

Polkowice, 20 lutego 2013

CCC PRZEKRACZA GRANICE

CCC SA, największy dystrybutor i producent obuwia w Polsce, wypracował w ciągu 2012 roku ponad 118 mln zysku netto przy przychodach ze sprzedaży na poziomie 1 317,4 mln zł. Zysk na działalności operacyjnej wyniósł 156,3 mln zł, a EBITDA 189,6 mln zł. Grupa realizowała plany rozbudowy własnej sieci sprzedaży, która w 2012 roku została powiększona z 151,5 tys. m² do 188,9 tys. m² (wliczając sklepy franczyzowe w kraju i za granicą powierzchnia sprzedaży na dzień 31.12.2012 wynosi 201,6 tys. m²).

Zarząd CCC postawił sobie za cel strategiczny na lata 2013-2015 umocnienie pozycji największego gracza na rynku obuwniczym w Polsce i zdobycie pozycji lidera w Czechach, na Słowacji i na Węgrzech. W roku 2013 rozpoczniemy również ekspansję w Austrii. Pierwsze sklepy pilotażowe mogą się również pojawić w Słowenii, Chorwacji i Turcji.

Jednocześnie spółka zamierza rozwijać sieć sklepów franczyzowych w krajach Europy Środkowo-Wschodniej. Do franczyzowych sklepów z logo CCC w Rosji w roku 2012 dołączyły podobne lokalizacje w Rumunii, Łotwie, Kazachstanie i na Ukrainie.

WYNIKI FINANSOWE CCC PO CZTERECH KWARTAŁACH 2012 ROKU

Szczegółowe dane finansowe Grupy CCC przedstawiają się następująco:

w tys. PLN	Q4 2012	Q4 2011	Zmiana	1-4Q 2012	1-4Q 2011	Zmiana
Przychody netto ze sprzedaży	435 805	364 415	19,6%	1 317 442	1 091 260	20,7%
Zysk operacyjny	73 115	80 610	-9,3%	156 328	159 052	-1,7%
Zysk netto	55 207	63 994	-13,7%	118 051	122 776	-3,8%

W 2012 roku Grupa CCC zanotowała wysoką dynamikę wzrostu skonsolidowanych przychodów ze sprzedaży. W porównaniu z analogicznym okresem ubiegłego roku przychody wzrosły o 20,7%. Ze względu na niższą o 4,5 pp, marżę zysku brutto na sprzedaży Grupa wypracowała niższy o 1,7% zysk operacyjny oraz 3,8% zysk netto.

Na wyniki roku 2012 miało wpływ wiele czynników, ale najważniejszym z nich pozostaje szerokość i różnorodność oferty produktowej. Na wysokim poziomie była odwiedzalność naszych sklepów, wysoka pozostawała również skuteczność sprzedaży. Jedynie marża handlowa była niższa od zakładanej.

ROZWÓJ SIECI SPRZEDAŻY

Sieć sprzedaży CCC na koniec grudnia 2012 roku obejmowała łącznie **709** placówek, w tym 644 sklepów własnych (339 salonów CCC w Polsce, 62 w Czechach, 12 na Słowacji, 15 na Węgrzech, 146 sklepów BOTI , 4 butiki QUAZI, 30 butików Lasocki) i 36 sklepów agencyjnych.

Spółka planuje dalszy dynamiczny rozwój sieci sprzedaży, szczególnie własnych sklepów firmowych, co doprowadzi do **wzrostu udziału rynkowego i umocnienia pozycji lidera na krajowym rynku obuwniczym** oraz **zdobycia pozycji największego gracza w pozostałych krajach Europy Środkowej – w Czechach, na Słowacji i na Węgrzech**. W latach 2013- 2015 planujemy powiększyć sieć sprzedaży **o nie mniej niż 130 tys. m²**

W grudniu 2011 roku Zarząd CCC podjął decyzję o rozpoczęciu ekspansji na rynku słowackim. Pierwszy sklepy otwarty został w marcu, a na koniec 2012 nasza sieć sprzedaży liczyła 12 placówek.

Kolejną spółką zależną jest CCC Hungary, powołana do organizacji sprzedaży detalicznej na terenie Republiki Węgierskiej. Na koniec grudnia 2012 na Węgrzech było 15 sklepów własnych.

