



CCC
SHOES & BAGS

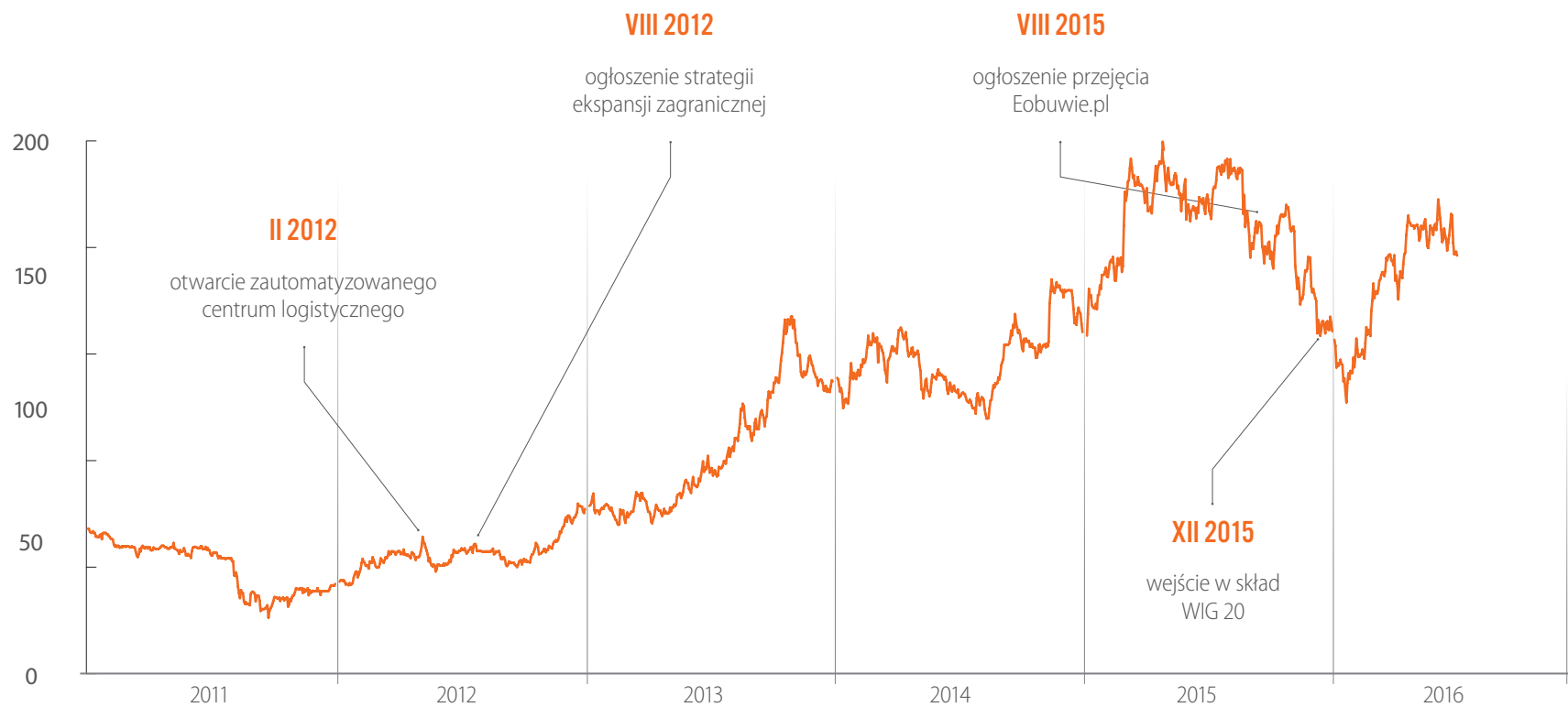
Prezentacja
wyników
kwartalnych
H1 2016



Rok 2016 to przełomowy okres dla Grupy CCC – przede wszystkim za sprawą realizacji ambitnego planu rozbudowy powierzchni handlowej. W ciągu pierwszych sześciu miesięcy tego roku łączna powierzchnia naszych sklepów powiększyła się o ponad 35 000 mkw, a do końca grudnia planujemy dołożyć jeszcze blisko 70 000 mkw. Głównym filarem wzrostu ciągle pozostaje Polska, choć po raz pierwszy w historii jej udział w łącznej powierzchni handlowej Grupy spadł poniżej 50%.

Pierwsze półrocze 2016 to nie tylko dynamiczny rozwój – to także, lub może przede wszystkim, bardzo dobre wyniki handlowe i finansowe. Kluczowe dla kolekcji letniej miesiące przyniosły ponadprzeciętne wzrosty sprzedaży. Wyniki finansowe wypracowane w tym okresie powinny natomiast zadowolić wszystkich inwestorów.

Wreszcie – sfinalizowana w pierwszym kwartale transakcja włączenia platformy internetowej eobuwie.pl w skład Grupy CCC nie przestaje pozytywnie zaskakiwać. Podobnie jak tradycyjne ramię Grupy, dynamicznie rozwija się w kolejnych krajach regionu i przynosi fenomenalne wyniki sprzedażowe wypracowując przy tym doskonałą marżę.





