

CCC przejmie kolejne 24% udziałów DeeZee

Spółka CCC podpisała porozumienie dotyczące wykonania opcji nabycia kolejnych 24% udziałów w spółce zależnej DeeZee za 7 mln złotych. W konsekwencji CCC zwiększy swój pakiet własnościowy do 75% w marce, która w tym roku ma wygenerować istotnie ponad 100 mln zł sprzedaży w kanałach online i offline. To trzy razy więcej niż w 2018 roku.

Lider rynku obuwniczego objął jesienią zeszłego roku większościowy pakiet udziałów (51%) w DeeZee w drodze dokapitalizowania spółki kwotą 13 mln złotych. W ramach współpracy, oferta marki pojawiła się w sklepach stacjonarnych CCC w formie „fashion corner”, wraz z premierą kolekcji wiosna/lato 2019. Z kolei w ofercie sklepu internetowego DeeZee.pl pojawiła się jedna z modowych marek CCC – Jenny Fairy. Obecnie do sklepów trafiła już druga wspólnie przygotowana kolekcja - jesień/zima 2019. Od początku roku obuwie DeeZee w sklepach CCC sprzedało się w blisko milionie par. Zwiększyła się również siła marki w mediach społecznościowych – na profilu FB DeeZee ma już ponad 1,3 mln fanów, a na Instagramie śledzi ją ponad 450 tys. osób.

„CCC konsekwentnie rozwija ofertę produktową i sięga po nowe grupy klientów. Marka DeeZee świetnie realizuje oba te cele. Przyciąga do sklepów młode klientki, które podążają za trendami, lubią nowości, a także nie boją się eksperymentować z modą. Przez ostatni rok przychody ze sprzedaży produktów DeeZee w kanałach online i offline potroiły się, osiągając około 110 mln złotych, z bardzo dobrą marżą brutto. Niedawno uruchomiliśmy również sprzedaż online na Ukrainie z perspektywą wejścia na kolejne rynki. Chcemy wspólnie wypracować kolejne pozytywne efekty synergii, tak by uzyskać status lidera w sprzedaży obuwia z segmentu fast fashion dla młodych kobiet. W planach jest dalsza optymalizacja kosztów operacyjnych i marketingowych, a w 2020 roku DeeZee zostanie wsparte najnowocześniejszą logistyką ecommerce zapewnianą przez eobuwie. Pozwoli to na automatyzację procesów oraz użycie robotów pakujących, co w efekcie przełoży się na jeszcze lepszą i szybszą obsługę klienta.”, mówi Marcin Czyczerski, Prezes CCC.

„Naszym celem jest dostarczanie klientom obuwia o niepowtarzalnym charakterze i ciekawym stylu, a równocześnie w przystępnych cenach. CCC pozwoliło nam w krótkim czasie uzyskać efekt skali i wyjść z naszym produktem do większego grona odbiorców, sprawić, że jest on bardziej dostępny. Równocześnie, ze względu na niebanalny design, nasze obuwie jest często wybierane przez polskie gwiazdy, blogerki oraz projektantów do pokazów mody. Obecnie jesteśmy partnerem najbardziej popularnego programu modowego w Polsce - Top Model, którego odbiorcami jest nasza grupa docelowa, co przekłada się zarówno na wizerunek, jak i sprzedaż marki. Planujemy także poszerzenie asortymentu DeeZee w kolekcji wiosna/lato 2020.”, komentuje Dominika Żak, Prezes Zarządu DeeZee.

Niezmienne pozostają pierwotne ustalenia dotyczące warunków dalszego zwiększania udziałów CCC, potencjalnie do 100% w ciągu najbliższych 5 lat. DeeZee działa na polskim rynku od 2005 roku, a jego przychody za 2017 rok (ostatni przed przejęciem pakietu większościowego przez CCC) wyniosły 35 mln zł.