

INFORMACJA PRASOWA

Grupa CCC w III kwartale 2022: dynamiczny wzrost przychodów, wysoka rentowność HalfPrice, debiut marketplace Modivo i budowanie poduszki płynnościowej w odpowiedzi na wyzwania otoczenia biznesowego

Grupa CCC w Q3'22 (sierpień-październik) osiągnęła najwyższą w historii sprzedaż kwartalną – blisko 2,4 mld PLN (+18% rdr) – przy wysokiej bazie zeszłorocznej. Nieco ponad rok od debiutu, HalfPrice uzyskał rentowność operacyjną i wysoką rentowność EBITDA¹ na poziomie 12,6%. Dobrą, dwucyfrową rentowność EBITDA² (11,8%) osiągnął także sztyld CCC. W październiku uruchomiony został marketplace MODIVO – jedna z kluczowych inwestycji strategicznych, dzięki której Grupa rozpoczyna działalność w modelu odpowiadającym za 65% światowej sprzedaży e-commerce. Równolegle, Spółka podjęła szereg działań, które mają budować rezerwy kapitałowe w kontekście turbulentnego otoczenia makroekonomicznego.

W trzecim kwartale 2022 roku przychody Grupy CCC wyniosły 2,4 mld PLN, co, pomimo wysokiej bazy zeszłorocznej (+28%), stanowi ponad 18% wzrost rdr. Udział kanału online osiągnął poziom 51,7% (+4,3 p.p. rdr).

Rok 2022 jest bardzo dużym wyzwaniem dla całej branży handlowej. Wybuch wojny w Ukrainie oraz jej konsekwencje dla otoczenia makroekonomicznego zmieniły reguły gry. Dochód Klientów pozostaje pod presją rosnącej inflacji i wysokich stóp procentowych, przez co wrażliwość cenowa konsumenta rośnie. W Grupie CCC aktywnie zareagowaliśmy na tę sytuację. Portfolio CCC poszerzyliśmy o kilka nowych, budżetowych marek, których udział w strukturze kolekcji znacząco wzrasta. Aktywnie zarządzamy cenami, dbając o ich atrakcyjność w każdym segmencie klienckim. Dzięki temu pozostajemy blisko konsumenta, odpowiadamy na jego potrzeby, a pomimo wyzwań otoczenia biznesowego umacniamy udziały rynkowe – powiedział Marcin Czyczerski, Prezes Zarządu Grupy CCC.

W trzecim kwartale 2022 r. marża brutto Grupy CCC wyniosła 1,2 mld PLN (+15% rdr). Spółka wypracowała zysk EBITDA³ w wysokości 197 mln PLN, przy marży na poziomie 8,1%.

Turbulentne czasy wymagają proaktywnej postawy. Dlatego w trzecim kwartale zmapowaliśmy również szereg działań na najbliższe 12 miesięcy, dzięki którym budujemy "odporność" Grupy. Nasz plan zawiera m.in.: ponad 300 mln złotych oszczędności kosztowych, dalsze prace nad konwersją gotówki, optymalizację wydatków inwestycyjnych, czy pozyskanie zewnętrznego finansowania. Dodatkowo, chcemy w istotnej części spłacić nasze zobowiązania finansowe, co pozwoli na

¹ Marża EBITDA skorygowana o zdarzenia jednorazowe

² Marża EBITDA skorygowana o zdarzenia jednorazowe

³ Zysk EBITDA skorygowany o zdarzenia jednorazowe

wzmocnienie bilansu i redukcję kosztów związanych z ich obsługą. Przez te i inne działania tworzymy finansową „poduszkę bezpieczeństwa” dla organizacji, która na dzisiejsze czasy jest niezbędna – dodaje Marcin Czyczerski.

CCC

Sprzedaż CCC⁴ utrzymała się na podobnym rdr poziomie i wyniosła 1,1 mld PLN. Warto zwrócić uwagę, że przychody kanału offline w tym segmencie generowane były przy 1% mniejszej rdr powierzchni handlowej, wynikającej z sukcesywnie kontynuowanej optymalizacji sieci. Ponadto, sprzedaż online ccc.eu w Q3'22 wzrosła aż o 61% rdr i stanowi już 19,5% udziałów w sprzedaży szyldu (+7,2 p.p. rdr). CCC skutecznie buduje omnichannelowy model sprzedaży. Marża brutto CCC utrzymana została na stabilnym rdr poziomie, pomimo wysokiej inflacji w łańcuchu dostaw i przetowarowania większości konkurentów. Szyld obniżył bazę kosztową o 8 mln PLN, a istotny wpływ na wynik segmentu miały zdarzenia o charakterze jednorazowym – w szczególności różnice kursowe. CCC osiągnęło dobrą, ok. 11,8% marżę EBITDA⁵. Na uwagę zasługuje także ograniczenie zapasów o ok. 2% wartościowo i 17% ilościowo rdr, co pozytywnie wpływa na rotację (-44 dni od początku roku), niższą inwestycję w kapitał obrotowy, a w konsekwencji na poprawę przepływow z działalności operacyjnej.

