

W wynikach pierwszego półrocza cieszy sprzedaż w sklepach porównywalnych, tempo ekspansji i wzrostu przychodów, oraz odwiedzalność. Z powodu niższej marży wynik finansowy jest jednak nieco poniżej oczekiwań.

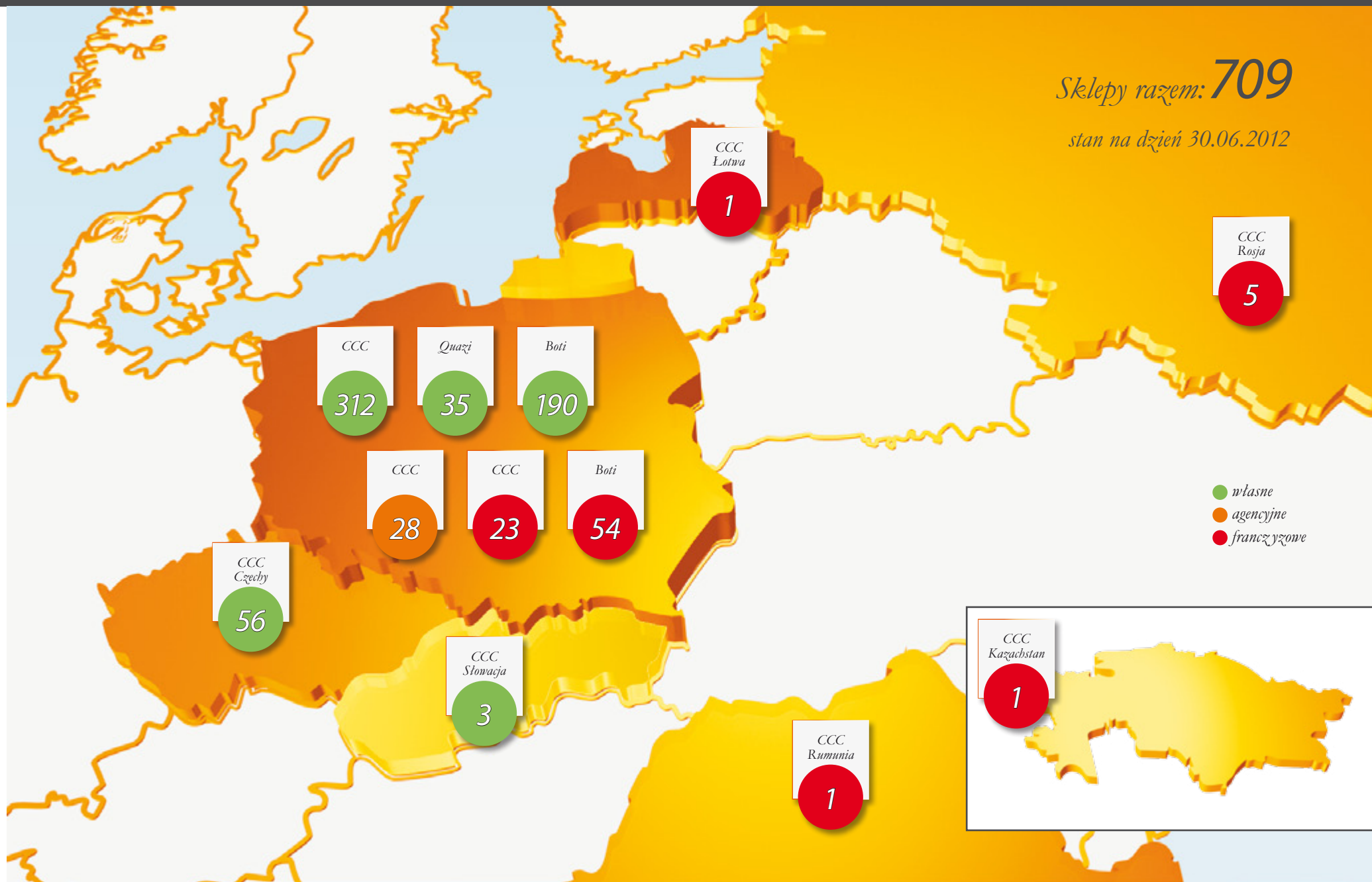
Na podstawie przeprowadzonych analiz rynku obuwniczego w krajach Europy Środkowej i Wschodniej oraz pierwszych testowych otwarć nowych sklepów Zarząd NG2 postanowił dokonać poważnej rewizji założeń strategicznych na najbliższe lata i rozpocząć zdecydowaną ekspansję w regionie.

Grupa NG2 w latach 2013-2015 zamierza umocnić pozycję największego gracza na rynku obuwniczym w Polsce i zdobyć pozycję lidera w Czechach, na Słowacji i na Węgrzech. Będziemy poszukiwać swojej szansy na ekspansję również w innych krajach europejskich.



