

Informacja prasowa

Polkowice, dn. 2.08.2021 r.

Rekordowe 2 mld PLN przychodów, wysokie dynamiki sprzedaży w sieci detalicznej i e-commerce oraz dwucyfrowa rentowność EBITDA – Grupa CCC podsumowuje drugi kwartał 2021/22

Grupa CCC zamyka II kwartał roku obrotowego 2021/22 (maj-lipiec) wzrostem przychodów o blisko 40% rdr. Sprzedaż osiągnęła poziom przeszło 2 mld PLN, co jest historycznie najlepszym rezultatem uzyskanym przez Spółkę w pojedynczym kwartale. To wynik przede wszystkim bardzo dobrego odbioru kolekcji SS'21, utrzymania dynamicznego rozwoju e-commerce oraz pełnej dostępności sieci detalicznej. Bardzo wysoką rentowność, przy wciąż rosnących przychodach, utrzymuje eobuwie.pl. Z sukcesem II kwartał zakończył również najnowszy koncept Grupy – HalfPrice, który zanotował 40 mln PLN przychodów ze sprzedaży.

– Drugi kwartał to przede wszystkim długo wyczekiwane odmrożenie gospodarki po lockdownie i otwarcie sklepów, co przyczyniło się do wzrostu sprzedaży stacjonarnej. Nie wpłynęło ono jednak na wciąż bardzo wysoką dynamikę sprzedaży internetowej. Jesteśmy zadowoleni z tempa i głębokości transformacji Grupy CCC. Cieszy szczególnie siła marek własnych, dynamika formatów e-commerce, które w tym kwartale pięknie współbrzmiały z detalem, a także impet rozwoju nowego konceptu HalfPrice. Drugi kwartał to także kontynuacja porządków w Grupie CCC, a w szczególności zamknięcie działalności w formacie stacjonarnym w Europie Zachodniej. Największe wyzwania mamy już za sobą. Mamy silne kanały sprzedaży i mocne marki, będą one coraz mocniej kontrybuować do wyników firmy, zgodnie z tym, co zapowiadaliśmy na ostatnim Dniu Inwestora – mówi Marcin Czyczerski, Prezes Zarządu Grupy CCC.

Grupa odnotowała istotną poprawę wyników na każdym poziomie rachunku zysków i strat. Marża brutto wzrosła o przeszło 2,5 p.p., do poziomu 47,8%, w tym w samym detalu do poziomu 53,2 o 4,2 p.p. Kontrolowany wzrost kosztów wynika głównie z dynamicznej ekspansji e-commerce i szybkiego rozwoju konceptu HalfPrice. W drugim kwartale Grupa CCC wygenerowała 112 mln PLN zysku operacyjnego oraz 250 mln PLN EBITDA, przy marżach na poziomie odpowiednio 6% i 12%.

Skuteczność strategii omnichannel

Otwarcie sklepów stacjonarnych, silne kanały e-commerce, a także uruchomienie nowego konceptu spowodowały, że przychody Grupy CCC w II kwartale wyniosły 2 mld PLN, czyli o blisko 40% więcej niż rok temu.

– Z impetem i dobrą energią weszliśmy w drugi kwartał. Klienci wrócili do naszych sklepów, ale równocześnie dalej bardzo chętnie korzystają ze sklepów internetowych. Udział e-commerce w przychodach Grupy, przy silnym

detalu, wyniósł 44%, a to oznacza wzrost o 4 p.p. rdr. Taka struktura przychodów jest realizacją przyjętych przez nas, i konsekwentnie realizowanych, założeń rozwoju biznesu i pozwala na dalsze wzmocnienie omnichannelowego ekosystemu Grupy CCC. Jesteśmy gotowi na wzrost, odbudowę rentowności i silnej pozycji gotówkowej – mówi Marcin Czyczerski.

Przychody w segmencie omnichannel CCC wzrosły aż o 28% rdr, osiągając poziom 1,1 mld PLN i były wyższe również od sprzedaży w Q2'19 (o 9%). Warto dodać, że w II kwartale udział ccc.eu wyniósł 9% (+2 p.p. rdr), przy dynamice przychodów na poziomie 63% rdr. Natomiast udział rynków zagranicznych w sprzedaży DeeZee sięgnął już blisko 40%. Marka ta również z sukcesem rozwija sprzedaż odzieży.

Eobuwie.pl wykorzystuje swój potencjał

Mimo pełnego przywrócenia sprzedaży stacjonarnej, wysoką dynamikę przychodów i rentowność utrzymuje Grupa eobuwie.pl. W Q2 2021 r. jej sprzedaż wyniosła 811 mln PLN, co oznacza wzrost o 56% rdr (w tym eobuwie.pl +53% i Modivo +88%). Ponadprzeciętny wzrost przychodów odnotowano na ważnych dla rozwoju Grupy eobuwie.pl rynkach: w Grecji (+124%), Niemczech (+96%) i we Włoszech (+75%). Wartość sprzedaży Modivo wyniosła około 90 mln PLN, co oznacza wysoki, 11% udział w sprzedaży Grupy eobuwie.pl. Warto dodać, że drugim po Polsce, największym rynkiem dla tego internetowego sklepu z modą premium jest Grecja, z blisko 7-krotnym wzrostem sprzedaży rdr.

