



CCC

GROUP

for

unicef 

Q3
2019

PREZENTACJA
WYNIKÓW

fot. CCC

02 AGENDA

KLUCZOWE WYDARZENIA

WYNIKI FINANSOWE

PODSUMOWANIE

PYTANIA I ODPOWIEDZI

Q3





fot. eobuwie.pl

**KLUCZOWE
WYDARZENIA**

WZROST PRZYCHODÓW
E-COMMERCE

+43%

LFL W SKLEPACH
STACJONARNYCH

-2%

WZROST FINANSOWANIA
ZAPASÓW ZOBOWIĄZANAMI
HANDLOWYMI*

+282 mln PLN

WZROST UDZIAŁU
PRZYCHODÓW ONLINE

21% ▶ **25%**

**WZROST
PRZYCHODÓW
GRUPY**


+21%

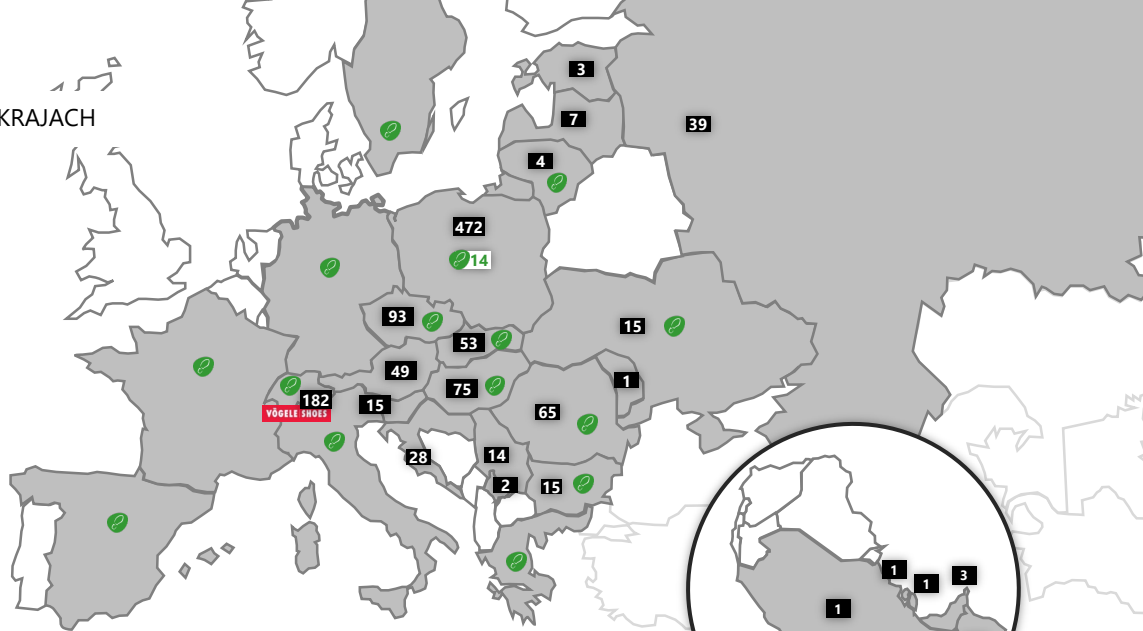
* Dane nie zawierają DeeZee, Gino Rossi.

05 GRUPA CCC OBECNA W 29 KRAJACH

LEGENDA

x / x
sklepy stacjonarne


eobuwie.pl online



POWIERZCHNIA HANDLOWA	30.09.2019	RDR (m²)	RDR (%)	LICZBA SALONÓW	30.09.2019	RDR
Własne, w tym	693 257	+82 878	14%	Własne, w tym:	1 168	+88
- Vogele	78 759	-9 367	-11%	- Vogele	182	-23
- eobuwie.pl	9 076	+6 064	>100%	- eobuwie.pl	14	+10
- Gino Rossi*	6 372	+6 372	X	- Gino Rossi*	54	+54
Franczyza	31 508	+16 088	>100%	Franczyza	51	+29
Razem [m²]	724 765	+98 966	16%	Razem [liczba]	1 219	+117

06 KLUCZOWE WYDARZENIA W Q3 2019 – REALIZACJA ZGODNIE ZE STRATEGIĄ



**Aplikacja CCC
Best On Mobile
w e-commerce awards**



**eobuwie.pl
w Szwajcarii**



**Roll-out
MODIVO**



esize.me

**esize.me
w sklepach CCC**

Q2
2019

Q3 2019

Q4
2019



**Ekspansja
na nowe rynki**



**Rozwój oferty produktowej
Gino Rossi w sklepach CCC**



**DeeZee
w Top Model**



**Otwarcie Creative
City Concept
w Warszawie**

07 GINO ROSSI – PODSUMOWANIE TRANSAKcji I STATUS DZIAŁAŃ



* Tydzień poprzedzający kampanię marketingową vs tydzień realizacji kampanii

08 KONSEKWENTNA REALIZACJA CELÓW STRATEGICZNYCH - ROZWÓJ OFERTY PRODUKTOWEJ W CCC

**CCC
INVESTOR
DAY**

Nowe marki w CCC

Rozwój oferty produktowej

- FASHION - **DeeZee**
- PREMIUM - **Gino Rossi**
- COMFORT - **GO SOFT**
- SPORT - zwiększanie obecności **sportowych marek obcych**

Q3'18

WPROWADZENIE NOWYCH KATEGORII PRODUKTOWYCH DO SKLEPÓW CCC:

