# ROCZNE SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI GRUPY KAPITAŁOWEJ CCC ZA ROK 2015

# SPIS TREŚCI

## SPIS TREŚCI


**1. Działalność Grupy CCC S.A. . . . 4**

Wybrane dane finansowe . . . 8
1.1 Informacje ogólne . . . 12
1.2 Produkty i marki . . . 20
1.3 Model biznesowy . . . 32
1.4 Notowania akcji na GPW w Warszawie . . . 42

**2. Strategia Grupy CCC – realizacja i plany rozwoju . . . 46**

2.1 Misja i strategia . . . 48
2.2 Realizacja strategii za lata 2013 – 2015 . . . 50
2.3 Strategia na lata 2016 – 2017 . . . 56
2.4 Perspektywy rozwoju . . . 60

**3. Analiza wyników finansowych Grupy . . . 62**

3.1 Analiza wybranych danych finansowych i operacyjnych . . . 64
3.2 Zarządzanie zasobami finansowymi oraz płynność finansowa . . . 82
3.3 Informacja o zawartych umowach przez spółki Grupy CCC . . . 90
3.4 Zakup spółki eobuwie.pl . . . 98

**4. Organizacja Grupy Kapitałowej CCC S.A. . . . 102**

4.1 Struktura Grupy Kapitałowej . . . 104
4.2 Kapitał zakładowy i akcjonariat . . . 108

**5. Akcje CCC S.A. na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie . . . 114**

**6. Ład korporacyjny . . . 122**

6.1 Stosowany zbiór zasad ładu korporacyjnego . . . 124
6.2 Walne Zgromadzenie CCC S.A. . . . 130
6.3 Organy zarządcze, nadzorujące i ich komitety w CCC S.A. . . . 134
6.4 Wynagrodzenie władz CCC S.A. . . . 146
6.5 Zarządzanie ryzykiem . . . 150

**7. Pracownicy . . . 156**

7.1 Struktura zatrudnienia . . . 158
7.2 Programy rozwojowe dla pracowników . . . 164

**8. Zaangażowanie CCC . . . 168**

**9. Oświadczenia Zarządu . . . 174**

9.1 Oświadczenie w sprawie rzetelności sporządzenia sprawozdania finansowego . . . 176
9.2 Oświadczenie i informacja o podmiocie uprawnionym do badania sprawozdania finansowego . . . 177

**10. Pozostałe informacje . . . 180**

# 1.
# DZIAŁALNOŚĆ GRUPY CCC S.A.

CCC
sprandi
99,99
sprandi
GET WHAT YOU WANT
LASOCKI
169,90
EKOLA
CCC
SHOES & BAGS

O tyle Grupa CCC zamierza zwiększyć swoją powierzchnię handlową w 2016 roku

**100 tys. m²**

**2000%**

Akcje CCC osiągnęły najwyższą cenę **203 zł** w dniu 27.04.2015 r.

Przyrost od debiutu na giełdzie w 2004 roku o ponad 2000%. (z 9,95 zł do 203 zł)

**1 mln**

tyle par obuwia dziennie można wysłać do salonów z naszego centrum logistycznego

**560,5 tys. m²**

prognozowana powierzchnia handlowa Grupy CCC na koniec 2017 roku

**2,3 mld zł**

Tyle wynosiły skonsolidowane przychody ze sprzedaży za 2015

**18 mln**

taką liczbę par obuwia CCC może pomieścić w swoich magazynach

**207 mln**

tylu klientów w 2015 roku odwiedziło nasze salony

# WYBRANE DANE FINANSOWE

Wybrane dane ze skonsolidowanego sprawozdania z zysków lub strat i innych całkowitych dochodów, skonsolidowanego sprawozdania z sytuacji finansowej oraz skonsolidowanego sprawozdania z przepływów pieniężnych przeliczono na euro zgodnie ze wskazaną, obowiązującą metodą przeliczania:

- poszczególne pozycje aktywów i pasywów skonsolidowanego sprawozdania z sytuacji finansowej przeliczono według kursu obowiązującego na ostatni dzień okresu sprawozdawczego:

  kurs na 31.12.2015 r. wynosił 1 EUR – 4,2615 PLN

  kurs na 31.12.2014 r. wynosił 1 EUR – 4,2623 PLN

- poszczególne pozycje skonsolidowanego rachunku zysków i strat oraz innych całkowitych dochodów i skonsolidowanego sprawozdania z przepływów pieniężnych przeliczono według kursów stanowiących średnią arytmetyczną kursów ogłoszonych przez Narodowy Bank Polski dla euro obowiązujących na ostatni dzień każdego miesiąca w danym okresie sprawozdawczym:

  kurs średni w okresie 01.01.2015 – 31.12.2015 r. wynosił 1 EUR – 4,1848 PLN

  kurs średni w okresie 01.01.2014 – 31.12.2014 r. wynosił 1 EUR – 4,1893 PLN

Przeliczenia dokonano zgodnie ze wskazanymi wcześniej kursami wymiany przez podzielenie wartości wyrażonych w milionach złotych przez kurs wymiany.

| DZIAŁALNOŚĆ FINANSOWA | W MLN PLN | | W MLN EUR | |
|---|---|---|---|---|
| **Wybrane dane ze skonsolidowanego sprawozdania z zysków lub strat i innych całkowitych dochodów** | **2015** | **2014** | **2015** | **2014** |
| **Przychody ze sprzedaży** | 2 307,0 | 2 009,1 | 551,3 | 479,6 |
| Polska | 1 438,4 | 1 398,8 | 343,7 | 333,9 |
| Europa Śr.-Wsch. | 538,5 | 431,2 | 128,7 | 102,9 |
| Europa Zachodnia | 201,3 | 94,8 | 48,1 | 22,6 |
| Pozostałe kraje | 8,0 | 5,3 | 1,9 | 1,3 |
| **Działalność detaliczna** | 2 186,2 | 1 930,1 | 522,4 | 460,7 |
| Hurt | 118,3 | 78,2 | 28,3 | 18,7 |
| Działalność produkcyjna | 0,2 | 0,5 | 0,0 | 0,1 |
| Pozostałe | 2,3 | 0,3 | 0,5 | 0,1 |
| **Zysk (strata) brutto ze sprzedaży** | 1 265,8 | 1 106,2 | 302,5 | 264,1 |
| Marża brutto ze sprzedaży | 54,9% | 55,1% | 54,9% | 55,1% |
| **Wyniki segmentów:** | | | | |
| Polska | 289,8 | 307,1 | 69,3 | 73,3 |
| Europa Śr.-Wsch. | 84,4 | 40,3 | 20,2 | 9,6 |
| Europa Zachodnia | -34,4 | -26,4 | -8,2 | -6,3 |
| Pozostałe kraje | -1,6 | -3,0 | -0,4 | -0,7 |
| **Działalność detaliczna** | 338,2 | 318,0 | 80,9 | 75,9 |
| Hurt | 29,3 | 10,6 | 7,0 | 2,5 |
| Działalność produkcyjna | 0,2 | 0,5 | 0,0 | 0,1 |
| **Zysk na działalności operacyjnej** | 256,7 | 243,2 | 61,3 | 58,1 |
| Zysk przed opodatkowaniem | 233,0 | 225,1 | 55,7 | 53,7 |
| **ZYSK NETTO** | 259,4 | 420,4 | 62,0 | 100,4 |
| **SKORYGOWANY ZYSK NETTO[1]** | 244,2 | 228,1 | 58,4 | 54,4 |
| **Wybrane dane skonsolidowanego sprawozdania z sytuacji finansowej** | **31.12.2015** | **31.12.2014** | **31.12.2015** | **31.12.2014** |
| **Aktywa trwałe** | 920,3 | 812,5 | 216,0 | 190,6 |
| **Aktywa obrotowe, w tym:** | 1 151,7 | 981,7 | 270,3 | 230,3 |
| Zapasy | 680,5 | 741,3 | 159,7 | 173,9 |
| Środki pieniężne | 340,6 | 161,9 | 79,9 | 38,0 |
| **AKTYWA RAZEM** | 2 072,0 | 1 794,2 | 486,2 | 420,9 |
| **Zobowiązania długoterminowe, w tym:** | 335,0 | 256,9 | 78,6 | 60,3 |
| Zobowiązania z tytułu zadłużenia | 296,0 | 216,0 | 69,5 | 50,7 |
| **Zobowiązania krótkoterminowe, w tym:** | 613,4 | 585,1 | 143,9 | 137,3 |
| Zobowiązania z tytułu zadłużenia | 422,8 | 362,0 | 99,2 | 84,9 |
| **ZOBOWIĄZANIA RAZEM** | 948,4 | 842,0 | 222,6 | 197,5 |
| **KAPITAŁ WŁASNY** | 1 123,6 | 952,2 | 263,7 | 223,4 |

1) Skorygowany zysk netto jest miarą własną zysku – wyjaśnienie miary zawarto w rozdziale 3.1.1.1. na str. 75.

## DZIAŁALNOŚĆ GRUPY CCC S.A.

**[w mln zł o ile nie podano inaczej]**

| DZIAŁALNOŚĆ FINANSOWA | W MLN PLN | | W MLN EUR | |
|---|---|---|---|---|
| **Wybrane dane ze skonsolidowanego sprawozdania z przepływów pieniężnych** | **2015** | **2014** | **2015** | **2014** |
| Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej | 325,4 | 54,0 | 77,8 | 12,9 |
| Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej | -155,5 | -205,2 | -37,2 | -49,0 |
| Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej | 8,8 | 169,4 | 2,1 | 40,4 |
| **PRZEPŁYWY PIENIĘŻNE RAZEM** | 178,7 | 18,2 | 42,7 | 4,3 |

| DZIAŁALNOŚĆ FINANSOWA | W MLN PLN | | W MLN EUR | |
|---|---|---|---|---|
| **DANE OPERACYJNE** | **2015** | **2014** | **2015** | **2014** |
| Liczba sklepów | 761 | 680 | — | — |
| Powierzchnia handlowa (tys.$m^2$) | 369,8 | 298,4 | — | — |
| Nakłady inwestycyjne (w mln) | -156,9 | -206,2 | -37,5 | -49,2 |
| Średni przychód na $m^2$ powierzchni handlowej [2] | 6,2 | 6,7 | 1,5 | 1,6 |

2) Przychód na 1$m^2$ w powierzchni jest liczony poprzez iloraz wartości przychodu za okres 12 miesięcy danego roku przez liczbę $m^2$ powierzchni handlowej na datę bilansową

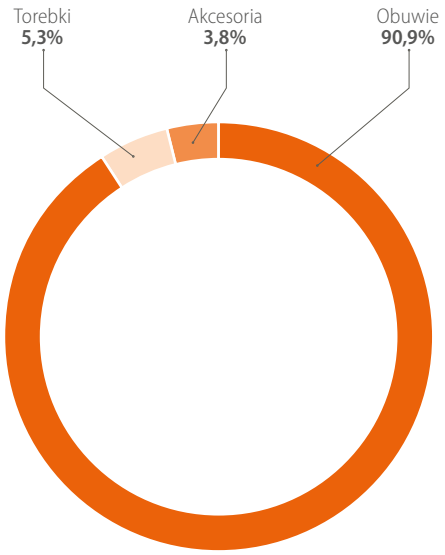
# 1.1
# INFORMACJE OGÓLNE

## 1.1.1
## OGÓLNE INFORMACJE O GRUPIE

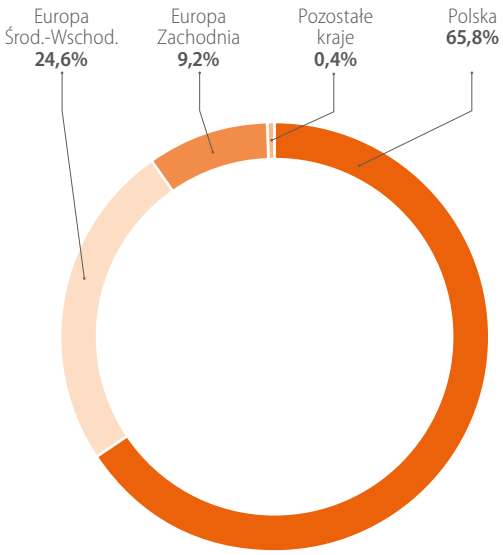
## PROFIL BIZNESOWY

- Lider polskiego rynku sprzedaży detalicznej obuwia
- Największy producent obuwia w Polsce
- Spółka notowana na giełdzie od 2004 r.
- Kapitalizacja rynkowa 5,3 mld PLN (stan na 31 grudnia 2015)

Struktura sprzedaży 2015
(wg wartości)




Struktura sprzedaży 2015
(segmenty geograficzne)

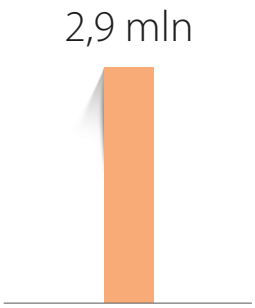


## PIĘĆ NAJWIĘKSZYCH KRAJÓW WEDŁUG PRZYCHODÓW ZE SPRZEDAŻY

- Polska
- Czechy
- Węgry
- Niemcy
- Słowacja

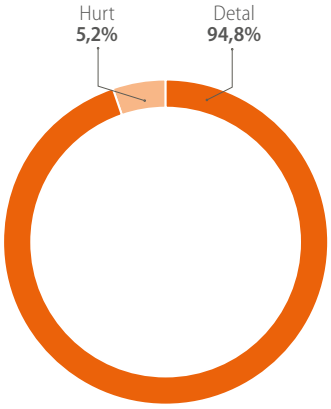
Łańcuch wartości

Produkcja




Liczba wyprodukowanych par obuwia w 2015 roku

Dystrybucja




Podział przychodów skonsolidowanych w 2015 roku [%]

Grupa Kapitałowa CCC S.A. („GK CCC", „Grupa Kapitałowa CCC", „Grupa Kapitałowa", „Grupa") jest liderem polskiego rynku sprzedaży detalicznej obuwia oraz jego największym producentem w Polsce. Grupa CCC to ponad 700 sklepów zlokalizowanych w nowoczesnych centrach i galeriach handlowych w 15 krajach, własna fabryka butów skórzanych, 10 000 pracowników i 28 milionów par butów sprzedawanych w ciągu roku. Modne i atrakcyjne cenowo produkty oferowane są klientom w sklepach własnych w Polsce, na Słowacji, na Węgrzech, w Czechach, Austrii, Bułgarii, Słowenii, Chorwacji, Turcji i Niemczech oraz w sklepach franczyzowych w krajach nadbałtyckich, Rosji, Ukrainie, Rumunii i Kazachstanie.

W okresie jednego sezonu oferuje blisko trzy tysiące wzorów obuwia. Grupa posiada łącznie 67 zarejestrowanych marek towarowych – najbardziej popularną marką sprzedawaną przez CCC jest marka Lasocki, dostępna zarówno w salonach CCC, jak i firmowych salonach Lasocki.

Podmiotem dominującym w Grupie jest spółka CCC S.A.

Działalność Grupy Kapitałowej jest obecnie zorganizowana w trzech segmentach:

- Segment działalności produkcyjnej
- Segment działalności dystrybucyjnej
    - Hurt
    - Detal
        - Polska
        - Europa Środkowo-Wschodnia
        - Europa Zachodnia
        - Pozostałe kraje

## 1.1.2
## NAJWAŻNIEJSZE WYDARZENIA 2015 ROKU

2015

**Q1**

| | |
|---|---|
| MARZEC | otwarcie pierwszego sklepu w Bułgarii |
| MARZEC | otrzymanie nagrody Giełdowa Spółka Roku |

**Q2**

| | |
|---|---|
| KWIECIEŃ | przyjęcie nowej polityki dywidendowej |
| MAJ | otrzymanie nagrody „Orzeł Rzeczpospolitej" |
| CZERWIEC | powołanie nowej Rady Nadzorczej |

**Q3**

| | |
|---|---|
| SIERPIEŃ | podpisanie umowy o nabycie akcji eobuwie.pl |
| WRZESIEŃ | rozpoczęcie nowej kampanii produktowo-wizerunkowej |

**Q4**

| | |
|---|---|
| PAŹDZIERNIK | wypłata dywidendy za rok 2014 3,0 zł/akcję |
| PAŹDZIERNIK | otwarcie pierwszego sklepu CCC na Litwie |
| GRUDZIEŃ | CCC S.A. wchodzi w skład indeksu WIG 20 |
| GRUDZIEŃ | podsumowanie realizacji strategii 2013-2015, przyjęcie strategii na lata 2016-2017 |

## 1.1.3 CZYNNIKI I ZDARZENIA MAJĄCE WPŁYW NA OSIĄGNIĘTE WYNIKI GRUPY CCC S.A.

### ROZWÓJ MAKROEKONOMICZNY W EUROPIE ŚRODKOWO-WSCHODNIEJ:

Grupa CCC S.A. operuje głównie na rynkach Europy Środkowo-Wschodniej z wyraźną dominacją sprzedaży na polskim rynku, który w 2015 odnotował 78,8% udziału w zyskach segmentów. Rezultatem lokacji sklepów Grupy w powyższym rejonie jest znaczący wpływ kondycji gospodarek krajów Europy Środkowo-Wschodniej na sprzedaż produktów Grupy. Głównymi czynnikami, które miały wpływ w prezentowanym okresie na wyniki finansowe były:

- wzrost zatrudnienia,
- wzrost PKB,
- wzrost dochodu netto/dochodu do dyspozycji,
- wzrost poziomu zaufania wśród Klientów,
- wzrost skłonności do konsumpcji.

Od dłuższego czasu Polska odnotowuje wzrost gospodarczy. W pierwszym kwartale 2016 r. wzrost PKB wyniósł 3,6%. Podobny wynik odnotowano w 2015 r. Odpowiednio dla lat 2014 oraz 2013 wzrost gospodarczy w Polsce wyniósł 3,3% oraz 1,6% (porównując do średniego wzrostu PKB dla krajów Unii Europejskiej – 1,1% oraz 0,2% odpowiednio dla lat 2014 i 2013 według danych Banku Światowego).

Ważnymi czynnikami makroekonomicznymi, które wpłynęły na wyniki Grupy ze względu na specyfikę działalności były zachowania konsumenckie, w szczególności skłonność do konsumpcji. Wzrost gospodarczy krajów Unii Europejskiej sprzyjał rozwojowi handlu – klienci byli skłonni do przeznaczania większych sum na dobra konsumenckie.

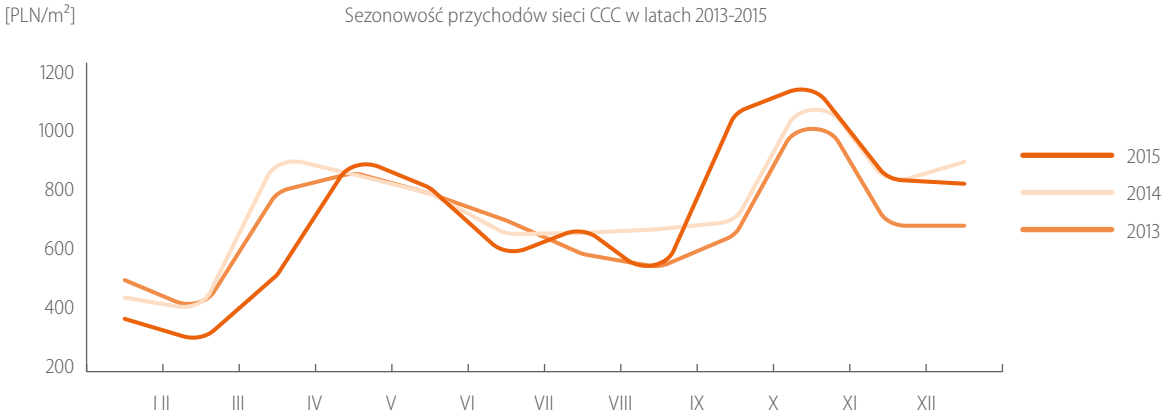
### ZMIANY PREFERENCJI KONSUMENTÓW ORAZ ZMIANY POPYTU

Postęp technologiczny, ciągle ewoluujące trendy czy też zmiany w trybie życia znacząco wpłynęły na zmianę potrzeb oraz zachowania Klientów w prezentowanym okresie. Zmieniły się również ich preferencje, między innymi te dotyczące formy zakupów, dlatego Grupa CCC poszerzyła swoją działalność i umożliwiła klientom zakupy online (zakup sklepu internetowego eobuwie.pl).

## SEZONOWOŚĆ I POGODA

Znaczny wpływ na proporcję sprzedaży w ciągu roku finansowego miały warunki pogodowe oraz sezonowość (szczyt popytu to wiosna i jesień). Zaburzenie warunków pogodowych może skutkować odłożeniem przez klientów decyzji zakupowych lub też skróceniem sezonu najwyższej sprzedaży. 2015 to najcieplejszy rok w historii pomiarów meteorologicznych, co skutecznie zniechęciło klientów do zakupów kolekcji jesienno-zimowej.

Sezonowość przychodów sieci CCC w latach 2013-2015



## ZMIANY KURSÓW WALUTOWYCH

Część kosztów Grupy CCC jest denominowane w walutach obcych, kursy wymian USD i EUR mają wpływ na strukturę kosztów sprzedaży. Z uwagi na fakt iż Grupa sprzedaje towary importowane narażona jest na ryzyko zmian kursów walutowych USD/PLN. W ramach Grupy udzielane są również pożyczki walutowe.

| ROK (USD/PLN) | NAJWYŻSZY | NAJNIŻSZY | KONIEC OKRESU | ŚREDNIA |
|---|---|---|---|---|
| 2015 | 4,0404 | 3,5600 | 3,9011 | 3,7928 |
| 2014 | 3,5458 | 3,0042 | 3,5072 | 3,1784 |
| 2013 | 3,3724 | 3,0105 | 3,0120 | 3,1653 |

| ROK (EUR/PLN) | NAJWYŻSZY | NAJNIŻSZY | KONIEC OKRESU | ŚREDNIA |
|---|---|---|---|---|
| 2015 | 4,3580 | 3,9822 | 4,2615 | 4,1848 |
| 2014 | 4,3138 | 4,0998 | 4,2623 | 4,1893 |
| 2013 | 4,3432 | 4,0671 | 4,1472 | 4,2210 |

Zdaniem Zarządu Emitenta, w okresie sprawozdawczym nie wystąpiły żadne czynniki i zdarzenia o nietypowym charakterze, mające znaczący wpływ na działalność spółek z Grupy Kapitałowej CCC S.A.

# 1.2 PRODUKTY I MARKI

## OFERTA GRUPY CCC

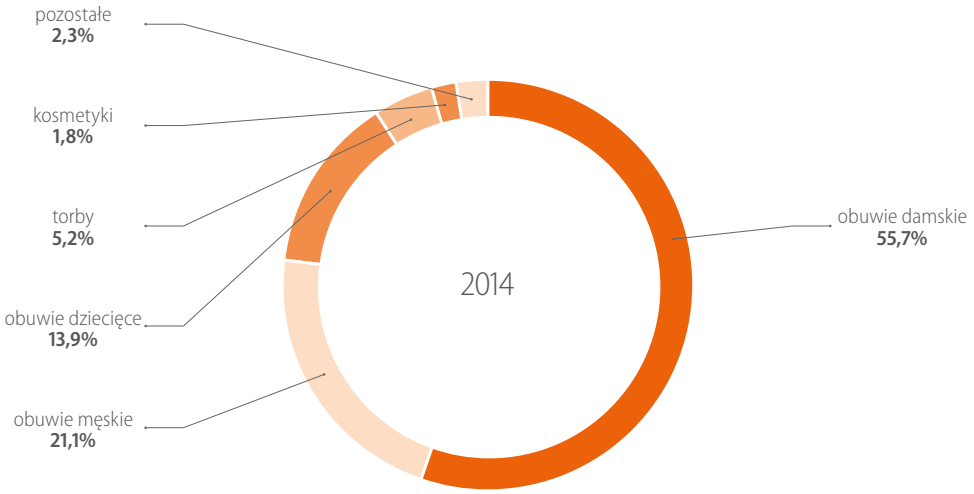
Grupa CCC oferuje swoim klientom asortyment produktów skierowany do szerokiej grupy konsumentów. Poza obuwiem damskim, męskim i dziecięcym, Grupa oferuje możliwość zakupu torebek oraz kosmetyków do pielęgnacji obuwia oraz produktów klasyfikowanych w strukturze asortymentowej jako pozostałe, w ramach których możemy wyróżnić biżuterię, galanterię, akcesoria kolarskie.

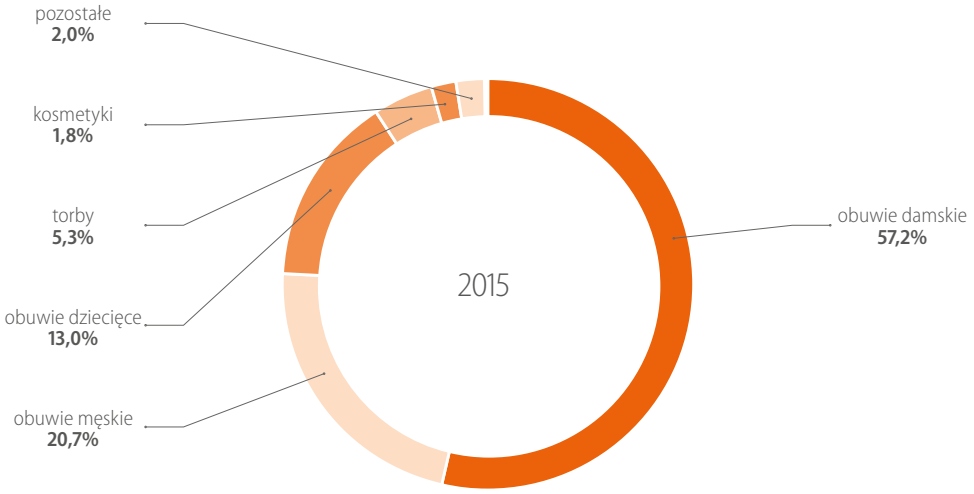
Obuwie jest podstawowym produktem Grupy CCC. Klienci odwiedzający sklepy mają do wyboru asortyment produktowy na każdą okazję – od butów do noszenia na co dzień przez buty sportowe aż po eleganckie buty skórzane. Oferowany klientom asortyment Grupa sprzedaje pod markami własnymi oraz markami licencjonowanymi – szczegółowy opis oferowanych marek został przedstawiony w dalszej części tego podrozdziału.

## STRUKTURA ASORTYMENTOWA

Struktura asortymentowa sprzedaży detalicznej pozostaje stała na przestrzeni lat – w 2015 r. obuwie damskie stanowiło wartościowo ok. 57% sprzedaży; obuwie męskie to ok. 21%, natomiast obuwie dziecięce utrzymuje się na poziomie ok. 13%. Poza obuwiem, będącym głównym produktem, torebki odpowiadają rocznie za ok. 5% sprzedaży, kosmetyki ok. 2%.

Struktura asortymentowa sprzedaży Grupy jest stale poszerzana, różnorodność oferowanych produktów pozwala Klientom znaleźć artykuł odpowiadający ich oczekiwaniom, przez co rozwój grupy asortymentowej wpływa na zwiększenie przychodów ze sprzedaży. Na poniższym wykresie została zaprezentowana szczegółowa struktura sprzedaży detalicznej w poszczególnych grupach asortymentowych w 2014 i 2015 r.:



# 57,2%

## OBUWIE DAMSKIE

W ramach asortymentu obuwie damskie Grupa oferuje swoim klientkom: baleriny, botki, klapki, obuwie sportowe, półbuty, sandały, szpilki i trampki. Poszczególne towary sprzedawane są w ramach grupy asortymentowej pod następującymi markami: Lasocki, Lasocki Comfort, Sprandi, Jenny Fairy, Clara Barson, Bassano, Nylon Red, INBLU oraz Via Ravia. Sprzedaż obuwia damskiego stanowiła 57,2% (63,0% sprzedaży obuwia) wartości sprzedaży zrealizowanej w 2015 r., w ujęciu ilościowym było to 59,4% ogólnej sprzedaży obuwia co daje sprzedaż na poziomie 16,7 mln sprzedanych par butów. W stosunku do 2014 r. sprzedaż obuwia damskiego wzrosła o 17,6%.

## OBUWIE MĘSKIE

W ramach asortymentu obuwie męskie Grupa oferuje swoim klientom: botki, obuwie sportowe, półbuty, sandały i trampki. Poszczególne towary sprzedawane są w ramach grupy asortymentowej pod nastepującymi markami: Lasocki for men, Sprandi, Gino Lanetti, Vapiano oraz Cesare Cave. Sprzedaż obuwia męskiego stanowiła 20,7% (22,7% sprzedaży obuwia) wartości sprzedaży zrealizowanej w 2015 r., w ujeciu ilościowym było to 18,0% sprzedaży obuwia co daje sprzedaż na poziomie 5,1 mln par butów. W stosunku do 2014 r. sprzedaż obuwia męskiego wzrosła o 12,5%.

20,7%

## OBUWIE DZIECIĘCE

W ramach asortymentu obuwie dziecięce Grupa oferuje swoim klientom obuwie zarówno dla chłopców jak i dziewczynek na każdą porę roku. W ramach podgrup asortymentowych obuwie sprzedawane jest pod następującymi markami: Lasocki, Lasocki Kids, Lasocki Young, Sprandi, Action Boy, Magic Lady, Nelli Blu, Nylon Red, Vapiano, Muflon i marki licencjonowane, m. in. Mickey and Friends, Spiderman Ultimate, Violetta, Cars, Frozen, Planes, Star Wars, Fairies, Sofia the first, Princess, Avengers, Finding Dory. Sprzedaż z asortymentu obuwie dziecięce stanowiła 13,0% (14,3% sprzedaży obuwia) całkowitej wartości sprzedaży zrealizowanej w 2015 r., w ujęciu ilościowym było to 22,6% sprzedaży obuwia co daje sprzedaż na poziomie 6,4 mln par butów. W stosunku do 2014 r. sprzedaż obuwia dziecięcego wzrosła o 7,5%.

13,0%

# 5,3%

## TORBY

W ramach tej grupy asortymentowej Grupa oferuje swoim klientom torby z materiałów syntetycznych, sprzedawane pod markami Jenny Fairy oraz Lasocki casual for men. Sprzedaż toreb stanowiła 5,3% ogólnej sprzedaży w 2015 r. co daje 1,6 mln sztuk sprzedanych toreb. W stosunku do 2014 r. sprzedaż toreb wzrosła o 17,2%.

W ramach asortymentu kosmetyki Grupa sprzedaje produkty do pielęgnacji obuwia. Sprzedaż asortymentu z grupy kosmetyki stanowiła 1,8% sprzedaży ogółem.

W stosunku do 2014 r. sprzedaż kosmetyków wzrosła o 13,1%.

1,8%

## KOSMETYKI

2,0%

## POZOSTAŁE

W ramach asortymentu pozostałe Grupa sprzedaje m.in. następujące produkty: biżuterię, galanterię, akcesoria kolarskie. Sprzedaż asortymentu z grupy pozostałych produktów stanowiła 2,0% sprzedaży ogółem

SPRANDI to marka przeznaczona dla aktywnej rodziny oraz młodych, otwartych osób, które lubią spędzać czas i relaksować się na świeżym powietrzu. Osób, które dużo chodzą i potrzebują wygodnego i funkcjonalnego obuwia w rozsądnej cenie.

Idealne na wypad na rower, piknik, spacer po parku, jak i do codziennego chodzenia po mieście dla młodszych, którzy poszukują obuwia o lifestyle'owym charakterze.

Oferta marki zaspokoi potrzeby szerokiej grupy docelowej.

Wyraziste wzornictwo, dużo koloru, wygoda to podstawowe cechy obuwia Sprandi.

RODZINNA REKREACJA I MIEJSKI STYL.

Wygodne, markowe buty sportowe.

# PRODUKTY DAMSKIE

LASOCKI
SINCE 1954

- **wysoka jakość, dbałość o szczegóły, styl, elegancja i komfort**
- wysokogatunkowa skóra
- konkurencyjne ceny

## KOBIETY

- ok. 20 – 55 lat
- dochody średnie i wysokie
- otwarte, aktywne, dbałe o kondycję
- poszukujące wyjątkowości, oryginalności
- ceniące jakość, styl, komfort
- cena ma drugorzędne znaczenie

Jenny fairy

- **dobra jakość, różnorodność, modne fasony**
- innowacyjne materiały(Eko – skóry, tkaniny)
- rozsądne ceny

## KOBIETY

- ok. 14 – 60 lat
- dochody średnie i niższe
- otwarte, aktywne, na czasie
- poszukujące estetycznych, modnych fasonów
- ceniące różnorodność i styl
- w rozsądnych cenach

Clara Barson
CLASSIC STYLE

- **zadowalająca jakość, funkcjonalność, wygoda**
- różne materiały
- niskie ceny

## KOBIETY

- ok. 35 – 70 lat i powyżej
- dochody niższe
- tradycjonalistki
- poszukujące wygodnych, praktycznych, sprawdzonych modeli
- ceniące wygodę i funkcjonalność
- w przystępnych cenach

# PRODUKTY MĘSKIE

## LASOCKI

- polska marka premium z tradycją
- wysokogatunkowa skóra
- konkurencyjne ceny
- fasony klasyczne i smart casualowe

### MĘŻCZYŹNI

- ok. 25 – 75 lat
- dochody średnie i wyższe
- pewni siebie, dbający o swój wygląd, „zawartość szafy", uciekający od „bylejakości", ceniący wysoką jakość, styl, wygodę
- dokonujący racjonalnych wyborów – ważą stosunek jakości do ceny

## Cesare Cave

- dobra jakość, wiosenno – letnie fasony
- naturalna skóra
- ręczne szycie
- rozsądne ceny

### MĘŻCZYŹNI

- ok. 35 – 80 lat
- dochody średnie
- ceniący sobie swobodę i luz
- poszukujący wygodnych, przewiewnych i solidnych modeli na wiosnę i lato w przystępnych cenach

## VAPIANO

- klasyczne fasony – półbuty sznurowane i wsuwane
- formalnie (wizytowe) i półformalnie obuwie w rozsądnej cenie

### MĘŻCZYŹNI

- ok. 20 – 80 lat
- dochody niższe i średnie
- potrzebujący obuwia o bardziej formalnych fasonach na specjalne okazje, kilka razy do roku, lub do codziennej pracy
- driverem zakupowym jest przede wszystkim cena, kwestia materiału na dalszym planie

## GINO LANETTI

- ekonomiczne, lekko usportowione obuwie miejskie
- na co dzień
- półbuty, sandały, klapki
- niskie ceny

### MĘŻCZYŹNI

- ok. 18 – 65 lat
- dochody niższe i średnie
- poszukujący wygodnego obuwia w przystępnej cenie do codziennych aktywności
- zwracający uwagę na wygląd obuwia bardziej niż na materiał, z którego jest wykonany

# PRODUKTY DZIECIĘCE

LASOCKI YOUNG LASOCKI KIDS

- wysoka jakość, dbałość o detale i pro – zdrowotność
- funkcjonalność i wygoda
- nowoczesny design
- wysokogatunkowa skóra
- konkurencyjne ceny

## RODZICE

- dochody średnie i wysokie
- otwarci, aktywni, dbający o kondycję własną i rodziny
- kluczowe cechy obuwia dziecięcego to wygoda, komfort, aspekt zdrowotny i funkcjonalność
- ceniący jakość, komfort i styl
- drugorzędne znaczenie ceny

Magic Lady for young fashion lovers ACTION BOY SUPERSHOES NelliBlu

- różnorodność – bogate zdobnictwo i mnogość kolorów
- modele codzienne (lekko usportowione dla chłopców) i okazjonalne (np. pantofelki dla dziewczynek)
- różne materiały (naturalne i eko – skóry, tkaniny)
- niskie ceny

## RODZICE

- dochody średnie i niższe
- otwarci, aktywnie, na czasie
- poszukujący wygodnych, estetycznych, a nawet ekstrawaganckich fasonów na różne okazje
- ceniący różnorodność i kolorowość oraz szanujący gusta dzieci
- wychodzący z założenia, że dzieci szybko rosną i niszczą obuwie, więc jakość jest kwestią drugorzędną
- b. istotna niska cena

Disney MARVEL

- licencjonowane zdobnictwo zgodne z dziecięcymi trendami (kreskówki, filmy, gry itp.)
- modele codzienne i lekko sportowe (m . in. trampki)
- różne materiały
- rozsądne ceny

## RODZICE

- dochody średnie i niższe
- poszukujący wygodnego, ale efektownego obuwia dla dzieci
- spełniający marzenia pociech
- ceniący fun i kolorowość, mniej istotna jakość
- rozsądne ceny

# 1.3 MODEL BIZNESOWY

## 1.3.1 DYSTRYBUCJA

### OTOCZENIE RYNKOWE

Głównym segmentem działalności Grupy Kapitałowej CCC jest sprzedaż detaliczna, która generuje 94,8% wszystkich przychodów. W tym segmencie Grupa prowadzi działalność w czterech regionach:

- Polska,
- Europa Środkowo-Wschodnia,
- Europa Zachodnia,
- Pozostałe kraje.

