nieznanymi ryzyk, niepewności oraz innych czynników (także pozostających poza kontrolą CCC), które mogą spowodować, że faktyczne wyniki, poziom działalności bądź osiągnięcia Grupy CCC oraz CCC mogą istotnie odbiegać od stwierdzeń wskazanych w Prezentacji, w tym oczekiwanych wyników finansowych opisanych w Prezentacji.



## 02 AGENDA

WSTĘP

**WYNIKI FINANSOWE Q2 2020**

**WYNIKI WSTĘPNE Q3 2020**

**ECOMMERCE W GRUPIE CCC**

**ROZWÓJ EOBUIE.PL**

**OUTLOOK**

PODSUMOWANIE

PYTANIA I ODPOWIEDZI



**DARIUSZ MIŁEK** – CCC S.A.  
Założyciel, Przewodniczący  
Rady Nadzorczej



**MARCIN CZYCZERSKI** – CCC S.A.  
Prezes Zarządu



**KAROL PÓLTORAK** – CCC S.A.  
Wiceprezes Zarządu



**MARIUSZ GNYCH** – CCC S.A.  
Wiceprezes Zarządu



**MARCIN GRZYMKOWSKI**  
– eobuwie.pl S.A.  
Założyciel, Prezes Zarządu

Q2  
2020

**CCC**  
GROUP



**WSTĘP**

- 1** Bardzo wysoka dynamika e-commerce, stale wzmacniany kanał online
- 2** Szybka odbudowa sprzedaży po lockdownie
- 3** Istotny wzrost rentowności w kanale online
- 4** Dodatni wynik operacyjny (z wyłączeniem rezerw) w Q2; zbliżony rdr w Q3
- 5** Koncentracja na strategii i wyłączenie z Grupy nierentownych projektów
- 6** Bardzo dobry odbiór nowej kolekcji i nowej formy komunikacji z klientem



WSTĘP

# 05 Q2 2020 W LICZBACH\* (rdr) KLUCZOWA ROLA E-COMMERCE W PANDEMICZNYM KWARTALE

CCC  
GROUP

OFFLINE

1045  
SKLEPÓW

22  
RYNKI

-48%  
LFL

ONLINE

64  
PLATFORMY  
SPRZEDAŻY

+82%  
PRZYCHODY ONLINE

50%  
UDZIAŁ E-COMMERCE

GRUPA

-18%  
PRZYCHODY

29  
RYNKÓW

\* Z wyłączeniem KVAG

**CCC**  
GROUP

**WYNIKI FINANSOWE Q2 2020**

for: Gino Rossi | kolekcja AW'20 – buty Gino Rossi

# 07 SPOSÓB PREZENTOWANIA WYNIKÓW FINANSOWYCH GRUPY W ZWIĄZKU Z ZAWIĄZANymi REZERWAMI ORAZ REKLASYFIKACJĄ VOEGELE DO DZIAŁALNOŚCI ZANIECHANEJ

## Q2

|                    | Z działalnością zaniechaną<br>[mln PLN] | Działalność kontynuowana<br>[mln PLN] |
|--------------------|---|---------------------------------------|
| <b>Bez rezerw</b>  | EBIT <b>-9</b>                          | EBIT <b>41</b>                        |
|                    | EBITDA <b>174</b>                       | EBITDA <b>204</b>                     |
|                    | Wynik netto <b>-39</b>                  | Wynik netto <b>17</b>                 |
| <b>Z rezerwami</b> | EBIT <b>-283</b>                        | EBIT <b>-232</b>                      |
|                    | EBITDA <b>-100</b>                      | EBITDA <b>-69</b>                     |
|                    | Wynik netto <b>-587</b>                 | Wynik netto <b>-350</b>               |

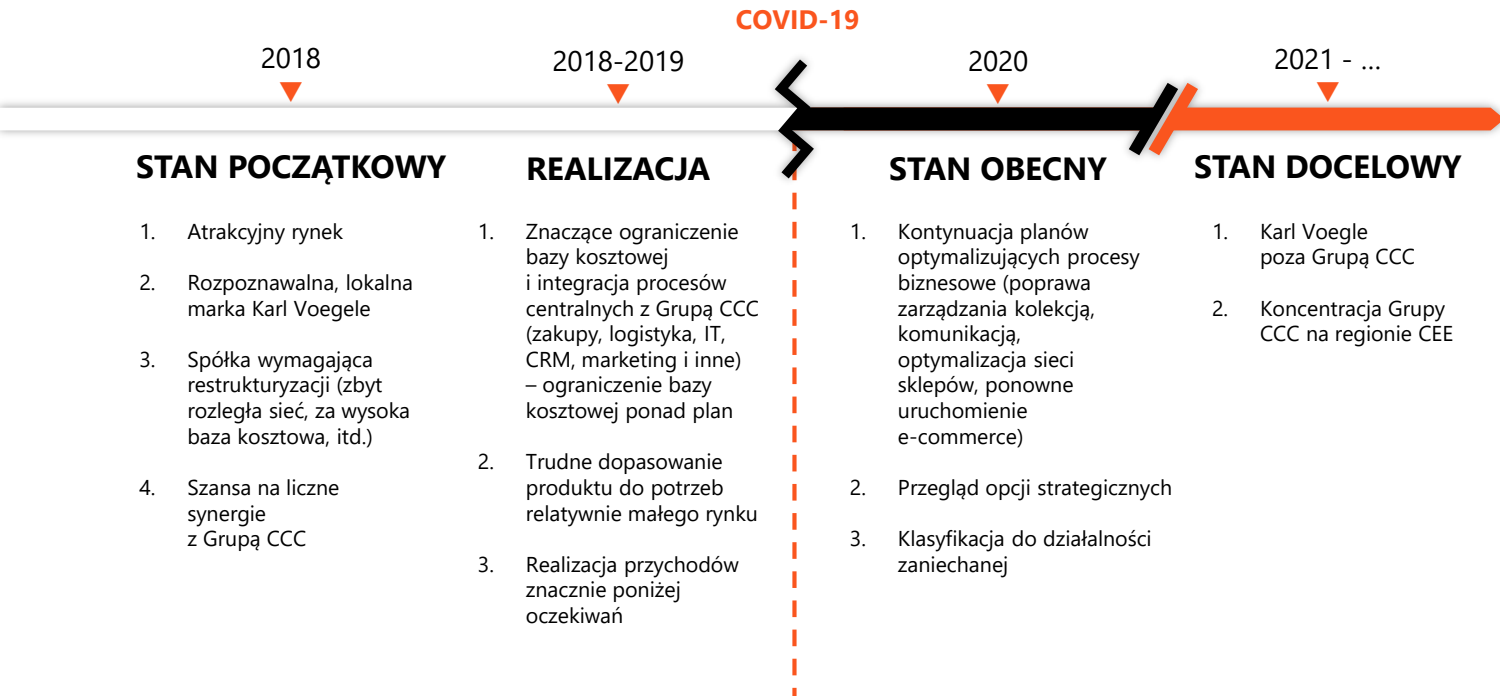
Dla zachowania porównywalności danych rok do roku, informacje wynikowe prezentowane są zgodnie z MSSF5 (działalność zaniechana).

Ponadto, wyniki drugiego kwartału obciążone są rezerwami i odpisami, zarówno o charakterze gotówkowym, jak i czysto księgowym. Są to zdarzenia jednorazowe, które zostały wyłączone z analizy wyników. Wpływ rezerw na wyniki omówiono na slajdzie nr 58.

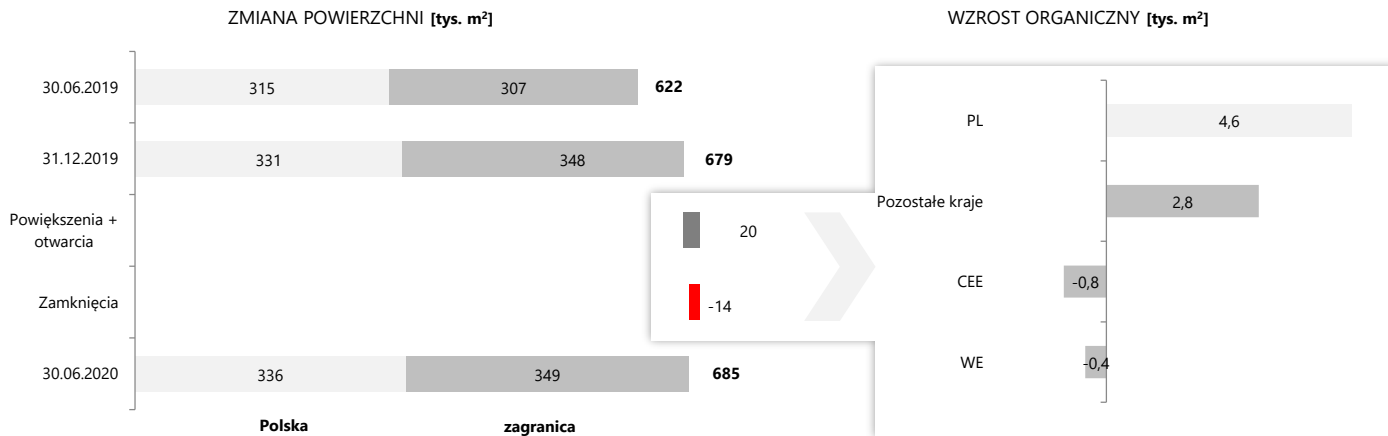


# 08 KARL VOEGELE – DZIAŁALNOŚĆ ZANIECHANA

## KONCENTRACJA NA REGIONIE CEE I ROZWOJU OMNICHANNEL



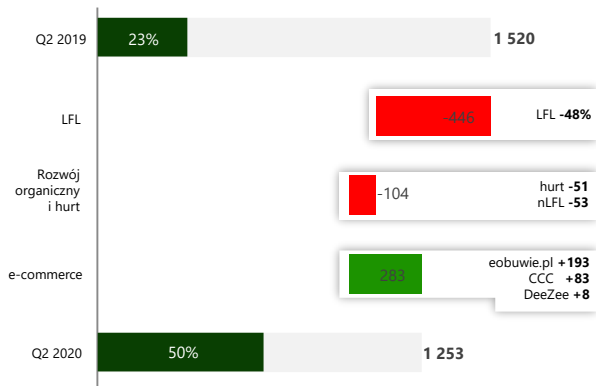
# 09 ZMIANA POWIERZCHNI HANDLOWEJ OD POCZĄTKU ROKU OGROMACZONE INWESTYCJE W ZWIĄZKU Z KORONAWIRUSEM I WIĘKSZĄ KONCENTRACJĄ NA ONLINE



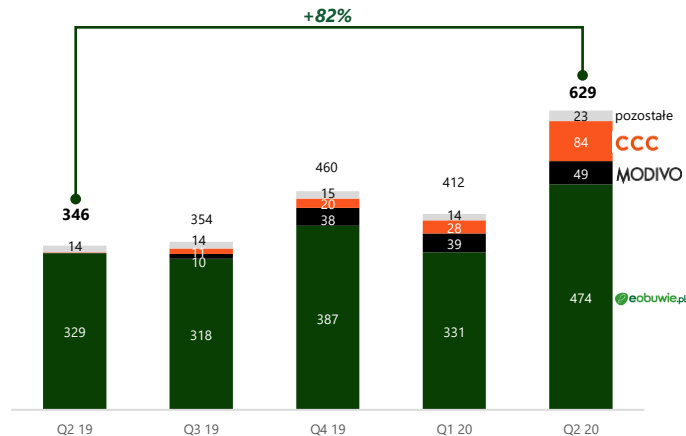
- Największa liczba otwarć w Polsce wynika z rozwoju sklepów hybrydowych eobuwie.
- Ze względu na niepewność związaną z wirusem, Spółka znacznie ograniczy plan otwarć w dalszej części roku (w stosunku do zapowiadanych wcześniej 60 tys. m<sup>2</sup> netto w 2020 roku).

# 10 SKONSOLIDOWANE PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY KONTYNUACJA DYNAMICZNEGO WZROSTU KANAŁU ONLINE

ZMIANA PRZYCHODÓW GRUPY RDR [mln PLN]



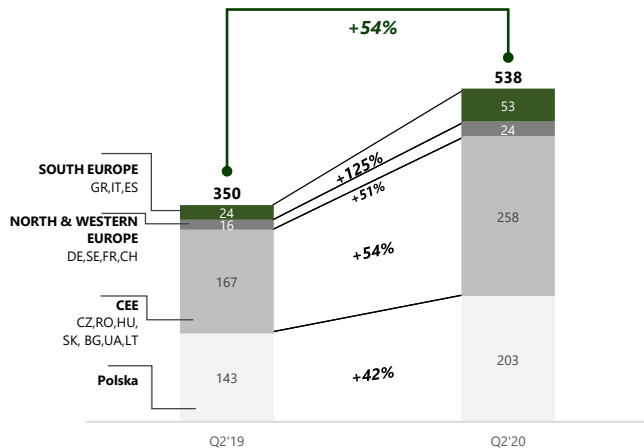
PRZYCHODY ECOMMERCE [mln PLN]



- Największy wpływ na zmianę przychodów miał brak sprzedaży detalicznej w kwietniu, spowodowany administracyjnym ograniczeniem handlu.
- E-commerce głównym kanałem sprzedaży podczas lockdownu – nawet trzycyfrowe dynamiki sprzedaży w okresie zamknięcia sklepów stacjonarnych.
- Przychody e-commerce z platform innych niż eobuwie.pl wyniosły już 156 mln PLN (25% udziału w e-commerce).
- Wzrost udziału e-commerce w przychodach Grupy, z 23% do 50% rdr. W kwietniu online odpowiadała za 95% sprzedaży Grupy.