wrzesień 2019

> 120 000
sprzedanych par butów

kwiecień 2019

> 960 000
sprzedanych par butów

luty 2019

> 2 500 000
sprzedanych par butów marek obcych

Q3'19

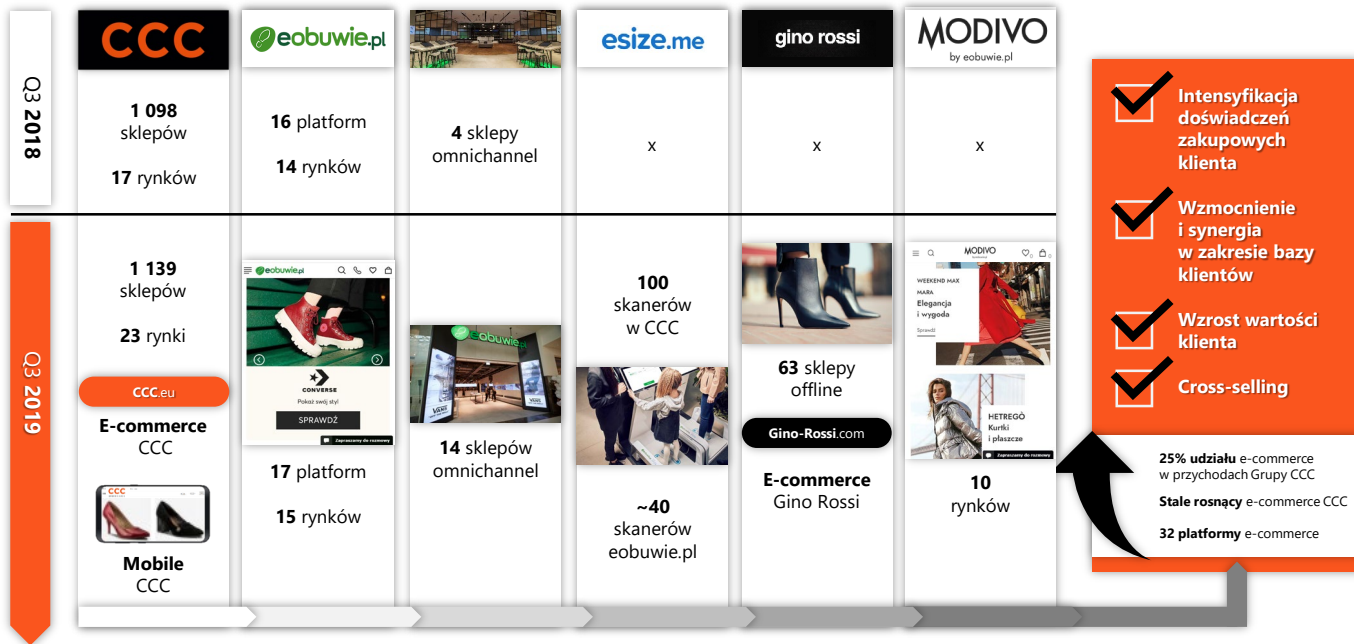
Wyższa wartość paragonu

Nowi klienci

Wzrost rozpoznawalności w social media

Przekierowywanie z social media do sklepu internetowego

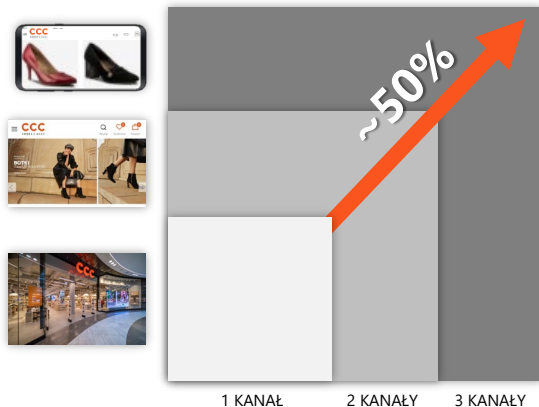
09 KONSEKWENTNA REALIZACJA CELÓW STRATEGICZNYCH – ROZWÓJ KANAŁÓW SPRZEDAŻY



10 ROZWÓJ OMNICHANNEL W CCC - PIERWSZE WNIOSKI

Wartość klienta

w zależności od liczby kanałów, w których kupuje



Wnioski:

- Im więcej kanałów, tym wyższa wartość na tym samym kliencie
- Uzupełnianie kanałów sprzedaży kluczowe dla budowania LFL na bazie klientów
- Największą wartość w omnichannelowym modelu mają nasi najbardziej lojalni klienci - Segment Rodzina CCC

Następne Kroki

Intensywna migracja do kanałów web i aplikacji

Roll-out sklepu online CCC na nowe rynki

Rozwój aplikacji mobilnej w ślad za sklepem online

11 ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ FUNDAMENTEM EKSPANSJI GRUPY – DZIAŁANIA Z OBSZARU ESG NABIERAJĄ TEMPA

ZREALIZOWANE ZADANIA:

Łańcuch Dostaw

- Wdrożenie Kodeksu Postępowania dla Dostawców
- Wdrożenie Polityki zarządzania substancjami chemicznymi

Odpowiedzialne Produkty

- Wdrożenie produktów, które wykonywane są ze skór powstałych w ekologicznych garbarniach, certyfikowanych zgodnie z protokołem Leather Working Group

Ład Korporacyjny

- Wdrożenie Kodeksu Etyki
- Wdrożenie Kodeksu Antykorupcyjnego
- Wdrożenie Procedur zgłaszania nadużyć w GK CCC
- Wdrożenie systemu zarządzania ryzykiem

Ochrona Środowiska

- Wdrożenie Polityki Środowiskowej GK CCC

NASZE CELE*

3x5%

o tyle procent poprawimy parametry związane z ochroną środowiska w 2021



* w stosunku do zużycia za lata 2015-2017

ZIELONE OSIĄGNIĘCIA CCC

> 100 ton mniej opakowań rocznie

620 ton redukcji CO²

energooszczędne oświetlenie LED

przetwarzane 90% odpadów



WYŁĄCZNIE papierowe eko torby w sklepach

12 CCC TEAM – INWESTYCJA W BRAND



Greg Van Avermaet zwycięzcą klasyfikacji Wyścigów Jednodniowych UCI World Ranking w sezonie 2019

Miejsca na podium zawodników CCC Team w sezonie 2019



Marianne Vos najbardziej utytułowana zawodniczka świata

3 wygrane wyścigi etapowe w 2019 roku

14 wygranych etapów w 2019 roku



CCC Development Team najlepszy juniorski team kolarski

2019

CCC SPONSOREM DRUŻYNY KOLARSKIEJ CCC TEAM

Cele:

- podniesienie świadomości wspierania elitarnej drużyny kolarskiej
- budowanie nowej społeczności fanów wokół projektu
- budowanie sympatii wynikającej z naszego wspólnego zaangażowania w UNICEF

2,1 mld dotarcie publikacji o CCC Team*

100% wydzwięk pozytywny lub neutralny

150 tys. wyświetleń Instastories

x6 liczba fanów na Facebooku

Spoleczność kolarska Strava – zaangażowanie kibiców w regionach działalności biznesowej CCC

2020

CCC MECENASEM AKTYWNOŚCI POLAKÓW

Cele:

- zwiększenie **świadomości** i **zaangażowania klientów CCC** w działalność sportową marki i **monetyzacja inwestycji**

połączenie idei sportu kolarskiego z lifestyle'm

- aktywacje rodzinne** związane z kolarstwem i rowerami oraz promocja aktywnego stylu życia

- przedstawienie drużyny CCC LIV jako **aktywnych, młodych, modnych kobiet**



* Zasięg informacji wyrażony w potencjalnej liczbie kontaktów



fot. Gino Rossi

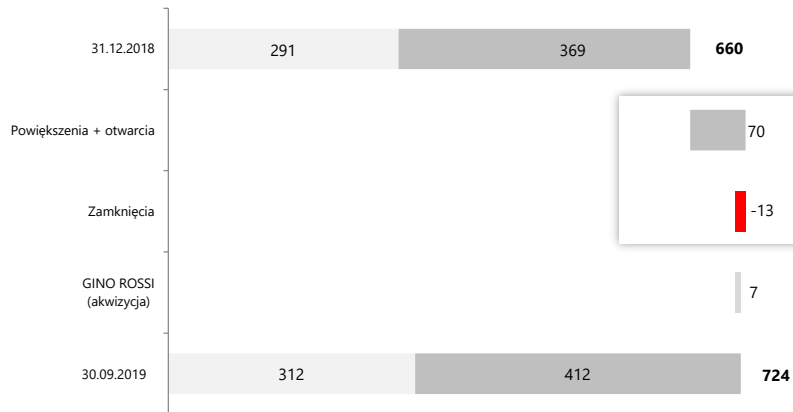
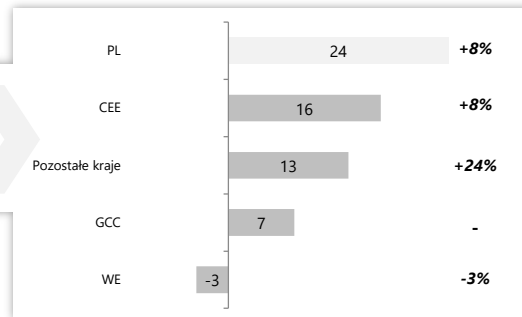
WYNIKI FINANSOWE

Wyniki finansowe wszędzie, gdzie nie jest zaznaczone inaczej, prezentowane są zgodnie z MSSF5 („działalność zaniechana”) oraz z MSSF16.

14 RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT Q3

mln PLN	Q3 18	Q3 19	RDR	KOMENTARZ
DZIAŁALNOŚĆ KONTYNUOWANA				
Przychody	1 193	1 448	21% ▲	Najwyższa dynamika sprzedaży rdr w Serbii (47%), Rosji (47%) i Bułgarii (32%)
Zysk brutto na sprzedaży	564	686	22% ▲	
<i>Marża brutto</i>	47,3%	47,4%	0,1 p.p. ▲	Wzrost marży brutto pomimo wzrostu udziału marek sportowych oraz udziału e-commerce
Koszty SG&A	-560	-668	19% ▼	Wzrost głównie za sprawą rozwoju organicznego (+71 mln PLN) i strukturalnego (+21 mln PLN)
Pozostałe przychody i koszty operacyjne	26	-2	-	Strata z tytułu różnic kursowych (-26 mln PLN)
Wynik operacyjny	30	16	-47% ▼	
EBITDA	164	193	18% ▲	
<i>Marża EBITDA</i>	13,7%	13,3%	-0,4 p.p. ▼	
EBITDA (nie uwzględnia MSSF16)	62	54	-13% ▼	
Zysk brutto z działalności kontynuowanej	-3	-24	> 100% ▼	
Podatek	-16	-19	18% ▼	
Zysk netto z działalności kontynuowanej	-19	-43	> 100% ▼	
Zysk netto z działalności zaniechanej	-27	0	- ▼	
Zysk netto	-46	-43	7% ▼	

