



CCC
SHOES & BAGS

Prezentacja wyników
2017

Niniejsza prezentacja (Prezentacja) została przygotowana przez CCC S.A. z siedzibą w Polkowicach („CCC”). Prezentacja ma charakter wyłącznie informacyjny. Jej celem jest przedstawienie wybranych danych dotyczących Grupy Kapitałowej CCC (Grupa CCC).

Prezentacji nie należy traktować jako porady inwestycyjnej, oferty nabycia albo sprzedaży jakichkolwiek papierów wartościowych bądź instrumentów 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 zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa.

CCC 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.

Prezentacja oraz opisy w niej zawarte mogą zawierać stwierdzenia dotyczące przyszłości, w tym stwierdzenia dotyczące oczekiwanych wyników finansowych. Zawarte w Prezentacji stwierdzenia dotyczące przyszłości są obarczone szeregiem znanych oraz nieznanych ryzyk, niepewności oraz innych czynników, które mogą spowodować, że faktyczne wyniki, poziom działalności bądź osiągnięcia Grupy CCC oraz CCC mogą istotnie odbiegać od przyszłych wyników.



- Kluczowe wydarzenia
- Wyniki finansowe
- Perspektywa strategiczna
- Podsumowanie
- Pytania i odpowiedzi





**KLUCZOWE
WYDARZENIA**

+11%LFL W SKLEPACH
STACJONARNYCH**17**

KRAJÓW „OFFLINE”

11

KRAJÓW „ONLINE”

925

SKLEPÓW

+7%**RDR****+32%**WZROST
PRZYCHODÓW
GRUPY**+111%**WZROST
PRZYCHODÓW
ONLINE

OPTIMALIZACJA
STRUKTURY
FINANSO-
WANIA

ZAKSIĘGOWANIE
ŚRODKÓW Z EMISJI AKCJI
PRZEPROWADZONEJ
W Q3 (526 MLN PLN).
URUCHOMIENIE PROGRAMU
FINANSOWANIA DOSTAW

OTWARCIE
NOWYCH
RYNKÓW

ROZPOCZĘCIE SPRZEDAŻY
NA DWÓCH NOWYCH
RYNKACH
– **W SZWECJI** (ONLINE)
I **MOŁDAWII** (OFFLINE)

PIERWSZY SALON
OMNICHANNEL
EOBUWIE

OTWARCIE PIERWSZEGO
SALONU ŁĄCZĄCEGO
KANAŁY **ONLINE I OFFLINE**
WE WROCŁAWIU

PRZEJĘCIE SIECI
SKŁEPÓW
W RUMUNII

PRZEDWSTĘPNA UMOWA
PRZEJĘCIA SIECI SKŁEPÓW
FRANCYZOWYCH CCC
W RUMUNII
ORAZ OTWARCIA FRANCYZY
W GRUZJI I KAZACHSTANIE



- finalizacja umowy planowana w H1 2018
- wartość transakcji: około 33 mln EUR

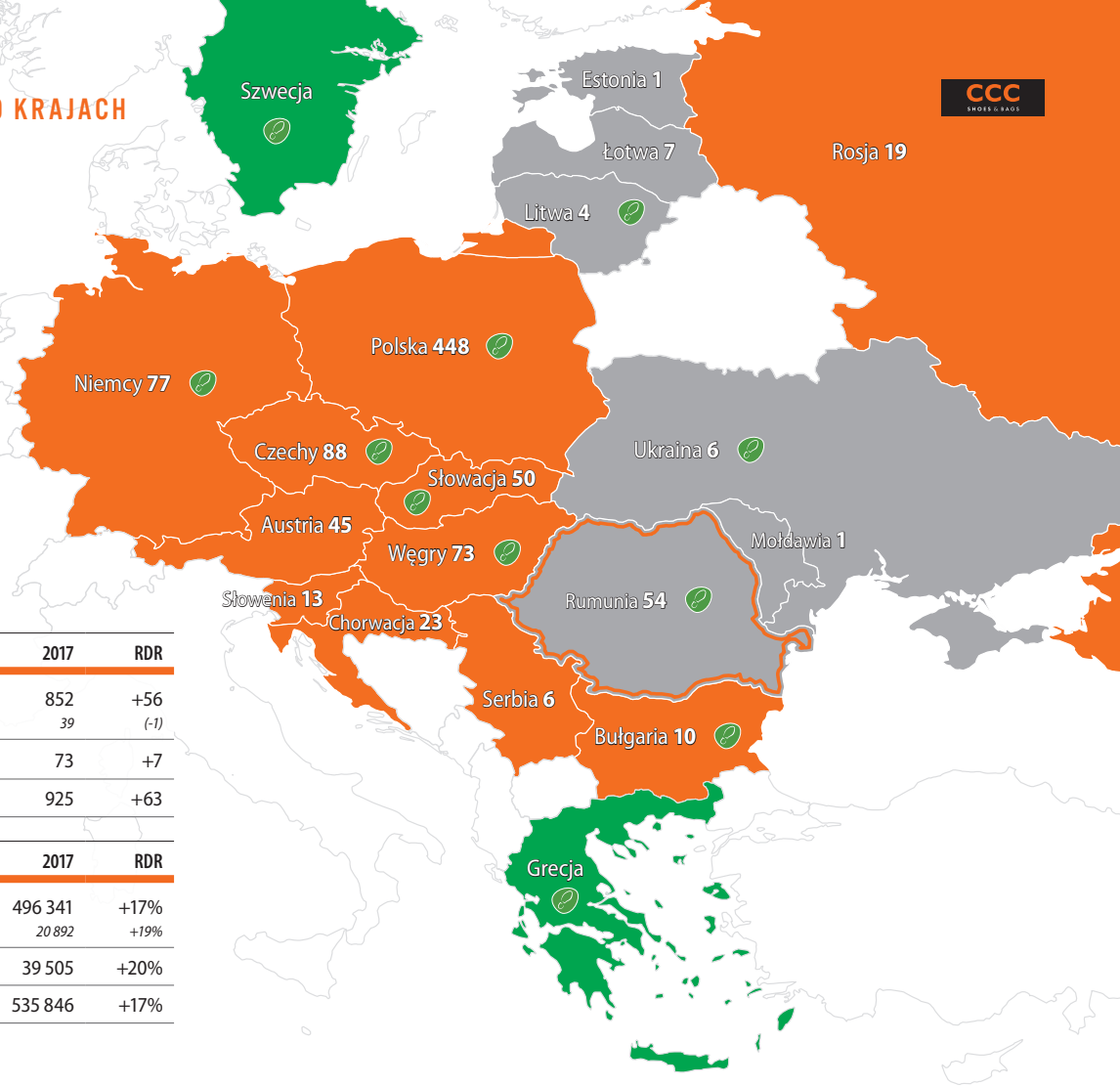
- liczba sklepów: 54
- przychody 2016: 178 mln RON (38 mln EUR)
- zysk netto: 25 mln RON (5,3 mln EUR)
- dynamika przychodów w 2017: +32%

