

NG2 (d.CCC) będzie zwiększać sprzedaż, prognoza na 07 ostrożna, ale wykonalna

W ocenie analityków dotychczasowa strategia spółki NG2 (wcześniej CCC) jest bardzo dobra i przyczynia się do zwiększenia sprzedaży i poprawy rentowności. Ich zdaniem mało prawdopodobne jest, by spółka weszła w najbliższym czasie w jakieś inne duże projekty, raczej skupi się na rozbudowie sieci sprzedaży.

Zdaniem analityków przedstawiona przez spółkę prognoza wyników na 2007 rok jest realistyczna i raczej ostrożna. Dodają jednak, że lepiej, by w trakcie roku skorygowała ją w górę niż w dół.

Średnia prognoz z trzech biur maklerskich wskazuje, że w czwartym kwartale 2006 roku zysk netto NG2 wyniósł 22,1 mln zł wobec 16,6 mln zł w analogicznym okresie 2005 roku (wzrost o 33 proc.).

Według tych prognoz NG2 osiągnęła w czwartym kwartale 29,1 mln zł zysku operacyjnego wobec 18,7 mln zł przed rokiem (wzrost o 56 proc.). Z kolei jej przychody w tym okresie wyniosły 126 mln zł wobec 107 mln zł w czwartym kwartale 2005 roku (wzrost o 18 proc.).

CCC opublikuje 1 marca wyniki finansowe za czwarty kwartał 2006 roku.

HANNA KĘDZIORA, ANALITYK DOMU MAKLERSKIEGO PKO BP

"Przedstawiona przez spółkę prognoza jest realistyczna. Sądzę, że w przypadku korzystnego otoczenia spółki - przykładowo dużą rolę w sprzedaży obuwia mogą odegrać warunki pogodowe, które w roku bieżącym wpłynęły na wyhamowanie dynamiki wzrostów - prognoza może zostać przekroczona i wynik netto osiągnie wówczas poziom około 90 mln zł.

Tym niemniej lepiej zostanie oceniona spółka, która przekroczy realistyczne poziomy prognozowanych wyników niż przedstawi początkowo prognozę opartą na zbyt optymistycznych założeniach, którą będzie musiała korygować w ciągu roku.

Niedawno NG2 weszło wraz z marką BOTI w nieco niższy w porównaniu do CCC segment obuwia. Sieć tę będzie rozbudowywać przez co najmniej cztery lata i zwłaszcza w początkowym okresie mało prawdopodobne jest wejście spółki w inne duże projekty.

Nie można wykluczyć, że kiedyś CCC podobnie do Gino Rossi zakupi spółkę z nieco innego segmentu dystrybucji detalicznej, np. odzieżową.

Dotychczasowa strategia spółki w naszej ocenie jest bardzo dobra, spółka będzie się koncentrować na tym, co najlepiej umie robić i sądzimy, że nowa sieć sprzedaży będzie sukcesem."

ŁUKASZ WACHEŁKO, ANALITYK CA IB SECURITIES

"Moim zdaniem, czwarty kwartał zeszłego roku nie był dla spółki rewelacyjny z uwagi na pogodę. Według mnie CCC nie wykona prognozy zysku netto na poziomie 61 mln zł, ale będą to wysokie 50, co już zapowiadała sama firma.

Prognoza wyników na 2007 rok też nie jest zaskoczeniem in plus, jest raczej ostrożna. Istnieje możliwość jej podniesienia. Kolejne lata upłyną pod znakiem rozwoju firmy."

NG2, producent i dystrybutor obuwia marki CCC, QUAZI i BOTI, prognozuje, że osiągnie w 2007 roku 81 mln zł zysku netto, 95 mln zł zysku operacyjnego i 540 mln zł przychodów.

Na początku stycznia 2007 roku w wywiadzie dla PAP, członek zarządu CCC Mariusz Gnych informował, że spółce może zabraknąć około 10 mln zł do wykonania prognozy przychodów i uzyska

na koniec 2006 roku około 400 mln zł przychodów. Dodał wówczas, że zysk netto może okazać się trochę niższy niż prognozowane 61 mln zł.

Narastająco, po dziewięciu miesiącach 2006 roku CCC osiągnęło 37,2 mln zł zysku netto oraz 43,9 mln zł zysku operacyjnego. Z kolei przychody jednostkowe w okresie od stycznia do grudnia 2006 roku wyniosły 393 mln zł, co stanowi 18,8-proc. wzrost wobec analogicznego okresu 2005 roku.

Spółka chce otworzyć w 2007 roku 40 własnych salonów firmowych CCC, 10 butików QUAZI, 50 sklepów własnych BOTI oraz 80 sklepów franszysowych BOTI.

Sieć BOTI ma oferować obuwie w cenie o 20 proc. niższej niż sprzedawane w sieciach sklepów CCC.

W listopadzie 2006 roku CCC wspominało, że zamierza otwierać około 100 sklepów tej marki rocznie. Z kolei do 2011 roku CCC zamierza stworzyć sieć 650 sklepów zlokalizowanych w małych miejscowościach, które docelowo mają przynosić 391,3 mln zł przychodów i 84,5 mln zł zysku brutto.

CCC zakłada, że sieć docelowo będzie składać się ze 195 sklepów własnych i 455 sklepów franszysowych. Sklepy własne pod nazwą Delta przynosić mają 45 proc. rentowności, a spodziewana marża na sklepach franszysowych to 20 proc.

Głównym akcjonariuszem spółki z 60,89-proc. udziałem jest Dariusz Miłek, a 14,06 proc. - należy do Leszka Gaczorka.