# 11 WYNIKI EOBUIE.PL ROSNĄCY UDZIAŁ SPRZEDAŻY NA NOWYCH RYNKACH I SKOKOWA POPRAWA RENTOWNOŚCI

PRZYCHODY GRUPY EOBUIE.PL [mln PLN]



| % przychodów       | Q2'19 | Q2'20 | rdr       |
|--------------------|-------|-------|-----------|
| Marża brutto       | 45,5% | 47,0% | +1,5 p.p. |
| SG&A               | 41,9% | 35,9% | -6,0 p.p. |
| Logistyka*         | 10,2% | 7,7%  | -2,5 p.p. |
| Marketing*         | 19,9% | 14,0% | -5,9 p.p. |
| Zarząd i pozostałe | 11,8% | 14,2% | +2,4 p.p. |
| Marża EBIT         | 3,6%  | 10,4% | +6,8 p.p. |
| Marża EBITDA       | 5,0%  | 14,1% | +9,1 p.p. |

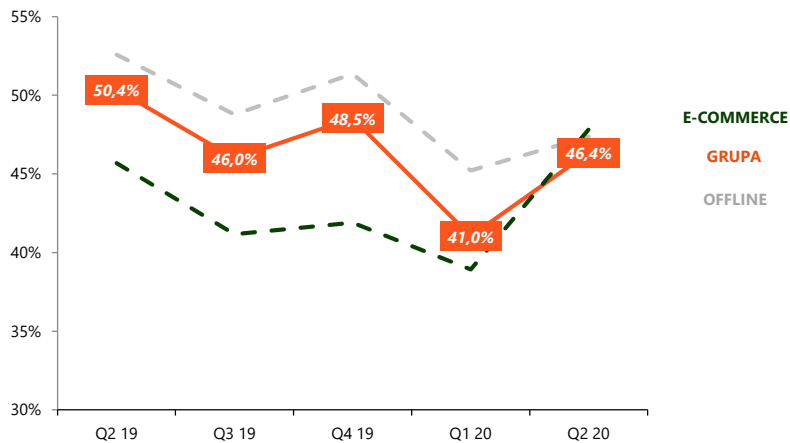
\* Definicja kosztów w Słowniku na slajdzie nr 68

- Najwyższe dynamiki wzrostu przychodów eobuie.pl we Włoszech, w Grecji i Bułgarii – ponad 100%.
- Znaczna poprawa marży EBITDA rdr i kdk. Poziom rentowności powyżej założeń strategii GO.22.
- Spadek kosztów marketingu względem przychodów o ponad 5 p.p rdr.

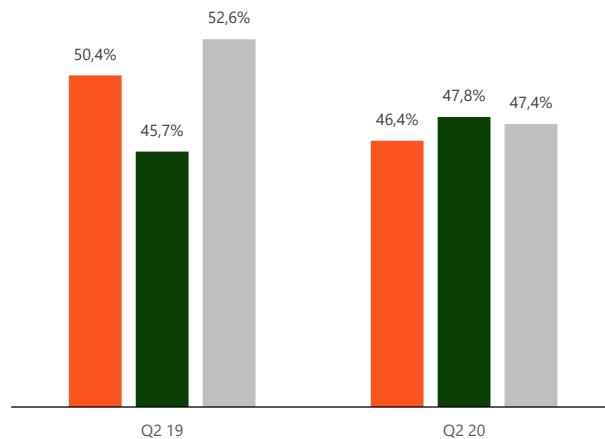
# 12 MARŻA BRUTTO W GRUPIE CCC

## ISTOTNA POPRAWA MARŻY W SEGMENTCIE E-COMMERCE

KWARTALNA MARŻA BRUTTO [%]



MARŻA BRUTTO Q2 19 vs Q2 20 [%]

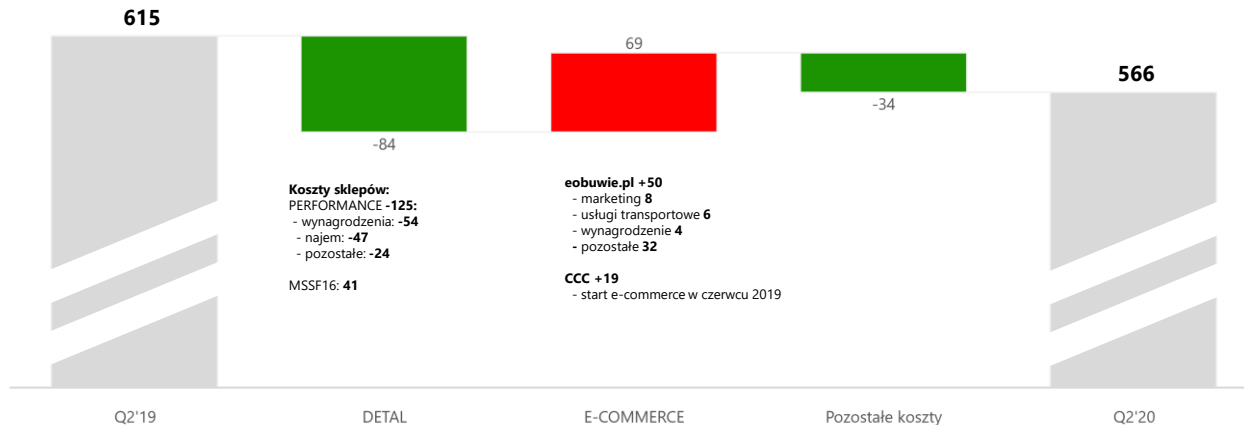


- Sprzedaż kolekcji SS'20 w pierwszych cenach przez bardzo krótki okres (zamknięte sklepy stacjonarne w kwietniu) oraz akcje promocyjne mające na celu przywrócić traffic w sklepach spowodowały spadek marży brutto w kanale offline.
- Wyraźna poprawa marży brutto e-commerce (+2,1 p.p. rdr).

# 13 KOSZTY SPRZEDAŻY I OGÓLNEGO ZARZĄDU\*

## DUŻE OGRANICZENIE KOSZTÓW W DETALU W ODPOWIEDZI NA COVID-19

SG&amp;A Q2 19 vs Q2 20 [mln PLN]



- Spadek kosztów sklepów głównie w związku z programami oszczędnościowymi uruchomionymi w następstwie negatywnych skutków COVID-19.
- Wzrost kosztów e-commerce (+47% rdr) wolniejszy od wzrostu przychodów (+82% rdr).

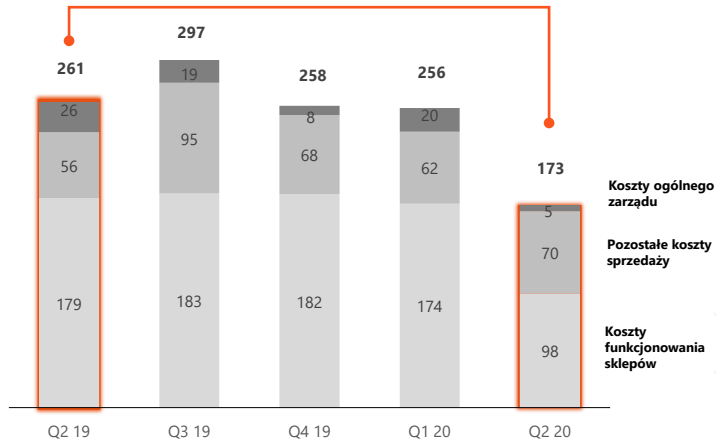
\*Wyniki na podstawie sprawozdania segmentów. Koszty zarządu nie alokowane do segmentu.

# 14 KOSZTY SG&A W PRZELICZENIU NA METR KWADRATOWY

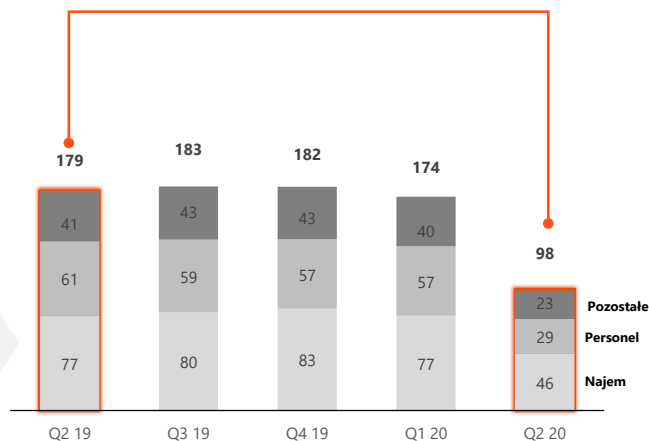
## ISTOTNY SPADEK KOSZTÓW SKLEPÓW W WYNIKU ZREALIZOWANYCH DZIAŁAŃ OSZCZĘDNOŚCIOWYCH

SG&A/M<sup>2</sup> [PLN na m-c]\*

-34% RDR

KOSZTY FUNKCJONOWANIA SKLEPÓW /M<sup>2</sup> [%]\*

-45% RDR



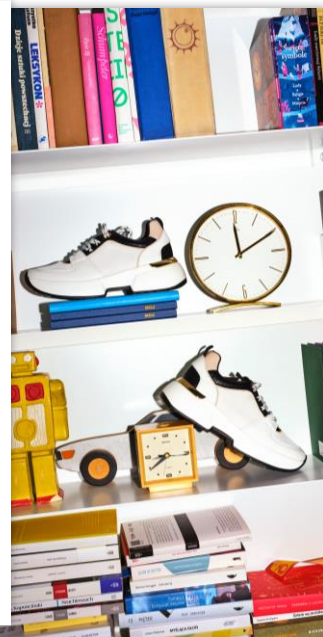
- Spadek kosztów funkcjonowania sklepów o 45% rdr we wszystkich grupach kosztowych (najem, personel, pozostałe).
- Utrzymanie kosztów funkcjonowania sklepów na poziomie poniżej 200 PLN/ m<sup>2</sup> zgodne jest z założeniami strategii GO.22.
- Na spadek kosztów personelu wpłynęły m.in. otrzymane dotacje, jak również zmiana wymiaru pracy w trakcie lockdownu.

\* Dane nie zawierają kosztów Voegele, Gino Rossi wpływu MSSF16 oraz kosztów e-commerce. Liczone według średniej powierzchni pracującej w kwartale.

# 15 RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT ZA Q2 2020

## DODATNI SKORYGOWANY ZYSK OPERACYJNY POMIMO LOCKDOWNU

| Z wyłączeniem KVAG                | RZiS oczyszczony o rezerwy |       |           | RZiS z uwzględnieniem rezerw |        |           |
|-----------------------------------|----------------------------|-------|-----------|------------------------------|--------|-----------|
|                                   | 2019                       | 2020  | rdr       | 2019                         | 2020   | rdr       |
| <b>PRZYCHODY</b> (mln PLN)        | 1 520                      | 1 253 | -18%      | 1 501                        | 1 253  | -18%      |
| <b>MARŻA BRUTTO</b>               | 50,4%                      | 46,4% | -4 p.p.   | 50,4%                        | 45,3%  | -5,1 p.p. |
| <b>WYNIK OPERACYJNY</b> (mln PLN) | 167                        | 41    | -75%      | 159                          | -232   | -         |
| marża operacyjna [%]              | 11,0%                      | 3,3%  | -7,7 p.p. | 10,4%                        | -18,5% | -         |
| <b>EBITDA</b> (mln PLN)           | 323                        | 204   | -37%      | 315                          | -69    | -         |
| marża EBITDA [%]                  | 21,2%                      | 16,3% | -4,9 p.p. | 20,7%                        | -5,5%  | -         |
| <b>WYNIK NETTO</b> (mln PLN)      | 111                        | 17    | -85%      | 103                          | -350   | -         |
| marża netto [%]                   | 7,3%                       | 1,4%  | -5,9 p.p. | 6,8%                         | -27,9% | -         |

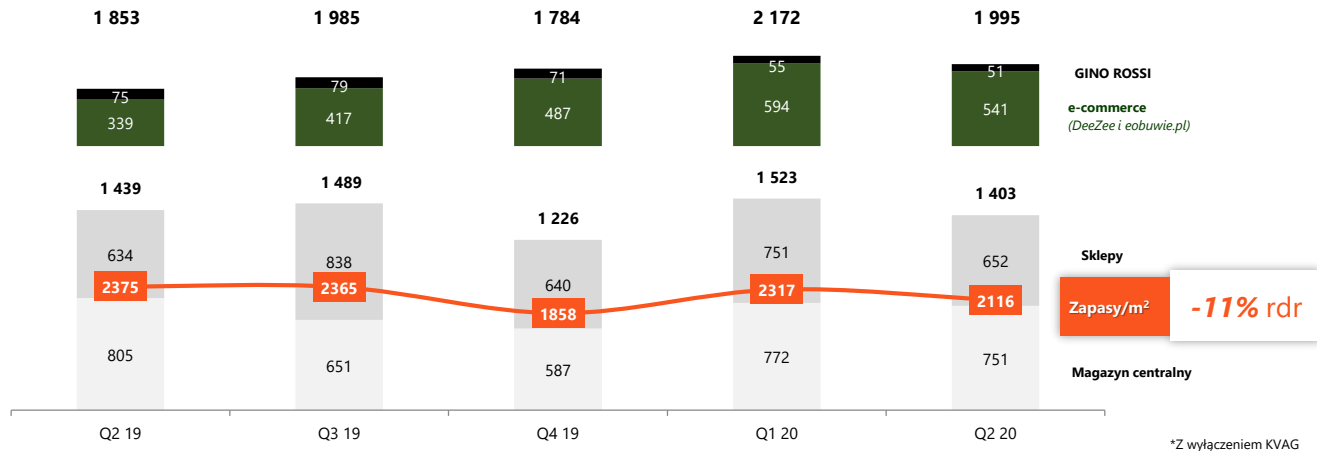




# 16 ZAPASY W GRUPIE CCC

## SPADEK ZAPASÓW / M2 POMIMO ZAMROŻENIA SPRZEDAŻY W SKLEPACH

ZAPASY\* [mln PLN]

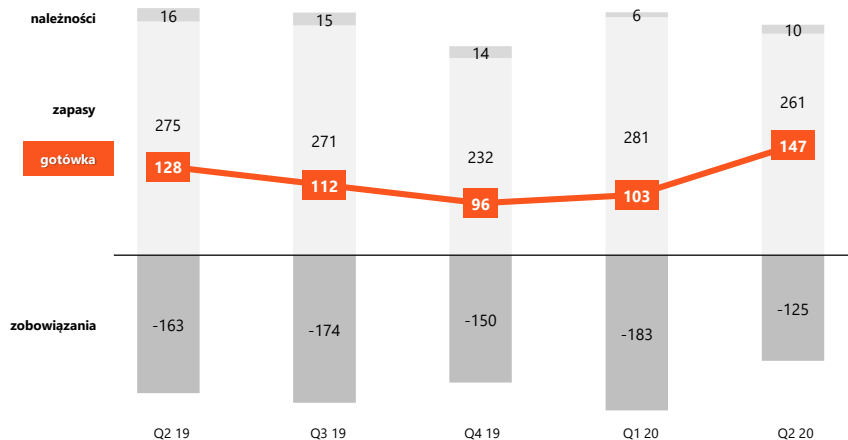


- Pomimo wzrostu powierzchni o 60 tys mkw rdr, lockdownu oraz wysokiej dynamiki e-commerce, poziom zapasów na podobnym poziomie rdr.
- Poprawa stanu zapasów / m2 także za sprawą nowego kalendarza sprzedażowego, poprawy sekwencyjności i taktu pracy w łańcuchu dostaw.
- Wzrost zapasów w e-commerce (+62% rdr) wolniejszy od wzrostu przychodów (+82% rdr).
- Magazyn centralny obejmuje także zapas ccc.eu.

