

## Komunikat prasowy

Polkowice, 24 sierpnia 2009 r.

### NG2 W I PÓŁROCZU 2009 ROKU: DOBRE WYNIKI W OBLICZU KRYZYSU, UMOCNIE NIE POZYCJI LIDERA RYNKU

NG2 SA, największy dystrybutor i wiodący producent obuwia w Polsce, wypracował w I półroczu 2009 roku przychody ze sprzedaży na poziomie blisko 422,3 mln zł, oraz zysk netto w wysokości 35,5 mln zł. Grupa realizuje plany rozbudowy sieci sprzedaży, która na koniec I półrocza składała się już z łącznie 649 placówek w Polsce i Czechach, co oznacza, że powiększyła się w tym czasie o 62 sklepy.

NG2 planuje dalszą ekspansję sieci sprzedaży, co w konsekwencji doprowadzi do wzrostu udziału rynkowego Spółki i umocnienia pozycji lidera rynku obuwniczego w Polsce.

#### WYNIKI FINANSOWE NG2 PO I PÓŁROCZU 2009 ROKU

Szczegółowe dane finansowe NG2 przedstawiają się następująco:

w mln PLN	I pół. 2009	I pół. 2008	Zmiana	II kw. 2009	II kw. 2008	Zmiana
<i>Przychody netto ze sprzedaży</i>	422,3	332,3	+27,1%	252,1	197,2	+27,83%
<i>Zysk operacyjny</i>	46,7	64,0	-27,0	39,2	43,6	-10,03%
<i>Zysk netto</i>	35,5	48,8	-27,3%	30,9	31,7	-2,57%

W I półroczu 2009 roku dynamika wzrostu przychodów ze sprzedaży NG2 przekroczyła 27% w porównaniu z analogicznym okresem ubiegłego roku. Zysk netto zaś wyniósł 35,5 mln zł i był niższy o ponad 27% od zysku w I półroczu 2008 roku. Takie wyniki finansowe były przede wszystkim efektem niesprzyjających warunków zewnętrznych, zarówno makroekonomicznych jak i atmosferycznych, w I kwartale 2009 roku. Mroźna i śnieżna pogoda w styczniu i w lutym i nadejście wiosny dopiero pod koniec I kwartału spowodowały, że popyt na produkty grupy przesunął się i istotna część przychodów oraz marży zostały zrealizowane dopiero w kwietniu tego roku.

I półrocze 2009 roku to także wzrost sprzedaży na porównywalnych sklepach:

- CCC: +6,5%
- BOTI: +10,2%
- QUAZI: 5,1%.

Na słabszy niż rok wcześniej wynik netto, pomimo rosnących przychodów, istotny wpływ miały kursy walut. Spółka płaci czynsze denominowane w EUR za ponad 60% wynajmowanej powierzchni handlowej, w EUR i USD dokonuje również ponad ¾ zakupów. Tymczasem kurs PLN/EUR w I półroczu 2009 r. był wyższy o 28%, a kurs PLN/USD aż o 47% od tego w I półroczu 2008 r. Jednocześnie, zgodnie ze strategią zwiększania udziałów rynkowych i umacniania pozycji rynkowego lidera, Spółka podjęła decyzję o nie przenoszeniu w I półroczu 2009 r. wyższych ponoszonych kosztów na ceny produktu finalnego dla klienta.

## ROZWÓJ SIECI SPRZEDAŻY

Sieć sprzedaży NG2 na koniec I półrocza 2009 roku obejmowała łącznie **649** placówek, w tym 491 sklepów własnych: 237 salonów CCC w Polsce i 32 w Czechach, 181 salonów BOTI oraz 41 butików QUAZI.

Spółka planuje dalszy dynamiczny rozwój sieci sprzedaży, szczególnie własnych sklepów firmowych. W roku 2009 Spółka planuje otwarcie co najmniej:

- **45** sklepów pod logo CCC (32 w Polsce, 13 w Czechach)
- **12** butików QUAZI
- **75** sklepów firmowych BOTI.

Planowana łączna liczba otwarć w 2009 to co najmniej **132** placówki, z czego 62 zostały już otwarte w pierwszych półroczu.

NG2 planuje także przejęcie w 2009 roku sklepów franszizowych od dwóch dużych partnerów.

Docelowo NG2 planuje posiadać około 300 lokali własnych i 130 objętych franszyzą pod logo CCC w Polsce oraz ok. 60 lokali własnych tej marki w Czechach oraz 600 sklepów własnych i 300 franszyzowych pod marką BOTI. Sieć butików QUAZI docelowo ma składać się ze 100 sklepów.

