

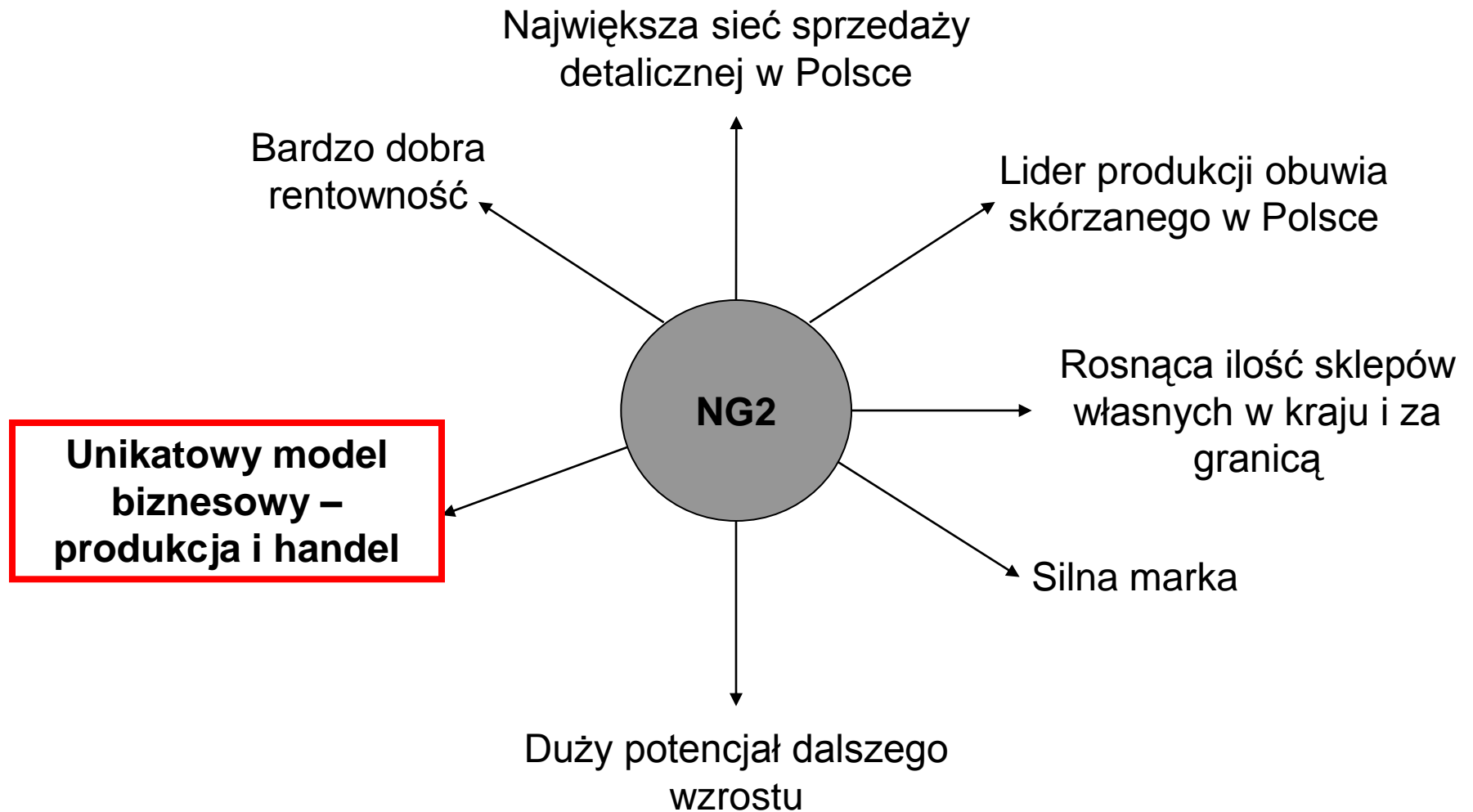
NG2

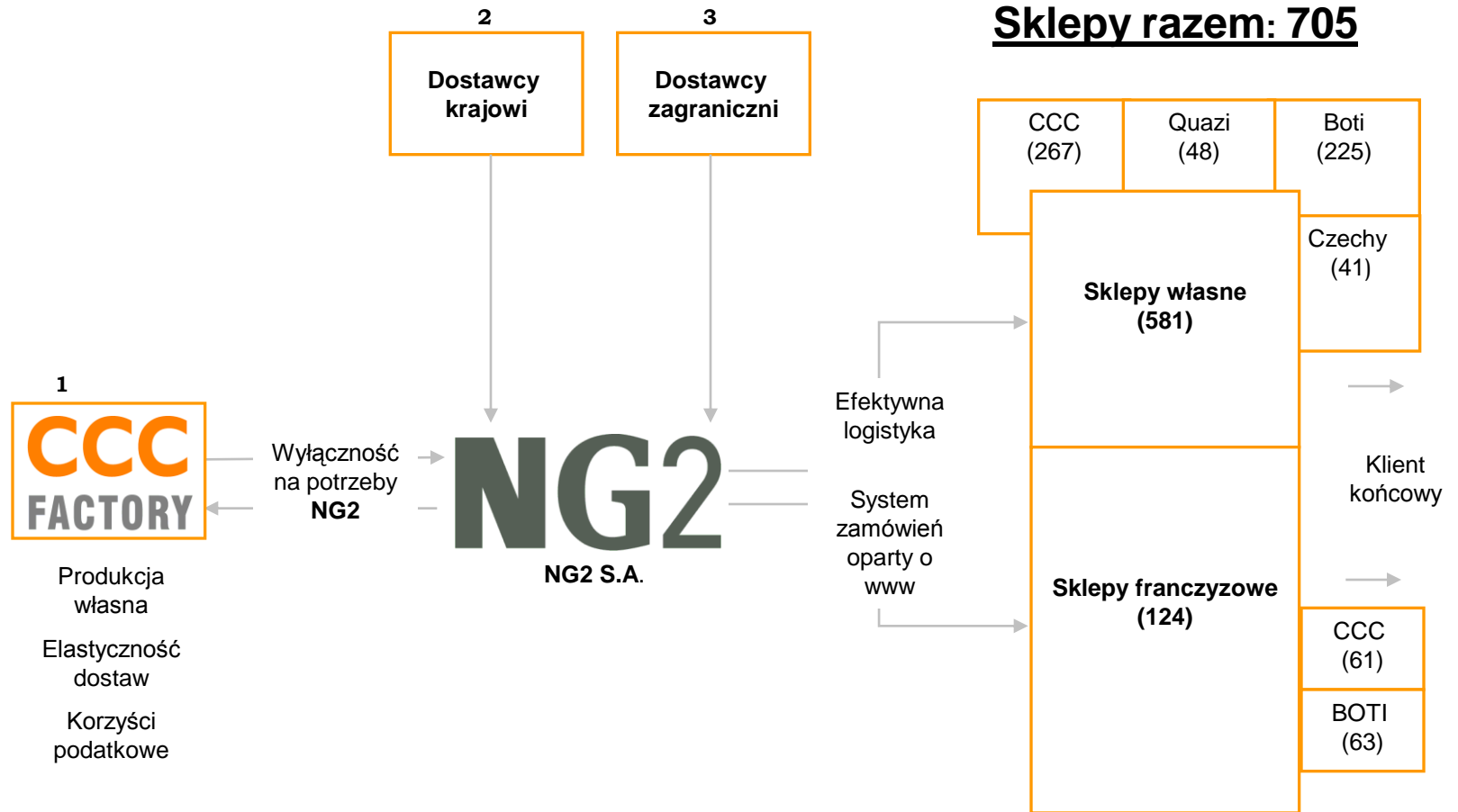
New Gate Group



Prezentacja wyników finansowych za III kwartał 2010 roku

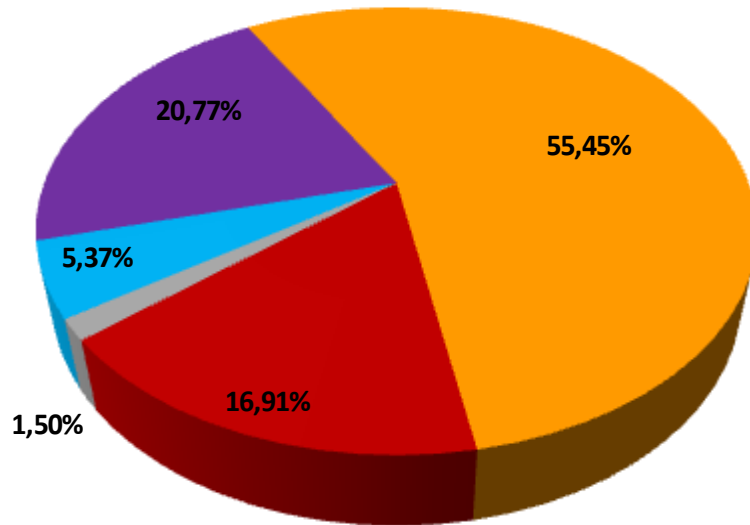
- Grupa NG2 zanotowała dobre wyniki w pierwszych 3 kwartałach 2010 dzięki **wysokiej marży i obniżce kosztów**.
- Podstawą strategii NG2 na najbliższe trzy lata pozostaje **zwiększanie udziału w krajowym rynku obuwniczym**. Jednocześnie Spółka podjęła decyzję o **poszukiwaniu możliwości dalszego rozwoju poza Polską**.
- Celem na lata 2010-2012 jest **utrzymanie wysokich marż i wysokiej rentowności przy zachowaniu wysokiej stopy zwrotu z kapitału własnego**.