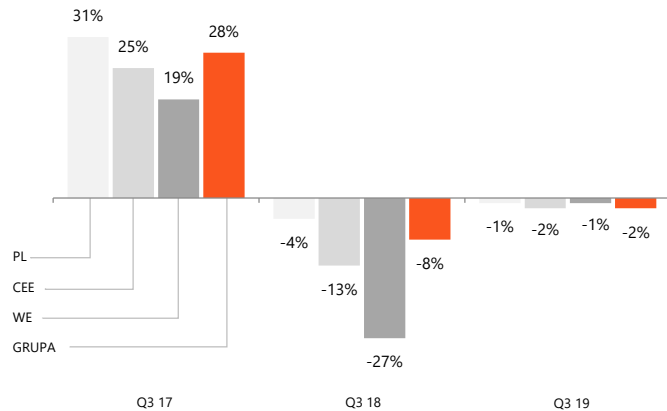
15 PRZYROST POWIERZCHNI HANDLOWEJ OD POCZĄTKU ROKU

ZMIANA POWIERZCHNI [tys. m²]WZROST ORGANICZNY [tys. m²]

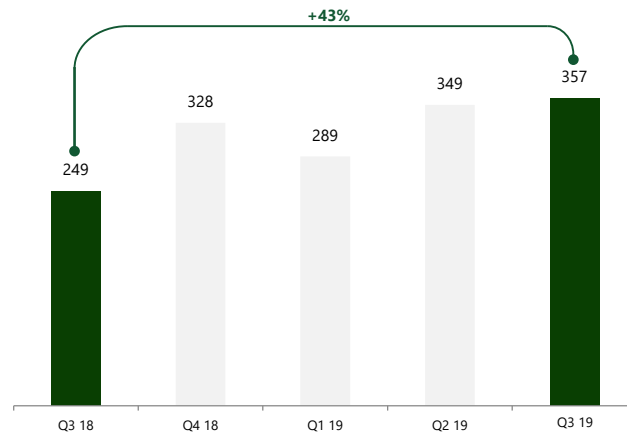
- Zmniejszenie powierzchni handlowej w segmencie WE głównie w wyniku optymalizacji sieci sprzedaży KVAG (15 zamkniętych sklepów YTD).
- Rekordowa liczba zamknięć w sieci sklepów CCC (-10 tys. m²).
- Dynamiczny rozwój sieci sprzedaży w regionie GCC +7 otwartych sklepów YTD.

16 KONTYNUACJA WZROSTU E-COMMERCE

LFL WEDŁUG REGIONÓW [%]



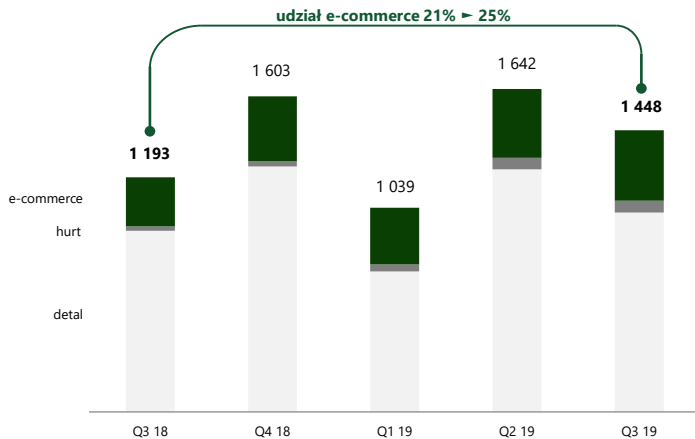
PRZYCHODY ECOMMERCE [mln PLN]



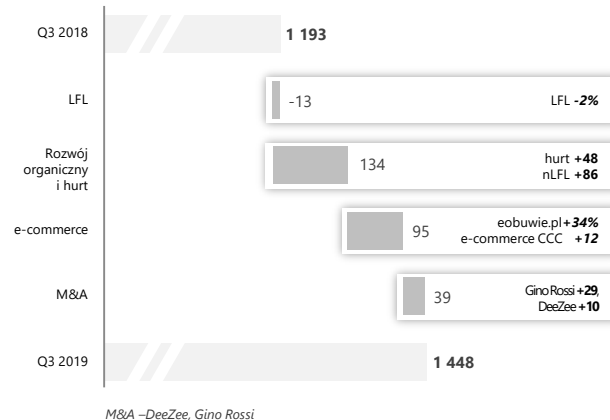
- Płaski wynik LFL pomimo niewymagającej bazy z 2018, ale wciąż wysokiej z 2017 r.
- W segmencie e-commerce eobuwie.pl stanowiło 328 mln PLN, DeeZee 10 mln PLN, Voegele 3 mln PLN, Gino Rossi 4 mln PLN, a CCC online 12 mln PLN.

17 STAŁY WZROST UDZIAŁU SEGMENTU E-COMMERCE W PRZYCHODACH GRUPY

KWARTALNE PRZYCHODY [mln PLN]



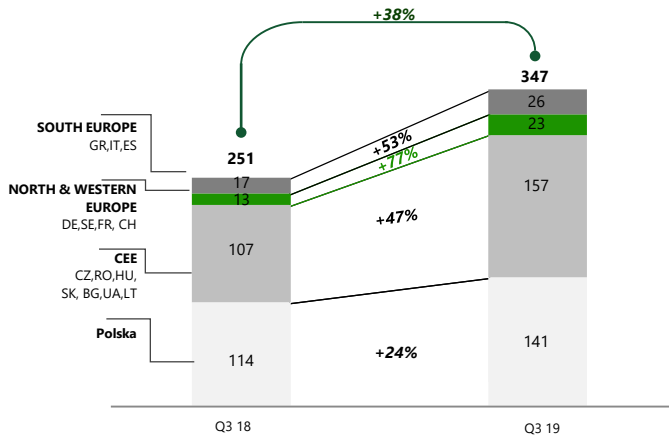
ZMIANA PRZYCHODÓW [mln PLN]



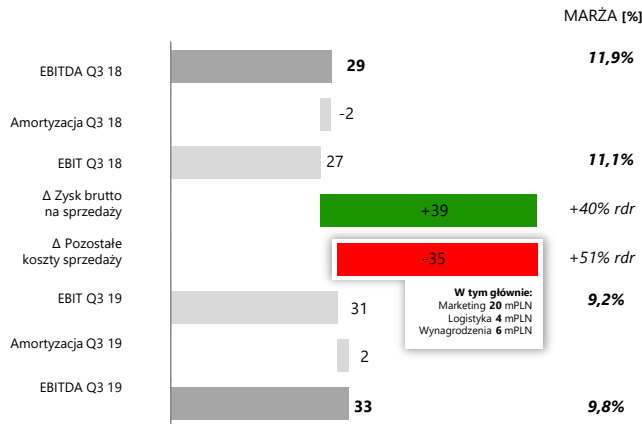
- Znaczný wzrost przychodów Grupy we wszystkich segmentach (e-commerce +43%, detal +9%, hurt +220%).
- Największy wpływ na wzrost przychodów miał dynamicznie rosnący e-commerce (+95 mln PLN) oraz rozwój organiczny.

18 ROSNĄCY UDZIAŁ SPRZEDAŻY EOBUIE.PL NA NOWYCH RYNKACH

PRZYCHODY EOBUIE.PL [mln PLN]



EBITDA EOBUIE.PL* [mln PLN]

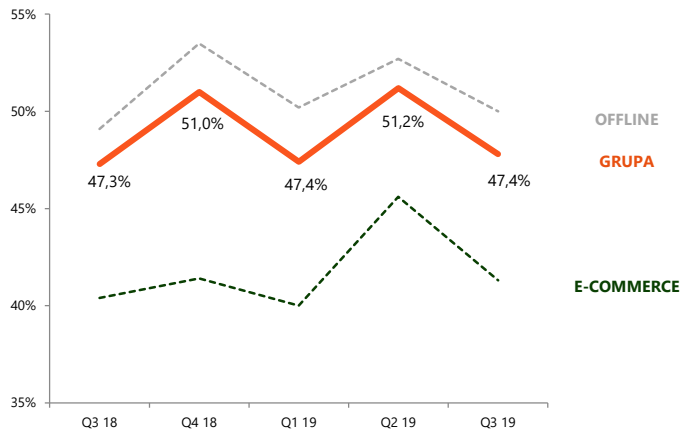


* EBITDA eobuie.pl online, na podstawie sprawozdania segmentów. Koszty zarządu oraz saldo kosztów i przychodów operacyjnych nie alokowane do segmentów sprawozdawczych.