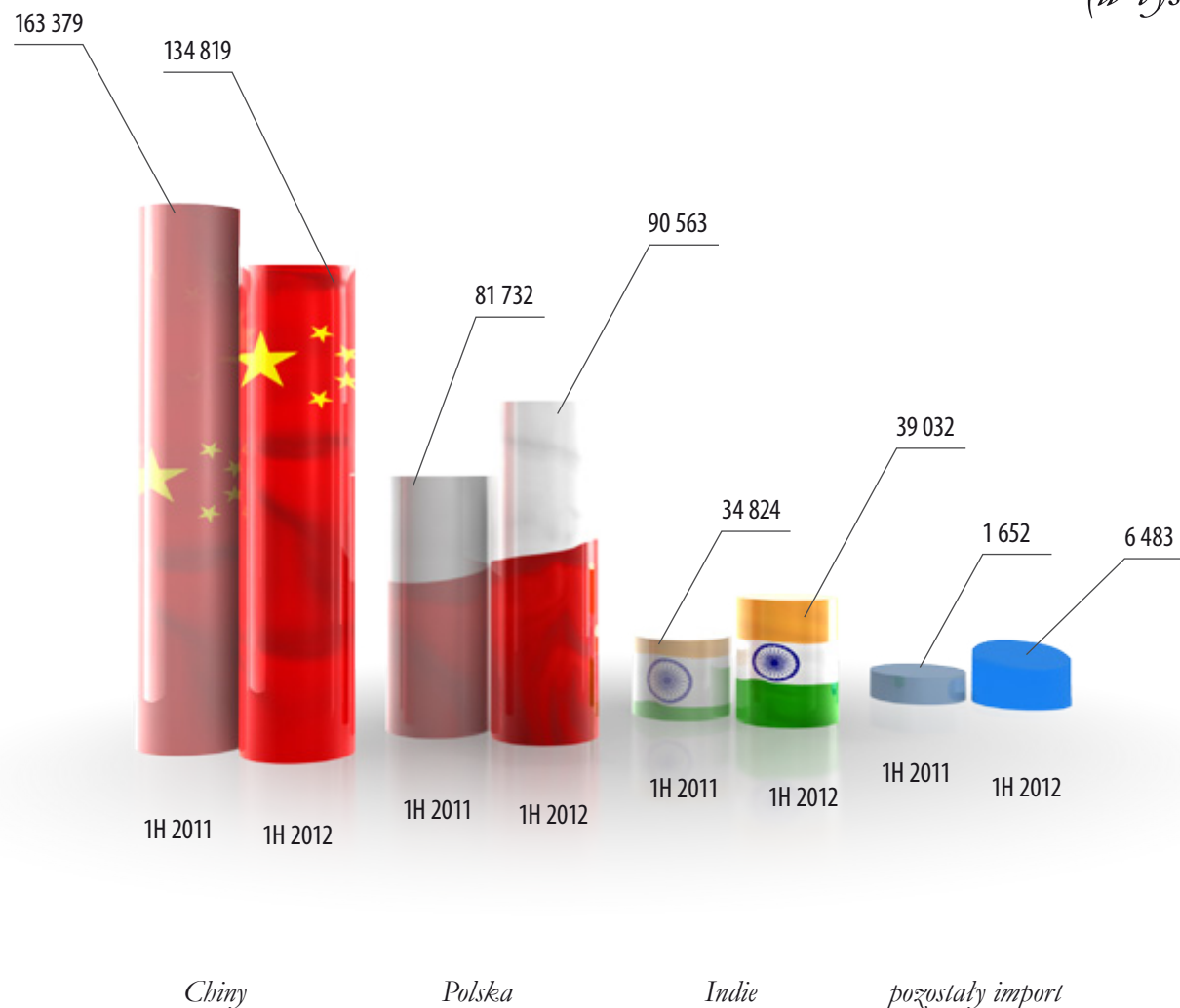
Sklepy razem: 709

stan na dzień 30.06.2012

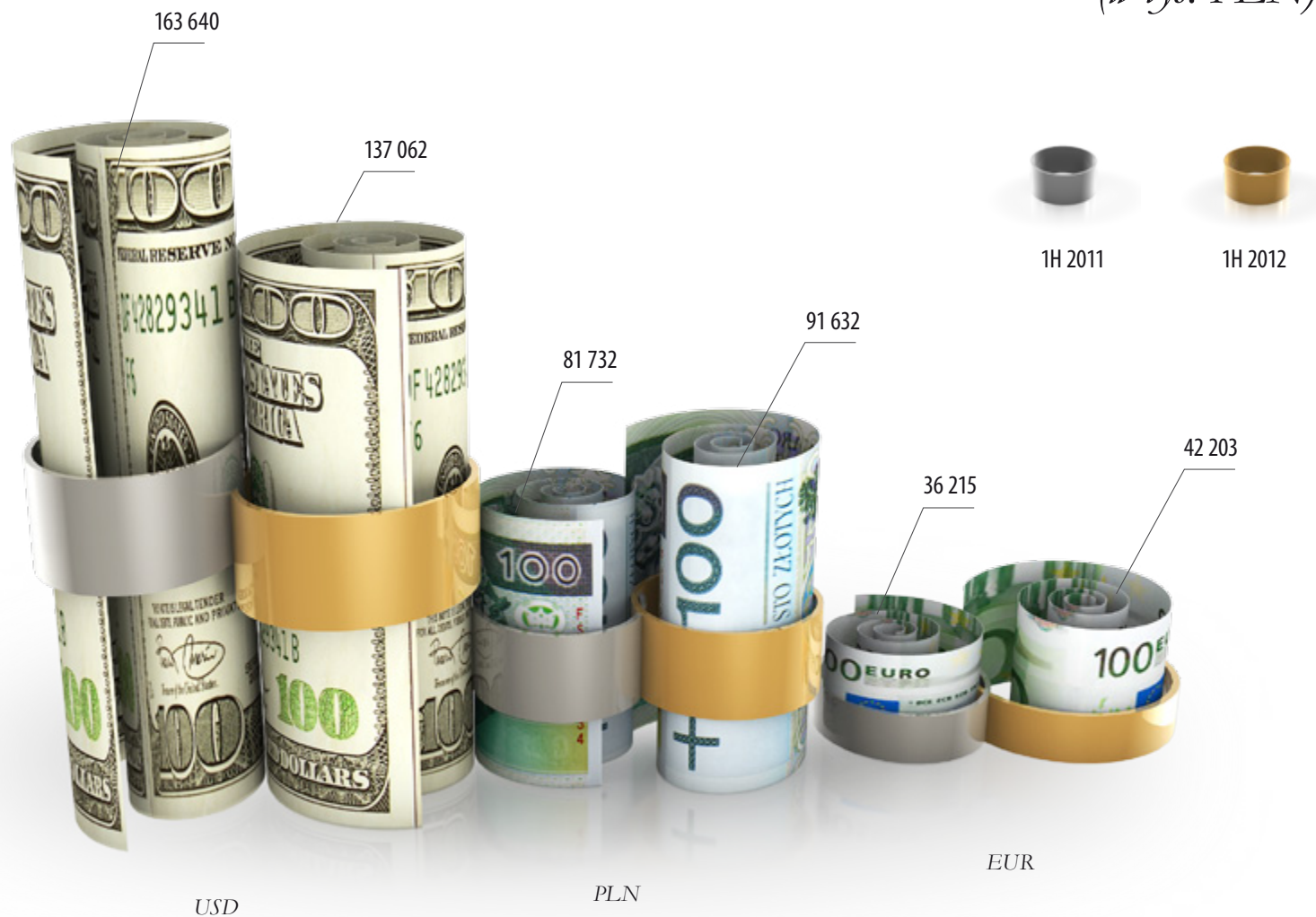


- własne
- agencyjne
- franczyzowe

Struktura terytorialna zakupów
(w tys. PLN)



Struktura walutowa zakupów
(w tys. PLN)



253 sklepy



	kwiecień 2011	kwiecień 2012	różnica %
Liczba odwiedzających	8 300 733	7 790 639	-6,1%
Liczba transakcji	890 404	859 883	-3,4%
Sprzedaż netto	59 239 809 zł	60 111 438 zł	1,5%
Efektywność sprzedaży	10,70%	11,00%	2,8%
Średnia wartość paragonu	67 zł	70 zł	4,5%
Przychód na 100 odwiedzających	714 zł	772 zł	8,1%

251 sklepów



	maj 2011	maj 2012	różnica %
Liczba odwiedzających	10 454 565	11 559 021	10,6%
Liczba transakcji	1 101 986	1 367 475	24,1%
Sprzedaż netto	69 517 739 zł	90 777 596 zł	30,6%
Efektywność sprzedaży	10,50%	11,80%	12,4%
Średnia wartość paragonu	63 zł	66 zł	4,8%
Przychód na 100 odwiedzających	665 zł	785 zł	18,0%

267 sklepów



	czerwiec 2011	czerwiec 2012	różnica %
Liczba odwiedzających	9 016 342	7 727 642	-14,3%
Liczba transakcji	902 233	828 944	-8,1%
Sprzedaż netto	53 251 141 zł	49 225 066 zł	-7,6%
Efektywność sprzedaży	10,00%	10,70%	7,0%
Średnia wartość paragonu	59 zł	59 zł	0,0%
Przychód na 100 odwiedzających	591 zł	637 zł	7,8%

	1H 2011 `000 PLN	1H 2012 `000 PLN	Zmiana % 2012/2011
Przychody ze sprzedaży	484 257	583 016	20,39%
Zysk (strata) brutto na sprzedaży	269 898	296 447	9,84%
Marża brutto na sprzedaży	55,73%	50,85%	-8,76%
Koszty sprzedaży	-203 355	-237 030	16,56%
Koszty ogólnego zarządu	-8 611	2 408	-127,96%
EBIT	55 561	58 953	6,11%
Marża EBIT	11,47%	10,11%	-11,86%
Koszty finansowe	-3 942	-7 476	89,65%
Zysk (strata) brutto	51 826	51 773	-0,10%
Zysk (strata) netto	41 683	45 453	9,04%
Rentowność netto	8,61%	7,80%	-9,41%

	1H 2011 `000 PLN	1H 2012 `000 PLN	Zmiana % 2012/2011
CF działalność operacyjna, w tym m.in.:	(23 858)	47 590	299,47%
zmiana stanu zapasów	(81 286)	31 827	
zmiana stanu należności	(26 999)	(1 896)	
zmiana stanu zobowiązań krótkoterminowych*	25 204	(30 643)	
CF działalność operacyjna, w tym:	(52 716)	(37 159)	-29,51%
wpływy	11 655	4 257	
wydatki	(64 371)	(41 416)	
CF działalność finansowa, w tym:	52 641	5 683	-89,20%
wpływy	106 385	26 017	
wydatki	(53 744)	(20 334)	
CF razem	(23 933)	16 114	167,33%
gotówka początek okresu	83 065	34 926	
gotówka koniec okresu	59 132	51 040	-13,68%

