



KONFERENCJA GRUPY CCC

DARIUSZ MIŁEK
ŁUKASZ STELMACH

WARSZAWA
7.11.2025

NIEJEDNOLITY OBRAZ Q3 2025

SIERPIEŃ

**KOŃCÓWKA WYPRZEDAŻY
KOLEKCJI LETNIEJ**

BARDZO MOCNY
BACK TO SCHOOL

WRZESIEŃ

**BARDZO CIEPŁY –
NIESPRZYJAJĄCY
SPRZEDAŻY KOLEKCJI
PRZEJŚCIOWEJ**

WYJĄTKOWO WYSOKA
BAZA ZESZŁOROCZNA

PAŹDZIERNIK

**OPTYMALNA
POGODA**

DOBRY
WYNIKOWO

GRUPA CCC - WZROST PRZYCHODÓW W TRUDNYM OTOCZENIU

KONSEKWENTNIE REALIZOWANY PLAN ROZWOJU

SPRZEDAŻ GRUPY
(MLD PLN)

3,0

DYNAMIKA SPRZEDAŻY GRUPY
(WALUTY STAŁE)

+7%

ZMIANA POWIERZCHNI
HANDLOWEJ GRUPY*

+21%

* zmiana na koniec okresu

SPRZEDAŻ LFL GRUPY
(WALUTY STAŁE)

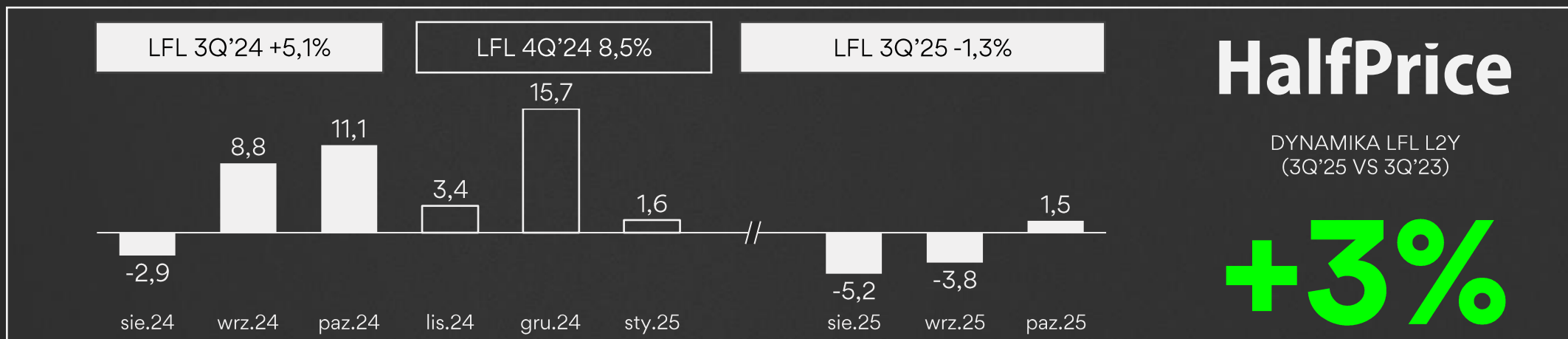
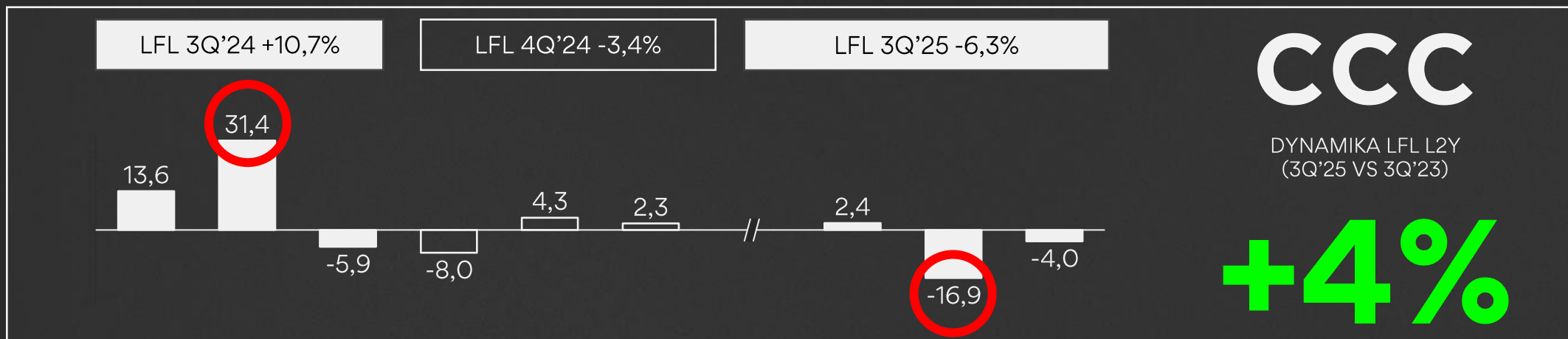
-5%