Obok przedstawiona została charakterystyka otoczenia rynkowego oraz konkurencji w najważniejszych regionach.

| REGION | SYTUACJA RYNKOWA |
|---|---|
| Polska | Obecna sytuacja gospodarcza w Polsce jest stabilna, z ze średnimi perspektywami rozwoju. Poziom PKB per capita, rośnie w stabilnym tempie i w 2015 r. osiągnął poziom 25,7 tys. USD. Obecnie odnotowywany jest jeden z najniższych poziomów bezrobocia, który w 2015 wynosił ok. 10%. W prezentowanym okresie nie wystąpiły zmiany w stawkach podatkowych dotyczących produktów Grupy. W związku z powyższymi danymi makroekonomicznymi oraz planowanymi zmianami w polityce społecznej rządu (program 500+), przewiduje się wzrost dochodu do dyspozycji konsumentów.<br>W Polsce kluczowym konkurentem Grupy jest Deichmann. |
| Europa Środkowo-Wschodnia | Obecna sytuacja gospodarcza w regionie Europy Środkowo-Wschodniej jest stabilna, ze średnimi perspektywami rozwoju. Poziom PKB per capita, rośnie w stabilnym tempie, stopa bezrobocia w najważniejszych krajach regionu ma tendencję spadkową. W prezentowanym okresie nie wystąpiły zmiany w stawkach podatkowych dotyczących produktów Grupy. Powyższe dane makroekonomiczne pozwalają oczekiwać wzrostu dochodu do dyspozycji konsumentów.<br>W regionie Europy Środkowo-Wschodniej kluczowym konkurentem Grupy jest Deichmann. |
| Europa Zachodnia | Obecna sytuacja gospodarcza w regionie Europy Zachodniej jest stabilna, ze średnimi perspektywami rozwoju. Poziom PKB per capita, rośnie w stabilnym tempie. Stopa bezrobocia utrzymuje się na stabilnym poziomie. W prezentowanym okresie nie wystąpiły zmiany w stawkach podatkowych dotyczących produktów Grupy. Powyższe dane makroekonomiczne pozwalają oczekiwać pozytywnego wpływu na osiągane wyniki Grupy CCC.<br>W regionie Europy Zachodniej kluczowym konkurentem Grupy jest Deichmann. |

## OBECNOŚĆ NA RYNKACH

Głównym rynkiem sprzedaży Grupy CCC jest Polska. Udział CCC w bardzo rozdrobnionym rynku sprzedaży detalicznej obuwia w Polsce szacowany jest na około 20%. Głównym rynkiem Grupy CCC jest szeroko rozumiany środkowy segment klienta. Pod względem liczby punktów handlowych w Polsce, CCC prawie dwukrotnie przewyższa ofertę największych konkurentów. W dalszym ciągu jest to najszerszy segment na krajowym rynku obuwniczym, obliczany na ponad 130 mln par butów rocznie.

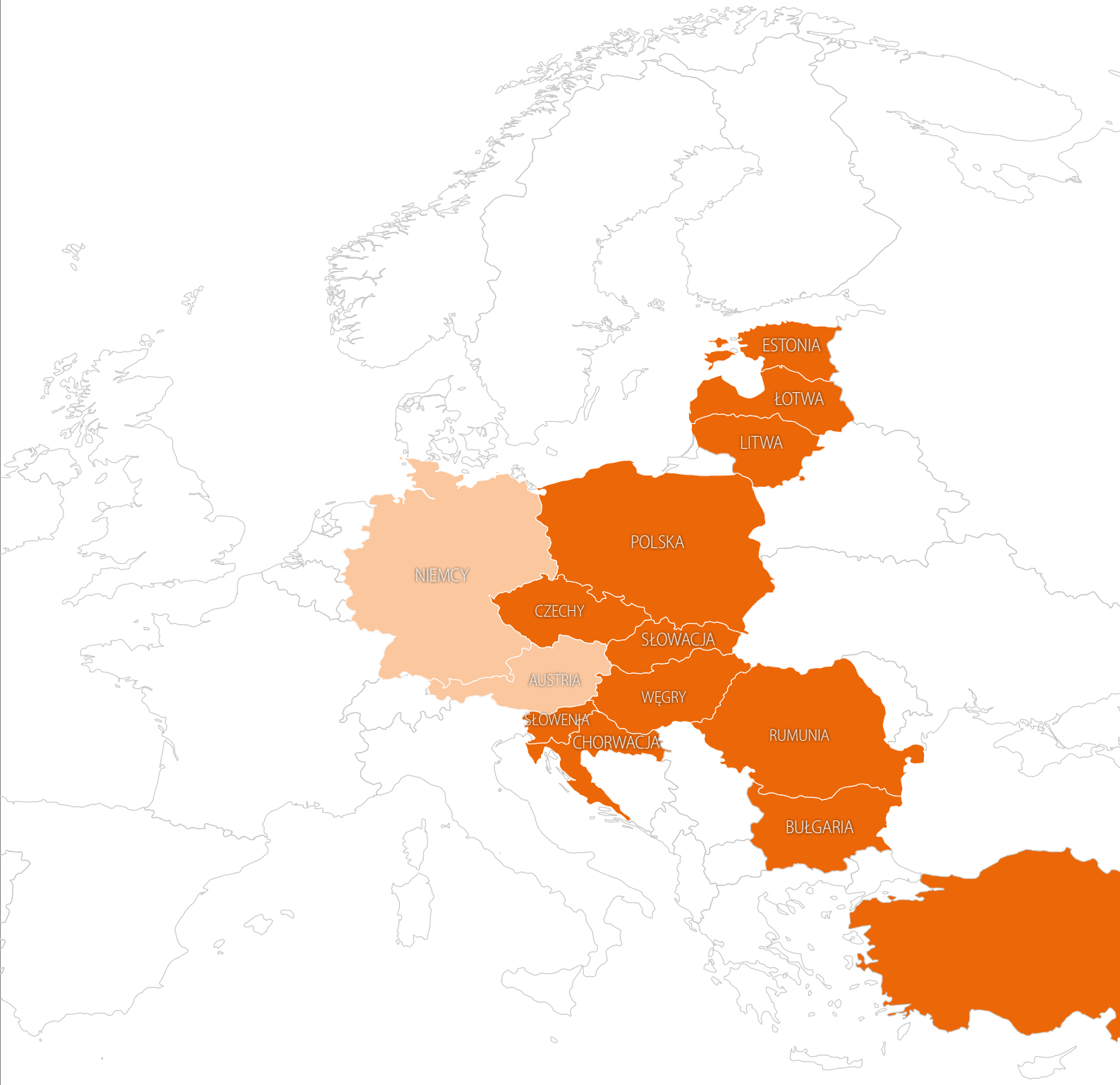
Poza rynkiem polskim, Grupa Kapitałowa CCC prowadzi swoją działalność w rejonie Europy Środkowo-Wschodniej tj. w Czechach, na Słowacji, na Węgrzech, w Słowenii, w Bułgarii i w Chorwacji; w Europie Zachodniej tj. na terenie Niemiec i Austrii oraz krajach pozostałych – Turcji.

Salony sprzedaży znajdują się w dużych centrach handlowych lub przy ważnych ciągach komunikacyjnych, w prestiżowych lokalizacjach miejskich.

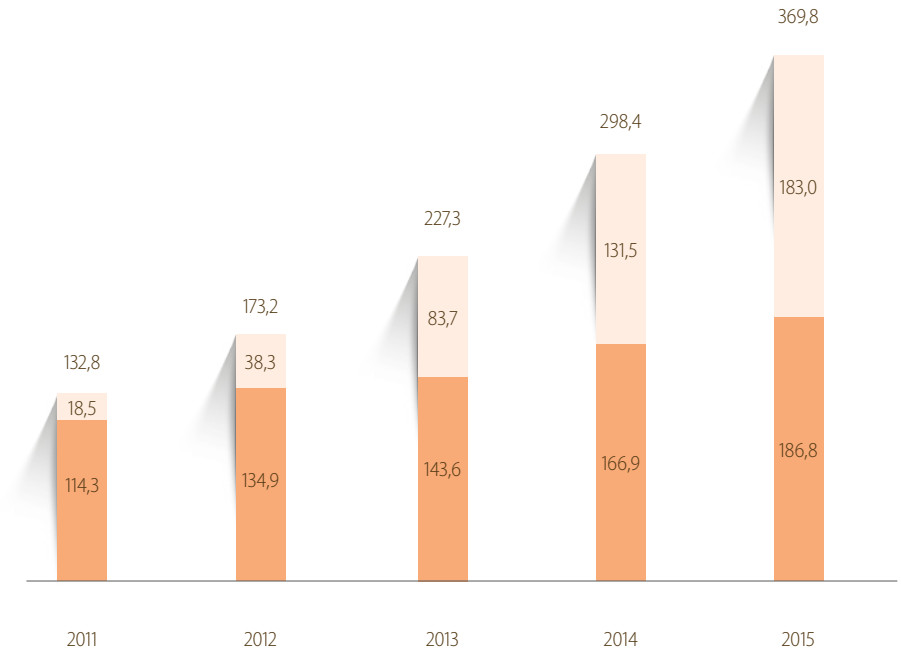
| | 31.12.2015 | 31.12.2014 |
|---|---|---|
| SKLEPY RAZEM: | 773 | 729 |
| SKLEPY WŁASNE CCC | 695 | 632 |
| Polska | 410 | 405 |
| Czechy | 79 | 79 |
| Słowacja | 37 | 30 |
| Węgry | 61 | 57 |
| Austria | 27 | 17 |
| Chorwacja | 13 | 8 |
| Turcja | 3 | 3 |
| Niemcy | 51 | 27 |
| Słowenia | 8 | 6 |
| Bułgaria | 6 | 0 |
| SKLEPY FRANCZYOWE CCC | 66 | 48 |
| Rumunia | 42 | 31 |
| Rosja | 8 | 5 |
| Łotwa | 7 | 6 |
| Litwa | 2 | 0 |
| Kazachstan | 2 | 2 |
| Ukraina | 5 | 4 |
| INNE | 12 | 49 |

## DZIAŁALNOŚĆ GRUPY CCC S.A.

[w mln zł o ile nie podano inaczej]



## PONIŻEJ PRZESTAWIONA JEST ZMIANA POWIERZCHNI SALONÓW W LATACH 2011 – 2015 [TYS. m²]




W 2015 r. Grupa Kapitałowa CCC zwiększyła swoją powierzchnię handlową netto o 66,2 tys.m², z 305,3 tys m² do 371,5 tys.m² na koniec roku. Zmiana powierzchni wynikała z powiększenia istniejącej powierzchni handlowej poprzez otwarcie sklepów o łącznej powierzchni 74,0 tys.m² oraz modernizacji i powiększenia istniejącej powierzchni handlowej o 10,5 tys.m². W trakcie 2015 r. zlikwidowano 78 sklepów o łącznej powierzchni 18,3 tys.m², z czego ok. 13,1 tys.m² stanowiły sklepy pod szyldem CCC a 5,2 tys.m² pod szyldem BOTI. Decyzja była podyktowana kilkoma czynnikami, głównym z nich była zmiana strategii biznesowej Grupy, w której kluczowym elementem jest rozwój sieci CCC na rynkach europejskich.

## SPRZEDAŻ DETALICZNA

Sprzedaż detaliczna w sieci sklepów własnych i agencyjnych w 2015 r. miała miejsce w Polsce, Czechach, na Słowacji, w Austrii, Słowenii, Chorwacji, Turcji, Bułgarii, Niemczech i na Węgrzech. Łączna liczba sklepów własnych i agencyjnych na dzień 31 grudnia 2015 r. wyniosła 695. Średnia powierzchnia tych sklepów wzrosła o 48 $m^2$ do 488 $m^2$ (440 $m^2$ w 2014). Całkowita powierzchnia sklepów CCC własnych i agencyjnych na 31 grudnia 2015 r. wyniosła 339,4 tys. $m^2$ i wzrosła o 22 % względem 2014 r. (278,3 tys. $m^2$). Przychody ze sprzedaży detalicznej wzrosły o 13,3% do 2 186,2 mln PLN (1 930,1 mln PLN w 2014) i stanowiły 94,8% całkowitej sprzedaży. Przychód ze sprzedaży detalicznej w przeliczeniu na metr kwadratowy wyniósł 6,42 tys. PLN/$m^2$ (6,79 tys. PLN/$m^2$ w 2014).

Poniższa tabela przedstawia dane dotyczące rozwoju sieci własnej sprzedaży w rozbiciu na kraje (dane na dzień 31.12):

| SIEĆ | RODZAJ | 2011 | | 2012 | | 2013 | | 2014 | | 2015 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | m2 | liczba | m2 | liczba | m2 | liczba | m2 | liczba | m2 | liczba |
| CCC Własne | Polska | 100 929 | 293 | 133 268 | 375 | 141 960 | 379 | 166 946 | 405 | 186 782 | 410 |
| | Czechy | 16 470 | 52 | 20 996 | 62 | 26 947 | 73 | 32 309 | 79 | 36 104 | 79 |
| | Słowacja | — | — | 5 290 | 12 | 10 646 | 25 | 13 866 | 30 | 18 852 | 37 |
| | Węgry | — | — | 6 028 | 15 | 23 456 | 50 | 27 689 | 57 | 30 462 | 61 |
| | Austria | — | — | — | — | 2 816 | 6 | 9 184 | 17 | 14 681 | 27 |
| | Słowenia | — | — | — | — | 924 | 2 | 3 646 | 6 | 4 603 | 8 |
| | Chorwacja | — | — | — | — | 1 651 | 3 | 4 436 | 8 | 7 314 | 13 |
| | Turcja | — | — | — | — | 1 165 | 2 | 1 805 | 3 | 1 805 | 3 |
| | Niemcy | — | — | — | — | 2 272 | 4 | 18 380 | 27 | 34 920 | 51 |
| | Bułgaria | — | — | — | — | — | — | — | — | 3 875 | 6 |

## SPRZEDAŻ HURTOWA

Partnerzy franczyzowi, do których kierowana jest sprzedaż hurtowa, w 2015 r. byli obecni w Rosji, Kazachstanie, Rumunii, na Ukrainie, Łotwie oraz Litwie. Łączna liczba sklepów franczyzowych na dzień 31 grudnia 2015 r. wyniosła 66. Średnia powierzchnia tych sklepów wzrosła o 41 $m^2$ do 461 $m^2$ (420 $m^2$ w 2014). Całkowita powierzchnia sklepów franczyzowych na 31 grudnia 2015 r. wyniosła 30,4 tys. $m^2$ i wzrosła o 51 % względem 2014 r. (20,1 $m^2$). Przychody ze sprzedaży hurtowej wzrosły o 51,3% do 118,3 mln PLN (78,2 mln PLN w 2014) i stanowiły 5,1% całkowitej sprzedaży. Przychód ze sprzedaży w przeliczeniu na metr kwadratowy wzrósł o 1,9% do 3,79 tys.PLN/$m^2$ (3,72 tys. PLN/$m^2$ w 2014).

Poniższa tabela przedstawia dane dotyczące rozwoju sieci własnej sprzedaży w rozbiciu na kraje (dane na dzień 31.12):

| SIEĆ | RODZAJ | 2011 | | 2012 | | 2013 | | 2014 | | 2015 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | m2 | liczba | m2 | liczba | m2 | liczba | m2 | liczba | m2 | liczba |
| CCC Franczyza | Rosja | 1 994 | 5 | 1 828 | 5 | 2 178 | 6 | 1 781 | 5 | 3 617 | 8 |
| | Kazachstan/ Ukraina | — | — | 685 | 2 | 1 587 | 4 | 2 288 | 6 | 3 055 | 7 |
| | Rumunia | — | — | 2 074 | 5 | 7 869 | 19 | 13 454 | 31 | 19 325 | 42 |
| | Łotwa | — | — | 1 430 | 3 | 2 212 | 5 | 2 622 | 6 | 3 232 | 7 |
| | Litwa | — | — | — | — | — | — | — | — | 1 187 | 2 |
| | Polska | 13 389 | 49 | 1 586 | 8 | 1 586 | 8 | — | — | — | — |
| CCC RAZEM | | 132 782 | 399 | 173 185 | 487 | 227 269 | 586 | 298 406 | 680 | 369 814 | 761 |

## SPRZEDAŻ ONLINE

Towary sprzedawane w salonach CCC są również dostępne online (sprzedaż realizowana przez eobuwie.pl od lipca 2015 r.).

## 1.3.2 LOGISTYKA

Rozwój firmy, wzrost popytu na jej produkty i coraz większe wymagania co do wydajności dystrybucji, przyczyniły się do realizacji największej w dziejach Grupy inwestycji – budowy Centrum Logistycznego położonego w Legnickiej Specjalnej Strefie Ekonomicznej (LSSE) w Polkowicach. Centrum Logistyczne to nowoczesny kompleks obiektów wielkopowierzchniowych.

Najważniejszym obiektem Centrum Logistycznego jest w pełni zautomatyzowany magazyn wysokiego składowania typu mini-load, o łącznej powierzchni 23.064 $m^2$, który jest w stanie pomieścić minimum 5 mln par obuwia, czyli ponad 500.000 kartonów różnych wymiarów. Stanowi największy tego typu obiekt w Europie Środkowej. Inwestycja w 40% została sfinansowana z funduszy unijnych poprzez program Innowacyjna Gospodarka.

Nowe Centrum Dystrybucyjne, w połączeniu z istniejącą sortownią, jest w stanie obsłużyć powyżej 100.000 kartonów (ok. 1,1 mln par obuwia) w ciągu dwóch pracujących zmian. Proces mechanizacji zapewnia obsługę przyszłego rozwoju oraz stanowi podstawę do dalszej rozbudowy procesów logistycznych. Ponadto, pozwala na optymalizację przestrzeni magazynowej, która obecnie wynosi 82,3 tys.$m^2$.

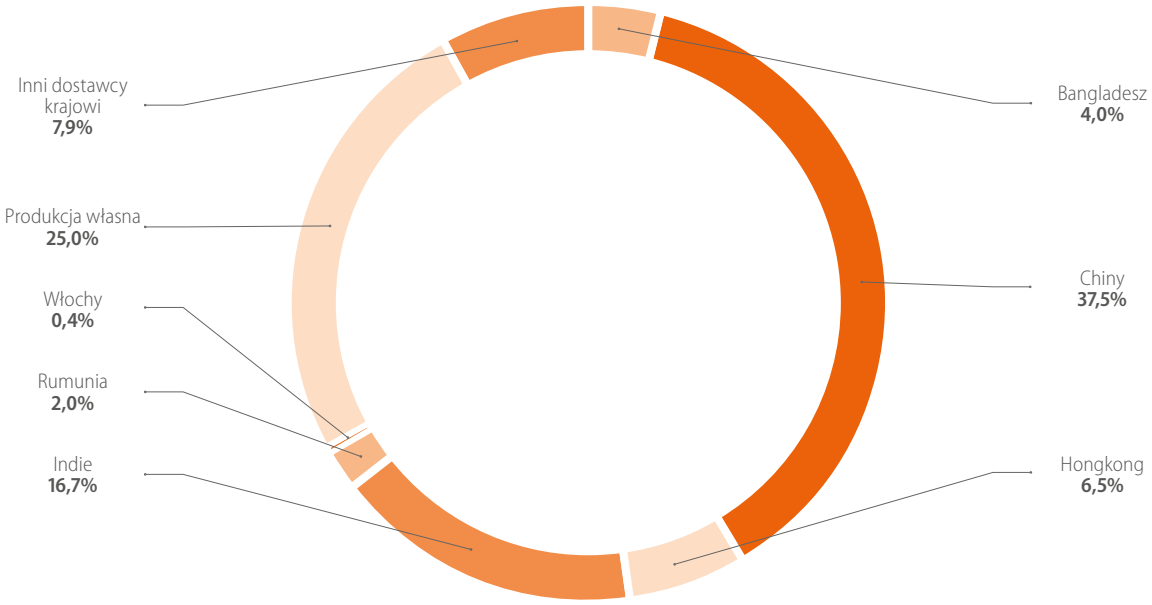
Efektem przeprowadzonej restrukturyzacji organizacyjnej CCC S.A. i Grupy CCC jest pozostawienie obsługi logistycznej w spółce dominującej i świadczenie usług logistycznych na rzecz podmiotu powiązanego.

## 1.3.3
## PRODUKCJA I DOSTAWCY

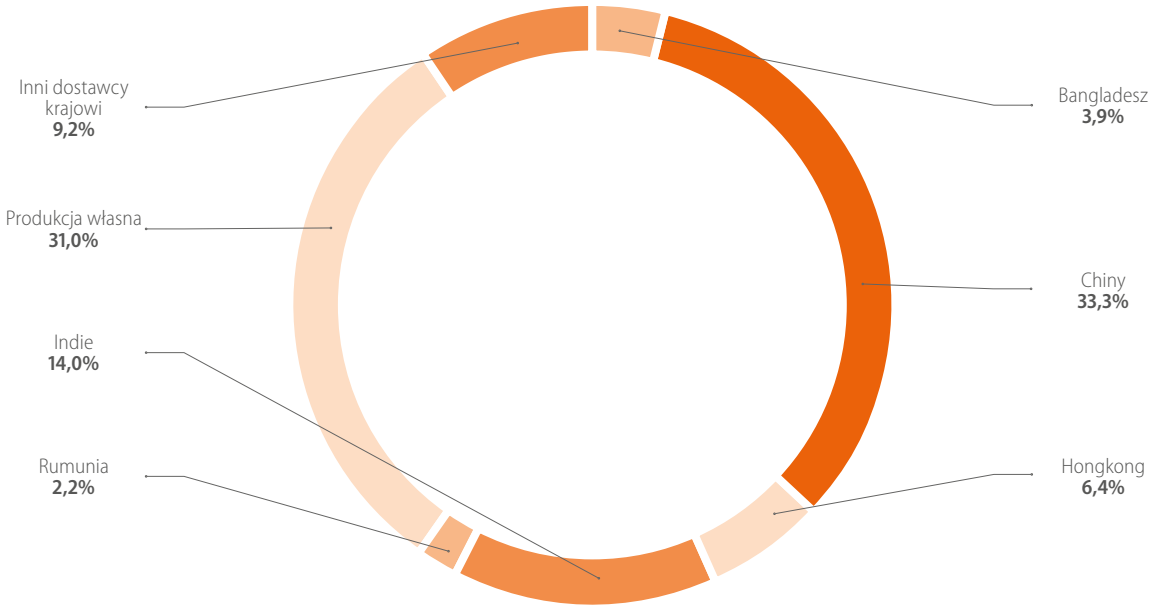
Dostawcą towarów dla Grupy CCC jest spółka CCC.eu Sp. z o.o. Spółka ta pozyskuje towar od dostawców krajowych, zagranicznych oraz z własnej fabryki (CCC Factory Sp. z o.o.).

Poniżej przedstawiono strukturę terytorialną zakupów obuwia w 2014 i 2015 r.:

Struktura terytorialna zakupów obuwia w 2014 r. (wartość)



Struktura terytorialna zakupów obuwia w 2015 r. (wartość)




## OBUWIE

Obuwie, główny towar Grupy CCC, importowane z Azji (57,6% wartości całych zakupów obuwia, produkowane we własnej fabryce (31,0%), kupowane u dostawców krajowych (9,2%) oraz w pozostałych krajach (2,2%). Główny kierunek importu obuwia z Azji to Chiny (33,3% wartości całego importu obuwia), skąd dostawy pochodzą od kilkudziesięciu producentów.

## TORBY, KOSMETYKI I POZOSTAŁE ARTYKUŁY

Produktami sprzedawanymi przez Grupę CCC są także torby, kosmetyki oraz biżuteria, galanteria i akcesoria kolarskie. Wszystkie spośród wymienionych towarów są kupowane u dostawców zewnętrznych. Torby w szczególności pochodzą z importu z Azji, natomiast pozostałe towary pozyskiwane są na rynkach europejskich.

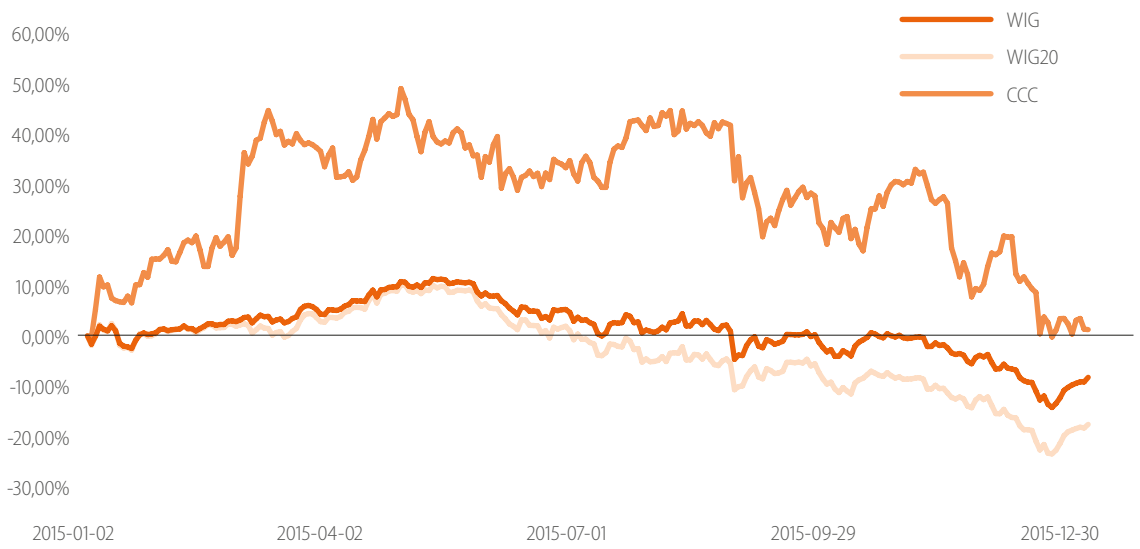
# 1.4
# NOTOWANIA AKCJI NA GPW W WARSZAWIE

W 2015 r. Spółka CCC S.A. obchodziła 11-lecie notowań swoich akcji na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie – na koniec roku jedna akcja CCC była wyceniana na 138,55 PLN, co przekładało się na kapitalizację Grupy CCC w wysokości 5,32 mld PLN. Najwyższa cena w roku (wg kursu zamknięcia) wyniosła 198,90 PLN i była tym samym najwyższą wyceną akcji w historii, natomiast najniższa wyniosła 132,00 PLN. Maksymalna cena transakcji w 2015 r. wyniosła 203,00 PLN, natomiast cena minimalna 128,05 PLN.

W 2015 r. akcje CCC zyskały na wartości 4,7% podczas gdy indeksy WIG i WIG20 w tym samym okresie straciły na wartości odpowiednio – 9,6% oraz – 19,5%.

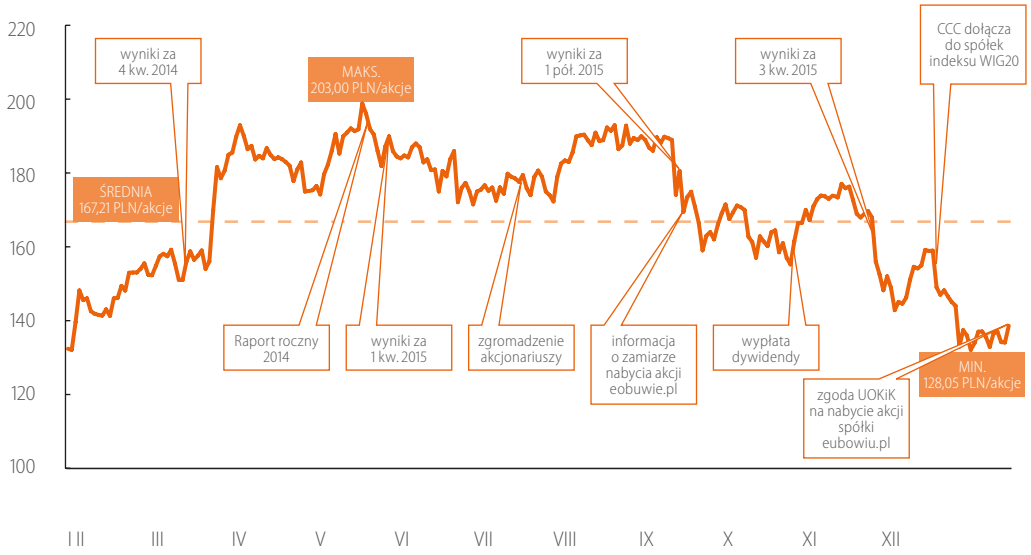
Od początku notowań, cena jednej akcji CCC wzrosła o ponad 1350% z poziomu 9,50 zł (cena emisyjna z 2 grudnia 2004 r.) do ceny 138,55 PLN na zamknięcie sesji 30 grudnia 2015 r.

CCC przeznaczyła 27,4% skonsolidowanego zysku netto za 2014 r. na wypłatę dywidendy akcjonariuszom tj. wypłacono 3,00 zł na akcję, a łączna wartość dywidendy wyniosła 115,2 mln PLN. Więcej informacji na temat wypłacanych dywidend znajduje się w rozdziale 5.



Kurs akcji CCC od daty debiutu do 30 grudnia 2015 roku.

Najważniejsze wydarzenia na tle notowań CCC na GPW w 2015 roku




## KALENDARIUM RAPORTOWANIA

| | |
|---|---|
| 25 lutego 2016 | Skonsolidowany raport kwartalny za IV kwartał 2015 r. |
| 28 kwietnia 2016 | Jednostkowy i skonsolidowany raport roczny za 2015 r. |
| 12 maja 2016 | Skonsolidowany raport kwartalny za I kwartał 2016 r. |
| 25 sierpnia 2016 | Skonsolidowany raport za I półrocze 2016 r. |
| 10 listopada 2016 | Skonsolidowany raport kwartalny za III kwartał 2016 r. |

# 2.
# STRATEGIA GRUPY CCC – REALIZACJA I PLANY ROZWOJU

CCC
SHOES & BAGS

# 2.1
# MISJA I STRATEGIA

Kluczowym elementem strategii Grupy CCC jest utrzymanie wiodącej pozycji na rynku detalicznym obuwia w Polsce, zdobycie pozycji lidera w Czechach, na Słowacji i na Węgrzech oraz pozyskiwanie kolejnych zagranicznych rynków. Marka wkracza w nowy wymiar i kreuje nowe horyzonty swojego rozwoju, dzięki rozpoznawalności w otoczeniu rynkowym Grupy zarówno w Polsce, jak i w innych krajach.

Strategia CCC jest budowana na podstawie zestawu unikalnych kompetencji budujących przewagę konkurencyjną na europejskim rynku detalicznej sprzedaży obuwia, w skład którego wchodzą:

### FAST FASHION

Dostarczanie klientom o różnym poziomie zamożności kilku tysięcy różnych modeli w ciągu sezonu. Krótkie serie, różnorodność kolorów, stylów i fasonów gwarantują wysoką odwiedzalność i częstotliwość zakupów.

### RELACJA CENY DO JAKOŚCI

Oferta CCC jest bardzo atrakcyjna cenowo, tak w segmencie butów skórzanych, jak i syntetycznych.

### MARKI WŁASNE

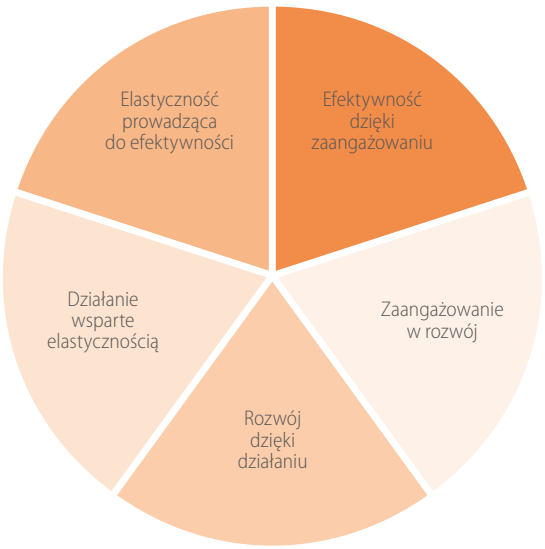
CCC sprzedaje przede wszystkim marki własne tj. produkty wyprodukowane bądź we własnej fabryce w Polkowicach bądź zlecone do produkcji w outsourcingu na Dalekim Wschodzie. Dzięki temu Grupa panuje w pełni nad procesem produkcji, jakością, logistyką, polityką cenową, marżami i polityką marketingową.

### NIEZBĘDNE ZASOBY

- Logistyka niemająca sobie równej w branży obuwniczej – w pełni zautomatyzowane nowoczesne centrum logistyczne;
- Produkcja w kraju i za granicą – Grupa CCC jest właścicielem największej fabryki obuwia w Polsce;
- Zdrowy bilans – udział zadłużenia finansowego do kapitału własnego utrzymuje się na bezpiecznym poziomie;
- Know-how w zakresie projektowania i budowania kolekcji, zarządzania sprzedażą, marketingu i HR.

## 2.1.1 WARTOŚCI I ZASADY POSTĘPOWANIA

Wśród naszych wartości i zasad postępowania szczególnie cenimy i promujemy poniższe postawy. Precyzują one naszą politykę w stosunku do otaczających nas klientów, współpracowników i akcjonariuszy. Dzięki tym postawom chcemy wyróżniać się zarówno jako pracodawca, firma handlowa i partner biznesowy. Poniżej przedstawiono schemat postaw wraz ze składowymi, które je definiują. Więcej informacji można uzyskać na Naszej stronie internetowej CCC.eu. http://firma.ccc.eu/pl/30,wartosci-ktore-cenimy.html



# 2.2
# REALIZACJA STRATEGII ZA LATA 2013 – 2015

## STRATEGIA GRUPY CCC – REALIZACJA I PLANY ROZWOJU

[w mln zł o ile nie podano inaczej]

Rok 2015 był ostatnim rokiem realizacji trzyletniej strategii ekspansji zagranicznej ogłoszonej w sierpniu 2012 r. Spółka w tym okresie udowodniła, że jej międzynarodowe aspiracje są realistyczne i uzasadnione. Strategia, którą kierowała się Grupa CCC w ostatnich trzech latach brzmiała następująco:

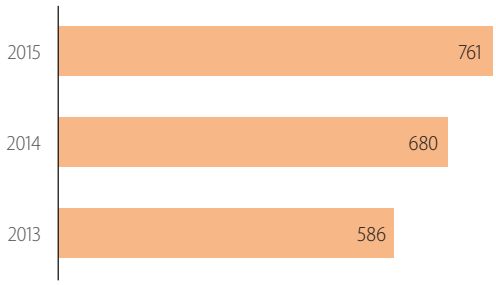
CCC zamierza zostać liderem rynku obuwniczego w Czechach, na Słowacji i na Węgrzech i ugruntować pozycję niekwestionowanego lidera w Polsce. Oprócz krajów CEE CCC w roku 2015 będzie aktywnie rozwijać sieć sprzedaży w Słowenii, Chorwacji, Rumunii i Bułgarii. Realizowana będzie również ekspansja w Austrii i Niemczech. Kontynuacja dynamicznej ekspansji przełoży się na powiększenie w latach 2013 – 2015 łącznej powierzchni handlowej o 80%.

| CEL | EFEKT UZYSKANY | OCENA |
|---|---|---|
| Zdobycie pozycji lidera rynku obuwniczego w każdym z krajów Europy Środkowej. | CCC największą firmą obuwniczą w regionie CEE (PL, CZ, SK, HU, RO, BG). | 👍 👍 |
| Zwiększenie powierzchni handlowej o blisko 80% (ponad 147 tys. $m^2$ w okresie czerwiec 2012-grudzień 2015) | Zwiększenie powierzchni handlowej o ponad 123% (ponad 205 tys. $m^2$). | 👍 👍 👍 |
| Podwojenie przychodów ze sprzedaży w roku 2015. | Przychody wzrosły w latach 2012-2015 z 1,3 mld PLN do 2,3 mld PLN | 👎 |
| Utrzymanie wysokiej rentowności przy zachowaniu wysokiej stopy zwrotu z kapitału własnego | Mimo ekspansji rentowność netto (oczyszczona) wyniosła w latach 2014-2015 odpowiednio 11% i 10%, zaś ROE nie spadło poniżej 20% | 👍 👍 |

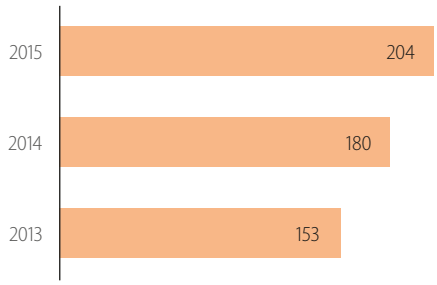
## ZDOBYCIE POZYCJI LIDERA NA RYNKU OBUWNICZYM W EUROPIE ŚRODKOWEJ

Pierwszym z elementów strategii Grupy było zdobycie pozycji lidera na każdym z rynków w Europie Środkowej, na jakim prowadzi ona swoją działalność operacyjną.

Liczba placówek w latach 2013–2015




Liczba placówek w Europie Środkowo-Wschodniej w latach 2013–2015




Na koniec grudnia 2015 r. Grupa CCC jest największą firmą obuwniczą w regionie CEE – Grupa zrealizowała cel poprzez konsekwentne działania w ramach zwiększenia powierzchni handlowej i utrzymania wysokiej rentowności.

## DWUKROTNE ZWIĘKSZENIE POWIERZCHNI HANDLOWEJ

Jednym z głównych celów operacyjnych Grupy było zwiększenie w okresie realizacji strategii powierzchni handlowej o 100%, czyli o ponad 150 tys. $m^2$ w okresie od czerwca 2012 r. do grudnia 2015 r.