# 17 PŁYNNOŚĆ FINANSOWA GRUPY CCC

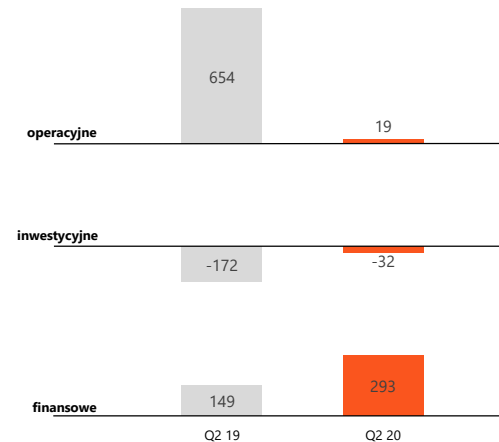
## PRZEPIŁYWY PIENIĘŻNE OBCIĄŻONE ADMINISTRACYJNYMI OGRANICZENIAMI HANDLU

CYKL KONWERSJI\* [liczba dni]



\* Z wyłączeniem KVAG

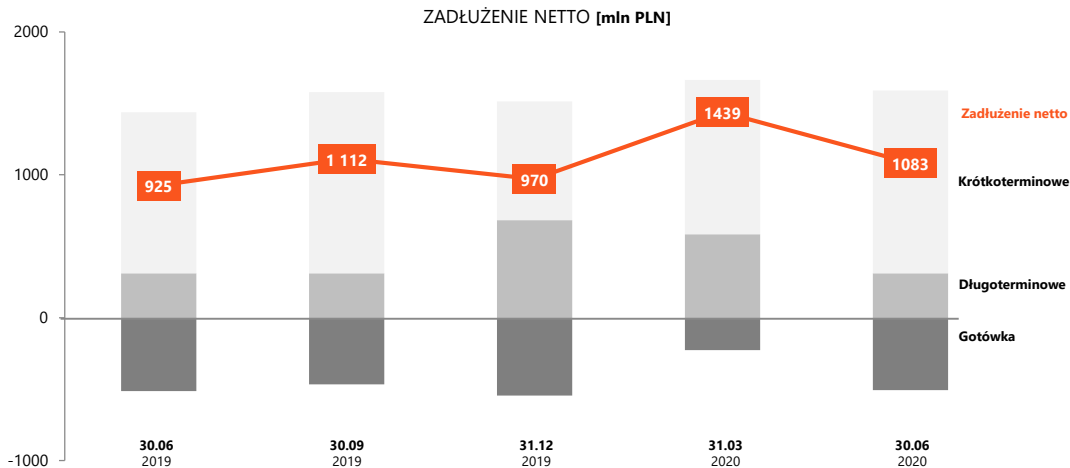
PRZEPIŁYWY PIENIĘŻNE [mln PLN]



- Pogorszenie cyklu konwersji gotówki o 19 dni rdr (15%) głównie z powodu skrócenia cyklu konwersji zobowiązań w związku z ustawą o zatorach płatniczych.
- Rachunek przepływów z działalności operacyjnej pod wpływem sytuacji rynkowej (zamknięcia sklepów, zmniejszony traffic).

# 18 ZADŁUŻENIE FINANSOWE

## SPADEK DŁUGU NETTO KDK WRAZ ZE STOPNIOWĄ ODBUDOWĄ MOŻLIWOŚCI GENEROWANIA GOTÓWKI



- Zadłużenie netto nieznacznie wyższe rdr głównie za sprawą trwającej nadal epidemii koronawirusa (wciąż istotnie niższy rdr traffic).
- Wskaźnik zadłużenia netto/EBITDA nie będzie weryfikowany na poziomie skonsolidowanym przez instytucje finansujące oraz obligatariuszy do momentu wygaśnięcia porozumień.

Uwaga: zadłużenie netto wykazywane w sprawozdaniach finansowych jako wymagalne do 3 miesięcy obejmuje także kredyty w rachunku bieżącym (charakter zobowiązania nakazuje wykazanie go w tej pozycji, niezależnie od umownego terminu wymagalności).



**WYNIKI WSTĘPNE Q3'20**

WYNIKI WSTĘPNE Q3'20

20 Q3 2020 W LICZBACH (rdr)

PODTRZYMANIE BARDZO WYSOKIEJ DYNAMIKI ONLINE, ODBUDOWA OFFLINE

CCC  
GROUP

OFFLINE

1209

(bez KVAG 1053)

SKLEPY

22

RYNKI

-16%

LFL



ONLINE

66

PLATFORM  
SPRZEDAŻY

+60%

PRZYCHODY ONLINE

38%

UDZIAŁ E-COMMERCE

GRUPA

+4%

PRZYCHODY

29

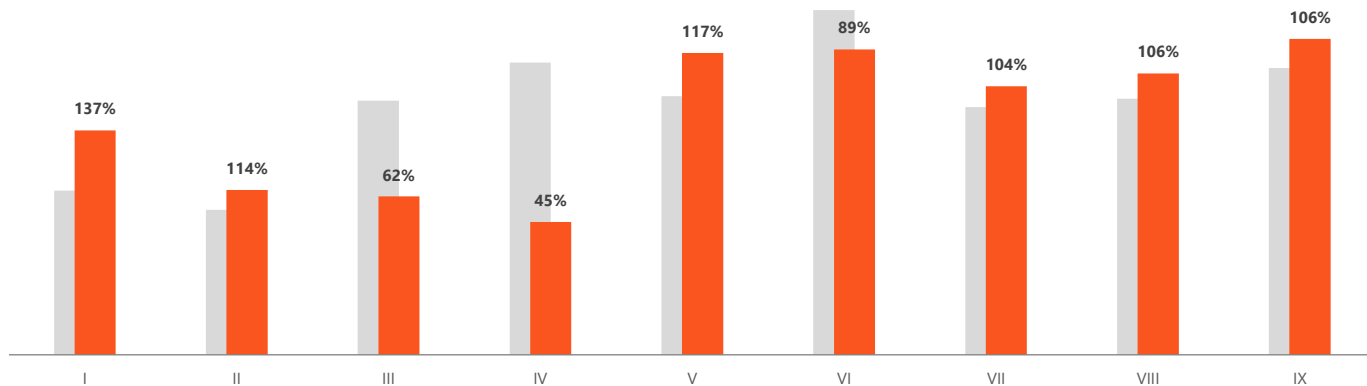
RYNKÓW



# 21 ODBUDOWA PRZYCHODÓW GRUPY PO OKRESIE ZAMROŻENIA GOSPODARKI 2020 WYRAŹNIE LEPSZY SPRZEDAŻOWO RDR PRZED I PO LOCKDOWNIE

**REALIZACJA PRZYCHODU 2020 (% vs 2019)**

Z wyłączeniem KVAG

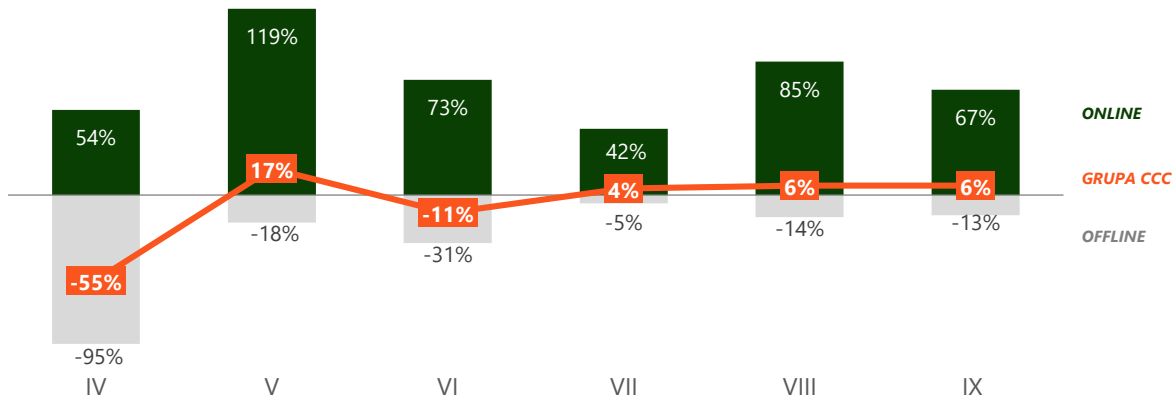


- Przychody w styczniu i lutym znacznie powyżej zeszlatorocznych.
- Sprzedaż w marcu i kwietniu gorsza rdr z powodu zamknięcia sklepów stacjonarnych.
- Od maja powrót do przychodów lepszych rdr (wyjątkiem czerwiec – bardzo wysoka baza 2019, historycznie rekordowy sprzedażowo miesiąc).

## 22 STOPNIOWE ODBUDOWYWANIE HANDLU OFFLINE DYNAMICZNIE ROSNĄCY E-COMMERCE POMIMO POWROTU SPRZEDAŻY STACJONARNEJ

### MIESIĘCZNA DYNAMIKA PRZYCHODÓW W POSZCZEGÓLNYCH KANAŁACH SPRZEDAŻY RDR

Z wyłączeniem KVAG



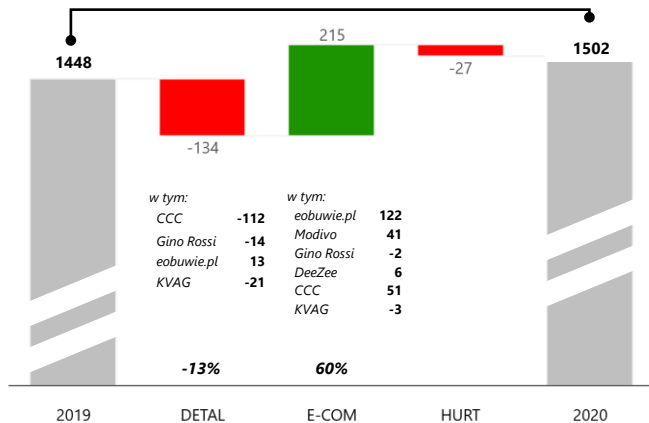
- Sprzedaż w kwietniu realizowana praktycznie tylko przez kanał e-commerce z powodu zamkniętych podczas lockdownu sklepów (pod koniec kwietnia otwarte retail parki w Polsce, Czechach i na Węgrzech).
- Najlepsza dynamika e-commerce w maju, pomimo dużo większej liczby otwartych sklepów niż w kwietniu.
- Spadek sprzedaży w sklepach stacjonarnych w czerwcu zaburzony wysoką bazą (+62% rdr w czerwcu 2019).
- Sprzedaż w Q3'20 lepsza rdr za sprawą konsekwentnie odbudowujących się przychodów w kanale stacjonarnym i utrzymującej się, bardzo wysokiej dynamiki e-commerce.

# 23 PRZYCHODY I MARŻA BRUTTO GRUPY CCC W Q3'20

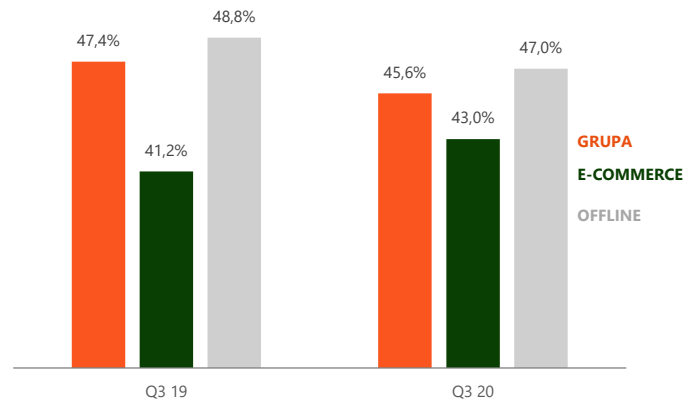
## UTRZYMANIE WYSOKIEJ DYNAMIKI E-COMMERCE I DALSZA POPRAWA MARŻY W SEGMCENCIE ONLINE

ZMIANA PRZYCHODÓW RDR [mln PLN]

+ 4% rdr



MARŻA BRUTTO Q3 19 vs Q3 20 [%]



- Istotna poprawa LFL kdk (-16% w Q3'20 vs -48% w Q2'20). Niższy rdr traffic kompensowany utrzymując się na wysokim poziomie konwersją i koszykiem zakupowym.
- ccc.eu stanowi już 10% przychodów CCC w Polsce, wysokie kilka % udziału na pozostałych 5 rynkach.
- Rosnące znaczenie Modivo - 10% kontrybucja do sprzedaży Grupy eobuwie.
- Spadek marży w kanale stacjonarnym związany z wyższym rdr udziałem promocji w sprzedaży sierpniowej. Wzrost marży e-commerce o ponad 1 p.p. rdr.



# 24 RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT ZA Q3 2020

## DYSCYPLINA KOSZTOWA POMIMO ROZWOJU POWIERZCHNI I ROSNĄCEGO ECOMMERCE

|   | Q3 2019      | w tym KVAG | Q3 2020      | w tym KVAG | Δ Q3'19-Q3'20 | rdr              |
|---|--------------|------------|--------------|------------|---------------|------------------|
| <b>Przychody</b>  | <b>1 448</b> | 119        | <b>1 502</b> | 95         | <b>54</b>     | <b>4%</b>        |
| <b>Zysk brutto ze sprzedaży</b>   | <b>686</b>   | 64         | <b>686</b>   | 49         | -             | -                |
| <b>Marża brutto na sprzedaży [%]</b>  | <b>47,4%</b> | 53,8%      | <b>45,6%</b> | 51,7%      | -             | <b>-1,8 p.p.</b> |
| <b>Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu oraz pozostałe przychody i koszty operacyjne</b> | <b>670</b>   | 98         | <b>694</b>   | 65         | <b>24</b>     | <b>4%</b>        |
| <b>Wynik na działalności operacyjnej</b>  | <b>16</b>    | -34        | <b>-8</b>    | -16        | <b>-24</b>    | -                |
| <b>EBITDA</b>   | <b>193</b>   | -6         | <b>176</b>   | -16        | <b>-17</b>    | <b>-9%</b>       |

- Szybka odbudowa sprzedaży po lockdownie spowodowanym pandemią koronawirusa.

- Spadek marży brutto Grupy CCC związany z wyższą aktywnością promocyjną w kanale stacjonarnym. Konsekwentny wzrost marży brutto w kanale e-commerce.

- Nieznaczny wzrost kosztów o 4%, przy wzroście powierzchni handlowej rdr o 6% i bardzo wysokiej dynamice sprzedaży e-commerce (+60%).

- Zbliżony do zeszłorocznego wynik operacyjny, nieznaczny spadek marży EBITDA, o 1,6 p.p. do 11,7%.