TRAFFIC LFL -4%

72% SPRZEDAŻY GRUPY STANOWI OBUWIE

DYNAMIKA LFL W UJĘCIU DWULETNIM

UTRZYMANIE POZYTYWNEGO EFEKTU ROZWOJU PORTFOLIO PRZY BARDZO WYSOKIM TEMPIE EKSPANSJI



Dynamika sprzedaży LFL w sztydach CCC i HalfPrice [%]

NIEWYKORZYSTANY POTENCJAŁ ROZWOJU SIECI SPRZEDAŻY

PRZYKŁAD: HALFPRICE BRATYSŁAWA

Przychody ze sprzedaży w sklepach HalfPrice w Bratysławie [mln PLN]

CENTRUM HANDLOWE (data otwarcia, powierzchnia)	9M'24	9M'25	Zmiana rdr	12M'24	12M'25 E
Eurovea (24.05.23, 2 416 m2)	16,6	14,8	-11%	23,3	21+
Avion (06.12.24, 1 873 m2)	0	7,9	-	3,0	12+
Bory Mall (10.04.25, 1 599 m2)	0	6,9*	-	-	11+
Bratysława łącznie	16,6	29,6	+78%	26,3	43-45
EBITDA SKLEPOWA EUROVEA [%]	27%	22%			

1. Przyspieszone przejęcie udziałów rynkowych w tzw. catchment area
2. Ograniczony i czasowy efekt kanibalizacji (ujemny LFL najstarszego sklepu)
3. Dalszy wzrost sprzedaży po osiągnięciu pełnej dojrzałości sklepu

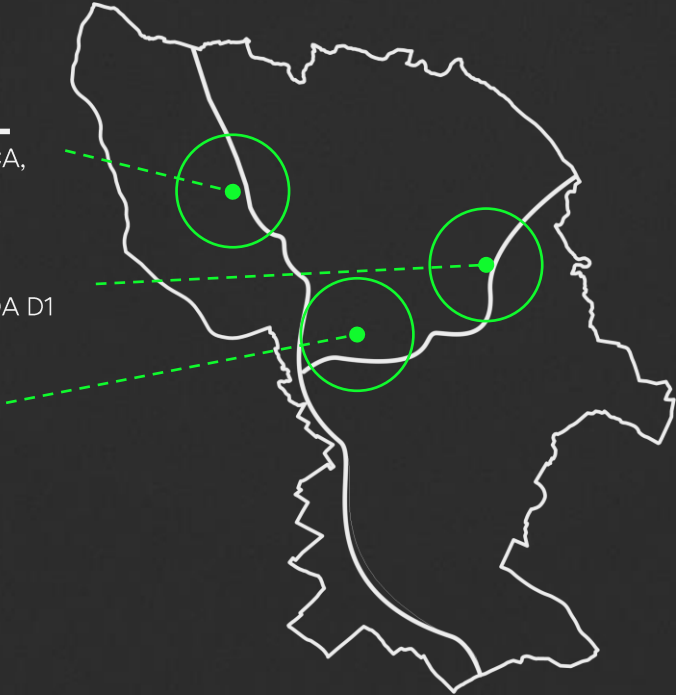
* Sprzedaż sklepu przeskalowana na pełny okres rozrachunkowy