*z wyjątkiem pożyczek i kredytów

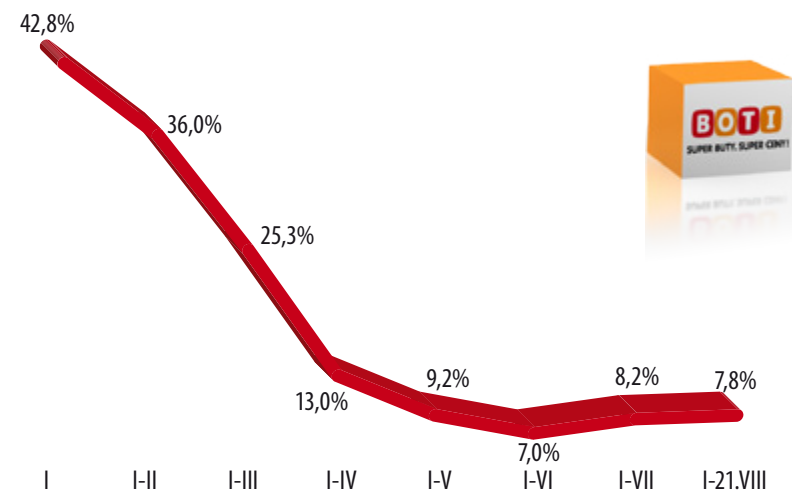
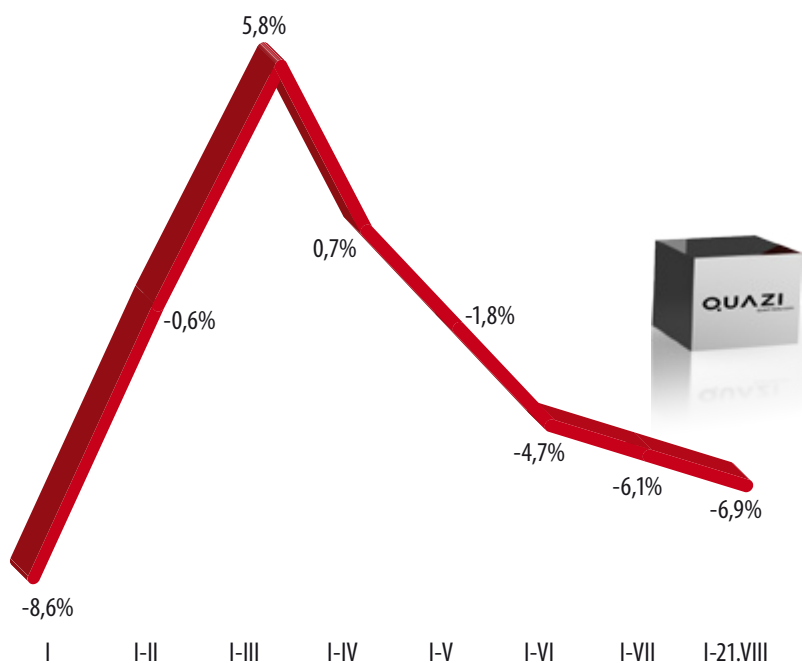
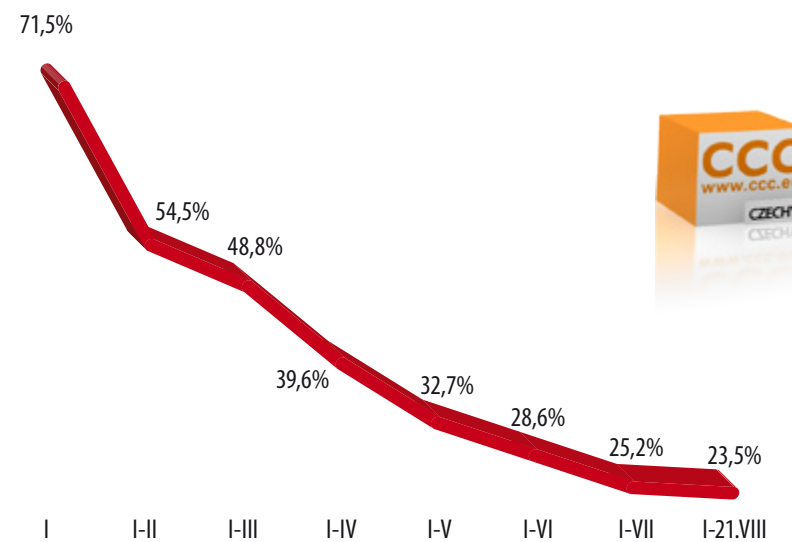
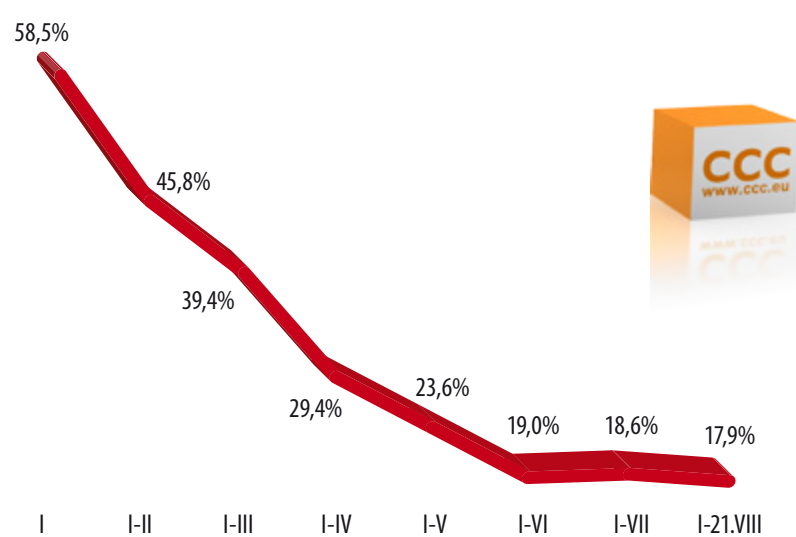


	1H 2011	1H 2012
Wskaźnik zadłużenia kapitału własnego %	50,3%	62,3%
Wskaźnik zadłużenia EBITDA	0,9	1,3
Wskaźnik pokrycia odsetek zyskiem	18,6	8,6

Wskaźnik zadłużenia kapitału własnego = (zobowiązania z tytułu kredytów, pożyczek i leasingu) / kapitały własne

Wskaźnik zadłużenia EBITDA = (zobowiązania z tytułu kredytów, pożyczek i leasingu – cash) / zannualizowany EBITDA

Wskaźnik pokrycia odsetek zyskiem = (zysk brutto + koszty z tyt. odsetek od kredytów i leasingu) / koszty z tyt. odsetek od kredytów i leasingu