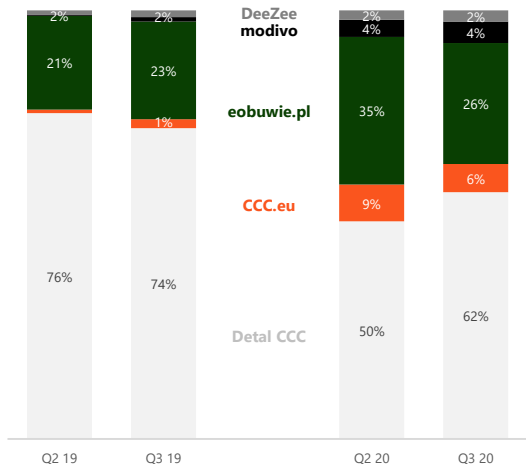
**CCC**  
GROUP

**E-COMMERCE W GRUPIE CCC**



# 26 WZROST UDZIAŁU ECOMMERCE W PRZYCHODACH GRUPY INWESTYCJE SKONCENTROWANE NA KANAŁACH SPRZEDAŻY ONLINE

## STRUKTURA PRZYCHODÓW GRUPY CCC W REGIONIE CEE



## KLUCZOWE DZIAŁANIA ZREALIZOWANE W OBSZARZE E-COMMERCE

### Rozbudowa i optymalizacja logistyki

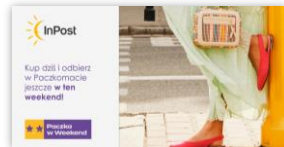
- U uruchomienie centrum logistycznego K2 w eobuwie
- Przeniesienie logistyki ecom Gino Rossi do eobuwie

### Nowe platformy sprzedaży

- CCC.eu na 6 rynkach (w Q2'20 3 nowe)
- Aplikacja mobilna CCC na nowych rynkach
- Debiut eobuwie w Chorwacji
- DeeZee na 4 nowych rynkach
- Produkty CCC dostępne online w Rosji i na Ukrainie poprzez platformy Wildberries, Ozon i Kasta
- Sklep flagowy Modivo w Galerii Młociny

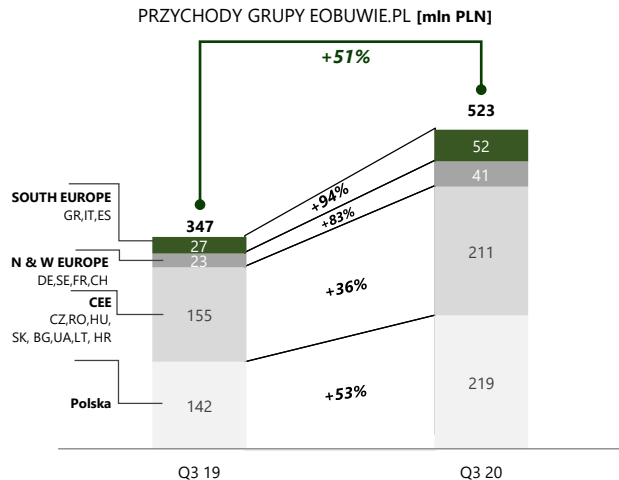
### Doświadczenie zakupowe klienta

- „Paczka w weekend” z InPost
- esize.me 2D w eobuwie – mobilny skaner
- Visual Search, chatbot i voicebot w ccc.eu



# 27 WYNIKI EOBUIE.PL

## KOSZTY POD KONTROLĄ, UTRZYMANIE WYSOKIEJ RENTOWNOŚCI



| % przychodów | Q3'19 | Q3'20 | rdr       |
|--------------|-------|-------|-----------|
| Marża brutto | 41,7% | 42,8% | +1,1 p.p. |
| SG&A         | 36,7% | 36,2% | -0,5 p.p. |
| Marża EBIT   | 5,0%  | 6,6%  | +1,6 p.p. |
| Marża EBITDA | 6,9%  | 9,1%  | +2,2 p.p. |

- Wysoka dynamika przychodów w eobuwie, wzrost o 51% rdr. Rosnący udział Modivo w przychodach Grupy eobuwie (10%).
- Wzrost sprzedaży najwyższy w perspektywnym obszarze Europy południowej (+94%), głównie za sprawą Grecji (+86%) i Włoch (+200%).
- Kontynuowana poprawa rentowności rdr za sprawą dalszej poprawy marży brutto (+1,1 p.p) oraz ścisłej kontroli kosztów (-0,5 p.p. rdr).



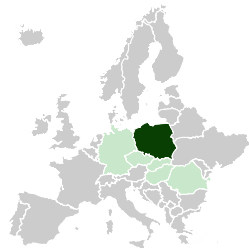
**CCC**  
GROUP

**ROZWÓJ EOBUWIE.PL**

 eobuwie.pl

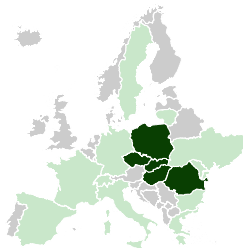
## 29 KAMIEŃ MIŁOWY ROZWOJU EOBUWIE SPÓŁKA WCHODZI W KOLEJNĄ FAZĘ WZROSTU

eobuwie.pl  
dzisiaj



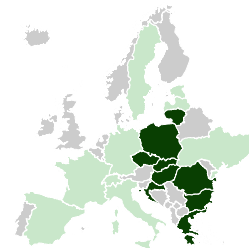
### **FAZA I (przed 2016):**

Polski sprzedawca obuwia online,  
rosnący w regionie CEE



### **FAZA II (2016-2020):**

Regionalny lider rozszerzający  
działalność w CEE i Europie  
Zachodniej

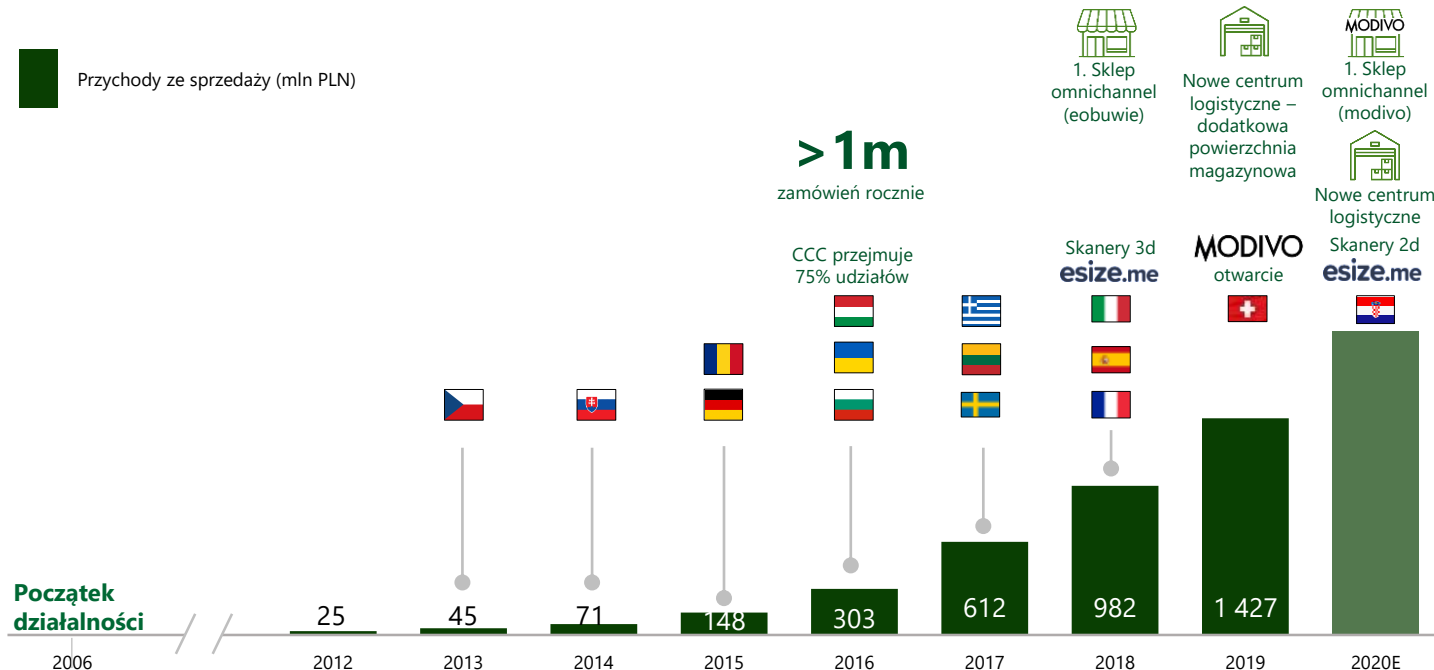


### **FAZA III (po 2020, post-COVID):**

Lider w kategorii obuwia w CEE,  
wygrywający w ramach całej ścieżki  
zakupowej klientów

# 30 KONSEKVENTNY WZROST SPRZEDAŻY I OBECNOŚĆ NA NOWYCH RYNKACH SYSTEMATYCZNIE BUDOWANA SKALA DZIAŁALNOŚCI

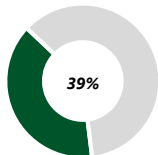
Przychody ze sprzedaży (mln PLN)



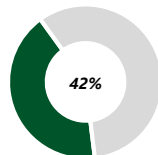
# 31 DYWERSYFIKACJA GEOGRAFICZNA EOBUWIE.PL ROSNĄCY UDZIAŁÓW RYNKÓW ZAGRANICZNYCH I POZYCJA LIDERA W CEE

## Udział w sprzedaży (H1'20)

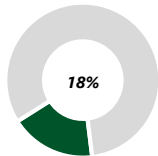
Lider rynku online w Polsce....



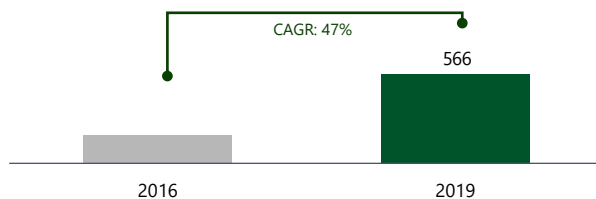
... dynamicznie rozwijający się w CEE (poza PL)...



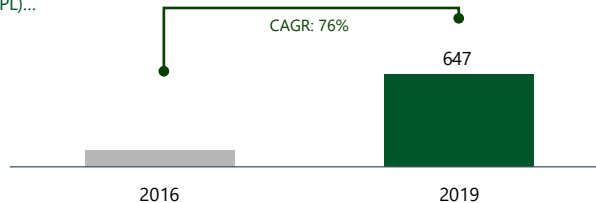
... z selektywnym doborem rynków Europy Zachodniej



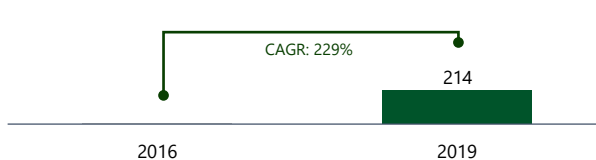
## Przychody ze sprzedaży (mln PLN)



#1 w Polsce<sup>1</sup>



#1 w CEE<sup>1</sup>



7 atrakcyjnych  
rynków

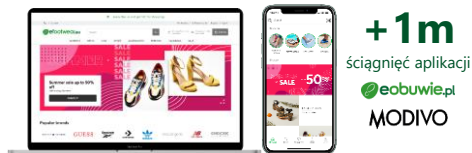


Wejście na rynek w 2017 i skokowe przejmowanie **udziału w rynku**; w 2019: ~17% (lider na rozproszonym rynku)



# 32 INWESTYCJE W DOŚWIADCZENIE ZAKUPOWE KONSUMENTA UNIKATOWA OFERTA I PUNKTY STYKU Z KLIENTEM

## Specjalista sprzedaży obuwia, top wybór wśród klientów



**+1m**  
ściągnięć aplikacji  
eobuwie.pl  
MODIVO

**>590m** wizyt (LTM)<sup>1</sup> **77%** mobilnych w 06.20

## Jeden z najszerszych wyborów obuwia markowego...

... powiększony o ofertę odzieży



**560 / 190**  
merek  
**7** marek własnych

## Innowacyjne sklepy hybrydowe



**25** sklepów<sup>2</sup> **~83** tys. SKU w sklepie<sup>3</sup>

## Nowoczesne systemy logistyczne



**Nieustająca poprawa procesów, inwestycje w maszyny**

- ✓ Automatyczna maszyna pakująca (od 09.20)
- ✓ Robot do kompletacji zamówień (od Q420)

## 2D / 3D skany stóp

Skaner 3D / 2D (mobilne) - największa baza zeskanowanych stóp na świecie<sup>4</sup>



**95%** paczek wysłanych w ciągu 24 godzin  
**14** krajów z dostawą w ciągu max 48h (maksymalna wydajność)  
**245** tys. sztuk / dzień  
**~300** skanerów 3D  
**99%** zeskanowanych modeli butów  
**1,3m** skanów klientów  
**~2-3x** większa konwersja z esize.me

**>200m** unikatowych użytkowników (LTM, do 06.20)



**9m** zamówień (LTM, do 06.20)

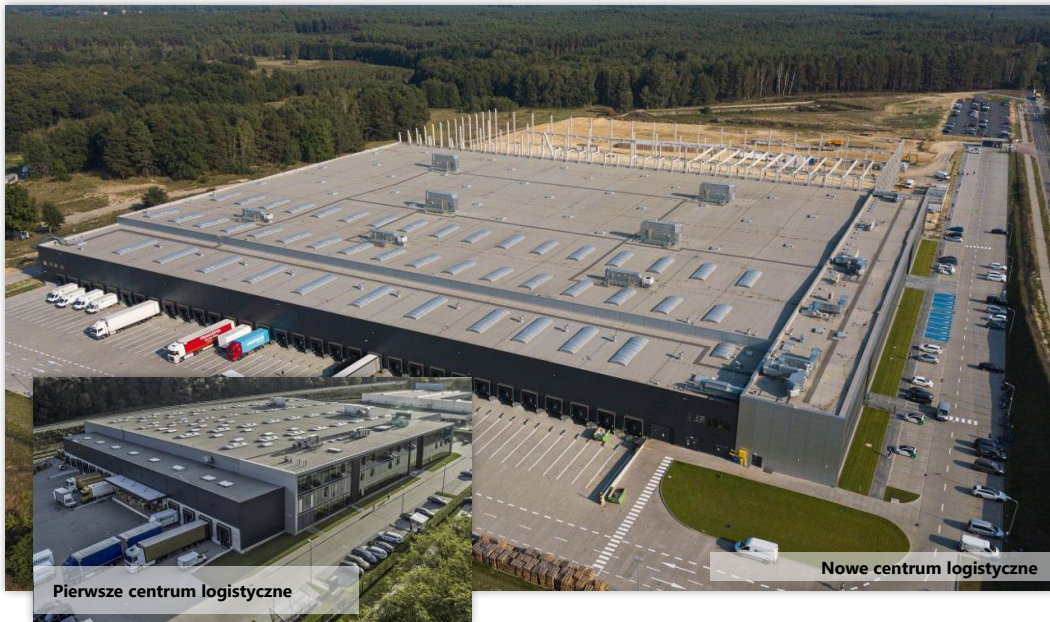


**MODIVO** eobuwie.pl  
**PLN 349** średnia wartość zamówienia<sup>5</sup>

1 – na 06.2020, liczba sesji unikatowych użytkowników na eobuwie i Modivo (web, mobile, app);

2 – bez outletu w Zielonej Górze, sklepy Modivo i eobuwie w Galerii Młociny liczone łącznie; 3 – max. ilość artykułów dostępna w wybranym sklepie flagowym; 4 – zgodnie z najlepszą wiedzą Spółki; 5 – dane 30.06.2020 LTM, przed zwrotami.