SZYBKA EKSPANSJA

BORY MALL
MODNA DZIELNICA,
AUTOSTRADA D2

AVION
IKEA, AUTOSTRADA D1

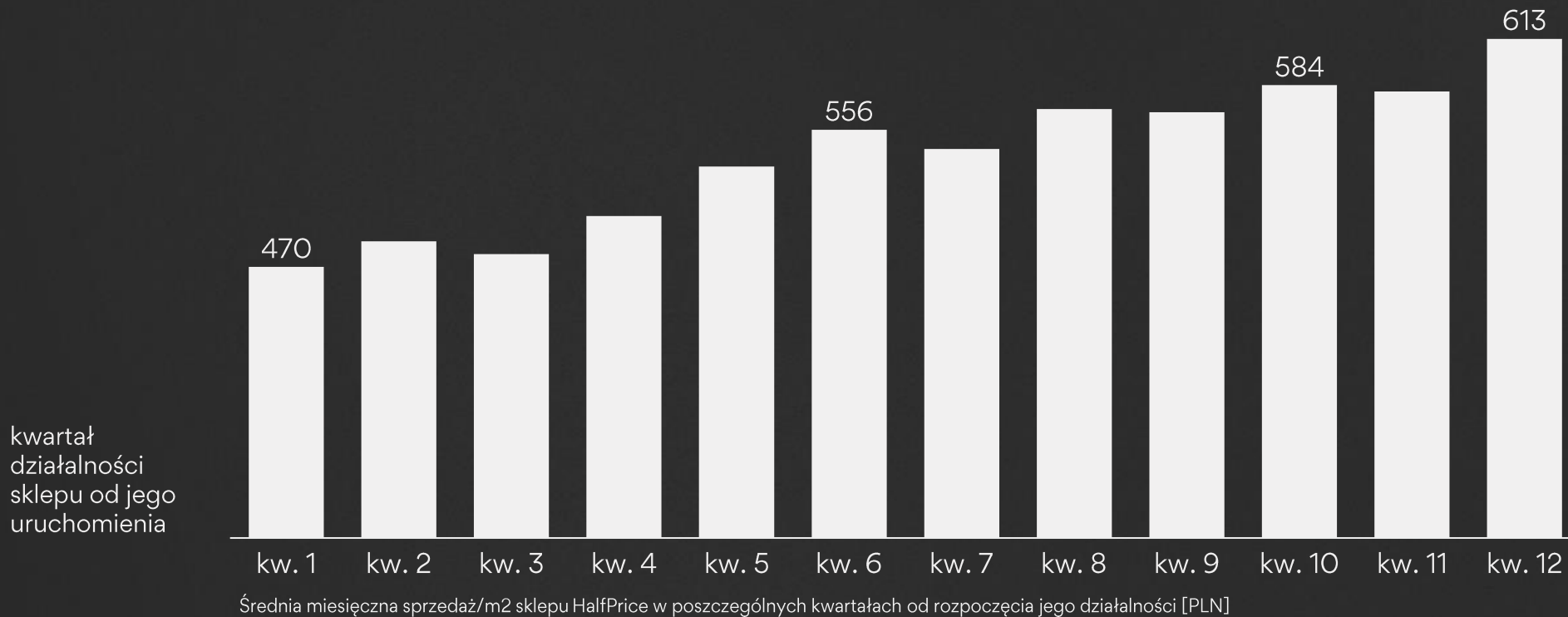
EUROVEA
STARE MIASTO



Bratysława, stolica Słowacji

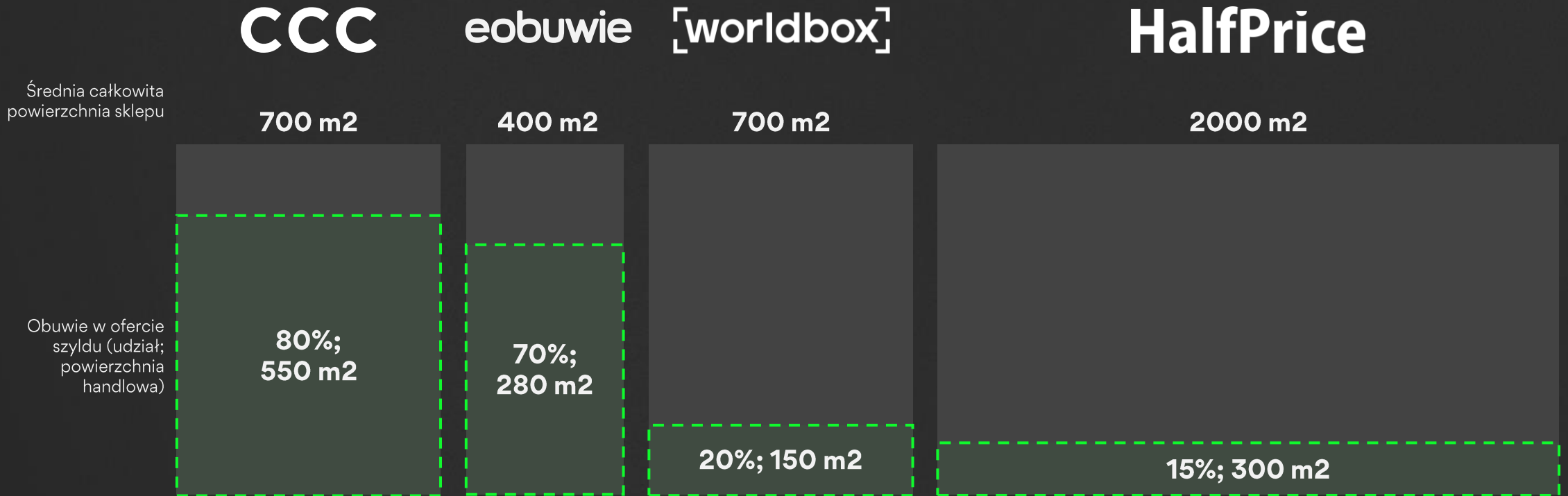
Słowacja	5,4 mln mieszkańców
Bratysława	500 tys. mieszkańców