Osiągnięte efekty znacznie przewyższyły zakładany cel – powierzchnia zwiększyła się o ok. 123%, czyli o ponad 205 tys.m2. Grupa zrealizowała ten cel kontynuując działania w zakresie niżej wymienionych obszarów:

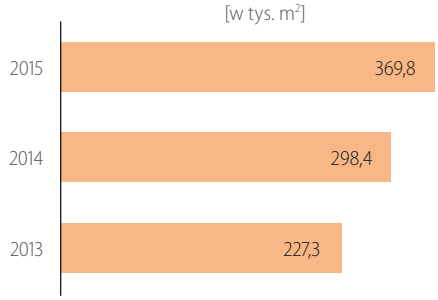
## KONTYNUACJA EKSPANSJI ZAGRANICZNEJ

Grupa CCC koncentrowała swoje wysiłki na powiększeniu powierzchni handlowej w Polsce, w Czechach, na Słowacji, na Węgrzech i w Rumunii oraz w Austrii, Słowenii, Chorwacji, Niemczech i Turcji. W latach 2013-2015 Grupa powiększyła swoją powierzchnię handlową netto o około 196,6 tys.$m^2$. W roku 2015 szacowany przyrost powierzchni handlowej netto CCC wyniósł 71,4 tys.$m^2$. W 2014 r. przyrost netto wyniósł 71,1 tys.$m^2$, zaś w 2013 r. 54,1 tys.$m^2$. W roku 2015 Grupa wydała na inwestycje w nowe sklepy detaliczne ok. 122,8 mln PLN

## ROZWÓJ SIECI SPRZEDAŻY KRAJOWEJ

Rozwój sieci, szczególnie własnych sklepów firmowych, poprzez otwieranie placówek w nowych, atrakcyjnych lokalizacjach, starannie dobranych pod względem zyskowności i stopy zwrotu oraz poprzez rozbudowę sieci w regionach, w których jest słabiej obecna. Elementem rozwoju będzie również sukcesywne powiększanie już istniejących salonów własnych, które swoją wielkością przekraczać będą nawet 500 $m^2$.

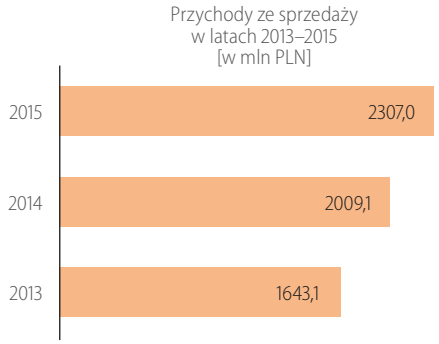
Powierzchnia placówek w latach 2013–2015 [w tys. $m^2$]



## UTRZYMANIE WYSOKIEJ RENTOWNOŚCI I PODWOJENIE PRZYCHODÓW

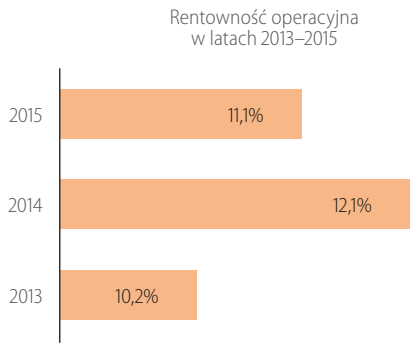
Kolejnym celem, jaki postawiła sobie Grupa na okres 2013-2015, było utrzymanie wysokiej rentowności kapitału własnego oraz podwojenie przychodów.

Przychody w latach 2012-2015 wzrosły z 1,3 mld PLN do 2,3 mld PLN. Grupie udało się zrealizować postawiony cel w 88%, czego główną przyczyną była m.in. niższa niż zakładana sprzedaż w czwartym kwartale 2015 r. spowodowana ciepłą zimą i niskim popytem na kolekcję jesienno-zimową.




Strategia określała długoterminową marżę na działalności operacyjnej na poziomie 15–16% i rentowność netto na poziomie 10-13%, natomiast stopę zwrotu z kapitału własnego nie mniejszą niż 20%. Pomimo intensywnej ekspansji w latach 2013-2015 marża na działalności operacyjnej wyniosła odpowiednio: 10,2%, 12,1%, 11,1%, rentowność netto w latach 2013-2015 kształtowała się na poziomie: 7,6%, 20,9%, 11,3% zaś stopa zwrotu z kapitału własnego w latach 2013-2015 wynosiła: 21,2%, 44,1%, 23,1%.

Zwiększenie skali działalności i jednoczesne utrzymywanie wysokiej efektywności i sprawności operacyjnej ma na celu podnoszenie wartości firmy dla akcjonariuszy Grupy CCC.



capeoriginals

# 2.3
# STRATEGIA NA LATA 2016 – 2017

Strategia obrana przez Grupę na lata 2013-2015 będzie kontynuowana w latach 2016-2017, a podstawową osią wzrostu pozostają kraje Europy Środkowej oraz Południowo--Wschodniej i kraje bałtyckie. Dodatkowo, Grupa CCC stawia sobie za cel zdobycie pozycji lidera w sprzedaży obuwia online na rynkach Europy Środkowej w ciągu najbliższych trzech lat.

Strategia na lata 2016 i 2017 została zdefiniowana na podstawie trzech celów strategicznych.

**CELAMI STRATEGICZNYMI NA LATA 2016-2017 SĄ:**

- kontynuacja bardzo udanej ekspansji na rynkach Europy Środkowo-Wschodniej i zdobycie pozycji lidera na każdym z krajowych rynków obuwniczych w regionie;
- uzyskanie w ciągu dwóch najbliższych lat tj. do końca 2017 roku, trwałej rentowności na rynkach Austrii i Niemiec;
- wykorzystanie synergii w obrębie Grupy CCC i zdobycie przez eobuwie.pl pozycji lidera w sprzedaży obuwia online w Europie Środkowej.

## KONTYNUACJA EKSPANSJI

Przede wszystkim Grupa CCC będzie kontynuowała bardzo udaną ekspansję z lat 2013-2015 na rynkach Europy Środkowo-Wschodniej i liczy na zdobycie pozycji lidera na każdym z krajowych rynków obuwniczych w regionie. W ramach osiągnięcia niniejszego celu Grupa przewiduje otwarcie w roku 2016 jednej nowej spółki dystrybucyjnej w Serbii oraz uruchomienie sprzedaży franczyzowej w Estonii.

Grupa planuje również kontynuację rozbudowy własnej sieci sprzedaży, umacniając tym samym swoją pozycję na rynkach, na których jest już obecna. W samym 2016 r. Grupa planuje zrealizować inwestycje w środki trwałe o wartości przekraczającej 140 mln PLN i zamierza zwiększyć powierzchnię sklepów o nie mniej niż 100.000 m2 netto (ok. 27% wzrostu), z czego:

- ok. 77.000 m2 netto (110 sklepów) otwartych zostanie poza granicami Polski;
- ok. 23.000 m2 netto (40 sklepów) otwartych zostanie w kraju.

Największy przyrost powierzchni Grupa CCC odnotuje w Polsce, w Niemczech, Austrii i Rumunii. Wszystkie pozostałe kraje będą miały również proporcjonalny, wysoki udział we wzroście powierzchni.

Do końca 2017 r. Grupa CCC zamierza powiększyć powierzchnię sprzedaży o 199,2 tys.m2, co doprowadzi Grupę na koniec 2017 r. do zarządzania siecią sprzedaży o łącznej powierzchni 560,5 tys.m2 i tym samym posiadaniem sklepów CCC w 14 krajach w Europie Środkowej i Zachodniej.

## UMOCNIENIE POZYCJI NA RYNKACH AUSTRII I NIEMIEC

Kolejnym celem strategicznym jest uzyskanie w ciągu dwóch najbliższych lat trwałej rentowności na rynkach Austrii i Niemiec. Doświadczenie zdobyte w ciągu dwóch pełnych lat ekspansji pokazuje, że dojście do rentowności jest możliwe, trwa jednak znacznie dłużej niż na rynkach Europy Środkowej. Oczekiwane na rok 2016 jest zwiększenie sprzedaży „like for like" na rynku niemieckim i austriackim o odpowiednio 15% i 10%. W Niemczech i Austrii Grupa, na dzień 31 grudnia 2015, posiadała łącznie 78 sklepów o łącznej powierzchni 49,6 tys.m2. Do końca 2017 r. planowane jest powiększenie powierzchni o 53,9 tys.m2

## SPRZEDAŻ ONLINE

Celem strategicznym w obszarze e-commerce jest wykorzystanie synergii w obrębie Grupy CCC i zdobycie przez eobuwie.pl pozycji lidera w sprzedaży obuwia online w Europie Środkowej. Aktualnie eobuwie.pl sprzedaje obuwie poprzez swoje regionalne domeny w Polsce, Czechach, na Słowacji, w Niemczech, Rumunii i na Węgrzech. W roku 2016 uruchomiona zostanie sprzedaż w Bułgarii, na Litwie i na Ukrainie.

# 2.4 PERSPEKTYWY ROZWOJU

| Czynniki Rozwoju | Oczekiwania Emitenta |
|---|---|
| wielkość osiągniętej sprzedaży w sklepach stacjonarnych i w kanale e-commerce | sytuacja gospodarcza w krajach, w których Grupa CCC prowadzi swoją działalność, powinna wywrzeć pozytywny wpływ na uzyskane przychody ze sprzedaży; |
| wysokość zrealizowanych marż oraz poziom kursów walutowych | aktualna sytuacja makro i mikroekonomiczna, poziom kursów walutowych nie powinna wywrzeć znaczącego wpływu na poziom zrealizowanych marż |
| panujące warunki atmosferyczne | zmiany klimatyczne jakie obserwuje się w ciągu ostatnich lat mogą mieć wpływ na osiągnięte wyniki finansowe; Grupa dostosowuje swoją kolekcję do zmieniającego się otoczenia |
| zmiany w prawie podatkowym w Polsce | wartość ewentualnego podatku handlowego możliwego do zapłacenia w 2016 wyniesie około kilkunastu mln zł |

# 3.
# ANALIZA WYNIKÓW FINANSOWYCH GRUPY

CCC
SHOES & BAGS

# 3.1
# ANALIZA WYBRANYCH DANYCH FINANSOWYCH I OPERACYJNYCH

## 3.1.1 WYNIKI FINANSOWE GRUPY CCC

### 3.1.1.1 SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z WYNIKU FINANSOWEGO I POZOSTAŁYCH CAŁKOWITYCH DOCHODÓW

Przychody, koszt własny sprzedaży oraz zysk brutto ze sprzedaży

#### JAK DEFINIUJEMY POSZCZEGÓLNE ELEMENTY WYNIKU

W **przychodach ze sprzedaży** ujmowane są przychody ze sprzedaży towarów, produktów i usług podnajmu uzyskiwane w ramach normalnej działalności gospodarczej oraz przychody ze sprzedaży usług logistycznych, księgowych świadczonych na rzecz CCC.eu sp. z o.o. Dane dotyczące przychodów wg segmentów umieszczone w poniższych tabelach przedstawiają sprzedaż od klientów zewnętrznych – pominięto sprzedaż wewnątrzgrupową oraz uwzględniono korekty konsolidacyjne tak, aby wartość przychodów była tożsama z pozycją przychodów z skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

Jako **koszt własny sprzedaży** Grupa ujmuje: wartość sprzedanych towarów, wartość sprzedanych opakowań, koszt rezerwy dot. reklamacji, wartość sprzedanych wyrobów gotowych, koszt dot. usług podnajmu, usług logistycznych, księgowych, odpisy aktualizujące wartość zapasów oraz odpisy z tytułu utraty wartości środków trwałych oraz wartości niematerialnych wykorzystywanych w produkcji wyrobów lub świadczenia usług (amortyzacja maszyn produkcyjnych).

**Zysk brutto na sprzedaży** jest obliczony jako różnica przychodów ze sprzedaży i kosztu własnego sprzedaży, a **marża zysku brutto** jako stosunek zysku brutto do przychodów ze sprzedaży od klientów zewnętrznych.

Dodatkowo w analizie wykorzystujemy wielkości **przychód na m$^2$ powierzchni handlowej** oraz **sprzedaż placówek porównywalnych** – definicje tych mierników zostały zawarte w poszczególnych tabelach.

Na przełomie września i października 2014 r. przeprowadzona została restrukturyzacja organizacyjna i procesowa CCC S.A., w wyniku której dokonano wyłączenia ze struktur Emitenta zorganizowanej części przedsiębiorstwa, przeznaczonej do realizacji działalności zakupowej, marketingowej oraz działalności związanej z rozwojem sieci sprzedaży oraz planowaniem strategicznym (CCC.eu sp. z o.o.). Od 1 października 2014 r. działalność operacyjna CCC S.A. skupia się w głównej mierze na detalicznej dystrybucji towarów na terytorium Polski. Ponadto Spółka CCC S.A. świadczy usługi logistyczne, księgowe na rzecz CCC.eu. Dystrybucją towarów w kanale detalicznym poza terytorium Polski zajmują się spółki zależne, prowadzące działalność w Czechach, Słowacji, Słowenii, Chorwacji, Austrii, Turcji, Bułgarii, na Węgrzech i w Niemczech. Produkcją obuwia na potrzeby Grupy zajmuje się spółka CCC Factory.

Nasze przychody ze sprzedaży kształtowały się następująco:

| | PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY[1] | | ZMIANA % | PRZYCHÓD NA 1M2 POWIERZCHNI HANDLOWEJ (W TYS. PLN)[2] | |
|---|---|---|---|---|---|
| | 2015 | 2014 | | 2015 | 2014 |
| Polska | 1 438,4 | 1 398,8 | 2,8% | 7,65 | 8,09 |
| Europa Śr.-Wsch. | 538,5 | 431,2 | 24,9% | 5,32 | 5,26 |
| Europa Zachodnia | 201,3 | 94,8 | 112,3% | 4,06 | 3,44 |
| Pozostałe kraje | 8,0 | 5,3 | 50,9% | 4,43 | 2,94 |
| Działalność detaliczna | 2 186,2 | 1 930,1 | 13,3% | 6,42 | 6,79 |
| Hurt | 118,3 | 78,2 | 51,3% | 3,79 | 3,72 |
| Pozostałe przychody | 2,3 | 0,3 | | | |
| Działalność produkcyjna | 0,2 | 0,5 | -59,6% | | |
| Razem | 2 307,0 | 2 009,1 | 14,8% | | |

[1] Przychody ze sprzedaży dotyczą wyłącznie sprzedaży na rzecz klientów zewnętrznych.

[2] Przychód na 1m$^2$ w powierzchni jest liczony jako suma ilorazów miesięcznych przychodów salonów CCC i ich powierzchni m$^2$ na koniec danego miesiąca

Przychody ze sprzedaży w 2015 r. wyniosły 2 307,0 mln PLN, co stanowi wzrost o 297,9 mln PLN (14,8%) w stosunku do roku poprzedniego. Na wzrost sprzedaży zasadniczy wpływ miał rozwój działalności i ekspansja na poszczególnych rynkach detalicznych, w szczególności w Polsce. Ogółem przychody ze sprzedaży detalicznej w 2015 r. stanowiły 94,8% całości sprzedaży od klientów zewnętrznych, przy 5,4% sprzedaży hurtowej, oraz 0,1% sprzedaży pozostałej. Największym rynkiem sprzedaży wciąż pozostaje Polska, której udział w łącznej sprzedaży w 2015 r. wyniósł 62,3% w porównaniu z 69,6% w 2014 r. Względem roku poprzedniego, przychody ze sprzedaży do klientów zewnętrznych wzrosły na wszystkich rynkach. Grupa utrzymuje wysoką sprzedaż detaliczną na 1m2 – w ciągu ostatniego roku sprzedaż ta zmniejszyła się z 6,8 tys. PLN/m2 do 6,4 tys. PLN/m2 (-5,4%) przy wzroście średniej powierzchni sklepu CCC + 10,9% do poziomu 488 $m^2$. Na wielkość osiąganych przychodów wpływ ma zmiana sprzedaży w istniejących placówkach oraz zmiany wynikające z otwarcia i zamknięcia placówek detalicznych. Dane na temat podziału sprzedaży według placówek kontynuujących działalność oraz nowo otwartych lub zamkniętych przedstawiają się następująco:

| | PORÓWNYWALNE PLACÓWKI [1] | | | ZMIANA % | POZOSTAŁE PLACÓWKI [2] | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | LICZBA | 2015 | 2014 | | 2015 | 2014 |
| Polska | 225 | 751,2 | 771,9 | -2,7% | 687,2 | 626,9 |
| Europa Śr.-Wsch. | 130 | 339,6 | 332,5 | 2,1% | 198,9 | 98,7 |
| Europa Zachodnia | 10 | 37,6 | 38,5 | -2,3% | 163,7 | 56,3 |
| Pozostałe kraje | 2 | 4,5 | 4,3 | 4,7% | 3,5 | 1,0 |
| Razem | 367 | 1 132,9 | 1 147,2 | -1,2% | 1 053,3 | 782,9 |

[1] Porównywalne placówki to sklepy, które prowadziły działalność bez przerwy w ciągu 2015 i 2014 r.

[2] Wszystkie pozostałe sklepy, w tym: sklepy nowo otwarte w roku obecnym lub poprzednim; sklepy zamknięte w roku obecnym lub poprzednim; oraz sklepy, które miały przerwę w działalności.

Ogółem, w odniesieniu do opisywanych lat, spadek sprzedaży w porównywalnych sklepach wyniósł – 14,3 mln PLN (-1,2%). Wzrosty w placówkach porównywalnych odnotowano w krajach Europa Śr.-Wsch. (+2,1%) oraz w Turcji (+4,7%). Spadek sprzedaży w sklepach porównywalnych odnotowano w Polsce i w krajach Europy Zachodniej (słabsza sprzedaż kolekcji jesienno – zimowej).

Przychody ze sprzedaży detalicznej w Polsce w 2015 r. wyniosły 1.438,4 mln PLN, co stanowiło wzrost o 39,6 mln PLN (+2,8%) w stosunku do roku poprzedniego. W tym samym okresie w Polsce otwarto i powiększono sklepy CCC o łącznej powierzchni 30,7 tys.m$^2$, a zamknięto placówki o łącznej powierzchni 15,8 tys.m$^2$. Netto, w 2015 r. w Polsce powierzchnia handlowa wzrosła o 14,9 tys.m$^2$, w tym CCC +19,8 tys. m2, BOTI i LASOCKI – 4,9 tys. m$^2$. Wpływ na zmianę przychodów + 39,6 mln PLN w stosunku do roku poprzedniego miała sprzedaż we własnych sklepach porównywalnych CCC – 20,7 mln PLN (-2,7%) oraz sprzedaż w sklepach pozostałych + 60,3 mln PLN (+9,6%).

W całym segmencie Europy Środkowo-Wschodniej (Czechy, Słowacja, Węgry, Słowenia, Chorwacja, Bułgaria) przychody ze sprzedaży wyniosły 538,5 mln PLN wzrastając o 107,3 mln PLN (24,9%) w porównaniu do roku poprzedniego. W tym samym okresie w Europie Środkowo-Wschodniej otwarto sklepy o łącznej powierzchni netto 19,3 tys. m$^2$.

Największym rynkiem w tym segmencie pod względem przychodów są Czechy, które odpowiadają za 8,9% całości przychodów od klientów zewnętrznych (wzrost o 0,4 p.p. w stosunku do 2014 r.). W 2015 r. w Czechach sprzedaż do klientów zewnętrznych wyniosła 205,4 mln PLN i wzrosła o 34,9 mln PLN. W 2015 r. w Czechach otwarto sklepy o łącznej powierzchni handlowej netto 3,8 tys.m$^2$.

Drugim w kolejności największym rynkiem są Węgry z udziałem w łącznych przychodach na poziomie 6,2%. Przychody od klientów zewnętrznych osiągnięte na tym rynku w 2015 r. wyniosły 143,7 mln PLN i wzrosły o 14,7 mln PLN (11,4%) względem 2014 r. W 2015 r. na Węgrzech otwarto sklepy o łącznej powierzchni handlowej netto 2,8 tys.m$^2$.

Wśród znaczących rynków Europy Środkowo-Wschodniej znajduje się także rynek słowacki z udziałem w strukturze przychodów ze sprzedaży na poziomie 5,3% (121,5 mln PLN), który odnotował wzrost sprzedaży o 20,7 mln PLN (20,5%). Na Słowacji w 2015 r. otwarto sklepy o łącznej powierzchni handlowej netto o 5,0 tys.m$^2$.

Wśród innych dynamicznie rozwijających się rynków znalazła się Słowenia (wzrost przychodów ze sprzedaży od klientów zewnętrznych o 93,2%), Chorwacja (81,4%), Turcja (50,9%),

W segmencie Europy Zachodniej najszybciej rozwijającymi się rynkiem w 2015 r. były rynki niemiecki. W okresie tym otwarto w Niemczech i Austrii odpowiednio 24 sklepy (16,5 tys. m$^2$) i 10 sklepów (5,5 tys. m$^2$). W Niemczech przychód ze sprzedaży od klientów zewnętrznych wyniósł 124,0 mln PLN i wzrósł względem poprzedniego roku o 169,60% z poziomu 46,0 mln PLN. Z kolei rynek austriacki osiągnął przychody ze sprzedaży od klientów zewnętrznych na poziomie 77,3 mln PLN – wzrost o 58,4% z poziomu 48,8 mln PLN w stosunku do roku poprzedniego.

Sprzedaż do klientów zewnętrznych w segmencie działalność hurtowa wyniosła w 2015 r. 118,3 mln PLN i wzrosła 51,3% względem 2014 r. W ramach tej działalności, na uwagę zyskują dwaj najwięksi kontrahenci, mianowicie podmioty działające w Rumunii i na Łotwie. Przychody ze sprzedaży do Rumunii w 2015 r. wyniosły 69,3 (+81,4%), a na Łotwie 14,3 (+25,4%).

## WYNIK NA SPRZEDAŻY

W wyniku naszej działalności osiągnęliśmy następujące wyniki na sprzedaży:

| | 2015 | 2014 | ZMIANA % |
|---|---|---|---|
| Przychody ze sprzedaży do klientów zewnętrznych | 2 307,0 | 2 009,1 | 14,8% |
| Koszt własny sprzedaży | 1 041,2 | 902,9 | 15,3% |
| Koszt nabycia sprzedanych towarów | 815,30 | 672,8 | 21,2% |
| Koszt produkcji sprzedanych wyrobów gotowych | 219,5 | 230,1 | -4,6% |
| Odpisy zapasów | 6,40 | 0,0 | 100,0% |
| Zysk brutto na sprzedaży | 1 265,8 | 1 106,2 | 14,43% |

Zysk brutto w podziale na poszczególne segmenty przedstawiał się następująco:

| | ZYSK BRUTTO NA SPRZEDAŻY | | ZMIANA % | MARŻA BRUTTO | |
|---|---|---|---|---|---|
| | 2015 | 2014 | | 2015 | 2014 |
| Polska | 771,6 | 775,2 | -0,5% | 53,6% | 55,4% |
| Europa Śr.-Wsch. | 313,8 | 246,5 | 27,3% | 58,3% | 57,2% |
| Europa Zachodnia | 131,8 | 61,6 | 114,0% | 65,5% | 65,0% |
| Pozostałe kraje | 4,8 | 2,3 | 108,7% | 60,0% | 43,4% |
| Działalność detaliczna | 1 222,0 | 1 085,6 | 12,6% | 55,9% | 56,2% |
| Hurt | 41,3 | 19,8 | 108,6% | 34,9% | 25,3% |
| Działalność produkcyjna | 0,2 | 0,5 | -59,6% | nd | nd |
| Razem | 1 263,5 | 1 105,9 | 14,3% | 54,8% | 55,1% |
| niezalokowane do segmentów | 2,3 | 0,3 | | | |
| Razem | 1 265,8 | 1 106,2 | 14,3% | 54,9% | 55,1% |

Skonsolidowany zysk brutto na sprzedaży Grupy wzrósł o 14,4 % i wyniósł w 2015 r. 1.265,8 mln PLN. Wyższa dynamika wzrostu kosztu własnego sprzedaży +15,3% w porównaniu do przychodów ze sprzedaży +14,8% spowodowała nieznaczne obniżenie marży brutto na sprzedaży o 0,2 p.p. względem roku poprzedniego.

Marża w segmencie sprzedaży detalicznej wyniosła w 2015 r. 56,0% i była niższa o 0,3 p.p. w stosunku do roku ubiegłego.

## KOSZTY FUNKCJONOWANIA SKLEPÓW/ HURTU ORAZ WYNIK SEGMENTÓW

### JAK DEFINIUJEMY POSZCZEGÓLNE ELEMENTY WYNIKU

**Koszty funkcjonowania sklepów** obejmują koszty utrzymania sklepów. Do pozycji tej zalicza się głównie koszty opłat w leasingu operacyjnym lokali, w których prowadzone są sklepy; amortyzację rzeczowych aktywów trwałych; amortyzację wartości niematerialnych; koszty usług obcych; koszty wynagrodzeń pracowników sklepów; pozostałe koszty rodzajowe.

## WYNIK SEGMENTÓW

| 2015 | PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY | ZYSK BRUTTO NA SPRZEDAŻY | KOSZTY FUNKCJONOWANIA SKLEPÓW | POZOSTAŁE KOSZTY SPRZEDAŻY | WYNIK SEGMENTU |
|---|---|---|---|---|---|
| Polska | 1 438,4 | 771,6 | -383,0 | -98,8 | 289,8 |
| Europa Śr.-Wsch. | 538,5 | 313,8 | -190,2 | -39,2 | 84,4 |
| Europa Zachodnia | 201,3 | 131,8 | -152,1 | -14,1 | -34,4 |
| Pozostałe kraje | 8,0 | 4,8 | -5,8 | -0,6 | -1,6 |
| Działalność detaliczna | 2 186,2 | 1 222,0 | -731,1 | -152,7 | 338,2 |

| 2014 | PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY | ZYSK BRUTTO NA SPRZEDAŻY | KOSZTY FUNKCJONOWANIA SKLEPÓW | POZOSTAŁE KOSZTY SPRZEDAŻY | WYNIK SEGMENTU |
|---|---|---|---|---|---|
| Polska | 1 398,8 | 775,2 | -398,1 | -70,0 | 307,1 |
| Europa Śr.-Wsch. | 431,2 | 246,5 | -161,2 | -45,0 | 40,3 |
| Europa Zachodnia | 94,8 | 61,6 | -68,5 | -19,5 | -26,4 |
| Pozostałe kraje | 5,3 | 2,3 | -4,1 | -1,2 | -3,0 |
| Działalność detaliczna | 1 930,1 | 1 085,6 | -631,9 | -135,7 | 318,0 |

Zmiany w zysku brutto, kosztach funkcjonowania sklepów i wyniku segmentu pomiędzy 2015 a 2014 r. przedstawiono w poniższej tabeli:

| Zmiana 2015/2014 w % | PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY | ZYSK BRUTTO NA SPRZEDAŻY | KOSZTY FUNKCJONOWANIA SKLEPÓW | POZOSTAŁE KOSZTY SPRZEDAŻY | WYNIK SEGMENTU |
|---|---|---|---|---|---|
| Polska | 2,8% | -0,5% | -3,8% | 41,1% | -5,6% |
| Europa Śr.-Wsch. | 24,9% | 27,3% | 18,0% | -12,9% | 109,4% |
| Europa Zachodnia | 112,3% | 114,0% | 122,0% | -27,7% | 30,3% |
| Pozostałe kraje | 50,9% | 108,7% | 41,5% | -50,0% | -46,7% |
| Działalność detaliczna | 13,3% | 12,6% | 15,7% | 12,5% | 6,4% |

[1] Średni koszt na $m^2$ powierzchni handlowej jest liczony jako iloraz kosztów funkcjonowania sklepów poniesionych w ciągu roku obrotowego oraz powierzchni handlowej w $m^2$ wg stanu na dzień bilansowy.

Wypracowany zysk brutto na sprzedaży pokrywa koszty funkcjonowania sklepów oraz tworzy wynik segmentów. W 2015 r. w stosunku do roku poprzedniego koszty funkcjonowania sklepów wzrosły o 99,2 mln PLN, a zysk brutto wzrósł o 39,2 mln PLN.

Koszty funkcjonowania sklepów kształtowały się następująco:

| | 2015 | 2014 | ZMIANA % |
|---|---|---|---|
| Wynagrodzenia | 218,6 | 180,4 | 21,2% |
| Koszty świadczeń pracowniczych | 54,0 | 54,0 | 0,0% |
| Usługi agencyjne | 37,3 | 33,3 | 12,0% |
| Koszty najmu | 283,9 | 234,8 | 20,9% |
| Amortyzacja | 35,7 | 36,1 | -1,1% |
| Podatki i opłaty | 3,1 | 0,7 | >100% |
| Zużycie materiałów i energii | 36,3 | 35,8 | 1,4% |
| Pozostałe koszty rodzajowe | 62,2 | 56,8 | 9,5% |
| Razem | 731,1 | 631,9 | 15,7% |

W 2015 r. najistotniejszą pozycją kosztową Grupy CCC były koszty funkcjonowania sklepów, które w porównaniu z rokiem poprzednim wzrosły o 99,2 mln PLN (15,7%) do poziomu 731,1 mln PLN. Głównym powodem wzrostu kosztów funkcjonowania sklepów był wzrost powierzchni handlowej o 66,2 tys.m$^2$. Wraz z ekspansją rynkową i otwieraniem kolejnych placówek handlowych wszystkie pozycje kosztów funkcjonowania sklepów wzrosły, a najbardziej znaczącą były koszty najmu oraz koszty wynagrodzenia personelu (sprzedawcy i inni pracownicy sklepowi), które stanowiły odpowiednio 38,8% oraz 37,2% łącznych kosztów funkcjonowania sklepów.

Liczba pracowników zatrudnionych we wszystkich sklepach Grupy CCC na 31 grudnia 2015 r. wyniosła 8 747 i była o 1 160 pracowników wyższa niż na koniec 2014 r. Największy przyrost osób zatrudnionych nastąpił w Europie Zachodniej (tj. w Niemczech oraz w Austrii), oraz w Polsce.

W celu analizy i porównywania wyników pojedynczych sklepów Grupa korzysta ze wskaźnika kosztu ponoszonego na metr kwadratowy powierzchni handlowej. W ujęciu łącznym, koszt funkcjonowania sklepu na metr kwadratowy pomiędzy 2014 i 2015 r. zmieniły się nieznacznie – w 2015 r. współczynnik ten wyniósł 2,15 tys. PLN/m$^2$, a w 2014 2,22 tys. PLN/m$^2$. Wskaźnik ten jest najkorzystniejszy w Europie Środkowo–Wschodniej, natomiast największy koszt/m$^2$ ponoszone Europie Zachodniej.

## WPŁYW POZOSTAŁYCH PRZYCHODÓW I KOSZTÓW

### JAK DEFINIUJEMY POSZCZEGÓLNE ELEMENTY WYNIKU

**Pozostałe koszty sprzedaży** obejmują koszty komórek organizacyjnych wspierających sprzedaż i rozwój sieci sprzedaży, m.in. koszty pionu ekspansji, kierowników regionalnych, koszty pionu logistyki, marketingu.

**Koszty ogólnego zarządu** obejmują koszty związane z kierowaniem całokształtem działalności gospodarczej Grupy (koszty pionów finansowo-księgowych, administracji, koszty Zarządu) oraz koszty ogólne.

**Pozostałe przychody i koszty operacyjne** obejmują przychody i koszty z działalności niebędącej podstawową działalnością operacyjną jednostki, np. zyski lub straty ze zbycia rzeczowych aktywów trwałych, kary i grzywny, darowizny itp.

**Przychody finansowe** obejmują następujące pozycje: przychody z tytułu odsetek od rachunku bieżącego i innych; wynik na różnicach kursowych oraz pozostałe przychody finansowe.

**Koszty finansowe** obejmują następujące koszty: odsetki od pożyczek i kredytów; prowizje zapłacone oraz pozostałe koszty finansowe.

**Podatek dochodowy** obejmuje podatek naliczony oraz odroczony.

Grupa prezentując **skorygowany zysk netto** wyłącza pozycje, które zdaniem Zarządu mają charakter jednorazowy i nie są brane pod uwagę przy ocenie wyników oraz podczas podejmowania decyzji. Skorygowany zysk netto nie jest miernikiem zgodnym z MSSF. Więcej informacji nt. miernika znajduje się na stronie 32.

| | 2015 | 2014 | ZMIANA % |
|---|---|---|---|
| Wynik segmentu | 370,0 | 329,4 | 12,3% |
| Koszty ogólnego zarządu | -115,2 | -76,8 | 50,0% |
| Pozostałe przychody i koszty | 1,9 | -9,4 | -120,2% |
| Zysk na działalności operacyjnej | 256,7 | 243,2 | 5,6% |
| Przychody finansowe | 0,1 | 3,1 | -64,5% |
| Koszty finansowe | -23,8 | -21,2 | 17,0% |
| Zysk przed opodatkowaniem | 233,0 | 225,1 | 3,5% |
| Podatek dochodowy | 26,4 | 195,3 | -86,5% |
| Zysk netto | 259,4 | 420,4 | -38,3% |
| Skorygowany zysk netto[1] | 240,8 | 228,5 | 5,4% |

[1] Skorygowany zysk netto jest miarą własną zysku – wyjaśnienie miary zawarto w rozdziale 3.1.1.1. na str. 75.

Pozostałe koszty i przychody operacyjne stanowiły odpowiednio 13,2 mln PLN oraz 15,1 mln PLN, co w ujęciu netto stanowiło 1,9 mln PLN po stronie przychodowej w porównaniu z 9,4 mln PLN w roku poprzednim po stronie kosztowej. Głównym powodem zmiany 2015 do 2014 były różnice kursowe +5,3 mln PLN

W wyniku opisanych powyżej czynników, Grupa CCC uzyskała wynik na działalności operacyjnej w 2015 r. w wysokości 256,7 mln PLN, który w porównaniu z analogicznym okresem 2014 r. był wyższy o 5,6%.

## PRZYCHODY I KOSZTY FINANSOWE

W 2015 r. przychody finansowe wyniosły 1,1 mln PLN i w porównaniu z rokiem poprzednim były niższe o 2,0 mln PLN.

W 2015 r. pozostałe koszty finansowe wyniosły 24,8 mln PLN i w porównaniu z rokiem poprzednim były większe o 3,6 mln PLN (17%). Główną pozycją składającą się na koszty finansowe w raportowanym okresie były odsetki od zadłużenia (73% łącznej wartości kosztów finansowych), które wyniosły 17,4 mln PLN i były o 1,4 mln PLN mniejsze (7,4%) względem roku poprzedniego. Pozostałymi kosztami finansowymi był przede wszystkim ujemny wynik na różnicach kursowych (3,7 mln PLN), prowizje zapłacone (0,7 mln PLN) oraz pozostałe koszty finansowe (2,0 mln PLN).

Podatek dochodowy w 2015 r. wyniósł 26,4 mln PLN pozytywnie wpływając na zysk netto, co było wynikiem rozpoznania aktywa na podatek odroczony w kwocie 95,2 mln PLN.

Po uwzględnieniu przychodów i kosztów finansowych oraz podatku dochodowego zysk netto wyniósł 259,4 mln PLN i był o 38,3% niższy niż w 2014 r.

Miarami wyniku, którymi posługuje się Zarząd, są EBITDA oraz skorygowany zysk netto.

EBITDA jest miernikiem wykorzystywanym głównie na potrzeby analizy zadłużenia, ze względu na nałożone przez banki kowenanty. Więcej informacji na temat miernika EBITDA znajduje się w rozdziale 3.2.1. „Zadłużenie i płynność Grupy CCC".

Skorygowany zysk netto jest liczony w oparciu o zysk netto skorygowany o pozycje, które zdaniem Zarządu mają charakter jednorazowy i nie są brane pod uwagę przy ocenie wyników oraz podczas podejmowania decyzji. Poniżej podano listę pozycji wyłączanych z wyniku netto wraz z wyjaśnieniem:

### POZYCJE GOTÓWKOWE:

- Efekty restrukturyzacji biznesowej – pozycja ta obejmuje podatek od czynności cywilno-prawnych powstały w wyniku restrukturyzacji biznesowej Grupy CCC
- Koszty doradztwa – pozycja ta obejmuje koszty doradztwa poniesione w wyniku restrukturyzacji biznesowej Grupy CCC

### POZYCJA BEZGOTÓWKOWE:

- Aktywa z tytułu podatku odroczonego z tytułu znaku towarowego i wartości firmy – pozycja ta obejmuje aktyw powstały w wyniku restrukturyzacji biznesowej Grupy CCC
- Koszty programu motywacyjnego – pozycja ta obejmuje koszty programu motywacyjnego na lata 2013-2015

## UZGODNIENIE SKORYGOWANEGO ZYSKU NETTO

| | 2015 | 2014 |
|---|---|---|
| Zysk netto | 259,4 | 420,4 |
| Efekty restrukturyzacji biznesowej | 0,0 | -29,6 |
| Rozpoznanie aktywa z tytułu podatku odroczonego dotyczącego znaku towarowego i wartości firmy oraz ulgi inwestycyjnej | 44,9 | 229,3 |
| Koszty doradztwa | -2,8 | -5,2 |
| Koszty programu motywacyjnego | -26,9 | -2,2 |
| Skorygowany zysk netto | 244,2 | 228,1 |

## 3.1.1.2 SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z SYTUACJI FINANSOWEJ (PRZEGLĄD GŁÓWNYCH POZYCJI)

Przegląd głównych pozycji z naszego sprawozdania z sytuacji finansowej przedstawia się następująco:

| | 2015 | 2014 | ZMIANA % |
|---|---|---|---|
| Aktywa trwałe, a w tym: | 920,3 | 812,5 | 13,3% |
| Rzeczowe aktywa trwałe | 591,9 | 520,9 | 13,6% |
| Aktywa z tyt. podatku odroczonego | 312,5 | 267,3 | 16,9% |
| Aktywa obrotowe, a w tym: | 1 151,7 | 981,7 | 17,3% |
| Zapasy | 680,5 | 741,3 | -8,2% |
| Środki pieniężne i ich ekwiwalenty | 340,6 | 161,9 | 110,4% |
| AKTYWA RAZEM | 2 072,0 | 1 794,2 | 15,5% |
| Zobowiązania długoterminowe, a w tym: | 335,0 | 256,9 | 30,4% |
| Zobowiązania z tytułu zadłużenia | 296,0 | 216,0 | 37,0% |
| Zobowiązania krótkoterminowe, a w tym: | 613,4 | 585,1 | 4,8% |
| Zobowiązania z tytułu zadłużenia | 422,8 | 362,0 | 16,8% |
| Zobowiązania wobec dostawców oraz pozostałe zobowiązania | 178,5 | 181,3 | -1,5% |
| ZOBOWIĄZANIA RAZEM | 948,4 | 842,0 | 12,6% |
| KAPITAŁ WŁASNY | 1 123,6 | 952,2 | 18,0% |

## AKTYWA TRWAŁE

### JAK DEFINIUJEMY POSZCZEGÓLNE ELEMENTY MAJĄTKU

**Rzeczowe aktywa trwałe** obejmują: inwestycje w obcych środkach trwałych (tj. nakłady w wynajmowanych lokalach służących sprzedaży detalicznej towarów); środki trwałe używane w działalności produkcyjnej i dystrybucyjnej oraz pozostałe.