## 33 INWESTYCJE W NOWE MOCE LOGISTYCZNE ODBLOKOWANIE MOŻLIWOŚCI DALSZEGO WZROSTU



Pierwsze centrum logistyczne

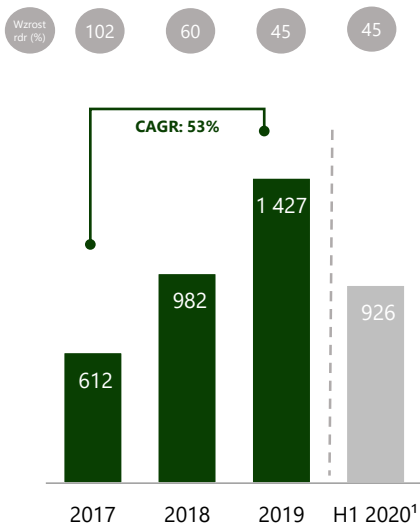
Nowe centrum logistyczne

- Nowe centrum logistyczne (2019/2020)
- Inwestycja ~130 mln PLN
- 45 tys. m<sup>2</sup> powierzchni do składowania
- Zaawansowana automatyka
- Zwielokrotnienie mocy przerobowych

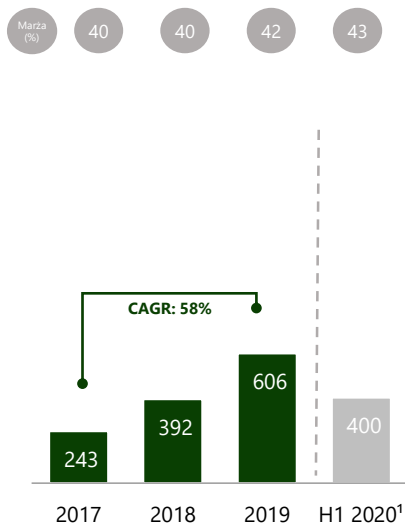


# 34 WYRÓŻNIAJĄCE SIĘ W BRAŻNY WYNIKI FINANSOWE KONSEKWENTNY WZROST PRZYCHODÓW PRZY UTRZYMANIU WYSOKIEJ RENTOWNOŚCI

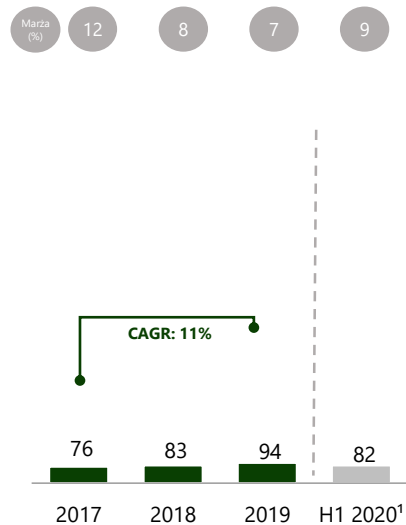
Przychody ze sprzedaży (mln PLN)



Zysk brutto na sprzedaży (mln PLN)

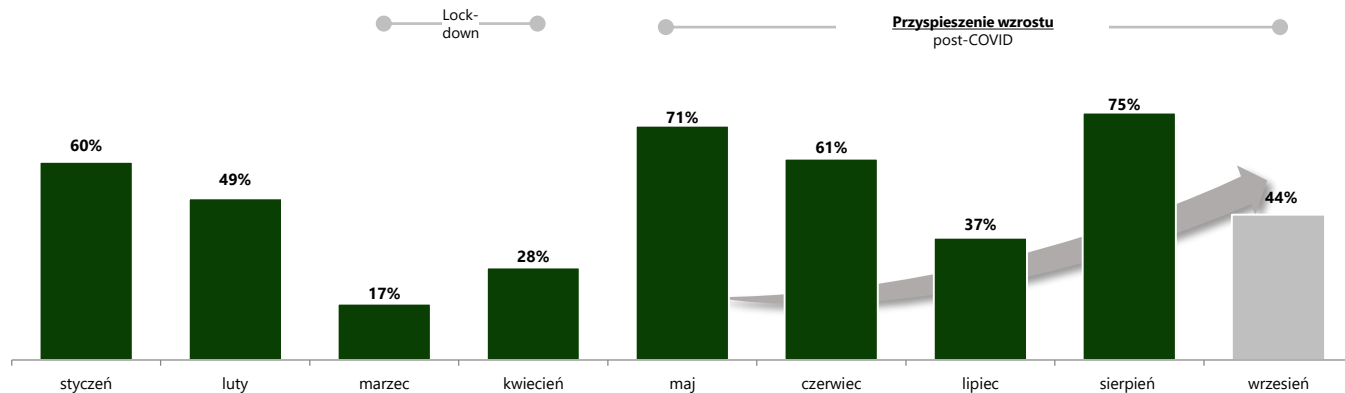


EBITDA (mln PLN)



# 35 PERSPEKTYWY DALSZEGO ROZWOJU EOBUIE DODATKOWY POTENCJAŁ NA BAZIE ZMIAN WYKREOWANYCH PRZEZ COVID-19

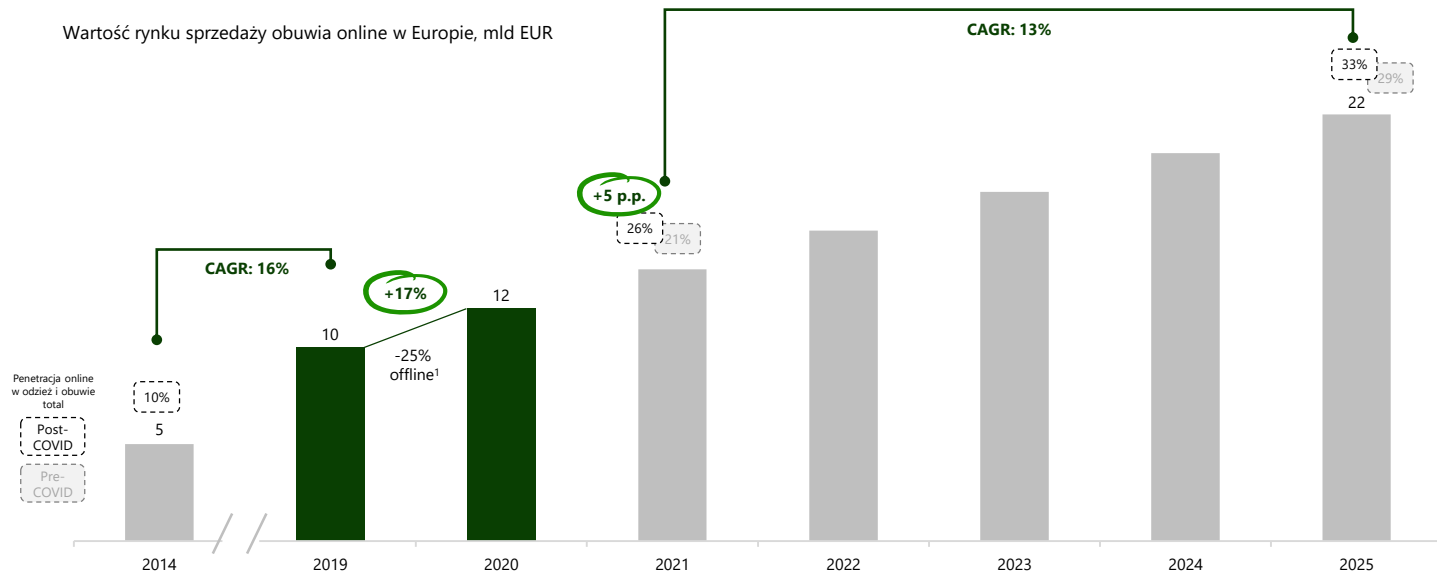
Przychody ze sprzedaży - zmiana rdr, dane miesięczne



Wejście na rynek 2018; trzycyfrowe wzrosty od 04.2020  
- konsekwentne powiększanie udziału rynkowego

# 36 DOBRE PERSPEKTYWY DLA RYNKU OBUWIA ONLINE W EUROPIE PRZYSPIESZENIE WZROSTU POST-COVID PRZEZ ZMIANĘ PREFERENCJI ZAKUPOWYCH KONSUMENTÓW

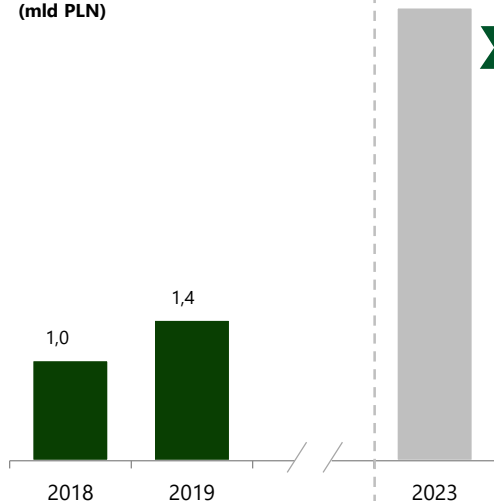
Wartość rynku sprzedaży obuwia online w Europie, mld EUR



Źródło: Estymacje eobuwie  
1 – offline dotyczy odzieży i obuwia

# 37 AMBICJE EOBUWIE.PL W PERSPEKTYWIE STRATEGICZNEJ POTROJENIE SKALI DZIAŁALNOŚCI DO 2023

Przychody ze sprzedaży  
(mld PLN)



*Jak to osiągniemy?*

1. PRZYSPIESZENIE WZROST RYNKU E-COM W ZWIĄZKU Z COVID

2. MODIVO - ROZWÓJ W SEGMENTCIE ODZIEŻY

3. ROZWÓJ „MARKETPLACE” – POSZERZANIE OFERTY

4. PERSONALIZACJA, LOJALIZACJA I POPRAWA RETENCJI

5. DALSZY ROZWÓJ MOBILE I APLIKACJI

6. EFEKTYWNA LOGISYTKA (MONETYZACJA INWESTYCJI)

7. NOWE SYSTEMY

8. ODPOWIEDNIA BAZA KAPITAŁOWA

**CELE SPRZEDAŻOWE I RENTOWNOŚCI BARDZIEJ AMBITNE NIŻ W GO.22**

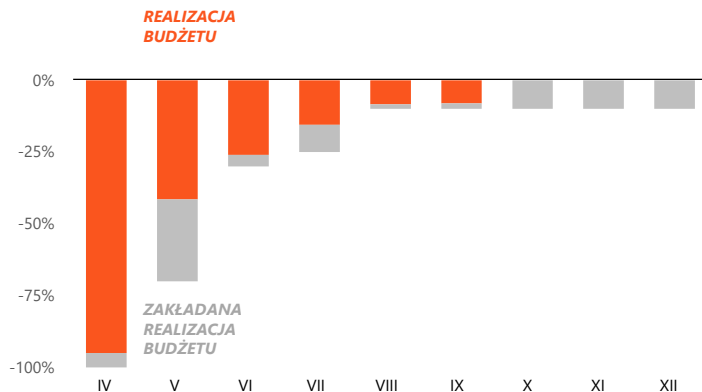
CEL EOBUWIE.PL: **230-250 MLN PLN EBITDA w 2021**

**PERSPEKTYWY**

# 39 II PÓŁROCZE 2020 W OBLICZU PANDEMII KORONAWIRUSA

## GRUPA CCC PRZYGOTOWANA NA CZAS NIEPEWNOŚCI

REALIZACJA BUDŻETU SPRZEDAŻY STACJONARNEJ (DETAL I HURT)  
W SCENARIUSZU BAZOWYM<sup>1</sup> WZNOWIENIA HANDLU W SKLEPACH



<sup>1</sup> – scenariusz zakładający możliwość realizacji sprzedaży stacjonarnej w wyniku otwarcia sklepów w maju oraz stopniową odbudowę poziomu popytu konsumenckiego, przy czym są to zdarzenia niezależne i poza wpływem Grupy mają więc charakter hipotetyczny, scenariuszowy

- 1. Monitorujemy sytuację epidemiologiczną** – opracowano szczegółowy plan działania dla 6 scenariuszy rozwoju pandemii
- 2. Prawdopodobieństwo drugiego zamrożenia gospodarki** oceniamy jako **niskie** (zgodnie z zapowiedziami władz państwowych)
- 3. Jesteśmy przygotowani na niższy niż normatywny ruch w sklepach** (zgodnie z pierwotnymi założeniami)
- 4. Jesteśmy przygotowani na zaostrzony reżim sanitarny** (m.in. prewencja antywirusowa w sklepach i biurach)
- 5. Uruchomiliśmy przegląd procesów antykrzysowych**, które wdrożyliśmy przy pierwszej fali epidemii
- 6. Jesteśmy beneficjentem zrealizowanych już działań optymalizacyjnych i oszczędnościowych**
- 7. Monetyzujemy inwestycje w rozwój platform e-commerce**



# 40 WPŁYW COVID-19 NA BRANŻĘ MODOWĄ I RYNEK OBUWIA KORONAWIRUS WZMOCNIŁ TRENDY ADRESOWANE W GO.22

## ODPOWIEDŹ GRUPY CCC NA ZMIANY ZACHOWAŃ KONSUMENCKICH

### ZASIĘG KANAŁU E-COMMERCE



- 8 nowych platform sprzedaży online w Q2 i 4 w Q3 2020
- Zdolności wysyłkowe logistyki e-commerce x3 rdr

### POPULARNOŚĆ OBUWIA SPORTOWEGO



- 20% udział obuwia sportowego w sprzedaży CCC w Q3'20
- Dalsza rozbudowa portfolio marek sportowych (VANS od AW20)
- Rosnąca rola marki Sprandi – 700 tys. sprzedanych par obuwia w Q3'20 (+11% rdr) oraz uzupełnienie oferty o odzież casual dla e-commerce