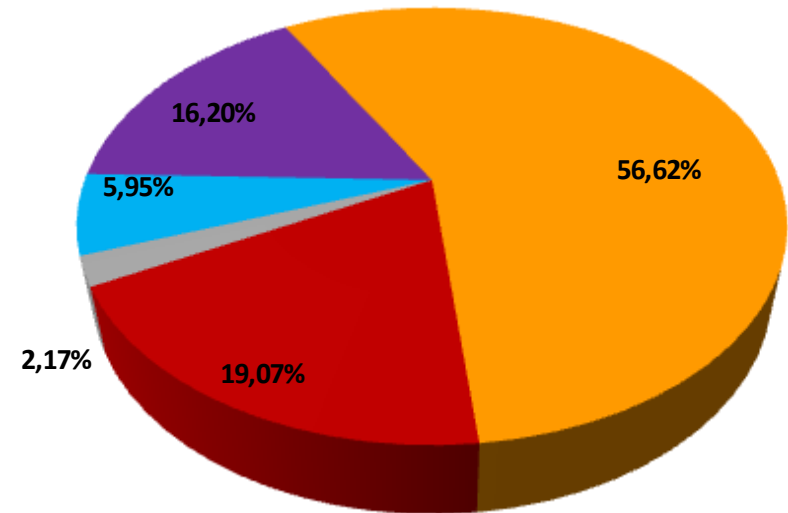


Struktura sprzedaży wg ilości i kanałów sprzedaży (%)

1-3Q 2009

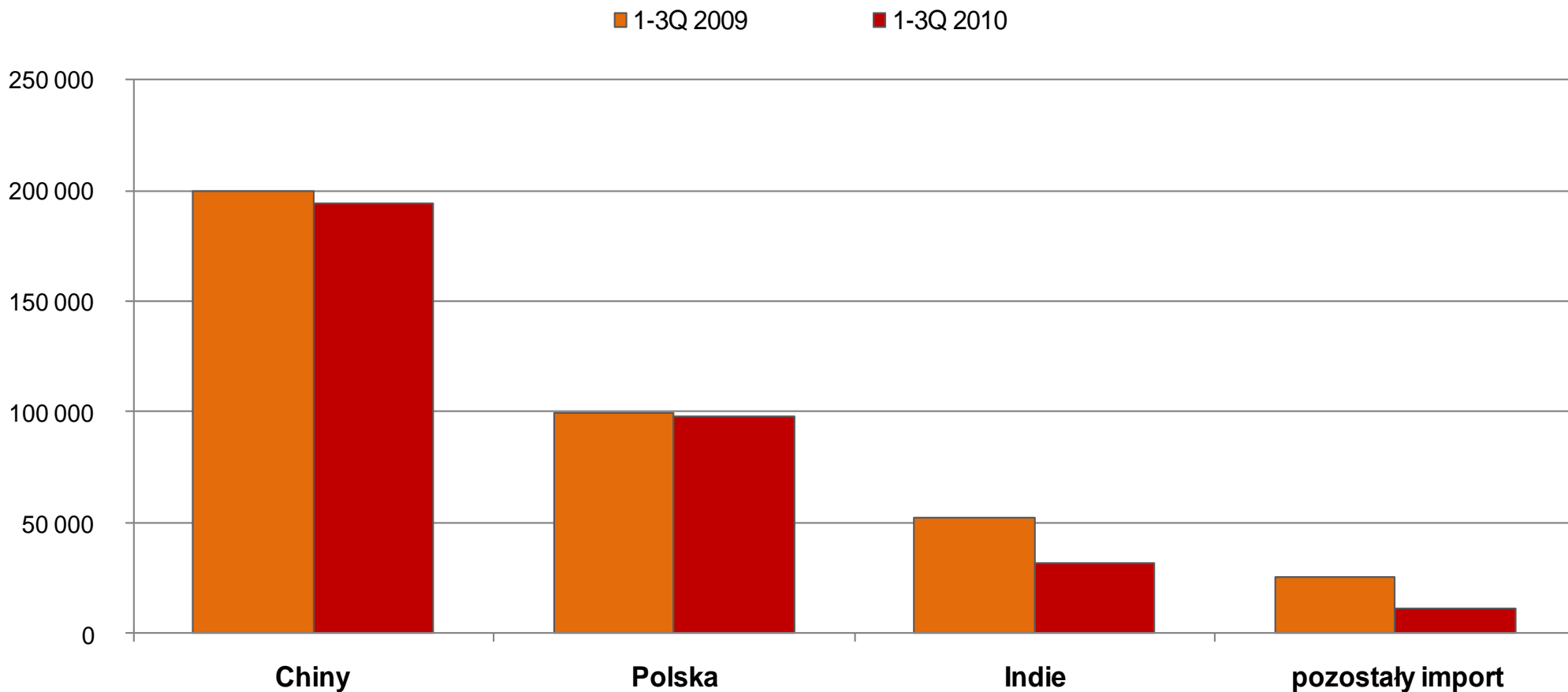


1-3Q 2010

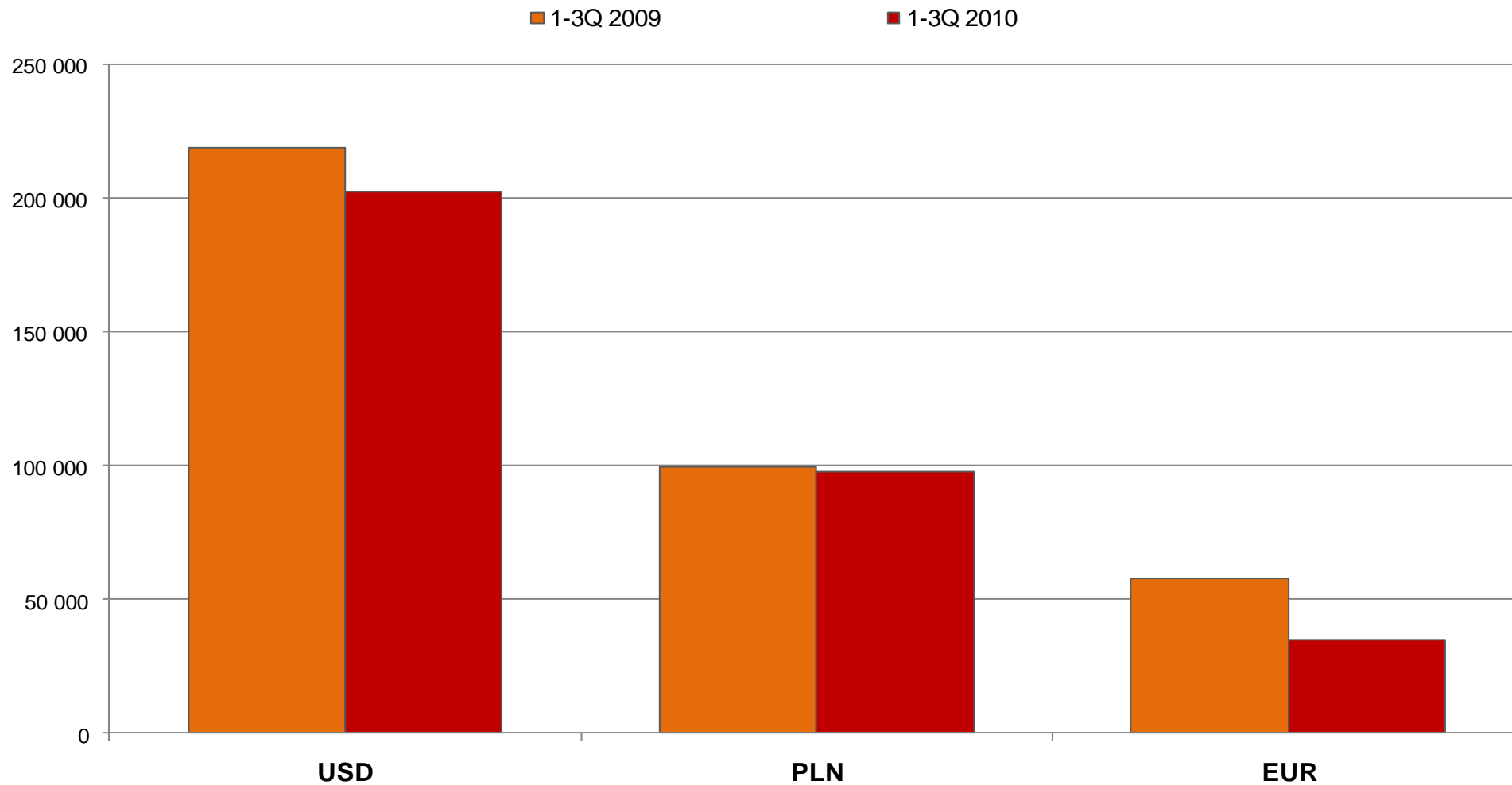


■ CCC ■ BOTI ■ QUAZI ■ NG2 do CCC Boty ■ Franczyza

Struktura terytorialna zakupów (w tys. PLN)