**Aktywa i zobowiązania z tytułu podatku odroczonego** ujmowane są (i) w wyniku powstania różnic pomiędzy wartościami bilansowymi aktywów i zobowiązań a odpowiadającymi im wartościami podatkowymi oraz (ii) w odniesieniu do nierozliczonych strat podatkowych.

Aktywa trwałe na dzień 31 grudnia 2015 r. składały się z rzeczowych aktywów trwałych (591,9 mln PLN), wartości niematerialnych (5,9 mln PLN), udzielonych pożyczek (10,0 mln PLN) oraz aktywów z tytułu podatku odroczonego (312,5 mln PLN). Wartość aktywów trwałych w porównaniu do 31 grudnia 2014 r. wzrosła o 13,3% do poziomu 920,3 mln PLN, czego głównym powodem było zwiększenie nakładów inwestycyjnych związanych z otwarciem kolejnych sklepów, rozbudową centrum logistycznego oraz rozpoznanie aktywów z tytułu podatku odroczonego.

| | RZECZOWE AKTYWA TRWAŁE | | ZMIANA % | |
|---|---|---|---|---|
| | 2015 | 2014 | WARTOŚCI RZECZOWYCH AKTYWÓW TRWAŁYCH | POWIERZCHNI SKLEPÓW 2015/2014 |
| Inwestycje w sklepach | 273,1 | 218,8 | 24,8% | 19,8% |
| Grunty, budynki i budowle | 150,5 | 95,2 | 58,1% | |
| Maszyny i urządzenia | 69,1 | 60,6 | 14,0% | |
| Rzeczowe aktywa trwałe w budowie | 1,8 | 57,6 | -96,9% | |
| Fabryka i dystrybucja | 221,4 | 213,4 | 3,7% | |
| Pozostałe | 97,4 | 88,7 | 9,8% | |
| Razem | 591,9 | 520,9 | 13,6% | |

Rzeczowe aktywa trwałe na dzień 31 grudnia 2015 wyniosły 591,9 mln PLN i zwiększyły się o 71,0 mln PLN (13,6%) względem 2014 r., co wynikało głównie z nakładów inwestycyjnych na sklepy (+54,3 mln PLN) i przyrostu powierzchni o kolejnych 61,1 tys. $m^2$ oraz wzrostu wartości środków trwałych w działalności produkcyjnej i logistycznej, które były o 8,0 mln PLN większe niż na koniec 2014 r. i wyniosły 221,4 mln PLN.

Strategia ekspansji skupiona przede wszystkim na Polsce i rynkach Europy Środkowo-Wschodniej doprowadziła do wzrostu nakładów inwestycyjnych netto o ponad 36,3 mln PLN. Największy przyrost inwestycji w tym segmencie nastąpił w Polsce, (24,2 mln PLN), gdzie powierzchnia sklepów przyrosła o 19,8 tys. $m^2$.

Aktywa z tytułu podatku odroczonego wykazane na 31 grudnia 2015 r. dotyczyły głównie rozpoznania aktywów na podatek odroczony w związku z powstałą wartością firmy i nabyciem znaków towarowych i wyniosły na dzień 31 grudnia 2015 312,5 mln PLN. Szczegółowy opis ujmowania aktywów oraz zobowiązań z tytułu podatku odroczonego zamieszczony jest w nocie 3.3c do skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

## AKTYWA OBROTOWE

### JAK DEFINIUJEMY POSZCZEGÓLNE ELEMENTY MAJĄTKU

**Zapasy** są wykazywane według ceny nabycia lub kosztu wytworzenia lub ceny sprzedaży netto w zależności od tego, która z tych kwot jest niższa. Koszt wytworzenia wyrobów gotowych i produkcji w toku obejmuje koszty projektowe, surowce, robociznę bezpośrednią, inne koszty bezpośrednie i odnośne ogólne koszty produkcji.

W przypadku wystąpienia okoliczności, w skutek których nastąpiło obniżenie wartości zapasów, dokonuje się **odpisu aktualizującego** ich wartość w ciężar kosztu własnego sprzedaży.

**Środki pieniężne i ich ekwiwalenty** obejmują środki pieniężne w kasie oraz depozyty bankowe płatne na żądanie.

Aktywa obrotowe na dzień 31 grudnia 2015 r. wyniosły 1 151,7 mln PLN i składały się z zapasów (680,5 mln PLN), środków pieniężnych i ich ekwiwalentów (340,6 mln PLN), udzielonych pożyczek (18,0 mln PLN) oraz należności od odbiorców i pozostałych należności (112,6 mln PLN). Wartość aktywów obrotowych w porównaniu do dnia 31 grudnia 2014 r. wzrosła o 17,3 % z poziomu 981,7 mln PLN. Główną przyczyną wzrostu wartości aktywów obrotowych było zwiększenie wartości środków pieniężnych (wzrost o 178,7 mln PLN tj. 110,4%), które na koniec roku miały wartość 340,6 mln PLN.

Poziom zapasów Grupy spadł o 60,8 mln PLN tj. -8,2%, i wyniósł na koniec roku 680,5 mln PLN. Zmniejszenie wartości zapasów wynikało głównie z prowadzenia optymalizacji dostaw i produkcji.

Poniższa tabela przedstawia dane nt. zapasów Grupy CCC:

| | 2015 | 2014 | ZMIANA % |
|---|---|---|---|
| Działalność detaliczna | 254,2 | 348,8 | -27,1% |
| Magazyn | 427,5 | 417,2 | 2,5% |
| Fabryka | 46,5 | 48,7 | -4,5% |
| Materiały | 39,2 | 41,5 | -5,5% |
| Produkcja w toku | 7,3 | 7,2 | 1,4% |
| Zapasy razem, netto | 728,2 | 814,7 | -10,6% |
| Odpis aktualizujący wartość zapasów | -6,4 | -9,0 | -28,9% |
| Korekty konsolidacyjne | -41,3 | -64,4 | |
| Razem zapasy brutto | 680,5 | 741,3 | -8,2% |
| Udział odpisu aktualizującego wartość zapasów względem wartości brutto zapasów | -0,94% | -1,21% | |
| Wskaźnik rotacji zapasów[1] | 239 dni | 300 dni | -20,3% |

[1] Wskaźnik rotacji zapasów jest liczony jako stosunek wielkości zapasów na koniec okresu do kosztu własnego sprzedanych towarów pomnożony przez liczbę dni w okresie.

Większość towarów Grupy CCC na dzień 31 grudnia 2015 r. znajdowała się w głównym magazynie Grupy tj. w Centrum Logistycznym w Polkowicach (65% wszystkich towarów), natomiast 35% znajdowała się wewnątrz sieci handlowej.

W 2015 r. Grupa utworzyła odpis aktualizujący wartość zapasów w kwocie 6,4 mln PLN, podczas gdy w roku poprzednim odpis ten wyniósł 9,0 mln PLN (spadek o 28,9%). Wskaźnik rotacji zapasów (239 dni w 2015 r.) spadł o 20,3% (61 dni) względem 2014 r., czego głównym powodem była optymalizacja produkcji oraz dostaw.

## ŚRODKI PIENIĘŻNE I ICH EKWIWALENTY

Środki pieniężne i ich ekwiwalenty Grupy CCC na dzień 31 grudnia 2015 r. wyniosły 340,6 mln PLN, wzrastając o 178,7 mln PLN (110,4%) względem końca 2014 r. Na koniec 2015 r. 29,2% środków pieniężnych znajdowało się na rachunku bankowym, a 70,8% zostało ulokowane na lokatach krótkoterminowych.

## KAPITAŁY ORAZ ZOBOWIĄZANIA Z TYTUŁU ZADŁUŻENIA

### JAK DEFINIUJEMY POSZCZEGÓLNE ELEMENTY MAJĄTKU

**Kapitały własne** ujmuje się w księgach rachunkowych z podziałem na ich następujące rodzaje: kapitał podstawowy (akcyjny); kapitał zapasowy; zyski zatrzymane; oraz kapitały pozostałe.

**Zobowiązania z tytułu zadłużenia** obejmują głównie kredyty bankowe oraz wyemitowane obligacje.

**Zobowiązania handlowe** klasyfikuje się jako zobowiązania krótkoterminowe, jeżeli termin zapłaty przypada w ciągu jednego roku. W przeciwnym wypadku, zobowiązania wykazuje się jako długoterminowe. Zobowiązania handlowe wycenia się w kwocie wymaganej zapłaty.

Na dzień 31 grudnia 2015 r. kapitał własny Grupy CCC w porównaniu z końcem 2014 r. wzrósł o 171,4 mln PLN (18,0%), głównie ze względu na przeniesienie zysku za 2015 r. (259,4 mln PLN) do zysków zatrzymanych przy jednoczesnej wypłacie dywidendy za 2014 r. w kwocie 115,2 mln PLN.

Zobowiązania długoterminowe na 31 grudnia 2015 r. wyniosły 335,0 mln PLN, wzrastając o 78,1 mln PLN (30,4%) z poziomu 256,9 mln PLN na 31 grudnia 2014 r. Na łączną kwotę zobowiązań długoterminowych na koniec 2015 r. składały się głównie długoterminowe zobowiązania z tytułu zadłużenia (296,0 mln PLN); zobowiązania na podatek odroczony, które wyniosły 6,4 mln PLN; rezerwy o wartości 6,5 mln PLN (wzrost o 14% względem końca 2014 r.) oraz otrzymane dotacje, które wyniosły 26,1 mln PLN i względem końca 2014 r. zmalały o 9,1%.

Zobowiązania krótkoterminowe na 31 grudnia 2015 r. wyniosły 613,4 mln PLN, wzrastając o 28,3 mln PLN (4,8%) z poziomu 585,1 mln PLN na 31 grudnia 2014 r. Na łączną kwotę zobowiązań krótkoterminowych na koniec 2015 r. składały się głównie zobowiązania z tytułu zadłużenia (422,8 mln PLN); zobowiązania wobec dostawców, które wyniosły 78,1 mln PLN (spadek o 21,7% względem końca 2014 r.); pozostałe zobowiązania, które wyniosły 100,4 mln PLN (wzrost o 23,2% względem końca 2014 r.); zobowiązania z tytułu podatku dochodowego 5,4 mln PLN (spadek o 83,0% względem końca 2014 r.); rezerwy, które wyniosły 4,1 mln PLN (spadek o 44,6%); oraz dotacje, które wyniosły 2,6 mln PLN i pozostały niezmienione względem końca 2014 r.

Zobowiązania z tytułu zadłużenia zostały omówione w rozdziale 3.2.1. „Zadłużenie i płynność Grupy CCC".

## 3.1.1.3 SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH (PRZEGLĄD GŁÓWNYCH POZYCJI)

| | 2015 | 2014 | ZMIANA % |
|---|---|---|---|
| Zysk brutto przed opodatkowaniem | 233,0 | 225,1 | 3,5% |
| Korekty | 24,5 | 7,7 | >200% |
| Podatek dochodowy zapłacony | -51,9 | -14,1 | >200% |
| Przepływy pieniężne przed zmianami w kapitale obrotowym | 293,7 | 299,8 | -2,0% |
| Zmiany w kapitale obrotowym | 31,7 | -245,8 | 112,9% |
| Przepływy pieniężne z działalności operacyjnej | 325,4 | 54,0 | >200% |
| Przepływy pieniężne z działalności inwestycyjnej | -155,5 | -205,2 | -24,2% |
| Przepływy pieniężne z działalności finansowej, w tym m. in.: | 8,8 | 169,4 | -94,8% |
| Dywidendy wypłacone | -115,2 | -61,4 | 87,6% |
| Przepływy pieniężne razem | 178,7 | 18,2 | >200% |

### PRZEPŁYWY NETTO Z DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ

Skonsolidowane przepływy netto z działalności operacyjnej w 2015 r. wyniosły 325,4 mln PLN i wynikały m.in. ze zmniejszenia zapotrzebowania na kapitał obrotowy oraz wypracowanego zysku za 2015 r.

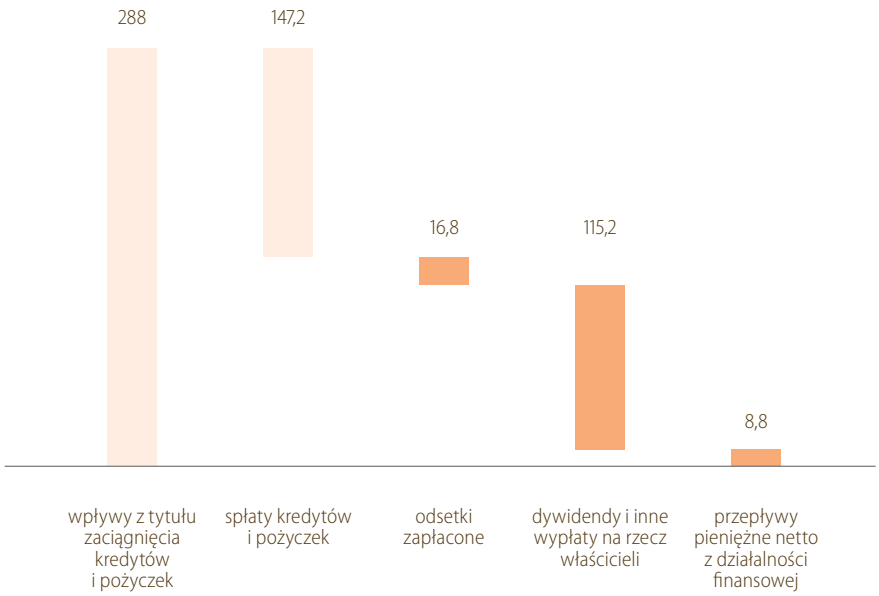
### PRZEPŁYWY NETTO Z DZIAŁALNOŚCI INWESTYCYJNEJ

Skonsolidowane przepływy netto z działalności inwestycyjnej w 2015 r. wyniosły – 155,5 mln PLN. Na wartość tą składał się przede wszystkim wzrost wydatków na rzeczowe aktywa trwałe związanych z realizacją strategii ekspansji rynkowej i powiększaniem powierzchni handlowej w Polsce jak i zagranicą – wydatki te w 2015 r. wyniosły 156,9 mln PLN.

Dodatkowo na działalność inwestycyjną wpływ miały także udzielone pożyczki, które spowodowały zwiększenie wypływów o 13,2 mln PLN. Więcej informacji o udzielonych pożyczkach znajduje się w rozdziale 3.3.1. „Udzielone pożyczki".

## PRZEPŁYWY NETTO Z DZIAŁALNOŚCI FINANSOWEJ

Skonsolidowane przepływy netto z działalności finansowej w 2015 r. wyniosły 8,8 mln PLN. Na wartość tą składało się przede wszystkim zwiększenie środków pieniężnych o 140,8 mln PLN z tyt. zadłużenia finansowego oraz wypłata dywidendy 115,2 mln PLN.




Więcej informacji na temat przepływów netto z działalności finansowej zostało przedstawionych w rozdziale 3.2.1. „Zadłużenie i płynność Grupy CCC".

Biorąc pod uwagę powyżej omówione przepływy pieniężne Grupa CCC zakończyła 2015 r. ze stanem środków pieniężnych na poziomie 340,6 mln PLN co oznaczało wzrost o 178,7 mln PLN (110,4%) względem końca 2014 r.

## 3.1.2 PUBLIKACJA PROGNOZ WYNIKÓW FINANSOWYCH

Nie publikowano prognoz wyników na 2015 r.

# 3.2
# ZARZĄDZANIE ZASOBAMI FINANSOWYMI ORAZ PŁYNNOŚĆ FINANSOWA

## 3.2.1
## ZADŁUŻENIE I PŁYNNOŚĆ GRUPY CCC

Grupa CCC finansuje swoją działalność za pomocą kapitału własnego oraz kapitału obcego, na który składają się zaciągnięte kredyty, pożyczki oraz wyemitowane obligacje.

### KREDYTY ORAZ OBLIGACJE

Na koniec 2015 r. Grupa posiadała długoterminowe zobowiązania z tytułu zadłużenia w wysokości 296,0 mln PLN, na które składały się przede wszystkim wyemitowane w czerwcu 2014 r. obligacje o łącznej wartości 210,0 mln PLN oraz zobowiązania z tytułu zaciągniętych kredytów bankowych, których część długoterminowa wyniosła 86,0 mln PLN. Względem 31 grudnia 2015 r. część długoterminowa zobowiązań z tytułu zaciągniętych kredytów wzrosła o 80,0 mln PLN w porównaniu do końca 2014 r. ze względu na aneks do umowy kredytowej z Bankiem Handlowym S.A. +86,0 mln PLN i – 6,0 mln PLN spłatę kredytu inwestycyjnego.

Na pozycję zobowiązań krótkoterminowych z tytułu zadłużenia na koniec 2015 r. składały się kredyty o wartości 422,8 mln PLN. Pozycja ta względem końca 2014 r. wzrosła o 60,8 mln PLN (16,8%).

Poniżej przedstawiono szczegółowe informacje dotyczące posiadanych kredytów oraz obligacji na dzień 31 grudnia 2015 r.:

| BANK | SPÓŁKA | RODZAJ | DATA ZAWARCIA | DATA ZAPADALNOŚCI | KWOTA (MLN) |
|---|---|---|---|---|---|
| **umowy kredytowe** | | | | | |
| PKO BP S.A. | CCC S.A. | Aneks do umowy kredytu w formie limitu kredytowego wielocelowego z dnia 28.10.2010 | 26.10.2015 | 26.10.2017 | 20,0 |
| mBank S.A. | CCC S.A. | Aneks do umowy o kredyt inwestycyjny z dnia 23.12.2009 | 15.06.2015 | 30.12.2016 | 15,0 |
| mBank S.A. | CCC.eu | Aneks do umowy kredytowej o kredyt w rachunku bieżącym z dnia 23.12.2009 | 15.06.2015 | 30.12.2015 | 55,0 |
| mBank S.A. | CCC.eu | Aneks do umowy kredytowej o kredyt w rachunku bieżącym z dnia 23.12.2009 | 28.12.2015 | 27.12.2018 | 55,0 |
| mBank S.A. | CCC.eu | Aneks do umowy kredytowej o kredyt obrotowy z dnia 27.03.2013 | 26.03.2015 | 25.03.2016 | 60,0 |
| mBank S.A. | CCC.eu | Aneks do umowy kredytowej o kredyt obrotowy z dnia 27.03.2013 | 15.06.2015 | 25.03.2016 | 60,0 |
| Millenium S.A. | CCC S.A. | Aneks do umowy o kredyt w rachunku bieżącym z dnia 03.12.2013 | 25.09.2015 | 30.09.2016 | 25,0 |
| BANK PEKAO S.A. | CCC.eu | Aneks do umowy o wielocelowy limit kredytowy z dnia 15.10.2014 | 30.10.2015 | 31.10.2017 | 255,0 |
| BANK HANDLOWY S.A. | CCC.eu | Aneks do umowy o kredyt w rachunku bieżącym z dnia 03.03.2009 | 26.02.2015 | 24.02.2017 | 64,0 |
| BANK HANDLOWY S.A. | CCC.eu | Aneks do umowy o kredyt odnawialny z dnia 03.03.2009 | 26.02.2015 | 24.02.2017 | 86,0 |
| ING BANK ŚLĄSKI S.A. | CCC.eu | Umowa Wieloproduktowa | 27.02.2015 | 28.01.2018 | 100,0 |
| **limit na gwarancje** | | | | | |
| mBank S.A. | CCC S.A. | Aneks do umowy ramowej z dnia 14.11.2012 | 16.09.2015 | 28.09.2018 | 15,0 |
| BANK PEKAO S.A. | CCC S.A. | Aneks do umowy o otwarcie linii gwarancji z dnia 15.10.2014 | 30.10.2015 | 31.10.2017 | 5,0 |
| Raiffeisen Bank Polska S.A. | CCC S.A. | Aneks do umowy o limit wierzytelności z dnia 11.06.2014 | 05.08.2015 | 15.09.2017 | 5,0 |
| Raiffeisen Bank Polska S.A. | CCC S.A. | Aneks do umowy o limit wierzytelności z dnia 04.05.2011 | 05.08.2015 | 17.08.2016 | 10,0 |

## INFORMACJE DOTYCZĄCE OBLIGACJI

W czerwcu 2014 r. Spółka przeprowadziła emisję Obligacji CCC S.A., w ramach Programu Emisji Obligacji do kwoty 500 mln PLN.

Obligacje zostały wyemitowane w złotych polskich, jako papiery wartościowe na okaziciela, zdematerializowane, kuponowe. Agentem emisji został mBank S.A.

Obligacje zostały wyemitowane z następującymi warunkami emisji:

1. Wartość nominalna jednej Obligacji – 1.000 PLN;
2. Cena Emisyjna: równa wartości nominalnej jednej Obligacji;
3. Liczba Obligacji – 210.000;
4. Łączna wartość nominalna obligacji – 210.000.000 PLN;
5. Wykup Obligacji – jednorazowy wykup według wartości nominalnej Obligacji w dniu 10 czerwca 2019 r.;
6. Oprocentowanie obligacji kuponowych: według zmiennej stopy procentowej, oparte o stawkę WIBOR 6M, powiększone o stałą marżę; odsetki wypłacone będą w okresach półrocznych;
7. Notowania w alternatywnym systemie obrotu na Catalys – obligacje notowane od dnia 16.10.2014 r.

## INFORMACJE DOTYCZĄCE KOWENANTÓW

Zgodnie z warunkami umowy emisji obligacji, z których S.A.ldo zadłużenia na dzień bilansowy wynosi 210,0 mln PLN (2014: 210,0 mln PLN) oraz z umowami kredytowymi, których poziom na 31.12.2015 r. wynosi 508,8 mln PLN, Grupa jest zobowiązana do przestrzegania następujących kowenantów:

a) Wskaźnik 1
tj. [wskaźnik zadłużenie finansowe netto / EBITDA]
nie wyższy niż 3,0

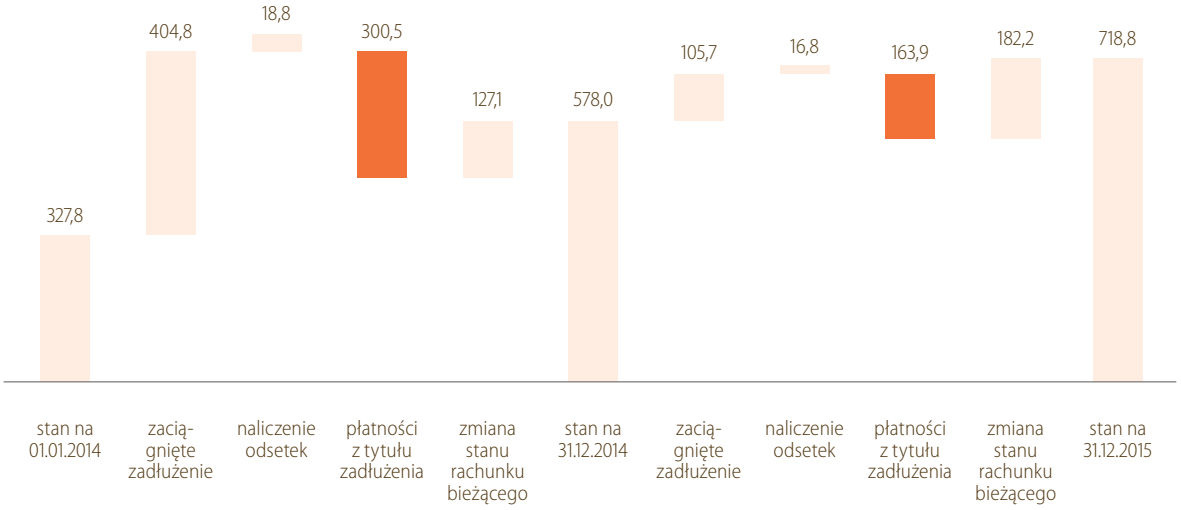
b) Wskaźnik 2
tj. [wskaźnik obsługi odsetek]
nie niższy niż 5,0

c) Wskaźnik 3
tj. [marża operacyjna]
nie niższa 9,0%

Na dzień 31 grudnia 2015 r. wysokość Wskaźnika 1 wyniosła 1,2 (1,4 na dzień 31 grudnia 2014 r.), wysokość Wskaźnika 2 wyniosła 18,6 (15,7 na dzień 31 grudnia 2014 r.) zaś Wskaźnika 3 wyniosła 11,1% (12,1% na dzień 31 grudnia 2014 r.).

Na dzień 31 grudnia 2015 r., w trakcie okresu sprawozdawczego oraz do dnia zatwierdzenia sprawozdania do publikacji, nie wystąpiły przypadki naruszenia kowenantów zawartych w ww. umowach.

Poniżej zamieszczono wykres przedstawiający zmianę poziomu zadłużenia (zgodnie z notą 4.2 „Zadłużenie" do skonsolidowanego sprawozdania finasowego):




## PRZEPŁYWY NETTO Z DZIAŁALNOŚCI FINANSOWEJ

W 2015 przepływy z tytułu zaciągniętych i spłaconych kredytów wyniosły odpowiednio 288,9 mln i 147,2 mln PLN – w 2014 r. wartości te wyniosły odpowiednio 404,2 i 154,6 mln PLN. Ponadto w 2015 r. wypłacono akcjonariuszom dywidendę w wysokości 115,2 mln PLN (wzrost wypłaty dywidendy o 53,8 mln PLN w porównaniu do 2014 r.). Odsetki zapłacone w 2015 r. wyniosły 16,8 mln PLN i były o 2,0 mln PLN niższe względem roku poprzedniego.

Biorąc pod uwagę opisane powyżej zmiany w działalności finansowej, skonsolidowane przepływy pieniężne netto z działalności finansowej w 2015 r. wyniosły 8,8 mln PLN, podczas gdy w 2014 r. wyniosły one 169,4 mln PLN.

## WSKAŹNIKI ZADŁUŻENIA

Zarząd Grupy CCC analizując poziom zadłużenia korzysta z ogólnego wskaźnika zadłużenia oraz współczynnika zadłużenia EBITDA. Poniżej zamieszczono omówienie obu wskaźników.

**Wskaźnik ogólnego zadłużenia** jest liczony jako stosunek zadłużenia netto do łącznej wartości kapitału zaangażowanego. Zadłużenie netto oblicza się jako sumę kredytów i pożyczek (obejmujących bieżące i długoterminowe kredyty i wyemitowane obligacje wskazane w skonsolidowanym sprawozdaniu z sytuacji finansowej) pomniejszoną o środki pieniężne i ich ekwiwalenty. Łączną wartość kapitału zaangażowanego oblicza się jako kapitał własny wykazany w skonsolidowanym sprawozdaniu z sytuacji finansowej wraz z zadłużeniem netto. Poniżej przedstawiono wyliczenie wskaźnika zadłużenia:

| | 2015 | 2014 |
|---|---|---|
| **Zadłużenie netto** | | |
| Zobowiązania z tytułu kredytów | 508,8 | 368,0 |
| (+) Zobowiązania z tytułu obligacji | 210,0 | 210,0 |
| **= Zobowiązania z tytułu zadłużenia** | 718,8 | 578,0 |
| (-) Środki pieniężne i ich ekwiwalenty | 340,6 | 161,9 |
| **= Zadłużenie netto** | 378,2 | 416,1 |
| **Wskaźnik zadłużenia** | | |
| Kapitał własny ogółem | 1 123,6 | 952,2 |
| (+) Zadłużenie netto | 378,2 | 416,1 |
| **= Kapitał zaangażowany** | 1 501,8 | 1 368,3 |
| **Wskaźnik zadłużenia (zadłużenie netto/kapitał zaangażowany)** | 25% | 30% |

Wskaźnik zadłużenia spadł względem końca roku poprzedniego o 5 p.p., przede wszystkim ze względu na wzrost gotówki (178,7 mln PLN).

Wskaźnik zadłużenia EBITDA jest liczony jako iloraz długu netto oraz miernika EBITDA.

EBITDA jest wykorzystywana przez Zarząd CCC przy analizach zadłużenia, co jest wynikiem nałożonych przez banki kowenantów.

Poniżej zamieszczono kalkulację wskaźnika zadłużenia EBITDA oraz uzgodnienie EBITDA:

| | 2015 | 2014 |
|---|---|---|
| **Zadłużenie netto** | | |
| Zobowiązania z tytułu kredytów | 508,8 | 368,0 |
| (+) Zobowiązania z tytułu obligacji | 210,0 | 210,0 |
| **= Zobowiązania z tytułu zadłużenia** | 718,8 | 578,0 |
| (-) Środki pieniężne i ich ekwiwalenty | 340,6 | 161,9 |
| **= Zadłużenie netto** | 378,2 | 416,1 |
| **EBITDA** | | |
| Zysk netto | 259,4 | 420,4 |
| (+) Podatek dochodowy | 26,4 | 195,3 |
| **Zysk przed opodatkowaniem** | 233,0 | 225,1 |
| (+) Koszty finansowe | -23,8 | -21,2 |
| (-) Przychody finansowe | 0,1 | 3,1 |
| **Zysk z działalności operacyjnej** | 256,7 | 243,2 |
| (+) Amortyzacja | 66,9 | 52,7 |
| **= EBITDA** | 323,6 | 295,9 |
| **Wskaźnik zadłużenia EBITDA (dług netto/EBITDA)** | 1,2 | 1,4 |

Wskaźnik zadłużenia EBITDA spadł względem roku poprzedniego o 0,2, przede wszystkim ze względu na spadek zadłużenia netto względem wzrostu EBITDA.

## WSKAŹNIK PŁYNNOŚCI BIEŻĄCEJ

Wskaźnik ten jest liczony jako iloraz aktywów obrotowych oraz wartości zobowiązań i rezerw krótkoterminowych. Poniżej przedstawiono wyliczenie wskaźnika:

| | 2015 | 2014 |
|---|---|---|
| Zapasy | 680,5 | 741,3 |
| (+) Należności od odbiorców oraz pozostałe należności | 130,6 | 78,5 |
| (+) Środki pieniężne i ich ekwiwalenty | 340,6 | 161,9 |
| = Aktywa obrotowe | 1151,7 | 981,7 |
| Krótkoterminowe zobowiązania z tytułu zadłużenia | 422,8 | 362,0 |
| (+) Zobowiązania wobec dostawców oraz pozostałe zobowiązania | 183,9 | 213,1 |
| (+) Rezerwy i dotacje | 6,7 | 10,0 |
| = Zobowiązania krótkoterminowe | 613,4 | 585,1 |
| Wskaźnik płynności bieżącej (aktywa obrotowe/zobowiązania krótkoterminowe) | 1,88 | 1,68 |

Wskaźnik płynności bieżącej Grupy CCC od końca roku 2014 do końca roku 2015 wzrósł z 1,68 na 1,88, przede wszystkim ze względu na większy wzrost aktywów obrotowych (wzrost o 17,3%) względem wartości krótkoterminowych zobowiązań (wzrost o 4,8%), czego głównym powodem był wzrost środków pieniężnych (110,4%).

Zarząd CCC S.A. wysoko ocenia zdolność wywiązywania się Grupy Kapitałowej CCC S.A. z zaciągniętych zobowiązań. W ocenie Zarządu realizowany poziom przepływów pieniężnych oraz osiągane wyniki finansowe pozwolą utrzymać wskaźniki płynności na poziomie umożliwiającym prawidłowe funkcjonowanie Grupy. Ponadto, w celu przeciwdziałania ewentualnym zagrożeniom, Grupa stale dywersyfikuje zewnętrzne źródła pozyskania finansowania.

## 3.2.2 INSTRUMENTY FINANSOWE

Na dzień bilansowy Emitent nie wykorzystywał instrumentów zabezpieczających ryzyka na jakie jest narażony podczas prowadzenia działalności operacyjnej. Szczegółowy opis wykorzystywanych instrumentów finansowych znajduje się w sprawozdaniu finansowym w nocie 6.1.

## 3.2.3 EMISJA PAPIERÓW WARTOŚCIOWYCH ORAZ WYKORZYSTANIE WPŁYWÓW Z EMISJI

W okresie sprawozdawczym spółki Grupy Kapitałowej CCC S.A. nie dokonywały emisji papierów wartościowych.

## 3.2.4 OCENA MOŻLIWOŚCI REALIZACJI ZAMIERZEŃ INWESTYCYJNYCH

Grupa zamierza finansować przedsięwzięcia inwestycyjne środkami własnymi oraz kapitałem obcym. W ocenie Zarządu aktualnie nie występują większe zagrożenia, mogące negatywnie wpłynąć na realizację zamierzeń inwestycyjnych w przyszłości.

# 3.3
# INFORMACJA O ZAWARTYCH UMOWACH PRZEZ SPÓŁKI GRUPY CCC

## 3.3.1 UDZIELONE POŻYCZKI

W okresie sprawozdawczym Grupa CCC S.A. zawarła następujące umowy pożyczek:

| SPÓŁKA (POŻYCZKODAWCA) | STRONA UMOWY (POŻYCZKOBIORCA) | DATA ZAWARCIA | DATA ZAPADALNOŚCI | KWOTA (MLN) | WALUTA | OPROCENTOWANIE |
|---|---|---|---|---|---|---|
| CCC S.A. | CCC Austria Ges.m.b.H | 12.10.2015 | 31.12.2016 | 2,0 | EUR | 1,5% |
| CCC S.A.1) | CCC.EU Sp. z o.o. | 08.01.2015 | 31.12.2015 | 749,9 | HUF | 2,50% |
| CCC S.A. | eobuwie.pl S.A. | 14.09.2015 | 31.12.2016 | 3,0 | PLN | WIBOR 3M + marża |
| CCC S.A. | eobuwie.pl S.A. | 13.10.2015 | 31.12.2017 | 30,0 | PLN | WIBOR 3M + marża |

## 3.3.2 UDZIELONE PORĘCZENIA, GWARANCJE I POZOSTAŁE ZOBOWIĄZANIA WARUNKOWE

W okresie sprawozdawczym Grupa CCC udzieliła następujących poręczeń i gwarancji:

### 1. GWARANCJA UDZIELONA W ZWIĄZKU Z PODPISANIEM UMOWY NAJMU POWIERZCHNI HANDLOWEJ

| SPÓŁKA | LICZBA GWARANCJI | DŁUŻNIK | WARTOŚĆ PORĘCZENIA LUB GWARANCJI [MLN] | WALUTA |
|---|---|---|---|---|
| CCC S.A. | 28 | CCC Germany GmbH | 1,5 | EUR |
| CCC S.A. | 8 | CCC Hungary Kft. | 62,0 | HUF |
| CCC S.A. | 8 | CCC Hungary Kft. | 0,2 | EUR |

## 2. POZOSTAŁE PORĘCZENIA I GWARANCJE

| SPÓŁKA | WYSTAWCA | DŁUŻNIK | TYP ZABEZPIECZENIA | OKRES OBOWIĄZYWANIA | | WARTOŚĆ PORĘCZENIA LUB GWARANCJI [MLN] | WALUTA |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | POCZĄTEK | KONIEC | | |
| CCC S.A. (Poręczenie udzielone łącznie z CCC Shoes & Bags Sp. z o.o. i CCC Factory Sp. z o.o.) | Bank Polska Kasa Opieki S.A. | CCC.eu Sp. z o.o. | Poręczenie za spłatę kredytu udzielonego na podstawie umowy o wielocelowy limit kredytowy | 2015-10-26 | 2020-10-31 | 300,0 | PLN |
| CCC S.A. (Poręczenie udzielone łącznie z CCC Shoes & Bags Sp. z o.o. i CCC Factory Sp. z o.o.) | Bank Polska Kasa Opieki S.A. | CCC.eu Sp. z o.o. | Poręczenie za dług przyszły z tytułu gwarancji bankowych udzielonych oraz akredytyw dokumentowych otwartych na podstawie umowy o wielocelowy limit kredytowy | 2015-10-26 | 2020-10-31 | 6,0 | PLN |
| CCC S.A. (Poręczenie udzielone łącznie z CCC Shoes & Bags Sp. z o.o.) | mBank S.A. | CCC.eu Sp. z o.o. | Poręczenie wekslowe za zobowiązania CCC.eu Sp. z o.o. wynikające z Umowy o Kredyt Obrotowy | 2015-03-26 | 2018-12-31 | 80,0 | PLN |
| CCC S.A. (Poręczenie udzielone łącznie z CCC Shoes & Bags Sp. z o.o.) | ING Bank Śląski S.A. | CCC.eu Sp. z o.o. | Poręczenie za zobowiązania CCC.eu Sp. z o.o. wynikające z Umowy Wieloproduktowej | 2015-02-27 | 2024-03-05 | 100,0 | PLN |
| CCC S.A. (Poręczenie udzielone łącznie z CCC Shoes & Bags Sp. z o.o.) | Bank Handlowy S.A. | CCC.eu Sp. z o.o. | Poręczenie za zobowiązania CCC.eu Sp. z o.o. wynikające z Umowy o Kredyt Odnawialny | 2015-02-26 | 2017-08-31 | 103,2 | PLN |

W okresie sprawozdawczym Spółka CCC S.A. otrzymała następujące poręczenia i gwarancje:

| SPÓŁKA | WYSTAWCA | DŁUŻNIK | TYP ZABEZPIECZENIA | OKRES OBOWIĄZYWANIA | | WARTOŚĆ PORĘCZENIA LUB GWARANCJI [MLN] | WALUTA |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | POCZĄTEK | KONIEC | | |
| CCC.eu Sp. z o.o. (Poręczenie udzielone łącznie z CCC Shoes & Bags Sp. z o.o.) | PKO BP S.A. | CCC S.A. | Poręczenie na zasadach ogólnych do umowy kredytu w formie limitu kredytowego wielocelowego | 2015-10-26 | 2019-10-26 | 20,0 | PLN |
| CCC.eu Sp. z o.o. (Poręczenie udzielone łącznie z CCC Shoes & Bags Sp. z o.o.) | Bank Millennium S.A. | CCC S.A. | Poręczenie wg prawa cywilnego do umowy o kredyt w rachunku bieżącym | 2015-09-25 | 2017-03-30 | 40,0 | PLN |

## 3.3.3 ISTOTNE TRANSAKCJE ZAWARTE Z PODMIOTAMI POWIĄZANYMI

Według wiedzy Grupy nie zawarto żadnych istotnych transakcji pomiędzy Grupą a podmiotami powiązanymi na innych warunkach niż rynkowe. Informacje dotyczące transakcji z podmiotami powiązanymi zostały zamieszczone w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym w pkt. 6.2. „Transakcje z podmiotami powiązanymi".