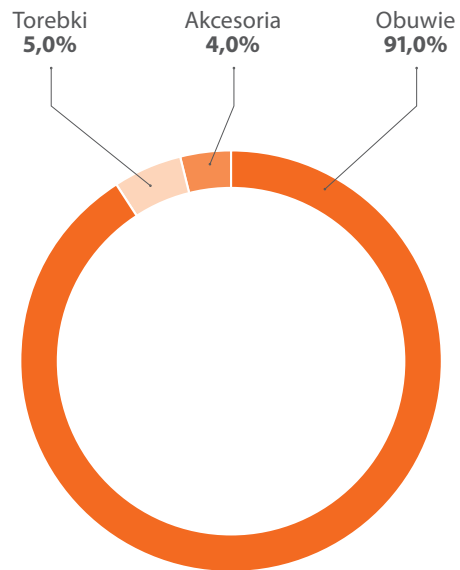
STRUKTURA OPERACYJNA GRUPY CCC (STAN NA 30.06.2016)

04

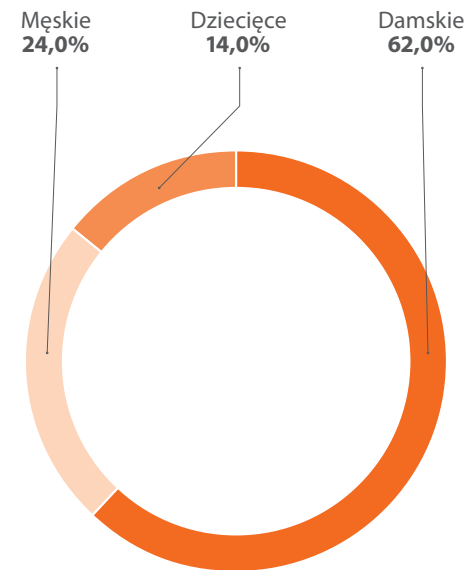


	30.06.2016
SKLEPY RAZEM	809
SKLEPY WŁASNE CCC	734
Polska	422
Czechy	78
Słowacja	38
Węgry	66
Austria	30
Chorwacja	19
Niemcy	65
Słowenia	9
Bułgaria	7
SKLEPY FRANCFZYOWE CCC	71
Rosja	9
Kazachstan	2
Ukraina	5
Rumunia	44
Łotwa	7
Litwa	3
Estonia	1
INNE	4

Struktura sprzedaży 2016
(wg wartości)

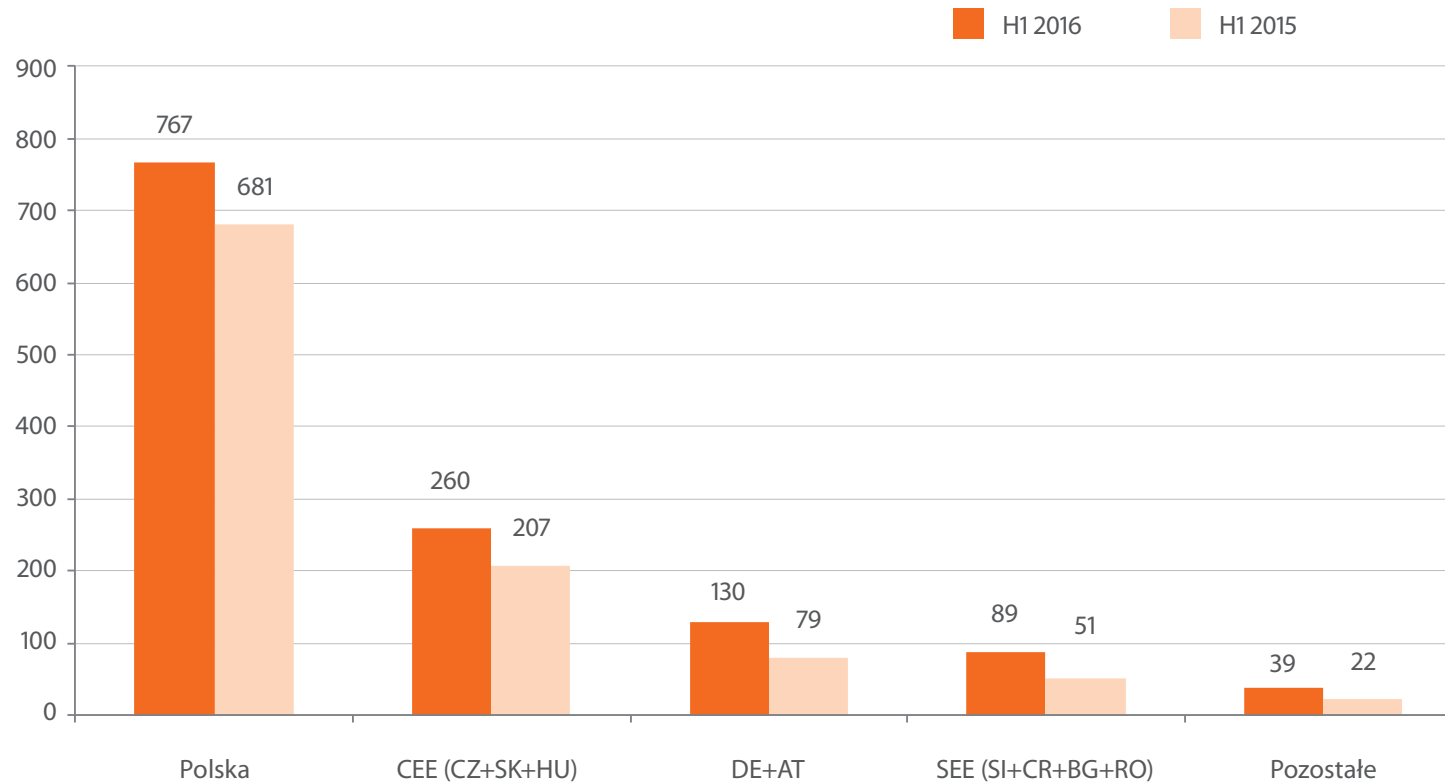


Struktura sprzedaży obuwia 2016
(wg wartości)



