

Polkowice, 04.05.2021 r.

Grupa CCC poprawiła przychody o 85% w I kw. 2021 r. Sprzedaż również powyżej poziomów z I kw. 2019 r.

Grupa CCC zakończyła I kwartał roku obrotowego 2021/22 przychodami na poziomie 1429 mln zł (+85% r/r). Od lutego do kwietnia spółka działała w bardzo wymagającym otoczeniu rynkowym, a w obliczu ograniczeń sprzedaży stacjonarnej w wielu krajach, internetowe kanały odgrywały wiodącą rolę, odpowiadając za 62% przychodów. E-commerce odnotował w tym czasie dynamiczny, aż 86% wzrost r/r. Eobuwie.pl, które na koniec marca pozyskało dwóch nowych inwestorów mniejszościowych, osiągnęło przychód w wysokości 768 mln, przy bardzo wysokiej marży EBITDA na poziomie 10,5%.

W I kwartale 2021 Grupa CCC kontynuowała rozwój modelu omnichannel, optymalizując kanał offline i skalując obecność w segmencie online. Spółka sukcesywnie umacniała swoją pozycję rynkową poprzez digitalizację i wdrażanie nowych technologii, inwestycje w logistykę, uruchomienie kolejnych platform online na nowych rynkach, a także poszerzanie oferty produktowej wpisującej się w zasady zrównoważonego rozwoju. Grupa CCC, mając na uwadze jej intensywny rozwój, w I kwartale br. podjęła również decyzję o rozszerzeniu składu zarządu.

W okresie od lutego do kwietnia spółka osiągnęła przychody na poziomie 1429 mln zł, czyli wyższe o 85% niż rok wcześniej. 62% uzyskanych przychodów stanowiła sprzedaż e-commerce (+86% r/r), którą Grupa realizowała poprzez 82 platformy online.

– Początek pierwszego kwartału roku obrotowego 2021/22 był dla nas pomyślny. Odmrożenie gospodarki w lutym uwolniło skumulowany popyt i pozwoliło na sprzedaż dodatkowych kilkuset tys. par obuwia z kolekcji jesienno-zimowej. Wraz z początkiem kwartału zaproponowaliśmy klientom nową kolekcję SS21, która spotkała się z entuzjastycznym przyjęciem. Wprowadzony pod koniec marca lockdown, który ponownie objął galerie handlowe, na ponad miesiąc ograniczył naszą działalność w kanale stacjonarnym. Pomimo niesprzyjającego otoczenia biznesowego osiągnęliśmy dobre wyniki sprzedażowe, które mamy nadzieję wzmacniać w kolejnych kwartałach. Realizacja tego celu będzie możliwa także za sprawą uruchomienia nowego konceptu sklepów off-price w wersji stacjonarnej, który jesienią zadebiutuje również w kanale online – mówi Marcin Czyczerski, Prezes Zarządu Grupy CCC.

Marża brutto Grupy CCC w I kwartale 2021 wyniosła 43,5%, co oznacza zbliżony rdr wynik. Na uzyskany poziom marży znacząco wpłynął wysoki udział segmentu e-commerce w przychodach, jak również ograniczona możliwość skutecznej sprzedaży kolekcji wiosna-lato w punktach stacjonarnych w tzw. cenach pierwszych. Dynamicznie rozwijający się kanał sprzedaży online był także głównym czynnikiem wpływającym na zmianę poziomu kosztów. Od lutego do kwietnia ukształtowały się one na poziomie 716 mln zł, wobec 620 mln zł rok

wcześniej (+15% r/r). Grupa utrzymała wysoką dyscyplinę kosztową. Pomimo obostrzeń w handlu stacjonarnym, dzięki działaniom podjętym przez Grupę, wynik operacyjny został poprawiony rdr o blisko 200 mln zł.

W analizowanym okresie priorytetem Grupy CCC pozostawało zachowanie płynności i utrzymanie stabilności długoterminowego finansowania. W tym celu spółka podjęła rozmowy z bankami i obligatariuszami. Grupa wstępnie potwierdziła wybrane warunki nowego finansowania bankowego. Jest to kolejny etap prac nad refinansowaniem zadłużenia, którego celem jest zapewnienie bezpiecznego, długoterminowego poziomu finansowania, zgodnie z założeniami biznesowymi strategii GO.22.

Uwzględniając dynamikę rozwoju Grupy CCC oraz jej ambitne plany, w I kwartale 2021 r. do zarządu powołano trzech nowych Wiceprezesów – Igora Matusa, Adama Holeywy oraz Krzyszpina Derejczyka. W najbliższych miesiącach obejmą oni nadzór nad trzema istotnymi obszarami biznesu – w zakresie zarządzania łańcuchem dostaw, nadzoru właścicielskiego nad spółkami oraz zarządzania finansami.

