

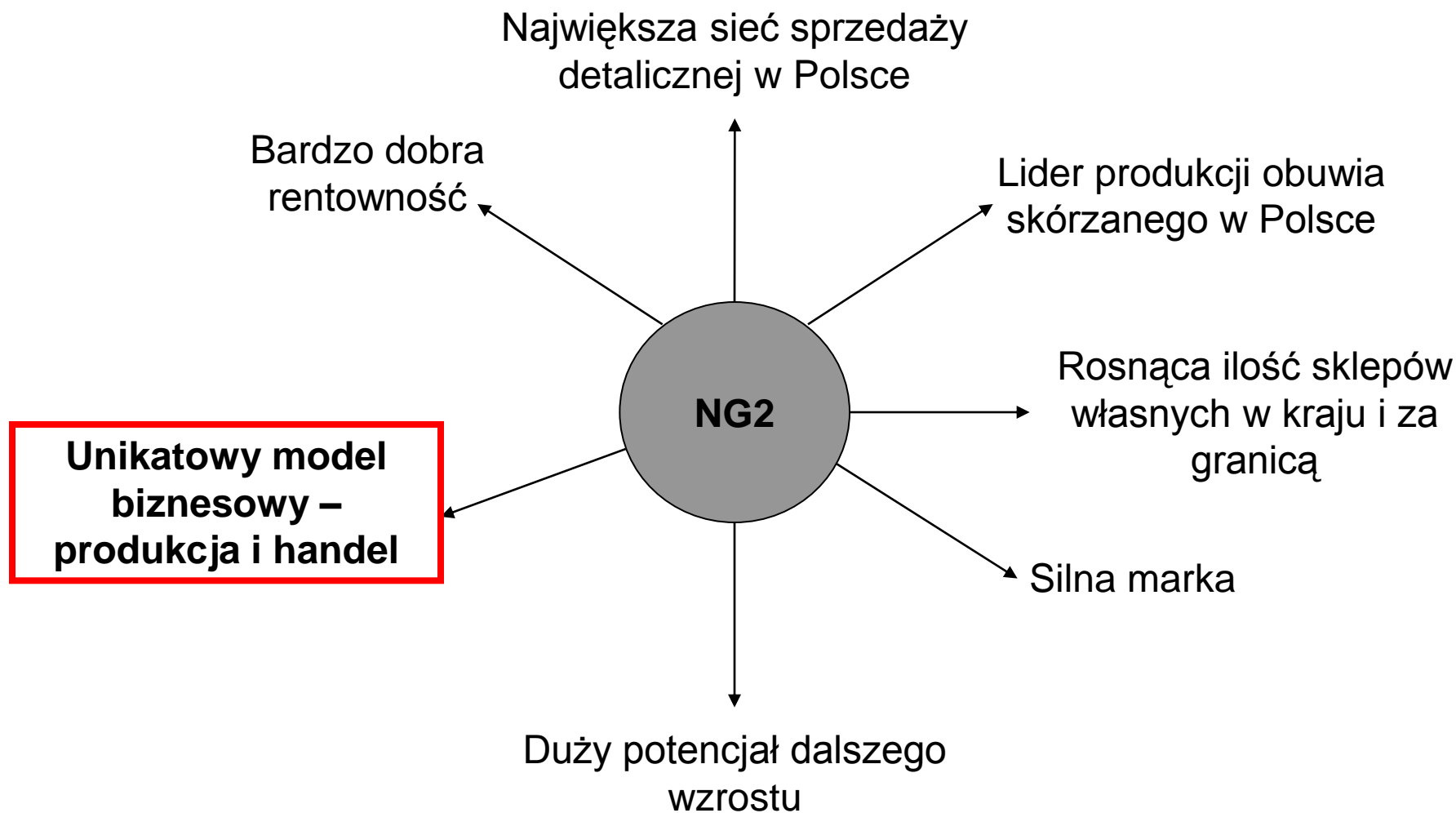
NG2

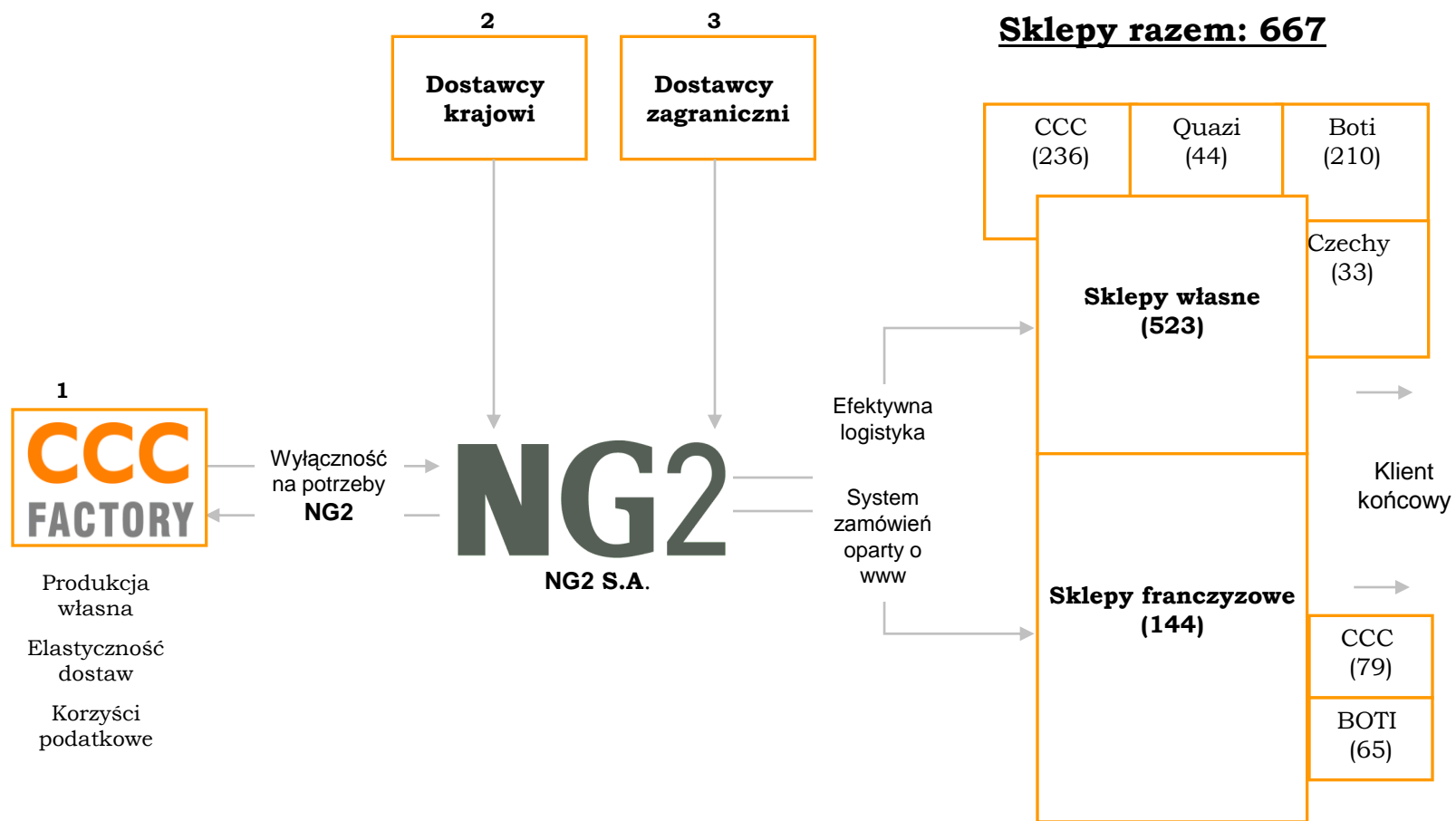
New Gate Group



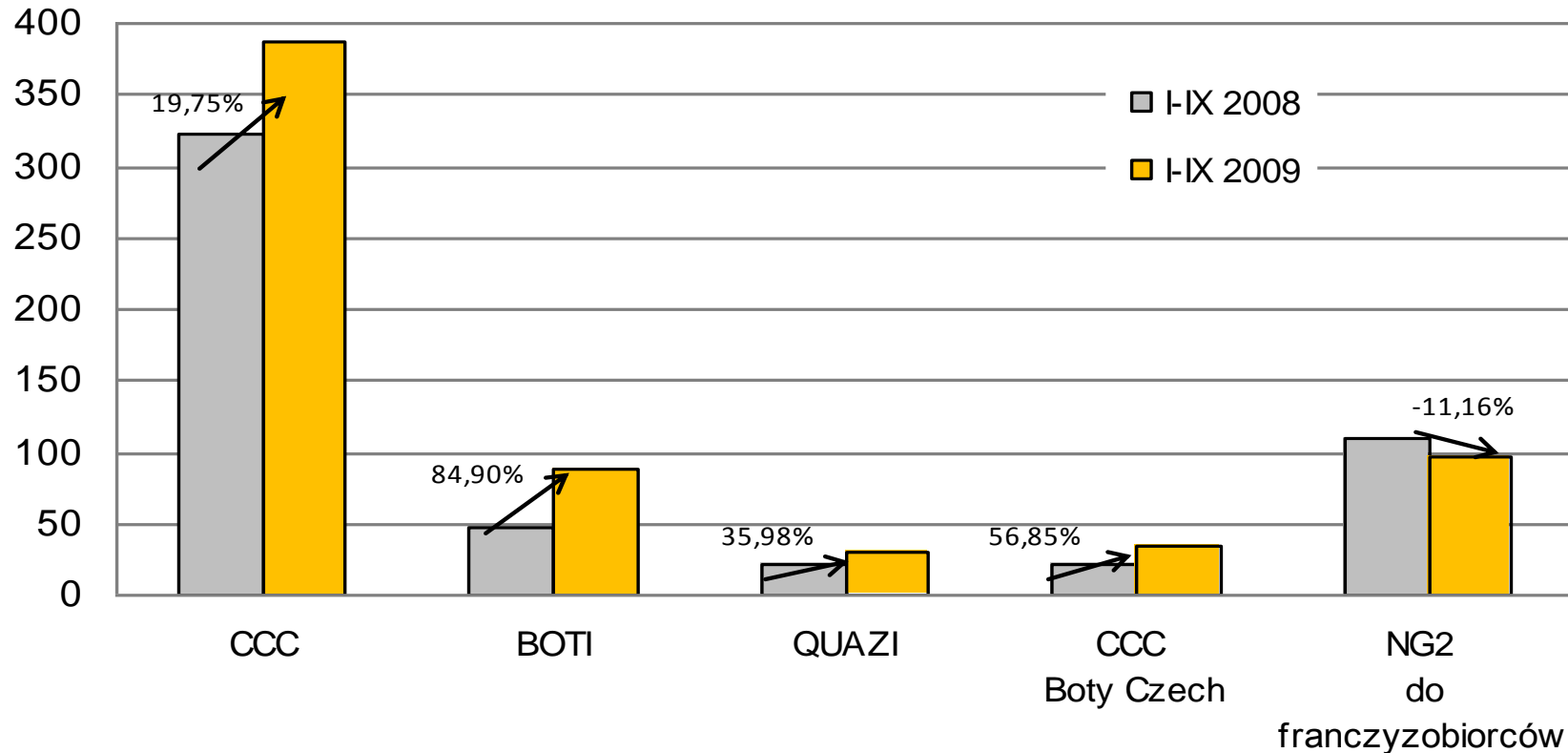
Prezentacja wyników finansowych za III kwartał 2009

- Grupa NG2 zanotowała **najlepsze w branży wyniki w III kwartale.**