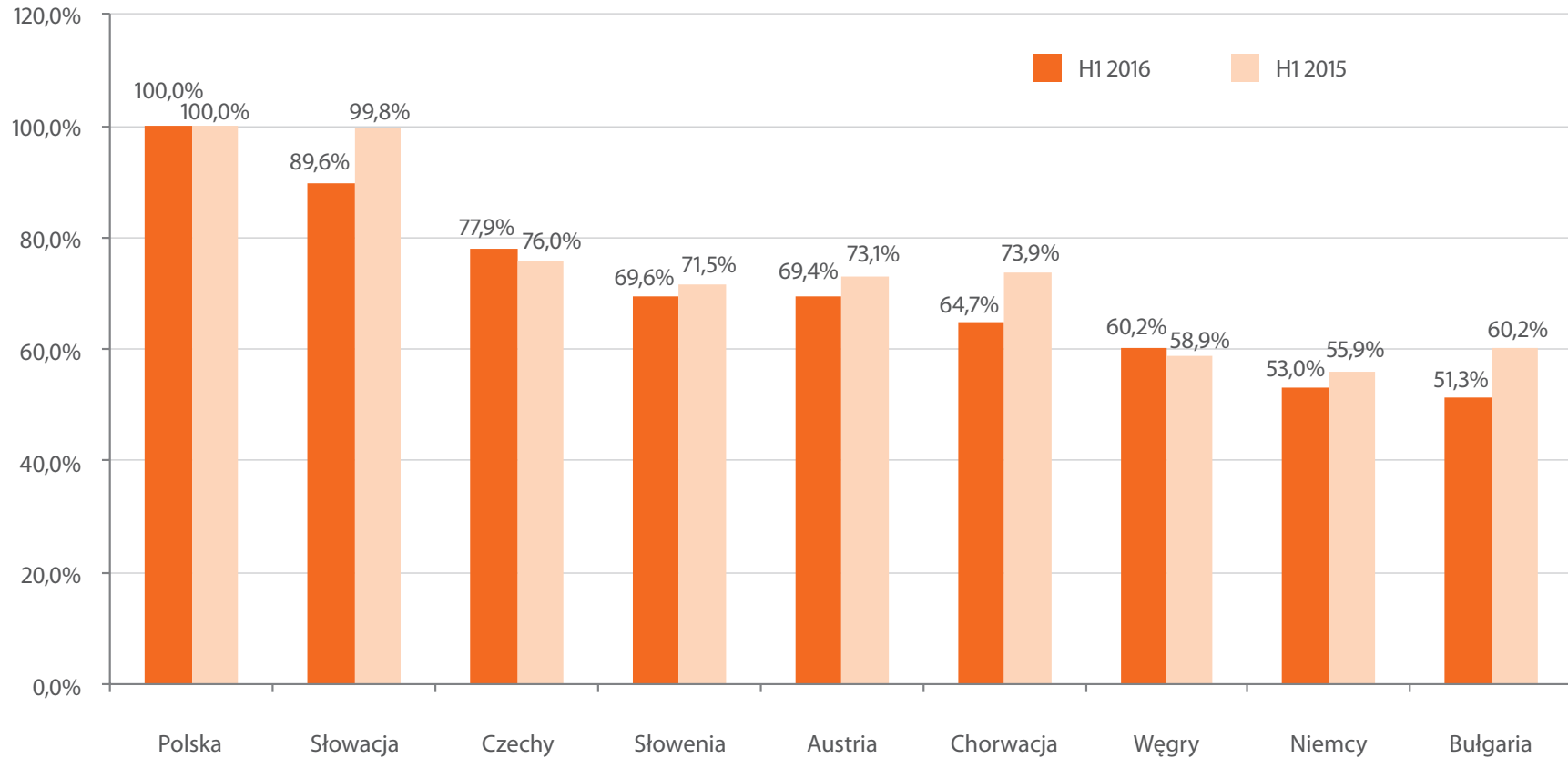
SPRZEDAŻ WG REGIONÓW W PIERWSZEJ POŁOWIE ROKU 2016/2015 [MLN PLN]