## 3.3.4 OPIS ZNACZĄCYCH UMÓW

W okresie sprawozdawczym Spółka CCC S.A. zawarła następujące umowy znaczące:

### UMOWY NAJMU POWIERZCHNI HANDLOWEJ

1. Umowa najmu powierzchni handlowej zawarta z Centrum Handlowym Polska 6 Sp. z o.o. Sigma sp. k. reprezentowaną przez ECE Projektmanagement Polska Sp. z o.o. z dnia 27 marca 2015 r. Wartość umowy wyniesie 11.500.000,00 PLN. (Raport bieżący nr 12/2015).

2. Aneks do umowy najmu powierzchni handlowej zawarty z Helios SCC Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością, reprezentowaną przez ECE Projektmanagement Polska Sp. z o.o. z dnia 23 lipca 2015 r. Wartość umowy wyniesie 9.950.000,00 PLN. (Raport bieżący nr 45/2015)

### UMOWY O LIMITY NA GWARANCJE BANKOWE

1. Aneks z dnia 28 maja 2015 r. do umowy o limit na gwarancje bankowe z dnia 31 marca 2009 r., zawarty z Bankiem Zachodnim WBK S.A. Przedmiotowy aneks zmienił okres obowiązywania limitu do dnia 18 czerwca 2016 r. (Raport bieżący nr 35/2015)

2. Aneks z dnia 16 września 2015 r. do Umowy Ramowej z dnia 14 listopada 2012 r., zawarty z mBank S.A. W związku z zawarciem aneksu Linia na gwarancje została udostępniona do dnia 28 września 2018 r., a okres wykorzystania Limitu Linii upływa z dniem 10 listopada 2016 r. (Raport bieżący nr 54/2015)

3. Aneks z dnia 30 października 2015 r. do umowy o otwarcie linii gwarancji zawarty z Bankiem Polska Kasa Opieki S.A. Aneks zmienił okres zlecenia udzielania gwarancji do 31 października 2016 r. oraz datę wygaśnięcia gwarancji do 31 października 2017 r. (Raport bieżący nr 62/2015)

## UMOWY POŻYCZKI

1. Umowa pożyczki z dnia 12 października 2015 r. z CCC Austria Ges.m.b.H. na kwotę 2.000.000,00 EUR. (Raport bieżący nr 59/2015)

Szczegółowe informacje zawarto w pkt. 3.3.1

## UMOWA DOTYCZĄCA NABYCIA AKCJI EOBUWIE.PL S.A.

1. W dniu 26 sierpnia 2015 r. zawarto umowę zobowiązującą do sprzedaży akcji spółki eobuwie.pl S.A., na podstawie której, po spełnieniu warunków wskazanych w Umowie, CCC S.A. nabędzie 74,99% udziałów z prawem nabycia pozostałych 25,01% do 28 lutego 2020 r. Cena za 74,99% akcji będzie się składała z kwoty bazowej w wysokości 129.982.000,00 PLN oraz kwoty uzupełniającej i kwoty zatrzymania określonych umową. (Raport bieżący nr 51/2015). Szczegółowe informacje zawarto pkt. 3.4.

W okresie sprawozdawczym Spółka CCC.eu Sp. z o.o. zawarła następujące umowy znaczące:

## UMOWY KREDYTOWE

1. Aneks z dnia 29 stycznia 2015 r. do umowy kredytowej z dnia 30 stycznia 2009 r. z ING Bank Śląski S.A. Przedmiotowy aneks zmienił okres obowiązywania umowy do dnia 27 lutego 2015 r. (Raport bieżący nr 7/2015)

2. Umowa Wieloproduktowa z dnia 27 lutego 2015 r. zawarta pomiędzy CCC.eu Sp. z o.o. a ING Bank Śląski S.A. W ramach podpisanej Umowy Bank udzielił CCC.eu Sp. z o.o. odnawialny Limit Kredytowy w maksymalnej wysokości 100.000.000,00 PLN na okres od 27.02.2015 r. do 28.01.2018 r. (Raport bieżący nr 10/2015)

3. Aneksy z dnia 26 lutego 2015 r. do umów o kredyt odnawialny oraz o kredyt w rachunku bieżącym z dnia 3 marca 2009 r., zawarte pomiędzy CCC.eu Sp. z o.o. a Bankiem Handlowym S.A. Przedmiotowe aneksy zmieniły termin spłaty kredytów. Ostateczny termin spłaty obu kredytów wyznaczono do dnia 24 lutego 2017 r. (Raport bieżący nr 11/2015)

4. Aneks z dnia 26 marca 2015 r. do umowy kredytowej o kredyt obrotowy z dnia 27 marca 2013 r. zawarty pomiędzy CCC.eu Sp. z o.o. a mBank S.A.. Przedmiotowy aneks zmienia termin spłaty kredytu do 25 marca 2016 r. (Raport bieżący nr 15/2015)

5. Aneks z dnia 28 grudnia 2015 r. do umowy kredytowej o kredyt w rachunku bieżącym z dnia 23 grudnia 2009 r., zawarty pomiędzy CCC.eu Sp. z o.o. a mBank S.A. W związku z zawarciem aneksu zmianie uległ okres kredytowania do dnia 27 grudnia 2018 r. (Raport bieżący nr 69/2015)

## UMOWY O LIMITY NA GWARANCJE BANKOWE

1. Aneks z dnia 30 października 2015 r. do umowy o wielocelowy limit kredytowy z dnia 15 października 2014 r. zawarty pomiędzy CCC.eu Sp. z o.o. a Bankiem Polska Kasa Opieki S.A. Niniejszy aneks zmienił limit kredytowy do łącznej kwoty 255.000.000,00 PLN, w ramach którego Bank udzielił Spółce limitu w formie kredytu w rachunku bieżącym do łącznej kwoty nieprzekraczającej 250.000.000,00 PLN oraz w formie gwarancji bankowych lub akredytyw do łącznej kwoty nieprzekraczającej 5.000.000,00 PLN. Limit przedłużony został do dnia 31 października 2016 r., a okres ważności wnioskowanych Gwarancji nie może wykraczać poza 31 października 2017 r. (Raport bieżący nr 62/2015)

## UMOWY POŻYCZKI

1. Umowa pożyczki z dnia 29 stycznia 2015 r. zawarta pomiędzy CCC.eu Sp. z o.o. a NG2 Suisse S.a.r.l. Przedmiotem umowy jest pożyczka w kwocie 213 256 000,00 PLN udzielona przez NG2 Suisse S.a.r.l. dla spółki CCC.eu Sp. z o.o. do 29 stycznia 2016 r. Spółka CCC.eu Sp. z o.o. wraz z umową pożyczki otrzymała umowę wzajemnego potrącenia wierzytelności z dnia 29 stycznia 2015 r. zawartą ze spółką NG2 Suisse S.a.r.l. Celem zawarcia niniejszych Umów jest dokonanie wzajemnej kompensaty rozliczeń jakie powstały w relacjach obu stron i w konsekwencji wierzytelności CCC.eu Sp. z o.o. i spółki NG2 Suisse S.a.r.l. wzajemnie się znoszą we wskazanych powyżej kwotach i ulegają kompensacie. (Raport bieżący nr 5/2015)

W okresie sprawozdawczym Spółka CCC Germany GmbH zawarła następujące umowy znaczące:

## UMOWY NAJMU POWIERZCHNI HANDLOWEJ

1. Umowa najmu zawarta z Forum Mittelrhein Koblenz GmbH & Co. KG, podmiot zależny od ECE Projektmanagement G.m.b.H & Co. Wartość umowy wyniesie 11.454.000,00 PLN. (Raport bieżący nr 14/2015)

2. Umowa najmu zawarta z RREEF Investment GmbH, podmiot zależny od ECE Projektmanagement G.m.b.H & Co. KG. Wartość umowy wyniesie 10.055.000,00 PLN. (Raport bieżący nr 43/2015)

3. Umowa najmu zawarta z Kommanditgesellschaft Grundstücksgesellschaft Klosterstern m.b.H. & Co, podmiot zależny od ECE Projektmanagement G.m.b.H & Co. KG z dnia 13 lipca 2015 r. Wartość umowy wyniesie 8.784.000,00 PLN. (Raport bieżący nr 44/2015)

4. Umowa najmu zawarta z Prejan Enterprises Limited, podmiot zależny od ECE Projektmanagement G.m.b.H & Co. z dnia 17 lipca 2015 r. Wartość umowy wyniesie 10.171.000,00 PLN. (Raport bieżący nr 44/2015)

5. Umowa najmu zawarta z Stadtgalerie Schweinfurt, podmiot zależny od ECE Projektmanagement G.m.b.H & Co. KG z dnia 24 sierpnia 2015 r. Wartość umowy wyniesie 7.917.000,00 PLN. (Raport bieżący nr 50/2015)

6. Umowa najmu z Deka Immobilien Investment GmbH, reprezentowaną przez ECE Projektmanagement G.m.b.H & Co. KG z dnia 29 października 2015 r. Wartość umowy wyniesie 16.417.000,00 PLN. (Raport bieżący nr 60/2015)

7. Umowa najmu zawarta z Kommanditgesellschaft Grundstucksgesellschaft Klosterstern m.b.H. & Co., podmiot zależny od ECE Projektmanagement G.m.b.H & Co. KG. Wartość umowy wyniesie 9.043.000,00 PLN. (Raport bieżący nr 66/2015)

W okresie sprawozdawczym Spółka CCC Austria GmbH zawarła następujące umowy znaczące:

## UMOWY NAJMU POWIERZCHNI HANDLOWEJ

1. Umowa najmu zawarta z ECE Projektmanagement Austria GmbH, podmiot zależny od ECE Projektmanagement G.m.b.H & Co. KG z dnia 12 sierpnia 2015 r. Wartość umowy wyniesie 8.780.000,00 PLN. (Raport bieżący nr 48/2015)

2. Umowa najmu zawarta z ECE Projektmanagement Austria GmbH, podmiot zależny od ECE Projektmanagement G.m.b.H & Co. KG. Wartość umowy wyniesie 8.865.000,00 PLN. (Raport bieżący nr 53/2015)

W okresie sprawozdawczym Spółka CCC Czech s.r.o. zawarła następujące umowy znaczące:

## UMOWY NAJMU POWIERZCHNI HANDLOWEJ

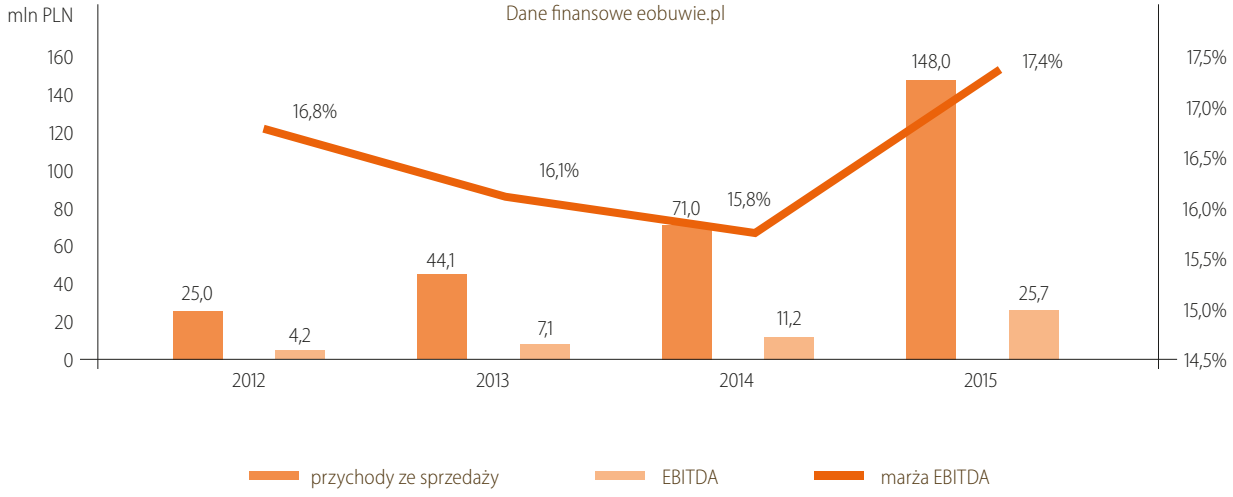
1. Umowa najmu z EKZ Tschechien 2 Immobilien-gesellschaft ks., reprezentowaną przez ECE Projektmanagement Praha s.r.o. (podmiot zależny od ECE Projektmanagement G.m.b.H & Co. KG) z dnia 5 października 2015 r. Wartość umowy wyniesie 12.398.000,00 PLN. (Raport bieżący nr 58/2015)

139 99 zł
LASOCKI
219 99 zł
LASOCKI
89 99 zł

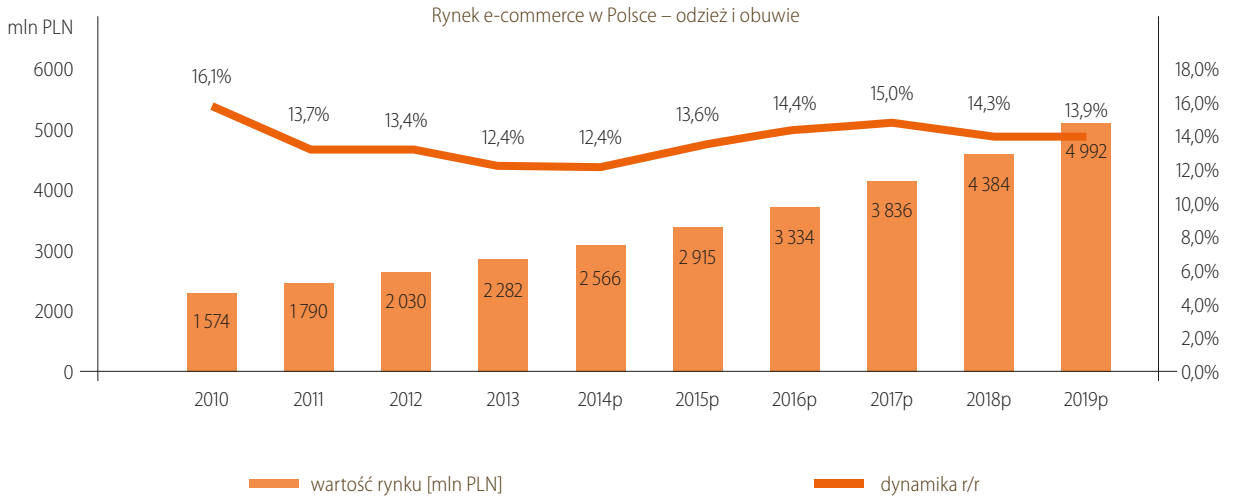
# 3.4
# ZAKUP SPÓŁKI EOBUWIE.PL S.A.

## SPOŁKA EOBUWIE.PL S.A. I RYNEK E-COMMERCE

Eobuwie.pl S.A. jest wysoko rentowną spółką zajmującą się sprzedażą detaliczną markowego obuwia i akcesoriów, w formule multibrand, w kanale e-commerce. Aktualnie sprzedaje towary poprzez swoje regionalne domeny w Polsce, Czechach, na Słowacji, w Niemczech, Rumunii i na Węgrzech, a w 2016 r. uruchomiona zostanie sprzedaż w Bułgarii, na Litwie i Ukrainie.




Handel detaliczny odzieżą i obuwiem w Internecie jest obecnie najprężniej rozwijającym się rynkiem niespożywczym. Udział sprzedaży internetowej w całym rynku odzieży i obuwia jest szacowany na około 9-10% i z roku na rok stabilnie rośnie. Dynamika sprzedaży odzieży i obuwia na rynku e-commerce jest dwucyfrowa, podczas gdy cały rynek rośnie zaledwie kilka procent rocznie.




Źródło: PMR Handel internetowy w Polsce 2014 s.144

## TRANSAKCJA NABYCIA EOBUWIE.PL S.A.

Spółka CCC S.A. w dniu 15 stycznia 2016 r. nabyła 74,99% udziałów w spółce eobuwie.pl S.A. (akcje I Transzy). CCC posiada opcję odkupu pozostałych 2.501.000 akcji dających 25,01% kapitału akcyjnego po zatwierdzeniu sprawozdania finansowego za rok 2018 (akcje II Transzy).

## CEL NABYCIA

Poprzez nabycie spółki eobuwie.pl S.A. CCC pozyskało do swojej Grupy Kapitałowej najwyższej klasy kompetencje w zakresie e-commerce. Grupa Kapitałowa CCC poprzez inwestycje logistyczne i zasilenie kapitałowe spółki zależnej zamierza zbudować z eobuwie.pl S.A. największą spółkę obuwniczą działającą w sektorze e-commerce w Europie Środkowej. Spółka CCC oczekuje iż w ciągu trzech lat eobuwie.pl osiągnie przychody ze sprzedaży powyżej 500.000.000,00 PLN, a w 2016 r. wzrost sprzedaży wyniesie co najmniej 75%.

## KORZYŚCI Z TRANSAKCJI

Inwestycja w sektorze e-commerce będzie stanowiła drugą, dynamicznie rozwijającą się odnogę biznesu Grupy Kapitałowej CCC pozwalając na zwiększenie posiadanych udziałów w rynku obuwia, poszerzenie oferty produktowej Grupy oraz zdobycie pozycji niekwestionowanego lidera w krajach CEE.

## WARUNKI FINANSOWE TRANSAKCJI

Cena za akcje I Transzy wyniosła 230.660.541 PLN (cena bazowa 129.982.000 PLN + 74,99% z kwoty stanowiącej iloczyn EBITDA 2015 skorygowanej o zdarzenia jednorazowe x 12 pomniejszony o wypłatę zysku za 2015 dla dotychczasowych akcjonariuszy). Kwota ta może zostać powiększona o 5.000.000 PLN + odsetki 2,5% w skali roku, o ile całość lub część tej kwoty nie zostanie zabezpieczona przez CCC S.A. na poczet roszczeń z tytułu wad oświadczeń i zapewnień złożonych przez Akcjonariuszy Spółki eobuwie.pl S.A. z tytułu zawarcia umowy inwestycyjnej.

Cena za akcje II Transzy ustalona została jako 25,01% z kwoty stanowiącej iloczyn EBITDA 2018 x 12, a jeśli EBITDA 2018 wynosić będzie zero lub będzie ujemna, wówczas cena za wszystkie Akcje II Transzy będzie równa łącznej wartości nominalnej akcji.

## DANE FINANSOWE EOBUWIE.PL S.A.

Wybrane dane ze sprawozdania z zysków lub strat i innych całkowitych dochodów

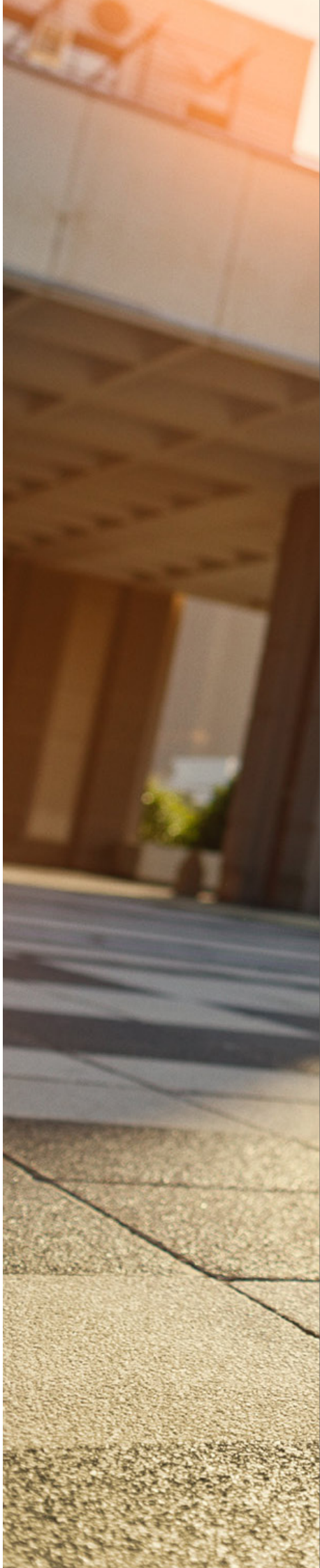
| | 2014 | 2015 | ZM. R/R |
|---|---|---|---|
| przychody ze sprzedaży | 71,0 | 148,0 | 108,5% |
| marża brutto na sprzedaży | 26,2 | 57,1 | 117,9% |
| marża brutto [%] | 36,9% | 38,6% | 4,6% |
| EBITDA | 11,2 | 25,7 | 129,5% |
| zysk brutto | 10,7 | 24,8 | 131,8% |
| rentowność brutto | 15,1% | 16,8% | 11,2% |

## PORÓWNANIE WYNIKÓW SPÓŁKI EOBUWIE.PL S.A. NA TLE WYNIKÓW GRUPY KAPITAŁOWEJ CCC

| | 2014 | 2015 |
|---|---|---|
| przychody ze sprzedaży | 3,5% | 6,4% |
| marża brutto na sprzedaży | 2,4% | 4,6% |
| zysk brutto | 4,8% | 11,0% |

Wyniki finansowe eobuwie.pl S.A. będą konsolidowane od dnia przejęcia kontroli, tj. 15 stycznia 2016 r.

# 4.
# ORGANIZACJA GRUPY KAPITAŁOWEJ CCC S.A.



CCC
SHOES & BAGS

# 4.1
# STRUKTURA GRUPY KAPITAŁOWEJ

## 4.1.1
## OPIS/SCHEMAT ORGANIZACJI GRUPY CCC WRAZ Z POWIĄZANIAMI ORGANIZACYJNYMI I KAPITAŁOWYMI

Spółka CCC S.A. jest podmiotem dominującym w Grupie Kapitałowej CCC. Na dzień bilansowy CCC S.A. posiadała bezpośrednio i pośrednio 100% udziałów w kapitale wszystkich 14 spółek zależnych zlokalizowanych na terenie Polski, Europy Środkowo-Wschodniej, Europy Zachodniej i w pozostałych krajach. Wyniki powyższych spółek objęte są konsolidacją w 100%. Poniższy schemat przedstawia strukturę organizacyjną Grupy CCC wraz z powiązaniami kapitałowymi.

# Grupa CCC

[1] Spółka CCC.eu Sp. z o.o. jest spółką zależną od CCC Shoes & Bags Sp. z o.o. (99,75%) i zależną od Emitenta (0,25%).

[2] eobuwie.pl S.A. jest spółką zależną od dnia 15 stycznia 2016 r.

## 4.1.2
## ZMIANY W ORGANIZACJI I ZARZĄDZANIU W GRUPIE CCC

### ZMIANY W ORGANIZACJI GRUPY KAPITAŁOWEJ CCC W 2015 ROKU

W okresie sprawozdawczym nie wystąpiły zmiany w strukturze jednostki gospodarczej oraz Grupy Kapitałowej CCC S.A.

### ZMIANY W ORGANIZACJI GRUPY KAPITAŁOWEJ CCC PO DNIU BILANSOWYM

W dniu 15 stycznia 2016 r. CCC S.A. zawarła umowę, na podstawie której nabyła 74,99% udziałów w spółce eobuwie.pl S.A. Pozyskanie udziałów w Spółce mającej pozycję lidera polskiego rynku sprzedaży obuwia online, ma na celu zwiększenie przewagi konkurencyjnej Grupy. Więcej informacji na temat zakupu udziałów w spółce eobuwie.pl S.A. znajduje się w punkcie 3.4 niniejszego sprawozdania.

### ZMIANY W ZASADACH ZARZĄDZANIA GRUPĄ KAPITAŁOWĄ CCC

W okresie dwunastu miesięcy zakończonych 31 grudnia 2015 r. nie nastąpiły żadne istotne zmiany w strukturze organizacji jak i w zasadach zarządzania Grupą Kapitałową CCC oraz przedsiębiorstwem Emitenta.

# 4.2 KAPITAŁ ZAKŁADOWY I AKCJONARIAT

## 4.2.1 KAPITAŁ ZAKŁADOWY CCC S.A. I STRUKTURA WŁAŚCICIELSKA

Na dzień 31 grudnia 2015 roku kapitał zakładowy CCC S.A. wyniósł 3.840.000,00 PLN i dzielił się na 38.400.000 akcji o wartości nominalnej 0,10 PLN każda. Z uwagi na realizację celów Programu Motywacyjnego na lata 2013 – 2015, w ramach którego przewidziana jest emisja 768.000 akcji, w przyszłości, należy spodziewać się zmian w strukturze właścicielskiej. Więcej informacji na ten temat przedstawionych jest w punkcie 4.2.4 niniejszego sprawozdania.

| SERIA/EMISJA | RODZAJ AKCJI | RODZAJ UPRZYWILEJOWANIA | LICZBA AKCJI | WARTOŚĆ SERII/EMISJI WG WARTOŚCI NOMINALNEJ (ZŁ) | SPOSÓB POKRYCIA KAPITAŁU |
|---|---|---|---|---|---|
| „A1" | imienne uprzywilejowane co do głosu | 2 głosy z jednej akcji | 6.650.000 | 665.000 | wkład pieniężny |
| „A2" | zwykłe na okaziciela | Nie dotyczy | 13.600.000 | 1.360.000 | wkład pieniężny |
| B | zwykłe na okaziciela | Nie dotyczy | 9.750.000 | 975.000 | wkład pieniężny |
| C | zwykłe na okaziciela | Nie dotyczy | 2.000.000 | 200.000 | wkład pieniężny |
| D | zwykłe na okaziciela | Nie dotyczy | 6.400.000 | 640.000 | wkład pieniężny |
| Razem | | | 38.400.000 | 3.840.000 | |

## 4.2.2 AKCJONARIUSZE CCC S.A. POSIADAJĄCY ZNACZNE PAKIETY AKCJI

Zgodnie z informacjami posiadanymi przez Spółkę, akcjonariuszami posiadającymi co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu CCC S.A. na 31 grudnia 2015 r. byli:

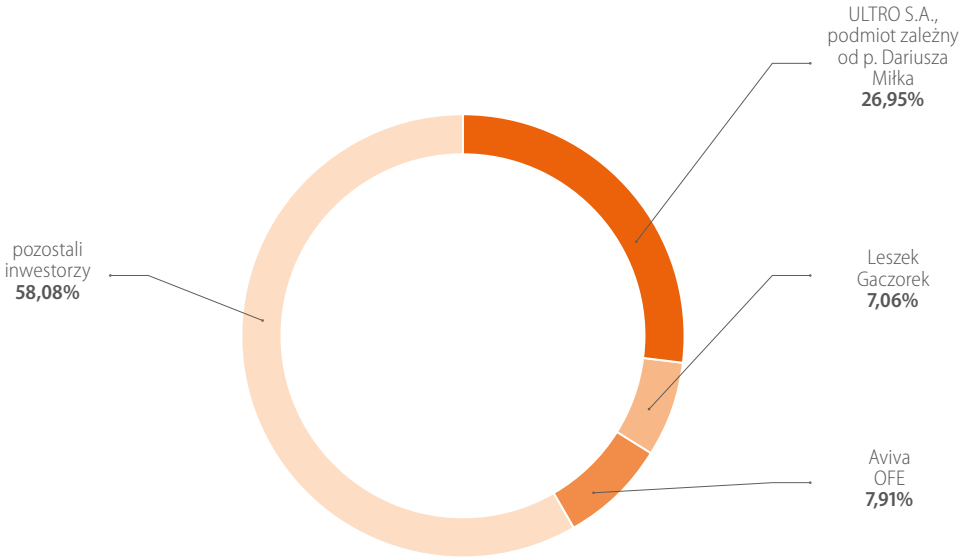
- ULTRO S.A. (pomiot zależny od Dariusza Miłka), który posiadał 10.350.000 akcji Spółki, co stanowi 26,95% kapitału zakładowego Spółki i daje prawo do 33,52% głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki,
- Leszek Gaczorek, który posiadał 2.710.000 akcji Spółki, co stanowi 7,06% kapitału zakładowego Spółki i daje prawo do 9,90% głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki,
- Aviva OFE, który posiadał 3.038.335 akcji Spółki, co stanowi 7,91% kapitału zakładowego Spółki i daje prawo do 6,74% głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki.

| AKCJONARIUSZ | LICZBA POSIADANYCH AKCJI | % UDZIAŁ W KAPITALE AKCYJNYM | LICZBA GŁOSÓW NA WALNYM ZGROMADZENIU AKCJONARIUSZY | % UDZIAŁ W LICZBIE GŁOSÓW NA WALNYM ZGROMADZENIU AKCJONARIUSZY |
|---|---|---|---|---|
| ULTRO S.A. Podmiot zależny od p. Dariusza Miłka | 10 350 000 | 26,95% | 15 100 000 | 33,52% |
| Leszek Gaczorek | 2 710 000 | 7,06% | 4 460 000 | 9,90% |
| Aviva OFE [1] | 3 038 335 | 7,91% | 3 038 335 | 6,74% |
| Pozostali inwestorzy [2] | 22 301 665 | 58,08% | 22 451 665 | 49,84% |
| TOTAL | 38 400 000 | 100,00% | 45 050 000 | 100,00% |

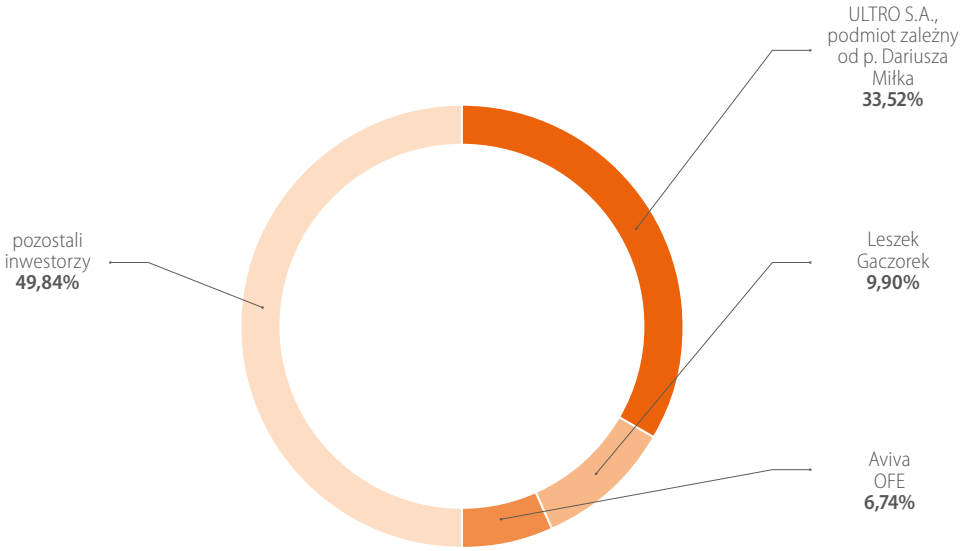
[1] Dane pochodzą z informacji rocznej o strukturze aktywów Funduszu Aviva OFE na dzień 30.12.2015 r.

[2] Inwestorzy posiadający mniej niż 5% głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy

## AKCJONARIAT WG LICZBY AKCJI




## AKCJONARIAT WG LICZBY GŁOSÓW



## 4.2.3 AKCJE JEDNOSTKI DOMINUJĄCEJ ORAZ JEDNOSTEK POWIĄZANYCH BĘDĄCE W POSIADANIU OSÓB ZARZĄDZAJĄCYCH I NADZORUJĄCYCH

Wedle najlepszej wiedzy Zarządu Spółki CCC S.A., osoby zarządzające i nadzorujące Spółkę na dzień przekazania niniejszego raportu oraz na dzień publikacji skonsolidowanego raportu za 12 miesięcy zakończonych 31 grudnia 2015 r. posiadały następującą liczbę akcji:

| AKCJONARIUSZ | LICZBA AKCJI NA DZIEŃ PRZEKAZANIA RAPORTU ROCZNEGO (SZT.) | WARTOŚĆ NOMINALNA AKCJI NA DZIEŃ PRZEKAZANIA RAPORTU ROCZNEGO (PLN) |
|---|---|---|
| Zarząd | | |
| Prezes Dariusz Miłek* | 10 350 000 | 1 035 000 |
| Wiceprezes Mariusz Gnych | 120 000 | 12 000 |

*pośrednio jako podmiot dominujący w spółce ULTRO S.A.

Pozostali członkowie Zarządu i Rady Nadzorczej nie posiadali akcji CCC S.A. Członkowie Zarządu i Rady Nadzorczej nie posiadali akcji i udziałów w jednostkach powiązanych z CCC S.A.

## 4.2.4 SYSTEM KONTROLI PROGRAMÓW AKCJI PRACOWNICZYCH

### PROGRAM MOTYWACYJNY NA LATA 2013-2015

Mając na celu stworzenie w Spółce dominującej mechanizmów motywujących członków Zarządu, członków zarządu spółek zależnych, kluczowych pracowników i współpracowników Spółki dominującej do działań zapewniających zarówno długoterminowy wzrost wartości Spółki dominującej jak również stabilny wzrost zysku netto, a także kierując się potrzebą stabilizacji kadry menedżerskiej, Spółka dominująca zdecydowała o uruchomieniu programu motywacyjnego opierającego się na warrantach subskrypcyjnych. Program ten polega na zaoferowaniu uczestnikom programu możliwości objęcia w przyszłości akcji Spółki dominującej.

W dniu 19.12.2012 r. NWZA CCC S.A. podjęło uchwały m.in. w sprawie warunkowego podwyższenia kapitału zakładowego Spółki dominującej oraz emisji warrantów subskrypcyjnych z wyłączeniem w całości prawa poboru akcjonariuszy w odniesieniu do akcji emitowanych w ramach kapitału warunkowego i warrantów subskrypcyjnych w związku z uruchomieniem programu motywacyjnego dla obecnych i przyszłych członków Zarządu, obecnych i przyszłych członków zarządów spółek zależnych oraz kierownictwa Spółki dominującej. Uchwała przewiduje warunkowe podwyższenie kapitału zakładowego Spółki dominującej o nie więcej niż 76.800 PLN poprzez emisję nie więcej niż 768.000 akcji zwykłych na okaziciela serii E o wartości nominalnej 0,10 PLN każda („Akcje Serii E"

lub „Akcje Motywacyjne") oraz emisję łącznie nie więcej niż 768.000 imiennych warrantów subskrypcyjnych serii A („Warranty Subskrypcyjne"), z których każdy uprawnia do objęcia jednej Akcji Serii E z wyłączeniem w całości prawa poboru akcjonariuszy w odniesieniu do Akcji Serii E i Warrantów Subskrypcyjnych.

Prawo do objęcia Akcji Serii E będzie mogło być wykonane przez osoby uprawnione pod warunkiem, że łączny skonsolidowany zysk netto Spółki dominującej za lata obrotowe 2013, 2014 i 2015 wyniesie nie mniej niż 620.000.000 PLN pomniejszony o koszty ustanowienia programu.

Zgodnie z §3 pkt. 8 uchwały Rada Nadzorcza została upoważniona do podjęcia decyzji, w drodze uchwały, o ustaleniu listy Osób Uprawnionych oraz do ustalenia szczegółowych zasad odnoszących się do emisji Warrantów Subskrypcyjnych i ich wykonania.

Na dzień 31 grudnia 2015 r. podpisano Umowy Uczestnictwa przewidujące przyznanie łącznie 652.000 warrantów 98 uprawnionym.

Na dzień bilansowy dwa (poziom zysku netto; zatrudnienie na dzień 31.12.2015 r.) z trzech warunków realizacji programu motywacyjnego zostały osiągnięte. Liczba ostatecznie zaoferowanych do objęcia Uczestnikowi warrantów, uzależniona będzie od oceny wyników jego pracy. Na dzień przekazania niniejszego raportu proces oceny nie został zakończony.

