



**CCC**  
SHOES & BAGS



Grupa CCC będzie zdecydowanie i dynamicznie kontynuować realizację strategii ekspansji zagranicznej w roku 2015. Podstawowym filarem rozwoju pozostają kraje CEE – Polska, Czechy, Słowacja i Węgry. Oprócz krajów Europy Środkowej przewidujemy bardzo poważne inwestycje również na rynkach zachodniej Europy – w Niemczech i w Austrii.

Pierwsze półrocze 2015 Spółka zakończyła dobrymi wynikami sprzedażowymi i porównywalnymi do zeszłego roku wynikami na poziomie operacyjnym.

Rok 2015 to ostatni rok realizacji trzyletniej strategii ekspansji zagranicznej ogłoszonej w sierpniu 2012 roku. Spółka w tym okresie udowodniła, że jej międzynarodowe aspiracje są realistyczne i uzasadnione. Strategia będzie kontynuowana w latach 2016–2017 a podstawową osią wzrostu pozostają kraje Europy Środkowej oraz Południowo-Wschodniej i kraje bałtyckie.

## CCC S.A. – notowana na GPW od 2004



Wood & Company	Łukasz Wachelko lukasz.wachelko@wood.com
UBS	Michał Potyra michal.potyra@ubs.com
JP Morgan	Michał Kuźawiński michal.kuzawinski@jpmresearchmail.com
Ipopema Securities	Żaneta Marzec zaneta.marzec@ipopema.pl
Unicredit CAIB	Małgorzata Kloka malgorzata.kloka@caib.unicredit.eu
Raiffeisen Centrobank AG	Jakub Krawczyk jakub.krawczyk@rcb.at
Erste	Marek Czachor marek.czachor@erste.com

PKO BP	Włodzimierz Giller wladzimierz.giller@pkobp.pl
DM BOŚ S.A.	Sylwia Jaśkiewicz s.jaskiewicz@bossa.pl
Dom Maklerski Banku BPS S.A.	Marcin Stebakow marcin.stebakow@dmbps.pl
Dom Maklerski BZ WBK S.A.	Tomasz Sokołowski tomasz.sokolowski@bzwbk.pl
Millennium Dom Maklerski S.A.	Marcin Palenik marcin.palenik@millenniumdm.pl
Trigon Dom Maklerski	Hanna Kędziora hanna.kedziora@trigon.pl
BGŻ BNP Paribas S.A.	Michał Krajczewski michal.krajczewski@bgzbnpparibas.pl

## Informacja giełdowa

Cena akcji = 188,95 PLN

Reuters: CCCC.WA

Bloomberg: CCC PW

www.ccc.eu

## Kapitalizacja rynkowa

(PLNm) 7 256

(EURm) 1 738

Kapitał akcyjny 38.400.000

Free float 49,6%



## Struktura operacyjna Grupy CCC (stan na 30.06.2015)

**Sklepy razem: 735**

sklepy własne i agencyjne **676**

Polska	426
Czechy	78
Słowacja	31
Węgry	57
Austria	24
Chorwacja	9
Turcja	3
Niemcy	35
Słowenia	8
Bułgaria	5