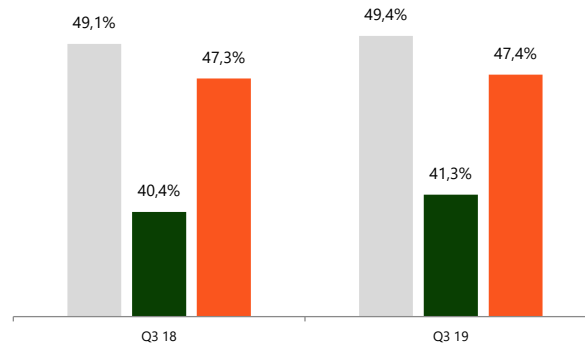
- Uruchomienie platformy eschuhe.ch w Szwajcarii we wrześniu 2019 r.
- Największy wzrost przychodów eobuie.pl na Litwie, w Grecji i w Bułgarii.
- Wzrost pozostałych kosztów sprzedaży wynikający głównie przez wyższe koszty marketingu +20 mln PLN oraz koszty wynagrodzeń +6 mln PLN.
- Ustabilizowanie kosztów marketingu oraz poprawa wyniku EBITDA. Wyraźne polepszenie marży EBITDA we wrześniu.

19 WZROST MARŻY BRUTTO WE WSZYSTKICH SEGMENTACH

KWARTALNA MARŻA BRUTTO [%]



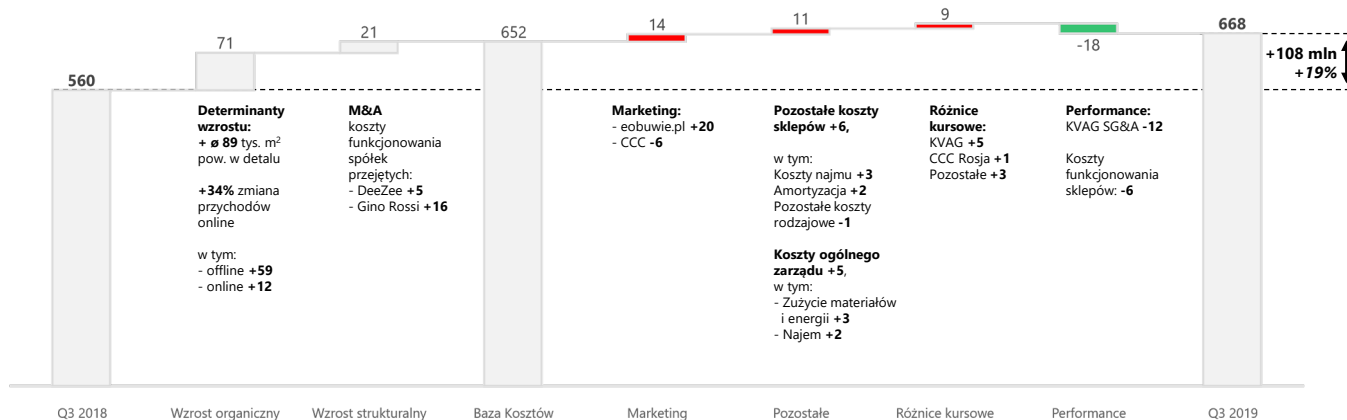
MARŻA BRUTTO Q3 18 vs Q3 19 [%]



- Stabilna rdr marża brutto pomimo rozwodnienia o 1 p.p., wynikającego ze wzrostu udziału sprzedaży e-commerce w przychodach o 4 p.p.
- Wzrost marży brutto w detalu CCC pomimo większej skali wyprzedaży w lipcu oraz rosnącego udziału sprzedaży obuwia marek obcych (z 7% na 18%).
- Znaczny wzrost marży brutto e-commerce (+0,9 p.p. rdr).

20 PRZYROST KOSZTÓW SG&A W WYNIKU DYNAMICZNEJ EKSPANSJI GRUPY

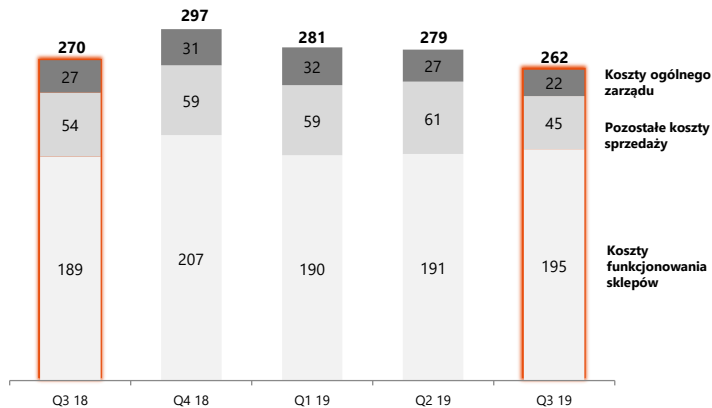
SG&A Q3 18 vs Q3 19 [mln PLN]



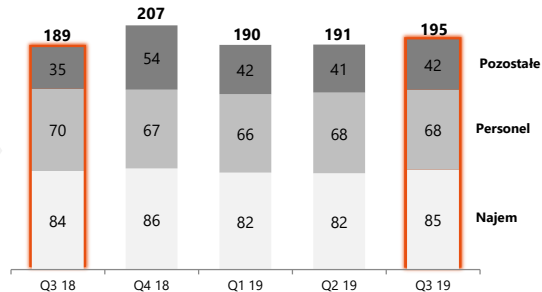
- Główne komponenty zmiany kosztów wynikają ze wzrostu organicznego i w mniejszym stopniu M&A.
- Oszczędności wynikające ze spadku kosztów w KVAG oraz optymalizacji kosztów funkcjonowania sklepów.

21 STABILNY POZIOM KOSZTÓW SKLEPÓW/M²

SG&A/M² [PLN na m-c]*
(zmieniona baza kosztów – uwzględnia Voegele)



KOSZTY FUNKCJONOWANIA SKLEPÓW /M² [%] **analitka**
(zmieniona baza kosztów – uwzględnia Voegele)

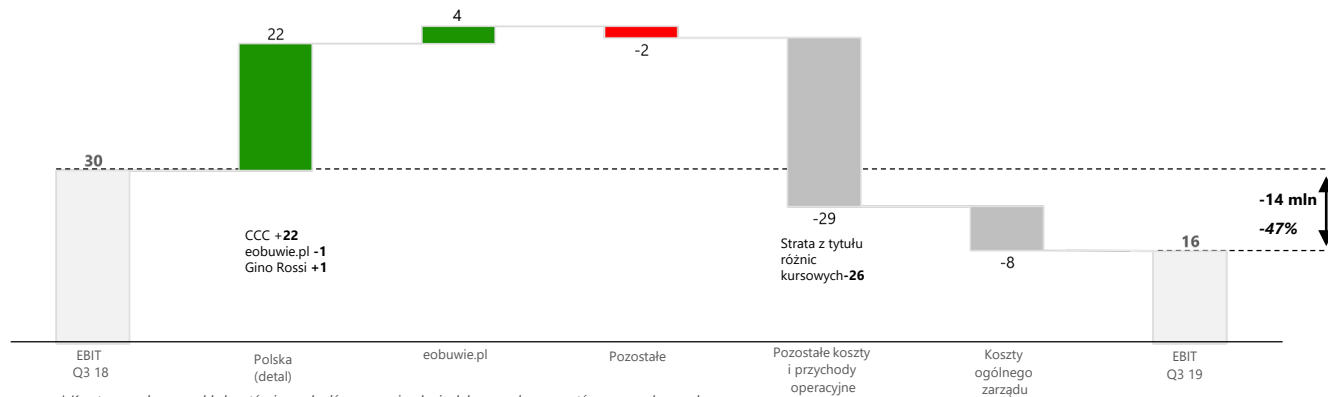


- Baza kosztów uwzględnia KVAG i Shoe Express.
- Spadek kosztów ogólnego zarządu w przeliczeniu na metr kwadratowy o 18% rdr.

* Dane nie zawierają kosztów Gino Rossi oraz kosztów e-commerce.
Liczone według średniej powierzchni pracującej w kwartale.

