

# Podsumowanie 2022

PERSPEKTYWA WYNIKOWA  
I KIERUNKI BIZNESOWE 2023

Kwiecień 2023



## Kluczowe informacje

- 1 Wyniki Q4'22 lepsze niż we wstępnych szacunkach
- 2 Wzrost przychodów Grupy w Q1'23 QTD
- 3 Transformacja modelu biznesowego Grupy CCC w ostatnich latach zgodnie z GO.22 i GO.25 pomimo wymagającego otoczenia
- 4 Perspektywa 2023 – dwucyfrowy wzrost sprzedaży Grupy i poprawa rentowności w każdym segmencie
- 5 Istotna redukcja zadłużenia i zmiana struktury finansowania



## Wyniki Q4'22 lepsze niż we wstępnych szacunkach Nieznaczna poprawa marży brutto i wskaźnika kosztów

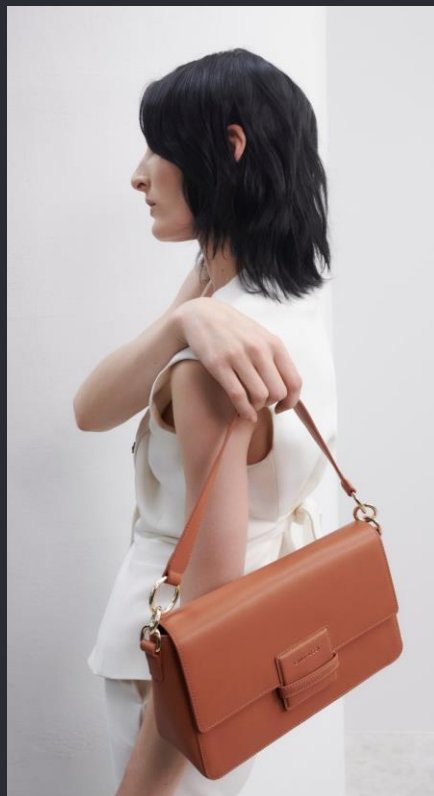


foto. CCC, Gino Rossi, SS'23

|                                      | Q4               |           |                |                       |
|--------------------------------------|------------------|-----------|----------------|-----------------------|
|                                      | 2022<br>REPORTED | rdr       | 2022<br>PRELIM | REPORTED<br>VS PRELIM |
| PRZYCHODY [mIn PLN]                  | 2442             | 20%       | 2428           | 1%                    |
| ZYSK BRUTTO NA SPRZEDAŻY             | 1050             | 11%       | 1039           | 1%                    |
| <i>marża brutto [%]</i>              | 43,0%            | -3,5 p.p. | 42,8%          | 0,2 p.p.              |
| Koszty sprzedaży i administracji     | -1121            | 8%        | -1134          | -1%                   |
| <i>wskaźnik kosztów [%]</i>          | 45,9%            | -5,3 p.p. | 46,7%          | -0,8 p.p.             |
| PKO/PPO i odpisy                     | 21               | -58%      | 38             | -45%                  |
| WYNIK OPERACYJNY [mIn PLN]           | -50              | -8%       | -57            | 12%                   |
| <i>marża operacyjna [%]</i>          | -2,0%            | 0,2 p.p.  | -2,3%          | 0,3 p.p.              |
| EBITDA [mIn PLN]                     | 92               | -5%       | 86             | 7%                    |
| <i>marża EBITDA [%]</i>              | 3,8%             | -1,0 p.p. | 3,5%           | 0,2 p.p.              |
| EBITDA skorygowana* [mIn PLN]        | 71               | 50%       | 47             | 49%                   |
| <i>marża EBITDA skorygowana* [%]</i> | 2,9%             | 0,6 p.p.  | 2,0%           | 0,9 p.p.              |

4,2 mln PLN - zwiększenie odpisów na należności

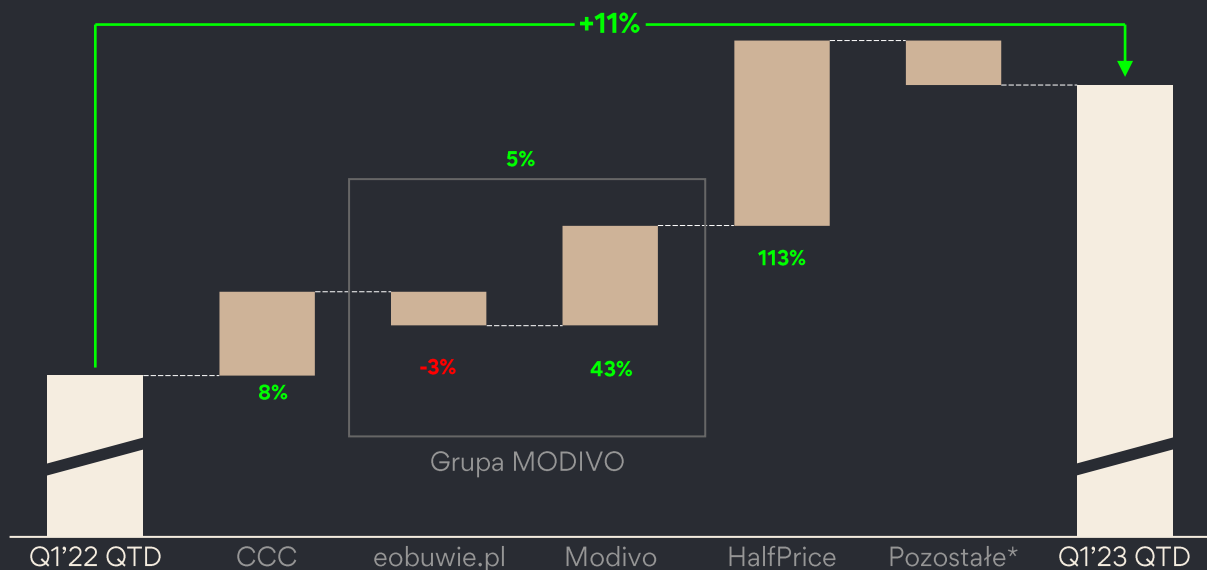
3,0 mln PLN - niższa wycena sald w walutach