Wartość wyceny programu odniesionego w koszty wyniku finansowego w r. 2015 wyniosła 26,9 mln PLN, a w 2014 r. 2,2 mln PLN.

Szczegóły dotyczące wyceny programu oraz księgowego ujęcia jego wartości opisano w nocie 6.3 skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej CCC S.A. za rok obrotowy 2015.

## 4.2.5 UMOWY DOTYCZĄCE POTENCJALNYCH ZMIAN W STRUKTURZE AKCJONARIATU.

Zarząd Grupy CCC nie posiada informacji na temat umów (w tym również zawartych po dniu bilansowym), w wyniku których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy i obligatariuszy.

# 5.
# AKCJE CCC S.A. NA GIEŁDZIE PAPIERÓW WARTOŚCIOWYCH W WARSZAWIE

CCC
SHOES & BAGS

# 5. AKCJE CCC S.A. NA GIEŁDZIE PAPIERÓW WARTOŚCIOWYCH W WARSZAWIE

Od 2 grudnia 2004 r. akcje CCC S.A. są notowane na rynku podstawowym Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie w systemie notowań ciągłych i obecnie wchodzą w skład najważniejszych indeksów: WIG, WIG20, WIG30 i WIG-Poland.

## WYCENA AKCJI CCC S.A. NA GIEŁDZIE PAPIERÓW WARTOŚCIOWYCH W WARSZAWIE

Poniżej zamieszczono wybrane informacje dotyczące wyceny akcji CCC S.A. w latach 2014-2015:

| Dane | 2015 | 2014 | ZMIANA % 2015 VS. 2014 |
|---|---|---|---|
| Skonsolidowany zysk netto przypadający na akcjonariuszy [w mln PLN] | 259,6 | 420,1 | -38,2% |
| Jednostkowy zysk netto przypadający na akcjonariuszy [w mln PLN] | 288,4 | 115,8 | 149,1% |
| Skonsolidowany zysk netto na akcję [PLN] | 6,76 | 10,94 | -38,2% |
| Jednostkowy zysk netto na akcję [PLN] | 7,51 | 3,02 | 149,1% |
| Najwyższy kurs akcji [PLN] | 198,90 | 151,70 | 31,1% |
| Najniższy kurs akcji [PLN] | 132,00 | 103,45 | 27,6% |
| Cena akcji na koniec roku [PLN] | 138,55 | 133,50 | 3,8% |
| Średnia cena akcji w okresie [PLN] | 167,21 | 132,78 | 25,9% |
| Wskaźnik P/E średni | 24,74 | 12,14 | 103,8% |
| Wskaźnik P/E na koniec roku | 20,50 | 12,20 | 68,0% |
| Liczba akcji w obrocie giełdowym na koniec roku | 38 400 000 | 38 400 000 | 0,0% |
| Free float na koniec roku | 58,08% | 43,30% | 34,1% |
| Kapitalizacja na koniec roku [w mln PLN] | 5320,3 | 5126,4 | 3,8% |
| Wypłacona dywidenda na akcję [PLN] | 3,0 | 1,6 | 87,5% |

## RELACJE INWESTORSKIE

Biuro Relacji Inwestorskich Grupy CCC jest odpowiedzialne za realizację Grupowej Polityki Informacyjnej (patrz rozdział 6.1.3 „Polityka informacyjna Grupy CCC"), której głównym celem jest zapewnienie równego dostępu do informacji i efektywnej komunikacji oraz budowa zaufania ze strony uczestników rynku kapitałowego, a w szczególności inwestorów indywidualnych i instytucjonalnych z kraju i zagranicy. Osoby odpowiedzialne za kreowanie relacji inwestorskich korzystają z najlepszych praktyk w zakresie komunikacji z inwestorami indywidualnymi w oparciu o ich oczekiwania oraz najlepsze wzorce funkcjonujące na rynkach zagranicznych, czego przejawem jest otrzymanie certyfikatu „10na10 - Spółka Przyjazna Inwestorom" przyznawanego przez Stowarzyszenie Inwestorów Indywidualnych pod honorowym patronatem kampanii edukacyjnej „Akcjonariat Obywatelski. Inwestuj Świadomie".

## BIURA MAKLERSKIE, KTÓRE WYDAJĄ REKOMENDACJĘ DLA AKCJI CCC S.A.

| NAZWA BIURA | DANE KONTAKTOWE | |
|---|---|---|
| Wood & Company | Łukasz Wachełko | *lukasz.wachelko@wood.com* |
| UBS | Michał Potyra | *michal.potyra@ubs.com* |
| JP Morgan | Michał Kużawiński | *michal.kuzawinski@jpmresearchmail.com* |
| Goldman Sachs International | Yulia Gerasimova | *yulia.gerasimova@gs.com* |
| Ipopema Securities | Michał Bugajski | *michal.bugajski@ipopema.pl* |
| Haitong | Konrad Księżopolski | *kksiezopolski@haitongib.pl* |
| Citi | Rafał Wiatr | *rafal.wiatr@citi.com* |
| DM BOŚ SA | Sylwia Jaśkiewicz | *s.jaskiewicz@bossa.pl* |
| Raiffeisen Centrobank AG | Jakub Krawczyk | *jakub.krawczyk@rcb.at* |
| Dom Maklerski BZ WBK SA | Tomasz Sokołowski | *tomasz.sokolowski@bzwbk.pl* |
| Unicredit CAIB | Małgorzata Kloka | *malgorzata.kloka@caib.unicredit.eu* |
| Trigon | Dariusz Dziubiński | *dariusz.dziubinski@trigon.pl* |
| PKO BP | Włodzimierz Giller | *wlodzimierz.giller@pkobp.pl* |
| DM Banku BPS SA | Marcin Stebakow | *marcin.stebakow@dmbps.pl* |
| Erste | Marek Czachor | *marek.czachor@erste.com* |
| Dom Maklerski mBanku SA | Piotr Bogusz | *piotr.bogusz@mdm.pl* |
| Millenium Dom Maklerski SA | Marcin Palenik | *marcin.palenik@millenniumdm.pl* |
| Dom Maklerski BDM SA | Adrian Górniak | *adrian.gorniak@bdm.pl* |
| BGŻ BNP Paribas SA | Michał Krajczewski | *michal.krajczewski@bgzbnpparibas.pl* |

## POLITYKA DYWIDENDY

Mając na uwadze osiągane przez Spółkę wyniki finansowe oraz zamiar dzielenia się z Akcjonariuszami wypracowanymi przez Spółkę zyskami, Zarząd CCC S.A. w dniu 28 kwietnia 2015 r. uchwalił nową politykę dywidendową.

Polityka dywidendowa CCC S.A.

1. Zarząd CCC zamierza przedkładać Walnemu Zgromadzeniu Akcjonariuszy propozycję wypłaty dywidendy w wysokości od 33% do 66% skonsolidowanego zysku netto Grupy Kapitałowej CCC, przy założeniu, że relacja długu netto do EBITDA na koniec roku obrotowego, którego dotyczyć będzie podział zysku, wynosiła będzie poniżej 3,0.
2. Przy rekomendacji podziału zysku wypracowanego w Grupie Kapitałowej CCC, Zarząd Spółki będzie brał pod uwagę sytuację finansową i płynnościową Grupy, istniejące i przyszłe zobowiązania (w tym potencjalne ograniczenia związane z umowami kredytowymi i emisją instrumentów dłużnych) oraz oceny perspektyw Grupy Kapitałowej CCC w określonych uwarunkowaniach rynkowych i makroekonomicznych.
3. Nowa polityka dywidendowa znajduje zastosowanie począwszy od skonsolidowanego zysku netto Grupy za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2014 r.

W Spółce nie występują żadne uprzywilejowania akcji co do dywidendy.

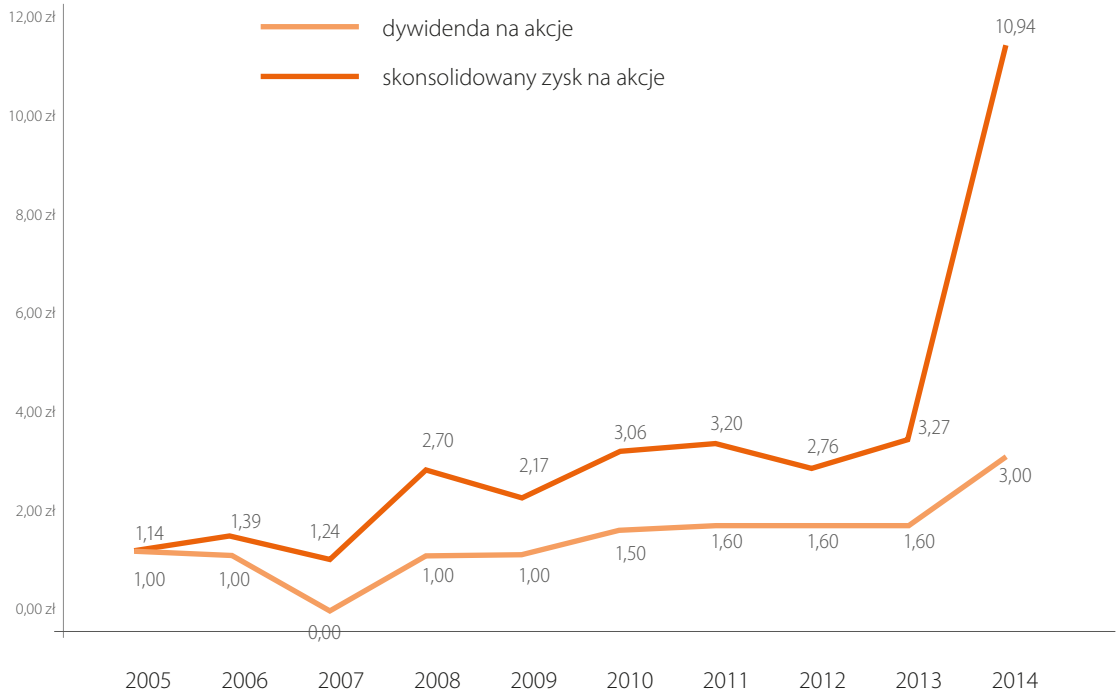
## HISTORIA DYWIDEND

| ROK OBROTOWY | % SKONSOLIDOWANEGO ZYSKU PRZEZNACZONEGO NA DYWIDENDĘ | DYWIDENDA RAZEM (MLN PLN) | DYWIDENDA NA AKCJĘ |
|---|---|---|---|
| 2014 | 27%[1] | 115,20 | 3,0 |
| 2013 | 49% | 61,44 | 1,6 |
| 2012 | 58% | 61,44 | 1,6 |
| 2011 | 50% | 61,44 | 1,6 |
| 2010 | 49% | 57,60 | 1,5 |
| 2009 | 46% | 38,40 | 1,0 |
| 2008 | 37% | 38,40 | 1,0 |
| 2007 | 0% | — | — |
| 2006 | 72% | 38,40 | 1,0 |
| 2005 | 88% | 38,40 | 1,0 |

[1] w efekcie oczyszczenia zysku netto z jednorazowych zdarzeń dywidenda stanowiła 50% zysku netto

## WYKRES:

## DYWIDENDA NA AKCJĘ VS. SKONSOLIDOWANY ZYSK NA AKCJĘ



SINCE 1954
GENUINE LEATHER

# 6.
# ŁAD KORPORACYJNY

CCC
SHOES & BAGS

# 6.1
# STOSOWANY ZBIÓR ZASAD ŁADU KORPORACYJNEGO

## 6.1.1
## OŚWIADCZENIE ZARZĄDU O STOSOWANIU ZASAD ŁADU KORPORACYJNEGO

W 2015 r. CCC S.A. podlegała zasadom ładu korporacyjnego zawartym w dokumencie „Dobre praktyki spółek notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych" (dalej: Dobre Praktyki) przyjętym uchwałą nr 19/1307/2012 Rady Giełdy z dnia 21 listopada 2012 r. i obowiązującym do 31 grudnia 2015 r. Od 1 stycznia 2016 r. obowiązują nowe zasady wprowadzone Uchwałą Nr 26/1413/2015 Rady Nadzorczej Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie (GPW) z dnia 13 października 2015 r., „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2016" (dalej: Dobre Praktyki 2016).

Dokument jest dostępny na stronie internetowej GPW: *www.corp-gov.gpw.pl*

## 6.1.2 INFORMACJA O ODSTĄPIENIU OD STOSOWANIA POSTANOWIEŃ ZASAD ŁADU KORPORACYJNEGO

W 2015 r. Spółka stosowała Dobre Praktyki z wyłączeniem:

1. zasad zawartych w punkcie 12. Rozdziału I „Rekomendacje dotyczące dobrych praktyk spółek giełdowych", dotyczącej zapewnienia akcjonariuszom możliwości wykonywania osobiście lub przez pełnomocnika prawa głosu w toku walnego zgromadzenia, poza miejscem odbywania walnego zgromadzenia, przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej,

2. zasad zawartych w punkcie 10. Rozdziału IV „Dobre praktyki stosowane przez akcjonariuszy", dotyczącej zapewnienia akcjonariuszom możliwości udziału w walnym zgromadzeniu przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej, polegającego na:

   a. transmisji obrad walnego zgromadzenia w czasie rzeczywistym,

   b. dwustronnej komunikacji w czasie rzeczywistym, w ramach której akcjonariusze mogą wypowiadać się w toku obrad walnego zgromadzenia przebywając w miejscu innym niż miejsce obrad.

**Wyjaśnienie**: Spółka biorąc pod uwagę konieczność przeprowadzenia wielu czynności techniczno-organizacyjnych i związane z tym ryzyka natury technicznej i prawnej, które mogą wpłynąć na prawidłowy i niezakłócony porządek obrad walnego zgromadzenia akcjonariuszy, a tym samym na ich prawa, nie zdecydowała się na transmisje obrad walnego zgromadzenia w czasie rzeczywistym oraz na zapewnienie akcjonariuszom możliwości udziału w walnym zgromadzeniu przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej. W miarę upowszechniania się stosowania tego rozwiązania technicznego oraz zapewnienia odpowiedniego bezpieczeństwa jego stosowania, Zarząd Emitenta rozważa wprowadzenie go w życie.

CCC S.A. przestrzega rekomendacji i zasad zawartych w Dobrych Praktykach 2016 za wyjątkiem zasady VI.Z.2. wskazującej minimalny 2-letni okres pomiędzy przyznaniem w ramach programu motywacyjnego opcji lub innych instrumentów powiązanych z akcjami spółki, a możliwością ich realizacji. Niestosowanie tej zasady wynika z faktu, że w programie motywacyjnym Spółki, przyjętym przed wejściem w życie dokumentu „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2016", wykorzystywane są instrumenty, które charakteryzują się tym, iż okres pomiędzy ich przyznaniem a realizacją jest krótszy niż 2 lata.

Pełne oświadczenie CCC dotyczące stosowania DPSN 2016 znajduje się na stronie internetowej Spółki, w sekcji poświęconej ładowi korporacyjnemu: http://firma.ccc.eu/.

## 6.1.3 POLITYKA INFORMACYJNA GRUPY CCC

CCC S.A. prowadzi korporacyjną stronę internetową, która jest wiarygodnym i użytecznym źródłem informacji o Spółce dla przedstawicieli rynku kapitałowego. Specjalnie dla akcjonariuszy Spółki oraz inwestorów i analityków giełdowych działa w ramach niej serwis Relacji inwestorskich (www.ccc.eu). Jego zawartość przygotowywana jest w sposób przejrzysty, rzetelny i kompletny tak, aby umożliwić inwestorom i analitykom podejmowanie decyzji na podstawie prezentowanych przez Spółkę informacji. Serwis korporacyjny prowadzony jest w języku polskim i angielskim.

Grupa CCC zapewnia równy dostęp do informacji dotyczących Spółki poprzez pełne wywiązywanie się z obowiązków informacyjnych wynikających z funkcjonowania Spółki na rynku regulowanym; stosowania zasad ładu korporacyjnego oraz prowadzenia komunikacji ze wszystkimi uczestnikami rynku kapitałowego w oparciu o najlepsze standardy i praktyki rynkowe.

Biorąc pod uwagę prawidłowe wypełnienie obowiązków informacyjnych, CCC S.A. upublicznia:

- informacje wymagane przepisami prawa obowiązującymi spółki notowane na GPW oraz zgodnie z Dobrymi Praktykami Spółek Notowanych na GPW 2016;
- wyniki finansowe oraz raporty okresowe w terminach wyznaczonych przez obowiązujące przepisy prawa. Spółka dokłada starań, aby był to możliwie najkrótszy termin;
- informacje o znaczących zdarzeniach mających wpływ na cenę akcji Spółki niezwłocznie po ich wystąpieniu, o ile przepisy prawa nie przewidują innego, wymaganego terminu.

Narzędzia wykorzystywane do komunikacji z uczestnikami rynku kapitałowego to przede wszystkim:

- Elektroniczny System Przekazywania Informacji (ESPI) – w celu realizacji obowiązków informacyjnych wynikających z obrotu akcjami na rynku regulowanym;
- Elektroniczna Baza Informacji (EBI) – w celu dystrybucji raportów o stosowaniu ładu korporacyjnego;
- serwis Relacji Inwestorskich na internetowej stronie korporacyjnej (http://firma.ccc.eu) gdzie dostępne są wszelkie informacje na temat Spółki takie jak raporty bieżące, prezentacje, sprawozdania finansowe, informacje na temat władz Spółki, aktualną strukturę akcjonariatu, dane kontaktowe itp.;
- konferencje wynikowe dla analityków oraz przedstawicieli mediów transmitowane na żywo każdorazowo po publikacji wyników finansowych (materiały video z konferencji dostępne są na stronie Relacji Inwestorskich);
- telekonferencje dla inwestorów krajowych i zagranicznych oraz analityków;
- spotkania przedstawicieli Zarządu i Relacji Inwestorskich z inwestorami indywidualnymi i instytucjonalnymi oraz analitykami, w tym także organizacja Dni Otwartych oraz Dni Inwestora w siedzibie;
- udział przedstawicieli Zarządu i zespołu Relacji Inwestorskich w konferencjach dla inwestorów w Polsce i za granicą;
- dostępność zespołu Relacji Inwestorskich dla uczestników rynku kapitałowego drogą telefoniczną i elektroniczną. Spółka dokłada starań, aby odpowiedzi na pytania udzielane były niezwłocznie po ich otrzymaniu, nie później jednak niż w ciągu 3 dni roboczych. Termin może się wydłużyć w szczególnie uzasadnionych przypadkach i niezależnych od Spółki okolicznościach;
- udostępnianie materiałów z Walnych Zgromadzeń Akcjonariuszy na stronie Relacji Inwestorskich, w tym materiałów video.

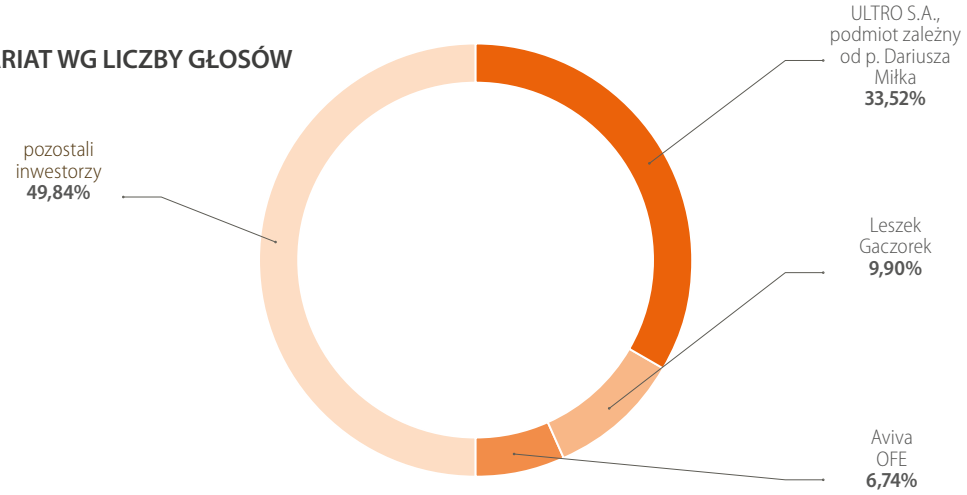
Serwis Relacji inwestorskich na www.ccc.eu podlega okresowym przeglądom i weryfikacjom tak, by jego zawartość jak najpełniej odpowiadała potrzebom informacyjnym przedstawicieli rynku kapitałowego.

## 6.1.4 AKCJONARIUSZE SPÓŁKI POSIADAJĄCY SPECJALNE UPRAWNIENIA KONTROLNE

Zgodnie ze statutem Spółki akcje CCC S.A. dzielą się na dwa rodzaje:

- zwykłe na okaziciela, przy czym na jedną akcję przypada jeden głos na Walnym Zgromadzeniu Spółki,
- imienne uprzywilejowane co do głosu w ten sposób, że na każdą akcję przypadają dwa głosy na Walnym Zgromadzeniu Spółki.

### AKCJONARIAT WG LICZBY GŁOSÓW




Wykaz akcjonariuszy posiadających akcje uprzywilejowane (zgodnie ze stanem na dzień przekazania raportu rocznego)

W rozdziale 4.2.2 wskazano akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio znaczne pakiety akcji wraz z określeniem ilości akcji i głosów na walnym zgromadzeniu.

| AKCJONARIUSZ | LICZBA POSIADANYCH AKCJI | % UDZIAŁ W KAPITALE ZAKŁADOWYM | LICZBA GŁOSÓW NA WALNYM ZGROMADZENIU AKCJONARIUSZY | % UDZIAŁ W LICZBIE GŁOSÓW NA WALNYM ZGROMADZENIU AKCJONARIUSZY |
|---|---|---|---|---|
| ULTRO S.A. Podmiot zależny od p.Dariusza Miłka | 4 750 000 | 12,37% | 9 500 000 | 21,09% |
| Leszek Gaczorek | 1 750 000 | 4,56% | 3 500 000 | 7,77% |
| Lech Chudy | 50 000 | 0,13% | 100 000 | 0,22% |
| Mariusz Gnych | 50 000 | 0,13% | 100 000 | 0,22% |
| Renata Miłek | 50 000 | 0,13% | 100 000 | 0,22% |
| TOTAL | 6 650 000 | 17,32% | 13 300 000 | 29,52% |

## 6.1.5 WSKAZANIE WSZELKICH OGRANICZEŃ ODNOŚNIE DO WYKONYWANIA PRAWA GŁOSU W SPÓŁCE EMITENTA

Nie występują żadne ograniczenia odnośnie wykonywania prawa głosu.

## 6.1.6 WSKAZANIE WSZELKICH OGRANICZEŃ DOTYCZĄCYCH PRZENOSZENIA PRAWA WŁASNOŚCI PAPIERÓW WARTOŚCIOWYCH EMITENTA

Akcjonariuszom spółki dominującej przysługuje prawo pierwszeństwa nabycia akcji imiennych uprzywilejowanych przeznaczonych do zbycia. W przypadku nie skorzystania z tego prawa wobec całości lub części akcji przeniesienie własności tych akcji wymaga zgody Zarządu Spółki.

## 6.1.7 OPIS ZASAD ZMIANY STATUTU EMITENTA

W zakresie zmian w statucie stosuje się odpowiednio przepisy Kodeksu Spółek Handlowych.

Zmiana statutu Spółki wymaga uchwały Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy podjętej większością ¾ głosów i wpisu do Krajowego Rejestru Sądowego. Rada Nadzorcza Spółki może, zgodnie z udzielonym jej przez Walne Zgromadzenie upoważnieniem, ustalić jednolity tekst zmienionego statutu lub wprowadzić inne zmiany o charakterze redakcyjnym określone w uchwale Walnego Zgromadzenia.

Uchwała o zmianie statutu jest skuteczna od chwili wpisu do KRS.

# 6.2
# WALNE ZGROMADZENIE CCC S.A.

## 6.2.1
## SPOSÓB DZIAŁANIA WALNEGO ZGROMADZENIA CCC S.A. I JEGO ZASADNICZYCH UPRAWNIEŃ ORAZ PRAWA AKCJONARIUSZY I SPOSÓB ICH WYKONYWANIA

Walne Zgromadzenie działa na podstawie udostępnionych przez Spółkę do publicznej wiadomości, m.in. na stronie internetowej CCC S.A., Statutu Spółki i Regulaminu Walnego Zgromadzenia oraz - w zakresie nieuregulowanym wskazanymi dokumentami na podstawie Kodeksu Spółek Handlowych.

## ZWOŁANIE I ODWOŁANIE WALNEGO ZGROMADZENIA SPÓŁKI

W niniejszym punkcie opisane zostały zasady zwoływania i odwoływania Walnego Zgromadzenia Spółki:

- Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy może być zwoływane w trybie zwyczajnym lub nadzwyczajnym.
- Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy odbywa się w siedzibie Spółki, w Warszawie lub we Wrocławiu, w miejscu i terminie wskazanych w ogłoszeniu o zwołaniu Walnego Zgromadzenia.
- Zwyczajne Walne Zgromadzenie odbywa się corocznie w terminie sześciu miesięcy po upływie roku obrotowego.
- Informację o zwołaniu Walnego Zgromadzenia wraz z podaniem miejsca i terminu (dzień i godzina) Zarząd udostępnia w formie raportu bieżącego oraz zamieszcza na stronie internetowej Spółki.

## KOMPETENCJE WALNEGO ZGROMADZENIA SPÓŁKI

Do kompetencji Walnego Zgromadzenia należą poza wszelkimi sprawami związanymi z działalnością Spółki i sprawami określonymi w przepisach prawa, z wyłączeniem nabycia i zbycia nieruchomości, użytkowania wieczystego lub udziału w nieruchomości:

- Wybór i odwołanie członków Rady Nadzorczej
- Zatwierdzenie regulaminu Rady Nadzorczej
- Ustalanie zasad wynagradzania Rady Nadzorczej
- Ustalanie wysokości wynagrodzenia dla członków Rady Nadzorczej.

Uprawnienia Walnego Zgromadzenia określone zostały w dokumentach:

- Statucie Spółki, który jest dostępny na stronie internetowej Spółki
- Regulaminie Walnego Zgromadzenia CCC S.A., który jest dostępny na stronie internetowej Spółki (www.ccc.eu)
- Kodeksie Spółek Handlowych
- Z uwzględnieniem „Dobrych Praktyk spółek notowanych na GPW".

## UCZESTNICTWO W WALNYM ZGROMADZENIU SPÓŁKI

Zgodnie z postanowieniami kodeksu spółek handlowych prawo uczestniczenia w Walnym Zgromadzeniu mają osoby będące akcjonariuszami Spółki CCC S.A. w Dniu Rejestracji, tzn. osoby, które:

a) na szesnaście dni przed datą Walnego Zgromadzenia na rachunku papierów wartościowych będą miały zapisane akcje Spółki oraz

b) w okresie od dnia ogłoszenia o zwołaniu Walnego Zgromadzenia do pierwszego dnia powszedniego po Dniu Rejestracji wystąpią do podmiotu prowadzącego rachunek papierów wartościowych z żądaniem wystawienia imiennego zaświadczenia o prawie uczestnictwa w Walnym Zgromadzeniu.

Spółka ustala listę akcjonariuszy uprawnionych do uczestnictwa w Walnym Zgromadzeniu na podstawie wykazu przekazanego jej przez Krajowy Depozyt Papierów Wartościowych. Wykaz ten sporządzany jest w oparciu o informacje przekazywane przez podmioty prowadzące rachunki papierów wartościowych akcjonariuszy, na podstawie wystawionych imiennych zaświadczeń o prawie uczestnictwa w Walnym Zgromadzeniu. Na trzy dni robocze przed terminem Walnego Zgromadzenia, w siedzibie Spółki (ul. Strefowa 6, 59-101 Polkowice) zostaje wyłożona do wglądu lista akcjonariuszy uprawnionych do uczestnictwa w Zwyczajnym Walnym Zgromadzeniu. Akcjonariusz Spółki może żądać przesłania mu listy akcjonariuszy nieodpłatnie pocztą elektroniczną, podając adres, na który lista powinna być wysłana. Akcjonariusz może zgłosić powyższe żądanie za pośrednictwem poczty elektronicznej na adres: wza@ccc.eu.

W Walnym Zgromadzeniu mogą uczestniczyć członkowie Zarządu i Rady Nadzorczej. Biegły rewident powinien być obecny, jeżeli przedmiotem obrad mają być sprawy finansowe Spółki.

Zarząd może także zaprosić do wzięcia udziału w obradach innych ekspertów i doradców w celu przedstawienia uczestnikom Walnego Zgromadzenia opinii w sprawach objętych porządkiem obrad. CCC S.A., w zakresie zgodnym z przepisami prawa i uwzględniającym interesy Spółki, umożliwia także przedstawicielom mediów obecność na Walnych Zgromadzeniach.

Członkowie Zarządu oraz Rady Nadzorczej, oraz biegły rewident Spółki, w granicach swoich kompetencji i w zakresie niezbędnym dla rozstrzygnięcia spraw omawianych przez Walne Zgromadzenie, udzielają uczestnikom Zgromadzenia wyjaśnień i informacji dotyczących Spółki. Udzielanie odpowiedzi na pytania uczestników Walnego Zgromadzenia dokonywane jest przy uwzględnieniu przepisów prawa regulującego funkcjonowanie rynku kapitałowego, a udzielanie informacji nie może być dokonywane w sposób inny niż wynikający z tych przepisów.

Akcjonariusz może uczestniczyć w Zwyczajnym Walnym Zgromadzeniu Spółki CCC S.A. oraz wykonywać prawo głosu osobiście lub przez pełnomocników. Pełnomocnictwo do głosowania powinno być udzielone na piśmie lub w postaci elektronicznej. Udzielenie pełnomocnictwa w postaci elektronicznej nie wymaga opatrzenia bezpiecznym podpisem elektronicznym weryfikowanym przy pomocy ważnego kwalifikowanego certyfikatu.

Akcjonariusz jest zobowiązany przesłać do Spółki informację o udzieleniu pełnomocnictwa

w postaci elektronicznej wraz z pełnomocnictwami na adres wza@ccc.eu. W przypadku udzielenia pełnomocnictwa dalszemu pełnomocnikowi, należy przedłożyć nieprzerwany ciąg pełnomocnictw wraz z dokumentami wskazującymi na upoważnienie do działania w imieniu wcześniejszych pełnomocników.

### GŁOSOWANIE NA WALNYM ZGROMADZENIU SPÓŁKI

Poniżej zaprezentowane zostały zasady głosowania na Walnym Zgromadzeniu Spółki, które są zgodne z zapisami Regulaminu Walnego Zgromadzenia, Statutu Spółki oraz Kodeksu Spółek Handlowych:

- Głosowanie na Walnym Zgromadzeniu jest jawne. Tajne głosowanie zarządza się przy wyborach oraz nad wnioskami o odwołanie członków organów Spółki, o pociągnięcie ich do odpowiedzialności, jak również w sprawach osobowych. Dodatkowo tajne głosowanie zarządza się na żądanie choćby jednego akcjonariusza lub jego reprezentanta.
- Walne Zgromadzenie może dokonać wyboru Komisji Skrutacyjnej, do której obowiązków należy czuwanie nad prawidłowym przebiegiem każdego głosowania, nadzorowanie obsługi komputerowej (w przypadku głosowania z wykorzystaniem techniki elektronicznej) oraz ustalanie wyników głosowania i przekazywania ich Przewodniczącemu Walnego Zgromadzenia.
- Jedna akcja daje prawo do jednego głosu na Walnym Zgromadzeniu. W przypadku akcji uprzywilejowanych serii A1 (akcja imienna uprzywilejowana) jedna akcja daje prawo do dwóch głosów.
- Przewodniczący Walnego Zgromadzenia ogłasza wyniki głosowania, które następnie wnoszone są do protokołu obrad.

## 6.2.2 WALNE ZGROMADZENIE W 2015 ROKU

W dniu 24 czerwca 2015 r. odbyło się Zwyczajne Walne Zgromadzenie CCC S.A.

Podczas obrad Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia akcjonariusze zatwierdzili roczne sprawozdania z działalności Spółki i Grupy CCC oraz sprawozdania finansowe za 2014 r.

Walne Zgromadzenie zdecydowało o podziale zysku osiągniętego przez Spółkę w roku 2014 i postanowiło podzielić zysk w wysokości 115.824.852,87 PLN w następujący sposób:

1. kwotę 115.200.000,00 PLN przeznaczono na wypłatę dywidendy (3,00 PLN na 1 akcję),
2. pozostałą kwotę, tj. 624.852,87 PLN przeznaczono na kapitał zapasowy Spółki.

Jednocześnie Zwyczajne Walne Zgromadzenie ustaliło dzień 23 września 2015 r. jako dzień dywidendy a dzień 8 października 2015 r. jako termin wypłaty dywidendy.

Zwyczajne Walne Zgromadzenie po podjęciu uchwały w sprawie określenia liczby członków Rady Nadzorczej kolejnej kadencji 2015-2017 dokonało wyboru nowych członków do rady nadzorczej w osobach: Henryka Chojnackiego, Marcina Murawskiego, Mirosława Stachowicza, Jerzego Suchnickiego i Wiesława Olesia. Na przewodniczącego Rady Nadzorczej wybrano Henryka Chojnackiego.

Ponadto Walne Zgromadzenie podjęło uchwałę w sprawie zmiany Statutu Spółki w zakresie przedmiotu działalności oraz zmiany, w zakresie rozszerzenia uczestników programu motywacyjnego o pracowników spółek zależnych, Uchwały nr 6 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy z dnia 19 grudnia 2012 r. w sprawie warunkowego podwyższenia kapitału zakładowego Spółki oraz emisji warrantów subskrypcyjnych z wyłączeniem w całości prawa poboru akcjonariuszy w odniesieniu do akcji emitowanych w ramach kapitału warunkowego i warrantów subskrypcyjnych oraz zmiany Statutu.

# 6.3 ORGANY ZARZĄDCZE, NADZORUJĄCE I ICH KOMITETY W CCC S.A.

## 6.3.1 ZARZĄD

### SKŁAD OSOBOWY ZARZĄDU

W 2015 roku skład Zarząd Spółki nie zmienił się. Funkcjonował w następującym składzie:

| IMIĘ I NAZWISKO CZŁONKA ZARZĄDU | PEŁNIONA FUNKCJA |
|---|---|
| Dariusz Miłek | Prezes Zarządu |
| Mariusz Gnych | Wiceprezes Zarządu |
| Piotr Nowjalis | Wiceprezes Zarządu |

## DARIUSZ MIŁEK | Prezes Zarządu

Powołany na stanowisko Prezesa Zarządu 15 czerwca 2004 r.

Pan Dariusz Miłek w latach 1993-2003 prowadził działalność gospodarczą pod nazwą Firma Handlowa „MIŁEK" w Lubinie, a od 1995 r. w Chróstniku. W latach 1999-2004 pracował w CCC Sp. z o.o. z siedzibą w Polkowicach kolejno jako prokurent, a od 2002 r. jako Prezes Zarządu.

Od roku 2004 – pełni w Spółce CCC S.A. stanowisko Prezesa Zarządu.

Laureat prestiżowych konkursów z zakresu zarządzania. W roku 2007 Pan Dariusz Miłek uzyskał tytuł Przedsiębiorcy Roku 2007 oraz możliwość reprezentowania Polski w konkursie na Światowego Przedsiębiorcę Roku w Monte Carlo, w 2014 wyróżniony został nagrodą Kisiela w kategorii przedsiębiorca, laureat nagrody „Byki i niedźwiedzie" – Gazety Parkiet jako najlepszy Prezes 2014 roku, nagrodzony również jako Ambasador Sportu Wolnej Polski.

## MARIUSZ GNYCH | Wiceprezes Zarządu

Powołany na stanowisko Wiceprezesa Zarządu 15 czerwca 2004 r.

Ukończył studia doktoranckie na Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu; wcześniej ukończył studia na Wydziale Informatyki i Zarządzania Politechniki Wrocławskiej (kierunek: organizacja i zarządzanie), a także Wyższą Szkołę Bankową w Poznaniu (doradztwo podatkowe) oraz studia na Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Wrocławskiego (prawo inwestycyjne). Z GK CCC związany od 2000 r., w 2004 r. objął funkcję Prezesa Zarządu w CCC Factory Sp. z o.o. oraz członka zarządu w CCC S.A, a od 2007 r. – Wiceprezesa Zarządu. Wcześniej pełnił funkcję I wiceburmistrza gminy Polkowice, zasiadał w zarządzie w Polkowickim Budownictwie Mieszkaniowym Sp. z o.o. oraz Przedsiębiorstwie Gospodarki Miejskiej Sp. z o.o. Mariusz Gnych posiada uprawnienia do zasiadania w radach nadzorczych jednoosobowych spółek Skarbu Państwa.

## PIOTR NOWJALIS | Wiceprezes Zarządu

Powołany na stanowisko Wiceprezesa Zarządu 16 grudnia 2008 r.

Absolwent Akademii im. Leona Koźmińskiego (Executive MBA) oraz Uniwersytetu Gdańskiego na Wydziale Ekonomicznym (kierunek: Międzynarodowe Stosunki Gospodarcze i Polityczne, oraz na Wydziale Prawa i Administracji (kierunek: Administracja). Ze Spółką CCC S.A. związany od 2008 r., początkowo jako Dyrektor Finansowy, a następnie Wiceprezes Zarządu.