22 WYNIK OPERACYJNY NA PODSTAWIE SEGMENTÓW SPRAWOZDAWCZYCH*

EBIT Q3 18 vs Q3 19 [mln PLN]

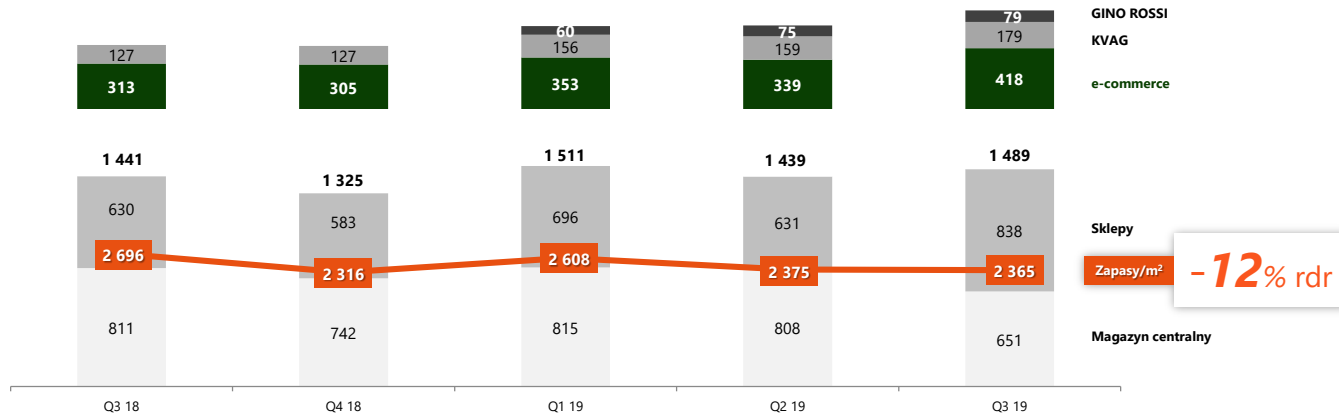


* Koszty zarządu oraz saldo kosztów i przychodów operacyjnych niealokowane do segmentów sprawozdawczych

- Największy wzrost wyniku operacyjnego segmentów w Polsce.
- Najlepszy wynik w segmencie „Pozostałe” odnotowała Rumunia (+2 mln PLN rdr).

23 ZNACZNY SPADEK ZAPASÓW / M²

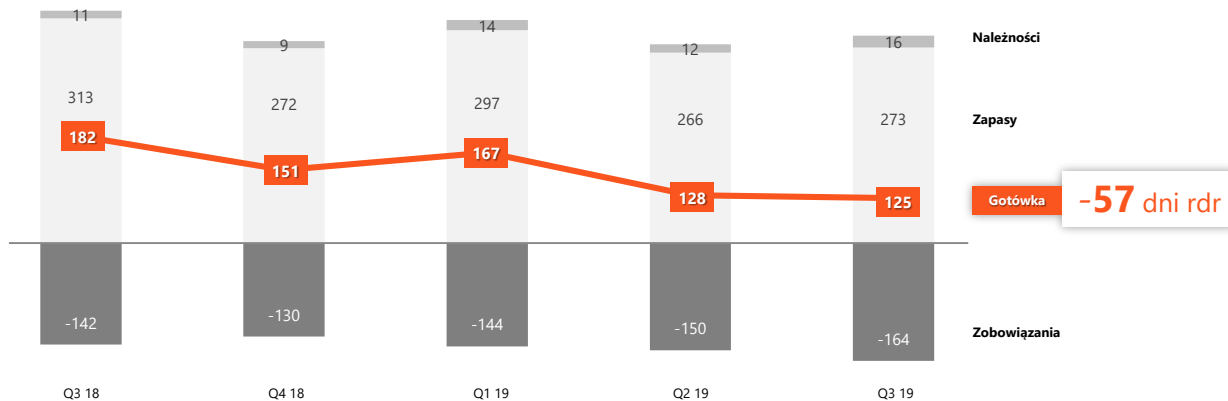
ZAPASY [mln PLN]



- Spadek zapasów/m² w kanale stacjonarnym CCC o 12% rdr, pomimo wprowadzenia nowych kategorii produktowych (+250 mln PLN rdr) - droższe obuwie sportowe, marka DeeZee, Gino Rossi, walizki i akcesoria.
- Wzrost zapasów e-commerce (eobuwie.pl, Modivo, DeeZee, CCC online) o 34% rdr, wolniejszy od wzrostu przychodów (44% rdr).

24 WYRAŻNA POPRAWA CYKLU KONWERSJI GOTÓWKI

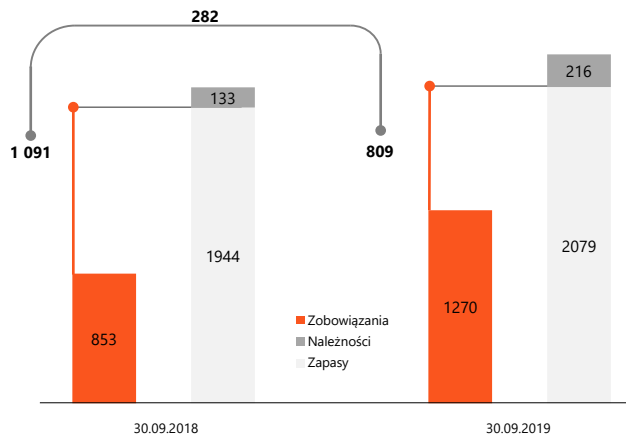
CYKL KONWERSJI [liczba dni]



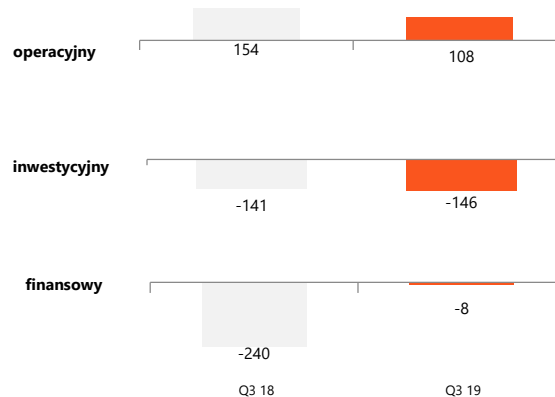
- Poprawa cyklu konwersji gotówki o 57 dni rdr (31%), oraz o ponad 130 dni od początku 2018 roku.
- Wydłużenie cyklu konwersji zobowiązań o 22 dni rdr w związku z wydłużeniem terminów płatności.

25 KONSEKWENTNA POPRAWA KAPITAŁU OBROTOWEGO

ZAANGAŻOWANIE W KAPITAŁ OBROTOWY [mln PLN]*



PRZEŁYWY PIENIĘŻNE [mln PLN]

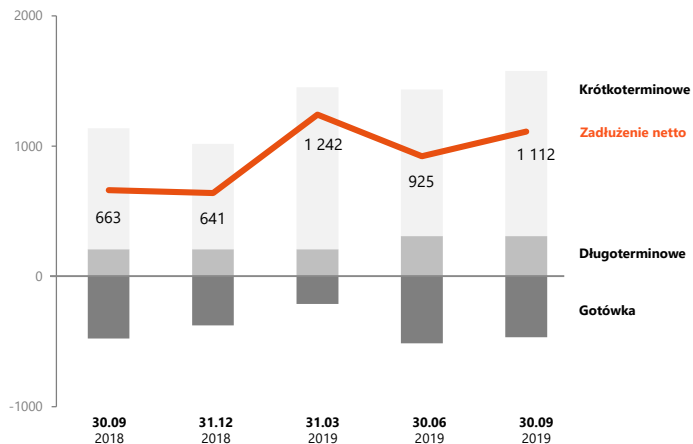


- Ciągła praca nad wydłużeniem terminów płatności przekłada się na wzrost finansowania zapasów zobowiązaniami handlowymi.
- Przepływy inwestycyjne obejmują nakłady na logistykę w eobuwie.pl, rozwój powierzchni handlowej oraz infrastruktury IT.