3,5 mln PLN - zawiązanie rezerwy na sprawy sporne

\* EBITDA skorygowana o saldo PPO/PKO i odpisy (w tym zdarzenia jednorazowe)

## Wzrost sprzedaży Grupy w wymagającym otoczeniu rynkowym

Zmiana przychodów ze sprzedaży Grupy CCC [mln PLN]



### LUTY 2023

Długa zima – celowe utrzymanie wysokiego udziału kolekcji AW w sprzedaży

### MARZEC 2023

Pełna alokacja kolekcji SS'23, chłodny początek wiosny – wysokie udziały rynkowe w segmencie sportowym

### KWIECIEŃ 2023 MTD

„Ekstremalnie chłodny kwiecień” (IMGW), uruchomione mechaniki promocyjne

## Marża brutto pod presją długiej zimy i chłodnej wiosny

UDZIAŁ E-COMMERCE

52%

-1,3 p.p. rdr

MARŻA BRUTTO

46%

-3,0 p.p. rdr

W niniejszym materiale „Q1 QTD” oznacza okres rozpoczynający się 1 lutego i kończący się 15 kwietnia. „MTD” oznacza okres rozpoczynający się 1 kwietnia i kończący się 15 kwietnia.

\* Hurt oraz pozostałe przychody

## Perspektywa strategiczna ostatnich 3 lat



1

Silna transformacja modelu biznesowego Grupy CCC w ostatnich 3 latach (pomimo wyjątkowo trudnego otoczenia); zdolność do sprawnej adaptacji

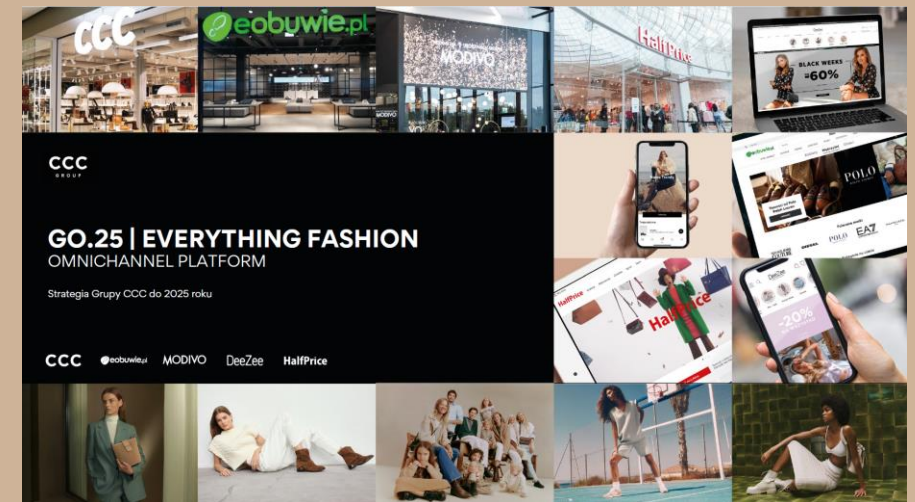
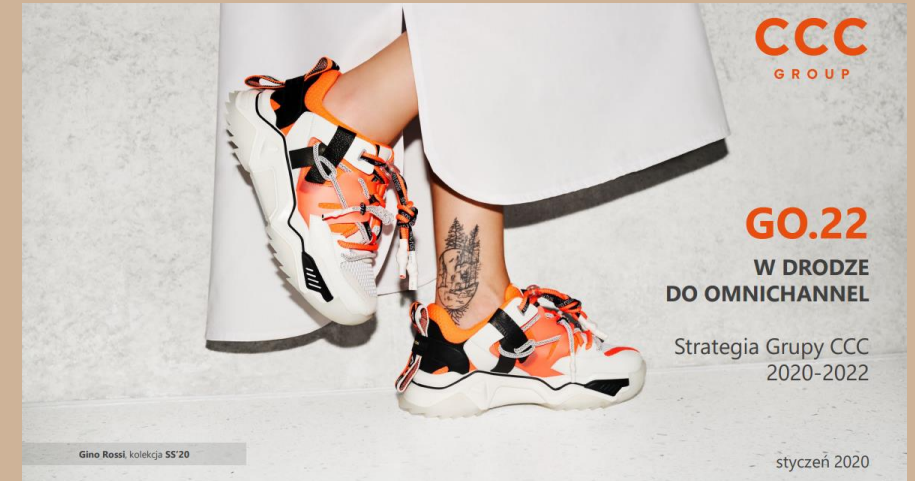