06



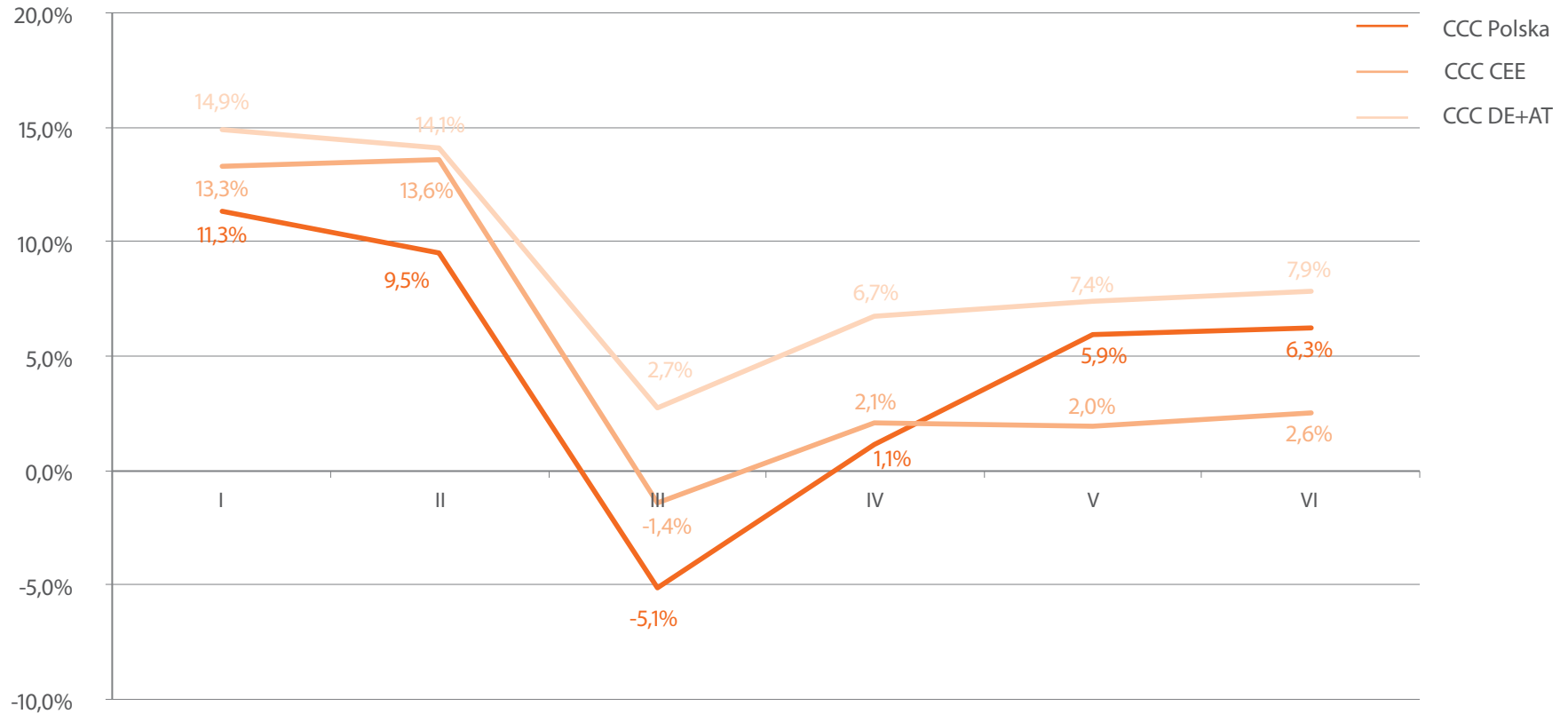
SPRZEDAŻ NA METR KWADRATOWY W PIERWSZEJ POŁOWIE ROKU 2016/2015 [PLN]

07



SPRZEDAŻ W PORÓWNYWALNYCH PLACÓWKACH CCC W POLSCE I ZA GRANICĄ (NARASTAJĄCO)

08



	H1 2016 mln PLN	H1 2015 mln PLN	ZMIANA % 2016/2015
Przychody ze sprzedaży	1 394,6	1 039,9	34,1%
Zysk (strata) brutto na sprzedaży	733,8	565,1	29,9%
Marża brutto na sprzedaży	52,6%	54,3%	-1,7 p.p
Koszty sprzedaży	(565,1)	(421,8)	34,0%
Koszty ogólnego zarządu	(53,8)	(39,7)	35,5%
EBIT	130,8	105,8	23,6%
Marża EBIT	9,4%	10,2%	-0,8 p.p
Saldo przychody / koszty finansowe	(5,5)	(13,0)	-57,7%
Zysk (strata) brutto	125,3	92,8	35,0%
Zysk (strata) netto	113,3	111,5	1,6%
Rentowność netto	8,1%	10,7%	-2,6 p.p

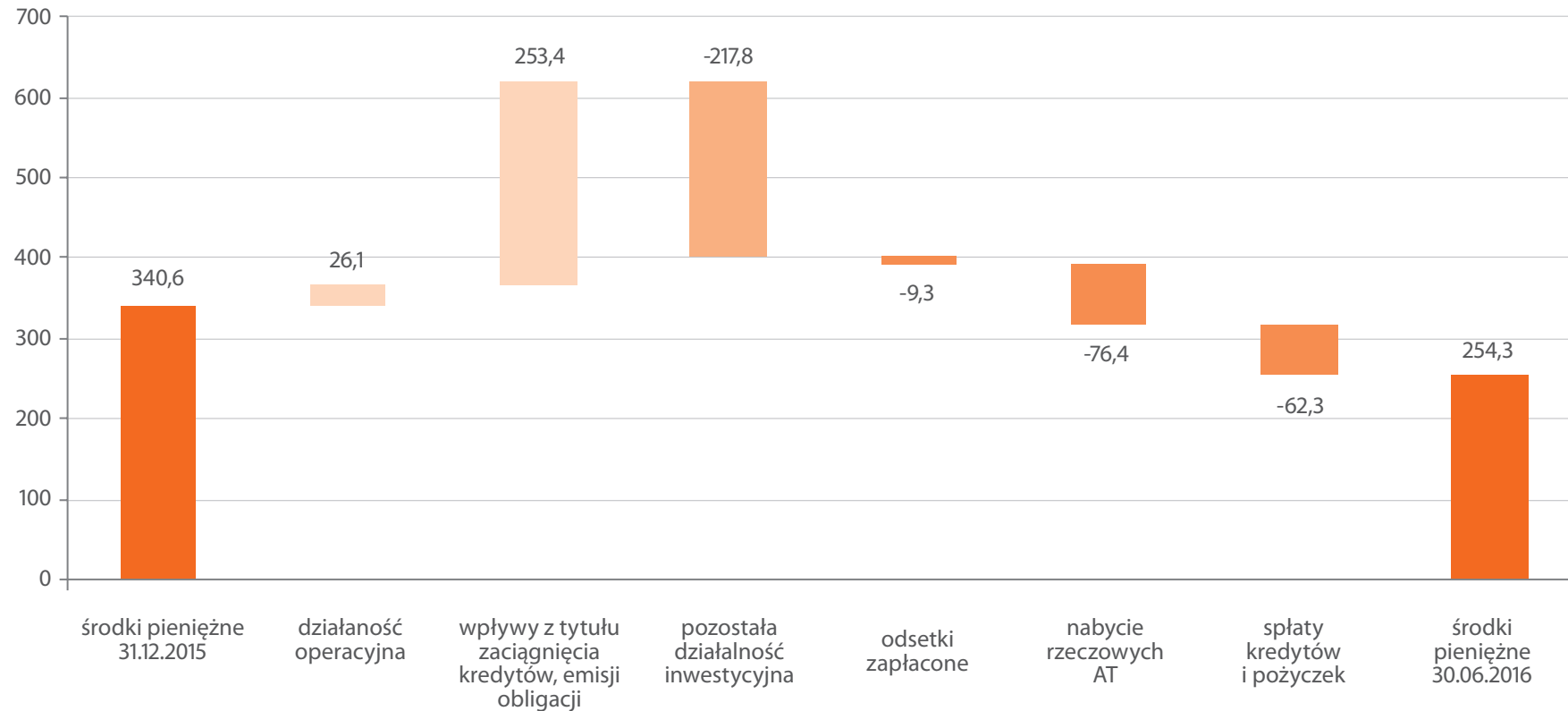
	Q2 2016 mln PLN	Q2 2015 mln PLN	ZMIANA % 2016/2015
Przychody ze sprzedaży	864,9	607,6	42,3%
Zysk (strata) brutto na sprzedaży	467,1	314,6	48,5%
Marża brutto na sprzedaży	54,0%	51,8%	2,2 p.p
Koszty sprzedaży	(303,8)	(202,7)	49,9%
Koszty ogólnego zarządu	(36,3)	(29,0)	25,2%
EBIT	138,0	92,1	49,8%
Marża EBIT	16,0%	15,2%	0,8 p.p
Saldo przychody / koszty finansowe	4,4	(4,0)	>100%
Zysk (strata) brutto	142,4	88,1	61,6%
Zysk (strata) netto	134,0	101,3	32,3%
Rentowność netto	15,5%	16,7%	-1,2 p.p