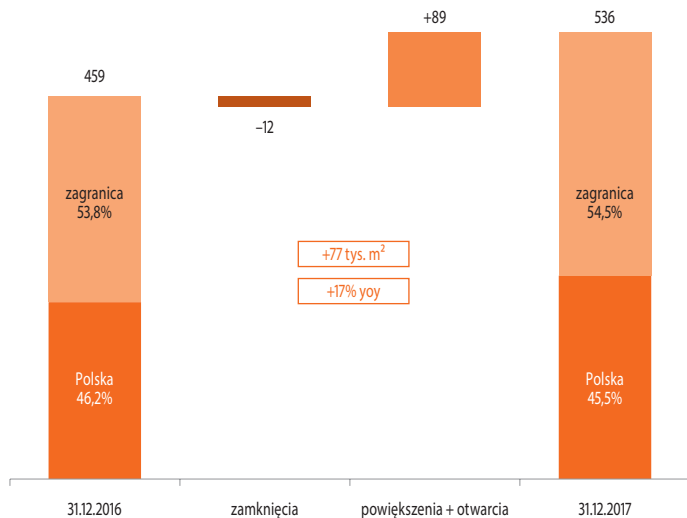
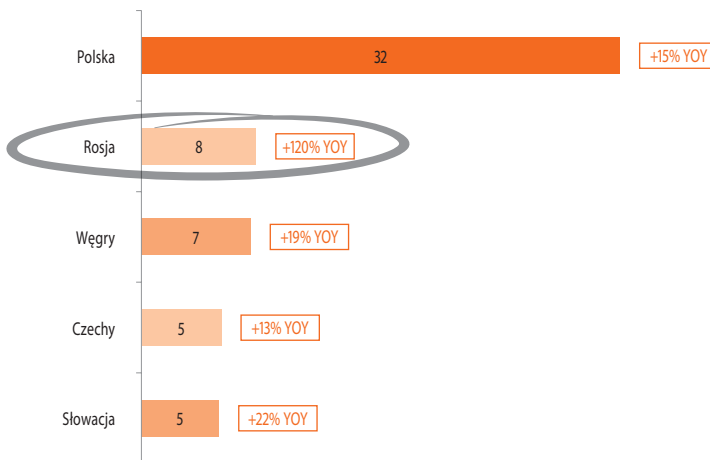
- drugi największy rynek obuwia w CEE (830 mln EUR w 2017; +9% rdr)

Sklepy własne
Sklepy franczyzowe
eobuwie (e-com)



LICZBA SALONÓW	2016	2017	RDR
Własne	796	852	+56
(w tym agencyjne)	40	39	(-1)
Franczyza	66	73	+7
RAZEM [liczba]	862	925	+63
POWIERZCHNIA HANDLOWA	2016	2017	RDR
Własne	425 715	496 341	+17%
(w tym agencyjne)	17 601	20 892	+19%
Franczyza	32 887	39 505	+20%
RAZEM [m²]	458 602	535 846	+17%



ZMIANA POWIERZCHNI
OD POCZĄTKU ROKU [tys. m²]PRZYRÓST POWIERZCHNI WYBRANYCH KRAJÓW
OD POCZĄTKU ROKU (TOP 5) [tys. m²]

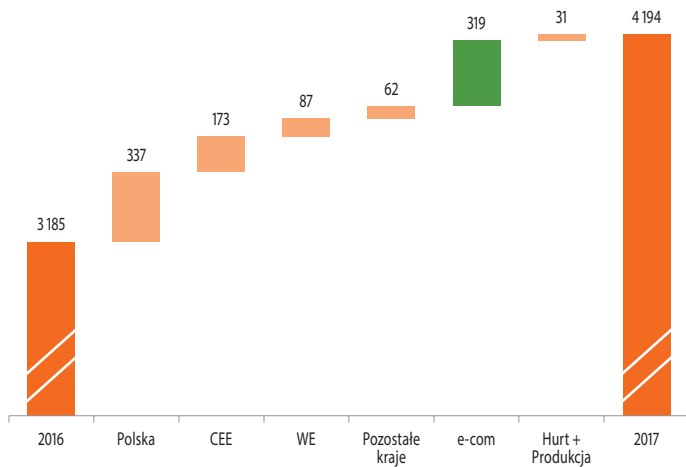
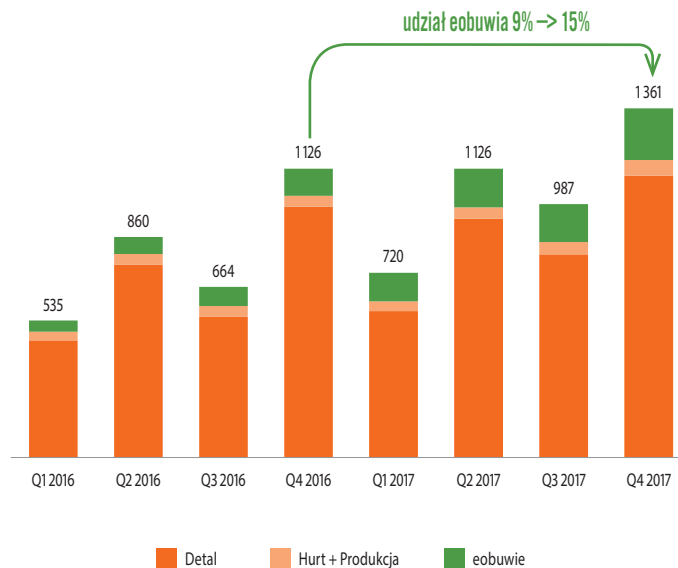
Wzrost średniej powierzchni sklepu o 9% rdr
(już 51 sklepów w nowym koncepcie)



Rozpoczęcie dynamicznej ekspansji w Rosji
(wzrost powierzchni handlowej o 120%)



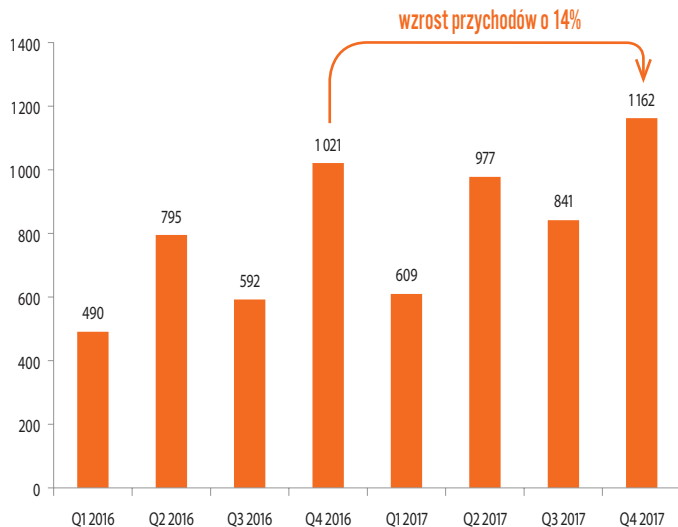
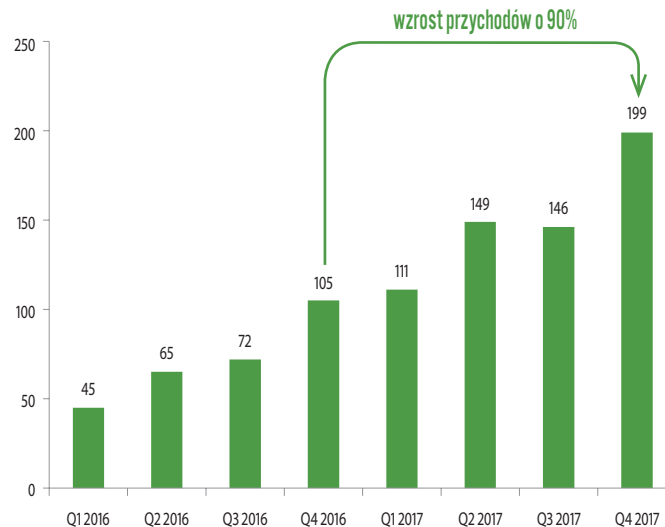
Wzrost sprzedaży w sklepach porównywalnych
o 20% w ciągu dwóch lat

ŹRÓDŁA WZROSTU SPRZEDAŻY
[mln PLN]STRUKTURA SPRZEDAŻY W UJĘCIU KWARTALNYM
[mln PLN]