Struktura walutowa zakupów (w tys. PLN)



lipiec, sierpień, wrzesień 2009 vs. 2010

218 sklepów CCC	lipiec 2009	lipiec 2010	różnica %
ilość odwiedzających	7 526 535	6 810 628	-9,51%
ilość transakcji	672 720	532 734	-20,81%
sprzedaż netto	34 579 358 zł	29 111 082 zł	-15,81%
efektywność sprzedaży	8,9%	7,8%	-1,1 p.p.
średnia wartość paragonu	51 zł	55 zł	7,84%
przychód na 100 klientów	459 zł	427 zł	-6,97%
207 sklepów CCC	sierpień 2009	sierpień 2010	różnica %
ilość odwiedzających	8 433 253	8 064 997	-4,37%
ilość transakcji	670 278	590 183	-11,95%
sprzedaż netto	36 134 930 zł	33 571 907 zł	-7,09%
efektywność sprzedaży	7,9%	7,3%	-0,6 p.p.
średnia wartość paragonu	54 zł	57 zł	5,56%
przychód na 100 klientów	428 zł	416 zł	-2,80%
214 sklepów CCC	wrzesień 2009	wrzesień 2010	różnica %
ilość odwiedzających	7 700 457	8 522 971	10,68%
ilość transakcji	609 651	696 290	14,21%
sprzedaż netto	42 618 386 zł	54 788 724 zł	28,56%
efektywność sprzedaży	7,9%	8,2%	0,3 p.p.
średnia wartość paragonu	70 zł	79 zł	12,86%
przychód na 100 klientów	553 zł	643 zł	16,27%

213 sklepów CCC	lipiec-wrzesień 2009	lipiec-wrzesień 2010	różnica %
ilość odwiedzających	23 660 245	23 398 596	-1,11%
ilość transakcji	1 952 649	1 819 207	-6,83%
sprzedaż netto	113 332 674 zł	117 471 713 zł	3,65%
efektywność sprzedaży	8,3%	7,8%	-0,5 p.p.
średnia wartość paragonu	58 zł	65 zł	12,07%
przychód na 100 klientów	479 zł	502 zł	4,80%

Skonsolidowane wyniki finansowe – 3Q 2010

	3Q2009 `000 PLN	3Q 2010 `000 PLN	Zmiana 3Q 2010/2009
Przychody ze sprzedaży	229 889	267 932	16,5%
Zysk (strata) brutto na sprzedaży	115 964	142 476	22,9%
Marża brutto na sprzedaży	50,4%	53,2%	5,6%
Koszty sprzedaży	-87 733	-106 436	21,3%
Koszty ogólnego zarządu	-3 433	-4 303	25,3%
EBIT	15 583	31 203	100,2%
Marża EBIT	6,8%	11,6%	71,8%
Koszty finansowe	-2 304	-2 532	9,9%
Zysk (strata) brutto	13 339	28 848	116,3%
Zysk (strata) netto	11 067	23 314	110,7%
Rentowność netto	4,8%	8,7%	80,8%
Aktywa razem	606 794	669 311	10,3%
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	303 717	286 988	-5,5%
Zobowiązania długoterminowe	106 455	36 227	-66,0%
Zobowiązania krótkoterminowe	197 262	250 761	27,1%
Kapitał własny	303 077	382 323	26,1%

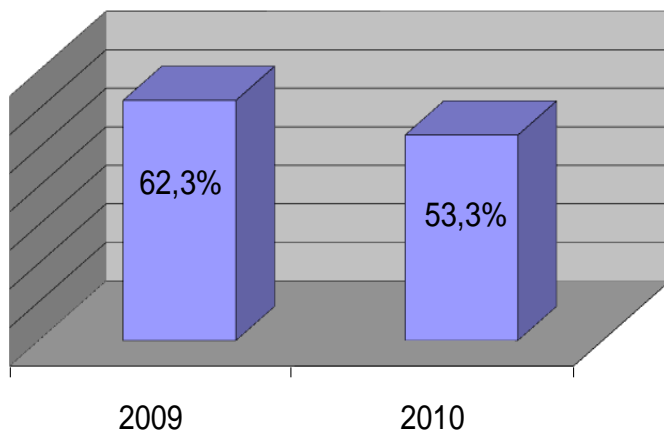
Skonsolidowane wyniki finansowe – 3 kwartały 2010

	1-3 Q 2009 `000 PLN	1-3 Q 2010 `000 PLN	Zmiana 1-3 Q 2010/2009
Przychody ze sprzedaży	652 027	708 196	8,6%
Zysk (strata) brutto na sprzedaży	330 730	383 617	16,0%
Marża brutto na sprzedaży	50,7%	54,2%	6,9%
Koszty sprzedaży	-260 090	-293 052	12,7%
Koszty ogólnego zarządu	-8 840	-10 256	16,0%
EBIT	62 321	79 028	26,8%
Marża EBIT	9,6%	11,2%	16,8%
Koszty finansowe	-6 962	-7 178	3,1%
Zysk (strata) brutto	55 917	72 297	29,3%
Zysk (strata) netto	46 554	76 100	63,5%
Rentowność netto	7,1%	10,7%	50,5%
Aktywa razem	606 794	669 311	10,3%
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	303 717	286 988	-5,5%
Zobowiązania długoterminowe	106 455	36 227	-66,0%
Zobowiązania krótkoterminowe	197 262	250 761	27,1%
Kapitał własny	303 077	382 323	26,1%

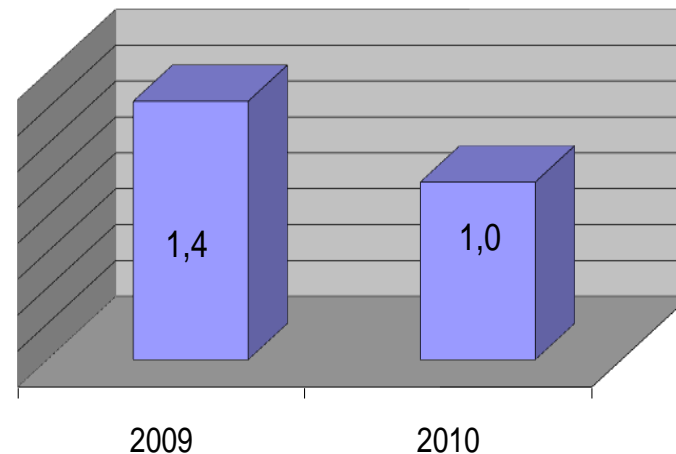
Skonsolidowane koszty sprzedaży rodzajowo

Koszty sprzedaży	3Q 2010	1-3Q 2010	3Q 2009	1-3Q 2009
- amortyzacja	4 846	14 183	3 583	10 874
- zużycie materiałów i energii	4 970	14 534	6 269	17 569
- usługi obce, w tym:	56 158	147 924	41 465	123 027
* czynsze i pochodne	42 917	115 225	34 038	100 736
- podatki i opłaty	1 016	2 765	788	2 201
- wynagrodzenia	30 545	88 467	27 707	81 944
- ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	6 064	17 799	5 814	16 704
- pozostałe koszty, w tym:	2 837	7 380	2 107	7 770
* reklama telewizyjna i prasowa	723	1 043	853	1 823
* sponsoring	850	2 881	750	2 352
RAZEM:	106 436	293 052	87 733	260 090

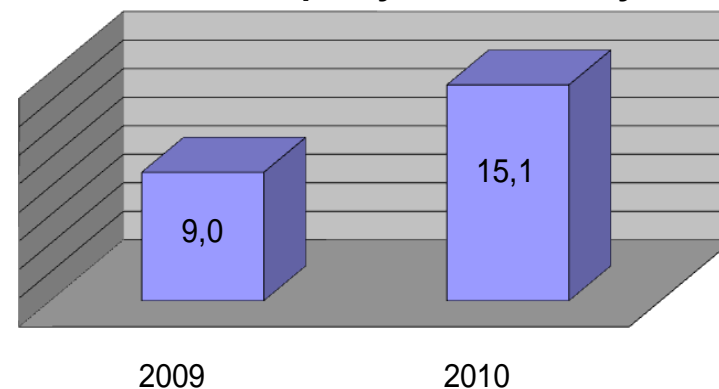
wskaźnik zadłużenia kapitału własnego (%)



wskaźnik zadłużenia EBITDA



wskaźnik pokrycia odsetek zyskiem



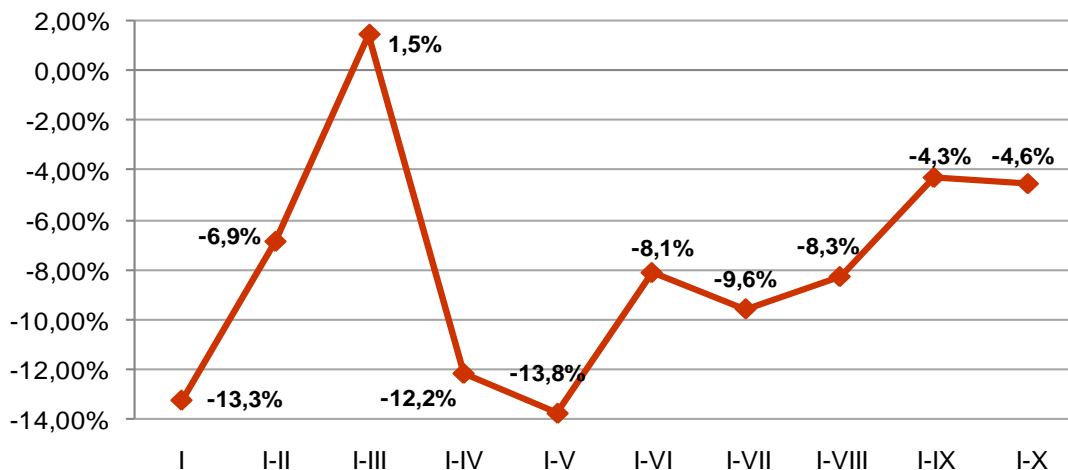
	2009	2010
wskaźnik zadłużenia kapitału własnego (%)	62,3%	53,3%
wskaźnik zadłużenia / EBITDA	1,4	1,0
wskaźnik pokrycia odsetek zyskiem	9,0	15,1