- Strategia NG2 zakłada dalszy **dynamiczny wzrost i powiększanie udziału rynkowego.**
- Inwestycje zwiększą **efektywność działania i optymalizację procesów.**

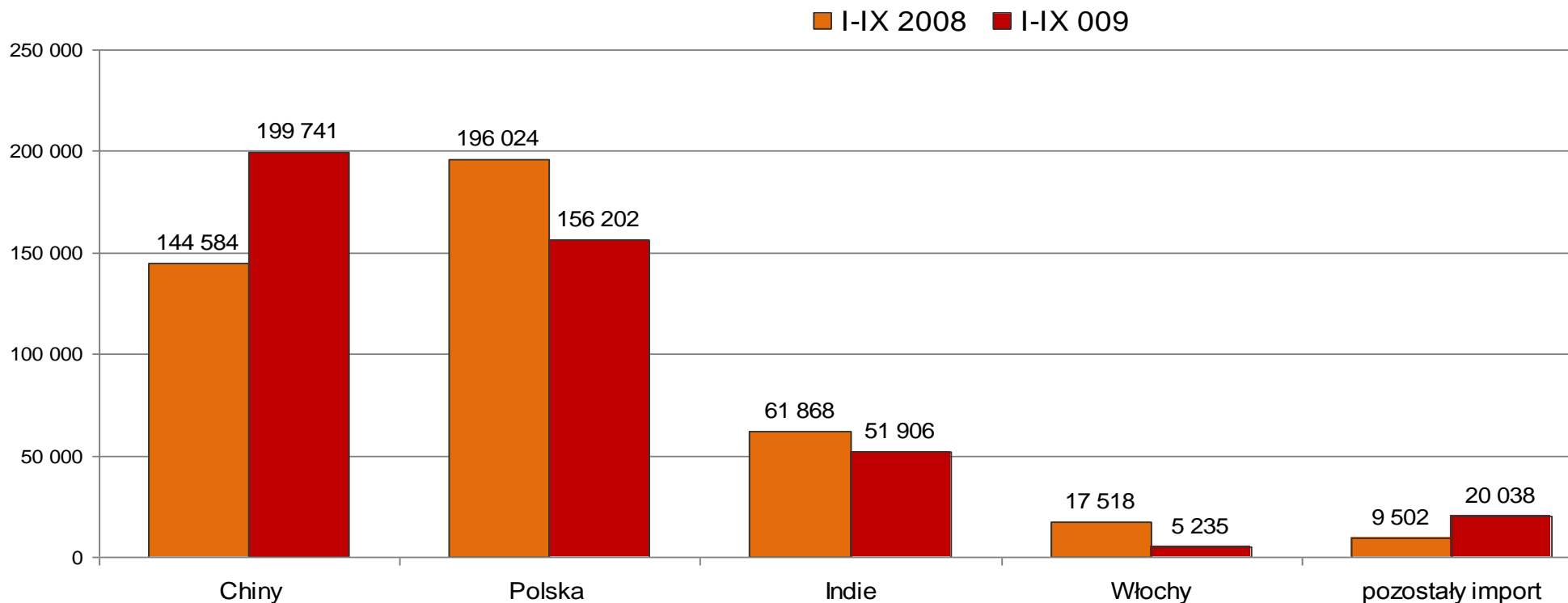




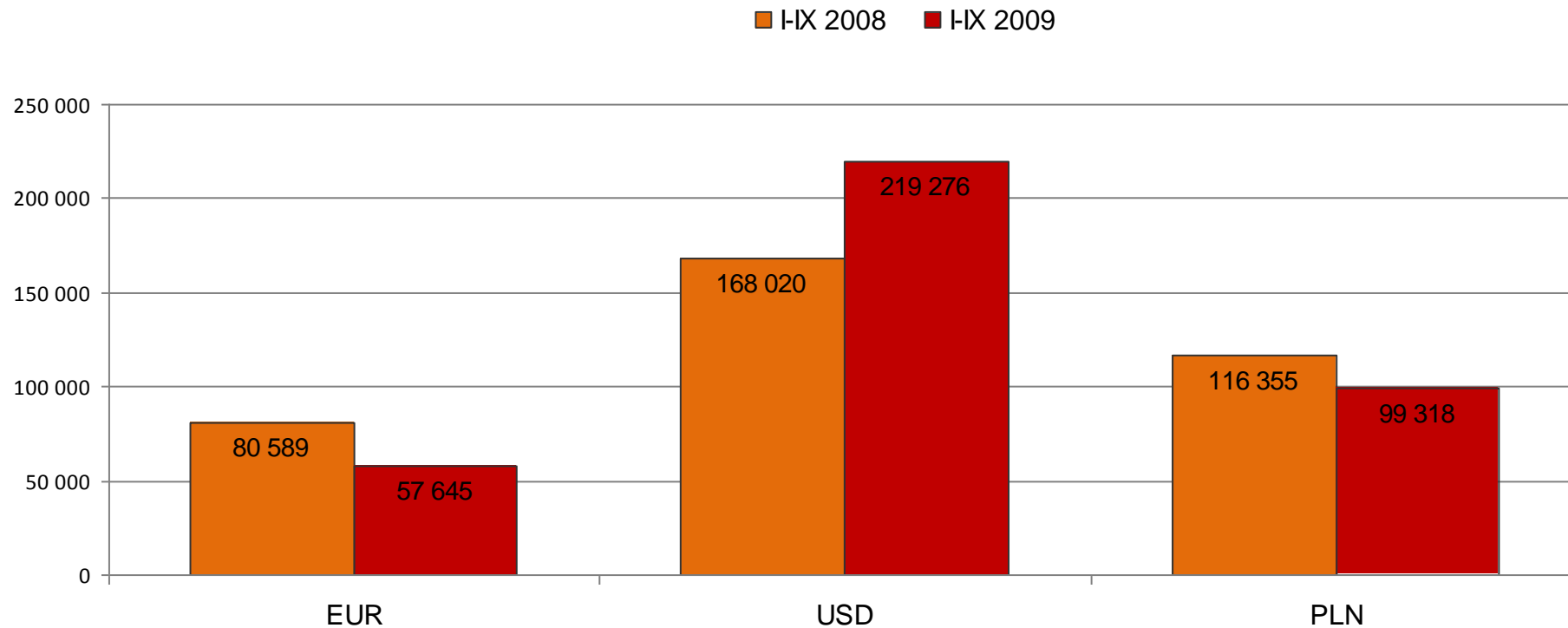
Przychody ze sprzedaży (mln PLN)