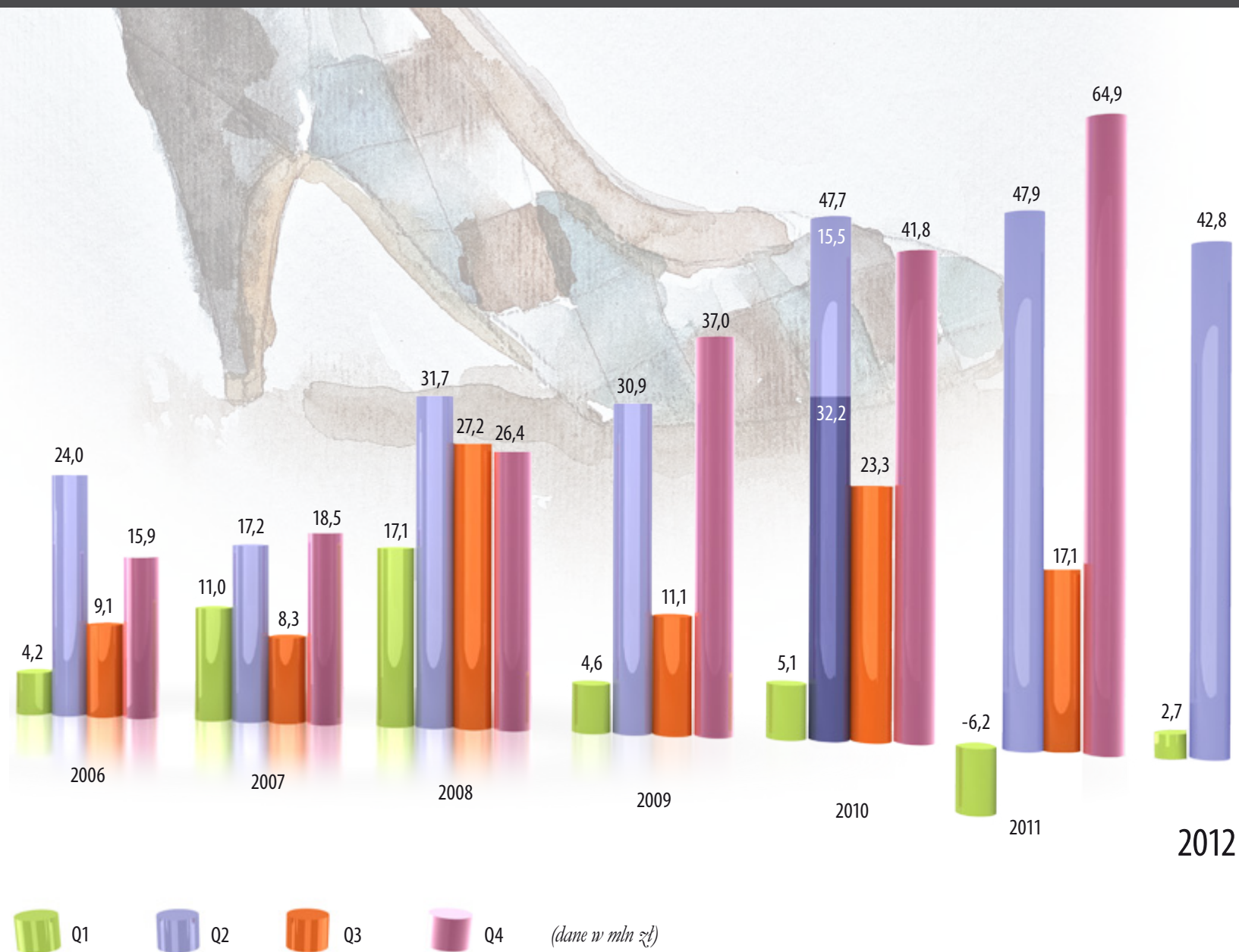


Koszty sprzedaży i czynsze w placówkach własnych



	CCC		BOTI		QUAZI	
	koszty sprzedaży (PLN/m ²)	w tym czynsz i pochodne (PLN/m ²)	koszty sprzedaży (PLN/m ²)	w tym czynsz i pochodne (PLN/m ²)	koszty sprzedaży (PLN/m ²)	w tym czynsz i pochodne (PLN/m ²)
1H 2012	198,2	96,6	188,4	76,6	309,4	176,2
1H 2011	186,6	92,1	182,0	75,4	301,3	161,2
zm % 2012/2011	6,2%	4,9%	3,5%	1,6%	2,7%	9,3%
2Q 2012	200,6	97,9	189,2	76,7	308,9	180,0
2Q 2011	192,5	94,4	187,9	78,3	310,8	168,1
zm % 2012/2011	4,2%	3,7%	0,7%	-2,0%	-0,6%	7,1%
1Q 2012	195,7	95,4	187,5	76,5	309,9	172,4
1Q 2011	180,7	89,8	176,2	72,4	291,9	154,2
zm % 2012/2011	8,3%	6,2%	6,4%	5,7%	6,2%	11,8%