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

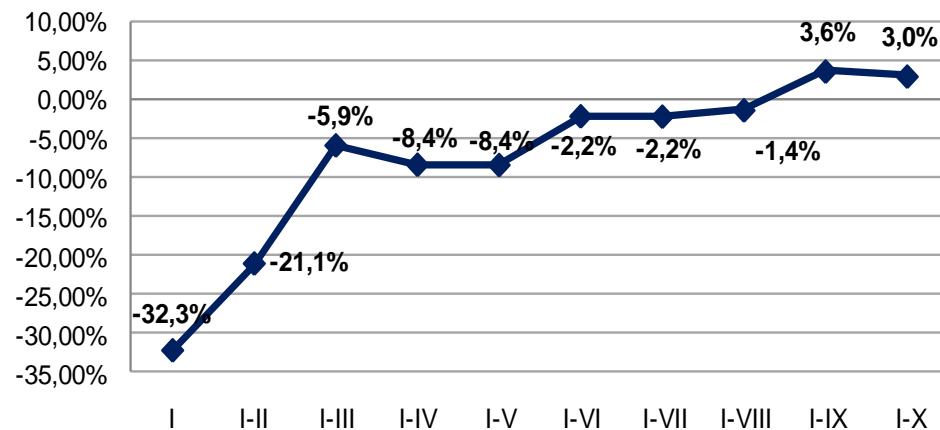
Wskaźnik zadłużenia EBITDA = (zobowiązania z tytułu kredytów, pożyczek i leasingu - cash) / zanualizowany EBITDA

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

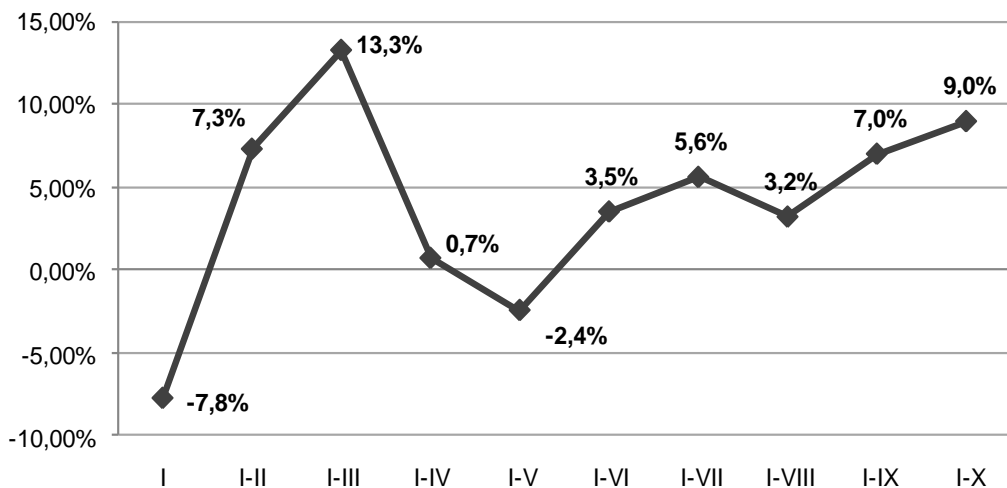
CCC



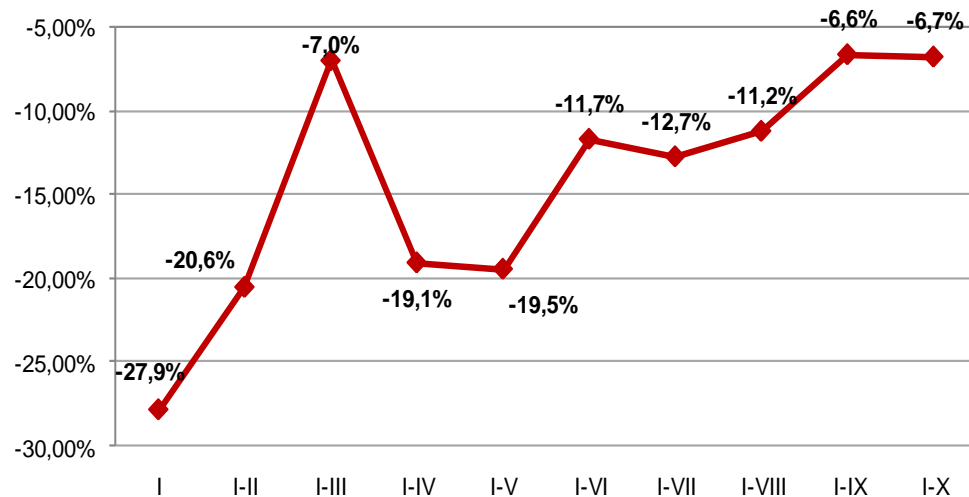
CCC Boty Czech



Quazi



Boti

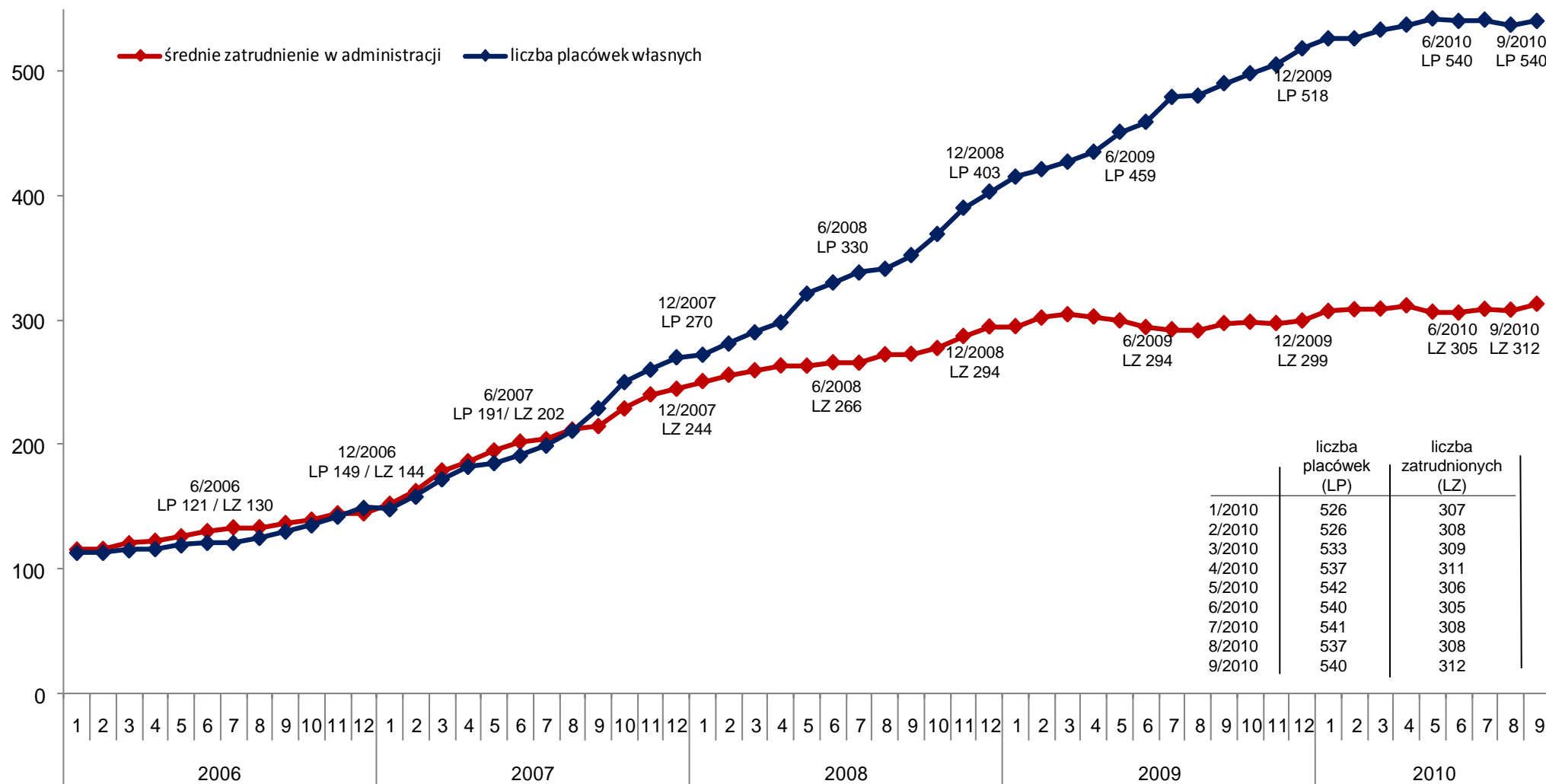


Koszty sprzedaży i czynsze w placówkach własnych

	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)
I-III Q 2010	185	92	174	71	318	160
I-III Q 2009	194	97	188	69	331	167
zm % 2010/2009	-4,6%	-5,2%	-7,4%	2,9%	-3,9%	-4,2%
III Q 2010	192	93	181	72	315	162
III Q 2009	191	93	183	69	322	160
zm % 2010/2009	0,5%	0,0%	-1,1%	4,3%	-2,2%	1,3%
I H 2010	182	91	171	71	319	160
I H 2009	196	98	191	69	336	170
zm % 2010/2009	-7,1%	-7,1%	-10,5%	2,9%	-5,1%	-5,9%
II Q 2010	186	93	173	73	323	161
II Q 2009	207	101	201	70	359	180
zm % 2010/2009	-10,1%	-7,9%	-13,9%	4,3%	-10,0%	-10,6%
I Q 2010	179	90	169	68	314	158
I Q 2009	184	96	181	68	313	161
zm % 2010/2009	-2,7%	-6,3%	-6,6%	0,0%	0,3%	-1,9%