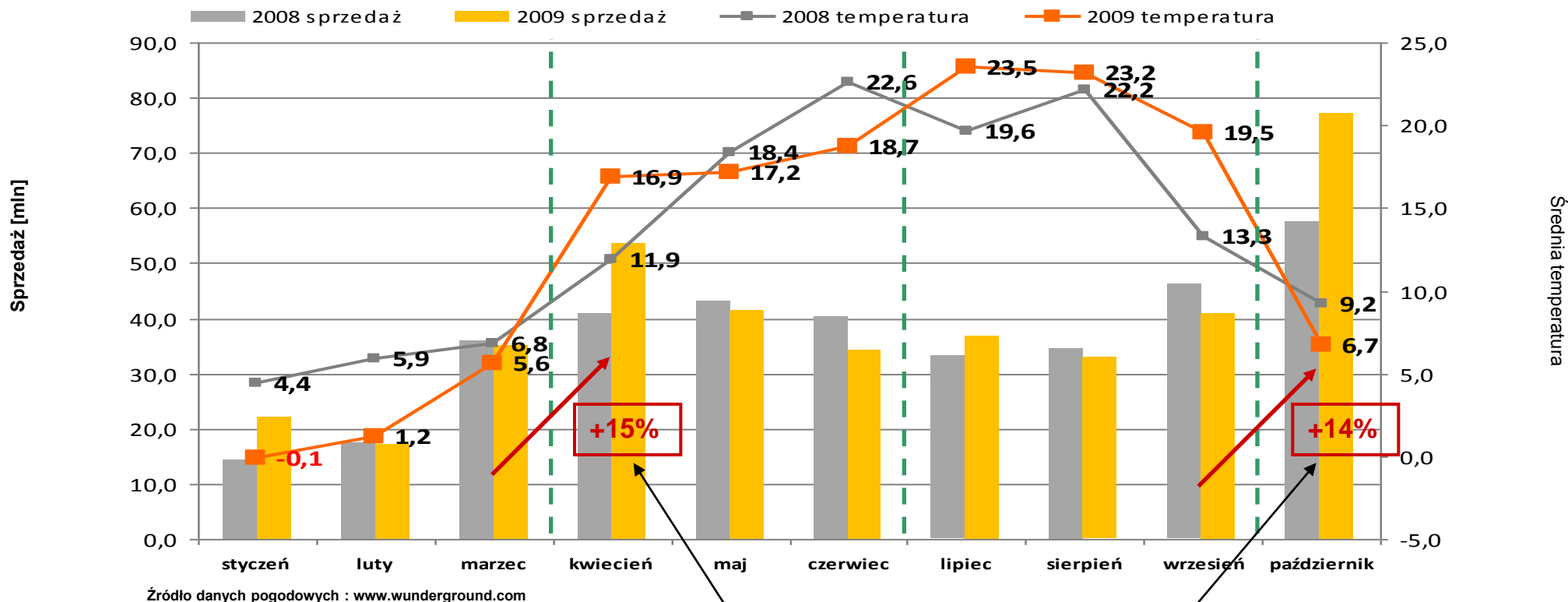
Struktura terytorialna zakupów (w tys. PLN)



Struktura walutowa zakupów (w tys. PLN)



Zależność między sprzedażą a wysokością temperatury



**Uśrednione poziomy wzrostu przychodów r/r w miesiącach
marzec - kwiecień i wrzesień – październik**

*dotyczy salonów porównywalnych funkcjonujących co najmniej 12 m-cy
średnia temperatura została opracowana na podstawie miast: Wrocław, Szczecin, Gdańsk, Poznań, Warszawa

wrzesień, październik 2008 vs. wrzesień, październik 2009

178 sklepów CCC	wrzesień 2008	wrzesień 2009	różnica %
ilość odwiedzających	7 154 439	6 948 944	-2,9%
ilość transakcji	618 131	539 816	-12,7%
sprzedaż netto	43 996 951	37 625 291	-14,5%
efektywność sprzedaży	8,6%	7,8%	-10,1%
średnia wartość paragonu	71 zł	70 zł	-2,1%
przychód na 100 klientów	615 zł	541 zł	-12,0%

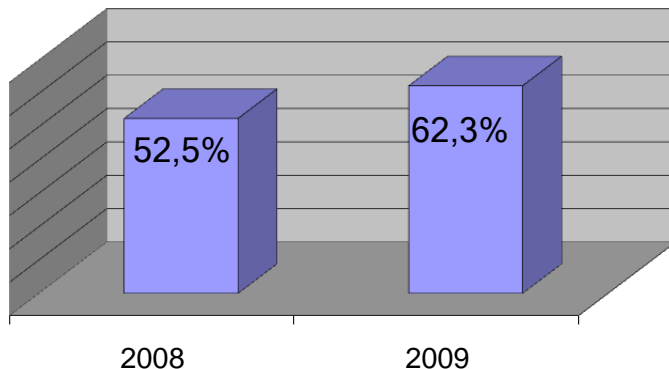
188 sklepów CCC	październik 2008	październik 2009	różnica %
ilość odwiedzających	7 759 415	8 955 511	15,4%
ilość transakcji	604 972	751 619	24,2%
sprzedaż netto	53 383 594	70 247 559	31,6%
efektywność sprzedaży	7,8%	8,4%	7,6%
średnia wartość paragonu	88 zł	93 zł	5,9%
przychód na 100 klientów	688 zł	784 zł	14,0%

CCC	wrzesień-październik 2008	wrzesień-październik 2009	różnica %
ilość odwiedzających	14 913 854	15 904 455	6,6%
ilość transakcji	1 223 103	1 291 435	5,6%
sprzedaż netto	97 380 545	107 872 850	10,8%
efektywność sprzedaży	8,2%	8,1%	-1,0%
średnia wartość paragonu	80 zł	84 zł	4,9%
przychód na 100 klientów	653 zł	678 zł	3,9%

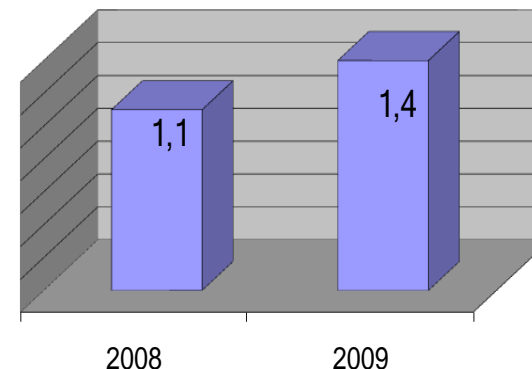
	3Q 2008 `000 PLN	3Q 2009 `000 PLN	Zmiana 3Q 2009/2008
Przychody ze sprzedaży	200 429	229 573	14,5%
Zysk (strata) brutto na sprzedaży	102 212	115 812	13,3%
Marża brutto na sprzedaży	51,00%	50,45%	-1,1%
Koszty sprzedaży	61 782	87 581	41,8%
Koszty ogólnego zarządu	1 922	3 433	78,6%
EBIT	35 540	15 583	-56,2%
Koszty finansowe	2 478	2 304	-7,0%
Zysk (strata) brutto	33 099	13 339	-59,7%
Zysk (strata) netto	27 234	11 067	-59,4%
Rentowność netto	13,59%	4,82%	-64,5%
Aktywa razem	493 678	617 873	25,2%
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	221 880	314 796	41,9%
Zobowiązania długoterminowe	17 763	107 210	503,6%
Zobowiązania krótkoterminowe	204 117	207 586	1,7%
Kapitał własny	271 798	303 077	11,5%

	I-IX 2008 `000 PLN	I-IX 2009 `000 PLN	Zmiana r/r 2009/2008
Przychody ze sprzedaży	532 758	651 831	22,4%
Zysk (strata) brutto na sprzedaży	284 444	331 287	16,5%
Marża brutto na sprzedaży	53,39%	50,82%	-4,8%
Koszty sprzedaży	175 622	260 646	48,4%
Koszty ogólnego zarządu	5 932	8 840	49,0%
EBIT	99 535	62 321	-37,4%
Koszty finansowe	8 129	6 962	-14,4%
Zysk (strata) brutto	91 535	55 917	-38,9%
Zysk (strata) netto	76 045	46 554	-38,8%
Rentowność netto	14,27%	7,14%	-50,0%
Aktywa razem	493 678	617 873	25,2%
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	221 880	314 796	41,9%
Zobowiązania długoterminowe	17 763	107 210	503,6%
Zobowiązania krótkoterminowe	204 117	207 586	1,7%
Kapitał własny	271 798	303 077	11,5%

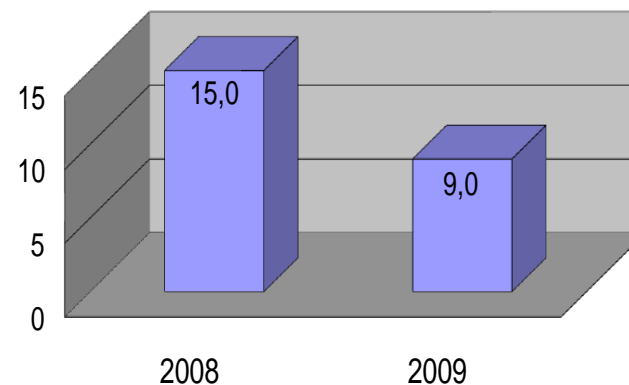
wskaźnik zadłużenia kapitału własnego (%)