sklepy franczyzowe **59**

Polska	6
Rumunia	36
Rosja	5
Łotwa	6
Kazachstan	2
Ukraina	4

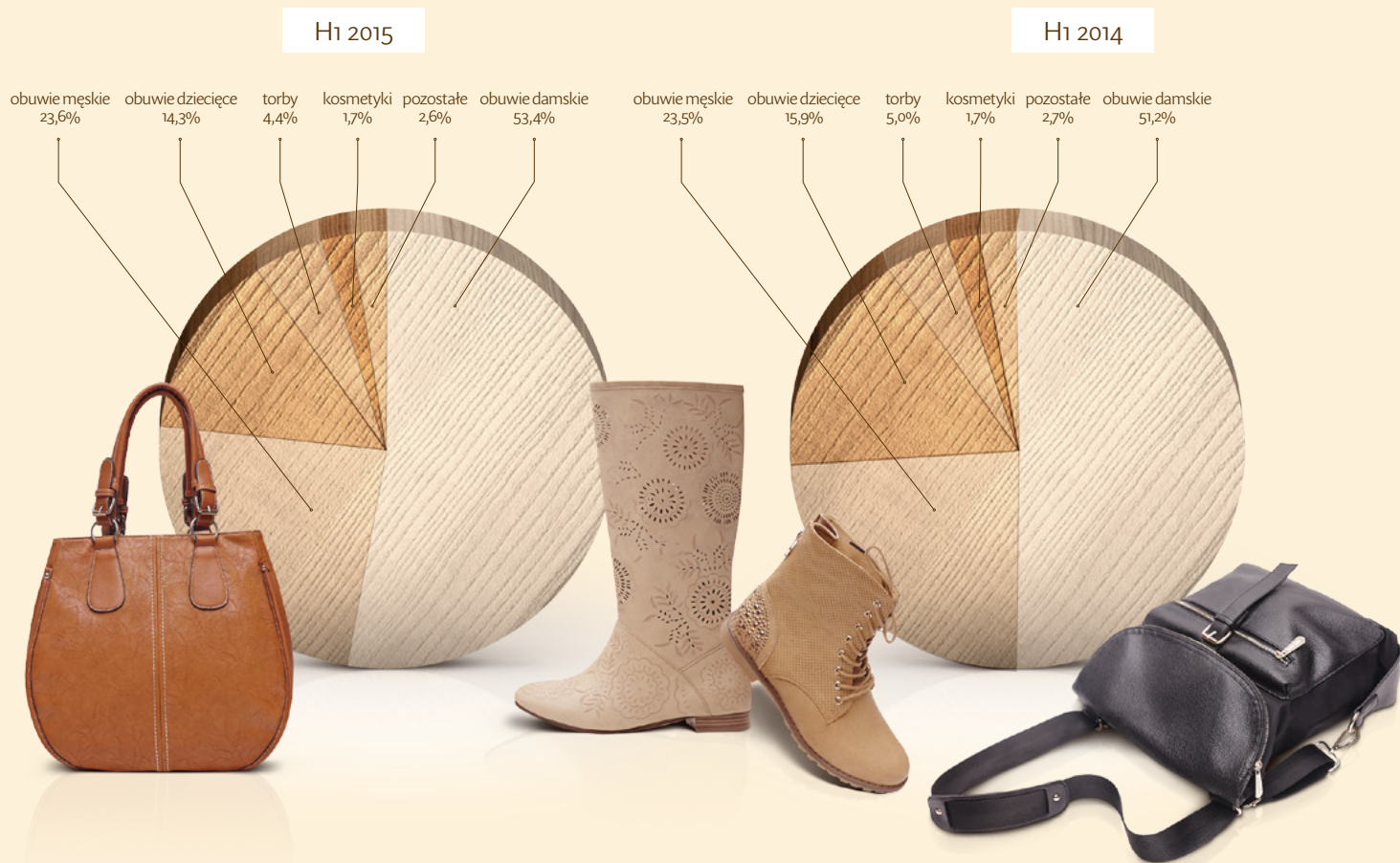


## Sprzedaż według krajów [PLN] - H1



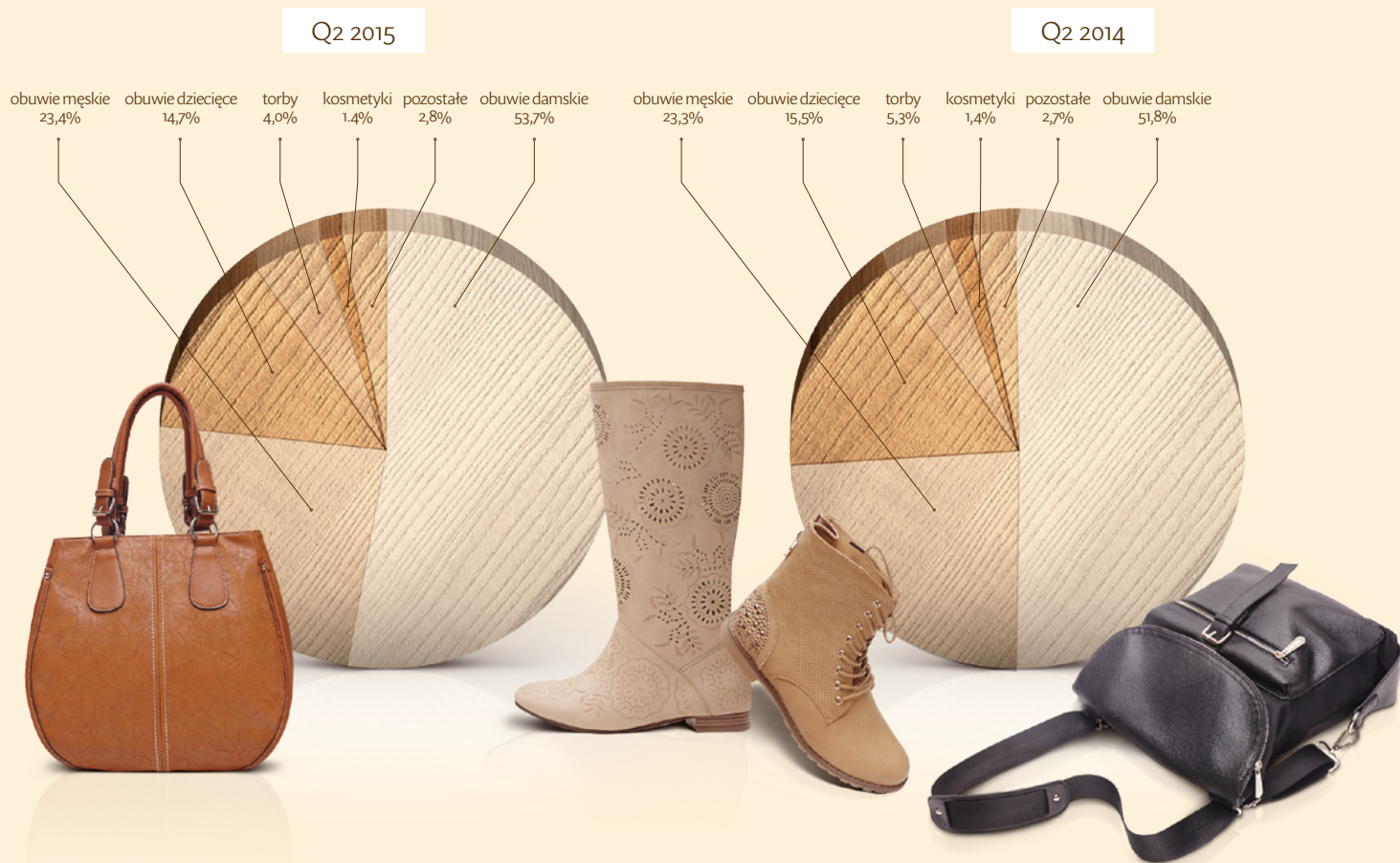


## Struktura asortymentowa sprzedaży (wartość) – H1

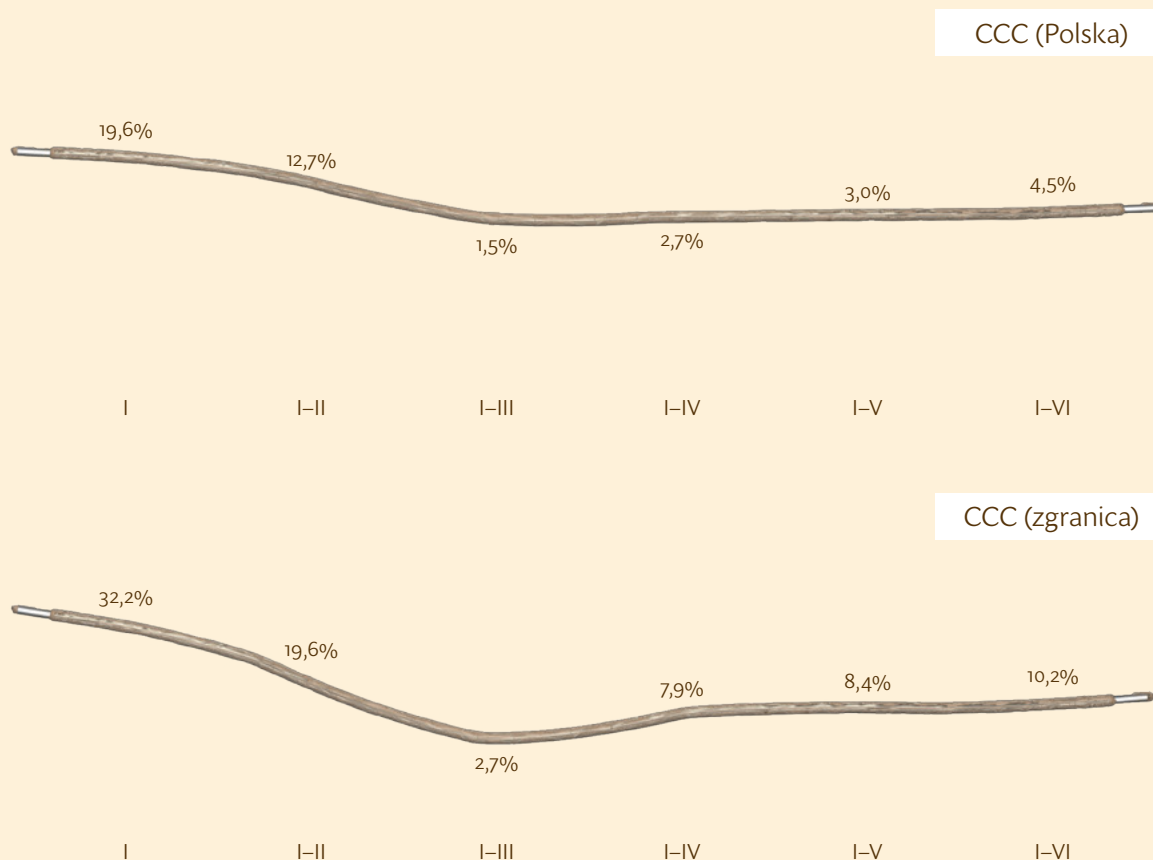




## Struktura asortymentowa sprzedaży (wartość) – Q2



## Sprzedaż w porównywalnych placówkach CCC w Polsce i zagranicą (narastająco)





	H1 2014 '000 PLN	H1 2015 '000 PLN	zmiana % 2015/2014