Wysoki wzrost sprzedaży na dojrzałych
rynkach w Polsce i CEE



Systematyczny wzrost udziału e-commerce
(z 9% do 15% skonsolidowanych przychodów)

SPRZEDAŻ OFFLINE
[mln PLN]SPRZEDAŻ EOBUWIE
[mln PLN]

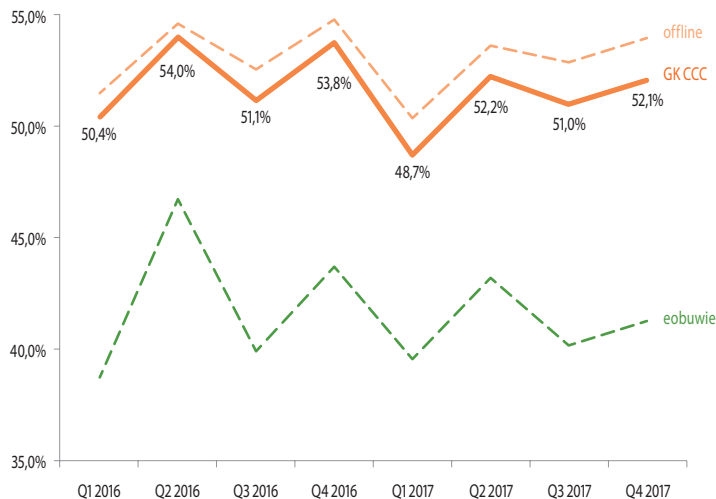
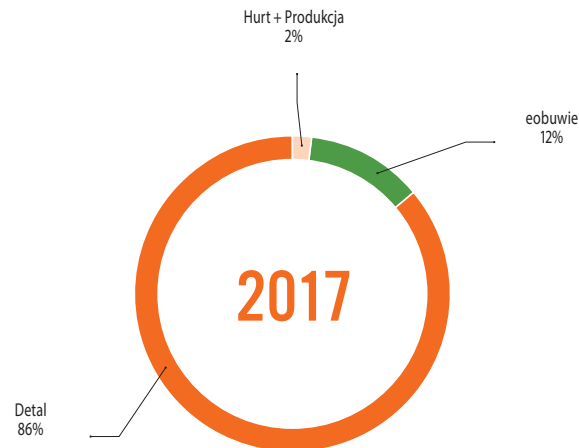
Wyraźny wzrost sprzedaży w każdym kwartale
rok do roku – zarówno offline, jak i online



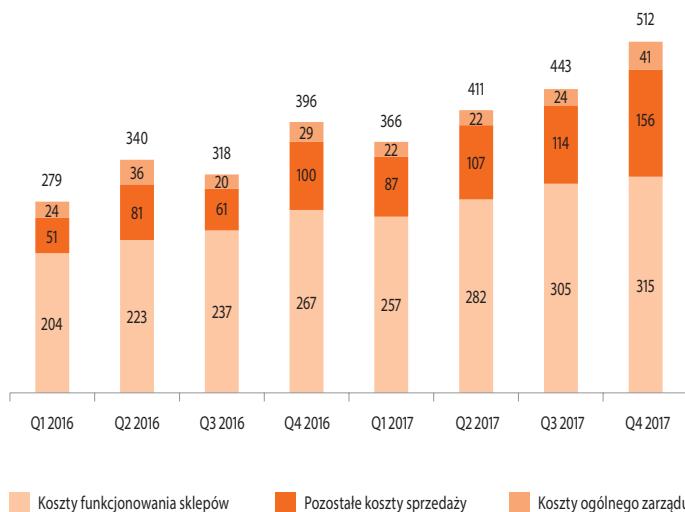
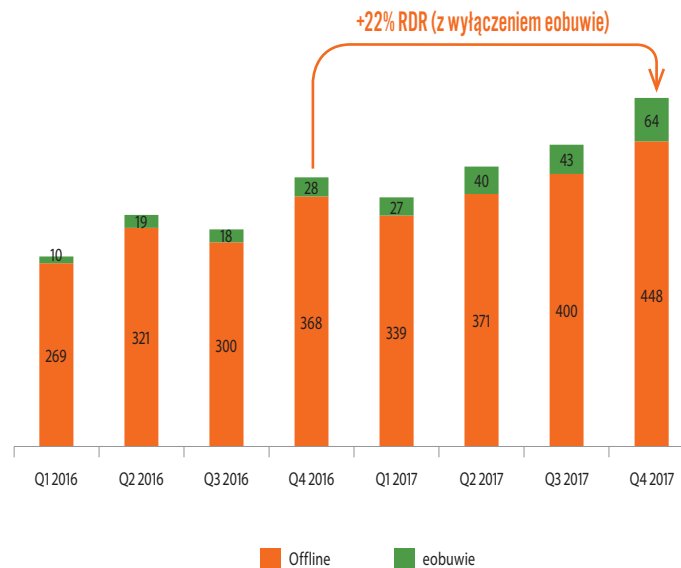
Dużo mniejsza sezonowość
sprzedaży internetowej



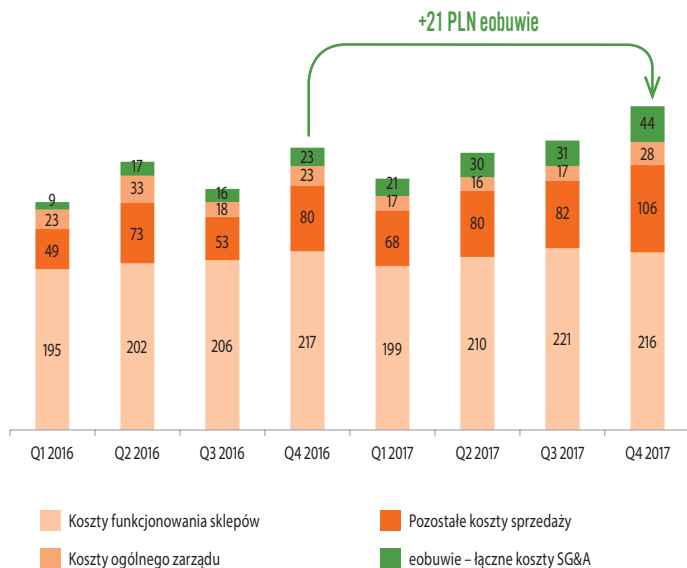
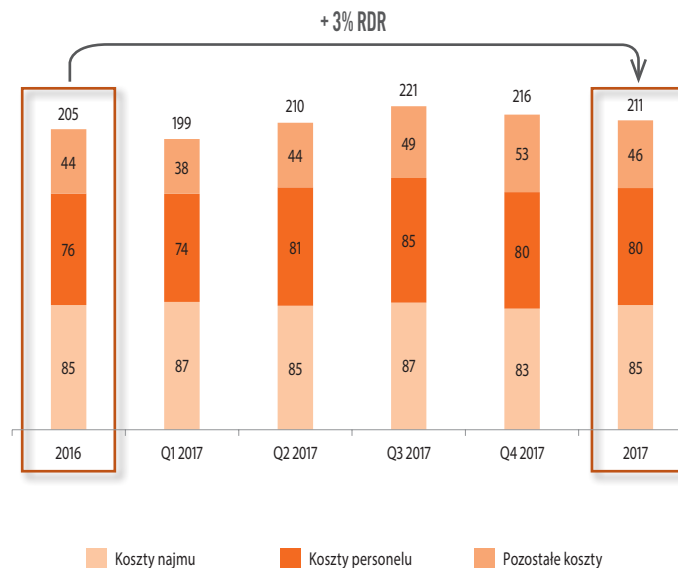
**WYNIKI
FINANSOWE**

MARŻA BRUTTO GRUPY
 [%]

 ZYSK BRUTTO NA SPRZEDAŻY W PODZIALE NA SEGMENTY
 [mIn PLN]


Marża w czwartym kwartale 2017 pod presją z powodu przesunięcia dużej części sprzedaży z października do grudnia (miesiąc wyprzedzowy)
 – efekt niekorzystnych warunków pogodowych.