Niezależnie od planów rozwoju na rynkach: polskim, czeskim, słowackim i węgierskim w najbliższych latach GK CCC zamierza również rozwijać się w innych krajach regionu. W orbicie zainteresowań są kraje, gdzie już funkcjonują sklepy CCC czyli Rumunia, Rosja, Łotwa, Kazachstan, Ukraina ale też Słowenia, Chorwacja, Turcja. Pierwszym krajem zachodnioeuropejskim gdzie pojawi się sklep z logo CCC będzie Austria.

Liczba sklepów Grupy CCC

Liczba sklepów	Stan na 31 grudnia 2011	Stan na 31 grudnia 2012
CCC Polska – salony własne	293	339
CCC Polska - agencyjne	-	36
CCC Polska – franczyza	49	8
CCC Rosja / Łotwa / Rumunia / Kazachstan/ Ukraina – franczyza	5	15
CCC Czechy	52	62
CCC Słowacja	-	12
CCC Węgry	-	15
QUAZI	37	4
Lasocki	-	30
BOTI – sklepy własne	216	146
BOTI – franczyza	62	42
Łączna liczba placówek	714	709

„Patrząc na wyniki 2012 roku można mieć mieszane uczucia. Z jednej strony duża odwiedzalność, wysokie współczynniki skuteczności, dynamiczny wzrost przychodów i wysoki poziom sprzedaży w sklepach porównywalnych. Z drugiej jednak strony – niższa o 4,5 pp marża handlowa i wyniki finansowe niższe od oczekiwanych. Nasza kolekcja została jednak świetnie odebrana przez klientów a my po raz kolejny umocniliśmy się na krajowym rynku obuwniczym. Bardzo mocno promowaliśmy w ubiegłym roku własne marki obuwia skórzanego : Lasocki, Lasocki Fashion for Men, Lasocki Kids oraz Lasocki Young. Mamy w sprzedaży bardzo atrakcyjną i szeroką ofertę butów dziecięcych sygnowanych logo Disney’a.

Jesteśmy bardzo zadowoleni z wyników naszych pierwszych placówek na Słowacji, w Rumunii, i na Węgrzech. Są to wyniki na tyle obiecujące, że postanowiliśmy zmodyfikować nasze plany strategiczne i rozpocząć bardzo dynamiczną ekspansję jednocześnie w kilku krajach regionu Europy Środkowej i Wschodniej. Liczymy, że już w roku 2015 podwoimy przychody zachowując jednocześnie wysokie parametry rentowności. Oczekujemy rentowności EBIT na poziomie 15-16% zaś rentowności netto nie mniejszej niż 11-13%. Także w roku 2013 otworzymy pierwsze pilotażowe sklepy w Austrii, Słowenii, Chorwacji i Turcji.

Niezależnie od planów ekspansji i działań prosprzedażowych absolutnym priorytetem pozostaje dla nas utrzymanie wysokiej efektywności i sprawności operacyjnej, sprawnego zarządzania siecią sprzedaży i utrzymania kosztów na niskim poziomie, czyli w konsekwencji utrzymanie wysokich marż i wysokiej rentowności.” - powiedział Dariusz Miłek, Prezes Zarządu CCC.

Dodatkowych informacji udziela:

Piotr Nowjalis

Wiceprezes Zarządu, Dyrektor Finansowy, CCC SA

Tel. (76) 84 58 420

e-mail: piotr.nowjalis@ccc.eu

* * *

Grupa CCC jest liderem polskiego rynku sprzedaży detalicznej obuwia i największym jego producentem w Polsce. W skład Grupy Kapitałowej CCC wchodzi CCC S.A. – spółka zarządzająca siecią sprzedaży, CCC Factory Sp. z o.o., zajmująca się produkcją obuwia oraz NG2 Suisse S.a.r.l., spółka zarządzająca znakami towarowymi, spółki zajmujące się sprzedażą na rynkach zagranicznych: CCC Czech, CCC Slovakia, CCC Hungary. Sprzedaż kolekcji prowadzona jest łącznie w ponad 700 placówkach pod markami CCC, BOTI i Lasocki. Dostawcy obuwia dla Spółki to zarówno producenci zagraniczni (przede wszystkim szyjący na zlecenie CCC producenci chińscy), krajowi, jak też własne zaplecze produkcyjne. Udział Grupy CCC w bardzo rozdrobnionym rynku obuwia jest szacowany na 17-18%.