Przychody ze sprzedaży	<b>855 890</b>	<b>1 039 947</b>	<b>21,5%</b>
Zysk (strata) brutto na sprzedaży	474 492	541 443	14,1%
Marża brutto na sprzedaży	55,40%	52,10%	-3,3 pp.
Koszty sprzedaży	-355 339	-405 754	14,2%
Koszty ogólnego zarządu	-17 220	-31 965	85,6%
EBIT	92 208	105 904	14,9%
Marża EBIT	10,80%	10,20%	-0,6 pp.
Koszty finansowe	-9 047	-13 728	51,7%
Zysk (strata) brutto	84 703	92 856	9,6%
Zysk (strata) netto	<b>70 173</b>	<b>111 541</b>	<b>59,0%</b>
Rentowność netto	8,20%	10,70%	2,5 pp.

## Skonsolidowane wyniki finansowe – Q2 2015

	Q2 2014 `000 PLN	Q2 2015 `000 PLN	zmiana % 2015/2014
Przychody ze sprzedaży	<b>496 951</b>	<b>608 034</b>	<b>22,4%</b>
Zysk (strata) brutto na sprzedaży	287 178	318 476	10,9%
Marża brutto na sprzedaży	57,80%	52,40%	-5,4 pp.
Koszty sprzedaży	-187 700	-212 038	13,0%
Koszty ogólnego zarządu	-8 226	-20 088	144,2%
EBIT	87 173	95 525	9,6%
Marża EBIT	17,50%	15,70%	-1,8 pp.
Koszty finansowe	-4 993	-3 945	-21,0%
Zysk (strata) brutto	82 491	91 934	11,4%
Zysk (strata) netto	<b>69 757</b>	<b>105 132</b>	<b>50,7%</b>
Rentowność netto	14,00%	17,30%	3,3 pp.