HalfPrice

Przychody HalfPrice w trzecim kwartale osiągnęły rdr ponad 3-krotnie wyższy poziom (258 mln PLN), a w ujęciu kdk wzrost ten wyniósł 42%. W minionym okresie zostało otwartych 8 nowych sklepów. Dziś sieć HalfPrice liczy już 84 punktów w 7 krajach. Zaledwie półtora roku od debiutu szyld osiągnął rentowność na poziomie operacyjnym, z wysoką rentownością EBITDA⁶ wynoszącą 12,6%. Duży wpływ na dobre wyniki HalfPrice miał wzrost sprzedaży z m2 w sklepach porównywalnych (tzw. like-for-like), których sprzedaż urosła aż o 25% rdr. Rozbudowana oferta produktowa, wzmocniona komunikacja marketingowa i szybko rosnąca rozpoznawalność marki pozwoliły na zbudowanie wysokiej odwiedzalności sklepów – rozpędzającej ich sprzedaż.

Cieszy nas rentowność operacyjna, którą osiągnęliśmy już w nieco ponad rok od startu działalności. Było to możliwe dzięki synergii Grupy CCC – od wykorzystania zaplecza technologicznego czy logistycznego, po finansowanie poprzez przepływy generowane w CCC. Będziemy konsekwentnie rozwijać się w tym właśnie modelu, wypracowując kolejne wzrosty. Poczwszy od trzeciego kwartału koncept HalfPrice pozytywnie kontrybuuje i wynikowo, i gotówkowo do rezultatów Grupy. Już na początku 2023 r. planowany jest debiut na kolejnym rynku zagranicznym – w Łotwie – mówi Adam Holewa, Prezes HalfPrice.

Grupa Modivo

W Q3'22 Grupa Modivo wypracowała przychody o ok. 23% wyższe rdr, tj. niemal 1,0 mld PLN. Sprzedaż eobuwie.pl wzrosła o ok. 11% rdr osiągając w trzecim kwartale poziom 779 mln PLN. Natomiast obroty szyldu MODIVO są wyższe o ok. 89% rdr i wyniosły 229 mln PLN.

Grupa Modivo rośnie szybciej niż cały rynek dzięki rozwojowi oferty i usprawnieniom technologicznym. Jednocześnie konkurencja cenowa na rynku nasila się, co przekłada się na dynamiki sprzedaży, poziom marży brutto, czy koszty związane z pozyskaniem Klienta. Branży cięży również makroekonomia, wpływająca na siłę zakupową konsumentów. Dlatego sukcesywnie pracujemy nad zwiększeniem efektywności kosztowej a równolegle 12 października uruchomiliśmy platformę

⁴ Wyniki obejmują segment sprawozdawczy „CCC Omnichannel” oraz segment sprawozdawczy „Pozostałe”

⁵ Marża EBITDA skorygowana o zdarzenia jednorazowe

⁶ Marża EBITDA skorygowana o zdarzenia jednorazowe

marketplace. Dzięki niej Modivo może nadal szybko rosnąć, bez kosztownej rozbudowy logistyki czy skalowania zapasu. Zaproszeni do współpracy partnerzy zyskują dostęp do bazy Klientów Modivo, zobowiązując się do utrzymania jednolitych standardów obsługi. W zamian, Modivo skokowo zwiększa ofertę – dzięki marketplace tylko do końca roku wzrośnie ona aż o około 50 tys. produktów – nie tylko w odzieży i obuwiu, ale również w nowych kategoriach – home&decor oraz health&beauty –
powiedział Damian Zapłata, Prezes Zarządu Grupy Modivo.

W trzecim kwartale Grupa mierzyła się z silną presją konkurencji cenowej związanej ze spadkiem sentymentu konsumenta – przecenami stosowanymi przez wielu graczy. W związku z tym podjęła ona aktywne działania mające na celu dalszy wzrost przychodów i zyskiwanie udziałów rynkowych. Potrzeba dostosowania polityki rabatowo-promocyjnej do wspomnianych wyzwań, spowodowała, że w Q3'22 Grupa Modivo wygenerowała marżę brutto na poziomie 40,3% (- 2,4 p.p. rdr).

Wzrost kosztów Grupy Modivo w Q3'22 (koszty sprzedaży i administracji: 409 mln PLN) związany jest głównie z realizacją planów rozwoju strategicznego, m.in. uruchomieniem platformy marketplace oraz startem nowych aplikacji mobilnych (których udział w sprzedaży eobuwie.pl i MODIVO we wrześniu wyniósł odpowiednio 15% i 32% i szybko rośnie). Koszty zmienne uplasowały się na tym samym, stabilnym poziomie.

Grupa Modivo wypracowała zysk EBITDA⁷ w wysokości 15 mln PLN, przy marży na poziomie 1,5%.

CCC S.A. jest jedną z największych europejskich spółek w segmencie obuwia. Grupa posiada ok. 90 platform e-commerce i prawie 1000 sklepów w 28 krajach pod markami CCC, eobuwie.pl, Modivo i DeeZee. Od maja 2021 r. Spółka poprzez sieć sklepów HalfPrice rozwija sprzedaż również w segmencie off-price. CCC S.A. jest notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie od 2004 roku.

Więcej informacji dostępnych jest na: [LinkedIn](#), [Twitterze](#) oraz www.corporate.ccc.eu.

Kontakt dla mediów:

Marta Rzetelska

Rzecznik Prasowy

email: marta.rzetelska@ccc.eu

Tel.: +48 887 473 012

⁷ Zysk EBITDA skorygowany o zdarzenia jednorazowe