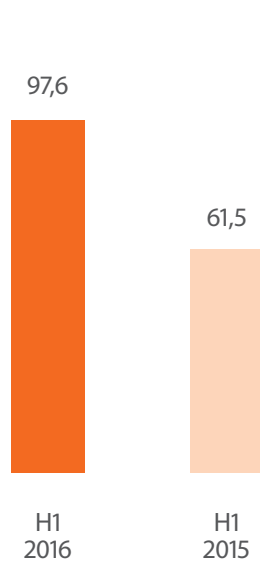
	H1 2016 mln PLN	H1 2015 mln PLN
aktywa trwałe	1 172,3	863,3
aktywa obrotowe, w tym:	1 261,1	941,2
– zapasy	842,1	748,7
– środki pieniężne	254,3	136,6
aktywa razem	2 433,4	1 804,5
kapitał własny	951,0	955,9
zobowiązania długoterminowe, w tym:	399,0	251,6
– długoterminowe pożyczki i kredyty bankowe	366,0	213,0
zobowiązania krótkoterminowe, w tym:	1 083,4	597,0
– krótkoterminowe pożyczki i kredyty bankowe	562,5	375,2
pasywa razem	2 433,4	1 804,5

	H1 2016 mln PLN	H1 2015 mln PLN
CF działalność operacyjna, w tym m.in.:	26,1	17,5
zmiana stanu zapasów	(115,2)	(7,4)
zmiana stanu należności	(16,4)	27,3
zmiana stanu zobowiązań krótkoterminowych*	(16,9)	(94,7)
CF działalność inwestycyjna, w tym:	(294,2)	(44,6)
wpływy	4,8	12,2
wydatki	(299,0)	(56,8)
CF działalność finansowa, w tym:	184,0	1,7
wpływy	255,6	135,8
wydatki	(71,6)	(134,1)
CF razem	(86,3)	(25,4)
gotówka początek okresu	340,6	161,9
gotówka koniec okresu	254,3	136,5

* z wyjątkiem pożyczek, kredytów i obligacji

CF – struktura tworzenia przepływów w pierwszej połowie 2016 [mln PLN]





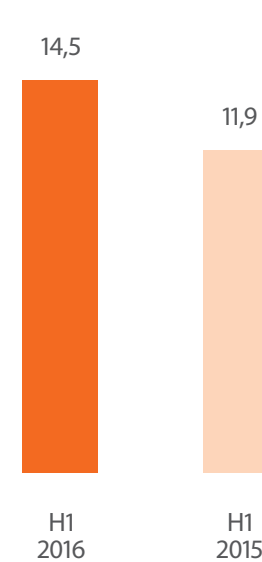
Wskaźnik zadłużenia kapitału własnego (%)

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) / zannualizowany EBITDA
* wartości zannualizowane



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, tak w tradycyjnym kanale, jak i online.



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 offline / Multibrand online

CCC sprzedaje w sklepach stacjonarnych 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. Platforma online z kolei działa w formule multibrand – oprócz marek Grupy CCC sprzedaje produkty wiodących światowych marek.

Niezbędne zasoby:

- logistyka nie mająca sobie równej w branży obuwniczej
- produkcja w kraju i za granicą
- zdrowy bilans
- kompetencje w zakresie e-commerce

Celem strategicznym na lata 2016-2017 jest kontynuacja bardzo udanej ekspansji na rynkach Europy Środkowej i Wschodniej i zdobycie pozycji lidera na każdym z krajowych rynków obuwniczych w regionie

- Już rok 2014 dostarczył nam powodów do zadowolenia bowiem CCC stało się największą spółką obuwniczą w regionie Europy Środkowej (PL, CZ, SK, HU, RO, BG)
- W roku 2016 otworzyliśmy jedną nową spółkę dystrybucyjną – w Serbii, uruchomiliśmy też sprzedaż francyzową w Estonii.