Wcześniej pełnił funkcję członka Zarządu w Spółce AB S.A., dyrektora ds. ekonomicznych w M&S Pomorska Fabryka Okien Sp. z o.o. oraz dyrektora finansowego – dyrektora wykonawczego w KGHM Polska Miedź S.A. Zasiada również w radach nadzorczych spółek TIM S.A. oraz „Dino Polska" S.A.

## ZASADY DOTYCZĄCE POWOŁYWANIA I ODWOŁYWANIA OSÓB ZARZĄDZAJĄCYCH ORAZ ICH UPRAWNIEŃ, W SZCZEGÓLNOŚCI PRAWO DO PODJĘCIA DECYZJI O EMISJI LUB WYKUPIE AKCJI

Członków Zarządu Spółki Emitenta powołuje i odwołuje Rada Nadzorcza Spółki. Kompetencje i zasady działania Zarządu CCC S.A. zostały określone w dokumentach:

- Schemacie podziału odpowiedzialności za poszczególne obszary działalności Spółki pomiędzy członków Zarządu (http://firma.ccc.eu)
- Statucie Spółki, który jest dostępny na stronie internetowej Spółki (www.ccc.eu),
- Regulaminie Zarządu, który jest dostępny na stronie internetowej Spółki (www.ccc.eu),
- Kodeksie Spółek Handlowych.

Zarząd Spółki upoważniony jest w szczególności do:

- ustanawiania regulaminów wewnętrznych przedsiębiorstwa Spółki oraz innych aktów normatywnych Spółki;
- przedstawiania wniosków Radzie Nadzorczej w sprawach podziału zysków i pokrycia strat;
- zawierania umów o pracę z pracownikami Spółki nie będącymi członkami Zarządu;
- udzielania prokury;
- podejmowania uchwał w sprawach tworzenia i zamykania oddziałów Spółki;
- występowania z wnioskami we wszystkich innych sprawach do Rady Nadzorczej i Walnego Zgromadzenia;
- zwoływania Walnych Zgromadzeń.

Emisja nowych akcji może nastąpić po podjęciu uchwały przez Walne Zgromadzenie Spółki i skutkuje podwyższeniem kapitału zakładowego Spółki. Obowiązującymi w zakresie emisji nowych akcji i wykupu akcji są regulacje Kodeksu Spółek Handlowych i przepisy o ofercie publicznej i warunkach wprowadzenia instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych.

## KOMPETENCJE ZARZĄDU

Do zakresu działania Zarządu należy prowadzenie wszystkich spraw CCC S.A. niezastrzeżonych Kodeksem Spółek Handlowych lub Statutem Spółki do kompetencji innych organów Spółki. Wszyscy członkowie Zarządu są zobowiązani i uprawnieni do prowadzenia spraw CCC S.A., kierowanie całokształtem działalności Spółki, reprezentowanie jej na zewnątrz oraz gospodarowanie jej majątkiem. Zarząd zobowiązany jest zarządzać majątkiem i sprawami Spółki z należytą starannością, przestrzegać prawa, postanowień Statutu, Regulaminu Zarządu oraz uchwał podjętych przez Radę Nadzorczą oraz Walne Zgromadzenie, w których – z mocy ustawy albo postanowień Statutu organy te są upoważnione do podejmowania decyzji wiążących Zarząd.

## OPIS DZIAŁANIA I ORGANIZACJI PRAC ZARZĄDU

Na czele Zarządu stoi Prezes Zarządu, który koordynuje i kieruje pracą Zarządu. W czasie nieobecności Prezesa Zarządu, jego kompetencje w zakresie organizacji prac Zarządu wykonuje Wiceprezes, któremu bezpośrednio podlega Pion Finansowy, w następnej kolejności Wiceprezes – któremu bezpośrednio podlega Pion Logistyki i Produkcji.

Kompetencje poszczególnych członków Zarządu w zakresie spraw zwykłego zarządu zostały podzielone na obszary działania, w których poszczególni członkowie Zarządu pełnią wiodącą rolę. W ramach pełnionych funkcji każdemu z członków Zarządu Spółki przydzielono stosowny zakres odpowiedzialności za prowadzenie spraw Spółki:

## PREZES ZARZĄDU | Dariusz Miłek

- kieruje całokształtem działalności przedsiębiorstwa Spółki, sprawuje nadzór nad realizacją zadań przypisanych poszczególnym członkom Zarządu i podległym kierownikom komórek organizacyjnych;
- opracowuje strategię i kierunki rozwoju Spółki;
- pełni nadzór nad ekspansją Grupy Kapitałowej CCC S.A., w tym podejmowanie decyzji o lokalizacjach nowych placówek sprzedażowych;
- planuje i pełni nadzór nad polityką handlową i produktową, działalnością promocyjną i marketingową Spółki.

## WICEPREZES ZARZĄDU | Mariusz Gnych

- odpowiada za proces realizacji produkcji, sprawne planowanie i koordynację prac związanych z funkcjonowaniem fabryki zlokalizowanej w Polkowicach;
- wdrażanie i realizacja projektów inwestycyjnych w obrębie LSSE w Polkowicach;
- pełni nadzór nad przebiegiem procesów logistycznych, w tym zarządzanie łańcuchem dostaw w Grupie Kapitałowej CCC S.A.

## WICEPREZES ZARZĄDU | Piotr Nowjalis

- odpowiada za całość zagadnień ekonomiczno - finansowych przedsiębiorstwa Spółki oraz organizacyjnych; a w szczególności za politykę finansową, relacje inwestorskie, alokację kapitałów oraz ich pozyskiwanie;
- sprawuje nadzór nad realizacja zadań wynikających z ustawy o rachunkowości i z ustawy o podatku dochodowym od osób prawnych;
- pełni nadzór nad działalnością zagranicznych spółek zależnych;
- pełni nadzór nad prowadzoną polityką personalną w Grupie Kapitałowej CCC S.A.

## 6.3.2
## RADA NADZORCZA

### SKŁAD OSOBOWY RADY NADZORCZEJ

Skład osobowy rady Nadzorczej CCC S.A. na dzień 31 grudnia 2015 roku:

| IMIĘ I NAZWISKO CZŁONKA RADY NADZORCZEJ | PEŁNIONA FUNKCJA |
|---|---|
| Henryk Chojnacki | Przewodniczący Rady Nadzorczej<br>wybrany w dniu 24 czerwca 2015 (VI kadencja) |
| Wiesław Oleś | Członek Rady Nadzorczej<br>wybrany w dniu 24 czerwca 2015 roku (I kadencja) |
| Marcin Murawski | Członek Rady Nadzorczej<br>wybrany w dniu 24 czerwca 2015 roku (III kadencja) |
| Jerzy Suchnicki | Członek Rady Nadzorczej<br>wybrany w dniu 24 czerwca 2015 roku (I kadencja) |
| Mirosław Stachowicz | Członek Rady Nadzorczej<br>wybrany w dniu 24 czerwca 2015 roku (I kadencja) |

Z dniem 24 czerwca 2015 roku wygasły mandaty członków Rady Nadzorczej:

| IMIĘ I NAZWISKO CZŁONKA RADY NADZORCZEJ | PEŁNIONA FUNKCJA |
|---|---|
| Henryk Chojnacki | Przewodniczący Rady Nadzorczej<br>wybrany w dniu 26 czerwca 2013 (V kadencja) |
| Martyna Kupiecka | Członek Rady Nadzorczej<br>wybrany w dniu 26 czerwca 2013 roku (V kadencja) |
| Marcin Murawski | Członek Rady Nadzorczej<br>wybrany w dniu 26 czerwca 2013 roku (II kadencja) |
| Wojciech Fenrich | Członek Rady Nadzorczej<br>wybrany w dniu 26 czerwca 2013 roku (III kadencja) |
| Jan Rosochowicz | Członek Rady Nadzorczej<br>wybrany w dniu 26 czerwca 2013 roku (I kadencja) |

## HENRYK CHOJNACKI
### Przewodniczący Rady Nadzorczej

Henryk Chojnacki, posiada uprawnienia biegłego rewidenta. W latach 2002 -2006 sprawował funkcję Prezesa Zarządu w Biurze Biegłych Rewidentów „Ekspert-Księgowy" Sp. z o.o. z siedzibą w Legnicy, którego obecnie jest wspólnikiem. Jest również wspólnikiem Biura Rachunkowego „Aktywa" spółka cywilna w Jaworze. Henryk Chojnacki pełni funkcję Przewodniczącego Rady Nadzorczej w „Tartak" Sp. z o.o. z siedzibą w Prochowicach, a od roku 2004 pełni analogiczną funkcję w Spółce CCC S.A. z siedzibą w Polkowicach. Ponadto pełni funkcję członka Rady Nadzorczej PPU „HEMIZ" Sp. z o.o. z siedzibą w Prochowicach.

## WIESŁAW OLEŚ
### Członek Rady Nadzorczej

Jest pomysłodawcą i założycielem Kancelarii Radców Prawnych „Oleś & Rodzynkiewicz" sp.k., ukończył studia prawnicze na Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie. Po ukończeniu aplikacji sędziowskiej, w 1991 r. złożył egzamin sędziowski, a w 1993 uzyskał uprawnienia radcy prawnego. Po ukończeniu studiów Wiesław Oleś był m.in. członkiem kolegium Regionalnej Izby Obrachunkowej w Krakowie, konsultantem programów Agencji Stanów Zjednoczonych do Spraw Rozwoju Międzynarodowego (USAID) oraz współpracował m.in. z: Harvard Institute for International Development.; członkiem Rady Fundacji im. Lesława Pagi oraz przewodniczącym Rady Nadzorczej Towarzystwa Funduszy Inwestycyjnych Forum SA., od 2015 r. jest członkiem rady nadzorczej CCC S.A.

Wiesław Oleś jest prawnikiem rekomendowanym przez „Chambers Europe Guide – Europe's Leading Lawyers for Business.

## MARCIN MURAWSKI
### Członek Rady Nadzorczej

Ukończył studia na Wydziale Zarządzania na Uniwersytecie Warszawskim, posiada uprawnienia biegłego rewidenta w Wielkiej Brytanii (ACCA Practicing Certificate), uprawnienia KIBR (Polski Biegły Rewident Nr 90053) oraz CIA (Certyfikowany Audytor Wewnętrzny). Niezależny członek rad nadzorczych i komitetów audytu spółek notowanych na GPW: GTC S.A., Apator S.A., od 2012 r. CCC S.A.

W latach 1997-2005 pracował w PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o. - Menadżer w Departamencie Audytu, a następnie do 2012 r. pracował w grupie WARTA jako Dyrektor Departamentu Audytu Wewnętrznego i Inspekcji. Zatwierdzony kandydat PID (Polski Instytut Dyrektorów) na członka rad nadzorczych oraz komitetów audytu.

## MIROSŁAW STACHOWICZ
### Członek Rady Nadzorczej

Jest absolwentem uczelni: kanadyjskiej - Uniwersytet Carleton, Szkoła Studiów Międzynarodowych im. Normana Pattersona, amerykańskiej - Uniwersytet Johna Hopkinsa, Szkoła Zaawansowanych Studiów Międzynarodowych i polskiej - Uniwersytet Jagielloński, Wydział Prawa, Instytut Nauk Politycznych.

W okresie ponad 20-letniej kariery zawodowej zajmował stanowiska Dyrektora Generalnego Bestfoods, Dyrektora Zarządzającego, Polska, Europa Wschodnia i Rosja w ICI Paints, a następnie Dyrektora Zarządzającego AkzoNobel Deco (Europa Środkowa). Obecnie pełni funkcję Członka Rady Nadzorczej Stock Spirits Group PLC; Nitroerg S.A, spółka Grupy KGHM; Wiceprzewodniczącego Rady Nadzorczej Harper Hygenics S.A., Przewodniczącego Rady Nadzorczej Grupy Pracuj S.A., zaś Członkiem Rady Nadzorczej CCC S.A jest od 2015 r.

Mirosław Stachowicz jest członkiem World Presidents' Organisation, Polskiego Instytutu Dyrektorów, a także uczestniczy w pracach Forum Rad Nadzorczych PWC oraz Instytutu Komitetów Audytu KPMG.

## JERZY SUCHNICKI
### Członek Rady Nadzorczej

Ukończył studia na Wydziale Handlu Zagranicznego Szkoły Głównej Planowania i Statystyki (obecnie: Szkoła Główna Handlowa) w Warszawie. Od 2014 r. jest ekspertem ds. wyceny i oceny planów rozwoju największych spółek w Access 2

i członkiem IMAP (International Network of Merger & Acquisition Partners). Obecnie pełni funkcję Członka Rady Nadzorczej Ferrum S.A., a od 2015 r. także CCC S.A. W latach 2010-2013 pełnił rolę dyrektora, wicedyrektora Departamentu Kredytów Trudnych Banku Gospodarstwa Krajowego. W latach 2006-2009 Jerzy Suchnicki był Prezesem Zarządu w PKP Cargo Service. W latach 2003-2005 pełnił funkcję Prezesa Zarządu Mostostal Zabrze Holding S.A.

Wcześniej Jerzy Suchnicki związany był z Bankiem Handlowym, Raiffeisen Investment Polska oraz Bankiem Inicjatyw Gospodarczych S.A. Pracował także w Katedrze Ekonomii Szkoły Głównej Handlowej.

## ZASADY DOTYCZĄCE POWOŁYWANIA I ODWOŁYWANIA OSÓB NADZORUJĄCYCH

Członkowie Rady Nadzorczej CCC S.A. są powoływani na wspólną dwuletnią kadencję. Poszczególni Członkowie Rady oraz cała Rada Nadzorcza mogą zostać odwołani w każdym czasie przed upływem kadencji. Walne Zgromadzenie CCC S.A. powołuje spośród członków Rady przewodniczącego Rady Nadzorczej. W skład Rady Nadzorczej CCC S.A. wchodzi od pięciu do siedmiu Członków.

Członków Rady Nadzorczej powołuje i odwołuje Walne Zgromadzenie. Zwyczajne Walne Zgromadzenie CCC S.A. powołało Członków Rady Nadzorczej na nową kadencję w dniu 24 czerwca 2015 r. (RB 40/2015).

Zgodnie ze Statutem CCC S.A. oraz zgodnie z Dobrymi Praktykami GPW, co najmniej dwóch członków Rady Nadzorczej powinno spełniać kryteria niezależności. Niezależni członkowie rady powinni spełniać kryteria niezależności określone w Zaleceniu Komisji z dnia 15 lutego 2005 r. dotyczącym roli dyrektorów niewykonawczych lub będących członkami rady nadzorczej spółek giełdowych i komisji rady (nadzorczej) (2005/162/WE) z uwzględnieniem Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na GPW 2016.

Co najmniej jeden członek Rady Nadzorczej spełniający kryteria niezależności, o których mowa w ust. 4 Statutu Spółki winien nadto spełniać kryteria niezależności wskazane w ustawie z dnia 7 maja 2009r. o biegłych rewidentach i ich samorządzie, podmiotach uprawnionych do badania sprawozdań finansowych oraz o nadzorze publicznym (Dz.U.2015.1011)

Członkowie Rady przekazali Zarządowi oraz Walnemu Zgromadzeniu Akcjonariuszy oświadczenia dotyczące spełniania kryteriów niezależności. Rada Nadzorcza po dokonaniu oceny podjęła na posiedzeniu w dniu 2 września 2015 Uchwałę nr 01/09/2015/RN w sprawie określenia liczby członków Rady Nadzorczej spełniających kryteria niezależności, stwierdzając, że wszyscy członkowie Rady spełniają kryteria niezależności.

## KOMPETENCJE RADY NADZORCZEJ

Rada Nadzorcza podejmuje odpowiednie działania w celu uzyskiwania od Zarządu regularnych i wyczerpujących informacji o wszystkich istotnych sprawach dotyczących działalności CCC S.A. oraz o ryzyku związanym z prowadzoną działalnością i sposobach zarządzania tym ryzykiem. Szczegółowe kompetencje i zasady działania Rady Nadzorczej CCC S.A. zostały określone w następujących dokumentach:

- Statut Spółki, który jest dostępny na stronie internetowej Spółki (www.ccc.eu),
- Regulamin Rady Nadzorczej, który jest dostępny na stronie internetowej Spółki (www.ccc.eu),
- Uchwały Walnego Zgromadzenia,
- Kodeks Spółek Handlowych i inne obowiązujące przepisy prawa.

## OPIS DZIAŁANIA I ORGANIZACJI RADY NADZORCZEJ

Tryb działania Rady Nadzorczej określa Statut Spółki oraz Regulamin Rady Nadzorczej. Rada Nadzorcza wykonuje swoje obowiązki kolegialnie, może jednak delegować poszczególnych członków do czasowego samodzielnego pełnienia określonych czynności nadzorczych. Rada Nadzorcza zbiera się w miarę potrzeb, nie rzadziej niż trzy razy w roku obrotowym.

Posiedzenia są zwoływane z co najmniej tygodniowym wyprzedzeniem faxem, listem poleconym lub pocztą elektroniczną. Posiedzenia Rady Nadzorczej zwołuje jej Przewodniczący z własnej inicjatywy, na wniosek pozostałych członków Rady Nadzorczej lub Zarządu. W przypadku zgłoszenia Przewodniczącemu Rady Nadzorczej wniosku określonego powyżej posiedzenie Rady powinno się odbyć najpóźniej w ciągu dwóch tygodni od daty zgłoszenia wniosku. Bez formalnego zwołania posiedzenia Rady Nadzorczej może być powzięta uchwała, jeżeli wszyscy członkowie Rady Nadzorczej wyrażają zgodę na jej podjęcie. Każdy członek Rady Nadzorczej może złożyć wniosek o umieszczenie określonej sprawy w porządku obrad najbliższego posiedzenia Rady Nadzorczej pod warunkiem, że nastąpi to nie później niż na trzy dni przed terminem posiedzenia Rady Nadzorczej.

Rada Nadzorcza może podjąć uchwałę tylko w przypadku, gdy na posiedzeniu obecna jest co najmniej połowa członków Rady, a wszyscy jej członkowie zostali zaproszeni. Uchwała podjęta wbrew wymaganiom określonym w niniejszym przepisie jest nieważna.

Członkowie Rady Nadzorczej mogą podejmować uchwały w trybie pisemnym lub przy wykorzystaniu środków bezpośredniego porozumiewania się na odległość. Uchwała jest ważna, gdy wszyscy członkowie Rady Nadzorczej zostali powiadomieniu o treści projektu uchwały.

## 6.3.3 KOMITETY

Rada Nadzorcza CCC S. A. może powoływać komitety stałe lub ad hoc, działające jako jej kolegialne organy doradcze i opiniotwórcze. W ramach Rady Nadzorczej nie funkcjonują żadne komitety. Ze względu na fakt, że Rada Nadzorcza Spółki funkcjonuje w minimalnym, przewidzianym prawem, pięcioosobowym składzie, w Radzie nie powołano odrębnych komitetów. Zadania komitetów, o których mowa w Załączniku nr I do Zalecenia Komisji Europejskiej dotyczącego roli dyrektorów niewykonawczych lub będących członkami rady nadzorczej spółek giełdowych i komisji rady (nadzorczej) realizowane są bezpośrednio przez Radę Nadzorczą w pełnym składzie. Rada Nadzorcza CCC S.A. wykonując obowiązki komitetu audytu monitoruje skuteczność istniejących w Spółce systemów kontroli wewnętrznej, audytu wewnętrznego oraz dokonała oceny istotnych czynników ryzyka i zagrożeń na jakie Spółka jest narażona.

# 6.4 WYNAGRODZENIE WŁADZ CCC S.A.

## 6.4.1 POLITYKA WYNAGRODZEŃ OSÓB ZARZĄDZAJĄCYCH I NADZORUJĄCYCH

Zasady wynagrodzeń członków Zarządu określa polityka wynagrodzeń członków Zarządu CCC S.A. Przy ustalaniu wysokości wynagrodzenia członków Zarządu, Rada Nadzorcza powinna uwzględniać nakład pracy niezbędny do prawidłowego wykonywania funkcji członka Zarządu, zakres obowiązków i odpowiedzialności związanej z wykonywaniem funkcji członka Zarządu oraz poziom wynagrodzeń na podobnym stanowisku stosowany przez inne podmioty funkcjonujące na rynku; wynagrodzenie członków Zarządu odpowiada wielkości przedsiębiorstwa i pozostaje w rozsądnym stosunku do wyników ekonomicznych Spółki.

## 6.4.2
## ZASADY PRZYZNAWANIA PREMII

W celu poprawienia jakości i wydajności pracy członków Zarządu, ich wynagrodzenie ustalane jest z uwzględnieniem motywacyjnego charakteru oraz efektywnego i płynnego zarządzania Spółką, stąd też składa się ono z elementów stałych – miesięcznego wynagrodzenia uchwalonego przez Radę Nadzorczą oraz elementów ruchomych, tj. wynagrodzenia dodatkowego przyznawanego przez Radę po pierwszym i drugim półroczu i uzależnionego od zrealizowanych przez Spółkę zysków oraz stopnia realizacji zadań. Poziom premii uzależniony jest od wykonania indywidualnych zadań (jakościowych oraz ilościowych), ustalonych przez Radę Nadzorczą dla poszczególnych Członków Zarządu. Ocena wykonania indywidualnych zadań premiowych przez danego Członka Zarządu dokonywana jest co pół roku przez Radę Nadzorczą.

Rada Nadzorcza podejmuje uchwałę o przyznaniu Członkowi Zarządu wynagrodzenia dodatkowego za dane półrocze na pierwszym posiedzeniu po jego zakończeniu. Uchwała jest podstawą do wypłaty wynagrodzenia dodatkowego.

## 6.4.3 WYNAGRODZENIA ZARZĄDU CCC S.A. ORAZ WYNAGRODZENIA Z TYTUŁU PREMII

| WYSZCZEGÓLNIENIE [DANE W PLN] | 2015 | 2014 |
|---|---|---|
| Wynagrodzenia członków Zarządu Spółki w tym [dane w PLN]: | | |
| - wynagrodzenia i inne świadczenia | | |
| Dariusz Miłek | 870 000 | 870 000 |
| Mariusz Gnych | 570 000 | 570 000 |
| Piotr Nowjalis | 750 000 | 750 000 |
| – premie za poprzedni rok | | |
| Dariusz Miłek | — | — |
| Mariusz Gnych | 450 000 | 300 000 |
| Piotr Nowjalis | 500 000 | 300 000 |
| Ogółem | 3 140 000 | 2 790 000 |

Osoby zarządzające nie pobierają z tytułu pełnionej funkcji w spółkach Grupy Kapitałowej CCC S.A. wynagrodzenia innego niż wskazane w tabeli w pkt. 6.4.3.

Liczba potencjalnie należnych warrantów subskrypcyjnych

| WYSZCZEGÓLNIENIE | 2015 | 2014 |
|---|---|---|
| Dariusz Miłek | — | — |
| Mariusz Gnych | 50 000 | 50 000 |
| Piotr Nowjalis | 50 000 | 50 000 |
| Ogółem | 100 000 | 100 000 |

Osoby zarządzające nie pobierają z tytułu pełnionej funkcji w spółkach Grupy Kapitałowej CCC S.A. wynagrodzenia innego niż wskazane w powyższej tabeli.

## 6.4.4 WYNAGRODZENIA RADY NADZORCZEJ CCC S.A.

| WYSZCZEGÓLNIENIE [DANE W PLN] | 2015 [BRUTTO PLN] | 2014 [BRUTTO PLN] |
|---|---|---|
| Henryk Chojnacki [1] | 50 000 | 24 000 |
| Wiesław Oleś [2] | 24 000 | — |
| Marcin Murawski [3] | 37 500 | 18 000 |
| Mirosław Stachowicz [4] | 24 000 | — |
| Jerzy Suchnicki [5] | 24 000 | — |
| Wojciech Fenrich [6] | 13 500 | 18 000 |
| Jan Rosochowicz [7] | 13 500 | 18 000 |
| Martyna Kupiecka [8] | 13 500 | 18 000 |
| **Ogółem** | **200 000** | **96 000** |

1) Za okres od 01.01.2015 do 01.12.2015
2) Za okres od 24.06.2015 do 31.12.2015
3) Za okres od 01.01.2015 do 01.12.2015
4) Za okres od 24.06.2015 do 31.12.2015
5) Za okres od 24.06.2015 do 31.12.2015
6) Za okres od 01.01.2015 do 24.06.2015
7) Za okres od 01.01.2015 do 24.06.2015
8) Za okres od 01.01.2015 do 24.06.2015

Osoby nadzorujące nie pobierają z tytułu pełnionej funkcji w spółkach Grupy Kapitałowej CCC S.A. wynagrodzenia innego niż wskazane w tabeli powyżej.

# 6.5 ZARZĄDZANIE RYZYKIEM

## 6.5.1 OPIS PODSTAWOWYCH CECH STOSOWANYCH W SPÓŁCE SYSTEMÓW KONTROLI WEWNĘTRZNEJ I ZARZĄDZANIA RYZYKIEM W ODNIESIENIU DO PROCESU SPORZĄDZANIA SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH I SKONSOLIDOWANYCH SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH

Sprawozdanie finansowe oraz skonsolidowane sprawozdanie finansowe sporządzane jest z zgodnie z:

1. Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej zatwierdzonymi przez Unię Europejską,
2. Ustawą o rachunkowości z dnia 29 września 1994 r. (tekst jednolity – Dz.U. z 2013 r. poz. 330 z późniejszymi zmianami),
3. Statutem Spółki CCC S.A.,
4. Zasadami rachunkowości obowiązującymi w CCC S.A. oraz zasadami obowiązującymi w spółkach zależnych,
5. wewnętrznymi procedurami ewidencji księgowej.

Proces sporządzania sprawozdań objęty jest systemem kontroli wewnętrznej i systemem zarządzania ryzykiem, co przyczynia się do zachowania wiarygodności i rzetelności sprawozdawczości finansowej, a także zgodności z przepisami prawa i regulacjami wewnętrznymi.

System kontroli wewnętrznej obejmuje:

1. czynności kontrolne realizowane przez pracowników spółek GK CCC S.A. w zakresie powierzonych im zadań i obowiązków,
2. kontrolę funkcyjną realizowaną przez nadzór nad podległymi komórkami organizacyjnymi przez wszystkich pracowników na stanowiskach kierowniczych,
3. kontrolę realizowaną przez audyt wewnętrzny, której celem jest dokonywanie niezależnej i obiektywnej oceny systemów zarządzania ryzykiem i kontroli wewnętrznej

Zarządzanie ryzykiem w procesie sporządzania sprawozdań finansowych opiera się na identyfikacji i ocenie ryzyka wraz z definiowaniem i podejmowaniem działań zmierzających do ich minimalizacji lub całkowitego wyeliminowania. Nadzór nad procesem przygotowania sprawozdania finansowego Spółki sprawuje Główny Księgowy oraz Wiceprezes Zarządu ds. Finansowych, któremu podlegają służby finansowo-księgowe. Proces zarządzania ryzykiem rozpoczyna się już na najniższych szczeblach Grupy tak, aby zapewnić wypełnienie założonych celów. Zarządzanie ryzykiem w Grupie CCC jest procesem nadzorowanym przez Zarząd oraz kluczowy personel kierowniczy. Ponadto prowadzone są niezależne audyty wewnętrzne procesów finansowo-księgowych. Poprawność sporządzania sprawozdań finansowych weryfikowana jest również przez członków Rady Nadzorczej w ramach powierzonych Radzie zadań komitetu audytu. W celu potwierdzenia zgodności danych zawartych w sprawozdaniu finansowym ze stanem faktycznym i zapisami w księgach rachunkowych prowadzonych przez Spółkę, sprawozdanie poddawane jest badaniu przez niezależnego biegłego rewidenta, który wydaje opinie w tym przedmiocie. Wszelkie działania podejmowane przez spółkę mają na celu zapewnienie zgodności z wymogami prawa i stanem faktycznym oraz odpowiednio wczesne identyfikowanie i eliminowanie potencjalnych ryzyk tak, aby nie wpływały one na rzetelność i prawidłowość prezentowanych danych finansowych

## 6.5.2 ZAKRES SYSTEMU ZARZĄDZANIA RYZYKIEM W GRUPIE

Główne cele zarządzania ryzykiem:

- zapewnienie bezpieczeństwa działalności Spółki,
- zapewnienie skuteczności podejmowanych decyzji, nakierowanych na maksymalizację zysków przy dopuszczalnym poziomie ryzyka

Polityka zarządzania ryzykiem w Grupie CCC, określa założenia, zasady, czynniki ryzyka oraz sposoby ich niwelowania tak, aby zapewnić maksymalną kontrolę nad ryzykiem, które mogłoby negatywnie wpłynąć na działalność Grupy CCC. Polityka ta jest wymagana oraz przestrzegana przez wszystkie spółki Grupy CCC. Polityka zarządzania ryzykiem jest cały czas rozwijana i uzupełniana o szczegółowe regulacje pokrywające poszczególne obszary ryzyka występującego w Grupie, w tym m. in.:

- polityka wynagrodzeń Zarządu,
- polityka antykorupcyjna,
- kodeks etyki,
- kodeks postępowania dostawców,
- polityka zakupowa,
- polityka bezpieczeństwa systemów IT,
- polityka BHP,
- polityka środowiskowa.

## 6.5.3 ORGANY ODPOWIADAJĄCE ZA ZARZĄDZANIE RYZYKIEM W GRUPIE

Poniżej zaprezentowano organy odpowiadające za zarządzanie ryzykiem w Grupie CCC wraz z zakresem ich obowiązków:

- Zarząd CCC S.A.:
  - Akceptacja Polityki Zarządzania Ryzykiem w Grupie CCC, w oparciu o którą wdrażany jest System Zarządzania Ryzykiem.
- Rada Nadzorcza pełniąca zadania Komitetu Audytu CCC S.A.:
  - Okresowe sprawdzenie poprawności i efektywności Polityki Zarządzania Ryzykiem, którego celem jest zapewnienie, że wszystkie najważniejsze ryzyka są zidentyfikowane oraz wdrożony został odpowiedni system zarządzania nimi.
- Audytor wewnętrzny
  - Okresowe sprawozdanie skuteczności funkcjonowania systemów i ich funkcji w zakresie: wdrożenia i utrzymania skutecznych systemów kontroli wewnętrznej, zarządzania ryzykiem, compliance oraz funkcji audytu wewnętrznego.
- Pion Finansowy:
  - Wdrażanie Systemu Zarządzania Ryzykiem w Grupie CCC,
  - Nadzorowanie kadry odpowiedzialnej za zarządzanie ryzykiem w Grupie CCC,
  - Ciągłe gromadzenie wiedzy oraz technik, mające na celu poprawę efektywności systemów zarządzania ryzykiem,
  - Monitorowanie Systemu Zarządzania Ryzykiem oraz zapewnienie jego integracji z procesami występującymi w Grupie CCC.
- Kadra kierownicza:
  - Zwiększanie świadomości ważności Systemu Zarządzania Ryzykiem,
  - Zarządzanie dostępnymi zasobami, w celu wdrożenia i zapewnienia najwyższej efektywności Systemu Zarządzania Ryzykiem,
  - Weryfikacja planów i założeń dotyczących rozwoju Systemu Zarządzania Ryzykiem

## 6.5.4 DOPUSZCZALNE POZIOMY RYZYKA AKCEPTOWALNE PRZEZ GRUPĘ

Grupa CCC opiera się na podstawowych kryteriach, które służą do identyfikacji, oceny oraz ustalenia ważności ryzyka, które powstały na podstawie koncepcji tolerancji ryzyka. Bardzo ważnym czynnikiem w działaniu kadry kierowniczej Grupy jest ustalenie strategii oraz akceptowalnego poziomu ryzyka, który musi uwzględniać wartość ryzyka, jakie Grupa jest skłonna przyjąć za akceptowalne tak, aby zapewnić realizację założonych celów. Poziom ten jest w regularnych odstępach czasu aktualizowany oraz za każdym razem, gdy Grupa CCC zmienia strategię działania.

W przypadku, gdy akceptowalny poziom ryzyka dla założeń strategicznych Grupy CCC zostanie ustalony, zostaje on również ujęty w Systemie Zarządzania Ryzykiem, co wiąże się z jego restrykcyjnym przestrzeganiem.

## 6.5.5 ISTOTNE CZYNNIKI RYZYKA

Spółka CCC S.A. zidentyfikowała następujące ryzyka, które są przedstawione poniżej, wraz z ich opisem oraz podjętymi działaniami w celu minimalizacji ich skutków.

### RYZYKA REALIZACJI STRATEGII

| OBSZAR RYZYKA | OPIS RYZYKA | PODJĘTE DZIAŁANIA |
|---|---|---|
| Wzmocnienia własnej sieci sprzedaży | W latach 2016 – 2017 Grupa planuje wzrost powierzchni handlowej salonów CCC o 200 tys.m2:<br><br>W przypadku braku realizacji założonych celów, Grupa może się okazać mniej konkurencyjna niż konkurenci, a co za tym idzie stracić udziały w rynku, co może się przełożyć na niższe przychody. Równocześnie w przypadku rozwoju sieci, niezgodnego z zapotrzebowaniem, Grupa może ponosić wyższe niż niezbędne koszty | W celu minimalizacji ryzyka związanego z wzmocnieniem własnej sieci sprzedaży, Grupa wprowadziła następujące rozwiązania:<br>• monitorowanie działań konkurentów,<br>• monitorowanie sytuacji w branży,<br>• monitorowanie sytuacji makroekonomicznej,<br>• utworzenie szczegółowego planu oraz dedykowanego zespołu odpowiedzialnego za realizację celów związanych z rozwojem własnej sieci sprzedaży. |
| Działania mające na celu wzrost rozpoznawalności i wartości marki | Wzrost rozpoznawalności marki i jej wartości, może się przyczynić do wzrostu utrzymania stałych klientów, a także do zwiększonego przyrostu nowych klientów. W efekcie będzie prowadziło to do wzrostu udziału rynkowego oraz przychodów. W przypadku spadku rozpoznawalności marki i jej wartości, może nastąpić odpływ klientów i spadek udziału rynkowego a w konsekwencji również przychodów. | Grupa, aby zapewnić dalszy wzrost rozpoznawalności i wartości marki podjęła następujące działania:<br>• wprowadzenie odpowiednich instrumentów oraz nośników reklamowo – promocyjnych,<br>• wprowadzenie interesującego wystroju salonów,<br>• obecność salonów w prestiżowych lokalizacjach. |
| Lokalizacja placówek handlowych | Lokalizacja placówek handlowych jest ważnym czynnikiem decydującym o atrakcyjności marki dla konsumentów. Nieodpowiedni dobór lokalizacji, może doprowadzić do niskiej rentowności $m^2$ powierzchni, a co za tym idzie do obniżenia rentowności Grupy. Wzmacnianie pozycji na rynku poprzez dynamiczny rozwój sieci placówek handlowych może wiązać się z ryzykiem nietrafionej lokalizacji salonu, a także z ograniczoną liczbą nowych, atrakcyjnych lokalizacji. | Grupa, aby zapewnić odpowiedni wybór lokalizacji placówek handlowych, przeprowadza szczegółową analizę lokalizacji przed podjęciem decyzji o podpisaniu umowy najmu, a także opiera swoje decyzje na danych historycznych. |

## RYZYKA ZEWNĘTRZNE

| OBSZAR RYZYKA | OPIS RYZYKA | PODJĘTE DZIAŁANIA |
|---|---|---|
| Ryzyko kursów walutowych | Spółki Grupy Kapitałowej CCC S.A. realizują przychody w PLN, EUR, CZK, HUF, HRK, BGN. Większość kosztów ponoszą w walutach obcych. Co za tym idzie kursy CZK, HUF, HRK, USD i EUR (praktycznie całość importu denominowana jest w USD i EUR, a duży odsetek kosztów wynajmu powierzchni w EUR) będą miały wpływ na strukturę przychodów i kosztów Grupy. Głównym rynkiem zaopatrzeniowym dla Grupy Kapitałowej CCC S. A. jest rynek chiński, a co za tym idzie, kurs waluty chińskiej CNY w stosunku do głównych walut światowych również może mieć znaczny wpływ na koszty Grupy. Aprecjacja CNY może pogorszyć warunki importu, a co za tym idzie spowodować wzrost kosztów dla konsumentów. | Grupa podjęła następujące działania mające na celu ograniczenie skutków ryzyka kursowego:<br>• ciągłe monitorowanie zmian istotnych dla Grupy kursów walutowych,<br>• wprowadzenie strategii hedgingu naturalnego. |
| Ryzyko zmiany stóp procentowych | Grupa Kapitałowa CCC S.A. jest narażona na ryzyko zmian stóp procentowych, w związku z zawartymi umowami kredytowymi. Kredyty te są oprocentowane według zmiennej stopy procentowej opartej o WIBOR lub BLR. Wzrost stóp procentowych będzie miał wpływ na wysokość płaconych odsetek od kredytów. | Grupa podjęła następujące działania mające na celu ograniczenie skutków ryzyka zmiany stóp procentowych:<br>• dywersyfikacja źródeł pozyskania kapitału,<br>• monitorowanie najważniejszych stóp procentowych. |
| Ryzyko ogólnej koniunktury gospodarczej | Grupa Kapitałowa CCC S. A. prowadzi działalność gospodarczą przede wszystkim na rynku polskim, czeskim, węgierskim i słowackim, stąd dla Grupy istotna jest siła nabywcza konsumentów i skłonność do konsumpcji. Pogorszenie sytuacji gospodarczej może mieć negatywny wpływ na wyniki działalności i sytuację finansową Grupy. Grupa CCC działa również na kilku innych rynkach zagranicznych (m.in.: Niemcy, Austria, Chorwacja, Słowenia, Bułgaria). | Grupa podjęła następujące działania mające na celu ograniczenie skutków ryzyka ogólnej koniunktury gospodarczej:<br>• dywersyfikacja działalności pod względem krajów, w których Grupa prowadzi działalność (zmniejszenie korelacji stanu koniunktury pomiędzy krajami),<br>• monitorowanie sytuacji gospodarczej na świecie oraz w istotnych dla Grupy krajach, a także odpowiednie dopasowywanie strategii Grupy,<br>• monitorowanie ważnych wskaźników gospodarczych w wybranych krajach (stopa bezrobocia, PKB per capita, CPI). |
| Sezonowość sprzedaży i warunki pogodowe | Sprzedaż i wartość zapasów uzależnione są od sezonowości popytu (szczyt popytu to wiosna i jesień). Zaburzenie warunków pogodowych może skutkować odłożeniem przez klientów decyzji zakupowych lub też skróceniem sezonu najwyższej sprzedaży. | Czynnikiem pozwalającym na obniżenie wrażliwości Grupy Kapitałowej CCC S. A. na czynniki sezonowe i pogodowe jest posiadanie własnych mocy wytwórczych. Grupa jest w stanie w szybkim tempie dopasować produkcję i dostarczyć do sklepów towar zbieżny z oczekiwaniami i aktualnymi warunkami pogodowymi. |
| Tendencje w modzie i nietrafione kolekcje | Grupa Kapitałowa CCC S. A. narażona jest na ryzyko związane z nietrafionymi kolekcjami obuwia. | Czynnikiem pozwalającym na ograniczenie tego ryzyka jest wieloletnie doświadczenie rynkowe podmiotu dominującego, stała obserwacja trendów w europejskiej i światowej modzie (uczestnictwo w międzynarodowych targach mody obuwniczej w m. in. Mediolanie, Gardzie, Dusseldorfie). |

## RYZYKA WEWNĘTRZNE

| OBSZAR RYZYKA | OPIS RYZYKA | PODJĘTE DZIAŁANIA |
|---|---|---|
| Ryzyko kredytowe | Źródłem tego ryzyka jest niepewność w zakresie tego, czy i kiedy należności zostaną uregulowane. W ramach sprzedaży hurtowej prowadzona jest również sprzedaż z odroczonym terminem płatności, przez co Grupa Kapitałowa CCC S. A. narażona jest na ryzyko finansowania odbiorców. W celu utrzymania pozycji lidera na rynku obuwniczym Grupa Kapitałowa CCC S. A. stosuje instrument kredytu kupieckiego, dodatkowo zwiększając atrakcyjność firmy dla kontrahentów hurtowych. | Grupa podjęła następujące działania mające na celu ograniczenie skutków ryzyka kredytowego:<br>• ciągła weryfikacja sytuacji finansowej kontrahentów,<br>• ciągłe badanie historii współpracy z kontrahentami. |

# 7.
# PRACOWNICY

CCC
SHOES & BAGS

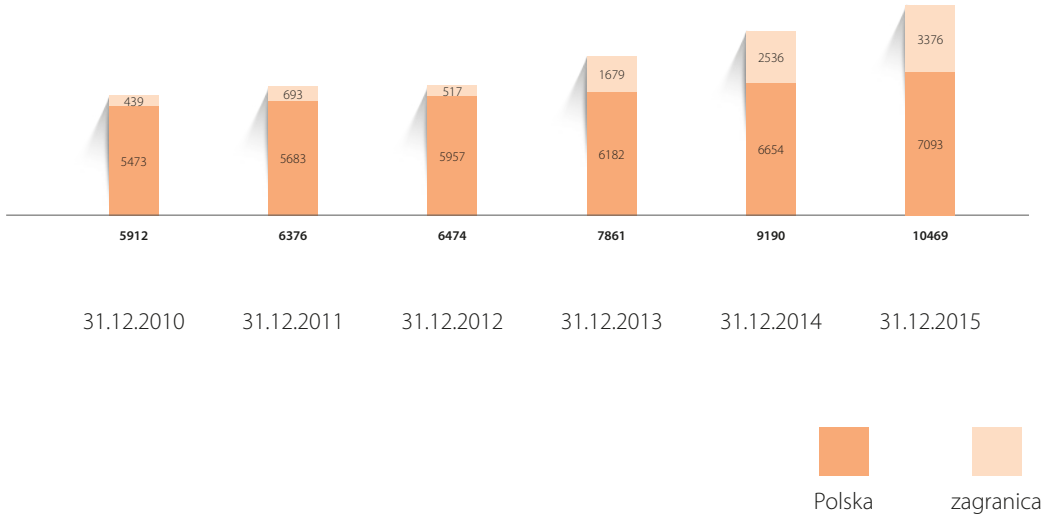
# 7.1
# STRUKTURA ZATRUDNIENIA

Pracownicy Grupy CCC stanowią istotny kapitał organizacji, każdego dnia realizują oni cele zawarte w strategii Spółki, co pozwala na zwiększanie potencjału rozwojowego Grupy. Miarą zaangażowania i efektywności Pracowników jest zadowolenie naszych Klientów i Akcjonariuszy.