	H1 2014 '000 PLN	H1 2015 '000 PLN
<b>CF działalność operacyjna, w tym m.in.:</b>	<b>-142 805</b>	<b>17 554</b>
– zmiana stanu zapasów	-219 469	-7 419
– zmiana stanu należności	-19 876	22 543
– zmiana stanu zobowiązań krótkoterminowych*	-14 813	-92 891
<b>CF działalność inwestycyjna, w tym:</b>	<b>-52 485</b>	<b>-44 649</b>
wpływy	9 614	12 258
wydatki	-62 099	-56 907
<b>CF działalność finansowa, w tym:</b>	<b>475 827</b>	<b>1 748</b>
wpływy	486 218	135 827
wydatki	-10 391	-134 079
<b>CF razem</b>	<b>280 537</b>	<b>-25 347</b>
<b>gotówka początek okresu</b>	<b>143 736</b>	<b>161 906</b>
<b>gotówka koniec okresu</b>	<b>424 273</b>	<b>136 559</b>

\* z wyjątkiem pożyczek, kredytów i obligacji

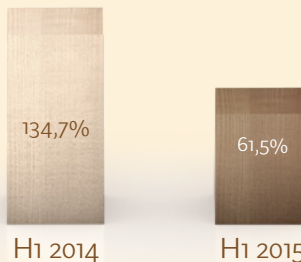
	H1 2014 '000 PLN	H1 2015 '000 PLN
aktywa trwałe	466 464	863 352
aktywa obrotowe, w tym:	1 204 522	941 154
– zapasy	682 476	748 706
– środki pieniężne	424 273	136 559
<b>aktywa razem</b>	<b>1 670 986</b>	<b>1 804 506</b>
kapitał własny	601 993	955 901
zobowiązania długoterminowe, w tym:	278 136	251 602
– długoterminowe pożyczki i kredyty bankowe	244 000	213 000
zobowiązania krótkoterminowe, w tym:	790 857	597 003
– krótkoterminowe pożyczki i kredyty bankowe	567 027	375 237
<b>pasywa razem</b>	<b>1 670 986</b>	<b>1 804 506</b>



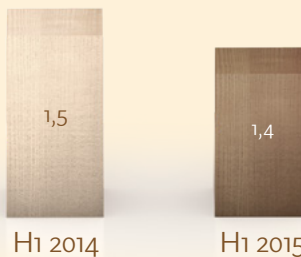
## Wskaźniki zadłużenia GK CCC S.A.

wskaźnik zadłużenia  
kapitału własnego (%)

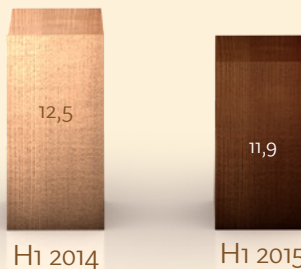
Wskaźnik zadłużenia kapitału własnego =  
(zobowiązania z tytułu kredytów, pożyczek i leasingu) /  
kapitały własne

wskaźnik zadłużenia  
/ EBITDA

Wskaźnik zadłużenia EBITDA =  
(zobowiązania z tytułu kredytów, pożyczek i leasingu – cash) /  
zanualizowany EBITDA

wskaźnik pokrycia  
odsetek zyskiem

Wskaźnik pokrycia odsetek zyskiem =  
(zysk brutto + koszty z tytułu odsetek od kredytu i leasingu) /  
koszty z tytułu odsetek od kredytów i leasingu



### Strategia CCC – zestaw unikalnych kompetencji budujących przewagę konkurencyjną na europejskim rynku detalicznej sprzedaży obuwia.

- **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 tylko marki własne tj. produkty wyprodukowane bądź we własnej fabryce w Polkowicach bądź zlecone do produkcji w outsourcingu na Dalekim Wschodzie. Dzięki temu Spółka panuje w pełni nad procesem produkcji, jakością, logistyką, polityką cenową, marżami i polityką marketingową.
- **Niezbędne zasoby:**
  - logistyka nie mająca sobie równej w branży obuwniczej;
  - produkcja w kraju i za granicą;
  - zdrowy bilans;
  - know-how w zakresie projektowania i budowania kolekcji, zarządzania sprzedażą, marketingu i HR.







**Celem strategicznym na lata 2013-2015 jest zdobycie pozycji lidera rynku obuwniczego w regionie Europy Środkowej i Wschodniej.**

- Do roku 2015 CCC zamierza stać się największą firmą obuwniczą w Czechach, na Słowacji i na Węgrzech i ugruntować pozycję niekwestionowanego lidera na rynku obuwniczym w Polsce.
- Oprócz krajów CEE CCC w roku 2015 będzie aktywnie rozwijać sieć sprzedaży w Słowenii, Chorwacji, Rumunii i Bułgarii.
- Kontynuacja dynamicznej ekspansji przełoży się na powiększenie w latach 2013–2015 łącznej powierzchni handlowej dwukrotnie (przyrost netto o blisko 200 tys.m<sup>2</sup>).