2

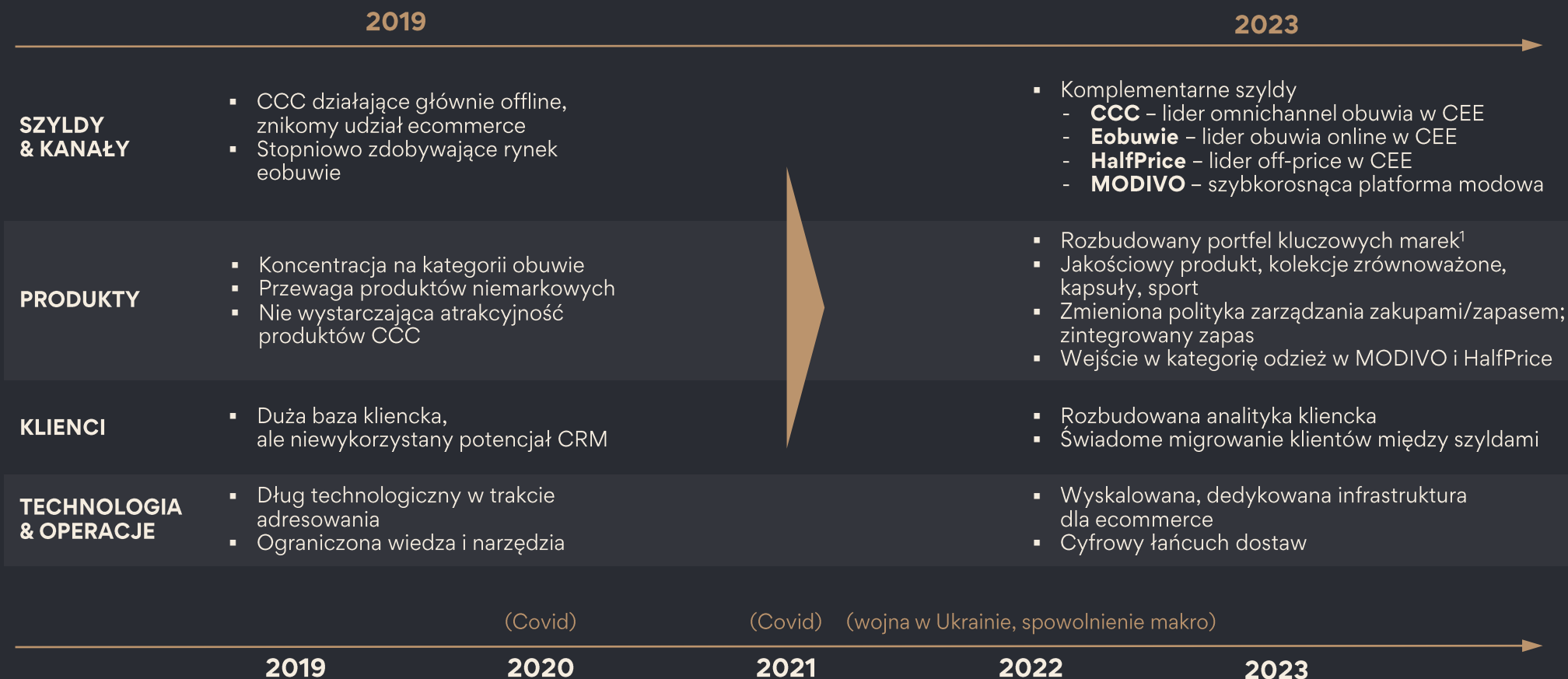
Komplementarne szyldy, liderzy w swych segmentach (CCC, HalfPrice, eobuwie-MODIVO), generujące wspólne synergie

3

Ostatni element transformacji do finalizacji – redukcja i zmiana struktury finansowania



## Grupa przeszła transformację w stronę nowoczesnej, zdigitalizowanej i multiszyldowej platformy modowej



<sup>1</sup>Wybrane nowe marki własne (Gino Rossi, Badura, DeeZee, Americanos), odświeżone marki własne (Sprandi, JennyFairty); nowe marki obce (sportowe – m.in. Adidas, Puma, Vans)

## Mimo trudnego otoczenia rynkowego przychody Grupy wzrosły dwukrotnie

### Efekty transformacji Grupy w latach 2019-2022



PRZYCHODY

**x2**

FY'22 vs FY'19

9,1 vs 5,4 mld PLN



UDZIAŁ SPRZEDAŻY  
ONLINE

**50%**

+25 p.p.