## PRACOWNICY

[w mln zł o ile nie podano inaczej]

Według danych na dzień 31 grudnia 2015 w Grupie Kapitałowej zatrudnionych było 10 469 pracowników w stosunku do roku ubiegłego zatrudnienie wzrosło o 1 279 osób. Poniżej przestawiono jak kształtowała się struktura zatrudnienia w poszczególnych latach:




W ciągu kilku ostatnich lat liczba zatrudnionych pracowników stale wzrastała. Największy udział spośród liczby pracowników stanowią pracownicy sklepów – ok. 83,55 %, natomiast pracownicy centrali stanowią jedynie 3,66 % ogółu zatrudnionych. W porównaniu r/r liczba zatrudnionych wzrosła o 13,92 %. Szczegółowe dane zostały przestawione w poniższej tabeli.

| | 2015 | | | 2014 | | | ZMIANA W % |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | KOBIETY | MĘŻCZYŹNI | **SUMA** | KOBIETY | MĘŻCZYŹNI | **SUMA** | |
| Pracownicy sklepów | 8 366 | 381 | **8 747** | 7 278 | 309 | **7 587** | 15,29% |
| Pracownicy produkcyjni | 583 | 125 | **708** | 617 | 124 | **741** | -4,45% |
| Pracownicy logistyki | 395 | 236 | **631** | 293 | 216 | **509** | 23,97% |
| Pracownicy administracyjni | 244 | 139 | **383** | 228 | 125 | **353** | 8,50% |
| Wszyscy pracownicy | 9 588 | 881 | 10 469 | 8 416 | 774 | 9 190 | 13,92% |

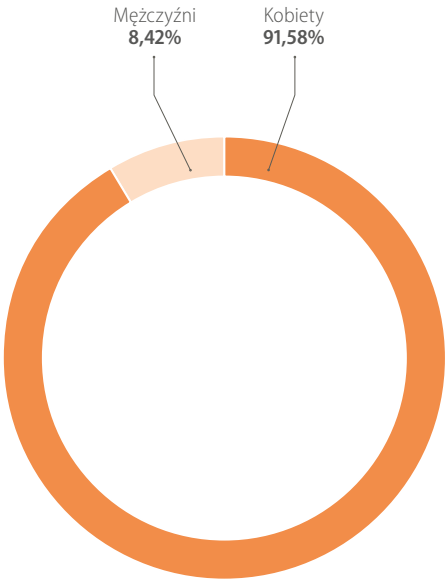
## PRACOWNICY

**[w mln zł o ile nie podano inaczej]**

Poniżej przedstawiono strukturę zatrudnienia według stanu na dzień 31.12.2015 rok w podziale na obszary geograficzne.

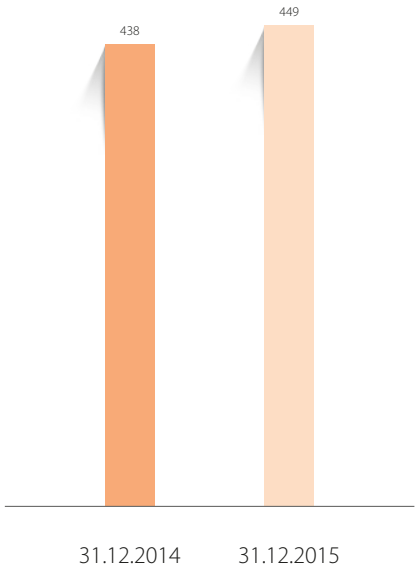
| | POLSKA | | EUROPA ŚRODKOWO-WSCHODNIA | | EUROPA ZACHODNIA | | POZOSTAŁE KRAJE | | SUMA |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | KOBIETY | MĘŻCZYŹNI | KOBIETY | MĘŻCZYŹNI | KOBIETY | MĘŻCZYŹNI | KOBIETY | MĘŻCZYŹNI | |
| Pracownicy sklepów | 5325 | 129 | 2056 | 139 | 968 | 87 | 17 | 26 | **8747** |
| Pracownicy produkcyjni | 583 | 125 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | **708** |
| Pracownicy logistyki | 395 | 236 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | **631** |
| Pracownicy administracyjni | 186 | 114 | 37 | 13 | 19 | 12 | 2 | 0 | **383** |
| Wszyscy pracownicy | 6489 | 604 | 2093 | 152 | 987 | 99 | 19 | 26 | 10469 |

Ze względu na rodzaj prowadzonej działalności, duży odsetek stanowi liczba kobiet zatrudnionych w Grupie Kapitałowej, która wynosi 91,58 % ogółu zatrudnionych. Liczba zatrudnionych mężczyzn w stosunku r/r wzrosła o 13,82%, natomiast liczba zatrudnionych kobiet wzrosła o 13,9% w stosunku do 2014 r.



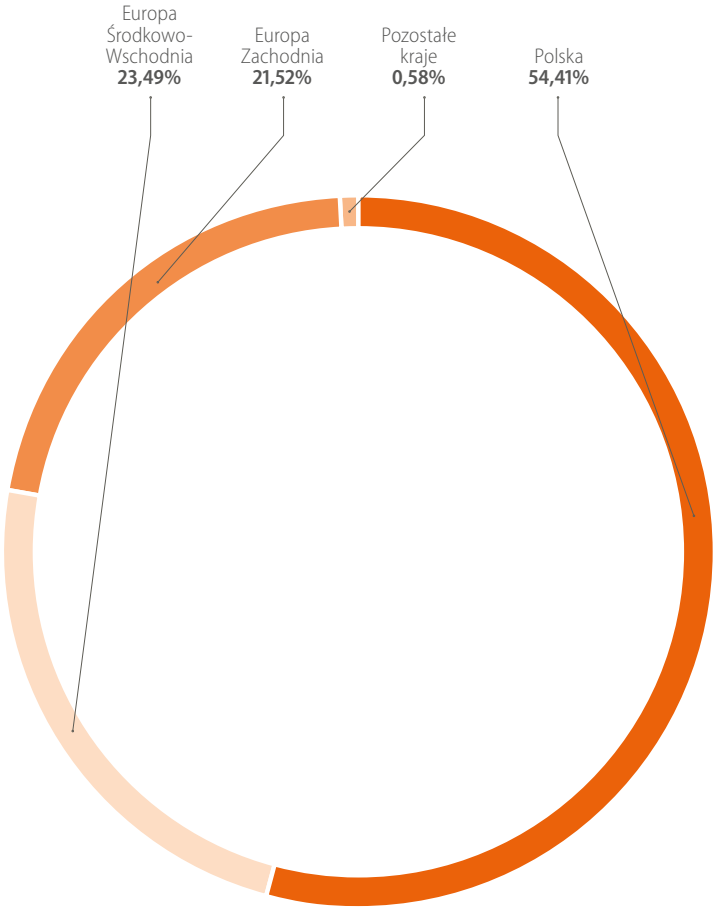
## ZATRUDNIENIE OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH

Ponadto, warunki pracy pozwalają na zatrudnienie w Grupie Kapitałowej osób niepełnosprawnych według stanu na dzień 31.12.2015 roku w Grupie zatrudnionych było 449 osób niepełnosprawnych, co stanowi ok. 4,28 % w stosunku do wszystkich pracowników. Większość z pracowników niepełnosprawnych zatrudnionych jest w Polsce, jest to około 83,74% wszystkich niepełnosprawnych zatrudnionych w Grupie CCC.

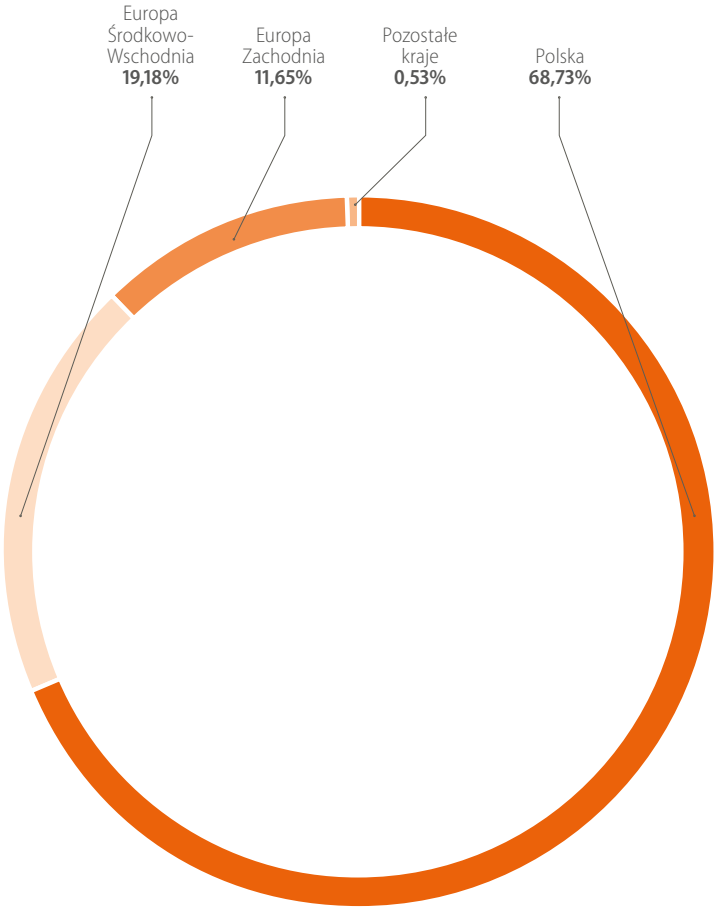


## POLITYKA WYNAGRODZEŃ WSZYSTKICH PRACOWNIKÓW

Polityka wynagrodzeń w Grupie jest oparta o zasadę równouprawnienia, tzn. wielkość wynagrodzenia pracowników zależna jest od poziomu posiadanych kompetencji i poziomu zaangażowania. W 2015 roku udział wydatków na wynagrodzenia dla Pracowników Grupy CCC kształtował się następująco:



Grupa CCC kontynuując ekspansję zagraniczną w 2015 r. uruchomiła 64 nowe sklepy poza granicami Polski, z czego w Europie Zachodniej uruchomiono 34 sklepy, natomiast w Europie Środkowo – Wschodniej – 30 sklepów. Otwarcie nowych placówek w Europie spowodowało wzrost zatrudnienia w poszczególnych segmentach, a także przyczyniło się do wzrostu kosztów wynagrodzeń. Dla porównania poniżej przedstawiono strukturę wynagrodzeń w Grupie Kapitałowej w 2014 r.



# 7.2
# PROGRAMY ROZWOJOWE DLA PRACOWNIKÓW

Grupa CCC realizując politykę związaną z zarządzaniem potencjałem pracowników kieruje się następującymi wartościami:

## DZIAŁANIE

wsparte ELASTYCZNOŚCIĄ, czyli szybka reakcja w sytuacjach konieczności biznesowej oraz wdrażanie niestandardowych pomysłów

## ROZWÓJ

dzięki DZIAŁANIU, czyli podejmowanie działań zmierzających do rozwoju całej Grupy Kapitałowej

## ZAANGAŻOWANIE

w ROZWÓJ, każdy z pracowników jest częścią zespołu dążącego do osiągnięcia wspólnego celu zawartego w strategii Grupy

## ELASTYCZNOŚĆ

prowadząca do EFEKTYWNOŚCI, czyli postrzeganie zmian jako nowych możliwości, a także ciągłe dopasowywanie się do potrzeb Klientów

## EFEKTYWNOŚĆ

dzięki ZAANGAŻOWANIU, podejmowanie działań zorientowanych na realizację wyznaczonych celów z optymalnym wykorzystaniem posiadanych zasobów

## WZROST I ROZWÓJ POTENCJAŁU PRACOWNIKÓW

W Grupie CCC realizowane są liczne programy pozwalające na możliwość rozwoju Pracowników. Działania w zakresie rozwoju i szkoleń Pracowników Grupy CCC są realizowane w taki sposób, aby zapewniały osiąganie celów biznesowych przyjętych w strategii oraz zwiększały zaangażowanie Pracowników.

**AKADEMIA MANAGERA** W Grupie Kapitałowej realizowany jest coroczny projekt Akademia Managera, mający na celu zapewnić lepszą efektywność w obszarze sprzedaży Grupy, a także umożliwiać cenną wymianę doświadczeń. Projekt ten pozwala na udoskonalanie umiejętności menedżerskich, przedstawia aspekty związane z budowaniem relacji w zespole, motywowaniem pracowników oraz wykorzystaniem metod coaching'u.

**SZKOLENIA I NAUKA JĘZYKÓW OBCYCH** Pracownicy stale podnoszą swoje kompetencje, korzystają z programów umożliwiających rozwój poprzez uczestnictwo w szkoleniach, konferencjach, sympozjach, seminariach, warsztatach oraz studiach finansowanych lub współfinansowanych przez Pracodawcę. W Grupie CCC organizowane są również stacjonarne lub e-learningowe kursy językowe. Działania te mają na celu zdobycie wiedzy niezbędnej do realizacji zdań lub jej aktualizację.

## REKRUTACJA I PRZYCIĄGANIE TALENTÓW

**STUDIUJESZ – PRACUJESZ** Jednym z istotnych programów rozwojowych w Spółce było uruchomienie studiów podyplomowych pt. „Zarządzanie ekspansją zagraniczną i rozwojem". Studia były projektem wspólnie realizowanym przez Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu oraz CCC S.A w okresie luty 2015 – marzec 2016. Innowacyjny projekt skierowany był do osób rozpoczynających swoją karierę zawodową, a także do tych którzy byli zainteresowani międzynarodową karierą. Projekt ten pozwolił na pozyskanie Pracowników o wysokich, specjalistycznych kompetencjach, którzy są gotowi realizować zagraniczne wyzwania. Do projektu zostało zakwalifikowanych 34 spośród 90 kandydatów.

**PRAKTYKI I PROGRAMY STAŻOWE** CCC ściśle współpracuje z Urzędami Pracy, tworząc przy tym miejsca pracy dla absolwentów studiów oraz szkół średnich i zasadniczych. W 2015 r. spośród 145 zakończonych staży zatrudniono 127 pracowników, co stanowi 87,59%.

## KOMUNIKACJA

W Grupie funkcjonuje również wielokanałowy schemat komunikacyjny, dzięki czemu Pracownicy są poinformowani o toczących się zmianach oraz planach rozwojowych Grupy. Ponadto raz w roku przeprowadzana jest ankieta satysfakcji z pracy, która umożliwia rozpoznanie potrzeb Pracowników oraz eliminację zgłoszonych nieprawidłowości, co wpływa na wzrost zaangażowania Pracowników i umacnia naszą pozycję na rynku.

Grupa CCC w swoim działaniu kieruje się wysokimi wartościami etycznymi, dlatego w ramach spółki funkcjonuje Kodeks Etyki. Kodeks określa zasady zarówno w relacjach ze współpracownikami jak i dostawcami oraz kontrahentami. Celem Kodeksu jest możliwość wdrożenia procesów i procedur zapobiegających wystąpieniu naruszeń, a także podjęcie działań w przypadku kiedy wystąpią zdarzenia niezgodne z prawem, regulaminami oraz normami etycznymi.

CCC
SHOES & BAGS
Go for more

# 8.
# ZAANGAŻOWANIE CCC

CCC
SHOES & BAGS

# 8. ZAANGAŻOWANIE CCC

Grupa CCC uwzględnia w swojej długookresowej strategii rozwoju zasady polityki zrównoważonego rozwoju gospodarczego poprzez propagowanie postępu społecznego oraz uwzględnianie aspektów ochrony środowiska naturalnego w podejmowanych przez Spółkę inwestycjach. CCC realizując zadania określone w strategii Grupy uwzględnia wszelkie regulacje określone w przepisach prawnych.

# POLITYKA SPONSORINGOWA GK CCC S.A.

## CEL POLITYKI SPONSORINGOWEJ

Za politykę sponsoringową GK CCC S.A. odpowiedzialna jest CCC.eu Sp. z o.o., spółka zależna od CCC S.A. Spółka prowadzi politykę sponsoringową zgodnie z założeniami strategicznymi oraz marketingowymi Grupy Kapitałowej CCC S.A. Celem jest budowanie pozytywnego wizerunku, zwiększanie świadomości marki oraz popularyzacja znaku towarowego poprzez ukierunkowanie działań sponsoringowych do odpowiednich grup docelowych. Realizacja założeń sponsoringowych przyczynia się do zapewnienia obustronnych korzyści, zarówno dla sponsora, jak i sponsorowanego podmiotu.

## ZASADY POLITYKI SPONSORINGOWEJ

Działania sponsoringowe mogą być prowadzone zarówno przez CCC.eu Sp. z o.o., CCC S.A. jak i inne spółki zależne, które powinny uzyskać zgodę Zarządu CCC S.A.

Możliwe jest uczestnictwo w przedsięwzięciach, które realnie wpłyną na osiągnięcie celu polityki sponsoringowej, zarówno na poziomie lokalnym, krajowym i międzynarodowym.

Mając na względzie wizerunek całej Grupy Kapitałowej, Spółki, przy wyborze przedsięwzięć sponsoringowych, powinny w szczególności zwracać uwagę na takie aspekty jak: charakter przedsięwzięcia zgodny z obszarem zainteresowania, doświadczenie i dobra reputacja organizatora.

Niedozwolone jest angażowanie się w przedsięwzięcia: utożsamiane z inną marką, propagujące czynności dyskryminacyjne lub generalnie uznawane za kontrowersyjne, zagrażające środowisku naturalnemu, których charakter jest całkiem odmienny od wizerunku GK CCC S.A., organizowane przez osoby fizyczne.

## OBSZARY DZIAŁALNOŚCI SPONSORINGOWEJ

Strategicznym obszarem działalności sponsoringowej jest sport. Dofinansowywane są dyscypliny, które w sposób ponadprzeciętny oddziałują na pozytywny wizerunek GK CCC S.A., w szczególności priorytetowo traktowane jest kolarstwo zawodowe oraz amatorskie. GK CCC S.A. wspiera reprezentację narodową, profesjonalną grupę kolarską oraz promuje zdrowy styl życia wśród dzieci i młodzieży, współuczestnicząc w rozwoju szkółek kolarskich. Sponsorowane są również wydarzenia kolarskie, głównie lokalne.

Poza sponsoringiem sportowym, GK CCC S.A. angażuje się również w projekty społeczne, które są tożsame z charakterem działalności CCC S.A. oraz wpływają na poprawę jakości życia osób najbardziej potrzebujących.

## AKCJE SPONSORINGOWE I DZIAŁALNOŚĆ SPOŁECZNA CCC

Nadrzędnymi wartościami, którymi kieruje się Grupa CCC jest zaangażowanie w lokalną społeczność oraz promocja sportu i aktywności fizycznej. Działania te są realizowane wspólnie z drużyną kolarską CCC Sprandi Polkowice. W 2015 r. CCC wzięło udział w ok. 30 akcjach charytatywnych. Większość z nich realizowana była wśród społeczności lokalnej oraz na portalach społecznościowych.

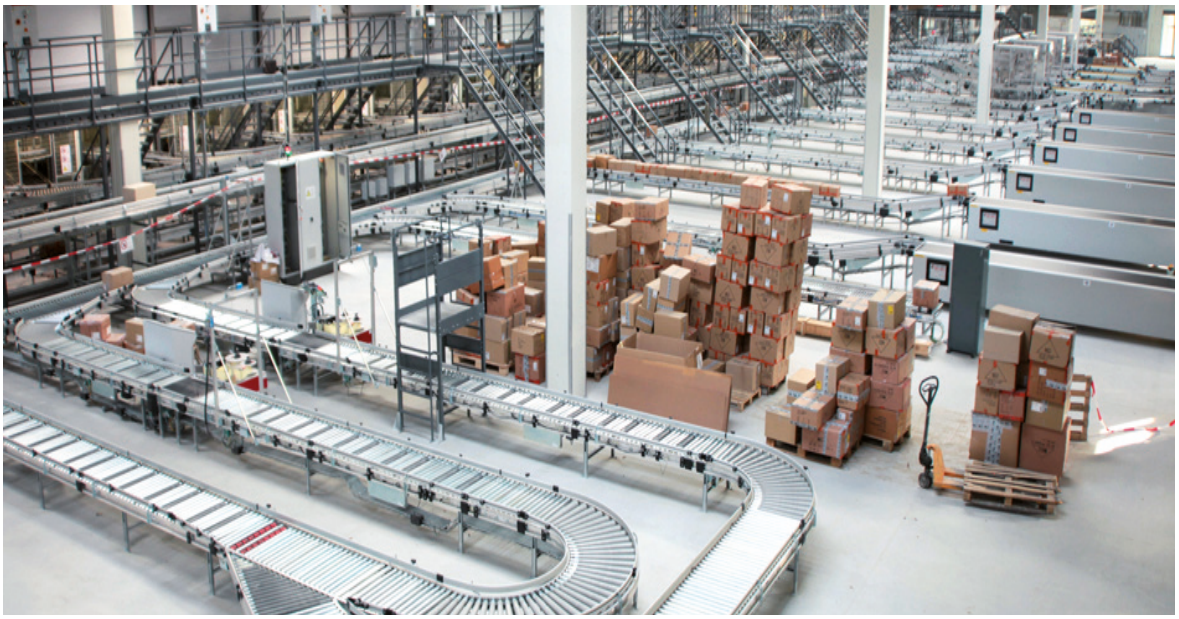
W ubiegłym roku zawodnicy Grupy CCC Sprandi Polkowice odwiedzili pacjentów Oddziału Dziecięcego Szpitala Powiatowego w Lubinie oraz uczniów z lokalnych szkół. Po raz pierwszy w 2015 r. Grupa była organizatorem konkursu „Wybierz z nami najbardziej pomarańczowe miasto w Polsce", zwycięzcy konkursu wraz z wybranymi podopiecznymi pobliskiego Domu Dziecka mieli okazję towarzyszyć ekipie CCC Sprandi Polkowice podczas wyścigu Tour de Pologne. W ramach wszystkich spotkań kolarze przekazali liczne gadżety i materiały informacyjne promujące aktywny styl życia. Grupa CCC zachęca również swoich pracowników do aktywnego spędzania wolnego czasu. Przeprowadzona akcja „Wybieram Rower" miała zachęcić współpracowników do treningów na świeżym powietrzu.

## CCC A ŚRODOWISKO

Grupa CCC działa w trosce o środowisko naturalne, promując przy tym samym ekologiczne zachowania wśród swoich pracowników. W budynkach Grupy ustawione zostały oddzielne pojemniki na odpady, co umożliwia ich segregację. Poprzez kanały komunikacji wewnętrznej w Grupie pracownicy są zachęcani do przestrzegania proekoligcznych zasad.

Zielona Energia Troska o zachowanie równowagi pomiędzy wzrostem gospodarczy, a ochroną środowiska, stanowi ważny aspekt w działalności Grupy CCC. Jako innowacyjne przedsiębiorstwo CCC część energii elektrycznej uzyskuje z zainstalowanej w Centrum Logistycznym w Polkowicach farmy fotowoltaicznej. Decyzja o instalacji 459 panelów fotowoltaicznych miała na celu ochronę środowiska naturalnego, a także elementy ekonomiczne m.in. oszczędności związane z produkcją własnej energii.

Ponadto w 2015 r. CCC realizowało wiele projektów mających na celu ograniczenie wpływu na środowisko naturalne. Jedną z istotnych zmian była modernizacja układów oświetleniowych w magazynach i fabryce, która spowodowała ograniczenie zużycia energii o 55% w stosunku do alternatywnego oświetlenia LED. W wymienionych miejscach zastosowano sterowanie oświetlenia czujnikami ruchu, a także zainstalowano czujniki pozwalające na dostosowanie poziomu oświetlenia w miejscach produkcyjnych. W magazynach i fabryce zainstalowano również nowoczesne systemy wentylacyjne, instalacja ta pozwala na odzyskiwanie ciepłego powietrza, co przekłada się na mniejsze zużycie gazu i energii. Mając na celu uzyskanie informacji o poziomie zużycia energii w niektórych obiektach Grupy, CCC wdrożyło system pozwalający na optymalne zarządzanie urządzeniami obiektowymi, oświetleniem oraz wyłączeniami. Posiadane przez Grupę instalacje, urządzenia i wyposażenie techniczne budynków nie emitują hałasu, wibracji oraz innych zakłóceń, które mogły by negatywnie wpływać na pracowników oraz mieszkańców.



# 9.
# OŚWIADCZENIA ZARZĄDU

CCC
SHOES & BAGS

# 9.1 OŚWIADCZENIE W SPRAWIE RZETELNOŚCI SPORZĄDZENIA SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO

Wedle najlepszej wiedzy Zarządu CCC S.A., roczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe i dane porównywalne sporządzone zostały zgodnie z obowiązującymi zasadami rachunkowości, odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową Grupy Kapitałowej CCC oraz jej wynik finansowy.

Sprawozdanie Zarządu z działalności Grupy Kapitałowej CCC zawiera prawdziwy obraz rozwoju i osiągnięć oraz sytuacji Grupy Kapitałowej, w tym opis podstawowych ryzyk i zagrożeń.

# 9.2 OŚWIADCZENIE I INFORMACJA O PODMIOCIE UPRAWNIONYM DO BADANIA SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO

Zarząd CCC S.A. oświadcza, że podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych, dokonujący badania rocznego skonsolidowanego i jednostkowego sprawozdania finansowego, został wybrany zgodnie z przepisami prawa. Podmiot ten oraz biegli rewidenci dokonujący tego badania spełniali warunki do wydania bezstronnej i niezależnej opinii z badania, zgodnie z obowiązującymi przepisami i normami zawodowymi.

Spółka CCC S.A. zawarła w dniu 21 lipca 2015 r. z PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o. umowę dotyczącą przeprowadzenia badania sprawozdania finansowego oraz skonsolidowanego sprawozdania finansowego za okres od 1 stycznia do 31 grudnia 2015 r. oraz przeglądu sprawozdania finansowego oraz skonsolidowanego sprawozdania finansowego za okres od 1 stycznia do 30 czerwca 2015 r. Kwota wynagrodzenia netto za wskazane usługi wynosi 240,0 tys. PLN. Ponadto w roku 2015 PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o. świadczyło na rzecz spółki dominującej usługi doradcze. Kwota wynagrodzenia netto z tytułu ww. usług wyniosła 136,0 tys. PLN.

Spółka CCC S.A. zawarła w dniu 3 lipca 2014 r. z PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o. aneks do umowy z dnia 1 lipca 2013 r. dotyczący przeprowadzenia badania sprawozdania finansowego oraz skonsolidowanego sprawozdania finansowego za okres od 1 stycznia do 31 grudnia 2014 r. oraz przeglądu sprawozdania finansowego oraz skonsolidowanego sprawozdania finansowego za okres od 1 stycznia do 30 czerwca 2014 r. Kwota wynagrodzenia netto za wskazane usługi wynosi 240,0 tys. PLN. Ponadto w roku 2014 PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o. świadczyło na rzecz spółki dominującej usługi doradcze. Kwota wynagrodzenia netto z tytułu ww. usług wyniosła 82,0 tys. PLN.

Spółka CCC.eu Sp. z o.o. zawarła w dniu 20 października 2015 r. z PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o. umowę dotyczącą przeprowadzenia badania sprawozdania finansowego za okres od 1 stycznia do 31 grudnia 2015 r. Kwota wynagrodzenia netto za wskazane usługi wynosi 70,0 tys. PLN. Kwota wynagrodzenia netto za 2014 r. za przeprowadzenie badania sprawozdania finansowego wyniosła 60,0 tys. PLN.

Spółka CCC Shoes&Bags Sp. z o.o. zawarła w dniu 12 luty 2015 r. z PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o. umowę dotyczącą przeprowadzenia badania sprawozdania finansowego za okres od 1 stycznia 2013 r. do 30 listopada 2014 r. Kwota wynagrodzenia netto za wskazane usługi wynosi 10,0 tys. PLN.

Spółka CCC Factory zawarła w dniu 20 października 2015 r. z PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o. umowę dotyczącą przeprowadzenia badania sprawozdania finansowego za okres od 1 stycznia do 31 grudnia 2015 r. Kwota wynagrodzenia netto za wskazane usługi wynosi 40,0 tys. PLN (w tym: 26,0 tys. PLN – za przeprowadzenie badania wstępnego sprawozdania finansowego, 14,0 tys. PLN – za przeprowadzenie badania końcowego sprawozdania finansowego). Kwota wynagrodzenia netto za 2014 r. wyniosła 40,0 tys. PLN za badany rok finansowy (w tym: 20 tys. PLN – za przegląd sprawozdań finansowych, 20 tys. PLN – za badanie sprawozdań finansowy

| Wynagrodzenie audytora CCC S.A. | 2015 | 2014 |
|---|---|---|
| **CCC S.A.** | | |
| Badanie oraz przeglądy sprawozdań finansowych | 338 750 | 283 750 |
| Pozostałe | 136 000 | 82 000 |
| **Razem** | 474 750 | 365 750 |
| **Jednostki zależne** | | |
| Badanie oraz przeglądy sprawozdań finansowych | 110 000 | 110 000 |
| Pozostałe | — | — |
| **Razem** | 110 000 | 110 000 |
| **Razem** | 584 750 | 475 750 |

# 10.
# POZOSTAŁE INFORMACJE

CCC
SHOES & BAGS

## 10.1 INFORMACJE O POSIADANYCH PRZEZ JEDNOSTKĘ ODDZIAŁACH (ZAKŁADACH)

Spółka dominująca nie posiada oddziałów (zakładów).

## 10.2 NAJWAŻNIEJSZE OSIĄGNIĘCIA W DZIEDZINIE BADAŃ I ROZWOJU

Nie dotyczy.

## 10.3 OPIS STRUKTURY GŁÓWNYCH LOKAT KAPITAŁOWYCH LUB GŁÓWNYCH INWESTYCJI KAPITAŁOWYCH DOKONANYCH W RAMACH GRUPY KAPITAŁOWEJ EMITENTA W DANYM ROKU OBROTOWYM

Spółki zależne nie dokonały żadnych znaczących lokat lub inwestycji kapitałowych w okresie 12 miesięcy zakończonych 31 grudnia 2015 r.

## 10.4 PODSTAWY SPORZĄDZENIA SPRAWOZDANIA Z DZIAŁALNOŚCI CCC S.A.

Niniejsze sprawozdanie z działalności Grupy CCC obejmuje okres sprawozdawczy od 1 stycznia do 31 grudnia 2015 r. oraz okres porównawczy od 1 stycznia do 31 grudnia 2014 r.

Sprawozdanie z działalności zostało sporządzone przy zachowaniu zgodności ze skonsolidowanym sprawozdaniem finansowym oraz raportami bieżącymi i okresowymi.

Zawartość sprawozdania z działalności Grupy jest zgodna z § 92 ust. 3 i 4 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 19 lutego 2009 r. w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim i zawiera wymagane elementy określone w § 91 ust. 5-6 dla emitentów prowadzących działalność wytwórczą, budowlaną, handlową lub usługową.

Zastosowanie mają także przepisy określone w Ustawie z dnia 29 września 1994 roku o rachunkowości określone w art. 55 ust. 2 pkt 5 w powiązaniu z art. 49 ust. 2 i 3 oraz art. 63 d.

W przypadku Regulaminu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. zastosowanie mają przepisy § 29 ust. 1, 2, 3 i 5.

## 10.5 UMOWY ZAWARTE POMIĘDZY EMITENTEM A OSOBAMI ZARZĄDZAJĄCYMI

Pomiędzy Emitentem a osobami zarządzającymi nie zawarto ww. umów.

# 10.6 POSTĘPOWANIA TOCZĄCE SIĘ PRZED SĄDEM, ORGANEM WŁAŚCIWYM DLA POSTĘPOWANIA ARBITRAŻOWEGO LUB ORGANEM ADMINISTRACJI PUBLICZNEJ

Spółki Grupy Kapitałowej CCC S.A. nie są stroną w postępowaniu sądowym, którego wartość przedmiotu sporu przekraczałaby 10% kapitałów własnych Grupy.

## 10.6.1 NABYCIE AKCJI WŁASNYCH

W okresie sprawozdawczym Grupa nie dokonała operacji nabycia akcji własnych.

## 10.6.2 WSKAZANIE WSZELKICH OGRANICZEŃ ODNOŚNIE DO WYKONYWANIA PRAWA GŁOSU W SPÓŁCE EMITENTA

W okresie sprawozdawczym nie wystąpiły żadne ograniczenia odnośnie do wykonywania prawa głosu w spółce Emitenta.

CCC

PODPISY WSZYSTKICH CZŁONKÓW ZARZĄDU

| | | |
|---|---|---|
| Dariusz Miłek | Prezes Zarządu | |
| Mariusz Gnych | Wiceprezes Zarządu | |
| Piotr Nowjalis | Wiceprezes Zarządu | |

Polkowice, 28 kwietnia 2016 r.