

Komunikat prasowy

Polkowice, 16 listopada 2009 r.

**NG2 PO III KWARTAŁACH 2009 ROKU:
NAJLEPSZE WYNIKI W BRANŻY ORAZ UMOCNIANIE POZYCJI
RYNKOWEGO LIDERA**

NG2 SA, największy dystrybutor i wiodący producent obuwia w Polsce, wypracował po III kwartałach 2009 roku przychody ze sprzedaży na poziomie ponad 651,8 mln zł, oraz zysk netto w wysokości 46,6 mln zł. Grupa realizuje plany rozbudowy sieci sprzedaży, która na koniec III kwartału składała się już z łącznie 667 placówek, w Polsce i Czechach, co oznacza, że powiększyła się w tym czasie o 95 sklepów własnych – 87 w Polsce i 8 w Czechach.

NG2 planuje dalszą dynamiczną ekspansję sieci sprzedaży, z zamiarem zwiększenia w ciągu trzech najbliższych lat swojego udziału rynkowego w polskim rynku obuwia do ponad 20%, z obecnych 12-13%.

WYNIKI FINANSOWE NG2 PO III KWARTAŁACH 2009 ROKU

Szczegółowe dane finansowe NG2 przedstawiają się następująco:

w mln PLN	III kw. 2009	III kw. 2008	Zmiana	I-III kw. 2009	I-III kw. 2008	Zmiana
Przychody netto ze sprzedaży	229,6	200,4	+14,54%	651,8	532,8	+22,35%
Zysk operacyjny	15,6	35,5	-56,15	62,3	99,5	-37,39%
Zysk netto	11,1	27,2	-59,36%	46,6	76,0	-38,78%

W pierwszych 9 miesiącach 2009 roku dynamika wzrostu przychodów ze sprzedaży NG2 przekroczyła 22% w porównaniu z analogicznym okresem ubiegłego roku. Zysk netto zaś wyniósł 46,6 mln zł i był niższy o ponad 38% od zysku wypracowanego przez Grupę w analogicznym okresie ubiegłego roku.

Na wyniki finansowe w trzecim kwartale wpływ miały przede wszystkim niesprzyjające warunków zewnętrzne, zarówno makroekonomiczne jak i atmosferyczne. Ciepły wrzesień spowodował, że popyt na produkty Grupy przesunął się i istotna część przychodów oraz marży została zrealizowana dopiero w październiku. W efekcie październikowe przychody Grupy osiągnęły rekordową w dotychczasowej historii NG2 wartość 139,1 mln zł i były wyższe od ubiegłorocznych aż o 43,3%.

W ciągu pierwszych 9 miesięcy 2009 roku NG2 notuje systematyczny wzrost sprzedaży na porównywalnych sklepach:

- CCC: +3,3%
- BOTI: +7,7%
- QUAZI: +4,8%.

Dzięki bardzo dobrym wynikom sprzedaży w pierwszej połowie czwartego kwartału parametry te kształtują się na dzień 12 listopada następująco:

- CCC: +8,2%
- BOTI: +9,6%
- QUAZI: +13,2%.

ROZWÓJ SIECI SPRZEDAŻY

Sieć sprzedaży NG2 na koniec III kwartału 2009 roku obejmowała łącznie **667** placówek, w tym 523 sklepy własne: 236 salonów CCC w Polsce i 33 w Czechach, 210 salonów BOTI oraz 44 butikiki QUAZI.

Spółka planuje dalszy dynamiczny rozwój sieci sprzedaży, szczególnie własnych sklepów firmowych. W roku 2009 Spółka planuje w sumie otwarcie co najmniej 132 placówek, tj:

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

Z wymienionych powyżej otworzyć po trzech kwartałach 95 placówek zostało już otwartych w pierwszych 9 miesiącach 2009 roku.

NG2 planuje także przejęcie w 2009 roku 19 sklepów franszyzowych od dwóch dużych partnerów z regionu Poznania i Krakowa.

W 2010 Grupa planuje otwarcie kolejnych co najmniej **80** sklepów:

- **30** sklepów pod logo CCC (20 w Polsce, 10 w Czechach)
- **10** butików QUAZI
- **40** sklepów BOTI.

Docelowo NG2 planuje posiadać około 1000 sklepów w Polsce, czyli 400 lokali CCC (w tym 100 franczyzowych) oraz 500 sklepów marką BOTI (w tym 100 franczyzowych). Sieć salonów QUAZI docelowo ma składać się ze 100 sklepów. W Czechach Grupa planuje rozszerzyć swoją sieć do 70 salonów CCC.

Liczba sklepów grupy NG2

Liczba sklepów	Stan na 30 czerwca 2009	Stan na 30 września 2009
CCC Polska – salony własne	237	236
CCC Polska – franczyza	82	79
CCC Czechy	32	33
QUAZI	41	44
BOTI	257 (181 – sklepy własne, 76 franczyzowe)	275 (210 – sklepy własne, 65 franczyzowe)
Łączna liczba placówek	649	667

NG2 W OBLICZU SPOWOLNIENIA GOSPODARCZEGO

NG2 zanotowała najlepsze w branży wyniki finansowe za III kwartał 2009 roku, pomimo widocznego na rynku detalicznym kryzysu, co potwierdza, 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. Dodatkowo wysoki kapitał własny i bardzo wysoka rentowność gwarantują bezpieczeństwo działania.