wskaźnik zadłużenia EBITDA



wskaźnik pokrycia odsetek zyskiem



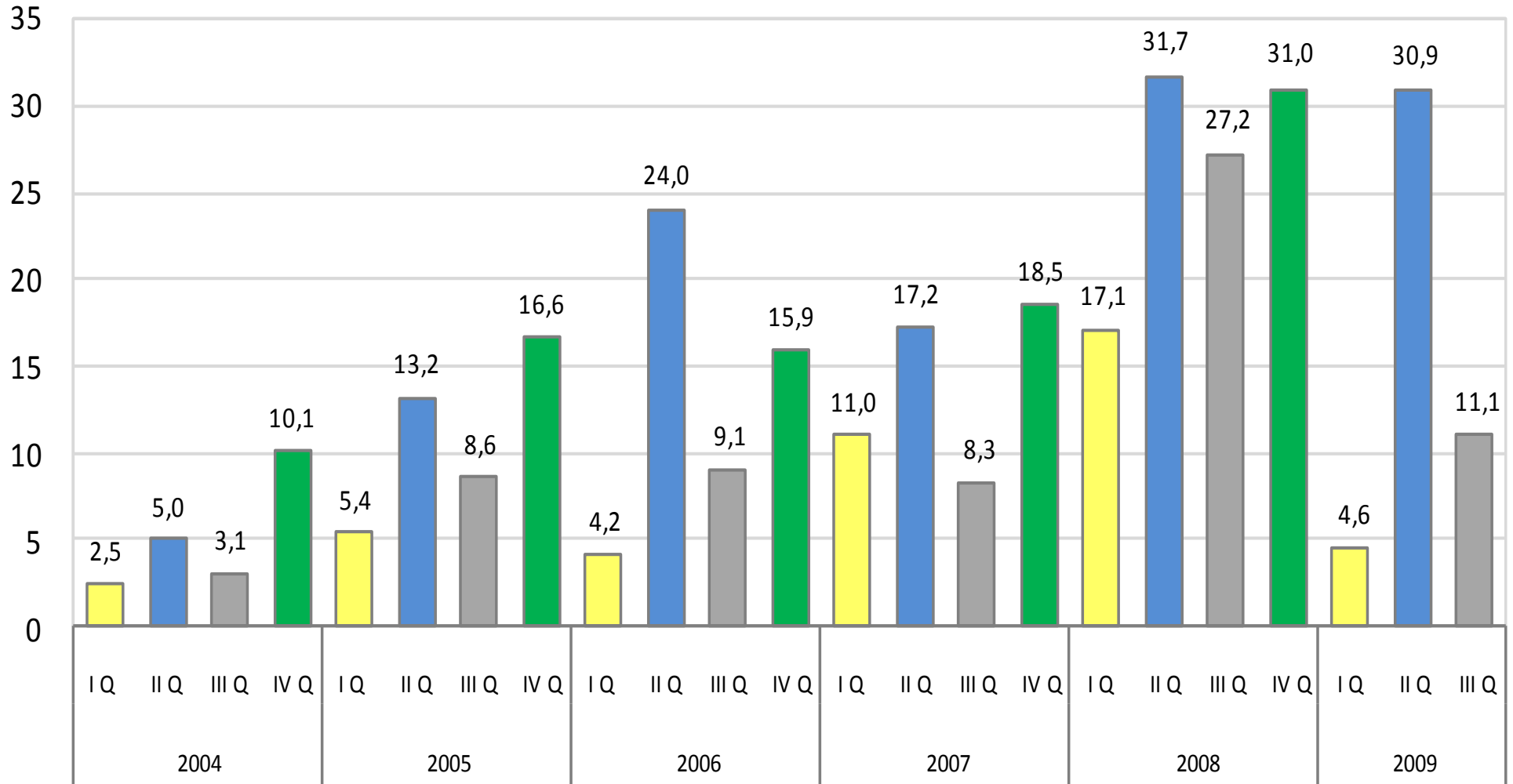
	2008	2009
wskaźnik zadłużenia kapitału własnego (%)	52,5%	62,3%
wskaźnik zadłużenia EBITDA	1,1	1,4
wskaźnik pokrycia odsetek zyskiem	15,0	9,0

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

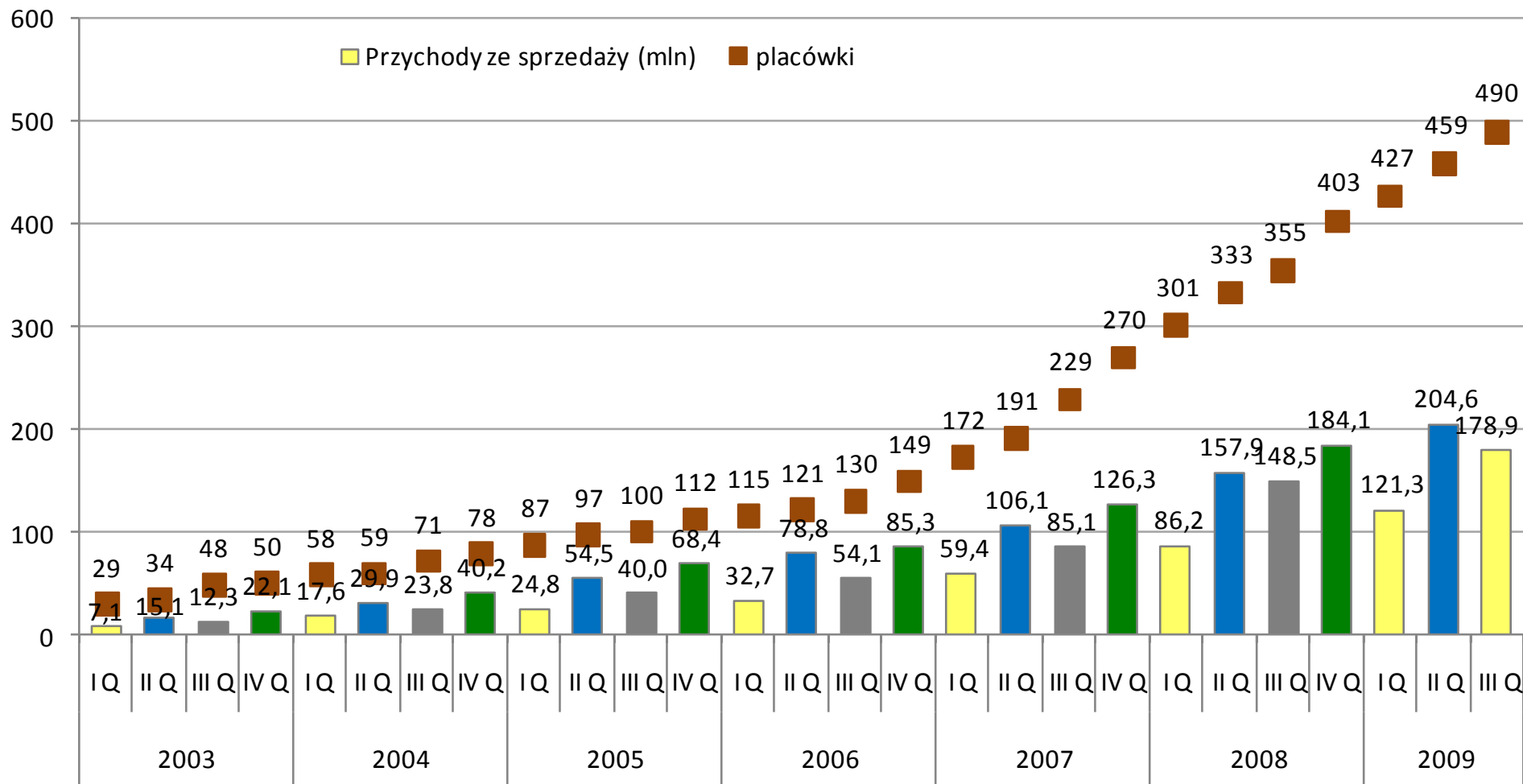
Wskaźnik zadłużenia EBITDA = (zobowiązania z tytułu kredytów, pożyczek i leasingu - cash) / zannualizowany EBITDA

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

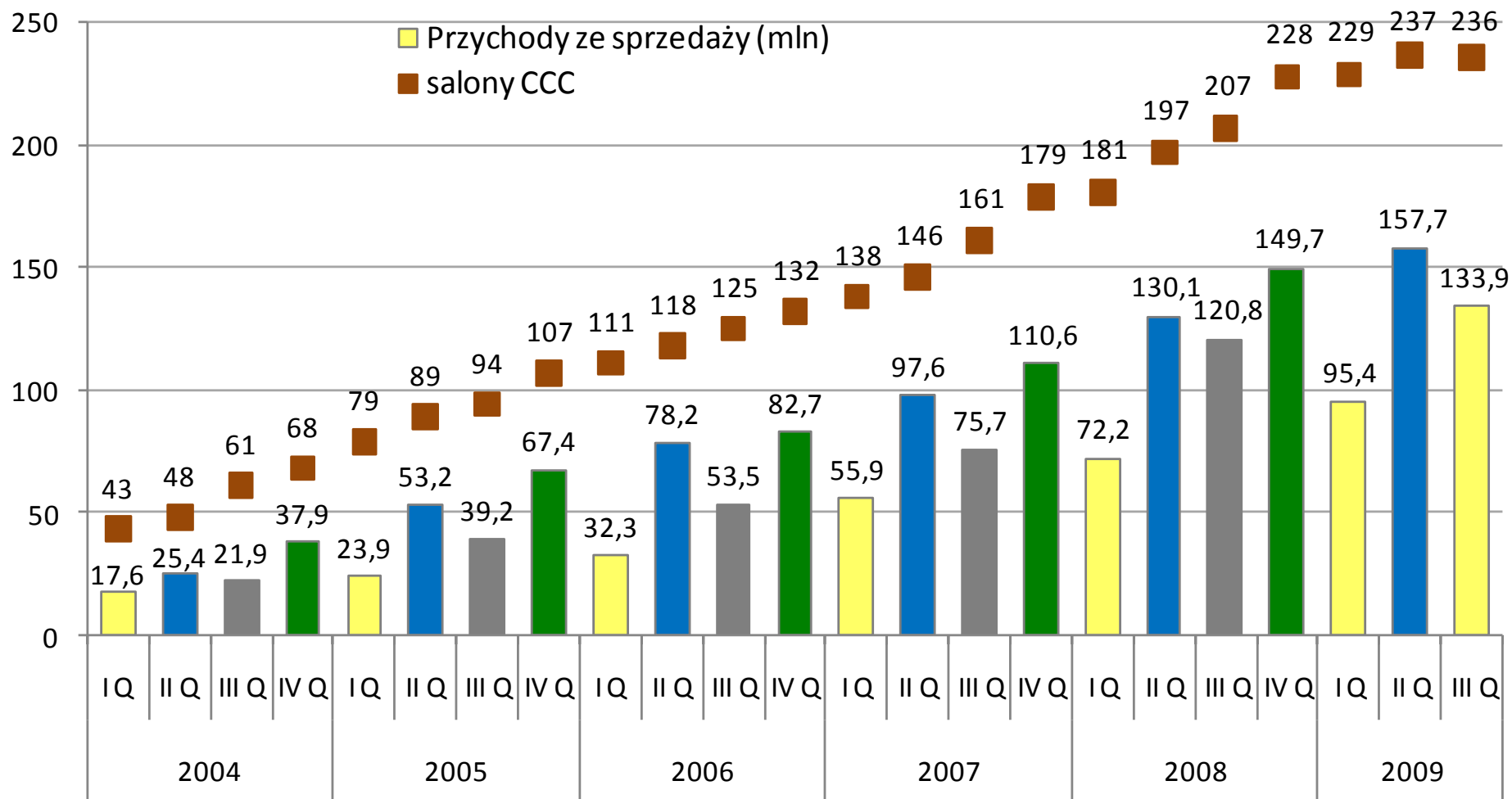
Skonsolidowany zysk netto 2004-2009 (wartości w mln)