### WYŻSZA WRAŻLIWOŚĆ CENOWA

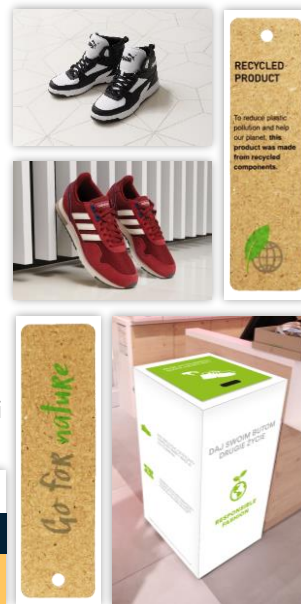


- 90% klientów zadowolonych lub b. zadowolonych z oferty
- 84% klientów znalazło w sklepie to, czego szukało
- Dla 93% klientów ceny obuwia b. atrakcyjne lub podobne do konkurencji

### ROSNĄCA ŚWIADOMOŚĆ EKOLOGICZNA



- Ekologiczna linia produktów „GoForNature” w kolekcji AW20
- Program recyklingu obuwia “Daj swoim butom drugie życie”
- Strategia Zrównoważonego Rozwoju Grupy CCC GO.22
- Rating „A” w MSCI ESG – wyróżniające się praktyki w branży



**PODSUMOWANIE**

- 1** Bardzo wysoka dynamika w kanale online: 82% w Q2 i 60% w Q3 rdr
- 2** Szybka odbudowa sprzedaży po lockdownie: przychody Grupy wyższe rdr już w Q3 (+4%)
- 3** Skokowy wzrost rentowności EBITDA eobuwie do 14,1% w Q2 (+9,1 p.p. rdr)
- 4** Dodatni wynik operacyjny bez zdarzeń jednorazowych w Q2 (+41 mln PLN), pomimo lockdownu
- 5** Wyłączenie z Grupy nierentownych projektów: rezerwy i odpisy na sponsoring i działalność w Szwajcarii i Niemczech
- 6** Bardzo dobry odbiór nowej kolekcji (40%-60% odsprzedaży pierwszej kapsuły w ciągu zaledwie 2 tygodni) i nowej formy komunikacji z klientem (bardzo wysoki NPS - online: 83, offline: 55)

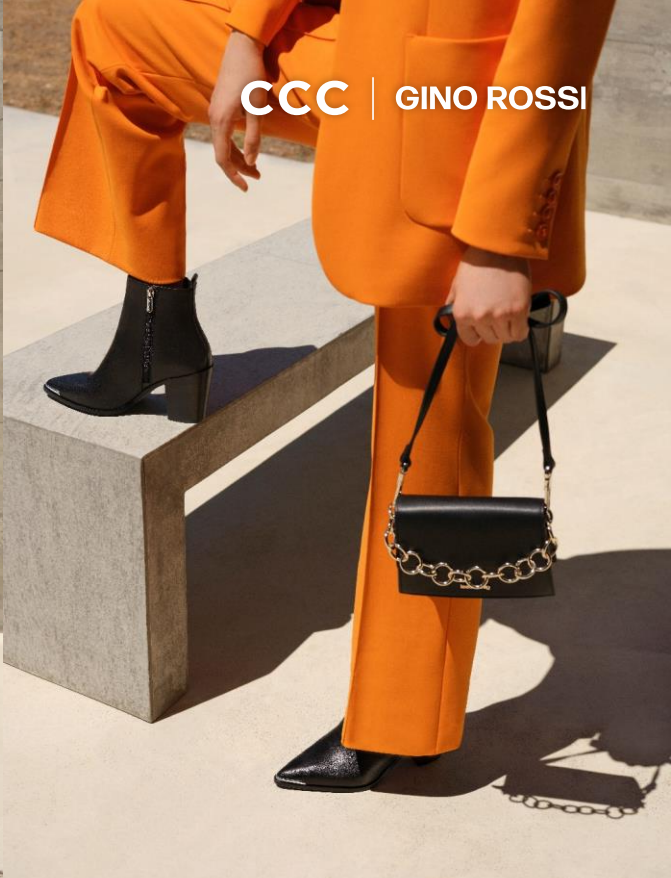




CCC | LASOCKI



CCC | JENNY FAIRY



CCC | GINO ROSSI







CCC | DeeZee









CCC | GINO ROSSI  
SOFT MINIMALISM





**CCC**  
GROUP

**PYTANIA I ODPOWIEDZI**

## KALENDARZ

PAŹDZIERNIK

- 5-7.10  Konferencja ERSTE The Finest CEElection 2020, Virtual
- 12-15.10  Konferencja DM Trigon – COVID Warriors
- 27.10  Skonsolidowany raport kwartalny za III kwartał 2020 r.

## ZESPÓŁ



**WOJCIECH LATOCHA**

IR Manager

+48 887 448 312

wojciech.latocha@ccc.eu



**TOMASZ POKORA**

IR Analyst

+48 76 84 58 747

tomasz.pokora@ccc.eu

**CCC**  
GROUP

**DZIĘKUJEMY**

**SLAJDY POMOCNICZE**



# 55 NIŻSZA ODWIEDZIALNOŚĆ KOMPENSOWANA WYŻSZĄ KONWERSJĄ I KOSZYKIEM BARDZIEJ ZDECYDOWANY I KUPUJĄCY WIĘCEJ PRODUKTÓW KLIENT

|                                    | Q2 2020 | Q3 2020<br>QTD | 2019 | GO.22<br>(2022) | DZIAŁANIA UKIERUNKOWANE<br>NA MAKSYMALIZACJĘ KPI   |
|------------------------------------|---------|----------------|------|-----------------|--|
| TRAFFIC/m <sup>2</sup><br>[os./mc] | 16,9    | 26,2           | 33,9 | 30,9            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Atrakcyjna <b>oferta produktowa SS20</b></li> <li>Rozbudowa oferty o <b>nowe marki</b>, m.in. Bugatti, Tom Tailor, Mustang</li> <li>Wysokozasięgowe kampanie reklamowe, m.in. Lasocki „Moje odkrycie”, Gino Rossi „Piękne chwile. Piękne życie”, czy „Tęskniliśmy za Wami”</li> <li><b>Współpraca z influencerami</b> i promocja poprzez social media (m.in. akcje #hometimestories, Dance/Play with CCC, Akcja Customizacja)</li> <li><b>Rozwój działalności klubowej</b> – start w Rumunii (ogółem 10 mln klubowiczów)</li> </ul> |
| KONWERSJA<br>[%]                   | 23,9    | 16,9           | 14,6 | 16,4            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Szeroka <b>oferta produktowa i atrakcyjne ceny</b></li> <li><b>Inwestycje w obsługę klienta</b> (m.in. 3x niższa liczba reklamacji, szkolenia pracowników sklepowych nt. najnowszej kolekcji)</li> <li>Bardzo wysoki NPS (55 punktów) w pozakupowej ankiecie klienckiej</li> </ul>  |
| KOSZYK<br>[szt.]                   | 1,8     | 1,7            | 1,6  | 1,7             | <ul style="list-style-type: none"> <li>Akcja „Summer sets with CCC” – <b>rozbudowana oferta akcesoriów</b></li> <li>Akcja „Zainspiruj się naszymi letnimi stylizacjami” – propozycje zestawów złożonych z produktów CCC</li> <li>Rabat na drugi produkt / przy zakupie dwóch produktów – <b>zachęta do zakupów wieloproduktowych</b></li> </ul>  |

# 56 STABILIZACJA FINANSOWANIA GRUPA GOTOWA NA SEZON JESIEŃ-ZIMA 2020

## AKCJONARIUSZE (EMISJA AKCJI)

- Uplasowano wszystkie akcje nowej emisji (13,7 mln)
- 507 mln PLN wartość całej emisji nowych akcji

## OBLIGATARIUSZE

- Uchwalona zmiana Warunków Emisji Obligacji
- Brak testowania kowenantów
- Utrzymanie pierwotnego terminu wykupu i obsługi odsetek

## BANKI / INSTYTUCJE FINANSUJĄCE

- Implementacja porozumienia z Bankami
- Utrzymanie obecnych limitów i finansowania do co najmniej 30/04/2021
- Prace nad finansowaniem gwarantowanym przez BGK (250 mln PLN) oraz dodatkowym finansowaniem z PFR
- Rozszerzenie finansowania dla eobuwie 60-90 mln PLN

## UREGULOWANIE PŁATNOŚCI ZA SS20

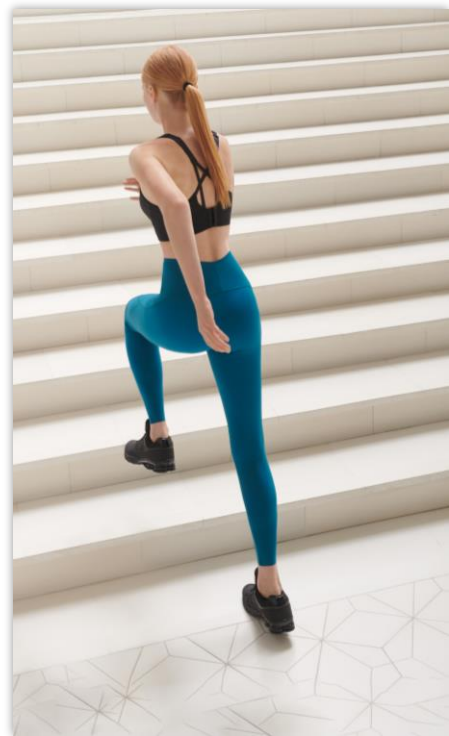
- Pełne rozliczenie SS20

## ZAMÓWIENIE AW20

- Zredukowane o 15%
- Opłacone zaliczki na poziomie 15%
- Dostarczone 80% kolekcji – zgodnie z planem

## PRACE NAD SS21

- Zamówienie zgodne z GO.22 (bez redukcji)
- Finalizacja budowy kolekcji



# 57 PROGRAMY OSZCZĘDNOŚCIOWE CCC SMUKLEJSZĄ KOSZTOWO ORGANIZACJĄ

OSZCZĘDNOŚCI [mln PLN]

|                                | 2020        | 2021           |  |
|--------------------------------|-------------|----------------|--|
| OPTIMALIZACJA<br>KOSZTÓW PRACY | 108         | ~20            | <b>KLUCZOWE DZIAŁANIA UKIERUNKOWANE<br/>NA OPTIMALIZACJĘ KOSZTÓW</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Obniżenie wymiaru etatu pracowników, postojowe w czasie zamrożenia gospodarki</li> <li>▪ Dostosowanie etatyżacji do skali działalności</li> <li>▪ Wygaszanie kończących się umów</li> <li>▪ Dofinansowanie do utrzymania miejsc pracy</li> </ul> |
| RENEGOCJACJE<br>CZYN SZÓW      | trzycyfrowe | ~50%<br>z 2020 | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Negocjacje wszystkich umów najmu</li> <li>▪ Uelastycznienie kosztów</li> <li>▪ Zamknięcia wybranych lokalizacji</li> </ul>  |
| POZOSTAŁE                      | 53          | 93             | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ IT (insourcing rozwoju systemów, inne)</li> <li>▪ Redukcje w administracji i pozostałe (podróże, usługi, etc.)</li> <li>▪ Marketing / sponsoring</li> <li>▪ Optymalizacja logistyki</li> </ul>  |



# 58 REZERWY I ODPISY UJĘTE W WYNIKACH ZA I PÓŁROCZE 2020

## ELIMINACJA NIERENTOWNYCH PRZEDSIĘWZIĘĆ ORAZ UJĘCIE PRZYSZŁYCH KOSZTÓW

### GOTÓWKOWE

mIn PLN

WARTOŚĆ  
ODPISU

140

WSTĘPNY  
SZACUNEK

150-160

- restrukturyzacja obecności na rynku szwajcarskim
- działania dot. zamknięć wybranych sklepów na rynku niemieckim
- zamknięcie aktywności związanej ze sponsoringiem sportowym
- jednorazowe koszty związane z refinansowaniem Grupy CCC

### KSIĘGOWE

mIn PLN

449

300-400

- działalność w stacjonarnych kanałach sprzedaży w CH i AT
- likwidacja wybranych sklepów w innych lokalizacjach
- przeszacowanie wartości zapasów oraz pożyczek

ODPIS / REZERWA  
[mIn PLN]WSTĘPNY SZACUNEK  
[mIn PLN]

PRZYCZYNA ZMIANY KALKULACJI

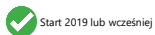
|                               | ODPIS / REZERWA<br>[mIn PLN] | WSTĘPNY SZACUNEK<br>[mIn PLN] | PRZYCZYNA ZMIANY KALKULACJI  |
|-------------------------------|------------------------------|-------------------------------|--|
| <b>KVAG</b>                   | 221,4                        | 49,2                          | Wycena wartości przedsiębiorstwa do wartości godziwej uwzględniająca przekwalifikowanie do działalności zaniechanej. |
| <b>POŻYCZKI</b>               | 116,0                        | 108,9                         | Ryzyko oszacowano na wyższym poziomie.   |
| <b>ZAPASY</b>                 | 13,3                         | 40,3                          | Weryfikacja polityki tworzenia odpisów na zapasy.  |
| <b>RZECZOWE AKTYWA TRWAŁE</b> | 57,4                         | 102,6                         | Weryfikacja modelu wyceny odpisu na niezamortyzowane nakłady inwestycyjne.   |
| <b>POZOSTAŁE</b>              | 40,6                         | 32,8                          | Dodatkowy odpis aktualizujący należności, zamknięcie opcji PUT KVAG.   |

**REZERWY I ODPISY MAJĄ CHARAKTER JEDNORAZOWY I SĄ WYNIKIEM PRAC UKIERUNKOWANYCH NA POPRAWĘ RENTOWNOŚCI GRUPY CCC W KOLEJNYCH OKRESACH**