Celem strategicznym jest również uzyskanie w ciągu dwóch najbliższych lat tj. do końca 2017 roku trwałej rentowności na rynkach Austrii i Niemiec

- Doświadczenia pierwszych dwóch pełnych lat ekspansji pokazują, że dojście do rentowności jest możliwe, trwa jednak znacznie dłużej niż na rynkach Europy Środkowej
- Oczekiwane na rok 2016 jest zwiększenie sprzedaży LFL na rynku niemieckim i austriackim o odpowiednio 15% i 10%

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 SA sprzedaje obuwie poprzez swoje regionalne domeny w Polsce, Czechach, na Słowacji, w Niemczech, Rumunii i na Węgrzech
- W roku 2016 uruchomiona została sprzedaż na Ukrainie, w dalszej kolejności planujemy start platformy w Bułgarii i na Litwie

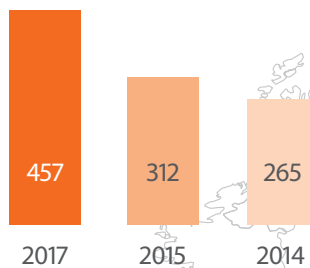


Rok 2016 będzie najbardziej spektakularnym okresem w realizacji strategii ekspansji zagranicznej.

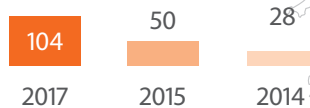


- Grupa CCC powiększy się o nie mniej niż 100.000 m² netto nowej powierzchni handlowej (ok.27% wzrostu):
 - ok. 77.000 m² netto (110 sklepów) otwartych zostanie za granicami Polski (z czego w pierwszym półroczu zrealizowano około 23 000 mkw);
 - ok. 23.000 m² netto (40 sklepów) otwartych zostanie w kraju (w pierwszym półroczu zrealizowano wzrost o blisko 12 000 mkw).
- 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.
- Inwestycje w środki trwałe w roku 2016 przekroczą 140 milionów PLN.

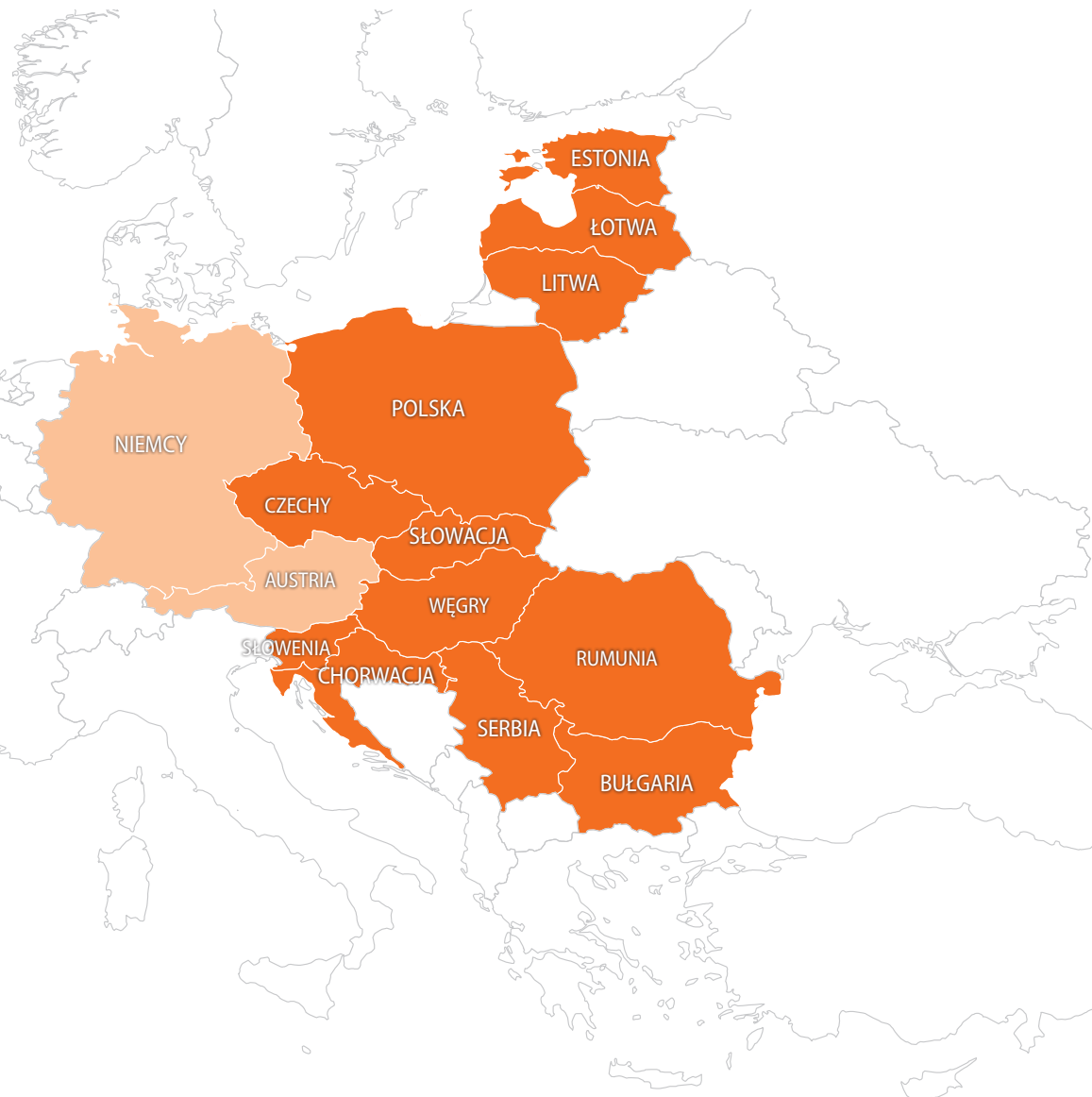
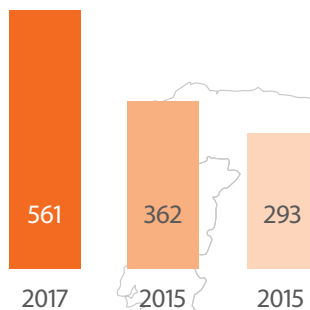
Europa Środkowa (PL, CZ, SK, HU, HR, SLO, RO, BG, LT, LV, EST, SRB)