FY'22 vs FY'19

Szyld CCC – 22%,  
FY'22



RYNEK  
ADRESOWALNY

**x4**

Nowe szyldy

20 vs 5 mld EUR  
FY'22<sup>1</sup>



KLIENT

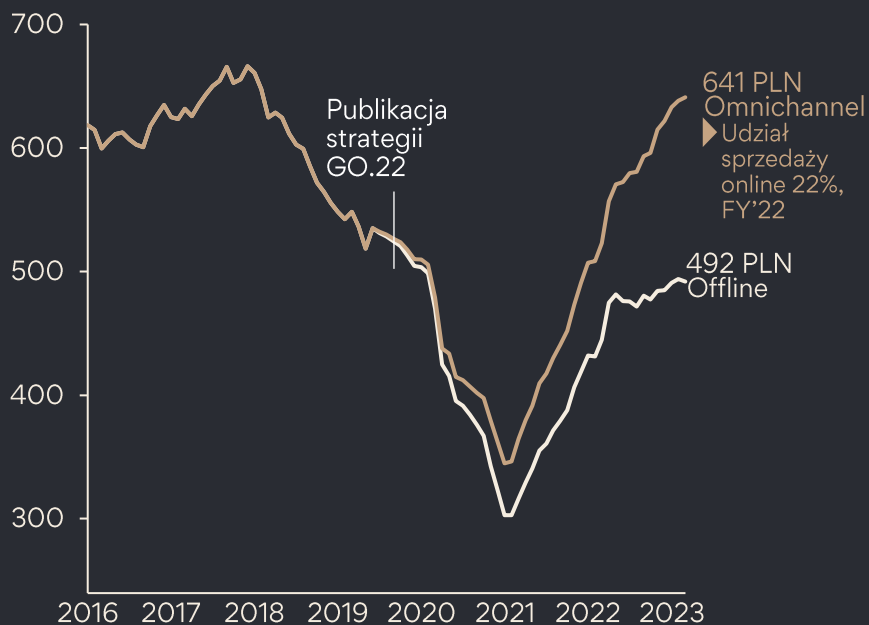
**+70%**

Aktywnych klientów

14 vs 8 mln  
FY'22 vs FY'19

## Przeprowadzona z sukcesem transformacja widoczna na poziomie operacyjnym w CCC

### 1 Odbudowa sprzedaży / m<sup>2</sup> [PLN] w nowym modelu



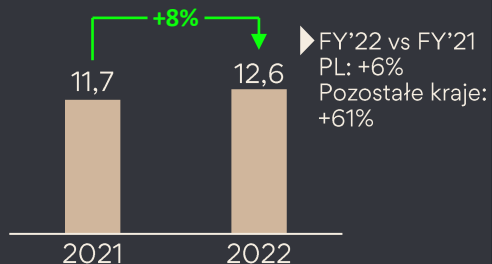
- 11% zamówień z InStore [Q4'22]
- 30% udział sprzedaży online [Q4'22]
- >50% udział OMS w sprzedaży online [sty'23]
- 50% sprzedaży online generowanej przez aplikację mobilną [sty'23]

### 2 Oferta dobrze przyjmowana przez klientów

Wzrost szybszy niż rynek<sup>1</sup>



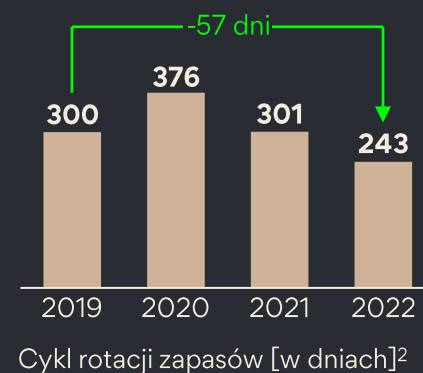
Liczba klubowiczów CCC



### 3 Znaczna poprawa efektywności operacyjnej

50,1% 47,0% 51,7% 52,2% Marża brutto [%]

1 421 1 648 1 451 1 045 Zapasy [mln PLN]



CASH FLOW  
OPERACYJNY<sup>3</sup>  
**595 mln PLN**  
FY'22

<sup>1</sup>Dane dla rynku obuwi w Polsce w 2022; dla szyldu CCC całość przychodów w Polsce, Euromonitor

<sup>2</sup>Cykl rotacji zapasów dla 2019 z KVAG

<sup>3</sup>CFO = Zysk netto skorygowany o amortyzację, odpisy, zysk z działalności inwestycyjnej, koszty finansowania zewnętrznego, podatek dochodowy, zmianę w kapitale obrotowym



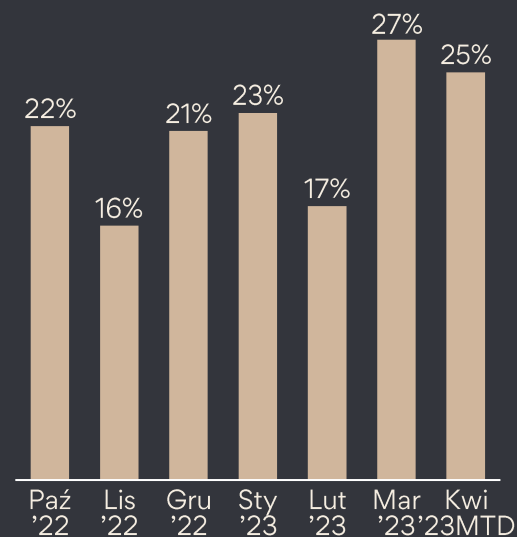
## HalfPrice dobrze odbierany przez rynek i rentowny w pierwszym, pełnym roku działalności

### Szybko rosnąca skala biznesu

- ✓ Największy gracz off-price w CEE
- ✓ 98 sklepów w 8 krajach
- ✓ Rozpoznawalność marki 49% (+24 p.p. na przestrzeni 3 kwartałów 2022)
- ✓ Break-even na poziomie EBITDA osiągnięty we wrześniu 2022

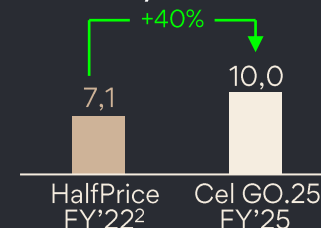


### Silny wzrost sprzedaży LFL<sup>1</sup>

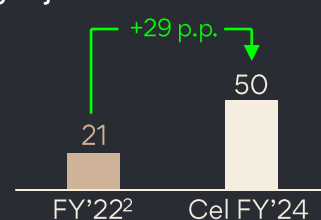


### Duży potencjał na przyszłość

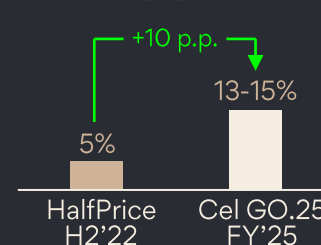
#### Sprzedaż/m<sup>2</sup> [tys. PLN]<sup>2</sup>