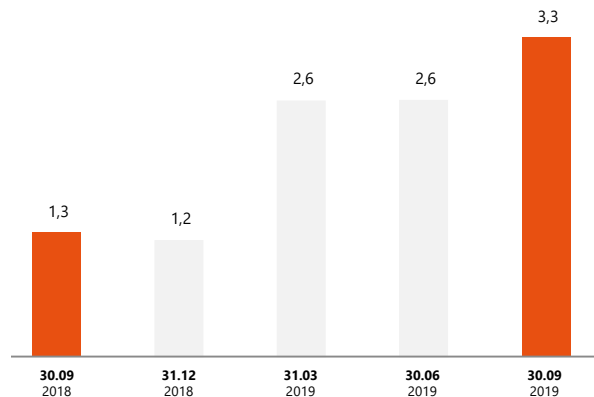
* Dane nie zawierają DeeZee i Gino Rossi

26 ZADŁUŻENIE FINANSOWE

ZADŁUŻENIE NETTO [mln PLN]



DŁUG NETTO / EBITDA



- Zadłużenie netto wynika z wyższych wydatków inwestycyjnych - Grupa CCC ma już za sobą najbardziej intensywny okres inwestycyjny.
- Zmiana wskaźnika spowodowana przede wszystkim niższą annualizowaną wartością EBITDA.
- Wskaźnik dług netto/EBITDA na poziomie zgodnym z kowenantami bankowymi.



fot. CCC

PODSUMOWANIE



- Kontynuacja rozwoju na nowych rynkach (GCC)
- Wzrost marży brutto we wszystkich segmentach
- Dynamicznie rosnące przychody kanału online ccc.eu
- Nowe kategorie produktowe, m.in. Gino Rossi
- Stała poprawa kapitału obrotowego

- Nadal nierentowny segment WE
- eobuwie.pl w Szwecji poniżej oczekiwań
- Wciąż wysokie koszty marketingu w eobuwie.pl

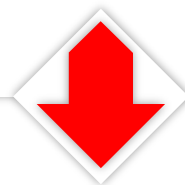




foto. DeeZee

PRZEGLĄD STRATEGICZNY

30 HANDEL PRZECHODZI I BĘDZIE PRZECHODZIŁ DUŻE ZMIANY

STRATEGIA
2020-2022

W otoczeniu identyfikujemy wiele trendów wpływających na rynek handlu obuwiem...

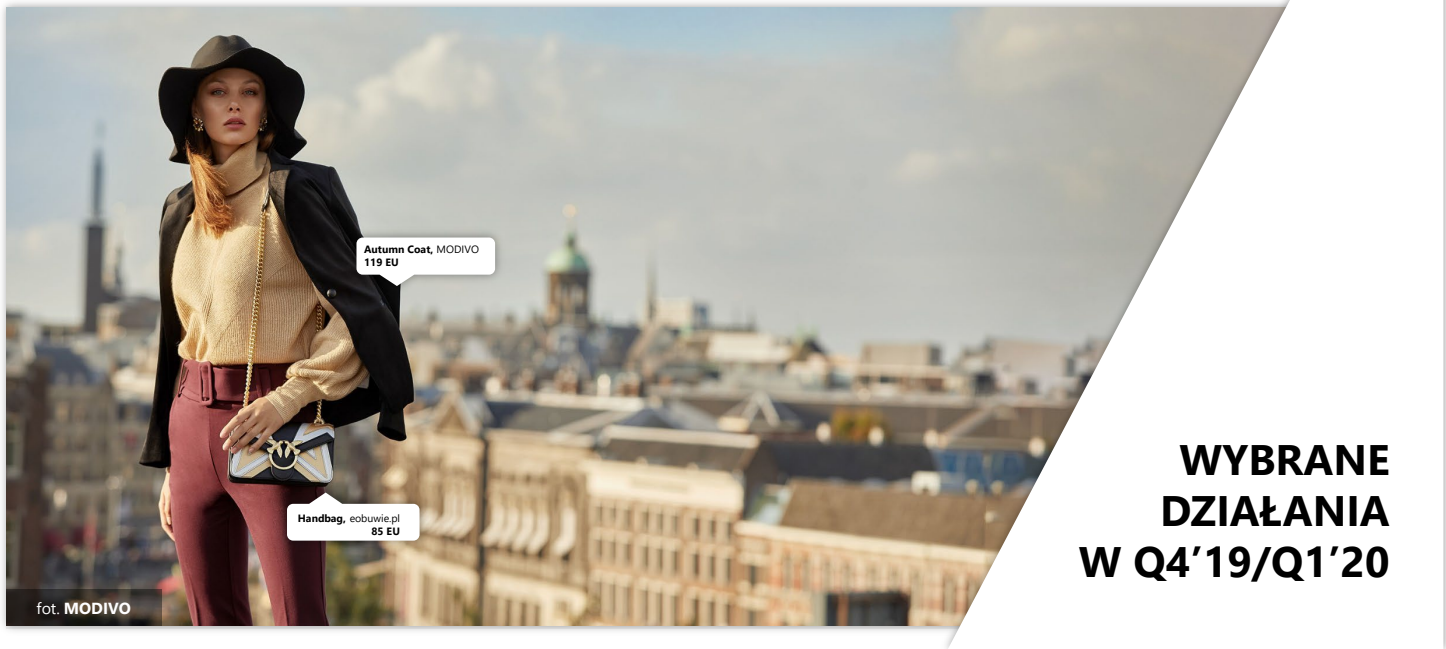


...z których najważniejsze agregują się w ramach poniższych:



31 MY TAKŻE JASNO PRECYZUJEMY CELE I ŚRODKI DO ICH OSIĄGNIĘCIA





Autumn Coat, MODIVO
119 EU

Handbag, eobuwie.pl
85 EU

fot. MODIVO

**WYBRANE
DZIAŁANIA
W Q4'19/Q1'20**

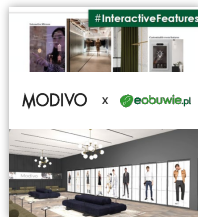
33 KLUCZOWE WYDARZENIA W NADCHODZĄCYCH MIESIĄCACH

Instalacja skanerów esize.me w CCC



esize.me 100 / 150

Otwarcie flagowego sklepu



Uruchomienie nowego Centrum Dystrybucyjnego eobuwie.pl



 Zielona Góra
Poland, EU

X
2019

Dalsza optymalizacja KVAG



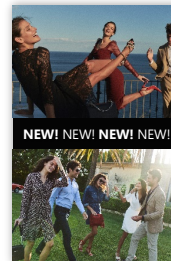
Rozwój e-commerce CCC



Publikacja Strategii



Kolekcja SS'20



III
2020



fot. DeeZee

PYTANIA I ODPOWIEDZI

KALENDARZ

PAŹDZIERNIK		
LISTOPAD	11-12.11.2019	Konferencja Goldman Sachs 11th Annual CEEMEA 1x1 conference, Londyn
GRUDZIEŃ	3-6.12.2019	Konferencja WOOD's Winter Wonderland EME Conference, Praga
2019		
2020		
STYCZEŃ		
LUTY		
MARZEC	03.2020	Publikacja skonsolidowanego sprawozdania finansowego za IV kwartał 2019 roku, Polkowice