KOSZTY SG&A
[mln PLN]KOSZTY SG&A WEDŁUG KANAŁÓW SPRZEDAŻY
[mln PLN]

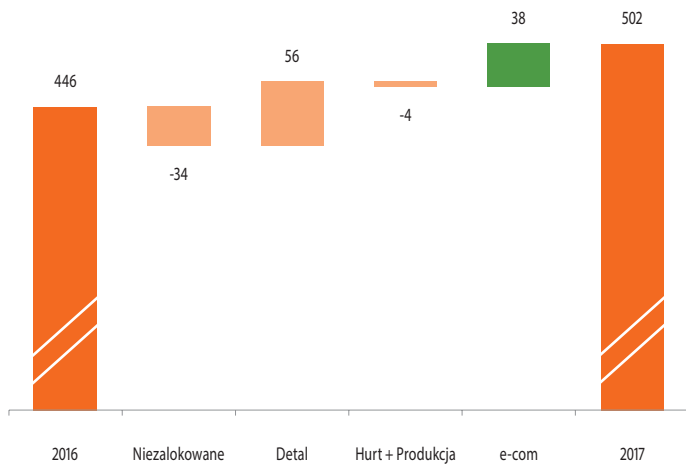
Całkowite koszty SGA oczyszczone o efekt eobuwie bardzo stabilne, wzrost poniżej dynamiki przychodów.
 Wzrost kosztów w eobuwie wynikający ze zwiększonej skali działalności – bardzo duży udział kosztów zmiennych (marketing i logistyka).

KOSZTY SG&A / m²
 [PLN na m-c]

 KOSZTY FUNKCJONOWANIA SKLEPÓW / m²
 [PLN na m-c]


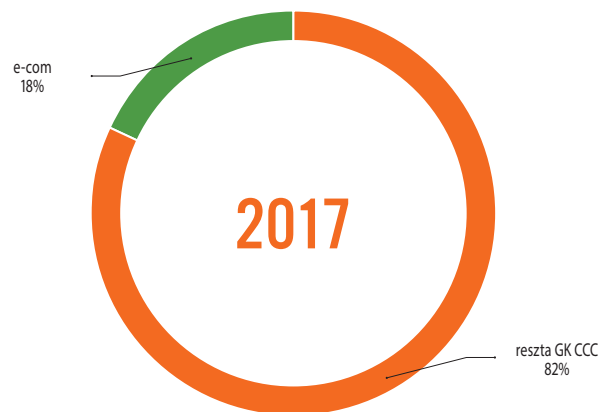
Wzrost SG&A w przeliczeniu na metr kwadratowy głównie za sprawą kosztów e-commerce i pozostałych kosztów sprzedaży (marketing)



Koszty sklepów w przeliczeniu na metr kwadratowy +3% rdr, spadek w Q4 w porównaniu do Q3

ŹRÓDŁA WZROSTU EBITDA
 [mln PLN] *


EBITDA GRUPY – KOMPONENTY



* Dane uwzględniają koszty programu motywacyjnego



Detal i e-commerce głównymi
kontrybutorami wzrostu EBITDy



Udział e-commerce w zysku EBITDA większy
niż w skonsolidowanej sprzedaży

mln PLN	WYNIKI Q4			WYNIKI ROCZNE		
	2016	2017	RDR	2016*	2017	RDR
Sprzedaż	1 126,1	1 360,5	20,8%	3 185,3	4 194,0	31,7%
Zysk brutto na sprzedaży	607,0	708,4	16,7%	1 680,1	2 149,9	28,0%
Marża brutto	53,9%	52,1%	-1,8 p.p.	52,7%	51,3%	-1,4 p.p.
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	-395,6	-511,9	29,4%	-1 332,9	-1 732,0	29,9%
Pozostałe przychody i koszty operacyjne	6,1	-8,1	—	26,2	-13,4	—
Wynik operacyjny	217,5	188,4	-13,4%	373,4	404,5	8,3%
EBITDA	239,7	216,1	-9,8%	446,1	501,5	12,4%
Marża EBITDA	21,3%	15,9%	-5,4 p.p.	14,0%	12,0%	-2,0 p.p.
Koszty finansowe netto	-11,2	-25,6	128,6%	-32,5	-63,7	96,0%
Zysk przed opodatkowaniem	206,3	162,8	-21,1%	340,9	340,8	—
Podatek	-14,1	-14,8	5,0%	-25,4	-38,5	51,6%
Zysk netto	192,2	148,0	-23,0%	315,5	302,3	-4,2%
Marża netto	17,1%	10,9%	-6,2 p.p.	9,9%	7,2%	-2,7 p.p.
<i>zysk mniejszości</i>	3,2	4,8		9,0	15,4	



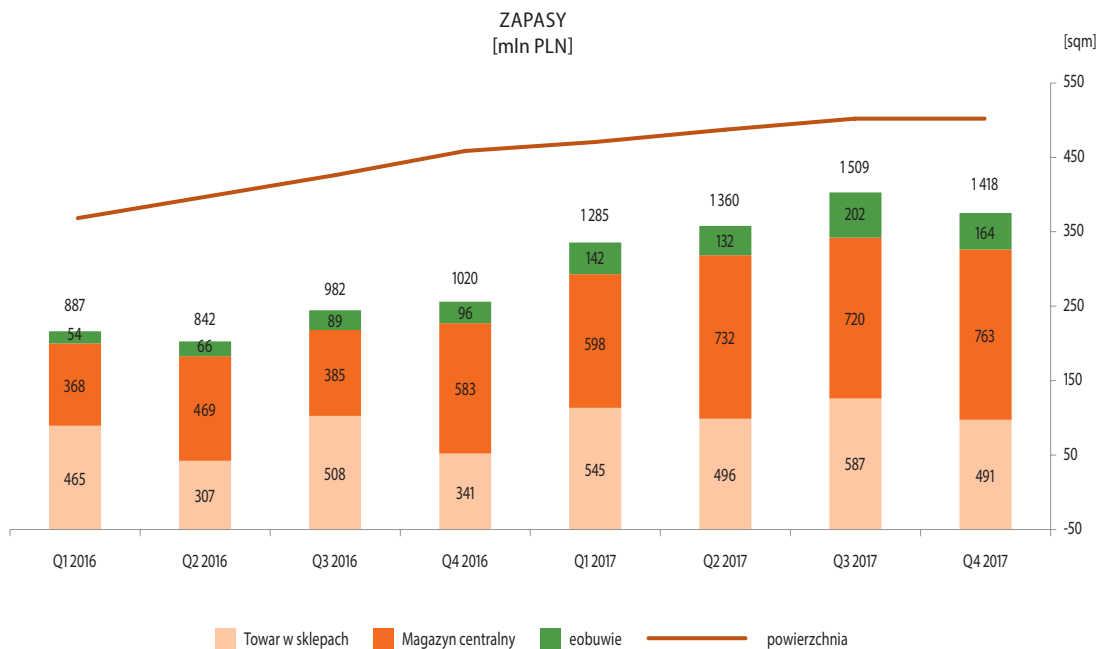
Dynamiczny wzrost sprzedaży w stosunku do roku 2016 – znacznie powyżej oczekiwań