#### Migracje klientów CCC do HP [%]<sup>3</sup>



#### Marża EBITDA [%]<sup>4</sup>



<sup>1</sup> Sprzedaż LFL kwi'23MTD na dzień 16.04.2023 (15-16'kwi prognozowany)

<sup>2</sup> Sprzedaż wyciszona na bazie średniej powierzchni w całym roku (początek+koniec)/2

<sup>3</sup> 21% aktywnych klubowiczów z bazy CCC (wykonali min. 1 transakcję w ostatnich 12 mies.), stan na koniec marca 2023

<sup>4</sup> Marża EBITDA pre-MSSF 16

## Eobuwie kontynuuje strategię specjalisty sprzedaży obuwia online adresując bieżące wyzwania rynkowe

### 1 Lider obuwia online w CEE

#1  
w CEE

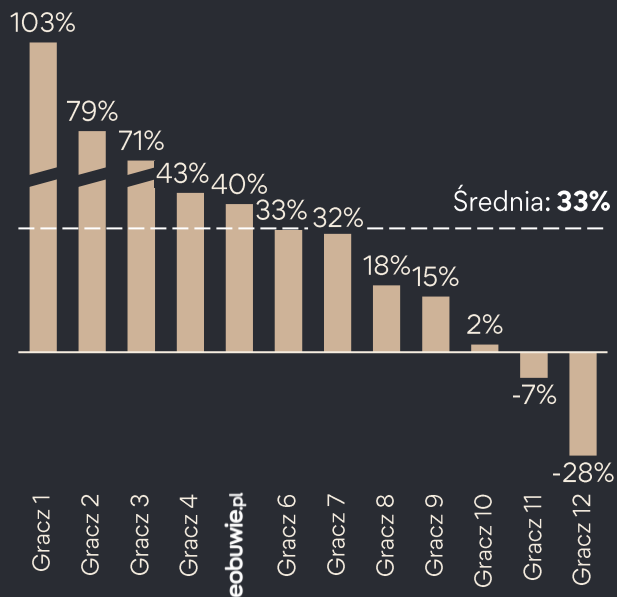
19  
rynków łącznie

8,2  
aktywnych klientów  
FY'22 (+8% rdr)

3 mld PLN  
przychodów  
FY'22 (+8% rdr)

### 2 2022 wyzwaniem dla sektora

Wzrastający poziom zapasów



Zmiana poziomu zapasów vs zmiana przychodów  
[FY'22 vs FY'21]<sup>1</sup>

### 3 W trakcie adresowania wyzwań

#### Zapas

- Renegocjacje z dostawcami / zmienione podejście do funkcji zakupów
- Marża new stock 46% (+0,4 p.p. rdr)
- Marża old stock 36% (-2,9 p.p. rdr) (dane za lut-mar 2023)

#### Koszty

- Redukcja kosztów stałych -5% mar'23 vs lut '23 (z wyłączeniem retail)
- Optymalizacja zatrudnienia w HQ -8% mar'23 vs lis '22

#### Technologia

- Migracja platformy na M2
  - 10 rynków / 29% biznesu zmigrowane
  - PL maj'23
  - 100% migracji do końca lis'23
- Nowa aplikacja mobilna
  - Wszystkie rynki od Q4'22
  - Udział app w sprzedaży 24% (+8 p.p. mar'23 rdr)
  - 50% wyższa konwersja (mar'23 vs paź'22)

<sup>1</sup>Grupa porównawcza: Mytheresa, Asos, Farfetch, Answear, AboutYou, Boohoo, Boozt, Revolve, Zalando, Adidas, VFCorp; metodologia obliczenia = (zapas FY'22/zapas FY'21) - (przychód FY'22/przychód FY'21)

## Wyskalowane MODIVO, z dynamicznym profilem wzrostu wspieranym ekspansją marketplace

### Uzasadnienie biznesowe startu MODIVO

**Szyld uruchomiony jako komplementarny dla eobuwie**

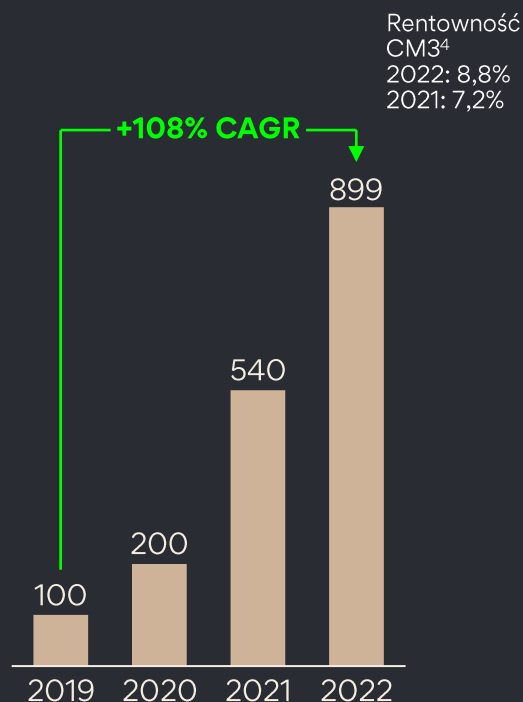
#### SYNERGIE

- ✓ 70% klientów kupujących w eobuwie i MODIVO<sup>1</sup>
- ✓ Wspólna baza dostawców