**CCC zamierza dokonać skokowego zwiększenia skali działalności i jednocześnie utrzymać wysoką rentowność przy zachowaniu bardzo wysokiej stopy zwrotu z kapitału własnego (ROE).**

- Priorytetem pozostanie dobór nowych lokalizacji pod kątem spodziewanej zyskowności i stopy zwrotu.
- Zarząd Spółki zakłada na rok 2015 rentowność operacyjną EBIT na poziomie 12% a rentowność netto na poziomie 10%.
- Stopa zwrotu z kapitału własnego (ROE) w roku 2015 pozostanie powyżej 30%.

### Inwestycje związane z ekspansją

- W roku 2015 spółka wydała na inwestycje w nowe sklepy detaliczne ok. 150 mln PLN
- Inwestycje związane z logistyką (nowy sorter) nie przekroczyły 20 milionów PLN.
- Relacja długu netto do EBITDA na koniec 2015 nie przekroczy 2,0.



## Plany rozwoju sieci detalicznej CCC – 2014 / 2015

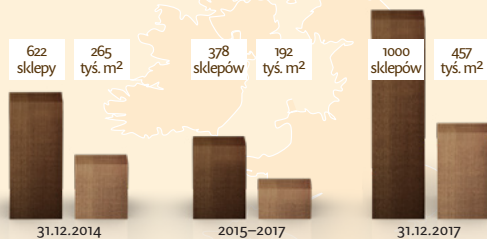
- W roku 2015 Grupa CCC zamierza skoncentrować swoje wysiłki na powiększeniu powierzchni handlowej w Polsce, w Czechach, na Słowacji, na Węgrzech, w Rumunii, Słowenii, oraz w Chorwacji. Kontynuowana będzie z pełną mocą ekspansja w Austrii i w Niemczech.
- Strategicznymi kierunkami rozwoju nie są aktualnie dla Grupy CCC Turcja, Rosja ani Ukraina. Nie oznacza to rezygnacji z któregośkolwiek z tych krajów w długoterminowych planach rozwoju.
- W pierwszym półroczu 2015 otworzyliśmy pięć sklepów CCC w Bułgarii.
- W latach 2013–2015 powierzchnia handlowa powiększy się netto o blisko 200 tys. m<sup>2</sup>:
  - 2013 – 42,3 tys. m<sup>2</sup>
  - 2014 – 61,4 tys. m<sup>2</sup>
  - 2015 – ok. 90 tys.m<sup>2</sup> (szacowany przyrost powierzchni ok. 30%)
- Tempo wzrostu przychodów ze sprzedaży w roku 2015 powinno przekroczyć 30%.



## Plany rozwoju sieci detalicznej CCC – 2015–2017

### Europa Środkowa

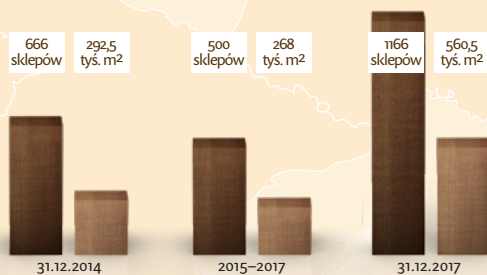
(PL, CZ, SK, HU, HR, SLO, RO, BLG, LT, LV, EST)