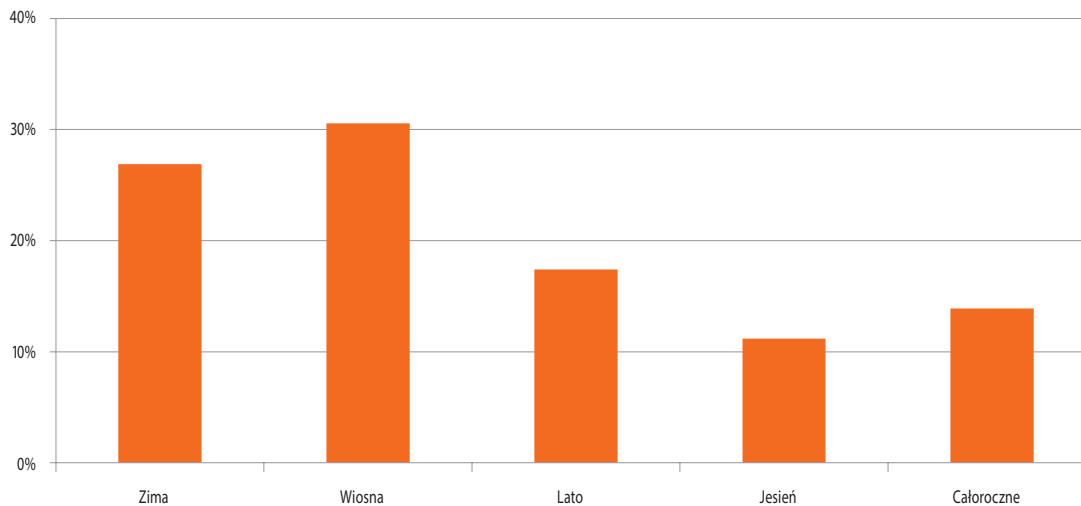
Rentowność EBITDA zaburzona przez niekorzystny rozkład przychodów w czwartym kwartale (mała sprzedaż w październiku ze względu na niekorzystne warunki pogodowe)



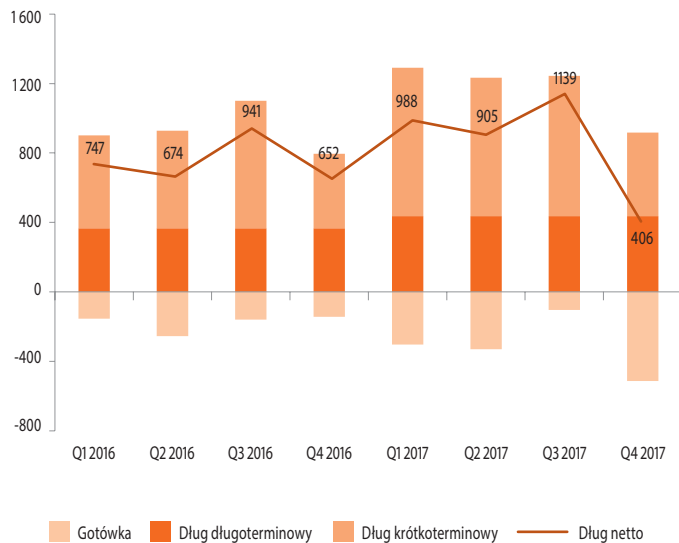
Spadek marży netto wywołany przede wszystkim mniejszą rolą do roku marż brutto na sprzedaży (wzrost udziału kanału online, wysoki udział niskomargowego grudnia w czwartym kwartale)



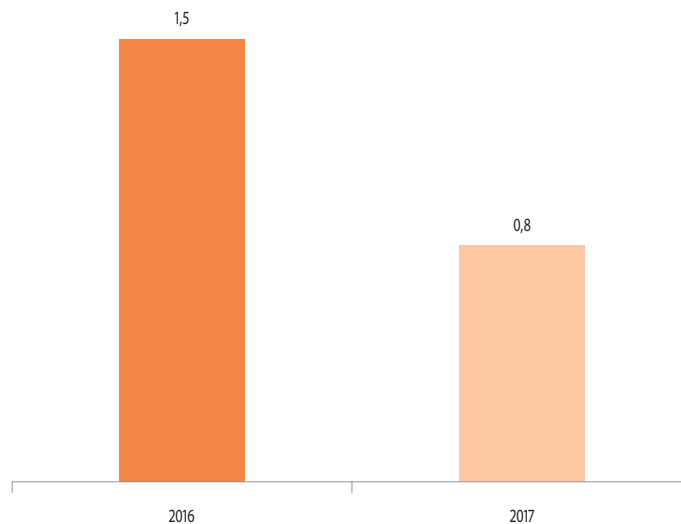
- Spadek zapasów w stosunku do Q3
- Zapasy na metr kwadratowy najniższe od końca 2016 roku pomimo znacznego wzrostu eobuwie

ZAPASY W PODZIALE NA SEZON (STANY ILOŚCIOWE)
MAGAZYN I SKLEPY

- Spółka przygotowana na sezon wiosenno-letni
- Kolekcja zimowa wyprzedana w zadowalającym stopniu, od połowy lutego 2018 sukcesywnie zastępowana w sklepach przez wiosenną

ZADŁUŻENIE NETTO
[mln PLN]

DŁUG NETTO / EBITDA

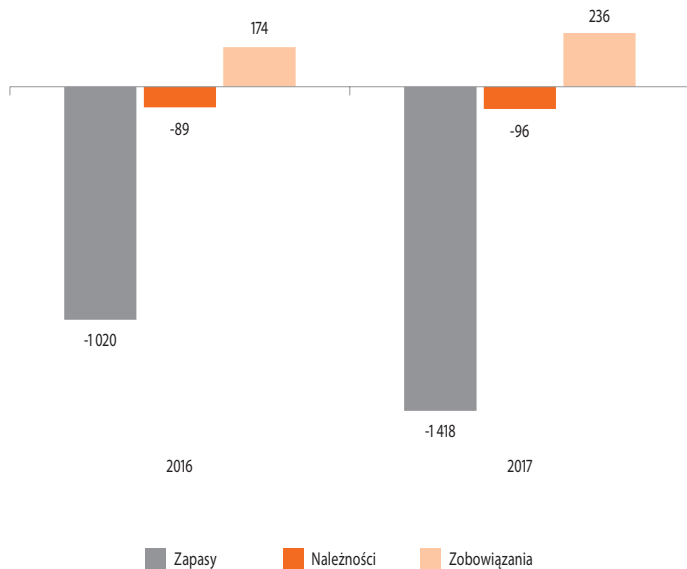


Poziom długi netto utrzymany na rekordowo niskim poziomie przy znaczącym wzroście skali działalności

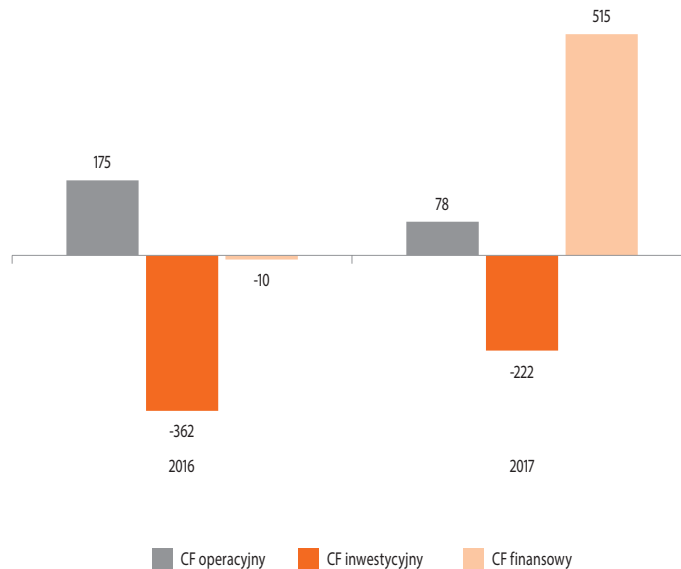


Wyraźny spadek wskaźnika pomimo realizacji planu inwestycyjnego

ZAANGAŻOWANIE W KAPITAŁ OBROTOWY
[mln PLN]