Dynamika e-commerce nabiera jeszcze większego rozpędu

Ze względu na wprowadzony pod koniec marca lockdown, Grupa koncentrowała swoje działania sprzedażowe na e-commerce. W I kwartale 2021 udział tego kanału w łącznej sprzedaży wyniósł 62%. W tym okresie bardzo wysokie wzrosty rdr odnotowała każda platforma sprzedaży internetowej, a w przypadku grupy eobuwie.pl wyniki były o 79% wyższe niż w ubiegłym roku. Sprzedaż generowana przez tę spółkę od lutego do kwietnia wyniosła 768 mln zł, przy marży EBITDA na poziomie 10,5% (+4,4 p.p. rdr). Grupa eobuwie.pl dynamicznie rozwija także sklep online z modą premium Modivo. Udział tej platformy w sprzedaży eobuwie.pl wyniósł na koniec I kwartału 13%.

– *Od wielu miesięcy głównym kanałem sprzedaży pozostaje e-commerce, dla którego istotna jest sprawność wysyłkowa centrum dystrybucyjnego. Dlatego nieodzownym elementem naszego dalszego rozwoju jest inwestycja w infrastrukturę logistyczną. Ze względu na obecność Grupy CCC na wielu zagranicznych rynkach i rosnącą tam sprzedaż, zdecydowaliśmy się w ramach działalności eobuwie.pl otworzyć nowe centrum dystrybucyjne w Bukareszcie. Wesprze ono obsługę kluczowych dla spółki obszarów – Rumunii, Bułgarii i Grecji. Zgodnie z naszymi założeniami, pierwsze paczki z centrum, w którym miejsce znajdzie 1,5 mln par butów, dotrą do klientów już w czerwcu. Liczymy, że w wyniku poczynionej inwestycji, uda nam się systematycznie zwiększać skalę działania* – mówi Marcin Czyczerski, Prezes Zarządu Grupy CCC.

Ponadprzeciętne wzrosty sprzedaży w I kwartale 2021 r. osiągnęły pozostałe platformy online Grupy, mające 17% udziału w sprzedaży segmentu e-commerce. Sklep ccc.eu uzyskał przychód na poziomie 128 mln zł, zaś marka DeeZee wypracowała 24 mln zł, co oznacza wzrosty o odpowiednio 146% i 71%. CCC uruchomiło także kolejny, 7 rynek, na którym funkcjonuje ccc.eu – Słowenię. Wysyłki zamówień do klientów z tego kraju realizowane są przez nowo uruchomione centrum logistyczne e-commerce w Polkowicach. W II kwartale br. ccc.eu zadebiutuje także w Bułgarii i Chorwacji.

Wzmacnianie relacji z klientem

Chcąc budować jeszcze lepsze doświadczenia klienta, Grupa CCC sukcesywnie wykorzystuje digitalizację i nowe technologie. W I kwartale spółka skupiła się na dalszym rozwoju aplikacji mobilnej, oferując użytkownikom nie tylko atrakcyjną ofertę produktową, ale także dostęp do przydatnych funkcjonalności (wkrótce zadebiutuje w niej także m.in. skaner 2D esize.me). Na koniec kwietnia z aplikacji CCC korzystało już blisko 5 mln użytkowników.



t: +48 (76) 84 58 400 | t: +48 (76) 84 58 500
f: +48 (76) 84 58 431 | ccc@ccc.eu | www.ccc.eu

– Zależy nam, aby umacniać swoją pozycję jako marki, która podąża za głosem klientów i kreuje nowe trendy. Z dużą uwagą obserwujemy, jak zmieniają się dziś zachowania konsumentów, którzy coraz częściej decydują się na zakup produktów poprzez platformy internetowe. Widzimy też, że ich wybory są bardziej świadome i podejmowane z myślą o ochronie środowiska naturalnego – dodaje Marcin Czyczerski – W porównaniu do ubiegłych lat, zauważalnie wzrosła sprzedaż asortymentu, który wpisuje się w Strategię Zrównoważonego Rozwoju Grupy

i jeden z jej kluczowych obszarów – odpowiedzialny produkt. Konsekwencją tej zmiany jest stałe poszerzanie linii produktów „Go for Nature”, których produkcja odbywa się przy zastosowaniu ekologicznych materiałów oraz technologii optymalizujących zużycie wody i energii – dodaje.

Działania podejmowane przez Grupę CCC dostrzegane są na arenie międzynarodowej. Spółka jako jedyna polska marka znalazła się w prestiżowym ratingu Refinitiv Diversity & Inclusion 2020, obejmującym 9 tys. organizacji. Grupa CCC zajęła drugą lokatę wśród przedstawicieli branży modowej oraz 11. miejsce w klasyfikacji generalnej.

Łączna powierzchnia sieci sprzedaży CCC na koniec kwietnia 2021 roku wynosiła 671 tys. m². Grupa CCC jest obecna w 29 krajach – w 22 sprzedaż prowadzona jest w 1005 sklepach stacjonarnych, a w 18 poprzez kanał online. Grupa posiada łącznie 82 platformy online w całej Europie: eobuwie.pl, ccc.eu, Modivo, DeeZee, Gino Rossi.

Kontakt dla mediów:

Marta Rzetelska
PR Manager
email: marta.rzetelska@ccc.eu
tel: +48 887473012