## Liczba sklepów grupy NG2

Liczba sklepów	Stan na 31 marca 2009	Stan na 30 czerwca 2009
CCC Polska – salony własne	229	237
CCC Polska – franszyza	85	82
CCC Czechy	29	32
QUAZI	34	41
BOTI	237 (164 – sklepy własne, 73 fransyzyzowe)	257 (181 – sklepy własne, 76 fransyzyzowe)
Łączna liczba placówek	614	649

## NG2 W OBLICZU SPOWOLNIENIA GOSPODARCZEGO

Dobre wyniki NG2 po pierwszym półroczu 2009, osiągnięte pomimo kryzysu na rynku detalicznym, potwierdzają, że przyjęta przez Spółkę strategia przynosi rezultaty. Grupa charakteryzuje się ścisłą kontrolą kosztów, niskim poziomem zadłużenia, co gwarantuje niskie koszty odsetkowe i olbrzymie możliwości dalszego rozwoju.

Przed kryzysem na rynkach światowych NG2 broni konserwatywne zarządzanie i oparcie strategii o rozwój organiczny i rynek krajowy. Spółka wdraża programy

oszczędnościowe, m.in. rezygnując z reklamy telewizyjnej oraz inwestując w specjalistyczne systemy informatyczne oraz automatyzację procesów, m.in. automatykę magazynową.

W efekcie, Spółka zamierza wykorzystać obecną sytuację rynkową do zwiększenia swoich udziałów rynkowych i umocnienia pozycji lidera na polskim rynku obuwniczym.

W I półroczu 2009 r. zmienił się także koncept marki QUAZI. Grupa zdecydowała się na odejście od bardzo drogich włoskich produktów skórzanych. Oferta Quazi w 2009 roku rozszerzy się o produkty syntetyczne z Chin oraz obuwie skórzane produkowane w Polsce.

*„Dobre wyniki NG2 po I półroczu 2009 roku, odnotowane pomimo kryzysu na rynku detalicznym, pokazują, że konsekwentna realizacja przyjętej strategii okazała się dla naszej spółki skuteczną bronią przed kryzysem. Obecną sytuację rynkową, biorąc pod uwagę atuty jakie mamy w ręku – niski poziom zadłużenia, broniący się przed dekonstrukcją produkt i pozycję lidera rynkowego – postrzegamy jako szansę na zwiększenie udziałów rynkowych i umocnienie, naszej pozycji lidera polskiego rynku obuwniczego” - powiedział Dariusz Miłek, Prezes Zarządu NG2.*

*„Na wyniki I półrocza 2009 roku największy wpływ miały niesprzyjające naszej sprzedaży warunki pogodowe w I kwartale tego roku, oraz wzrost kursów EUR i USD do złotego w porównaniu z I półroczem 2008 roku. Biorąc jednak pod uwagę nasze dotychczasowe wyniki, przewidujemy, że w całym 2009 roku będą one zbliżone do zeszłorocznych” - powiedział Piotr Nowjalis, Wiceprezes Zarządu NG2..*

#### **Dodatkowych informacji udzielają:**

##### ***Piotr Nowjalis***

Wiceprezes Zarządu, Dyrektor Finansowy, NG2 SA

Tel. (76) 84 58 420

e-mail: [piotr.nowjalis@ng2.pl](mailto:piotr.nowjalis@ng2.pl)

##### ***Iwona Sacewicz***

M+G

Tel. (22) 625 71 14, 0501 183 386

e-mail: [iwona.sacewicz@mplusg.com.pl](mailto:iwona.sacewicz@mplusg.com.pl)

\* \* \*



*Grupa NG2 jest zdecydowanym liderem polskiego rynku sprzedaży detalicznej obuwia i jednym z największych jego producentów w Polsce. W skład Grupy Kapitałowej NG2 wchodzi NG2 S.A. – spółka zarządzająca siecią sprzedaży oraz CCC Factory Sp. z o.o., zajmująca się produkcją obuwia. Sprzedaż kolekcji prowadzona jest łącznie w 649 placówkach pod markami CCC, QUAZI oraz BOTI. Dostawcy obuwia dla Spółki to zarówno producenci zagraniczni (przede wszystkim szyjący na zlecenie NG2 producenci chińscy, jak również producenci włoscy), krajowi, jak też własne zaplecze produkcyjne. Udział Grupy NG2 w bardzo rozdrobnionym rynku producentów obuwia jest szacowany na 8-10%.*

**BOTI**   **CCC**   **QUAZI**