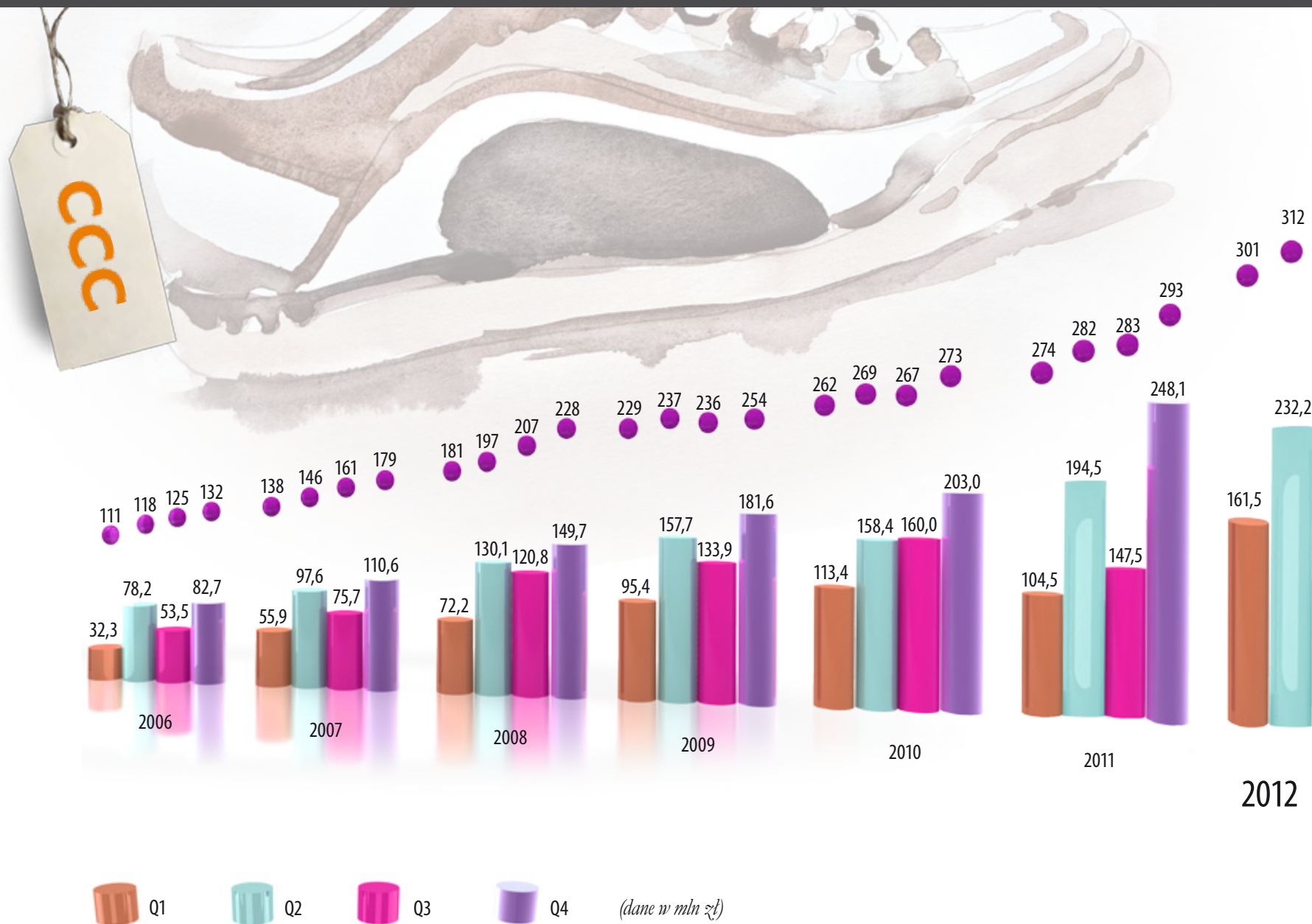
Skonsolidowany zysk netto 2006–2012



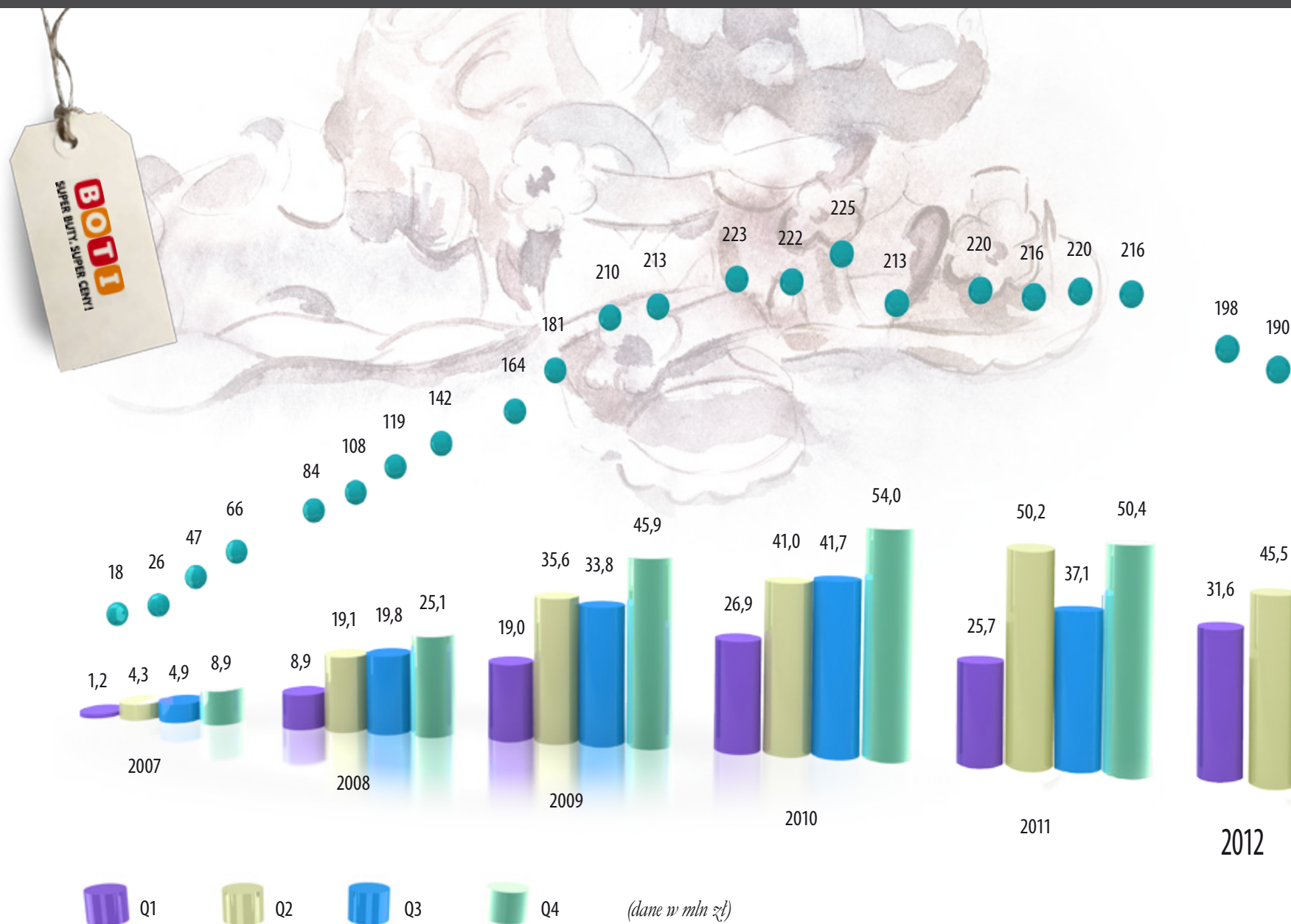
Przychody ze sprzedaży — placówki własne 2006–2012



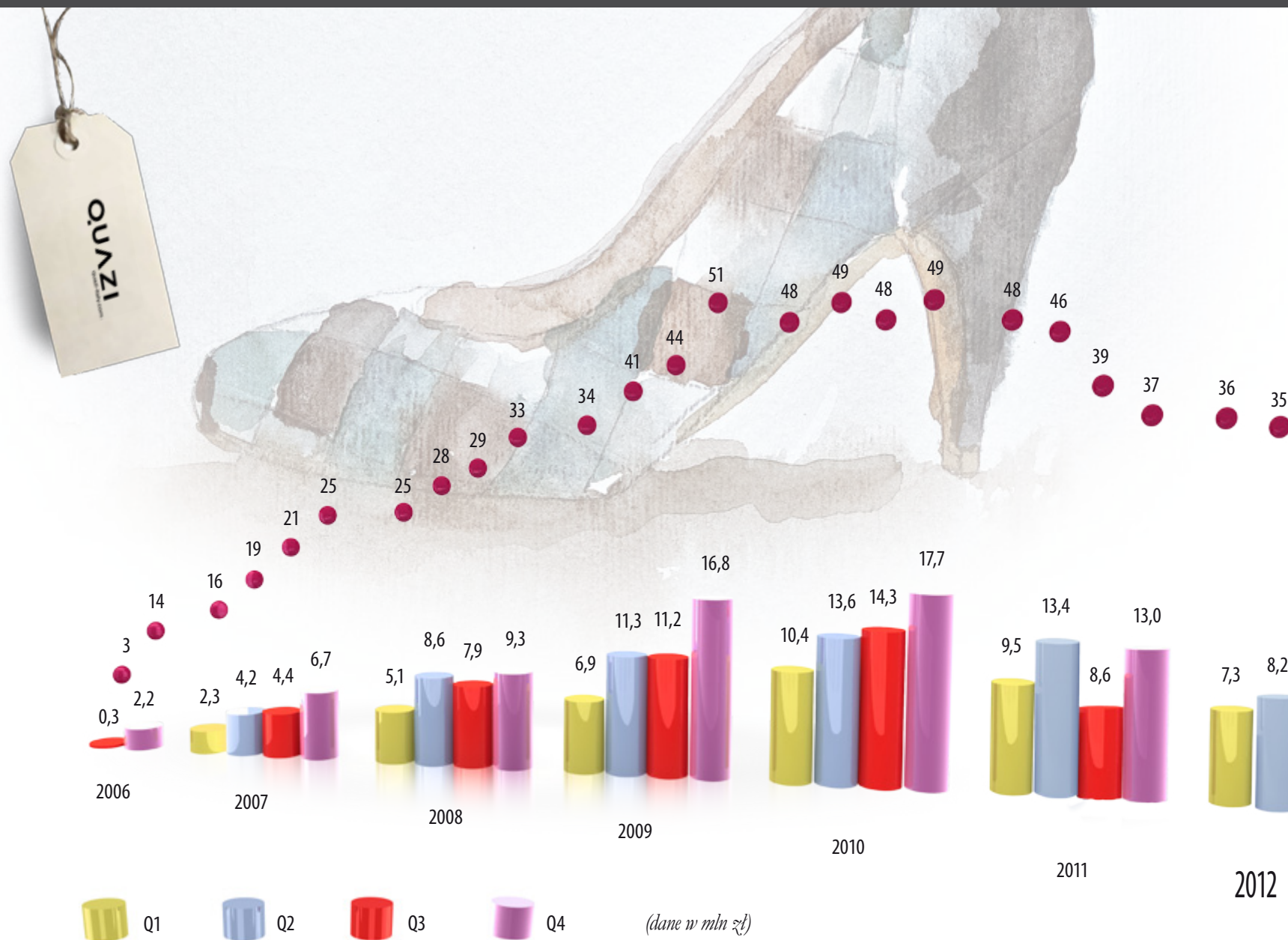
Przychody ze sprzedaży — salony CCC 2006–2012