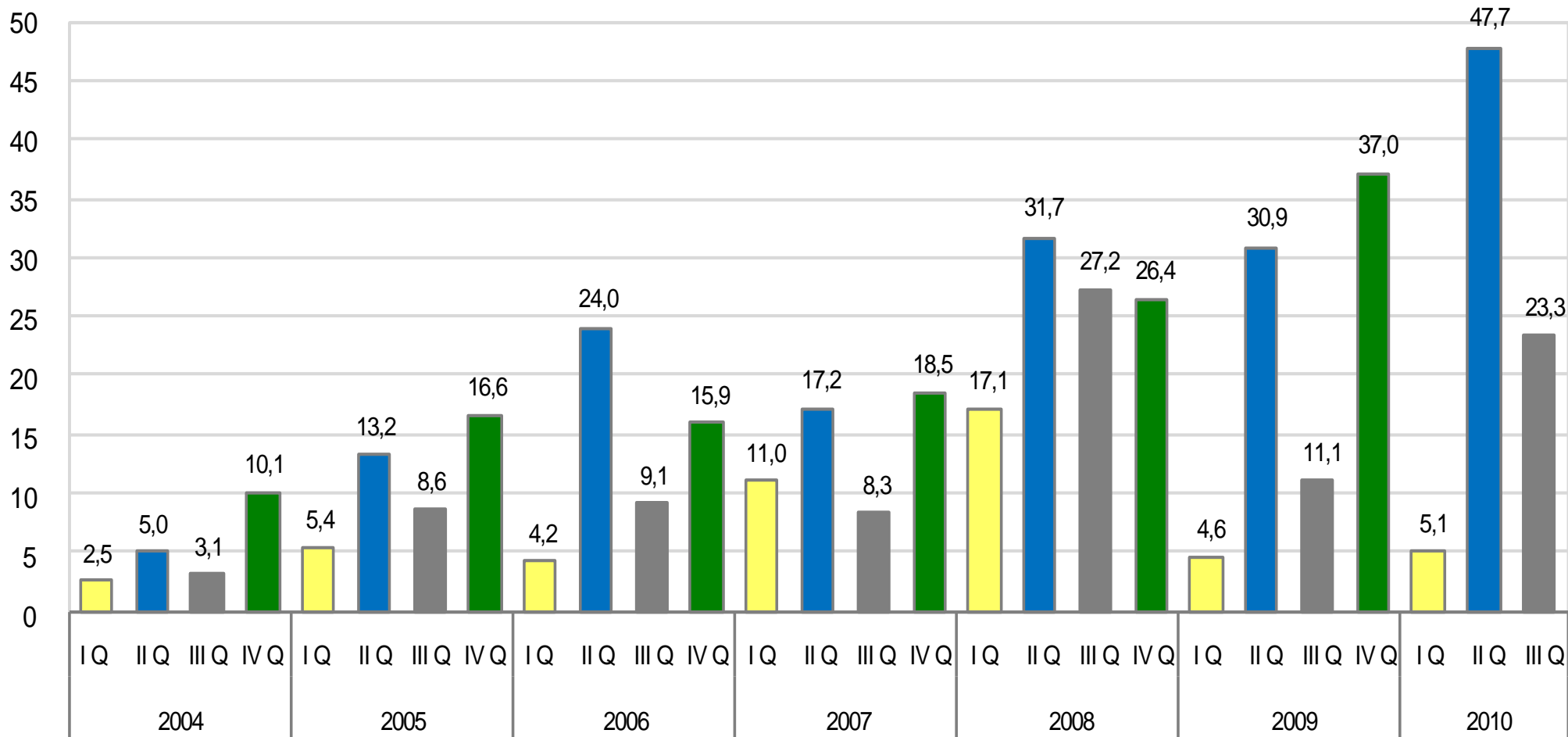
Prezentowane wartości są wartościami średnimi z odpowiednio: 9, 6, 3 miesięcy

Liczba placówek własnych a zatrudnienie w administracji w latach 2006-2010

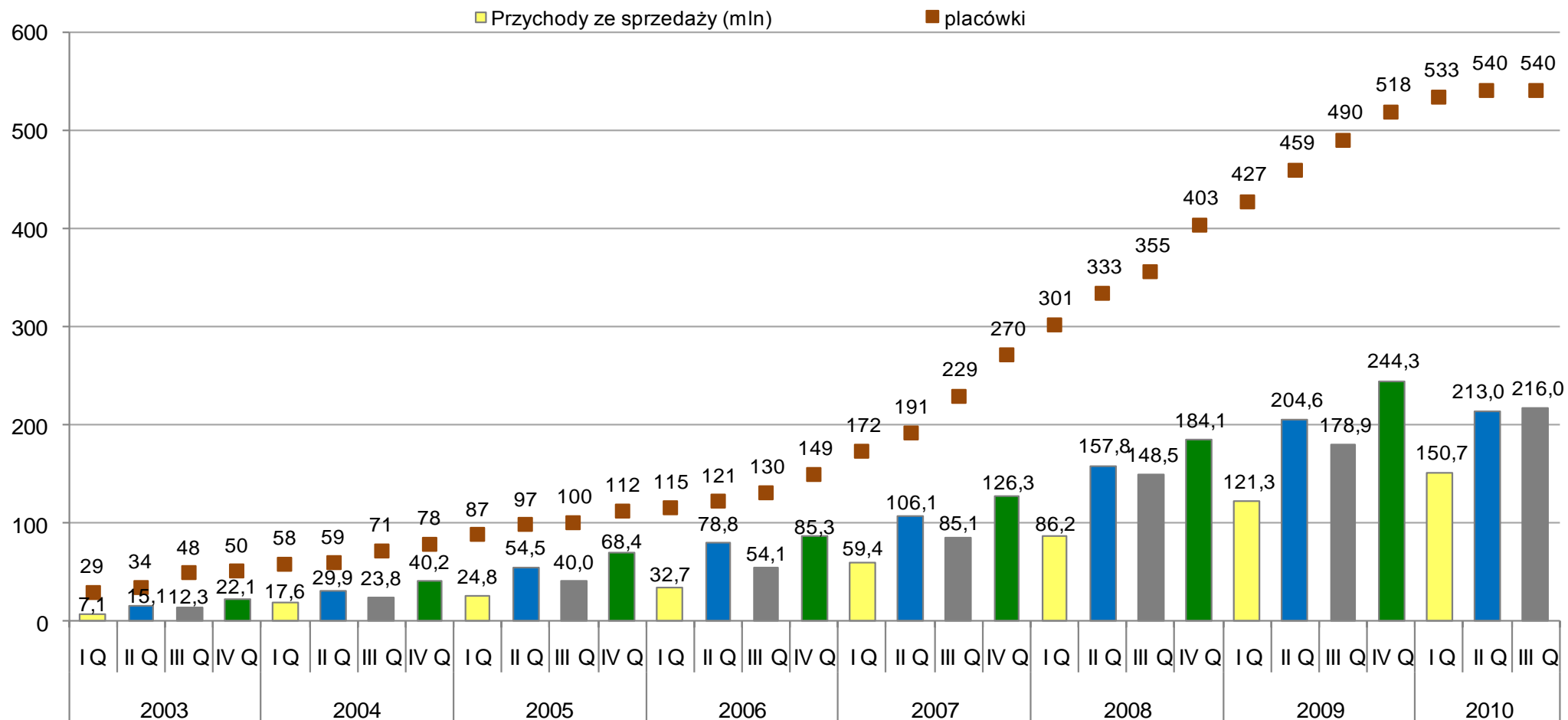


	liczba placówek (LP)	liczba zatrudnionych (LZ)
1/2010	526	307
2/2010	526	308
3/2010	533	309
4/2010	537	311
5/2010	542	306
6/2010	540	305
7/2010	541	308
8/2010	537	308
9/2010	540	312