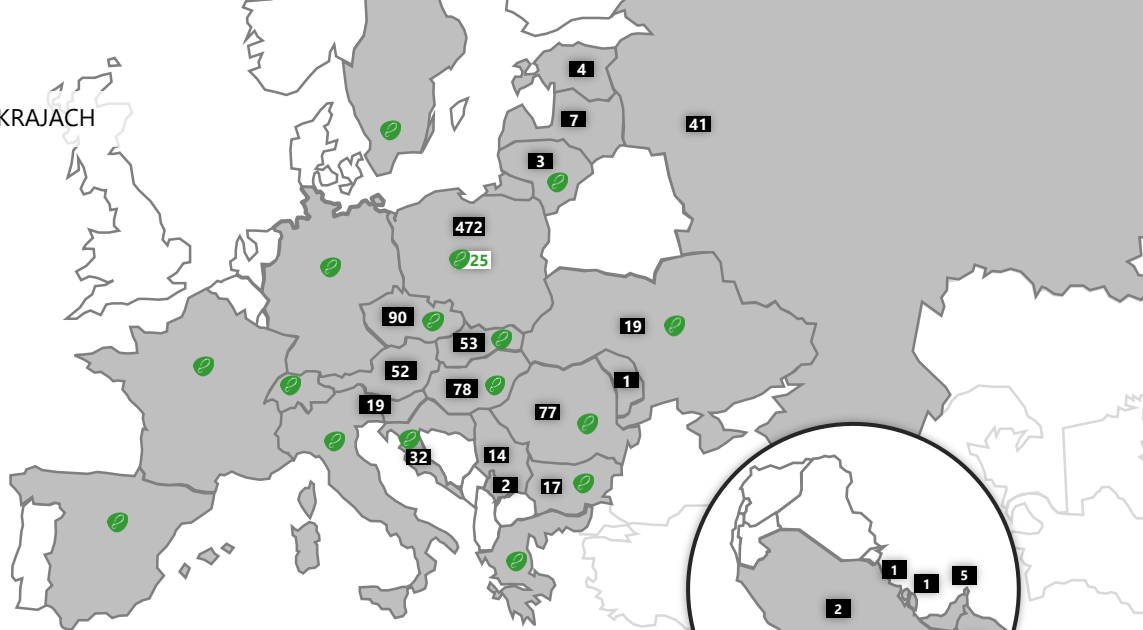
## 59 GEOGRAFICZNA DOSTĘPNOŚĆ KANAŁÓW SPRZEDAŻY GRUPY CCC



|   |         |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|---|--|---|---|---|---|---|---|---|---|--|---|---|---|---|---|---|---|
|   | PL   | CZ  | SK  | RO  | HU  | BG  | CRO   | AUT   | CH  | UA   | RU  | GR  | IT  | SI  | LT  | Pozostałe B&M   | Pozostałe e-com   |
|  | B&M     |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |   |   |  |  |  |   |
|   | WEB     |  |  |  |  |  |  |  |   |  |  |  |   |  |   |   |   |
|   | APP     |  |  |  |  |  |   |  |   |  |   |  |   |  |   |   |   |
|   | WEB     |  |  |  |  |  |  |   |  |  |   |  |  |   |  |   |  |
|   | APP     |  |  |  |  |  |  |   |  |  |   |  |  |   |  |   |  |
|   | B&M     |  |   |   |   |   |   |   |   |  |   |   |   |   |   |   |   |
|  | ONLINE  |  |  |  |  |   |  |   |   |  |   |   |   |   |   |   |   |
|   | B&M     |   |   |   |   |   |   |   |   |  |   |   |   |   |   |   |   |
|   | WEB     |  |  |  |  |  |  |   |  |  |   |  |  |   |  |   |  |
|   | APP     |   |   |   |   |   |   |   |   |  |   |   |   |   |   |   |   |
|   | B&M     |   |   |   |   |   |   |   |   |  |   |   |   |   |   |   |   |
|   | WEB     |  |  |  |  |  |   |   |   |  |   |   |   |   |   |   |   |
|   | APP     |   |   |   |   |   |   |   |   |  |   |   |   |   |   |   |   |



# 60 GRUPA CCC OBECNA W 29 KRAJACH



## LEGENDA

x / x  
sklepy stacjonarne

eobuwie.pl online

| POWIERZCHNIA HANDLOWA                     | 30.09.2020    | RDR (tys. m <sup>2</sup> ) | RDR (%)   |
|---|---------------|----------------------------|-----------|
| Własne, w tym                             | 652,5         | 37,1                       | 6%        |
| - eobuwie.pl                              | 17,1          | +8,1                       | 89%       |
| - Gino Rossi                              | 4,3           | -3,0                       | -41%      |
| Franczyz*<br>Razem [tys. m <sup>2</sup> ] | 35,4<br>687,9 | 4,8<br>41,9                | 16%<br>6% |

| LICZBA SALONÓW              | 30.09.2020  | RDR       |
|-----------------------------|-------------|-----------|
| Własne, w tym:              | 1 007       | +9        |
| - eobuwie.pl                | 25          | +11       |
| - Gino Rossi*               | 37          | -29       |
| Franczyz*<br>Razem [liczba] | 46<br>1 053 | +7<br>+16 |

\*nie obejmuje sklepów Gino Rossi

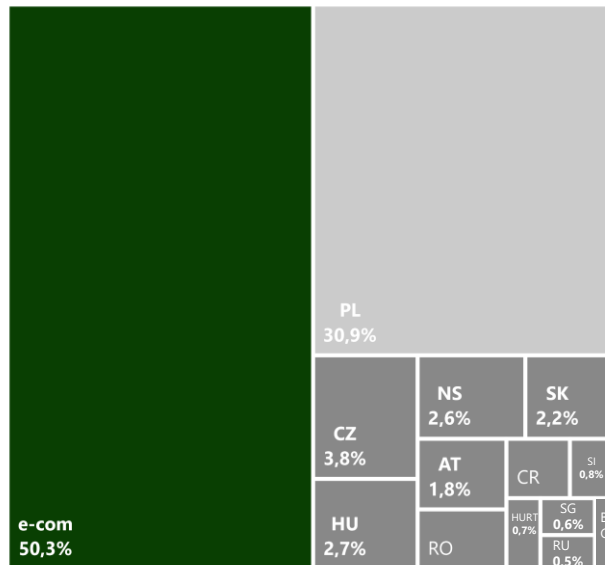
## 61 KONSEKWENTNY ROZWÓJ SIECI SPRZEDAŻY

| TYP                          | KRAJ                         | 30.06.2019     |              | 30.09.2019     |              | 31.12.2019     |              | 31.03.2020     |              | 30.06.2020     |              | 30.09.2020     |              |    |
|------------------------------|------------------------------|----------------|--------------|----------------|--------------|----------------|--------------|----------------|--------------|----------------|--------------|----------------|--------------|----|
|                              |                              | m <sup>2</sup> | liczba       | m <sup>2</sup> | liczba       | m <sup>2</sup> | liczba       | m <sup>2</sup> | liczba       | m <sup>3</sup> | liczba       | m <sup>3</sup> | liczba       |    |
| Własne                       | Polska                       | 299 184        | 471          | 305 476        | 472          | 312 275        | 473          | 310 755        | 470          | 313 748        | 469          | 315 110        | 472          |    |
|                              | Czechy                       | 53 215         | 93           | 53 937         | 93           | 56 721         | 96           | 55 513         | 93           | 54 665         | 91           | 54 165         | 90           |    |
|                              | Węgry                        | 52 080         | 75           | 52 898         | 75           | 57 197         | 80           | 56 896         | 79           | 56 473         | 78           | 56 726         | 78           |    |
|                              | Austria                      | 30 368         | 48           | 31 510         | 49           | 32 410         | 50           | 32 014         | 49           | 32 014         | 49           | 33 108         | 52           |    |
|                              | Słowacja                     | 33 702         | 53           | 33 702         | 53           | 33 702         | 53           | 33 373         | 52           | 34 148         | 53           | 34 148         | 53           |    |
|                              | Chorwacja                    | 17 884         | 27           | 18 667         | 28           | 19 811         | 29           | 19 811         | 29           | 20 602         | 30           | 21 115         | 32           |    |
|                              | Rosja                        | 31 683         | 38           | 32 663         | 39           | 34 212         | 41           | 34 550         | 42           | 34 372         | 42           | 32 296         | 41           |    |
|                              | Słowenia                     | 10 900         | 15           | 11 484         | 15           | 14 508         | 18           | 14 508         | 18           | 14 508         | 18           | 14 829         | 19           |    |
|                              | Bułgaria                     | 9 210          | 14           | 10 110         | 15           | 11 651         | 17           | 11 651         | 17           | 11 651         | 17           | 11 651         | 17           |    |
|                              | Serbia                       | 9 582          | 12           | 11 031         | 14           | 11 031         | 14           | 11 031         | 14           | 11 031         | 14           | 11 031         | 14           |    |
| Rumunia                      | 36 160                       | 64             | 37 572       | 65             | 42 921       | 71             | 42 921       | 71             | 43 668       | 72             | 46 870       | 77             |              |    |
| <b>CCC własne RAZEM</b>      |                              | <b>583 968</b> | <b>910</b>   | <b>599 050</b> | <b>918</b>   | <b>626 440</b> | <b>942</b>   | <b>623 022</b> | <b>934</b>   | <b>626 880</b> | <b>933</b>   | <b>631 049</b> | <b>945</b>   |    |
| FRANCYZA                     | Ukraina                      | 8 088          | 12           | 10 590         | 15           | 11 754         | 17           | 11 754         | 17           | 12 848         | 19           | 12 848         | 19           |    |
|                              | Łotwa                        | 4 409          | 7            | 4 409          | 7            | 4 409          | 7            | 4 409          | 7            | 4 409          | 7            | 4 409          | 7            |    |
|                              | Litwa                        | 2 657          | 4            | 2 657          | 4            | 2 657          | 4            | 2 657          | 4            | 2 657          | 4            | 2 657          | 4            |    |
|                              | Estonia                      | 2 629          | 3            | 2 629          | 3            | 3 734          | 4            | 3 734          | 4            | 3 734          | 4            | 2 879          | 3            |    |
|                              | Mołdawia                     | 740            | 1            | 740            | 1            | 740            | 1            | 740            | 1            | 740            | 1            | 740            | 1            |    |
|                              | Kosowo                       | 1 048          | 1            | 1 958          | 2            | 1 958          | 2            | 1 958          | 2            | 1 958          | 2            | 1 958          | 2            |    |
|                              | Katar                        | 1 002          | 1            | 1 002          | 1            | 1 002          | 1            | 1 002          | 1            | 1 002          | 1            | 1 002          | 1            |    |
|                              | Zjednoczone Emiraty Arabskie | 1 521          | 2            | 3 347          | 3            | 4 082          | 4            | 4 853          | 5            | 4 853          | 5            | 4 853          | 5            |    |
|                              | Arabia Saudyjska             |                |              | 1 050          | 1            | 1 050          | 1            | 1 050          | 1            | 1 876          | 2            | 1 876          | 2            |    |
|                              | Bahrajn                      |                |              | 929            | 1            | 929            | 1            | 929            | 1            | 929            | 1            | 929            | 1            |    |
| Oman                         |                              |                | 1 223        | 1              | 1 223        | 1              | 1 223        | 1              | 1 223        | 1              | 1 223        | 1              |              |    |
| <b>CCC franczyza RAZEM</b>   |                              | <b>22 094</b>  | <b>31</b>    | <b>30 532</b>  | <b>39</b>    | <b>33 537</b>  | <b>43</b>    | <b>34 309</b>  | <b>44</b>    | <b>36 228</b>  | <b>47</b>    | <b>35 373</b>  | <b>46</b>    |    |
| eobuwie.pl                   |                              |                | 7 777        | 12             | 9 076        | 14             | 11 945       | 19             | 14 133       | 22             | 17 146       | 25             | 17 146       | 25 |
| Gino Rossi                   |                              |                | 7 972        | 72             | 7 347        | 66             | 6 713        | 59             | 5 101        | 44             | 4 633        | 40             | 4 327        | 37 |
| <b>CCC RAZEM</b>             |                              | <b>621 811</b> | <b>1 025</b> | <b>646 005</b> | <b>1 037</b> | <b>678 635</b> | <b>1 063</b> | <b>676 565</b> | <b>1 044</b> | <b>684 887</b> | <b>1 045</b> | <b>687 896</b> | <b>1 053</b> |    |
| działaność zaniechana - KVAG |                              | 80 071         | 187          | 78 759         | 182          | 81 315         | 179          | 77 309         | 167          | 75 630         | 162          | 74 097         | 156          |    |

## 62 SPRZEDAŻ PO KRAJACH

| mln PLN                          | SPRZEDAŻ    |             |             |
|----------------------------------|-------------|-------------|-------------|
|                                  | Q2 2019     | Q2 2020     | RDR         |
| Polska (PL)                      | 697         | 388         | -44%        |
| e-commerce (e-com), w tym:       | 346         | 630         | 82%         |
| <i>eobuwie.pl</i>                | 330         | 523         | 58%         |
| <i>DeeZee</i>                    | 11          | 19          | 74%         |
| <i>Gino Rossi</i>                | 3           | 3           | 8%          |
| CCC                              | 1           | 84          | >100%       |
| Czechy (CZ)                      | 86          | 47          | -45%        |
| Rumunia (RO)                     | 67          | 19          | -71%        |
| Węgry (HU)                       | 67          | 34          | -48%        |
| Słowacja (SK)                    | 52          | 27          | -47%        |
| Austria (AT)                     | 39          | 23          | -41%        |
| Hurt                             | 60          | 9           | -85%        |
| Rosja (RU)                       | 32          | 7           | -79%        |
| Chorwacja (CR)                   | 23          | 14          | -40%        |
| Słowenia (SI)                    | 15          | 10          | -34%        |
| Bułgaria (BG)                    | 10          | 5           | -48%        |
| Serbia (SG)                      | 8           | 7           | -8%         |
| Niezaalokowane do segmentów (NZ) | 19          | 33          | -           |
| <b>RAZEM</b>                     | <b>1520</b> | <b>1253</b> | <b>-18%</b> |

## UDZIAŁ SPRZEDAŻY [%]





## 63 WYNIKI OPERACYJNE WEDŁUG SEGMENTÓW

| mln PLN                       | Sprzedaż       |                |             |          | Wynik segmentu* |              |
|-------------------------------|----------------|----------------|-------------|----------|-----------------|--------------|
|                               | Q2 19          | Q2 20          | RDR         |          | Q2 19           | Q2 20        |
| Polska                        | 696,8          | 387,5          | -44%        | ▼        | 156,7           | -7,3         |
| CEE                           | 320,1          | 157,3          | -51%        | ▼        | 41,3            | -46,6        |
| WE**                          | 38,7           | 22,9           | -41%        | ▼        | -7,3            | -14,5        |
| Pozostałe kraje               | 40,2           | 14,2           | -65%        | ▼        | 5,7             | -9,5         |
| <b>Działalność detaliczna</b> | <b>1 095,8</b> | <b>582,0</b>   | <b>-47%</b> | <b>▼</b> | <b>196,5</b>    | <b>-78,0</b> |
| E-commerce                    | 345,9          | 629,8          | 82%         | ▲        | 6,5             | 85,5         |
| Hurt                          | 59,6           | 8,8            | -85%        | ▼        | 0,2             | -3,3         |
| <b>RAZEM</b>                  | <b>1 501,4</b> | <b>1 220,6</b> | <b>-19%</b> | <b>▼</b> | <b>203,1</b>    | <b>4,1</b>   |

\*Wyniki na podstawie sprawozdania segmentów. Koszty zarządu oraz saldo kosztów i przychodów operacyjnych nie alokowane do segmentów sprawozdawczych.

\*\* Nie uwzględnia zysku/straty jednostek stowarzyszonych.