ZNACZĄCY WZROST ŚREDNIEJ SPRZEDAŻY/M2 SKLEPU HALFPRICE W OKRESIE JEGO DOJRZEWANIA

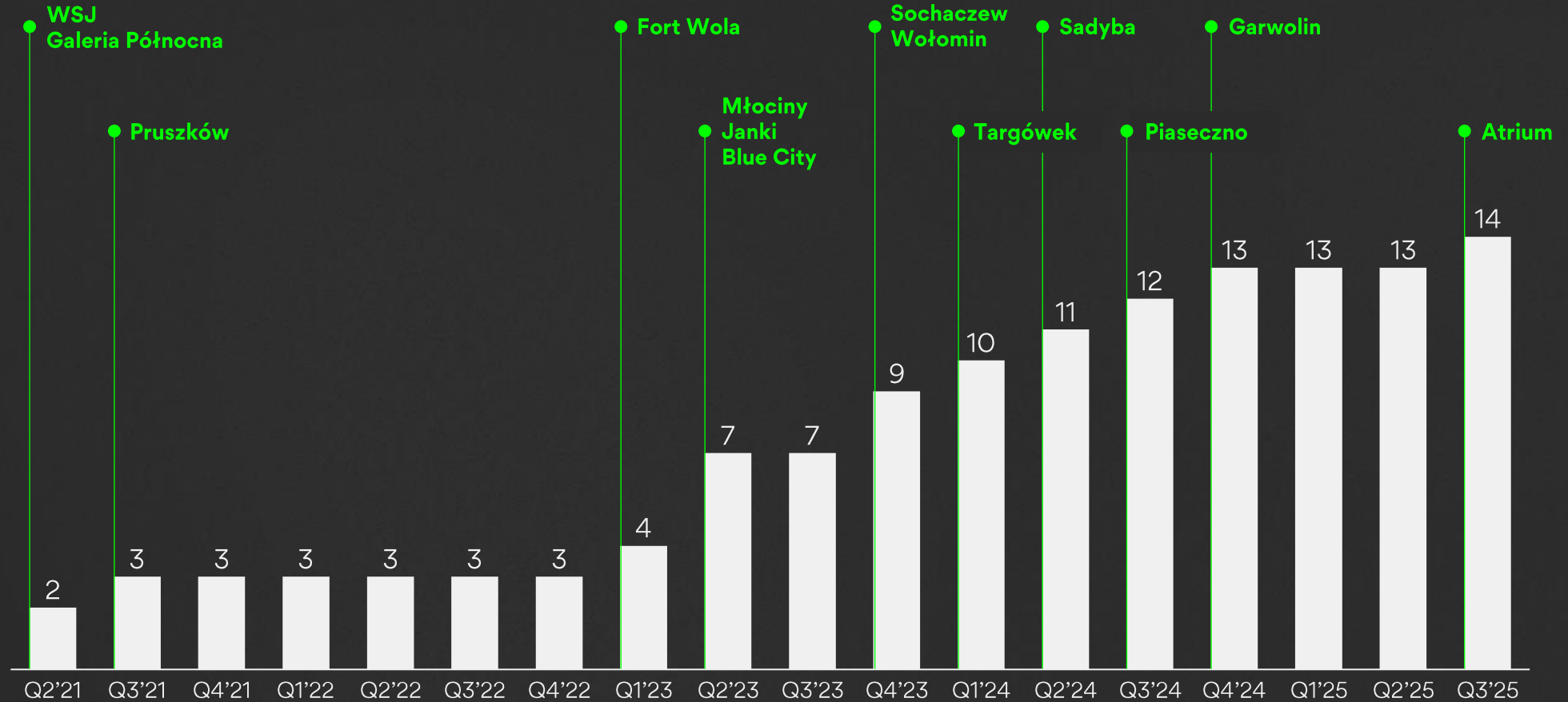


OTWARCIA NOWYCH SKLEPÓW WYWOŁUJĄ PRZEJŚCIOWY EFEKT KANIBALIZACJI