#### POZOSTAŁE DŹWIGNIE

- ✓ 3-4x większy TAM niż obuwie
- ✓ Asset-light model
- ✓ 2-3x wyższa częstotliwość zakupów dla cross-buyers<sup>2</sup>

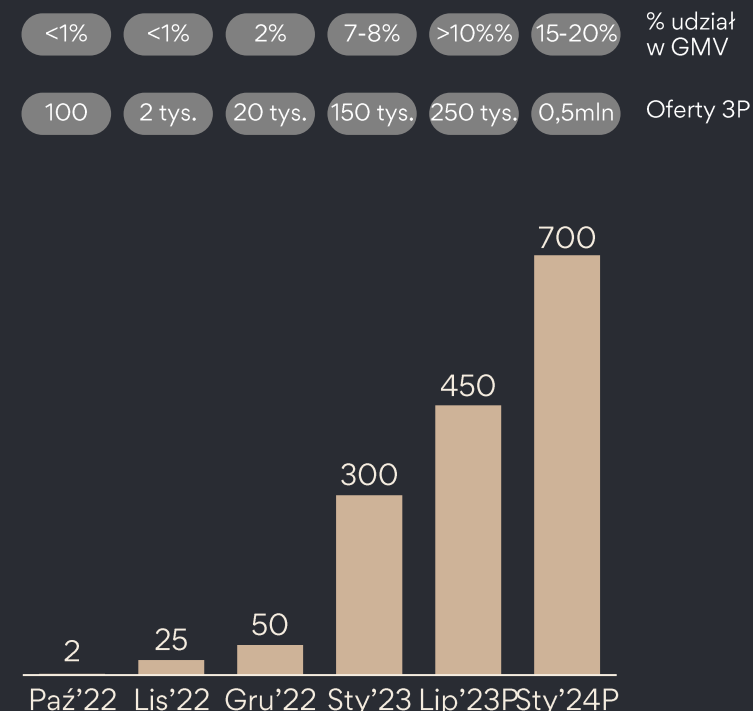
### Szybkie skalowanie przy wysokiej rentowności na tle sektora



Rentowność CM3<sup>4</sup>  
2022: 8,8%  
2021: 7,2%

Przychody ze sprzedaży [mln PLN]

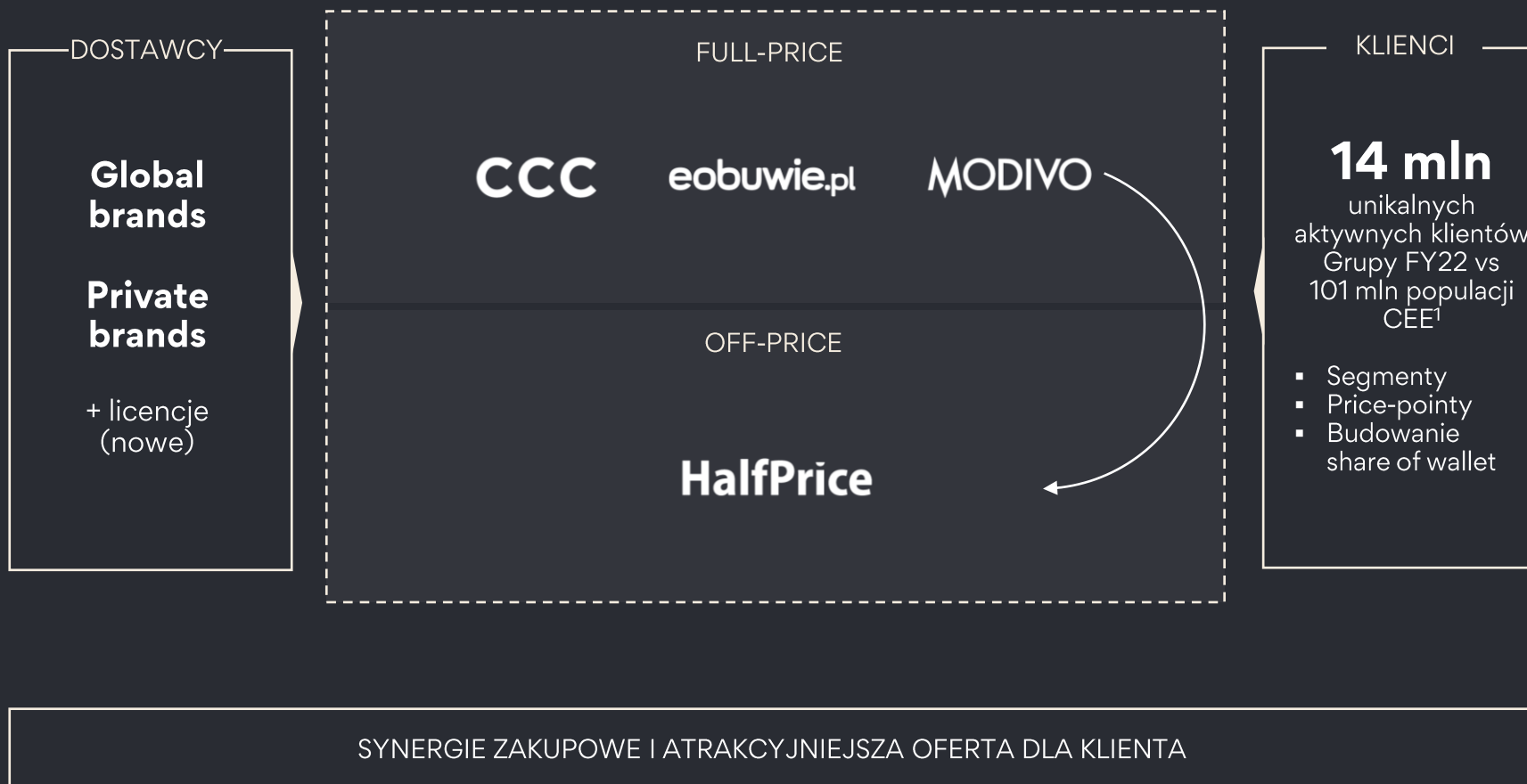
### Marketplace jako koło zamachowe wzrostu



