

**Bardzo dobre wyniki sprzedażowe Grupy CCC w czerwcu 2019 roku -
wzrost aż o 60% dzięki, m.in. dobrej pogodzie, szerszej kolekcji,
działaniom promocyjnym i rozwojowi e-commerce**

Grupa CCC odnotowała bardzo dobre wyniki sprzedażowe w czerwcu 2019 roku, osiągając przychód na poziomie 621 mln PLN, tym samym po raz pierwszy przebijając granicę 600 mln w jednym miesiącu. Oznacza to wzrost o 60% w porównaniu do minionego roku. Na wynik ten złożyły się zarówno dynamicznie rosnące przychody ze sprzedaży w sieci detalicznej, jak i zwiększająca się, zgodnie z oczekiwaniami, sprzedaż w segmencie e-commerce. Eobuwie.pl odnotowało kolejny z rzędu miesiąc bardzo dynamicznego wzrostu sprzedaży. Sprzedaż „like-for-like” w sklepach stacjonarnych wyniosła w czerwcu na poziomie Grupy 39%, co jest bardzo satysfakcjonującym wynikiem.

Po niezadowalającym, za sprawą niesprzyjającej pogody, kwietniu i maju, sprzedaż w segmencie detalicznym ruszyła dynamicznie w czerwcu, wraz z poprawą warunków atmosferycznych. Wyniosła ona 502 mln PLN, rosnąc rok do roku o 60%. TemperatURY oscylujące wokół 30 stopni Celsjusza sprzyjały sprzedaży kolekcji letniej, po którą klienci sięgnęli w tym roku nieco później niż zazwyczaj. Sprzedaż w czerwcu była dodatkowo wspierana przez akcję promocyjną trwającą od połowy czerwca do końca lipca br., zakładającą rabat 50% na drugi tańszy produkt albo trzeci najtańszy za grosz. Sprzedaż detaliczna na zagranicznych rynkach w najwyższym tempie rosta w Serbii (+107%), Bułgarii (+69%) oraz Rumunii (+55%), co jest zgodne ze strategicznym założeniem najbardziej dynamicznej ekspansji w tej części Europy. Rynek obuwniczy w wyżej wymienionych krajach cechuje się dużym tempem wzrostów, co współgra z zakładanym przez CCC rozwojem powierzchni handlowej w tym regionie. Przychody ze sprzedaży CCC w Polsce urosły rdr o 61%. Czerwiec to miesiąc, który przyniósł pozytywne potwierdzenie strategii rozwoju szerokości oferty produktowej. Dużym zainteresowaniem cieszyło się markowe obuwie sportowe. Hitem sprzedaży w czerwcu okazała się wprowadzona z kolekcją wiosna-lato marka DeeZee.

Grupa CCC kontynuuje także ekspansję w regionie GCC poprzez model franczyzowy. Pod koniec czerwca otwarto nowy salon o powierzchni ponad 800 mkw. w Centrum Handlowym Dalma Mall w Zjednoczonych Emiratach Arabskich w Abu Dhabi. To trzeci sklep stacjonarny CCC w regionie, a tym samym już drugi w stolicy ZEA. Do końca roku planowane jest otwarcie kolejnych 6 salonów: w Omanie, Arabii Saudyjskiej, Bahrajnie, Katarze i ZEA.

Wyniki sprzedażowe czerwca potwierdzają znaczenie e-commerce w Grupie CCC i strategiczny kierunek konsekwentnej budowy pozycji lidera sprzedaży omnichannelowej. Najważniejszym i największym komponentem tej strategii niezmiennie pozostaje eobuwie.pl, którego sprzedaż wyniosła, w samym kanale e-commerce, ok. 100 mln PLN, rosnąc tym samym o 43%. Największymi rynkami eobuwie.pl są Polska, Rumunia, Węgry. Kontynuowany jest także rozwój sieci sklepów omnichannelowych eobuwie.pl. W minionym miesiącu osiągnęły one wysoką sprzedaż LFL, a 28 czerwca uruchomiono kolejny, dwunasty sklep tego typu. Nowe otwarcie miało miejsce w Galerii Forum Gdańsk, gdzie do dyspozycji klientów oddano 40 tabletów, które pozwalają na bezpośredni dostęp do 70 tys. produktów.. Mieszkańcy Pomorza już w 3 godziny będą mogli otrzymać zamówione

produkty. Otwarcie nowego salonu eobuwie.pl w Gdańsku towarzyszył debiut tzw. Foot Truck, czyli mobilnego sklepu stacjonarnego eobuwie.pl. W wakacje 2019 odwiedzi on wiele punktów polskiego wybrzeża. Na pokładzie ma ponad 2 tys. par butów, skanery esize.me i wszystkie funkcjonalności sklepu eobuwie.pl.