KRÓTKOTERMINOWY NEGATYWNY WPŁYW NA POZIOM LFL W OKRESIE SZYBKIEGO ROZWOJU SIECI SPRZEDAŻY



ROZWÓJ SIECI SKLEPÓW HALFPRICE W WARSZAWIE I OKOLICY



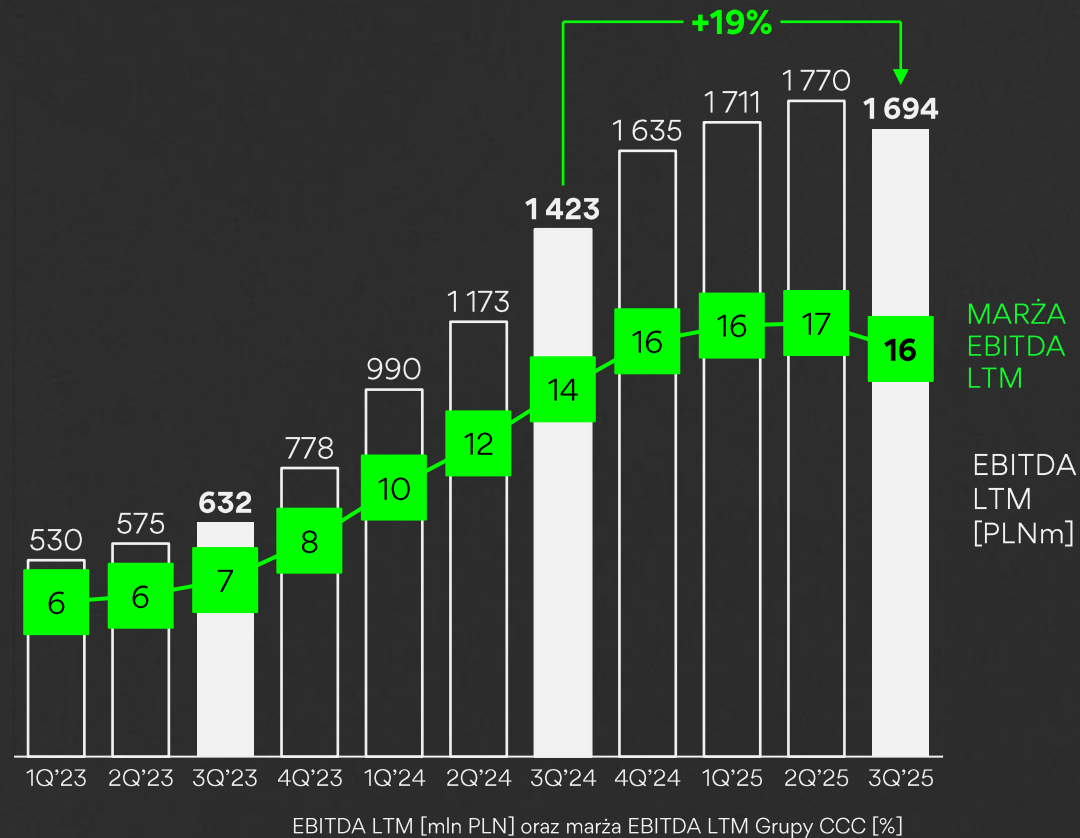
Liczba sklepów HalfPrice w Warszawie i okolicach