Ilość merchantów dostępnych na marketplace [szt.]<sup>3</sup>

<sup>1</sup>70% z 1,3 mln klientów MODIVO było wcześniej klientami eobuwie; <sup>2</sup>5,8x transakcji/rok dla klientów cross-buying vs 2,1x dla eobuwie i 2,0x dla MODIVO  
<sup>3</sup> Ilość zarejestrowanych merchantów (po AML/KYC); <sup>4</sup> CM3 – marża kontrybucyjna (po uwzgl. kosztów marketingu, logistyki, płatności i innych kosztów zmiennych)

Model biznesowy w formule platformy omnichannel generuje synergie, jako przewaga konkurencyjna Grupy CCC



<sup>1</sup>CEE (Bułgaria, Chorwacja, Czechy, Estonia, Litwa, Łotwa, Polska, Rumunia, Słowacja, Słowenia, Węgry)

## Perspektywa 2023

Dwucyfrowa dynamika sprzedaży i 10%+ rentowność EBITDA Grupy

|                                 | CCC<br>GROUP            | CCC            | HalfPrice      | MODIVO <sup>SA</sup> |
|---------------------------------|-------------------------|----------------|----------------|----------------------|
| Przychody (mld PLN)<br>[2022]   | <b>10,2-11,0</b><br>9,1 | 4,4-4,8<br>4,2 | 1,2-1,5<br>0,8 | 4,5-4,7<br>4,0       |
| Marża brutto (%)<br>[2022]      | <b>47-50</b><br>46,7    | 54-56<br>52,2  | 45-46<br>46,3  | 40-42<br>41,3        |
| Wskaźnik kosztów* (%)<br>[2022] | <b>43-44</b><br>46,2    | 47-48<br>52,0  | 39-40<br>46,7  | 39-40<br>40,2        |
| Marża EBITDA (%)<br>[2022]      | <b>10-12</b><br>5,8     | 14-16<br>8,1   | 10-12<br>10,1  | 4-6<br>2,5           |
| CAPEX (mln PLN)<br>[2022]       | <b>~320</b><br>455      | ~160<br>265    |                | ~160<br>190          |

\* Koszty SG&A / przychody ze sprzedaży

## Grupa CCC kończąc transformację modelu biznesowego, ogranicza poziom finansowania dłużnego...

Business Unit CCC (obejmuje CCC, HP, DeeZee)



Równolegle:

**+ Poprawa EBITDA**

Nie ujęte tu, lecz spodziewane 2023-2024:

**+ Większe linie faktoringowe**  
 + IPO MODIVO  
 + osobny kapitał dla HalfPrice  
 - opcja MKK3

### Ring Fencing

Business Unit MODIVO (MODIVO, eobuwie)

**PLN 729m**

Dług netto<sup>1</sup> z Softbank<sup>2</sup>  
(przymusowa konwersja w IPO)



**PLN 77m**

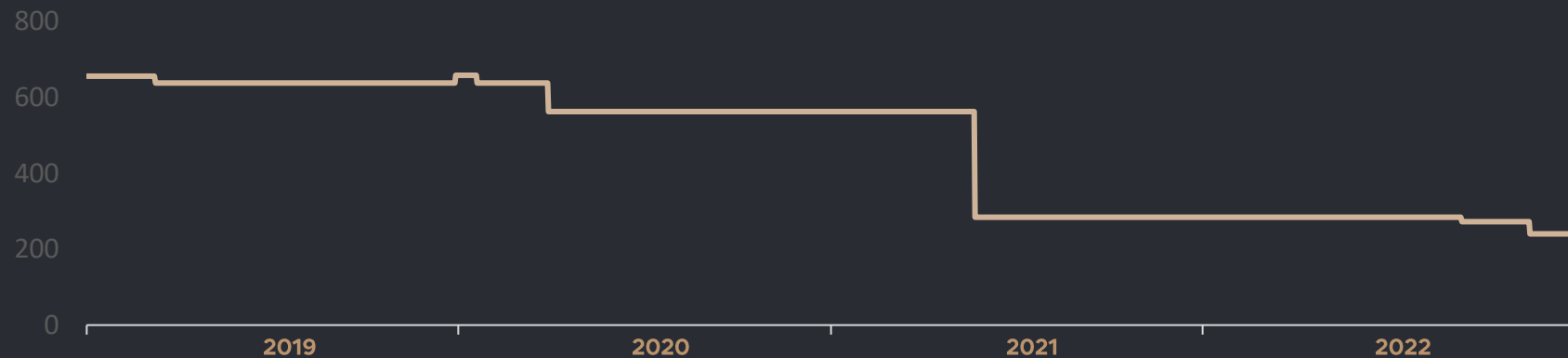
Dług netto<sup>1</sup> bez Softbank<sup>2</sup>  
(przymusowa konwersja w IPO)