ZESPÓŁ



WOJCIECH LATOCHA

IR Manager

+48 76 84 58 519

wojciech.latocha@ccc.eu



TOMASZ POKORA

IR Analyst

+48 76 84 58 747

tomasz.pokora@ccc.eu



fot. Gino Rossi

DZIĘKUJEMY



fot. eobuwie.pl

**SLAJDY
POMOCNICZE**

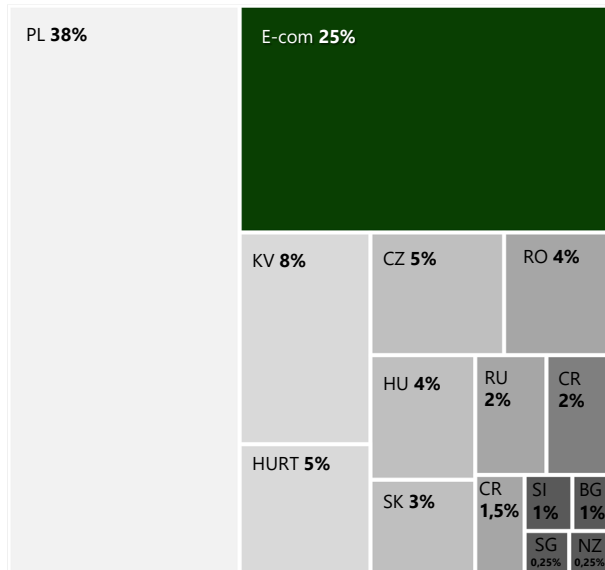
38 KONSEKWENTNY ROZWÓJ SIECI SPRZEDAŻY

TYP	KRAJ	31.12.2017		31.03.2018		30.06.2018		30.09.2018		31.12.2018		31.03.2019		30.06.2019		30.09.2019	
		m ²	liczba	m ²	liczba	m ²	liczba	m ²	liczba	m ²	liczba	m ²	liczba	m ²	liczba	m ²	liczba
Własne	Polska, w tym:	243 839	448	252 293	450	268 063	462	273 867	465	285 782	466	288 575	467	299 184	471	305 476	472
	- własne	222 947	409	231 162	411	246 033	423	273 329	464	285 244	465	288 575	467	299 184	471	305 476	472
	- agencyjne	20 892	39	21 131	39	22 030	39	538	1	538	1	-	-	-	-	-	-
	Czechy	44 701	88	44 589	87	44 989	87	46 827	88	51 497	93	51 953	93	53 215	93	53 937	93
	Węgry	45 247	73	46 148	73	47 620	74	51 036	76	51 843	76	51 945	76	52 080	75	52 898	75
	Austria	27 431	45	27 908	46	28 351	46	30 239	49	30 378	49	30 268	48	30 368	48	31 510	49
	Słowacja	28 198	50	29 546	51	29 581	50	30 566	51	31 500	51	32 170	52	33 702	53	33 702	53
	Chorwacja	13 561	23	14 018	24	14 018	24	14 018	24	16 061	25	16 061	25	17 884	27	18 667	28
	Rosja	13 923	19	16 675	22	18 168	24	20 655	27	28 041	35	29 925	37	31 683	38	32 663	39
	Słowenia	7 687	13	7 687	13	7 687	13	8 528	14	8 528	14	8 528	14	10 900	15	11 484	15
	Bułgaria	6 562	10	6 562	10	6 562	10	6 562	10	7 430	11	8 116	12	9 210	14	10 110	15
	Serbia	4 078	6	4 078	6	6 061	9	7 382	10	8 237	11	8 237	11	9 582	12	11 031	14
Rumunia	-	-	-	-	28 005	55	29 562	57	34 762	62	36 060	63	36 160	64	37 572	65	
CCC własne RAZEM	435 227	775	449 499	782	499 105	854	519 242	871	554 059	893	561 838	898	583 968	910	599 050	918	
Franczyza	Rumunia	27 148	54	28 005	55	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	Ukraina	3 827	6	3 827	6	5 027	7	5 840	8	7 147	11	7 147	11	8 088	12	10 590	15
	Łotwa	4 409	7	4 409	7	4 409	7	4 409	7	4 409	7	4 409	7	4 409	7	4 409	7
	Litwa	2 657	4	2 657	4	2 657	4	2 657	4	2 657	4	2 657	4	2 657	4	2 657	4
	Estonia	724	1	724	1	1 774	2	1 774	2	2 629	3	2 629	3	2 629	3	2 629	3
	Mołdawia	740	1	740	1	740	1	740	1	740	1	740	1	740	1	740	1
	Kosowo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1 048	1	1 958	2
	Katar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1 002	1	1 002	1
	Zjednoczone Emiraty Arabskie	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1 521	2	3 347	3
	Arabia Saudyjska	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1 050	1
	Bahrajn	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	929	1
Oman	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1 223	1	
CCC franczyza RAZEM	39 505	73	40 362	74	14 607	21	15 420	22	17 582	26	17 582	26	22 094	31	30 532	39	
eobuwie.pl	348	1	2 298	2	2 298	2	3 012	4	5 256	9	5 726	10	7 777	12	9 076	14	
KVAG	-	-	-	-	86 774	208	88 126	205	83 299	197	81 149	190	80 071	187	78 759	182	
Gino Rossi	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7 972	72	7 972	72	7 347	66	
CCC RAZEM	475 080	849	492 159	858	602 784	1 085	625 799	1 102	660 196	1 125	674 267	1 196	701 882	1 212	724 764	1 219	

39 SPRZEDAŻ PO KRAJACH

mIn PLN	SPRZEDAŻ		
	Q3 2018	Q3 2019	RDR
Polska (PL)	493	555	13%
e-commerce (e-com), w tym:	249	357	43%
<i>eobuwie.pl</i>	243	328	35%
KVAG	6	3	-100%
DeeZee	-	10	-
Gino Rossi	-	4	-
CCC	-	12	-
KVAG (KV)	128	117	-9%
Czechy (CZ)	65	69	6%
Rumunia (RO)	50	56	12%
Węgry (HU)	53	55	4%
Słowacja (SK)	37	42	14%
Austria (AT)	33	33	-
Hurt	23	71	>100%
Rosja (RU)	25	36	44%
Chorwacja (CR)	16	20	25%
Słowenia (SI)	10	11	10%
Bułgaria (BG)	7	10	43%
Serbia (SG)	5	8	60%
Niezaalokowane do segmenów (NZ)	-	8	-
RAZEM	1 193	1 448	21%

UDZIAŁ SPRZEDAŻY [%]



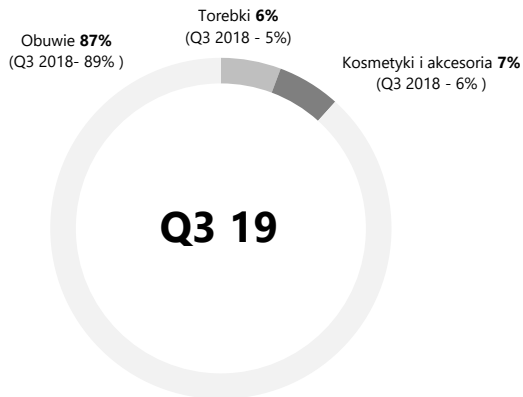
40 WYNIKI OPERACYJNE WEDŁUG SEGMENTÓW

mln PLN	Sprzedaż			Wynik segmentu*		
	Q3 18	Q3 19	RDR	Q3 18	Q3 19	RDR
Polska	493	555	13% ▲	45	66	47% ▲
CEE	238	263	11% ▲	3	-2	-
WE	160	150	-6% ▼	-27	-32	-19% ▼
Pozostałe kraje	30	44	47% ▲	1	-4	-
Działalność detaliczna	921	1 012	10% ▲	22	28	27% ▲
E-commerce	249	357	43% ▲	26	34	31% ▲
Hurt	23	71	>100% ▲	8	8	-
Niezaalokowane do segmentów	-	8	-	-	8	-
RAZEM	1 193	1 448	21% ▲	56	78	40% ▲

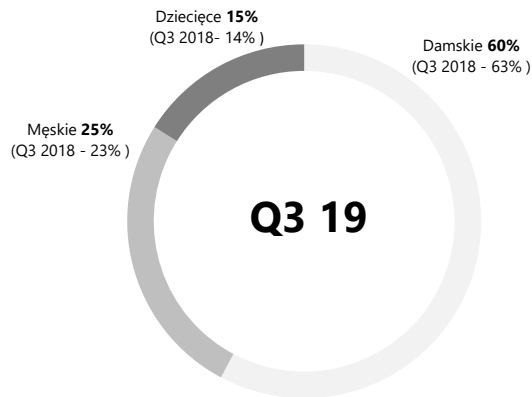
*Wyniki na podstawie sprawozdania segmentów. Koszty zarządu oraz saldo kosztów i przychodów operacyjnych nie alokowane do segmentów sprawozdawczych

41 STABILNA STRUKTURA SPRZEDAŻY

STRUKTURA SPRZEDAŻY [%]



STRUKTURA SPRZEDAŻY OBUWIA [%]



42 HISTORYCZNE WYNIKI KWARTALNE*

mln PLN	Q3 18	Q4 18	Q1 19	Q2 19	Q3 19
Sprzedaż	1 192,9	1 603,3	1 038,6	1 641,5	1 447,6
Zysk brutto na sprzedaży	563,8	817,7	492,3	840,3	686,4
Marża brutto	47,3%	51,0%	47,4%	51,2%	47,4%
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	-560,1	-670,7	-637,6	-711,3	-667,9
Pozostałe przychody i koszty operacyjne	26,4	4,0	-3,4	9,3	-2,3
Wynik operacyjny	30,2	151,0	-148,6	138,3	16,2
Marża operacyjna	2,5%	9,4%	-14,3%	8,4%	1,1%
Koszty i przychody finansowe	-33,7	-40,0	-15,9	-45,8	-17,6
Udział w zyskach (stratach) jednostek stowarzyszonych	-	-	-10,3	6,4	-23,0
Zysk przed opodatkowaniem	-3,5	111,0	-174,8	98,9	-24,4
Podatek	-15,8	-8,4	21,0	-19,1	-19,0
Zysk netto	-19,3	102,6	-153,8	79,8	-43,4
Marża netto	-1,6%	6,4%	-14,8%	4,9%	-14,8%