GRUPA CCC

WYNIKI KWARTAŁU KRÓTKOTERMINOWO
OBCIĄŻONE PRZYSPIESZONĄ INWESTYCJĄ
W ROZWÓJ I OSIĄGNIĘCIE ZAŁOŻONYCH
CELÓW STRATEGICZNYCH

14%
EBITDA
-4 pp rdr

89	224	229	237	301	407	479	448	377	465	404	Zysk EBITDA Grupy [mln PLN]
----	-----	------------	-----	-----	-----	------------	-----	-----	-----	------------	--------------------------------



GRUPA CCC

SIŁA MODELU BIZNESOWEGO W OBIEKTYWNYCH WARUNKACH BIZNESOWYCH

	Q3 2025		
	Sierpień	Wrzesień	Październik
Przychody ze sprzedaży omnichannel [mln PLN]	829	828	1 094
<i>Zmiana rdr</i>	+11%	-8%	+8%
Marża brutto omnichannel*	49,4%	50,2%	52,7%
<i>Zmiana rdr</i>	-2,5 p.p.	+0,7 p.p.	+1,3 p.p.
EBITDA omnichannel [mln PLN]	118	73	200
<i>Zmiana rdr</i>	-1%	-45%	+15%
Marża EBITDA	14,3%	8,8%	18,3%
<i>Zmiana rdr</i>	-1,7 p.p.	-6,0 p.p.	+1,2 p.p.

Wyniki „omnichannel” Grupy, tj. po wyłączeniu wpływu sprzedaży hurtowej i franczyzowej