PRZEPŁYWY PIENIĘŻNE
[mln PLN]



Rozpoczęte procesy wydłużenia rotacji zobowiązań handlowych i skrócenia rotacji zapasów



Wysokie przepływy z działalności finansowej wynikające z emisji nowych akcji (526M PLN)

Przewidywane* efekty wejścia w życie regulacji MSSF 16 – konieczność zmiany prezentowania długoterminowych umów najmu i leasingu

ZWIĘKSZENIE AKTYWÓW
O PONAD

1,5 mld PLN

ZWIĘKSZENIE ZOBOWIĄZAŃ
O PONAD

1,5 mld PLN

**ZNACZĄCY WZROST
AMORTYZACJI**

* wartości szacunkowe, niezaudytowane, podlegające dalszym przeliczeniom w Spółce



PERSPEKTYWA
STRATEGICZNA



OFERTA DLA KLIENTA

DEMOKRATYCZNA
MARKA
MODNY PRODUKT
**NAJLEPSZA
CENA / JAKOŚĆ**



OFFLINE +ONLINE

**MONOBRAND
(CCC)**
+ **MULTIBRAND
(EOBUWIE)**



OPTIMALNY MODEL BIZNESOWY

BIZNES ZINTEGROWANY
PIONOWO
NISKA BAZA KOSZTOWA
W POLSCE



NOWY FORMAT SKLEPÓW

NOWE FORMATY
SKLEPÓW: CCC 1,000 M²
ORAZ SKLEPÓW
OFF-LINE EOBUWIE



TRANS- FORMACJA CYFROWA

KOMPLEKSOWE
UNOWOCZEŚNIENIE
SYSTEMÓW IT
(M.IN. ERP, BI,
LOGISTYKA,
E-COMMERCE,
CRM, RFID)

GRUPA CCC DO ROKU 2022 ...

JEDEN Z WYGRANYCH zachodzących zmian w sektorze retailu. Niekwestionowany lider w regionie Europy Środkowej, zbudowana pozycja na innych wybranych rynkach w Europie i poza nią. Obecność w 35-40 krajach (off- i on-line), w modelu sklepów własnych i franczyzowych

EKSPERT W PRODUKCJI I SPRZEDAŻY obuwia i akcesoriów. Doskonałe kompetencje w produkcji własnej, pod własnymi markami i we własnych sklepach, z dobrym poziomem zarządzania markami

FIRMA ZDYWERSYFIKOWANA, obecna w różnych segmentach rynku. Istotny wzrost sprzedaży kolekcji sportowej (w tym markowej)

W PEŁNI MULTIKANAŁOWA FIRMA, po głębokiej cyfrowej transformacji, dobrze rozumiejąca swojego klienta i zmiany jego zachowań i preferencji

DWA SILNE I RÓWNOLEGLE SIĘ ROZWIJAJĄCE FILARY off- i on-line. Co najmniej 30% sprzedaży on-line do roku 2020

WŁASNA TOŻSAMOŚĆ łącząca najlepsze z kultury przedsiębiorczej i korporacyjnej. Łatwo i chętnie adaptująca innowacje. Świetne miejsce rozwoju dla utalentowanych pracowników

CEL: PODWOJENIE SPRZEDAŻY w okresie pięciu lat 2018-2022, przy wzroście marży EBITDA do poziomu wiodących grup w branży

	31.12.2016		31.12.2017		31.12.2018	
	tys. m ²	RDR	tys. m ²	RDR	tys. m ²	RDR
Polska	212	13,4%	244	15,1%	291	19,3%
CEE	125	22,5%	146	17,7%	167	14,4%
WE	82	65,3%	88	7,3%	95	8,0%
Pozostałe	40	28,6%	58	45,0%	93	60,3%
CCC RAZEM	459	24,2%	536	16,8%	646	20,5%

WYDATKI
INWESTYCYJNE:

min. 150 mln PLN w 2018
NA NOWĄ POWIERZCHNIĘ HANDLOWĄ

ponad 100 mln PLN w latach 2018–2019
NA INFRASTRUKTURĘ LOGISTYCZNĄ
DLA KANAŁU E-COMMERCE

CEL:

210 000 m²

NOWEJ POWIERZCHNI HANDLOWEJ NETTO W LATACH 2018–2019

KONTYNUACJA ROZWOJU I EKSPANSJI:

- Dalszy roll-out nowego formatu sklepów CCC
- Nowe umowy franczyzowe CCC – 2-3 nowe kraje, przygotowanie do otwarcia na Bliskim Wschodzie
- Niemcy/Austria: konsekwentna kontynuacja optymalizacji modelu biznesowego aby dojść do break-even
- Otwarcie na możliwości ekspansji na rynki dojrzałe przez JV/aliance
- 3 nowe kraje online (Hiszpania, Francja, Włochy)
- Roll-out nowego formatu eobuwie
- Reserve&Collect w CCC w połowie roku 2018
- Inwestycje w nowe magazyny logistyczne Z.Góra i Polkowice (on-line i off-line)
- Dalsze porządkowanie biznesu w grupie kapitałowej / partnerów handlowych

INNOWACYJNOŚĆ/CYFROWA TRANSFORMACJA (FINAŁ W 2019):

- Nowe systemy ERP, WMS, BI, inne
- Nowy system e-commerce (dla CCC i eobuwie)
- Nowe systemy do CRM/Marketing Automation
- Zaawansowanie testów RFID
- Narzędzia predyktywne, digitalizacja procesów informacyjnych i decyzyjnych

POLITYKA FINANSOWA:

- Optymalizacja kapitału obrotowego (wydłużenie terminu zapadalności zobowiązań handlowych)
- Konsekwentna redukcja poziomu zadłużenia i zamiana zobowiązań finansowych na długoterminowe
- Podnoszenie poziomu dyscypliny kosztowej
- Poprawa rentowności

REALIZOWANE PROJEKTY

- System ERP
- System finansowo-księgowy
- Systemy logistyczne
- Platforma e-commerce
- System CRM
- Systemy predyktywne
- Systemy workflow



EFEKTY

- ✓ ROZWÓJ OMNICHANNEL
- ✓ WYŻSZA MARŻA (SYSTEM ERP, ZARZĄDZANIE CENĄ, PROMOCJAMI)
- ✓ NIŻSZE ZAPASY (SYSTEMY PREDYKTYWNE)
- ✓ NIŻSZE KOSZTY OPERACYJNE (SYSTEMY LOGISTYCZNE, SYSTEMY WORKFLOW)
- ✓ WIĘKSZA SPRZEDAŻ (INTELIGENTNY MARKETING. CRM, E-COMMERCE)

ŁĄCZNIE PONAD 50 PROJEKTÓW IT

**RAPORT NIEFINANSOWY GRUPY CCC ZA 2017 ROK PRZYGOTOWANY ZGODNIE
Z MIĘDZYNARODOWYMI STANDARDAMI GRI (GLOBAL REPORTING INITIATIVE)**

**ŁAŃCUCH
DOSTAW**



PARTNERSTWO
W ZAKRESIE
TŁUMACZENIA
WYTYCZNYCH OECD
**DLA SEKTORA
TEKSTYLNO-
ODZIEŻOWEGO
I OBUWNICZEGO**

BEZPIECZEŃSTWO



ZMNIEJSZENIE
W 2017 R. **LICZBY
WYPADKÓW**
O 50 % RDR

PRACOWNICY



KSZTAŁCENIE
PRZYSZŁYCH KADR
POPRAZ WSPÓŁPRACĘ
Z UCZELNIAMI
WYŻSZYMI

KLIENCI



OTWARCIE **CENTRUM
BADAWCZO-
ROZWOJOWEGO**
– ANALIZY POTRZEB
KLIENTÓW, INNOWACJE
PRODUKTOWE

ŚRODOWISKO



INNOWACYJNE
ROZWIĄZANIA
ŚRODOWISKOWE,
M.IN. **FARMA
FOTOWOLTAICZNA**



PODSUMOWANIE



PYTANIA
I ODPOWIEDZI

A portrait of Bartłomiej Piekarski, a man with glasses, wearing a blue blazer over a grey shirt. He is standing in front of a dark, textured background.