Niemcy i Austria

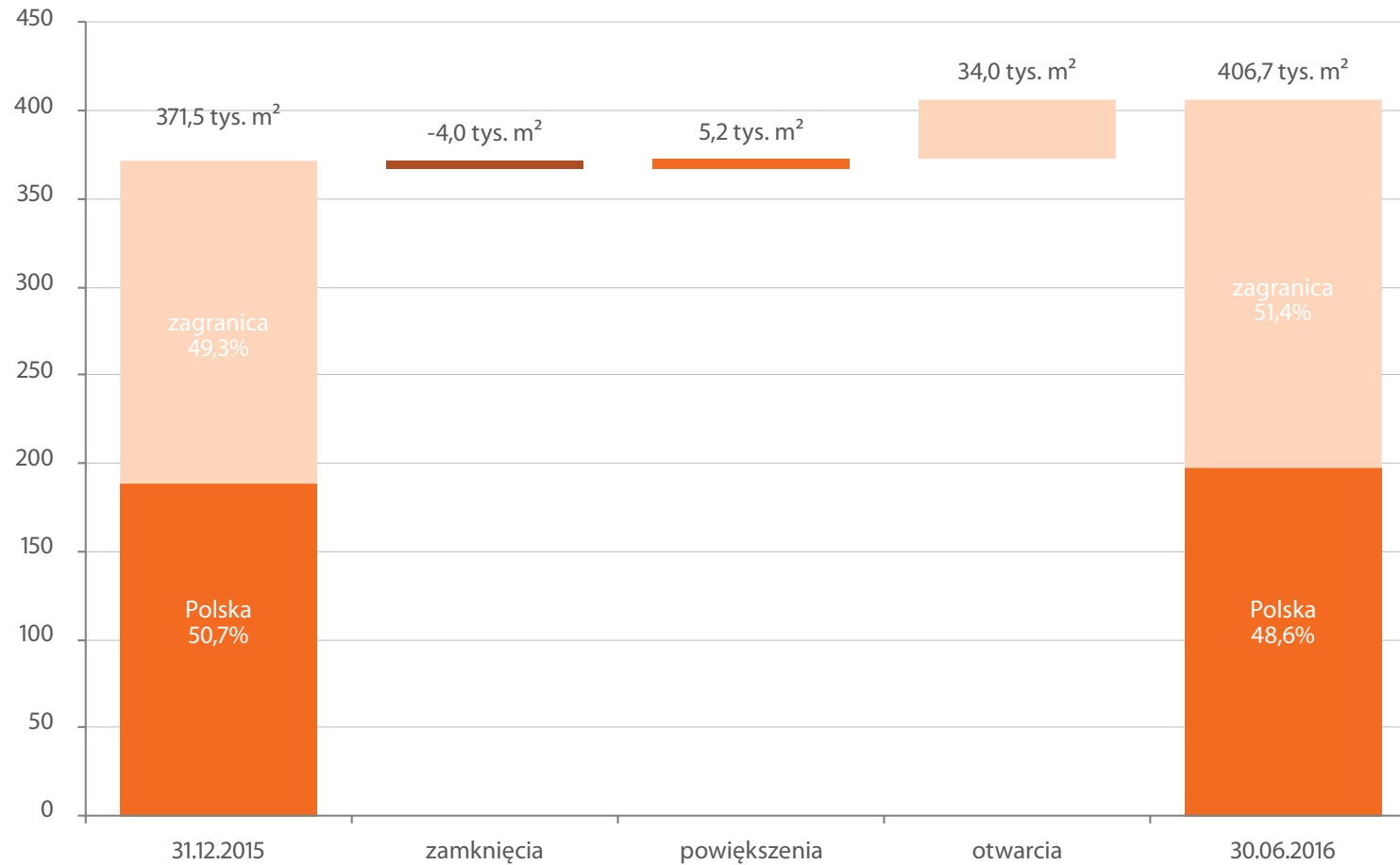


Razem

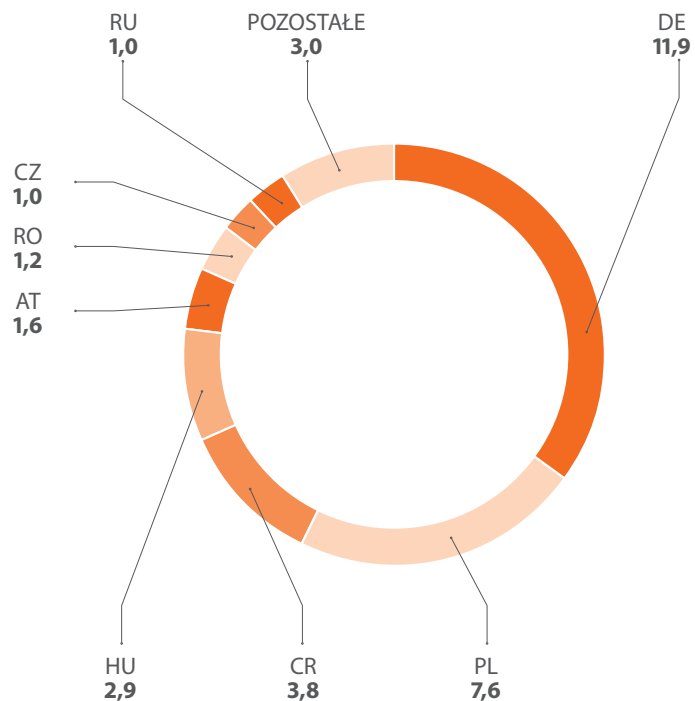


PRZYROST POWIERZCHNI [TYS. M²] - KOMPONENTY 2016 vs. 2015

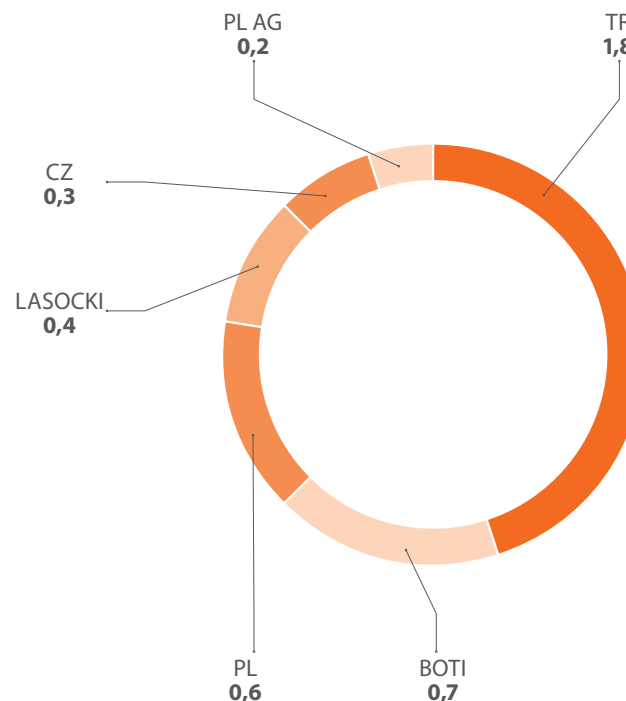
19



Otwarcia [tys. m²]



Likwidacje [tys. m²]

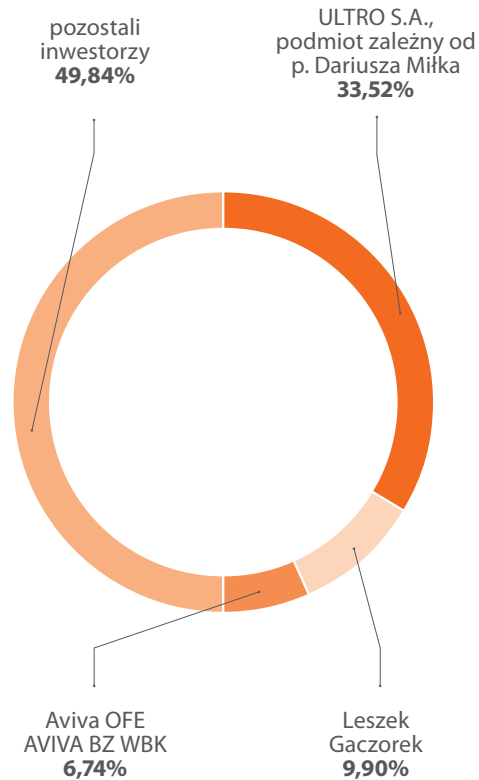


SKLEPY GRUPY CCC WŁASNE I FRANCZYZOWE (POWIERZCHNIA I ILOŚĆ)

21

SIEĆ	RODZAJ	31.12.2013		31.12.2014		31.12.2015		30.06.2016	
		M ²	LICZBA	M ²	LICZBA	M ²	LICZBA	M ²	LICZBA
CCC Własne	Polska	141 960	379	166 946	405	186 782	410	197 682	422
	Czechy	26 947	73	32 309	79	36 104	79	37 100	78
	Słowacja	10 646	25	13 866	30	18 852	37	19 530	38
	Węgry	23 456	50	27 689	57	30 462	61	33 949	66
	Austria	2 816	6	9 184	17	14 681	27	16 258	30
	Słowenia	924	2	3 646	6	4 603	8	5 083	9
	Chorwacja	1 651	3	4 436	8	7 314	13	11 268	19
	Turcja	1 165	2	1 805	3	1 805	3	—	—
	Niemcy	2 272	4	18 380	27	34 920	51	46 792	65
	Bułgaria	—	—	—	—	3 875	6	4 412	7
CCC Franczyza	Rosja	2 178	6	1 781	5	3 617	8	4 655	9
	Kazachstan/ Ukraina	1 587	4	2 288	4	3 055	7	3 055	7
	Rumunia	7 869	19	13 454	31	19 325	42	20 695	44
	Łotwa	2 212	5	2 622	6	3 232	7	3 232	7
	Litwa	—	—	—	—	1 187	2	1 787	3
	Polska	1 586	8	—	—	—	—	—	—
	Estonia	—	—	—	—	—	—	724	1
CCC RAZEM		227 269	586	298 406	680	369 814	761	406 222	805
INNE		16 649	126	6 913	49	1 687	12	542	4
TOTAL		243 918	712	305 319	729	371 501	773	406 764	809

Akcjonariat wg liczby głosów



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





DZIĘKUJEMY