W segmencie e-commerce na uwagę zasługują także wyniki sprzedażowe DeeZee, którego przychód w czerwcu br. osiągnął poziom 3,7 mln PLN, co oznacza niemal dwukrotny wzrost w stosunku do minionego roku. Wynik ten jest efektem bardzo dobrego przyjęcia kolekcji wiosna-lato tej marki. Zainteresowanie ofertą niezmiennie pozostaje na bardzo wysokim poziomie.

Jednym z najważniejszych wydarzeń czerwca br. było uruchomienie sklepu online CCC w pełnej funkcjonalności – zakładającej dostawę zamawianych produktów pod wskazany przez klienta adres. Z powodzeniem zakończyły się testy sklepu internetowego ccc.eu, co pozwoliło na jego oddanie w ręce klientów.

„Sklep internetowy to kamień milowy naszej drogi do omnichannel i nowej jakości zakupów. W ciągu niespełna kilku dni od jego oficjalnego uruchomienia wygenerowanych zostało ponad 5 tys. zamówień, z których łączny przychód przekroczył milion złotych. To ważny pierwszy krok.” - podkreśla Dyrektor ds. e-commerce/omnichannel w CCC, Jakub Jasiński.

„Uruchomienie w ostatnim czasie sklepu CCC online, aplikacji mobilnej CCC, wprowadzenie marki online DeeZee do naszych sklepów stacjonarnych, czy też kolejne projekty w przygotowaniu – powodują, że coraz lepiej będziemy łączyć w CCC świat handlu stacjonarnego z internetowym. Wychodzimy naprzeciw oczekiwaniom klientów, którym chcemy oferować to, czego chcą, gdzie chcą i kiedy chcą, i dlatego udostępniamy im kolejne cyfrowe punkty styku z naszą marką. Co również cieszy - to fakt, że robimy to harmonijnie, wykorzystując zarówno zasoby wewnętrzne, jak i strategiczne kompetencje spółek z naszej Grupy, co w rezultacie daje najszybszą korzyść i buduje wartość.” – dodaje Karol Półtorak, Wiceprezes CCC.

Sklep internetowy CCC funkcjonuje aktualnie w Polsce, ale w planach jest jego uruchomienie do końca pierwszego kwartału 2020 roku na 5 kolejnych rynkach, na których działa już CCC. Sklep online, podobnie jak poszerzanie oferty produktowej, jest elementem otwierania się Grupy CCC na nowe grupy klientów. Poprzez e-commerce CCC dociera do osób preferujących zakupy przez Internet, które cenią sobie wygodę zamawiania produktów. Pomimo startu w ostatnich dniach czerwca, sprzedaż poprzez platformę CCC przekroczyła 1,2 mln PLN, co potwierdza jej kluczowe znaczenie dla klientów marki.

To nie koniec ekspansji e-commerce'owej na drodze stawania się liderem multikanalowości w Europie. W czerwcu udostępniono szerokiemu gronu klientów platformę Modivo (sklep online z odzieżą, obuwiem i akcesoriami w segmencie premium), jak również dokonano pierwszego jej zagranicznego uruchomienia w Czechach.

Grupa CCC kontynuować będzie ofensywę w kanale e-commerce.

Zgodnie z podjętą przez Zarząd CCC S.A. decyzją (komunikowaną już podczas konferencji wynikowej po publikacji wyników I kwartału 2019 roku), opublikowany dziś raport bieżący nr 42 jest ostatnim prezentującym dane sprzedażowe w ujęciu miesięcznym. Mając na uwadze m.in. sezonowość prowadzonego biznesu, informację zwrotną od uczestników rynku kapitałowego, a także praktyki raportowania w branży, Spółka podjęła decyzję o zaprzestaniu miesięcznego raportowania

sprzedażowego na rzecz cokwartalnej publikacji wstępnych, szacunkowych wyników finansowych. Nowy format sprawozdawczy publikowany będzie pierwszego dnia roboczego po zakończeniu podlegającego raportowaniu kwartału (kolejny 1 października 2019 roku za trzeci kwartał br.). Zastąpi on także dotychczasowy tzw. raport „prelim” (ostatni zostanie opublikowany na około dwa tygodnie przed publikacją sprawozdania za pierwsze półrocze 2019 roku).

Łączna powierzchnia sieci sprzedaży CCC na koniec Q2 2019 wynosiła ponad 703 tys. m² i liczyła ponad 1200 sklepów, w tym ponad połowę za granicą. Grupa CCC obecna była łącznie w 26 krajach (20 offline i 15 online).

Dodatkowych informacji udziela:

Wojciech Latocha

Investor Relations Manager

tel. +48 76 84 58 519

kom. +48 887 448 312

e-mail: wojciech.latocha@ccc.eu

Bartłomiej Piekarski

Investor Relations Manager

kom. +48 667 872 742

e-mail: bartlomiej.piekarski@ccc.eu