BARTŁOMIEJ PIEKARSKI
IR Manager

T: +48 76 84 58 686
M: +48 667 872 742
E: bartlomiej.piekarski@ccc.eu



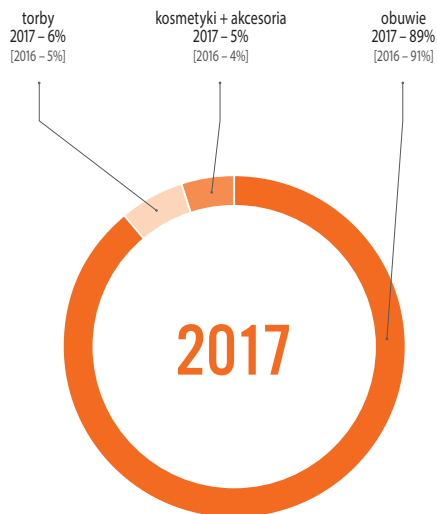
Dziękujemy



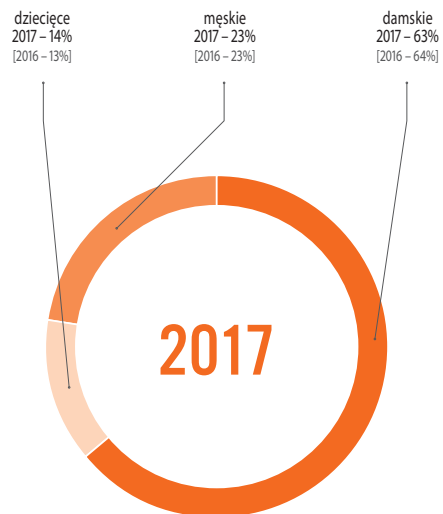
**SLAJDY
POMOCNICZE**

RODZAJ	SIEĆ	30.06.2016		30.09.2016		31.12.2016		31.03.2017		30.06.2017		30.09.2017		31.12.2017	
		m ²	liczba	m ²	liczba	m ²	liczba	m ²	liczba	m ²	liczba	m ²	liczba	m ²	liczba
CCC Własne	Polska	197 682	422	201 644	424	212 242	436	214 696	433	220 795	439	228 154	441	243 839	448
	– własne	181 065	383	184 758	385	194 641	396	196 770	394	201 865	399	209 110	402	222 947	409
	– agencyjne	16 617	39	16 886	39	17 601	40	17 926	39	18 930	40	19 044	39	20 892	39
	Niemcy	46 792	65	54 640	71	58 127	75	58 127	75	60 671	77	61 114	77	61 114	77
	Czechy	37 100	78	38 241	80	39 415	82	41 065	84	41 946	85	42 152	85	44 701	88
	Węgry	33 949	66	34 633	67	38 040	69	39 134	69	40 607	71	41 709	69	45 247	73
	Austria	16 258	30	19 300	32	23 580	39	25 131	41	26 301	43	26 939	44	27 431	45
	Słowacja	19 530	38	20 815	39	23 104	42	24 180	44	24 180	44	26 139	47	28 198	50
	Chorwacja	11 268	19	11 842	20	11 842	20	12 342	21	12 342	21	12 915	22	13 561	23
	Rosja	—	—	4 655	9	6 339	11	7 580	12	9 314	14	10 153	15	13 923	19
	Słowenia	5 083	9	5 673	10	6 272	11	6 882	12	6 882	12	7 687	13	7 687	13
	Bułgaria	4 412	7	5 012	8	5 665	9	6 562	10	6 562	10	6 562	10	6 562	10
	Serbia	—	—	—	—	1 089	2	1 089	2	1 917	3	3 348	5	4 078	6
RAZEM WŁASNE		372 074	734	396 455	760	425 715	796	436 788	803	451 517	819	466 872	828	496 341	852
CCC Franchyza	Rosja	4 655	9	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	Rumunia	20 695	44	20 644	44	24 386	50	24 386	50	26 290	53	25 808	52	27 148	54
	Ukraina	3 055	7	3 527	7	2 709	5	3 827	6	3 827	6	3 827	6	3 827	6
	Łotwa	3 232	7	3 281	7	3 281	7	3 809	7	3 809	7	4 408	7	4 409	7
	Litwa	1 787	3	1 787	3	1 787	3	1 787	3	1 787	3	1 787	3	2 657	4
	Estonia	724	1	724	1	724	1	724	1	724	1	724	1	724	1
	Mołdawia	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	740	1
RAZEM FRANCHYZA		34 148	71	29 963	62	32 887	66	34 533	67	36 437	70	36 554	69	39 505	73
CCC RAZEM		406 222	805	426 418	822	458 602	862	471 321	870	487 954	889	503 426	897	535 846	925

STRUKTURA SPRZEDAŻY



STRUKTURA SPRZEDAŻY OBUWIA



mln PLN *	1Q16	2Q16	3Q16	4Q16	1Q17	2Q17	3Q17	4Q17	RDR
Sprzedaż	534,6	860,0	664,6	1 126,1	720,4	1 125,8	987,3	1 360,5	20,8%
Zysk brutto na sprzedaży	269,4	464,4	339,3	607,0	350,7	587,7	503,1	708,4	16,7%
Marża brutto	50,4%	54,0%	51,1%	53,9%	48,7%	52,2%	51,0%	52,1%	-1,8 p.p.
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	-279,2	-339,7	-318,4	-395,6	-366,3	-411,1	-442,7	-511,9	29,4%
Pozostałe przychody i koszty operacyjne	5,0	10,9	4,2	6,1	-0,5	3,4	-8,2	-8,1	—
Wynik operacyjny	-4,8	135,6	25,1	217,5	-16,1	180,0	52,2	188,4	-13,4%
Marża operacyjna	-0,9%	15,8%	3,8%	19,3%	-2,2%	16,0%	5,3%	13,8%	-5,4 p.p.
Koszty finansowe netto	-9,9	4,5	-15,9	-11,2	-18,5	-15,6	-4,0	-25,6	128,6%
Zysk przed opodatkowaniem	-14,7	140,1	9,2	206,3	-34,6	164,4	48,2	162,8	-21,1%
Podatek	-3,1	-8,9	0,7	-14,1	-3,0	-13,7	-7,0	-14,8	5,0%
Zysk netto	-17,8	131,2	9,9	192,2	-37,6	150,7	41,2	148,0	-23,0%
Marża netto	-3,3%	15,3%	1,5%	17,1%	-5,2%	13,4%	4,2%	10,9%	-6,2 p.p.
<i>Mniejszości</i>	1,7	2,4	1,7	3,2	3,0	4,9	2,7	4,8	