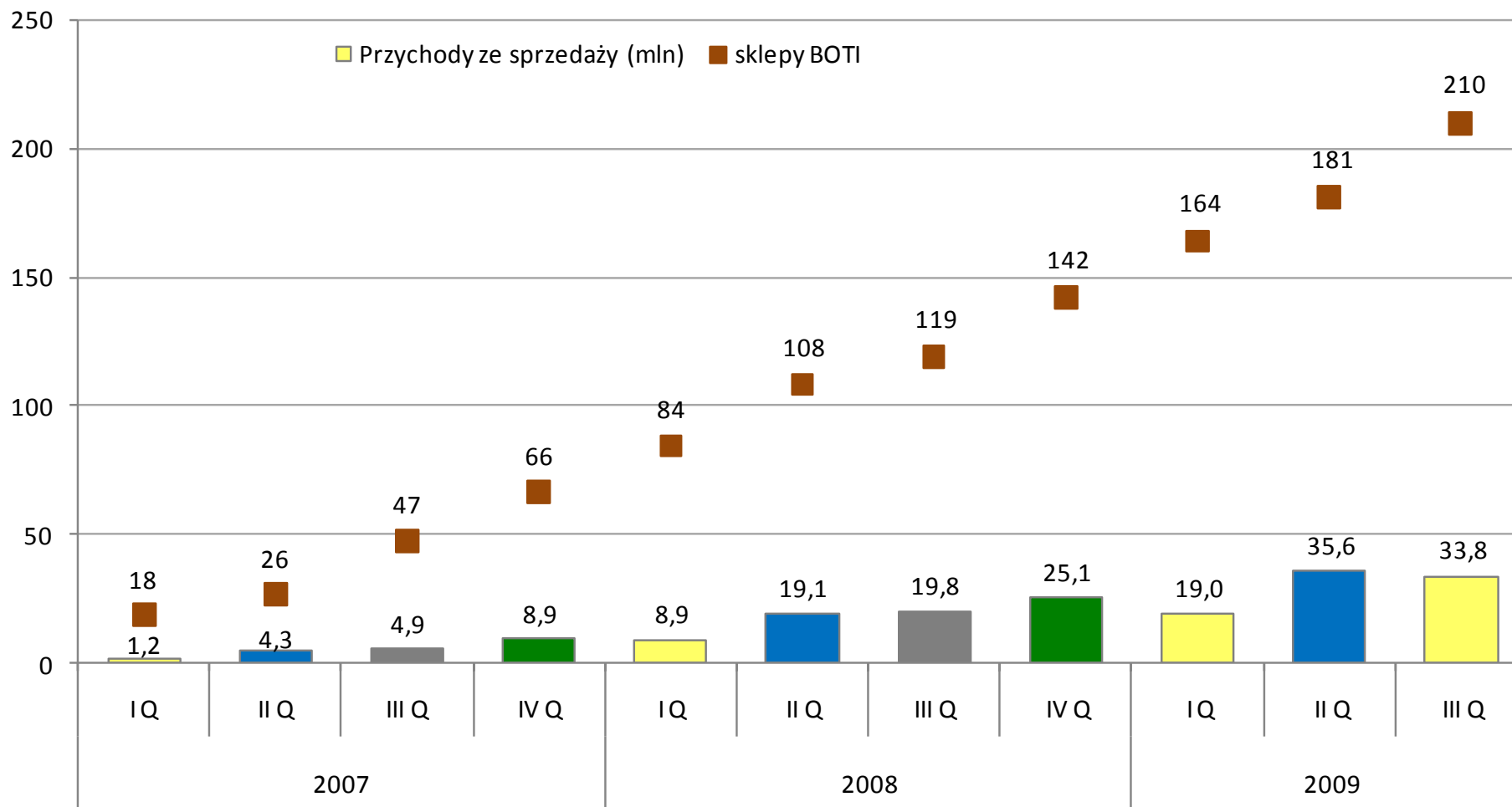
Przychody ze sprzedaży - placówki własne 2004-2009



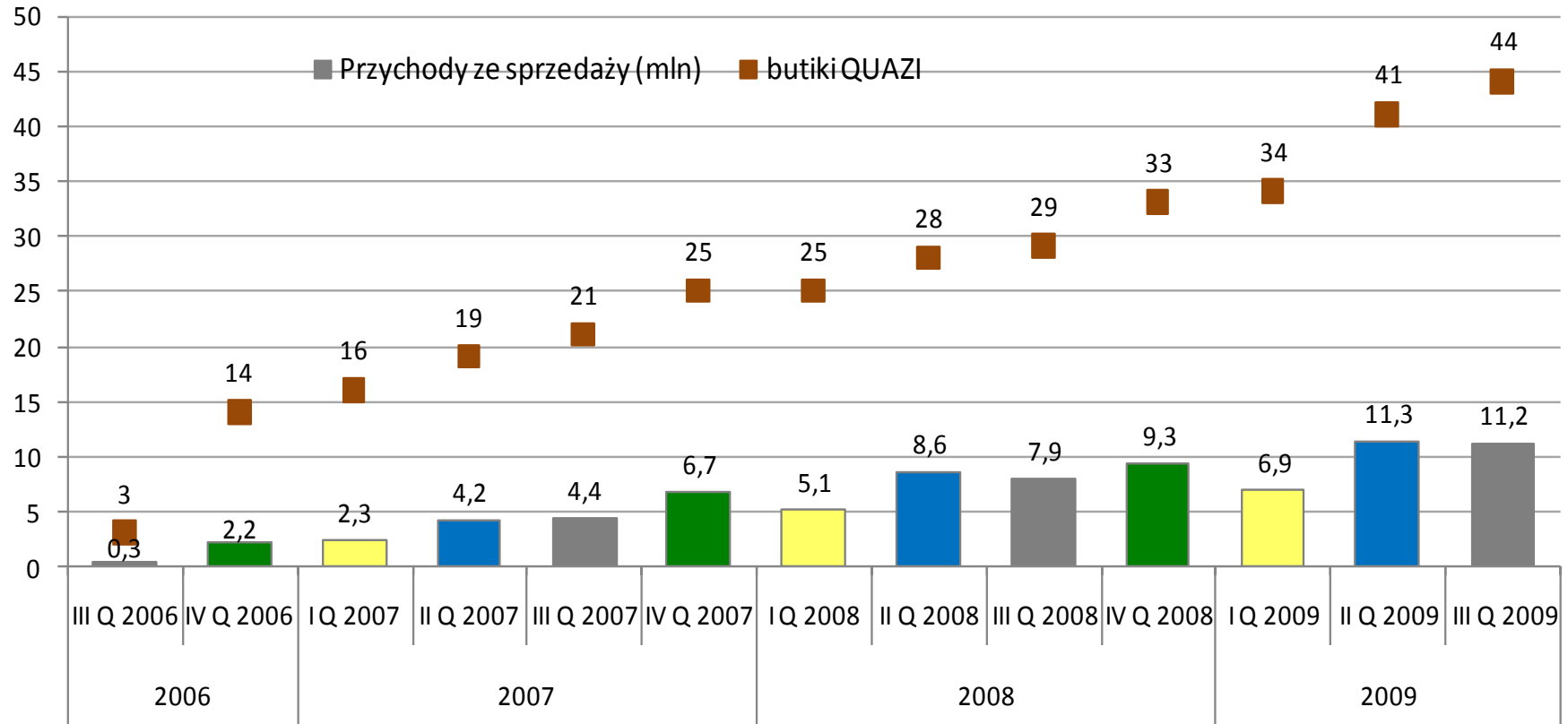
Przychody ze sprzedaży – salony CCC 2004-2009