* Uwzględnia opłaty licencyjne

WYNIKI OKRESU BACK TO SCHOOL POTWIERDZENIEM ATRAKCYJNEJ OFERTY PRODUKTOWEJ I SKUTECZNOŚCI MODELU BIZNESOWEGO

DYNAMIKA LFL CCC

+11%

DYNAMIKA LFL
HALFPRICE

+15%



MARKA #1 W SZYLDZIE
CCC W OKRESIE
BACK TO SCHOOL

15%

UDZIAŁ
W SPRZEDAŻY

67%

MARŻA
BRUTTO*

Dane dla okresu 25.08.25-7.09.25, w ujęciu rdr

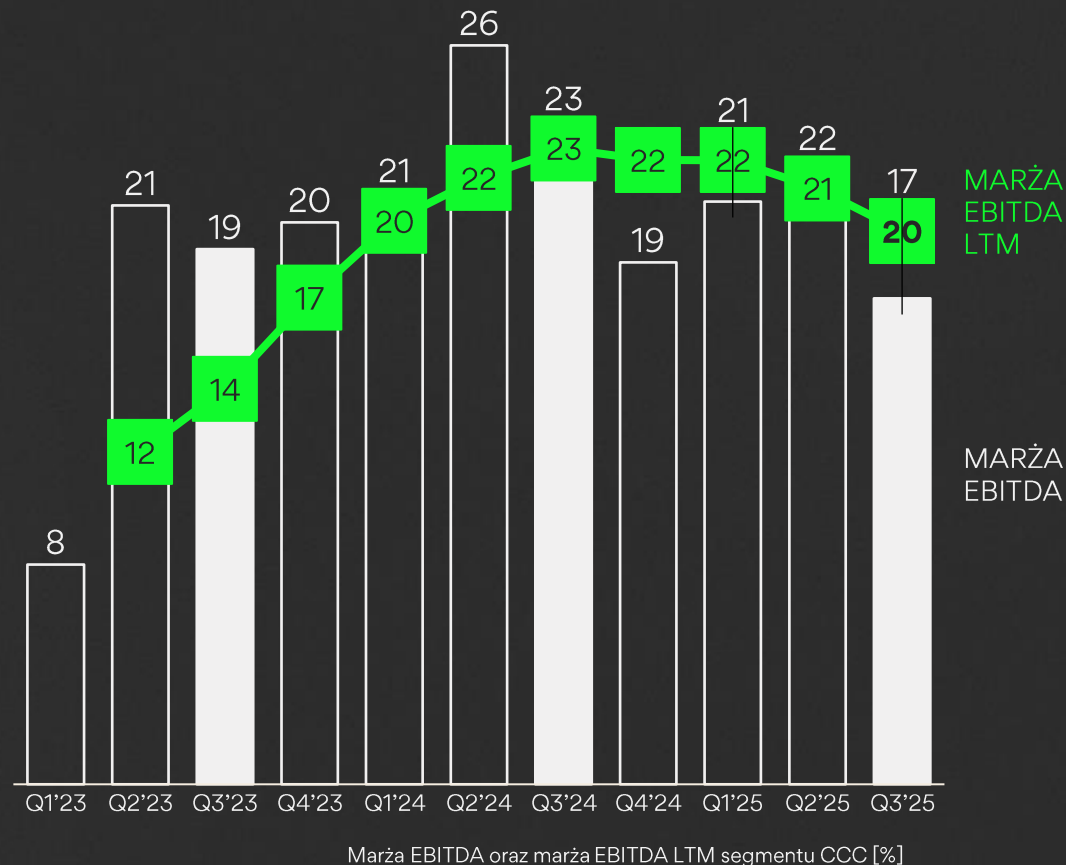
* Nie uwzględnia opłat licencyjnych

CCC

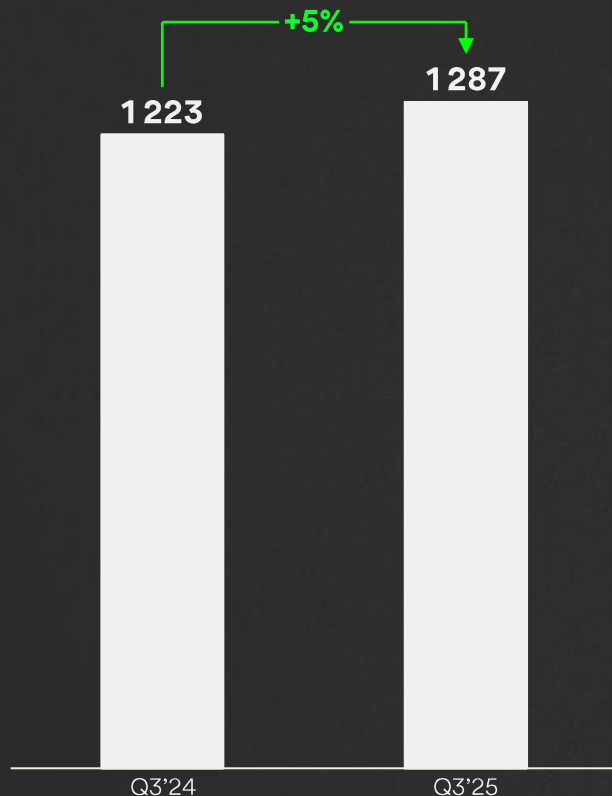
STABILNE WYNIKI Z POTENCJAŁEM DO DALSZEJ POPRAWY