# 64 HISTORYCZNE WYNIKI KWARTALNE

(dane tylko na działalności kontynuowanej, nieoczyszczone o zdarzenia jednorazowe)

| mIn PLN   | Q1 19       | Q2 19        | Q3 19        | Q4 19        | Q1 20       | Q2 20        |
|---|-------------|--------------|--------------|--------------|-------------|--------------|
| <b>Sprzedaż</b>                                       | <b>938</b>  | <b>1 520</b> | <b>1 350</b> | <b>1 597</b> | <b>933</b>  | <b>1 253</b> |
| <b>Zysk brutto na sprzedaży</b>                       | <b>435</b>  | <b>766</b>   | <b>622</b>   | <b>772</b>   | <b>383</b>  | <b>568</b>   |
| <i>Marża brutto</i>                                   | 46,4%       | 50,4%        | 46,1%        | 48,4%        | 41,0%       | 45,3%        |
| Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu                   | -544        | -615         | -574         | -662         | -634        | -603         |
| Pozostałe przychody i koszty operacyjne               | -3          | 9            | -3           | 4            | -13         | -197         |
| <b>Wynik operacyjny</b>                               | <b>-112</b> | <b>159</b>   | <b>46</b>    | <b>114</b>   | <b>-264</b> | <b>-232</b>  |
| <i>Marża operacyjna</i>                               | -11,9%      | 10,4%        | 3,4%         | 7,2%         | -28,3%      | -18,5%       |
| Koszty i przychody finansowe                          | -14         | -44          | -15          | -39          | -56         | -119         |
| Udział w zyskach (stratach) jednostek stowarzyszonych | -10         | 6            | -23          | 9            | -27         | -1           |
| <b>Zysk przed opodatkowaniem</b>                      | <b>-136</b> | <b>122</b>   | <b>8</b>     | <b>84</b>    | <b>-347</b> | <b>-352</b>  |
| Podatek   | 21          | -19          | -19          | 7            | 31          | 2            |
| <b>Zysk netto</b>                                     | <b>-116</b> | <b>103</b>   | <b>-12</b>   | <b>92</b>    | <b>-316</b> | <b>-350</b>  |
| <i>Marża netto</i>                                    | -12,3%      | 6,8%         | -0,9%        | 5,7%         | -33,9%      | -27,9%       |

## 65 HISTORYCZNY BILANS, AKTYWA

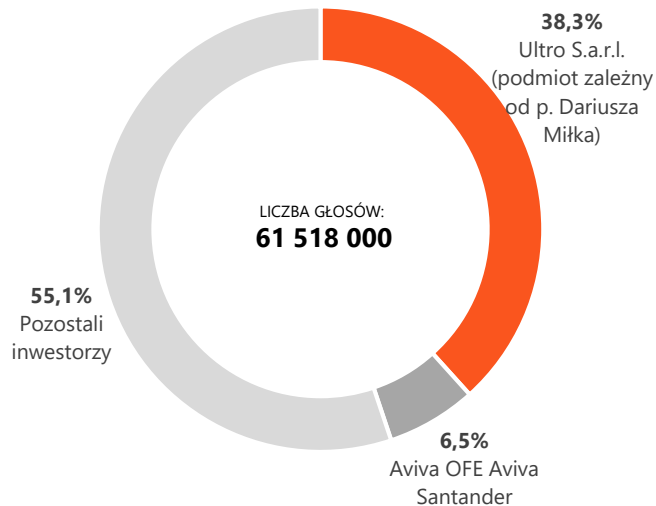
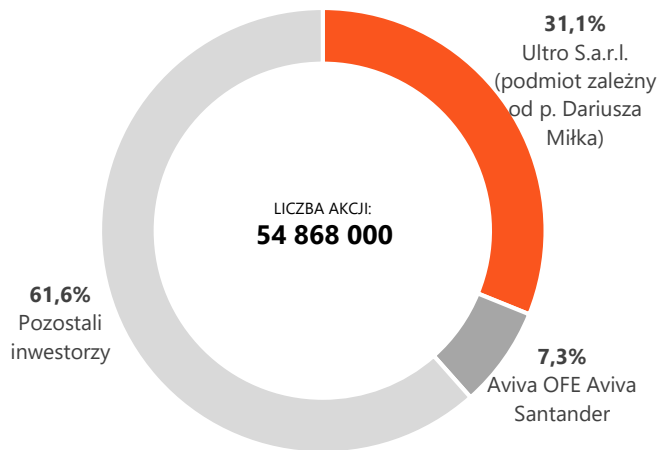
| mIn PLN  | 31.03.2019      | 30.06.2019      | 30.09.2019      | 31.12.2019      | 31.03.2020      | 30.06.2020      |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Wartości niematerialne                           | 277,5           | 316,4           | 328,1           | 326,4           | 323,4           | 313,6           |
| Wartość firmy                                    | 283,9           | 218,7           | 227,1           | 217,9           | 220,3           | 216,8           |
| Rzeczowe aktywa trwałe                           | 1225,6          | 1289,9          | 1333,2          | 1380,0          | 1362,8          | 1320,5          |
| Prawo do użytkowania aktywa                      | 1866,9          | 2099,4          | 2048,5          | 1986,6          | 1958,2          | 1538,1          |
| Aktywa z tytułu podatku odroczonego              | 96,9            | 126,6           | 102,5           | 110,3           | 136,9           | 157,1           |
| Udzielone pożyczki                               | 150,1           | 78,3            | 83,4            | 78,0            | 142,8           | 0,0             |
| Instrumenty finansowe                            | 10,2            | 0,0             | 124,2           | 23,5            | 10,3            | 14,9            |
| Inwestycje w jednostki stowarzyszone             | 50,5            | 0,1             | 21,0            | 29,8            | 0,9             | 0,6             |
| Nieruchomości inwestycyjne                       | -               | -               | 4,5             | 5,3             | 5,3             | 5,3             |
| Należności od odbiorców                          | -               | -               | 37,2            | 37,2            | 38,7            | 0,0             |
| Należności długoterminowe                        | 24,2            | 140,5           | 16,4            | 15,5            | 17,6            | 1,1             |
| <b>Aktywa trwałe</b>                             | <b>3 985,80</b> | <b>4 269,90</b> | <b>4 326,10</b> | <b>4 210,50</b> | <b>4 217,20</b> | <b>3 568,00</b> |
| Zapasy   | 2079,8          | 2019,6          | 2164,4          | 1942,3          | 2370,6          | 1994,6          |
| Należności handlowe                              | 198,3           | 217,5           | 220,4           | 209,3           | 82,9            | 145,8           |
| Należności z tytułu podatku dochodowego          | 7,9             | 2,1             | 3,2             | 1,4             | 8,6             | 1,5             |
| Udzielone pożyczki                               | 0,2             | 0,0             | 0,0             | 4,6             | 3,1             | 0,0             |
| Pozostałe należności                             | 372,0           | 199,9           | 183,2           | 233,0           | 286,0           | 231,5           |
| Środki pieniężne                                 | 210,7           | 512,4           | 467,3           | 542,6           | 225,4           | 505,6           |
| Instrumenty pochodne                             | 39,1            | 106,5           | 4,3             | 0,0             | 20,9            | 7,6             |
| Aktywa grupy do zbycia przeznaczone do sprzedaży | 9,6             | 0,0             | 0,0             | 0,0             | 0,0             | 288,1           |
| <b>Aktywa obrotowe</b>                           | <b>2 917,60</b> | <b>3 058,00</b> | <b>3 042,80</b> | <b>2 933,20</b> | <b>2 997,50</b> | <b>3 174,70</b> |
| <b>Aktywa</b>                                    | <b>6 903,40</b> | <b>7 327,90</b> | <b>7 368,90</b> | <b>7 143,70</b> | <b>7 214,70</b> | <b>6 742,70</b> |

## 66 HISTORYCZNY BILANS, PASYWA

| mln PLN   | 31.03.2019      | 30.06.2019      | 30.09.2019      | 31.12.2019      | 31.03.2020      | 30.06.2020      |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Zadłużenie  | 210,0           | 210,0           | 311,0           | 683,0           | 583,3           | 310,5           |
| Zobowiązania z tytułu odroczonego podatku dochodowego                         | 34,3            | 36,3            | 37,7            | 37,4            | 37,1            | 37,4            |
| Zobowiązania wobec pracowników  | 10,4            | 0,0             | 13,1            | 12,7            | 2,6             | 0,3             |
| Rezerwy   | 11,2            | 12,0            | 12,1            | 14,0            | 14,4            | 14,0            |
| Otrzymane dotacje   | 18,6            | 18,0            | 19,7            | 19,0            | 17,4            | 16,1            |
| Obowiązek wykupu udziałów niekontrolujących                                   | 885,5           | 903,6           | 900,3           | 801,1           | 800,6           | 784,3           |
| Zobowiązania z tytułu leasingu  | 1446,0          | 1627,5          | 1599,0          | 1528,6          | 1522,9          | 1446,9          |
| <b>Zobowiązania długoterminowe</b>  | <b>2 616,00</b> | <b>2 807,40</b> | <b>2 892,90</b> | <b>3 095,80</b> | <b>2 978,30</b> | <b>2 609,50</b> |
| Zadłużenie  | 1242,7          | 1226,8          | 1268,0          | 830,4           | 1081,2          | 1277,9          |
| Zobowiązania handlowe   | 1008,5          | 1149,2          | 1301,9          | 1158,2          | 1426,9          | 935,9           |
| Pozostałe zobowiązania  | 486,5           | 545,1           | 355,0           | 378,0           | 302,7           | 485,8           |
| Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego                                     | 21,6            | 21,9            | 25,1            | 12,8            | 35,8            | 17,5            |
| Rezerwy   | 19,6            | 23,4            | 17,2            | 18,3            | 17,9            | 17,4            |
| Otrzymane dotacje   | 6,3             | 2,4             | 2,4             | 2,4             | 3,3             | 3,7             |
| Zobowiązania z tytułu leasingu  | 461,4           | 514,9           | 525,6           | 557,2           | 618,5           | 440,1           |
| Zobowiązania związane z grupą do zbycia                                       | 65,8            | 3,2             | 0,0             | 0,0             | 0,0             | 300,3           |
| Pochodne instrumenty  | -               | -               | -               | 1,0             | -               | 0,0             |
| <b>Zobowiązania krótkoterminowe</b>   | <b>3 312,40</b> | <b>3 487,00</b> | <b>3 495,20</b> | <b>2 958,30</b> | <b>3 486,30</b> | <b>3 478,60</b> |
| Kapitał akcyjny i zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej ich wartości nominalnej | 649,2           | 649,2           | 649,2           | 649,2           | 649,2           | 1153,5          |
| Różnice kursowe z przeliczenia sprawozdań jednostek zagranicznych             | 1,0             | -1,9            | 4,0             | 0,2             | 3,9             | 2,7             |
| Zyski zatrzymane  | 221,1           | 254,9           | 221,5           | 312,8           | -20,7           | -610,3          |
| Udziały niekontrolujące   | 104,0           | 131,6           | 106,4           | 126,0           | 116,3           | 107,3           |
| Wycena aktuarialna świadczeń na rzecz pracowników                             | -0,3            | -0,3            | -0,3            | 1,4             | 1,4             | 1,4             |
| <b>Kapitały</b>   | <b>975,00</b>   | <b>1 033,50</b> | <b>980,80</b>   | <b>1 089,60</b> | <b>750,10</b>   | <b>654,60</b>   |
| <b>Pasywa</b>   | <b>6 903,40</b> | <b>7 327,90</b> | <b>7 368,90</b> | <b>7 143,70</b> | <b>7 214,70</b> | <b>6 742,70</b> |

# 67 SPÓŁKA KONTROLOWANA PRZEZ ZAŁOŻYCIELA

STRUKTURA AKCJONARIATU NA DZIEŃ 30.06.2020 [%]



\* Pozostali inwestorzy posiadający mniej niż 5% głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy.

## 68 SŁOWNIK UŻYTYCH POJĘĆ

| POJĘCIE                       | WYJAŚNIENIE  |
|-------------------------------|--|
| <b>CEE</b>                    | Czechy, Słowacja, Węgry, Chorwacja, Bułgaria, Słowenia, Rumunia (Shoe Express)   |
| <b>WE</b>                     | Austria  |
| <b>GCC</b>                    | Kraje Rady Współpracy Zatoki Perskiej: Arabia Saudyjska, Bahrajn, Katar, Kuwejt, Oman, Zjednoczone Emiraty Arabskie  |
| <b>Pozostałe kraje</b>        | Rosja, Serbia  |
| <b>Działalność zaniechana</b> | W dniu 1 czerwca 2020 r. podjęto decyzję o reklasyfikacji aktywów związanych z działalnością KVAG do kategorii "Aktywa grupy do zbycia przeznaczone do sprzedaży"  |
| <b>Detal</b>                  | Sieć sklepów własnych  |
| <b>Hurt</b>                   | Sieć franczyzowa (Litwa, Łotwa, Estonia, Ukraina, Mołdawia, Kosowo, kraje GCC [Arabia Saudyjska, Oman, Katar, Zjednoczone Emiraty Arabskie, Bahrajn], Niemcy) i sprzedaż do innych podmiotów na małą skalę |
| <b>Offline</b>                | Detal + Hurt   |

|                            |   |
|----------------------------|---|
| <b>eobuwie.pl</b>          | Grupa eobuwie.pl zawierająca sprzedaż internetową i sklepy stacjonarne  |
| <b>Koszty logistyczne</b>  | koszty związane z dostawą towarów i produktów do klienta. Koszty logistyczne nie obejmują kosztów obsługi magazynowej, w tym m.in. wynagrodzeń pracowników magazynowych.  |
| <b>Koszty marketingowe</b> | koszty związane z reklamą i promocją marek eobuwie.pl (oraz jej zagranicznych odpowiedników) oraz Modivo poniesione w celu zwiększenia sprzedaży na rynkach polskim i zagranicznych. Koszty marketingowe dzielą się na online (np. Google, Facebook) i offline (np. produkcja spotów reklamowych, eventy, PR). Są to tylko koszty zewnętrzne, bez ujęcia kosztów działu marketingu (np. wynagrodzeń). |

|                   |  |
|-------------------|--|
| <b>LFL</b>        | Sprzedaż podawana w walutach lokalnych, dane dla sklepów porównywalnych, które działały dłużej niż 12 miesięcy |
| <b>RDR</b>        | Zmiana w stosunku do analogicznego okresu w roku poprzedzającym  |
| <b>e-commerce</b> | Sprzedaż realizowana przez kanał internetowy (eobuwie.pl, CCC, DeeZee, KVAG, Gino Rossi)                       |

# CCC

GROUP

CCC

eobuwie.pl

GINO ROSSI

MODIVO

DeeZee  
GIRLS DO IT BETTER