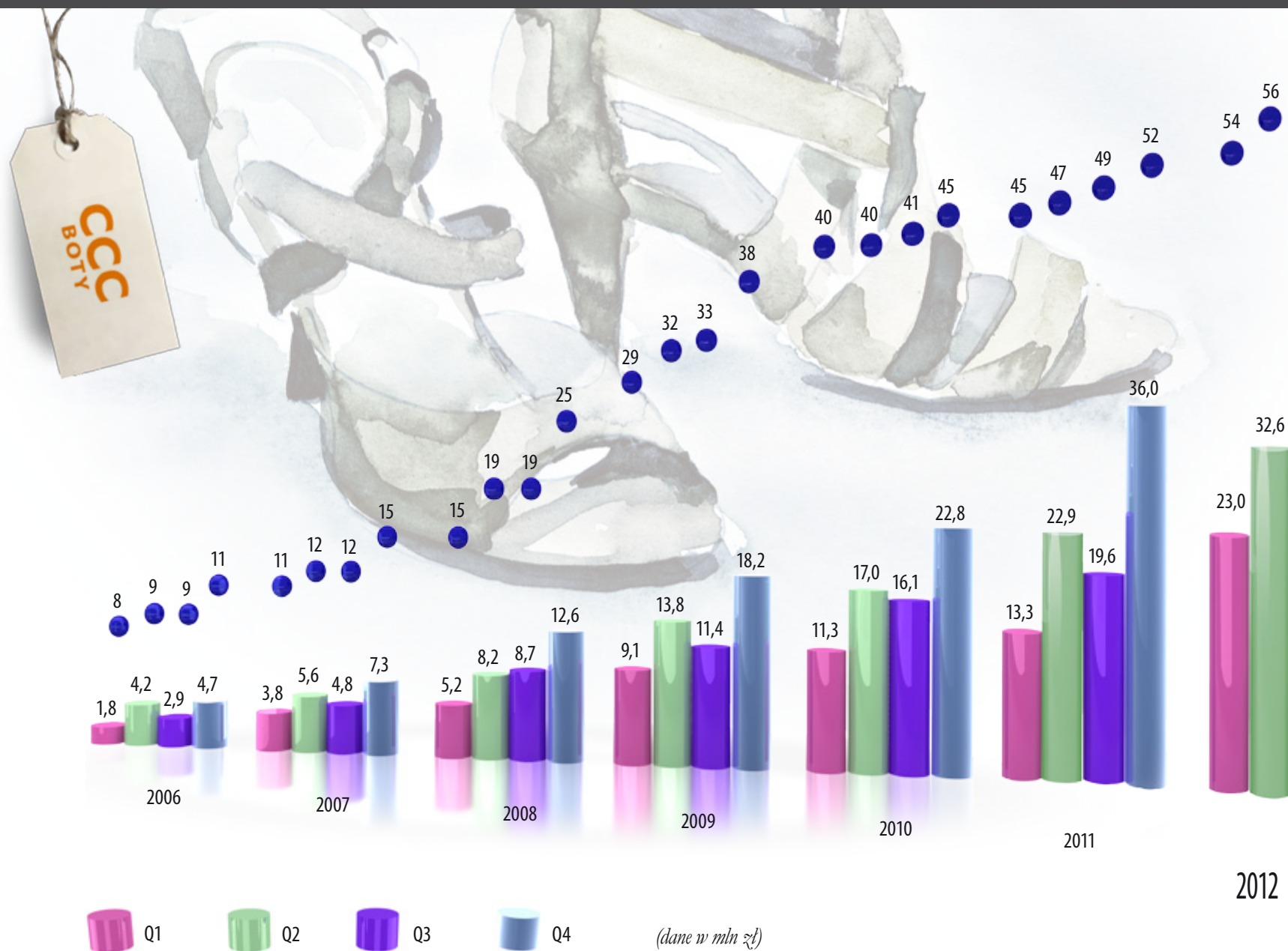
Przychody ze sprzedaży — sklepy BOTI 2007–2012