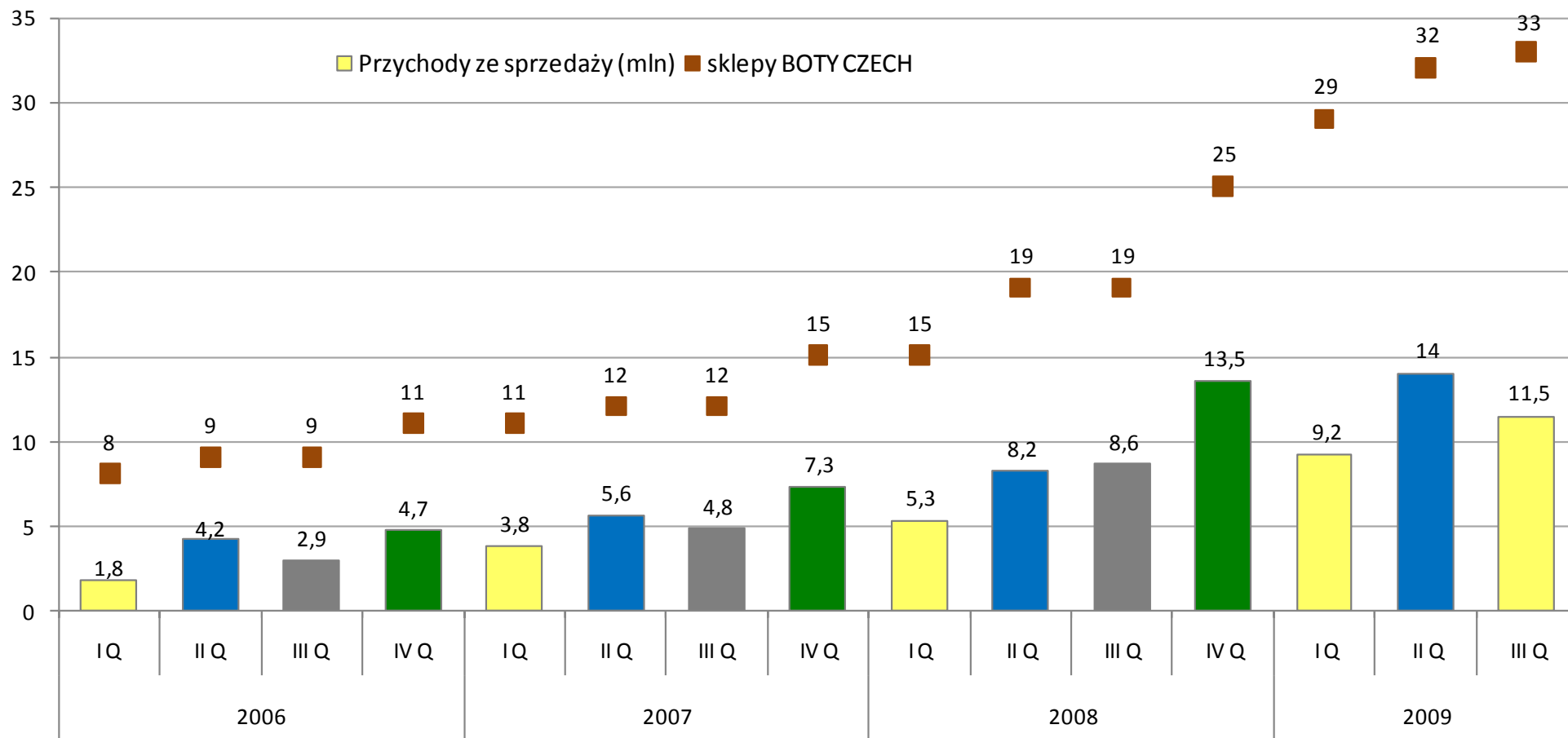
Przychody ze sprzedaży – sklepy BOTI 2007-2009



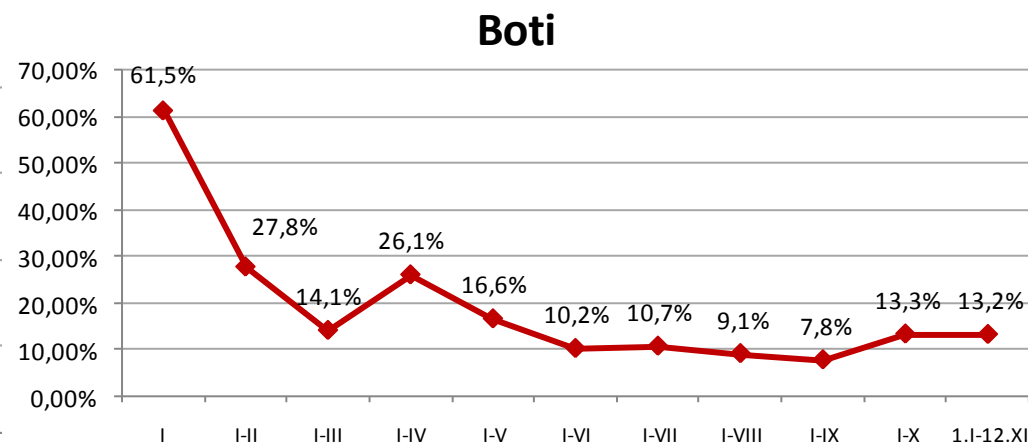
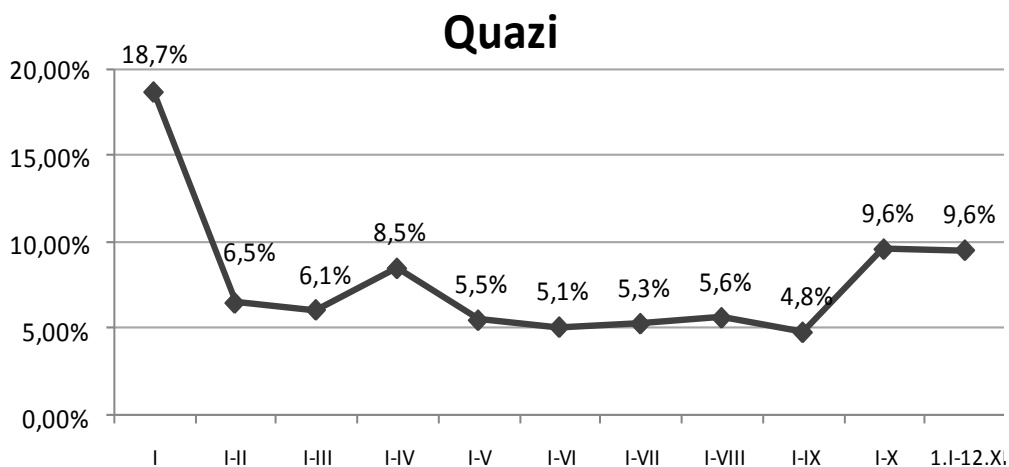
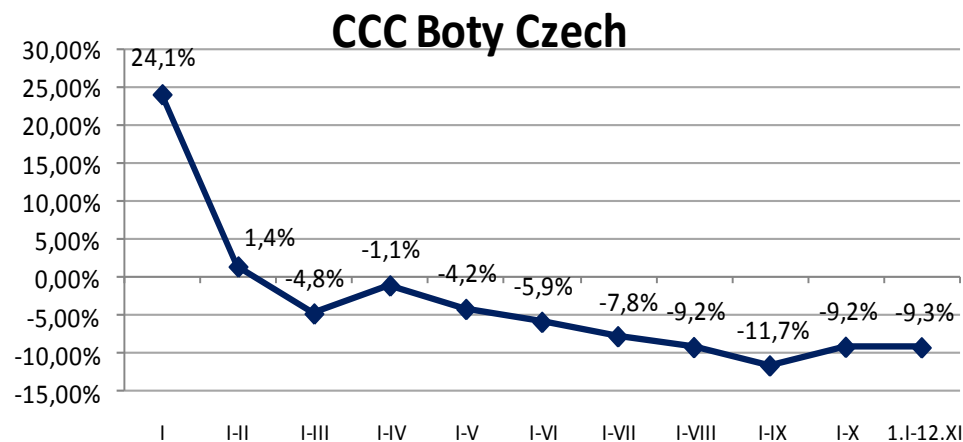
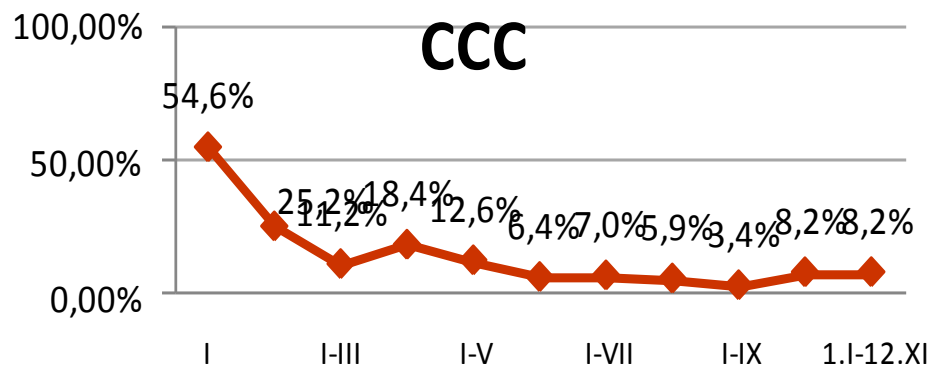
Przychody ze sprzedaży – butiki QUAZI 2006-2009