* Dane na działalności kontynuowanej

43 HISTORYCZNY BILANS, AKTYWA

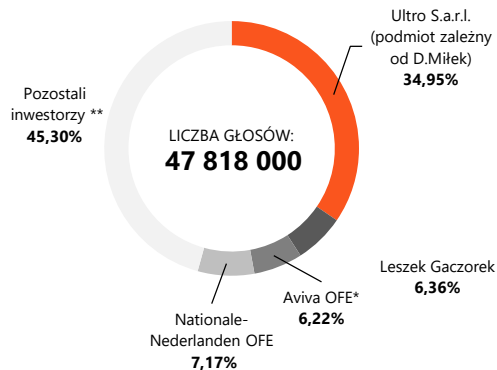
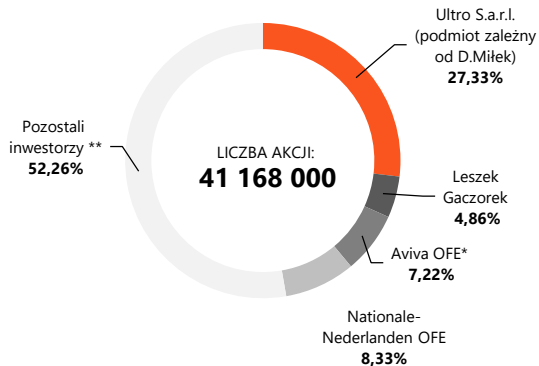
mIn PLN	30.09.2018	31.12.2018	31.03.2019	30.06.2019	30.09.2019
Wartości niematerialne	218,4	261,7	277,5	314,8	328,1
Wartość firmy	188,8	202,5	300,8	226,1	227,1
Rzeczowe aktywa trwałe	1 091,4	1 144,3	1 225,6	1 283,4	1 333,2
Prawo do użytkowania aktywa	2 328,6	1 870,1	1 866,9	2 101,3	2 048,5
Aktywa z tytułu podatku odroczonego	79,9	74,8	96,9	107,7	102,5
Udzielone pożyczki	-	-	150,1	79,2	83,4
Instrumenty finansowe	-	10,1	10,2	103,9	124,2
Inwestycje w jednostki stowarzyszone	-	0,2	50,5	45,1	21,0
Nieruchomości inwestycyjne	-	-	-	4,5	4,5
Należności od odbiorców	-	-	-	36,1	37,2
Należności długoterminowe	-	10,4	24,2	14,3	16,4
Aktywa trwałe	3 907,1	3 574,1	4 002,7	4 316,4	4 326,1
Zapasy	1 944,0	1 806,1	2 079,8	2 012,1	2 164,4
Należności handlowe	132,7	124,4	198,3	173,3	220,4
Należności z tytułu podatku dochodowego	6,5	6,8	7,9	1,9	3,2
Udzielone pożyczki	9,1	37,7	0,2	-	-
Pozostałe należności	302,5	306,4	372,0	177,2	183,2
Środki pieniężne	476,0	375,8	210,7	512,4	467,2
Instrumenty pochodne	-	1,3	39,1	-	4,3
Aktywa grupy do zbycia przeznaczone do sprzedaży	-	503,4	9,6	-	-
Aktywa obrotowe	2 870,8	3 161,9	2 917,6	2 876,9	3 042,8
Aktywa	6 777,9	6 736,0	6 920,3	7 193,3	7 368,9

44 HISTORYCZNY BILANS, PASYWA

mln PLN	30.09.2018	31.12.2018	31.03.2019	30.06.2019	30.09.2019
Zadłużenie	210,0	210,0	210,0	311,0	311,0
Zobowiązania z tytułu odroczonego podatku dochodowego	41,0	34,2	34,3	39,3	37,7
Zobowiązania wobec pracowników	0,0	12,7	10,4	13,1	13,1
Rezerwy	17,2	12,1	11,2	12,2	12,1
Otrzymane dotacje	20,2	19,2	18,6	18,0	19,7
Obowiązek wykupu udziałów niekontrolujących	840,2	878,7	885,5	892,9	900,3
Zobowiązania z tytułu leasingu	1 865,1	1 484,0	1 446,0	1 630,0	1 599,0
Zobowiązania długoterminowe	2 993,7	2 650,9	2 616,0	2 916,5	2 892,9
Zadłużenie	929,2	806,8	1 242,7	1 125,8	1 268,0
Zobowiązania handlowe	852,7	864,2	1 008,5	1 132,6	1 301,9
Pozostałe zobowiązania	317,1	274,3	486,5	448,4	355,0
Zobowiązania z tytułu nabycia własnych akcji	-	-	-	-	-
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego	0,4	29,0	21,6	15,4	25,1
Rezerwy	33,3	17,2	19,6	17,6	17,2
Otrzymane dotacje	2,4	2,4	6,3	2,4	2,4
Pochodne instrumenty finansowe	-	-	-	-	-
Zobowiązania z tytułu leasingu	522,5	425,2	461,4	511,3	526,6
Zobowiązania związane z grupą do zbycia	-	518,2	65,8	1,3	-
Zobowiązania krótkoterminowe	2 657,6	2 937,3	3 312,4	3 254,8	3 495,2
Kapitał akcyjny i zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej ich wartości nominalnej	649,0	649,2	649,2	649,2	649,2
Różnice kursowe z przeliczenia sprawozdań jednostek zagranicznych	1,6	2,9	1,0	1,0	4,0
Zyski zatrzymane	348,4	369,1	221,1	241,2	221,5
Udziały niekontrolujące	127,4	126,9	120,9	130,9	106,4
Wycena aktuarialna świadczeń na rzecz pracowników	-	-0,3	-0,3	-0,3	-0,3
Kapitały	1 126,4	1 147,8	999,9	1 022,0	980,8
Pasywa	6 777,7	6 736,0	6 920,3	7 193,3	7 368,9

45 SPÓŁKA KONTROLOWANA PRZEZ ZAŁOŻYCIELA

STRUKTURA AKCJONARIATU NA DZIEŃ 30.09.2019 [%]



* Dane pochodzą z informacji rocznej o strukturze aktywów Funduszy Aviva OFE na dzień 31.12.2018.

** Pozostali inwestorzy posiadający mniej niż 5% głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy.

46 SŁOWNIK UŻYTYCH POJĘĆ

POJĘCIE	WYJAŚNIENIE
CEE	Czechy, Słowacja, Węgry, Chorwacja, Bułgaria, Słowenia, Rumunia (Shoe Express)
WE	Austria, Szwajcaria (KVAG)
GCC	Kraje Rady Współpracy Zatoki Perskiej: Arabia Saudyjska, Bahrajn, Katar, Kuwejt, Oman, Zjednoczone Emiraty Arabskie
Pozostałe kraje	Rosja, Serbia
Działalność zaniechana	CCC Germany (od 24.11.2018), Simple (od 15.05.2019)
Detal	Sieć sklepów własnych
Hurt	Sieć franczyzowa (Litwa, Łotwa, Estonia, Ukraina, Mołdawia, kraje GCC [Arabia Saudyjska, Oman, Katar, Zjednoczone Emiraty Arabskie, Bahrajn], Niemcy) i sprzedaż do innych podmiotów na małą skalę
LFL	Sprzedaż podawana w walutach lokalnych, dane dla sklepów porównywalnych, które działały dłużej niż 12 miesięcy
RDR	Zmiana w stosunku do analogicznego okresu w roku poprzedzającym
e-commerce	Sprzedaż realizowana przez kanał internetowy (eobuwie.pl, DeeZee, KVAG, Gino Rossi)
eobuwie.pl	Grupa eobuwie.pl zawierająca sprzedaż internetową i sklepy stacjonarne
Offline	Detal + Hurt

47 OŚWIADCZENIE

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 obciążone 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.



fot. DeeZee

CCC

GROUP