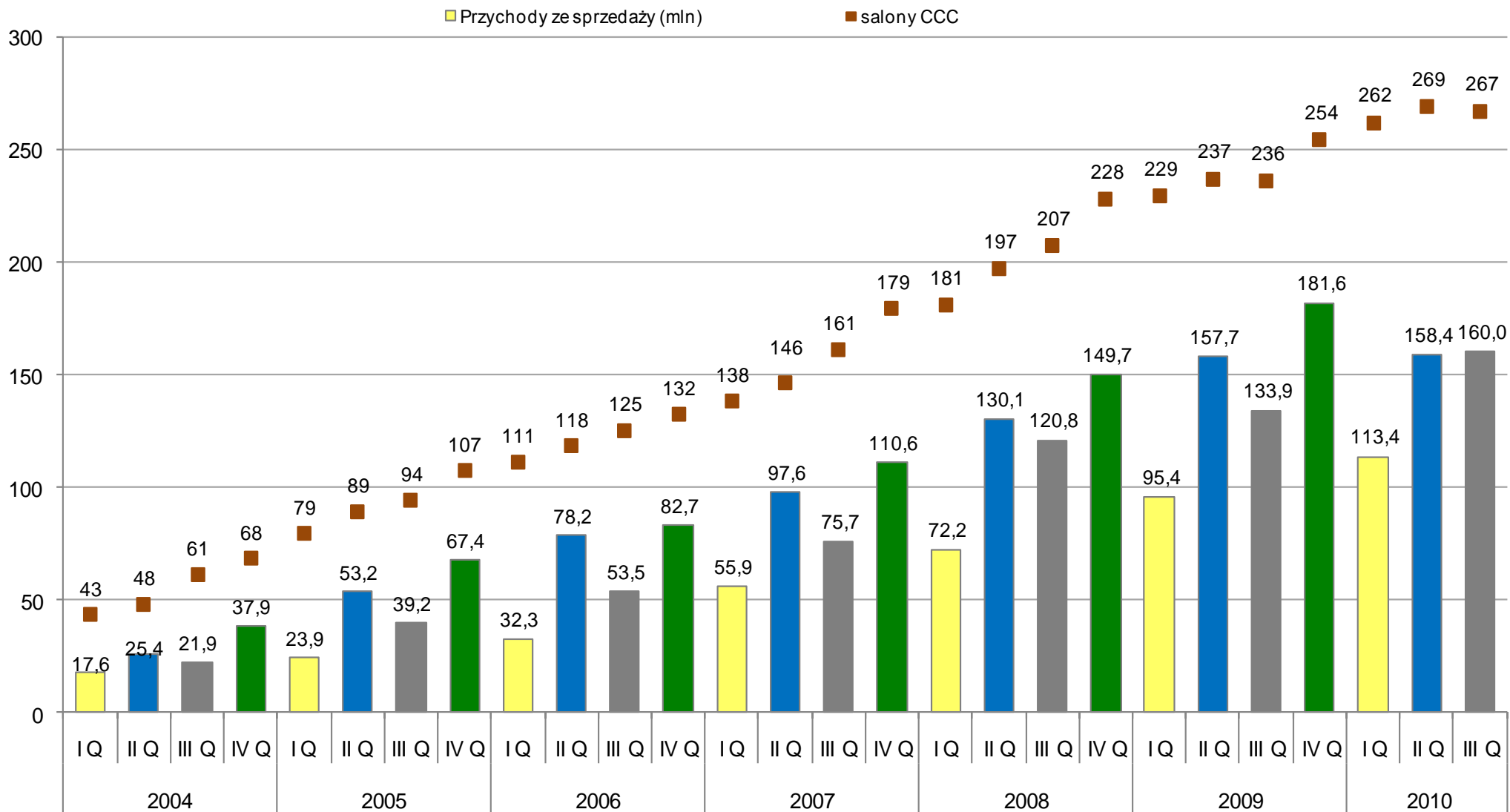
Skonsolidowany zysk netto 2004-2010 (wartości w mln)



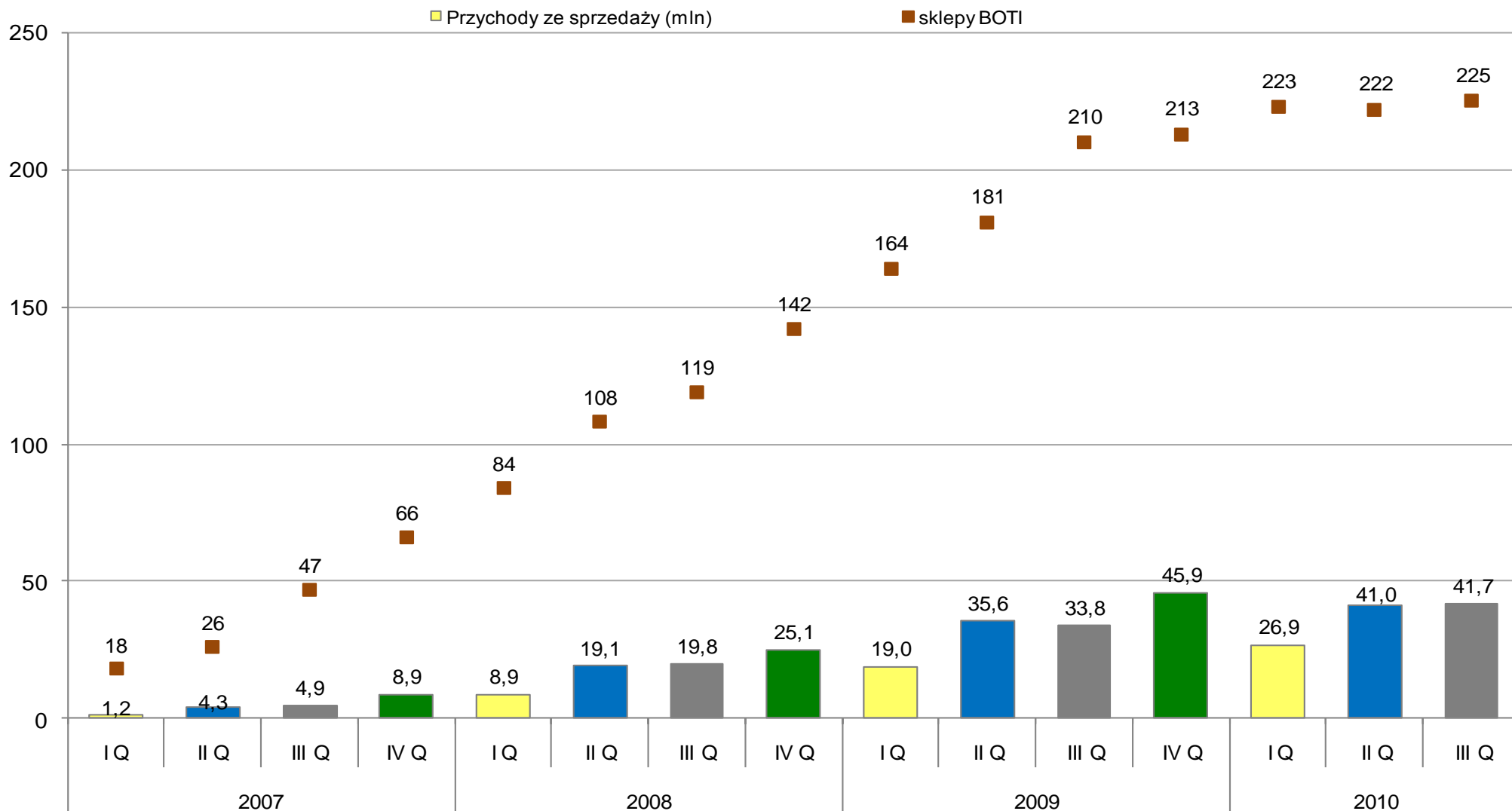
Przychody ze sprzedaży - placówki własne 2003-2010