Przychody ze sprzedaży – butiki CCC Boty Czech 2006-2009

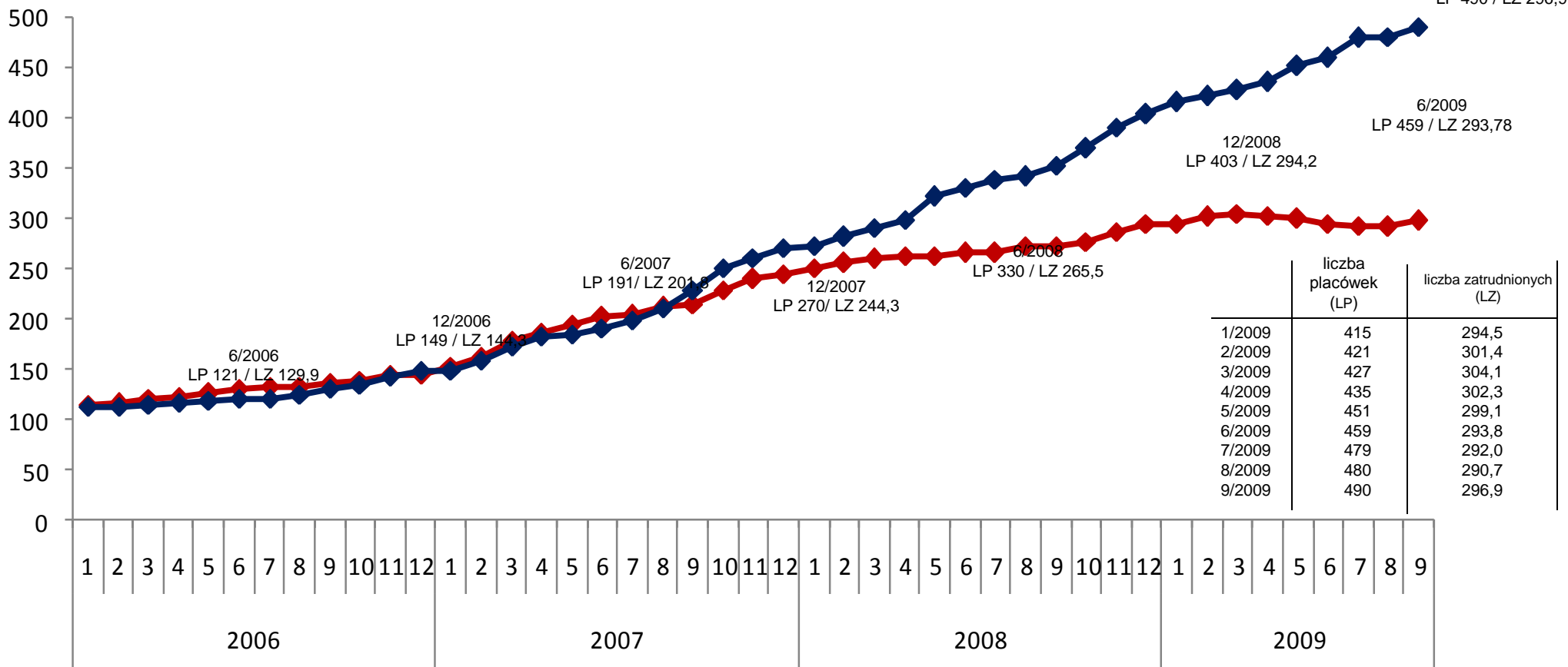


Sprzedaż w porównywalnych salonach CCC, butikach QUAZI i sklepach BOTI – 2009 narastająco



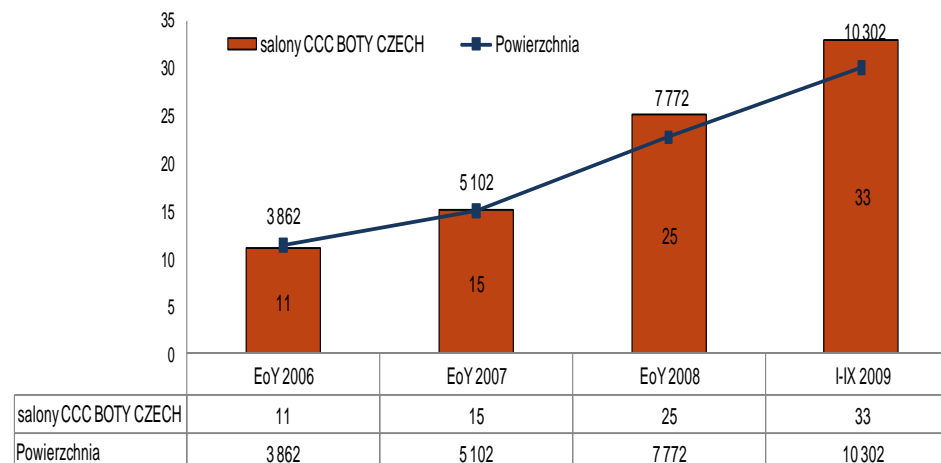
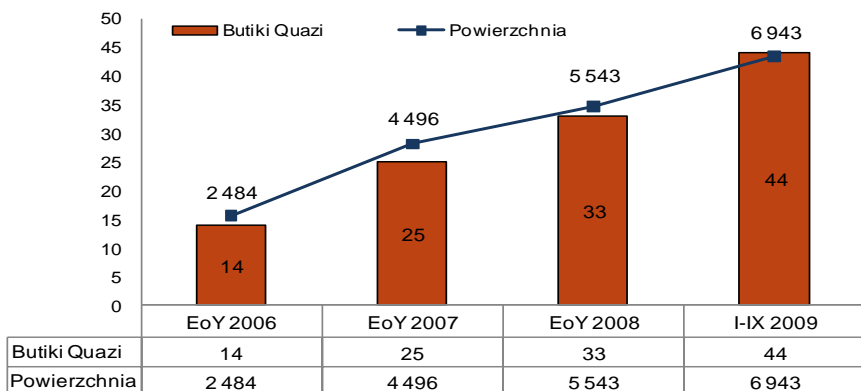
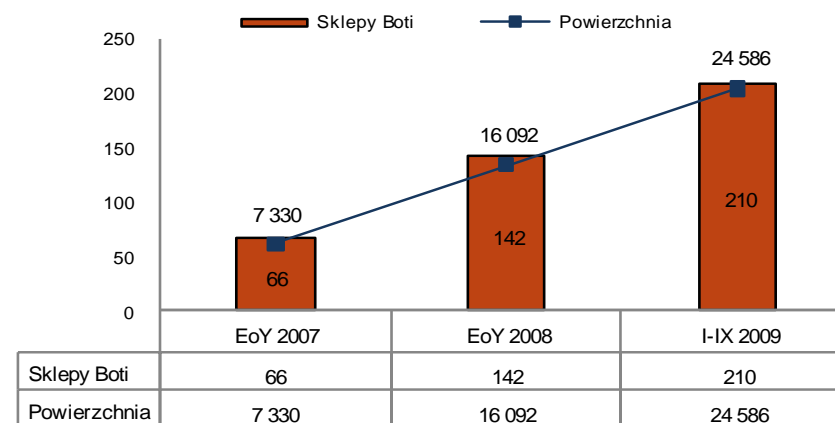
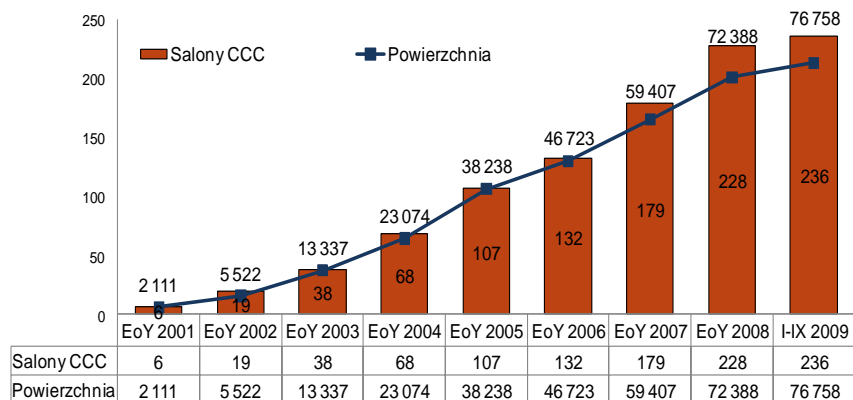
Liczba placówek własnych a zatrudnienie w administracji w latach 2006-2009

◆ średnie zatrudnienie w administracji
◆ liczba placówek własnych



	liczba placówek (LP)	liczba zatrudnionych (LZ)
1/2009	415	294,5
2/2009	421	301,4
3/2009	427	304,1
4/2009	435	302,3
5/2009	451	299,1
6/2009	459	293,8
7/2009	479	292,0
8/2009	480	290,7
9/2009	490	296,9

Placówki własne NG2



■ Specyfika rynku obuwia w Polsce

- Krajowy rynek obuwniczy jest rozproszony i mało nasycony.
- Zagraniczne sieciowe firmy obuwnicze nie zdecydowały się w odpowiednim momencie na wejście do Polski.
- Brak dużych graczy (wyjątkiem Deichmann).

■ Potencjał finansowy Grupy NG2

- Niski poziom długu zapewnia możliwości finansowania dalszej ekspansji.
- Niewielkie koszty odsetkowe nie obciążają wyników operacyjnych.
- Wysoki kapitał własny i bardzo wysoka rentowność gwarantują bezpieczeństwo działania.

■ Spowolnienie gospodarcze

- **Kryzys nie zaskoczył NG2 – w przeciwieństwie do innych spółek z branży.**
- NG2 jest dobrze wyskalowaną, efektywną organizacją o niskim poziomie kosztów i oszczędnej strukturze.
- NG2 wykorzystuje spowolnienie do zwiększenia dystansu i odskoczenia konkurencji.
- Kryzys to najlepszy okres na budowanie świadomości marki wśród klientów.
- Nie rezygnujemy z działań marketingowych i reklamowych.
- Kładziemy nacisk na porządkowanie wizerunkowe i finansowe sieci – zamiany, liftingi, remonty.
- Uruchomiony został proces zamykania nierentownych sklepów.

- **Dalszy dynamiczny rozwój sieci sprzedaży i powiększanie udziałów w rynku.**
 - Wielkość krajowego rynku obuwniczego szacowana jest na **8 mld PLN (130 mln par)**.
 - NG2 jest liderem w branży z udziałami na poziomie **12-13%**.
 - W ciągu najbliższych trzech lat NG2 stawia sobie za cel **udział w rynku obuwia powyżej 20%**.
- **Rozwój organiczny**
 - Brak atrakcyjnych podmiotów do przejęcia.
 - Powiększanie sieci sprzedaży i otwieranie sklepów w lokalizacjach poddanych ostrej selekcji.
 - Przejmowanie kolejnych sklepów franszizowych.
- **Zwiększanie efektywności działania**
 - Celem strategicznym pozostaje dwucyfrowy wzrost sprzedaży w sklepach porównywalnych.
 - Dalsza automatyzacja procesów obniży koszt jednostkowy i koszty pracy.
 - Precyzyjnie przygotowane budżety dyscyplinują managerów i zwiększają świadomość kosztową.