1 - Dług netto = kredyty+obligacje - środki pieniężne; stan na 31.01.2023; nie obejmuje faktoringu odwrotnego i gwarancji  
 2 - Obligacje zapadają w sierpniu 2024; podlegają wcześniejszej konwersji na akcje w momencie IPO

... dążąc do optymalizacji jego wykorzystania poprzez m. in. maksymalizację udziału faktoringu odwrotnego

Dostępne linie faktoringu odwrotnego (Business Unit CCC - obejmuje CCC, HP, DeeZee)

|                                       | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|---------------------------------------|------|------|------|------|
| Przychody [mld PLN]                   | 4,0  | 3,1  | 4,2  | 5,2  |
| Zapasy [mld PLN]                      | 1,4  | 1,7  | 1,6  | 1,3  |
| Limit faktoringu odwrotnego [mld PLN] | 0,6  | 0,6  | 0,3  | 0,2  |



## Kluczowe fakty

- 1 Wynik EBITDA Grupy za Q4'22 lepszy o 7% niż we wstępnych szacunkach
- 2 11% wzrost przychodów Grupy w Q1'23 QTD
- 3 Transformacja modelu biznesowego Grupy CCC w ostatnich latach zgodnie z GO.22 i GO.25 pomimo wymagającego otoczenia
- 4 Perspektywa 10+ mld PLN przychodów i 10%+ rentowności EBITDA Grupy w 2023
- 5 Istotna redukcja zadłużenia i zmiana struktury finansowania





# Dziękujemy!

## Kontakt:

### Wojciech Latocha

Head of IR  
+48 887 448 312  
wojciech.latocha@ccc.eu

### Szymon Filipczak

Head of Strategy and Development  
+48 887 661 354  
szymon.filipczak@ccc.eu

## Nadchodzące wydarzenia:

**29-30.05.2023**

Konferencja Polski Rynek Kapitałowy,  
mBank & GPW, Warszawa

**31.05-2.06.2023**

Konferencja Future in CEE – ERSTE  
Consumer & Technology Conference,  
Warszawa

Niniejsza prezentacja („Prezentacja”) została przygotowana przez CCC S.A. z siedzibą w Polkowicach („CCC”). Jej celem jest przedstawienie wybranych danych dotyczących Grupy Kapitałowej CCC („Grupa CCC”). Prezentacja ma charakter wyłącznie informacyjny i nie stanowi kompletnej analizy sytuacji finansowej Grupy CCC. Dane zawarte w Prezentacji są aktualne na dzień jej sporządzenia, w związku z czym Prezentacja nie będzie podlegała zmianie, aktualizacji lub modyfikacji w celu przedstawienia zmian zaistniałych po tym dniu.

Prezentacji nie należy traktować jako porady inwestycyjnej, rekomendacji, oferty nabycia albo sprzedaży jakichkolwiek papierów wartościowych bądź instrumentów finansowych lub uczestnictwa w jakimkolwiek przedsięwzięciu handlowym Grupy CCC.

Prezentacja została przygotowana z zachowaniem należytej staranności, niemniej jednak CCC nie gwarantuje dokładności i kompletności informacji w niej zawartych, w szczególności w przypadku gdyby materiały, na których oparto się przy jej sporządzeniu okazały się niekompletne lub nie w pełni odzwierciedlały stan faktyczny.

CCC zaleca, aby każda osoba zamierzająca podjąć decyzję inwestycyjną dotyczącą jakichkolwiek instrumentów finansowych Grupy CCC, opierała się na informacjach ujawnionych w oficjalnych raportach CCC sporządzonych i opublikowanych zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa, które są wiarygodnym źródłem danych dotyczących Grupy CCC.

CCC oraz członkowie jej organów, a także pracownicy i współpracownicy oraz doradcy biorący udział w opracowaniu Prezentacji ani żaden podmiot z Grupy CCC nie ponoszą odpowiedzialności za skutki decyzji podjętych na podstawie lub w oparciu o informacje zawarte w Prezentacji lub wynikające z jej treści ani za jej dowolne wykorzystanie.

Ponadto Prezentacja nie stanowi jakiegokolwiek oświadczenia żadnej z ww. wymienionych osób.

Prezentacja oraz opisy w niej zawarte mogą zawierać stwierdzenia dotyczące przyszłości, w tym stwierdzenia dotyczące oczekiwanych wyników finansowych, nie mogą być jednak traktowane jako prognozy wyników finansowych. Zawarte w Prezentacji stwierdzenia dotyczące przyszłości są obarczone szeregiem znanych oraz nieznanymi ryzyk, niepewności oraz innych czynników (także pozostających poza kontrolą CCC), które mogą spowodować, że faktyczne wyniki, poziom działalności bądź osiągnięcia Grupy CCC oraz CCC mogą istotnie odbiegać od stwierdzeń wskazanych w Prezentacji, w tym oczekiwanych wyników finansowych opisanych w Prezentacji.

# CCC

GROUP

**CCC**

[eobuwie.pl](http://eobuwie.pl)

**MODIVO**

**HalfPrice**