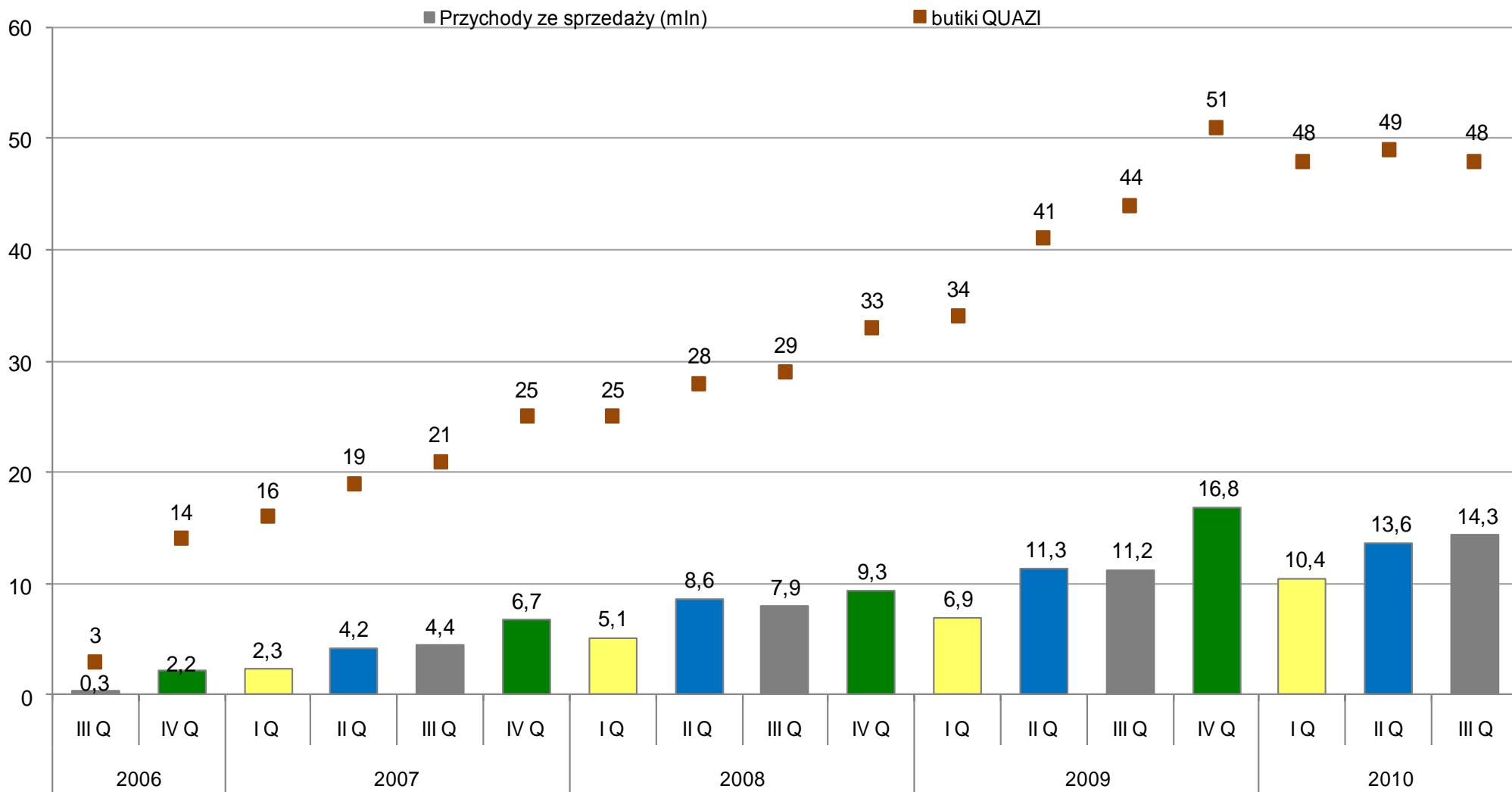
Przychody ze sprzedaży – salony CCC 2004-2010



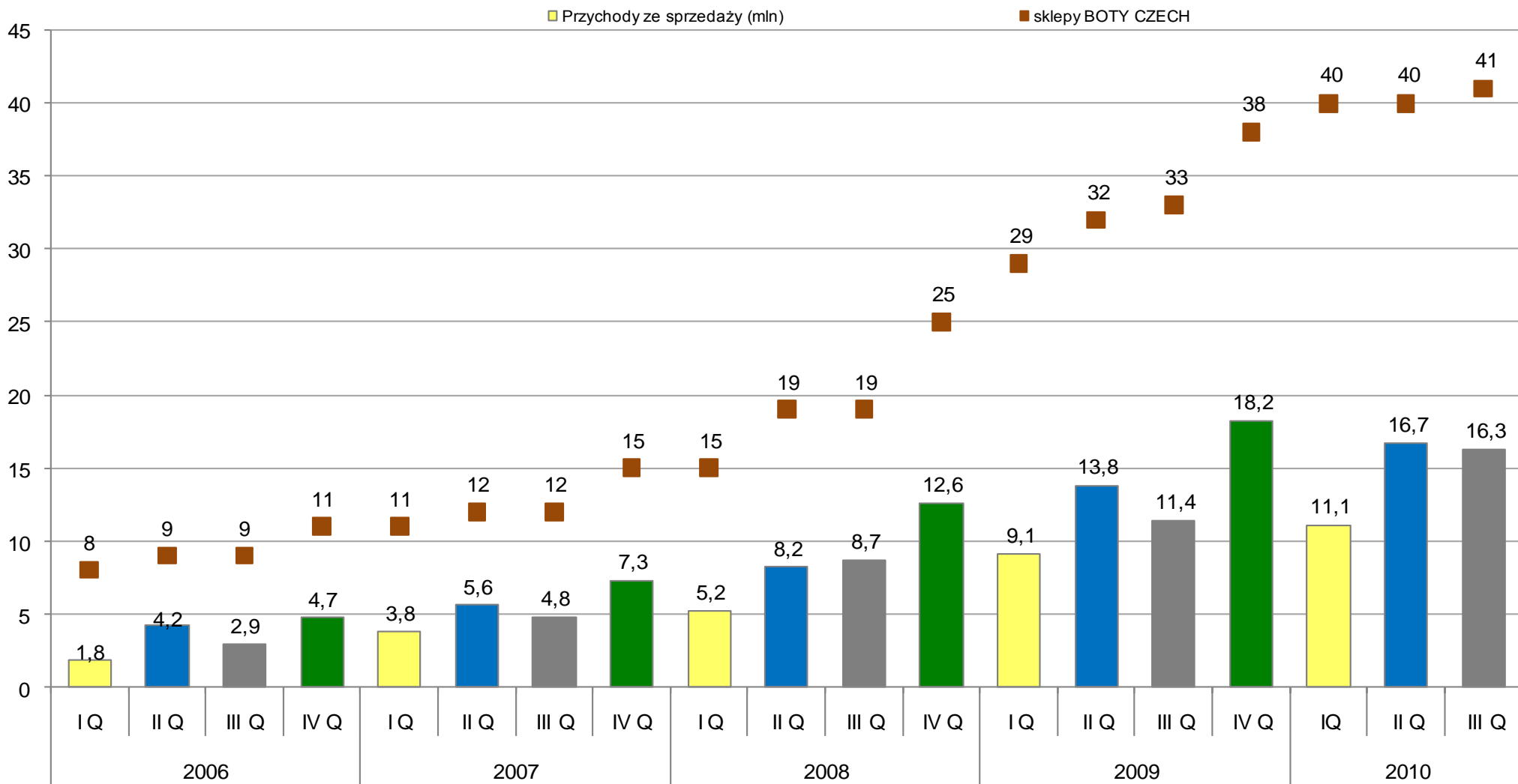
Przychody ze sprzedaży – sklepy BOTI 2007-2010