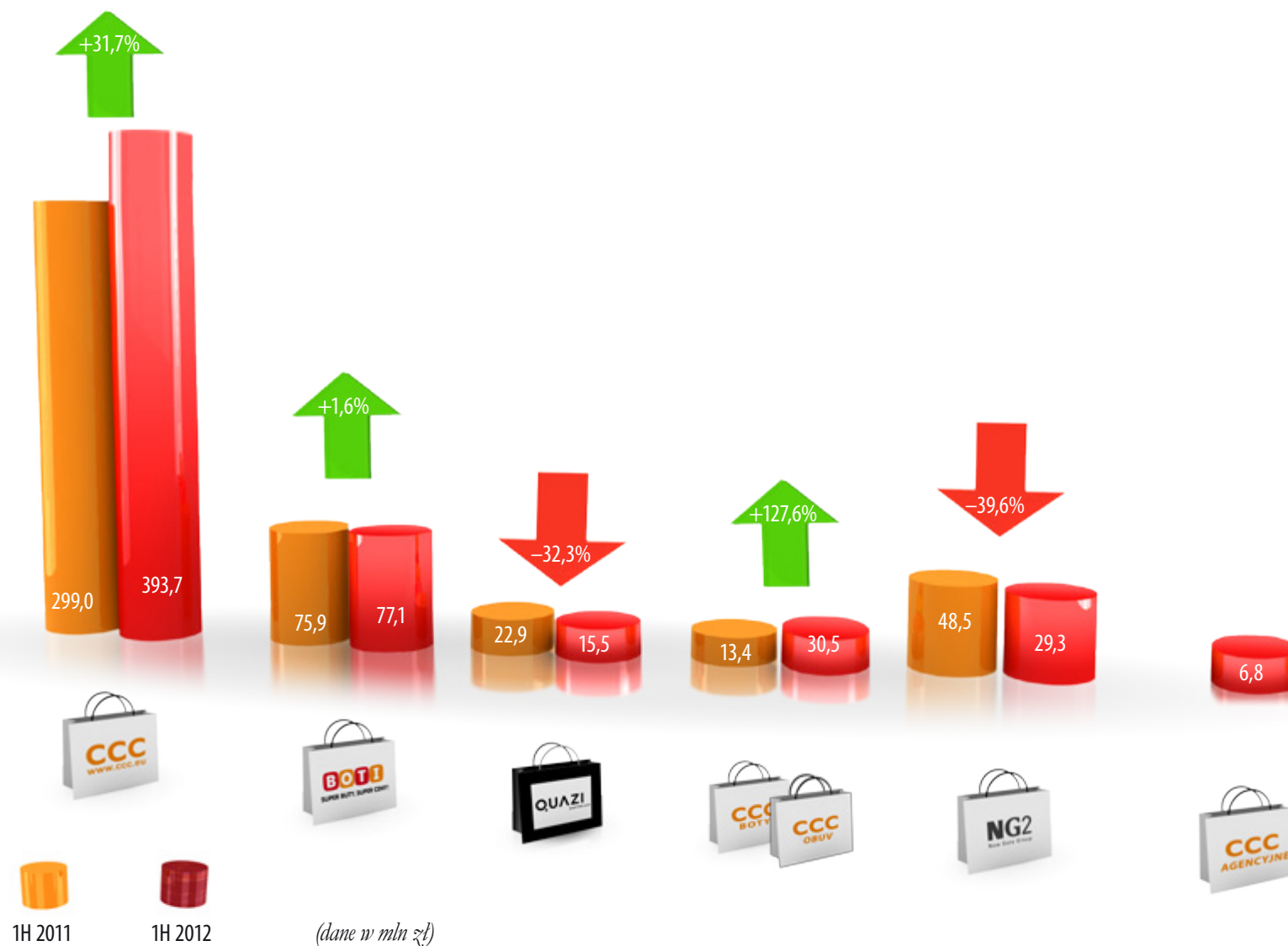


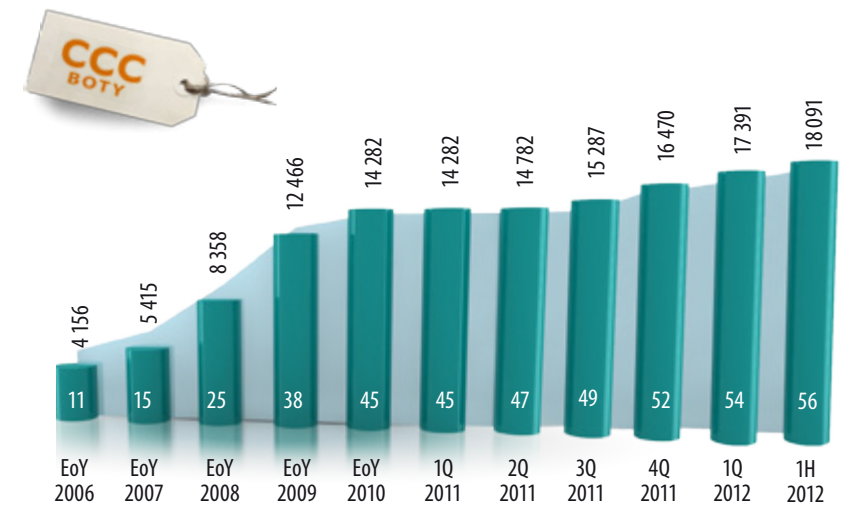
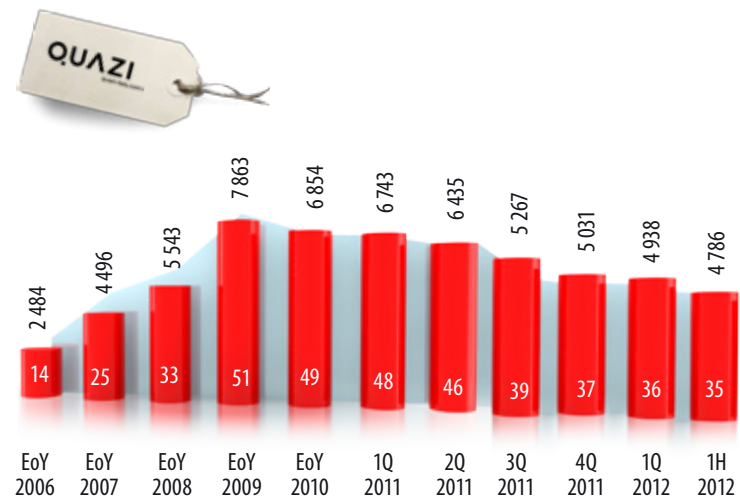
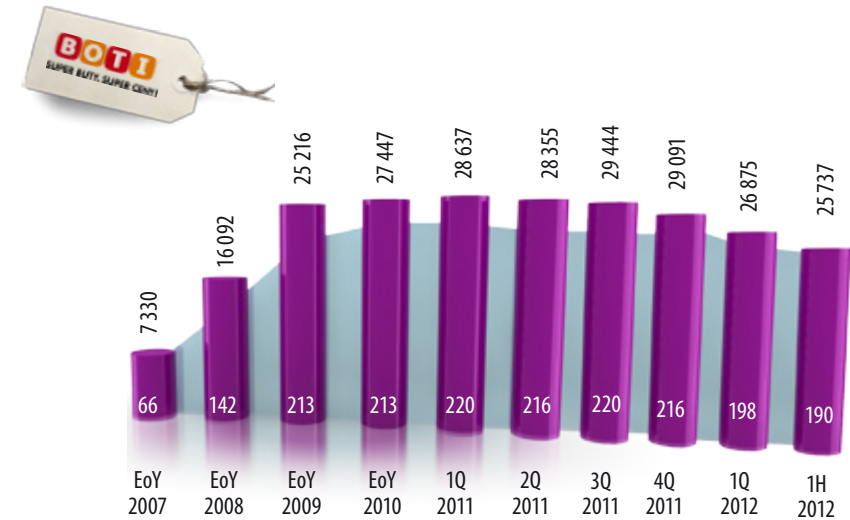
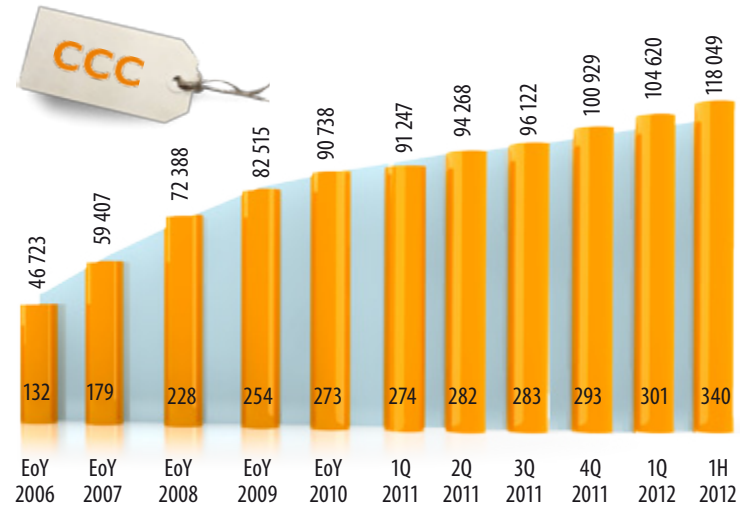
Przychody ze sprzedaży — butiki QUAZI 2006–2012



Przychody ze sprzedaży — salony CCC Boty Czech 2006–2012







Celem strategicznym na lata 2013–2015 jest zdobycie pozycji lidera rynku obuwniczego w każdym z krajów Europy Środkowej (Polska, Czechy, Słowacja, Węgry).

- Grupa NG2 zamierza wykorzystać spodziewane spowolnienie gospodarcze do dynamicznej ekspansji i do końca 2015 roku **powiększyć powierzchnię handlową o ponad 80% (blisko 150 tys. m²)***.
- W Polsce, w Czechach, na Słowacji i na Węgrzech ekspansja będzie prowadzona poprzez własne sklepy detaliczne. W Rosji, w Rumunii, w krajach nadbałtyckich oraz na innych rynkach będziemy współpracować z franczyzobiorcami.
- Priorytetem pozostanie dobór nowych lokalizacji pod kątem *spodziewanej zyskowności i stopy zwrotu*.

NG2 zamierza dokonać skokowego zwiększenia skali działalności i jednocześnie utrzymać wysoką rentowność przy zachowaniu wysokiej stopy zwrotu z kapitału własnego (ROE).

- Grupa NG2 zamierza podwoić przychody ze sprzedaży już w roku 2015.
- Zakładamy na lata 2013–2015 długoterminową rentowność operacyjną EBIT na poziomie 15–16% i rentowność netto na poziomie 11–13%.
- Stopa zwrotu z kapitału własnego nie spadnie poniżej 20%.

Konsekwentne zwiększanie potencjału sieci sprzedaży

- Poszerzanie oferty produktowej i wprowadzanie nowego asortymentu do sklepów
- Działania marketingowe wspierające markę CCC – w prasie, w internecie i w telewizji
- Promowanie programu lojalnościowego (Klubu CCC) i aktywne wykorzystywanie go do akcji wspierających sprzedaż