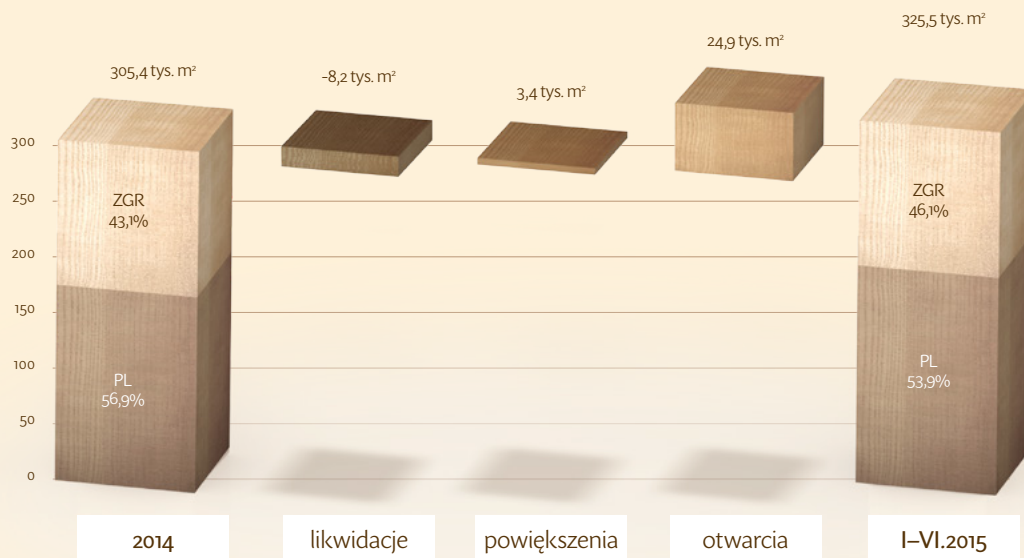
### Niemcy i Austria



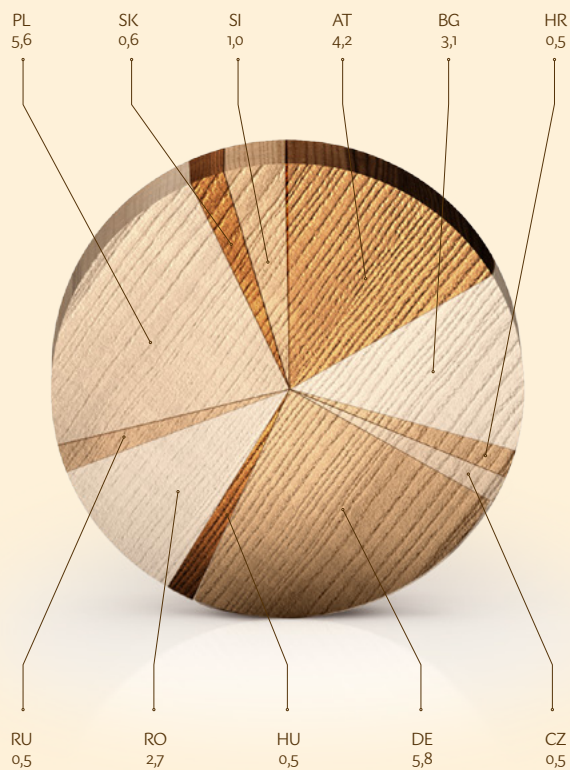
### Razem



## Przyrost powierzchni w roku H1 2015 – komponenty



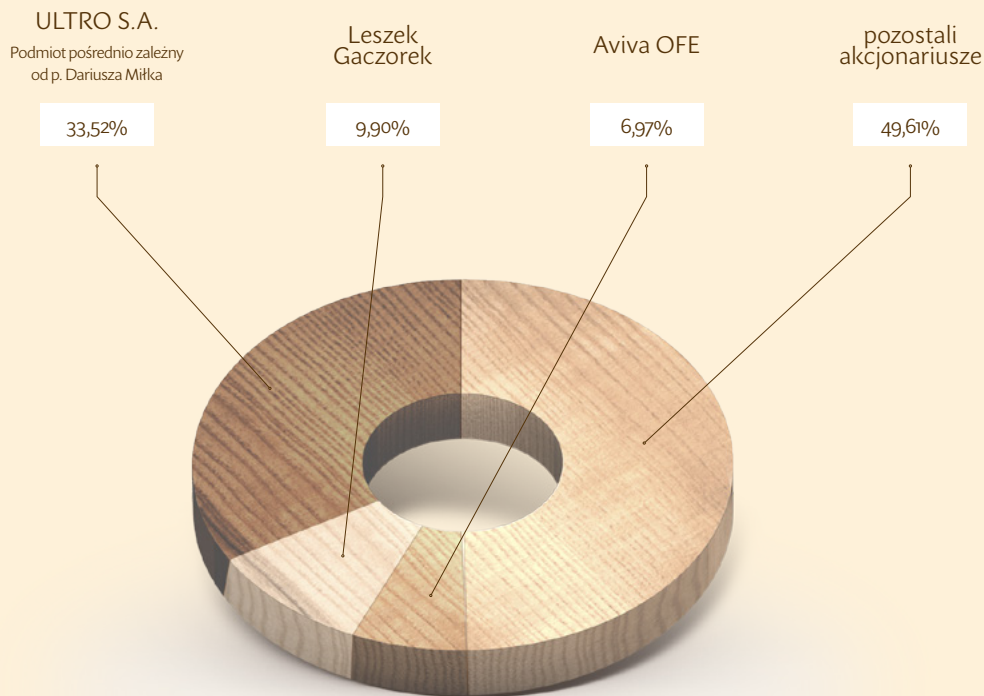
## Przyrost powierzchni w roku 2015 – komponenty