- Dalsza ekspansja sieci detalicznych CCC, BOTI i Quazi doprowadzi do **wzrostu udziału rynkowego** i umocnienia na pozycji absolutnego lidera na rynku obuwniczym w Polsce.
- W roku 2010 planujemy otwarcie 20 salonów CCC w Polsce, 10 butików QUAZI, 40 sklepów BOTI i 10 salonów CCC w Czechach
- Zmiana formatu otwieranych sklepów :
 - Mniejsze butiki Quazi – 100-120 m²
 - Większe sklepy BOTI – 150-170 m²
- Planowana łączna liczba otwarć w 2010 – co najmniej 80 placówek
- **Docelowa ilość sklepów w Grupie NG2:**
 - **1000 w Polsce** – 400 salonów CCC (w tym 100 franszyzowych), 500 BOTI (w tym 100 franszyzowych) i 100 Quazi
 - **70 salonów CCC w Czechach**

- **Budowa centrum logistyczno-dystrybucyjnego.**
 - Budżet inwestycji na poziomie 97 mln PLN
 - W pełni zautomatyzowany magazyn wysokiego składowania
 - Inwestycja wsparta środkami z UE
- **System IT**
 - Spółka podjęła decyzję o wymianie używanych aktualnie systemów, podsystemów i aplikacji i zastąpieniu ich Zintegrowanym Systemem Informatycznym.
 - Otrzymaliśmy oferty od czołowych dostawców, pod koniec listopada rozpoczynamy prezentacje systemów i negocjacje.
- **Rozwój sieci sprzedaży**
 - Można szacować, że w ciągu trzech najbliższych lat spółka wyda ok. 60 mln PLN na inwestycje w nowe sklepy, remonty i liftingi istniejących.
- **Przejęcia sklepów franszizowych (19 sklepów z regionów Poznania i Krakowa)**

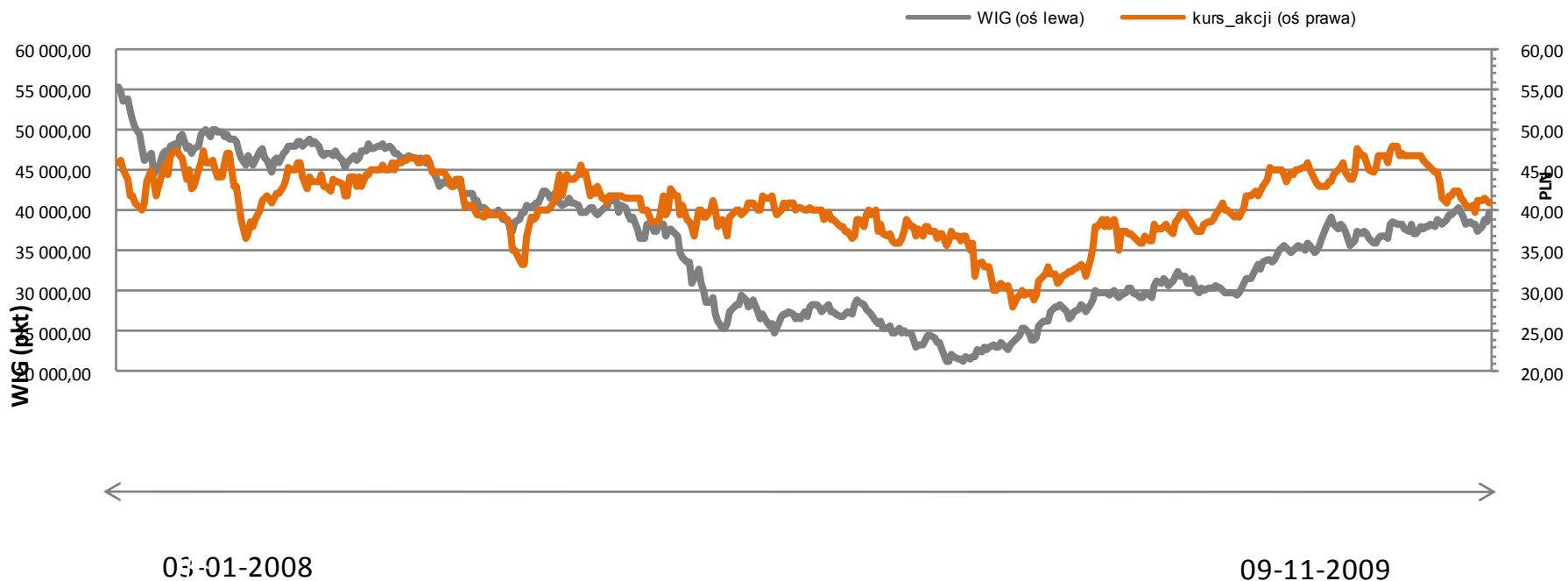
▪ **Autoryzacja kapitału docelowego dla Zarządu**

- NWZA wyraziło zgodę na zmiany w statucie spółki i umożliwiło dokonanie jednej lub wielu emisji akcji w ramach podwyższenia kapitału.
- Każdorazowa emisja wymaga zgody Rady Nadzorczej.
- Maksymalnie do 10% kapitału tj. do 3.840.000 akcji może zostać wyemitowanych.
- Zapisano mechanizm ustalania ceny emisyjnej i preferencje dla ujawnionych akcjonariuszy w przydziale akcji.

▪ **Przesłanki wprowadzenia kapitału docelowego**

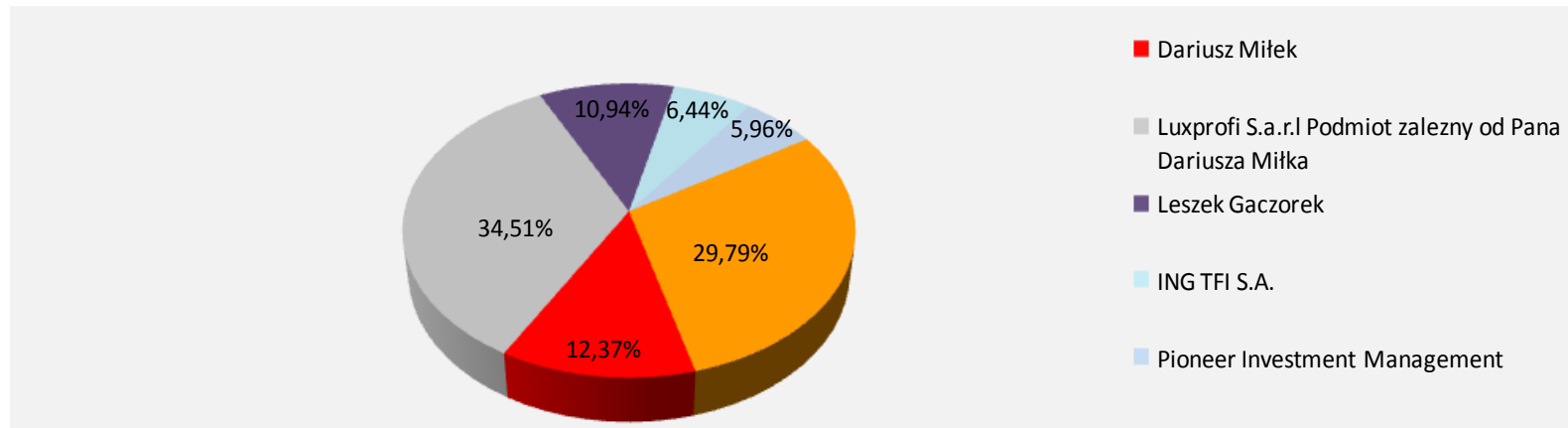
- Elastyczność w kształtowaniu struktury kapitału.
- Minimalizacja ryzyka braku funduszy na rynku bankowym.
- Część inwestycji spółki trudno sfinansować jest długiem bankowym (otwarcia nowych sklepów, przejęcia sklepów od franszyzobiorców, system IT).

- **Program motywacyjny dla Zarządu i kierownictwa spółki**
 - NWZA wyraziło zgodę na zmiany w statucie spółki i wyemitowanie do 2% kapitału tj. do **768.000 akcji**.
 - Warunkiem jest zrealizowanie przez Grupę NG2 w latach 2010-2012 skonsolidowanego zysku netto na poziomie co najmniej **450 milionów PLN**.
 - Cena emisyjna została ustalona w wysokości średniej 3-miesięcznej kursu akcji NG2 pomniejszonej o 10% dyskonto.
 - Uprawnionymi do nabycia akcji będą obecni i przyszli członkowie Zarządu i kierownictwa spółki.
 - W ciągu jednego roku obrotowego nie trafi na rynek więcej niż 1% kapitału tj. do 384.000 akcji



Zmiana kursu akcji od początku 2008 - 10,87%
Zmiana wartości WIG od początku 2008 - 28,50%

- 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 udziałowcem i założycielem Grupy NG2 jest Pan Dariusz Miłek, Prezes Zarządu NG2 S.A.
- Całkowita liczba akcji: **38 400 000**



Dziękuję za uwagę

NG2 S.A.
Polkowice, ul. Strefowa 6
59-101 Polkowice

NG2

tel.: (076) 845 84 00

Fax: (076) 845 84 00

e-mail: ng2@ng2.pl

Adres www: www.ng2.pl