Przychody ze sprzedaży – butiki QUAZI 2006-2010

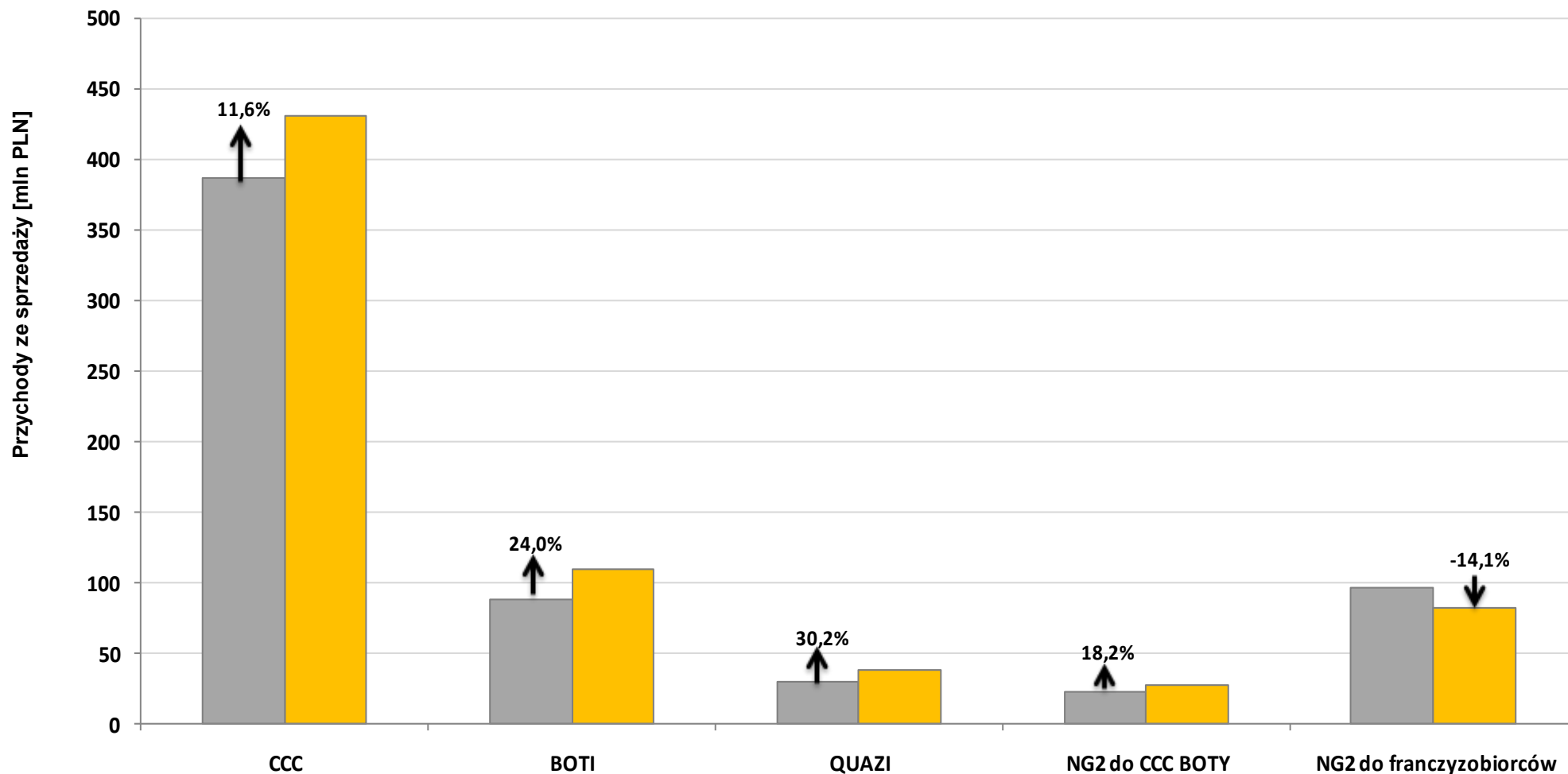


Przychody ze sprzedaży – salony CCC Boty Czech 2006-2010

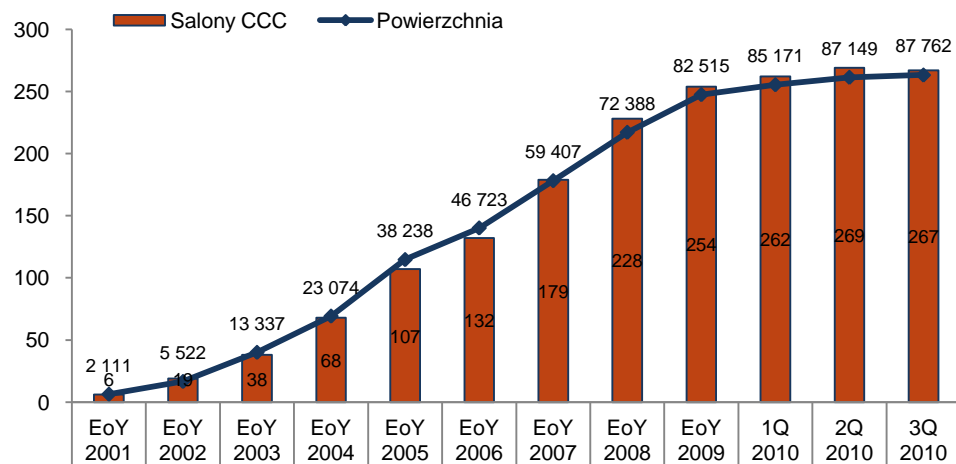


Sprzedaż wg kanałów dystrybucji 2009/2010

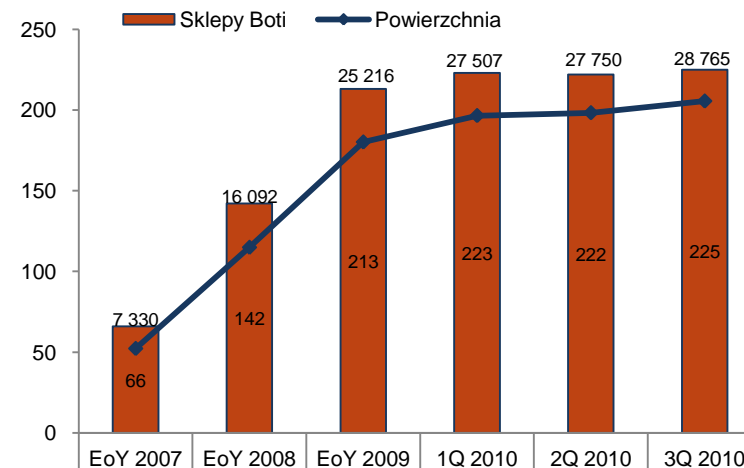
■ 3Q 2009 ■ 3Q 2010



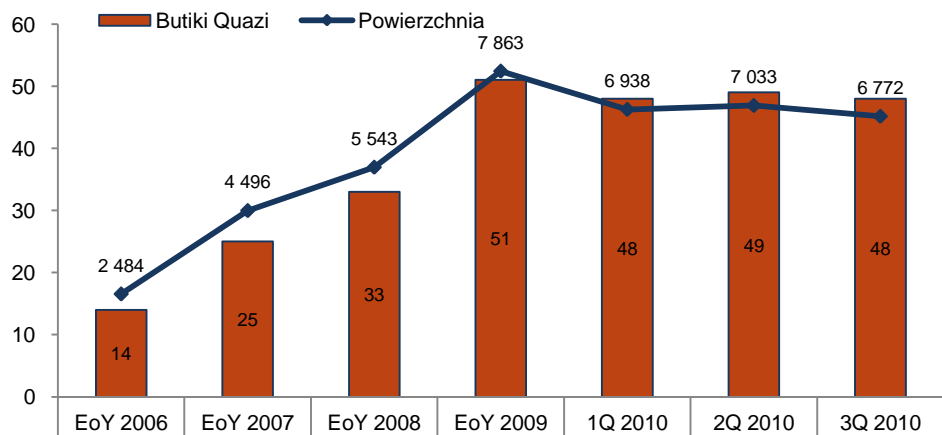
Placówki własne NG2



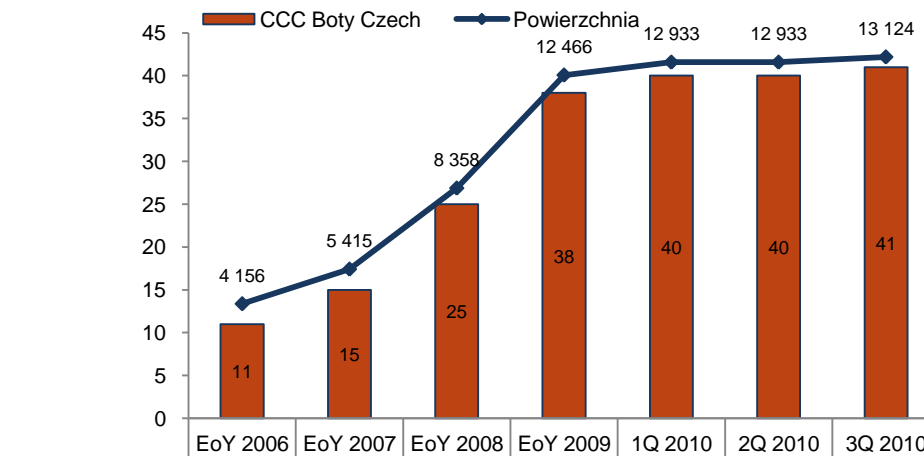
Salony CCC	6	19	38	68	107	132	179	228	254	262	269	267
Powierzchnia	2 111	5 522	13 337	23 074	38 238	46 723	59 407	72 388	82 515	85 171	87 149	87 762



Sklepy Boti	66	142	213	223	222	225
Powierzchnia	7 330	16 092	25 216	27 507	27 750	28 765



Butiki Quazi	14	25	33	51	48	49	48
Powierzchnia	2 484	4 496	5 543	7 863	6 938	7 033	6 772



CCC Boty Czech	11	15	25	38	40	40	41
Powierzchnia	4 156	5 415	8 358	12 466	12 933	12 933	13 124

- **Rozwój organiczny**
 - Brak atrakcyjnych podmiotów do przejęcia.
 - Konsekwentne powiększanie sieci sprzedaży i otwieranie nowych sklepów, **starannie dobranych pod względem spodziewanej zyskowności i stopy zwrotu** .

- **Otwarcie na współpracę z franczyzobiorcami na wschodzie Europy (Rosja, Ukraina)**
 - NG2 zainteresowane „czystym” modelem franczyzowym.
 - Priorytetem dla Spółki jest minimalizacja ryzyka i kosztów obsługi tego kanału dystrybucji.
 - Pierwsze sklepy mogą zostać otwarte już w ciągu najbliższych 6 miesięcy.

- **Zwiększanie efektywności działania**
 - Sukcesywna obniżka kosztów sprzedaży/m²
 - Porządkowanie wizerunkowe i finansowe sieci – zamiany, liftingi, powiększenia, remonty
 - Rozpoczęły się dwa projekty, które mogą znacząco zwiększyć efektywność i podwyższyć poziom konkurencyjności spółki :
 - wdrożenie systemu IT, oraz
 - budowa nowego centrum dystrybucyjno – logistycznego

- W roku 2010 planowane jest otwarcie ponad 60 nowych placówek, w tym 8 w Czechach
- Zmniejszenie ilości placówek planowanych do otwarcia w roku 2010 spowodowane jest:
 - Opóźnieniami w oddaniu nowych projektów do użytkowania
 - Coraz większym nasyceniem rynków lokalnych
 - Selektywnością NG2 w doborze lokalizacji
 - Żmudnymi negocjacjami w sprawie rekomercjalizacji istniejących obiektów
- Zmiana formatu otwieranych sklepów :
 - Mniejsze butikiki Quazi – 100-120 m²
 - Większe sklepy BOTI – 150-200 m²
 - Większe salony CCC – w najlepszych lokalizacjach nawet pow.500 m²
- W ciągu najbliższych miesięcy wszystkie plany i projekcje spółki zostaną przeformułowane z ilości sklepów na m²



Planowane zakończenie inwestycji: **koniec 2011 roku**

- 23 tys. m² powierzchni, pojemność ponad 5 mln par obuwia,
- całkowity koszt inwestycji: 124,0 mln PLN, w tym wartość wydatków kwalifikowanych: 96,21 mln PLN, z których 40% dofinansowane jest przez Unię Europejską.



Zmiana kursu akcji od początku 2008 **+34,57%**
Zmiana wartości WIG od początku 2008 **-16,70 %**

- 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**