otwarcia [tys. m<sup>2</sup>]likwidacje [tys. m<sup>2</sup>]

## Sklepy Grupy CCC własne i franczyzowe (powierzchnia i ilość )

		2010		2011		2012		2013		2014		H1 2015		
Sieć	Rodzaj	m <sup>2</sup>	liczba	m <sup>2</sup>	liczba	m <sup>2</sup>	liczba	m <sup>2</sup>	liczba	m <sup>2</sup>	liczba	m <sup>2</sup>	liczba	
CCC	Własne	90 738	273	100 929	293	120 722	339	129 858	342	152 602	366	157 474	366	
	Agencyjne	—	—	—	—	11 546	36	12 102	37	14 344	39	14 240	38	
	Czechy	14 282	45	16 470	52	20 996	62	26 947	73	32 309	79	32 428	78	
	Słowacja	—	—	—	—	5 290	12	10 646	25	13 866	30	14 416	31	
	Węgry	—	—	—	—	6 028	15	23 456	50	27 689	57	28 127	57	
	Austria	—	—	—	—	—	—	2 816	6	9 184	17	13 335	24	
	Słowenia	—	—	—	—	—	—	924	2	3 646	6	4 603	8	
	Chorwacja	—	—	—	—	—	—	1 651	3	4 436	8	4 907	9	
	Turcja	—	—	—	—	—	—	1 165	2	1 805	3	1 805	3	
	Niemcy	—	—	—	—	—	—	2 272	4	18 380	27	24 186	35	
	Bułgaria	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3 138	5	
	FRANCZYZA	Rosja	—	—	1 994	5	1 828	5	2 178	6	1 781	5	1 978	5
		Kazachstan/Ukraina	—	—	—	—	685	2	1 587	4	2 288	6	2 288	6
		Rumunia	—	—	—	—	2 074	5	7 869	19	13 454	31	16 118	36
		Łotwa	—	—	—	—	1 430	3	2 212	5	2 622	6	2 622	6
Polska		14 224	61	13 389	49	1 586	8	1 586	8	—	—	—	—	
CCC RAZEM		119 244	379	132 781	399	172 186	487	227 269	586	298 406	680	321 665	707	
BOTI	Własne	27 447	213	29 091	216	19 709	146	9 820	72	4 984	34	2 652	19	
	Franczyza	6 912	62	7 272	62	5 086	42	4 325	34	877	7	770	6	
	BOTI RAZEM		34 359	275	36 363	278	24 795	188	14 145	106	5 861	41	3 422	25
QUAZI/ LASOCKI	Quazi	6 854	49	5 031	37	587	4	—	—	—	—	—	—	
	Lasocki	—	—	—	—	4 022	30	2 504	20	1 052	8	433	3	
	QUAZI/LASOCKI RAZEM		6 854	49	5 031	37	4 608	34	2 504	20	1 052	8	433	3
<b>TOTAL</b>		<b>160 457</b>	<b>703</b>	<b>174 175</b>	<b>714</b>	<b>201 589</b>	<b>709</b>	<b>243 918</b>	<b>712</b>	<b>305 319</b>	<b>729</b>	<b>325 520</b>	<b>735</b>	

## CCC już 10 lat na Giełdzie Papierów Wartościowych



W listopadzie 2004 Spółka CCC S.A. weszła na rynek papierów wartościowych, od 2 grudnia jest notowana na Warszawskiej GPW.

Głównym udziałowcem i założycielem Grupy CCC jest Pan Dariusz Miłek, Prezes Zarządu CCC S.A.

Całkowita liczba akcji:

38 400 000



**CCC**  
SHOES & BAGS