Marża brutto Grupy eobuwie.pl utrzymuje się na wysokim, stabilnym poziomie. Dynamika kosztów Grupy eobuwie.pl wzrosła pod wpływem inwestycji w budowanie rozpoznawalności marki, udziałów rynkowych na strategicznych rynkach oraz pracy nad uruchomieniem nowych kanałów sprzedaży. W rezultacie, Grupa eobuwie.pl odnotowała rentowność EBITDA, na poziomie powyżej 7% – zbliżoną do założeń strategii GO.22.

– Grupa eobuwie.pl, w drugim kwartale 2021 r. świetnie odpowiedziała na popyt klientów, którzy pomimo otwartych sklepów stacjonarnych, ewidentnie doceniali szybkość i wygodę zakupów oraz szerokość oferty w eobuwie.pl i Modivo. Oba te segmenty, obuwie i odzież, były silnymi motorami wzrostu firmy. Poszerzyliśmy w tym okresie również skład zarządu i przeprowadziliśmy zmiany w akcjonariacie, nie gubiąc przy tym pełnej koncentracji na biznesie i na kliencie – za który to profesjonalizm mogą zespołowi eobuwie.pl mocno pogratulować. W zeszłym tygodniu otworzyliśmy z dużym sukcesem pierwszy hybrydowy salon poza Polską – w czeskiej Pradze klienci mogą wybierać produkty zarówno z oferty eobuwie.pl, jak i Modivo. Pracujemy intensywnie nad projektami rozwojowymi i firma szykuje się już na mocny biznesowo 2022 rok – mówi Karol Półtorak, p.o. Prezesa Zarządu eobuwie.pl.

Dynamiczny rozwój Spółki wspierany będzie także dzięki pozyskaniu renomowanych partnerów-akcjonariuszy. Na początku lipca Grupa CCC podpisała umowę z japońskim funduszem SoftBank (Vision Fund 2), w ramach której zainwestuje on kwotę 500 mln PLN w eobuwie.pl. Partnerstwo z SoftBankiem wesprze plany Spółki dotyczące dalszej ekspansji na nowych rynkach, uruchomienia nowoczesnych centrów logistycznych poza granicami Polski, czy rozwoju nowych usług, takich jak marketplace. W tym roku do grona akcjonariuszy eobuwie.pl dołączył także Cyfrowy Polsat oraz A&R Investment.

Nowy sezon, nowe projekty, nowe produkty

Ambitne cele sprzedażowe Grupa CCC zamierza realizować m.in. dzięki dalszej cyfryzacji biznesu, budowaniu przewagi technologicznej, umacnianiu modelu omnichannel, w tym kanału e-commerce oraz rozwoju nowych projektów. Jednym z nich jest koncept off-price, który zadebiutował w maju br. Pod nową marką działa już 21 sklepów w Polsce. – *Skala sukcesu i ogromne zainteresowanie klientów są powyżej naszych oczekiwań. Już niedługo zadebiutujemy poza granicami Polski, w sierpniu na Węgrzech oraz Austrii, nieco później w Czechach. Do końca roku w Polsce i w Europie otwartych zostanie łącznie ok. 60 sklepów, a jesienią HalfPrice rozpocznie sprzedaż online* – mówi Adam Holewa, Prezes Zarządu HalfPrice.

– *Jesteśmy dobrze przygotowani na nadchodzący sezon "BackToSchool" i jesienno-zimowy ("AW21"). Zgodnie z zapowiedzią, z sukcesem stworzyliśmy platformę handlu omnichannelowego, zbudowaną z wielu silnych kanałów sprzedaży. Nasze portfolio produktowe przeszło rewolucję, a nasze marki zyskały nową moc i charakter. Dla naszych klientów mamy też wiele nowości – w tym kolejne produkty z linii GoForNature oraz obuwie marki Badura. Ta ostatnia debiutuje w naszym portfolio!* – dodaje Marcin Czyczerski. – *Jestem przekonany, że modne produkty w połączeniu z kreatywną kampanią marketingową, przełożą się na wysokie zainteresowanie Klientów naszą ofertą. Z optymizmem spoglądamy w kierunku drugiej, bardzo ważnej dla nas, połowy roku.*

CCC S.A. jest jedną z największych europejskich spółek w segmencie obuwia i udziałowcem większościowym eobuwie.pl. Łączna powierzchnia sieci sprzedaży CCC na koniec lipca 2021 roku wynosiła 682 tys. m². Grupa CCC jest obecna w 29 krajach – w 22 sprzedaż prowadzona jest w 992 sklepach stacjonarnych, a w 18 poprzez kanał online pod markami CCC, eobuwie.pl, Modivo, HalfPrice, DeeZee, Gino-Rossi. Od maja 2021 r. Spółka poprzez sieć sklepów HalfPrice rozwija sprzedaż również w segmencie off-price.

Kontakt dla mediów:

CCC SA

Marta Rzetelska
PR Manager
e-mail: marta.rzetelska@ccc.eu
tel: +48 887 473 012