Przed kryzysem na rynkach światowych NG2 broni konserwatywne zarządzanie i oparcie strategii o rozwój organiczny i rynek krajowy. Spółka wdraża programy oszczędnościowe, m.in. zamykając nierentowne lokalizacje, nie rezygnując jednocześnie z działań reklamowych i marketingowych budujących świadomość marki. a także inwestując w specjalistyczne systemy informatyczne oraz automatyzację procesów, m.in. automatykę magazynową, która będzie dostosowana do dynamicznie zwiększającej się sieci sprzedaży zarządzanej przez NG2.

W efekcie, Spółka zamierza wykorzystać obecną sytuację rynkową do zwiększenia swoich udziałów rynkowych z obecnych 12-13% do ponad 20% w ciągu najbliższych trzech lat. Celem strategicznym Grupy pozostaje m.in. dwucyfrowy wzrost sprzedaży na sklepach porównywalnych.

PLANY INWESTYCYJNE NG2 I PODSUMOWANIE NADZWYCZAJNEGO WALNEGO ZGROMADZENIA AKCJONARIUSZY

W dniu 12 listopada 2009 odbyło się NWZA, które wyraziło zgodę na zmiany w statucie spółki i umożliwiło dokonanie jednej lub wielu emisji akcji w ramach podwyższenia kapitału zakładowego, które może być dokonane w czasie najbliższych 3 lat. Każda emisja akcji będzie wymagała zgody Rady Nadzorczej, a maksymalnie NG2 może wyemitować do 10% kapitału, czyli 3 840 000 akcji.

Zarząd zwrócił się do Akcjonariuszy z wnioskiem o zatwierdzenie zmian w statucie kierując się chęcią minimalizacji ryzyka braku pozyskania środków na rynku finansowym. Środki z potencjalnych emisji mogą posłużyć na częściowe sfinansowanie planowanych inwestycji.

Spółka zamierza w ciągu najbliższych dwóch lat przeprowadzić inwestycje o wartości ok. 190 mln zł, dzięki którym NG2 umocni swoją pozycję lidera rynku obuwniczego w Polsce. Inwestycje zostaną przeznaczone na budowę nowego centrum logistyczno-dystrybucyjnego wysokiego składowania, dalszą rozbudowę sieci sprzedaży oraz systemów IT.

Największa część planowanych inwestycji, tj. 97 mln zł, zostanie zainwestowane w budowę nowoczesnego, zautomatyzowanego magazynu wysokiego składowania, który ma w przyszłości obsługiwać ponad tysiąc sklepów zarządzanych przez Grupę NG2.

Dzięki automatyzacji procesów i zastosowaniu najnowocześniejszych rozwiązań z zakresu logistyki i magazynowania, znacząco zwiększy się przewaga konkurencyjna spółki, a koszty obsługi logistycznej ulegną znaczącemu obniżeniu.

Pozostałe środki zostaną wykorzystane na inwestycje, mające na celu dalszą rozbudowę sieci sprzedaży - otwarcia kolejnych nowych sklepów oraz przejmowanie sklepów od tych franszyzobiorców, którzy zadeklarowali taką chęć. Duże możliwości optymalizacji procesów i zwiększenia rentowności spółka widzi w zakresie planowania finansowego i planowania kolekcji. Dlatego też planuje zainwestować w nowy systemem IT, dzięki któremu zarządzanie siecią sklepów, zapasami i polityką sprzedaży będzie jeszcze bardziej efektywne, co wpłynie na zwiększenie rentowności Grupy.

„NG2 odnotowało najlepsze w branży wyniki w trzecim kwartale tego roku, co oznacza, że prawidłowo zareagowaliśmy na spowolnienie gospodarcze i nasza strategia przynosi wymierne efekty. Chcemy nadal dynamicznie się rozwijać i jesteśmy przekonani, że obecna, dość trudna sytuacja rynkowa, to najlepszy czas na jeszcze większe zdystansowanie naszych konkurentów. Planujemy, że w ciągu najbliższych trzech lat nasz udział w rynku wzrośnie do 20%, co oznacza, że umocnimy swoją pozycję zdecydowanego lidera rynku obuwniczego w Polsce. Pomogą nam w tym także planowane przez nas obecnie inwestycje, które podniosą efektywność pracy oraz procesów logistycznych NG2” - powiedział Dariusz Miłek, Prezes Zarządu NG2.

„Trzeci kwartał jest zwykle najtrudniejszy dla firm z naszej branży, ponieważ tylko wrzesień jest miesiącem, kiedy produkty sprzedawane są po pełnowartościowej cenie, natomiast lipiec i sierpień są miesiącami wyprzedazowymi. Dodatkowo w tym kwartale, ciepły wrzesień spowodował, że popyt na nową kolekcję przesunął się na październik, który okazał się rekordowym miesiącem sprzedaży w historii NG2” - 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

Iwona Sacewicz-Mojsiuszko

M+G

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

e-mail: iwona.mojsiuszko@mplusg.com.pl

* * *



Grupa NG2 jest 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 667 placówkach pod markami CCC, QUAZI oraz BOTI. Dostawcy obuwia dla Spółki to zarówno producenci zagraniczni (przede wszystkim szyjący na zlecenie NG2 producenci chińscy), krajowi, jak też własne zaplecze produkcyjne. Udział Grupy NG2 w bardzo rozdrobnionym rynku obuwia jest szacowany na 12-13%.