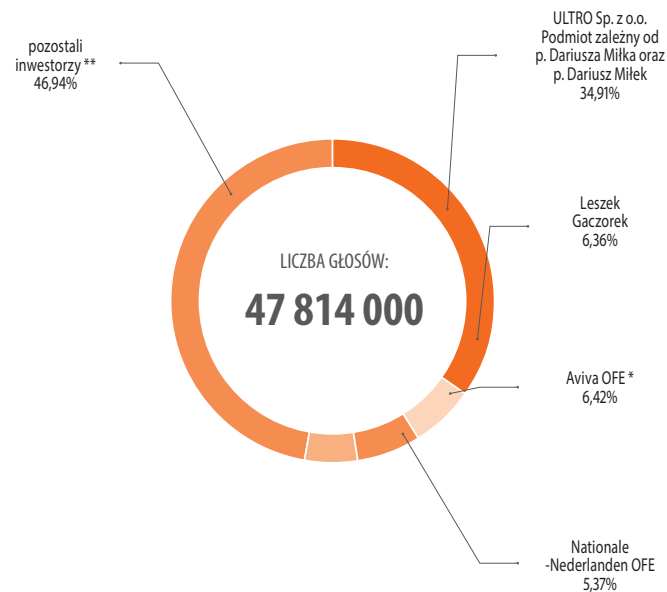
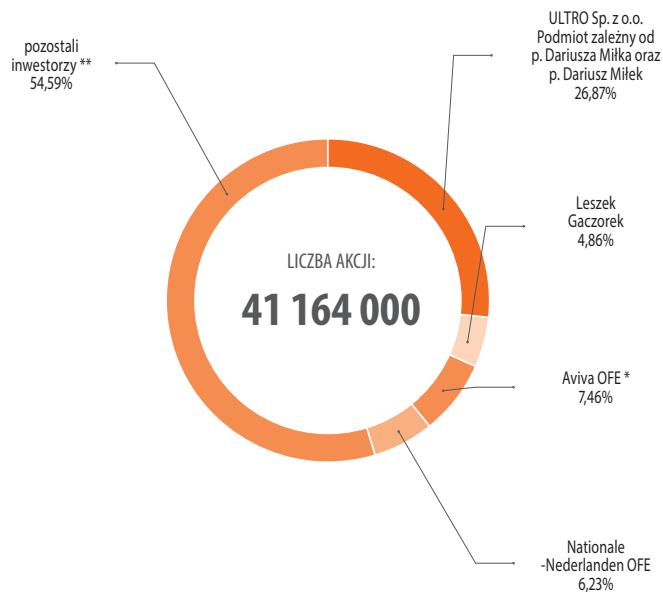
* Dane referencyjne dotyczące 2016 r. z dnia opublikowania raportu za 2016 r.

młn PLN	31.12.2016 *	31.03.2017	30.06.2017	30.09.2017	31.12.2017
Wartości niematerialne	181,2	181,2	189,2	193,0	197,5
Wartość firmy	106,2	106,2	106,2	106,2	106,2
Rzeczowe aktywa trwałe	679,6	679,2	736,9	753,1	787,0
Aktywa z tytułu podatku odroczonego	60,1	313,0	55,3	62,2	63,4
Udzielone pożyczki	—	—	—	—	—
Aktywa trwałe	1 027,1	1 279,6	1 087,6	1 114,5	1 154,1
Zapasy	1 019,7	1 285,1	1 359,9	1 509,4	1 417,7
Należności handlowe	89,3	120,4	121,9	35,2	95,7
Należności z tytułu podatku dochodowego	12,1	25,4	27,6	21,5	25,8
Udzielone pożyczki	11,1	11,1	11,1	11,2	9,1
Pozostałe należności	98,2	117,5	140,7	58,0	155,4
Środki pieniężne	143,4	302,3	328,6	104,5	511,6
Instrumenty pochodne	—	—	—	—	0,5
Aktywa obrotowe	1 373,8	1 861,8	1 989,8	1 739,8	2 215,8
Aktywa	2 400,9	3 141,4	3 077,4	2 854,3	3 369,9

mln PLN	31.12.2016*	31.03.2017	30.06.2017	30.09.2017	31.12.2017
Zadłużenie	366,0	436,0	436,0	436,0	436,0
Zobowiązania z tytułu odroczonego podatku dochodowego	34,1	34,6	33,4	32,3	33,2
Rezerwy	7,2	7,2	7,3	7,3	9,4
Otrzymane dotacje	23,5	22,9	22,3	21,9	21,3
Obowiązek wykupu udziałów niekontrolujących	229,6	231,4	233,3	235,3	777,9
Zobowiązania długoterminowe	660,4	732,1	732,3	732,8	1 277,8
Zadłużenie	429,5	854,5	797,3	807,9	481,1
Zobowiązania handlowe	174,3	264,0	291,8	103,6	235,8
Pozostałe zobowiązania	137,6	68,1	254,2	148,5	166,6
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego	16,8	12,2	7,1	22,2	26,6
Rezerwy	6,8	17,0	8,3	7,4	11,3
Otrzymane dotacje	4,4	5,7	2,7	5,9	2,4
Zobowiązania z tytułu nabycia akcji własnych	—	—	—	—	—
Zobowiązania krótkoterminowe	769,4	1 221,5	1 361,4	1 095,5	923,8
Kapitał akcyjny i zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej ich wartości nominalnej	123,1	123,1	125,3	125,4	649,0
Różnice kursowe z przeliczenia sprawozdań jednostek zagranicznych	1,8	-2,2	0,6	0,8	-1,3
Zyski zatrzymane	793,8	1 011,3	797,5	836,8	452,8
Udziały niekontrolujące	52,4	55,6	60,3	63,0	67,8
Wycena aktuarialna świadczeń na rzecz pracowników	—	—	—	—	—
Kapitały	971,1	1 187,8	983,7	1 026,0	1 168,3
Pasywa	2 400,9	3 141,4	3 077,4	2 854,3	3 369,9

* Dane przekształcone

STRUKTURA AKCJONARIATU NA DZIEŃ 31.12.2017



* dane pochodzą z informacji rocznej o strukturze aktywów Funduszu Aviva OFE na dzień 30.12.2016 r.

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

REALIZACJA GLOBALNYCH CELÓW ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU (SDG'S) PRZYJĘTYCH PRZEZ ONZ



#Idę po więcej

Obietnica marki
doświadczeniem klienta



#Więcej możliwości

Rozwój potencjału
organizacji



#Więcej zaufania

Dobre i efektywne
zarządzanie

Kluczowe cele na rok 2018

- Rozbudowanie systemu odpowiedzialnego zarządzania łańcuchem dostaw i wdrożenie kodeksu etycznego dla dostawców
- Wzmocnienie systemu zarządzania etyką
- Wsparcie inicjatyw pracowników w ramach wolontariatu i zaangażowania społecznego
- Podnoszenie poziomu innowacyjności w ramach naszego centrum badań i rozwoju
- Rozwój komunikacji wewnętrznej z pracownikami
- Doskonalenie dialogu z klientami

POJĘCIE	WYJAŚNIENIE
CEE	Czechy, Słowacja, Węgry, Chorwacja, Bułgaria, Słowenia
WE	Niemcy i Austria
Pozostałe kraje	Litwa, Łotwa, Estonia, Ukraina, Rosja, Serbia
Detal	Sieć sklepów własnych
Hurt	Sieć franczyzowa i sprzedaż do innych podmiotów na małą skalę
Produkcja	Przychody, koszty i nakłady związane z działalnością produkcyjną w Polkowicach
LFL	Sprzedaż podawana w walutach lokalnych, dane dla sklepów porównywalnych, które działały dłużej niż 12 miesięcy
Sprzedaż detaliczna na m ²	Sprzedaż grupy (detaliczna) podzielona przez średnią wielkość pracującej powierzchni dla grupy (sklepów detalicznych)
RDR	Zmiana w stosunku do analogicznego okresu w roku poprzedzającym
e-commerce	Sprzedaż realizowana przez kanał internetowy
eobuwie	Grupa eobuwie zawierająca sprzedaż internetową i sklepy stacjonarne
Offline	Detal + Hurt + Produkcja