** okres 3 i pół roku*

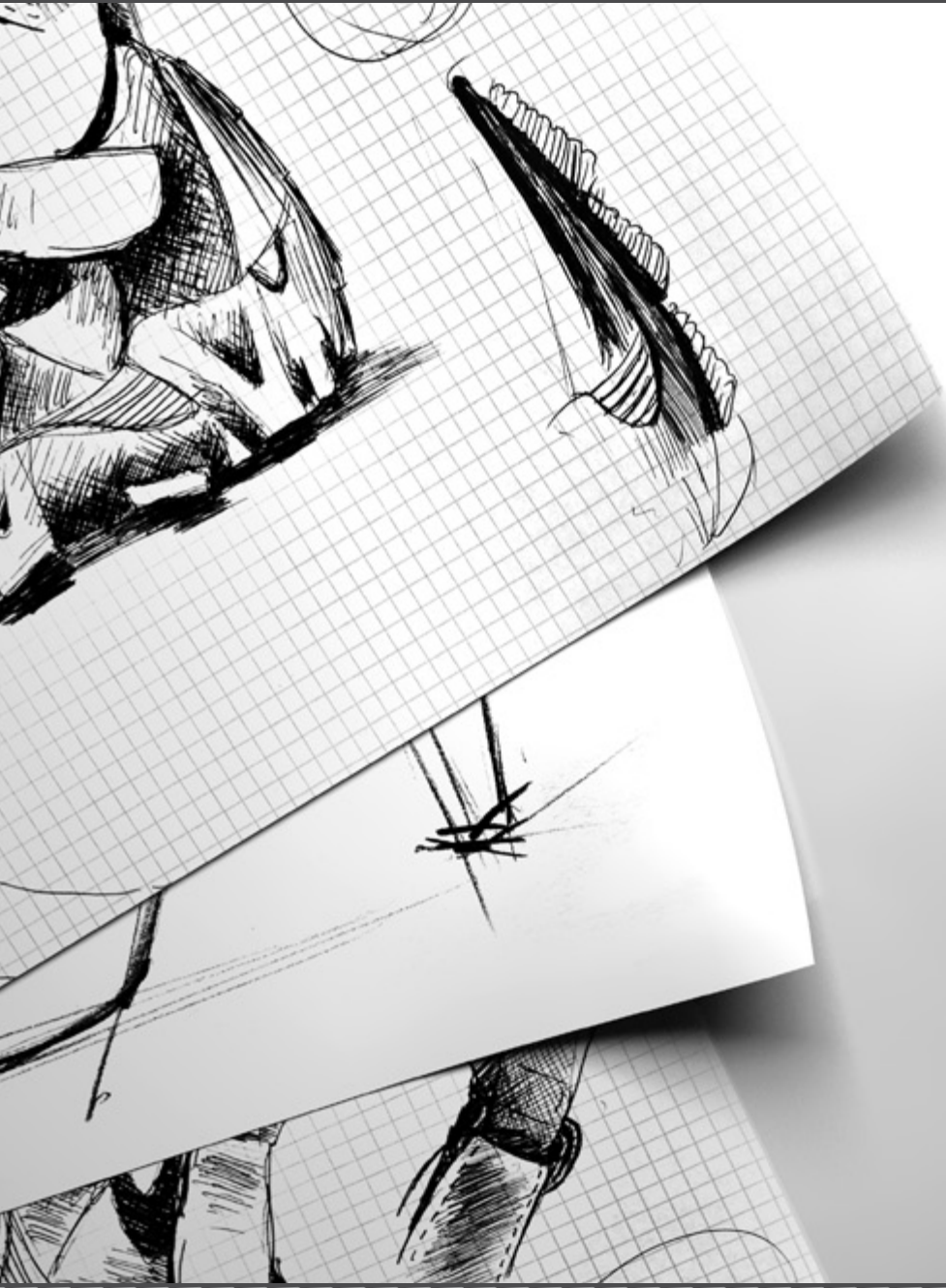
Zarząd NG2 zakłada jednocyfrowe wzrosty przychodów w sklepach porównywalnych CCC w latach 2013–2015. Cel wydaje się być dość łatwy do osiągnięcia dzięki nowym produktom w ofercie, akcjom marketingowym i programowi lojalnościowemu.

Poszerzenie oferty produktowej :

- Nowe marki obuwia skózanego produkowanego przez NG2 – **Lasocki Fashion for Men, Lasocki Kids, Lasocki Young.**
- Bardzo szeroka oferta obuwia dziecięcego sygnowanego logo **Disney'a**.
- Coraz szersza oferta akcesoriów towarzyszących sprzedaży obuwia.
- Wprowadzenie **obuwia sportowego** znanych światowych brandów (Nike, Puma, Adidas).

W 2013 roku zaprezentujemy nowy wizerunek sklepów CCC z gwiazdami promującymi markę – **Anną Przybylską i Piotrem Adamczykiem w Polsce oraz Tatianą Kucharową (Miss World 2006) w Czechach i na Słowacji.** Wraz z postępem ekspansji w innych krajach europejskich wysoce prawdopodobne jest zaangażowanie w kolejnych latach gwiazdy światowego formatu.

Uruchomienie **programu lojalnościowego** dla klientów CCC
6 sierpnia – na dzień 29.08.2012 aktywnych jest już **170.000 klientów.**



W roku 2012 Grupa NG2 powiększy powierzchnię handlową w sklepach własnych o co najmniej 37 tys. m² (ponad 24%) dzięki intensywnemu rozwojowi w Polsce, w Czechach, na Słowacji i na Węgrzech oraz dzięki zamianie części sklepów franczyzowych na agencyjne.

W latach 2013-2015 planujemy powiększyć powierzchnię handlową o nie mniej niż 127 tys. m²:

- w sklepach własnych w Polsce, w Czechach, na Słowacji i na Węgrzech o blisko 93 tys. m²*
 - w sklepach franczyzowych w Europie Środkowej i Wschodniej o ponad 34 tys. m²*
-

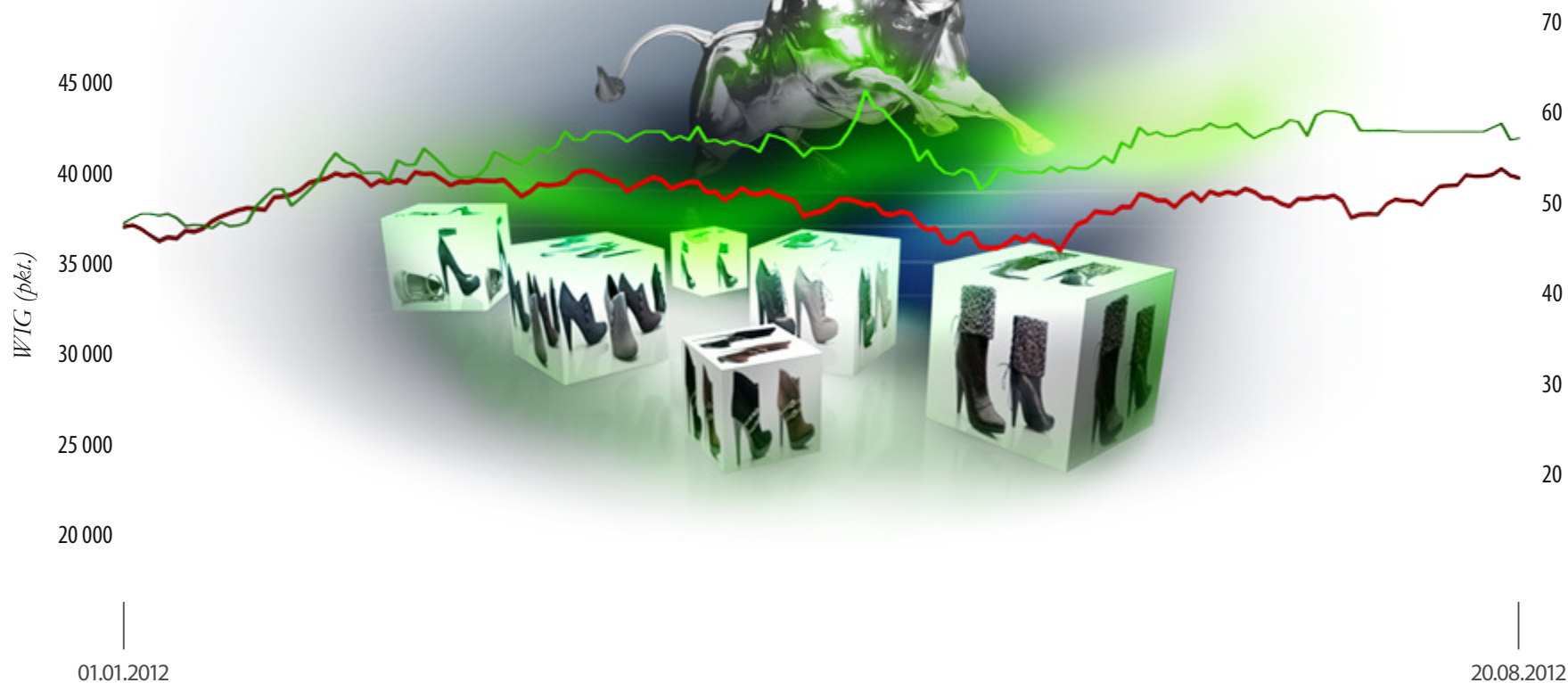
Należy spodziewać się w tym okresie otwierania sklepów funkcjonujących tylko pod marką CCC – własnych i franczyzowych, zarówno w kraju, jak i za granicą.



*Zmiana wartości WIG
od początku 2012*



*Zmiana kursu akcji
od początku 2012*



W listopadzie 2004 Spółka NG2 S.A. weszła na rynek papierów wartościowych jako spółka CCC S.A., od 2 grudnia jest notowana na Warszawskiej GPW.

Głównym akcjonariuszem i założycielem Grupy NG2 jest Pan Dariusz Miłek, Prezes Zarządu NG2 S.A.

Całkowita liczba akcji:

38 400 000