20% DWUNASTOMIESIĘCZNA
MARŻA EBITDA SZYLDU CCC

17%
EBITDA
-5 p.p. rdr



KONTYNUOWANA POPRAWA MARŻY BRUTTO NA DZIAŁALNOŚCI PODSTAWOWEJ, ZMIANA KOSZTÓW PROPORCJONALNA DO TEMPA ROZWOJU POWIERZCHNI



Przychody ze sprzedaży CCC [mln PLN]

ZMIANA POWIERZCHNI
HANDLOWEJ RDR

+7%

MARŻA BRUTTO OMNICHANNEL*

61,9%

+0,7 p.p. rdr

LY 61,3%

MARŻA BRUTTO **53,5%** (-5,1 p.p. rdr)

WSKAŹNIK KOSZTÓW

45,1%

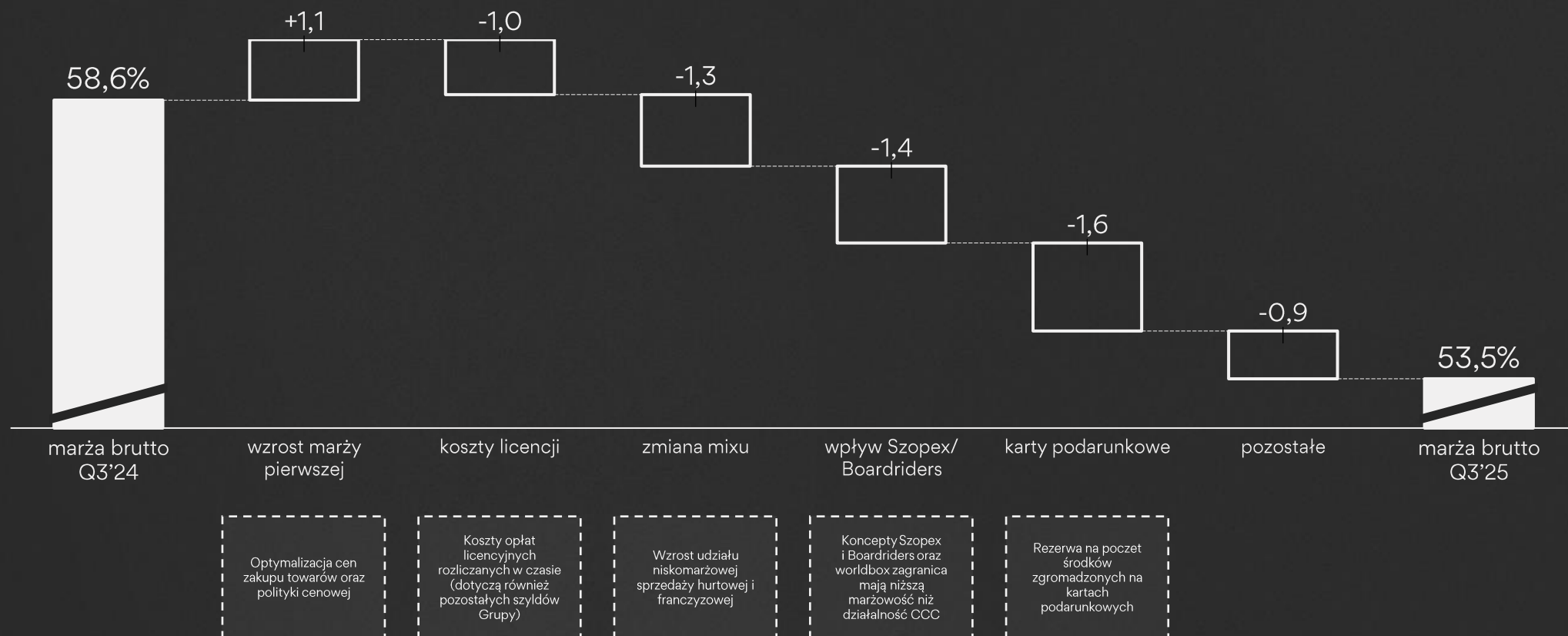
1,9 p.p. rdr

LY 43,1%

* Marża segmentu omnichannel, po wyłączeniu wpływu działalności hurtowej i franczyzowej, zdarzeń jednorazowych oraz kosztów licencji innych szyldów

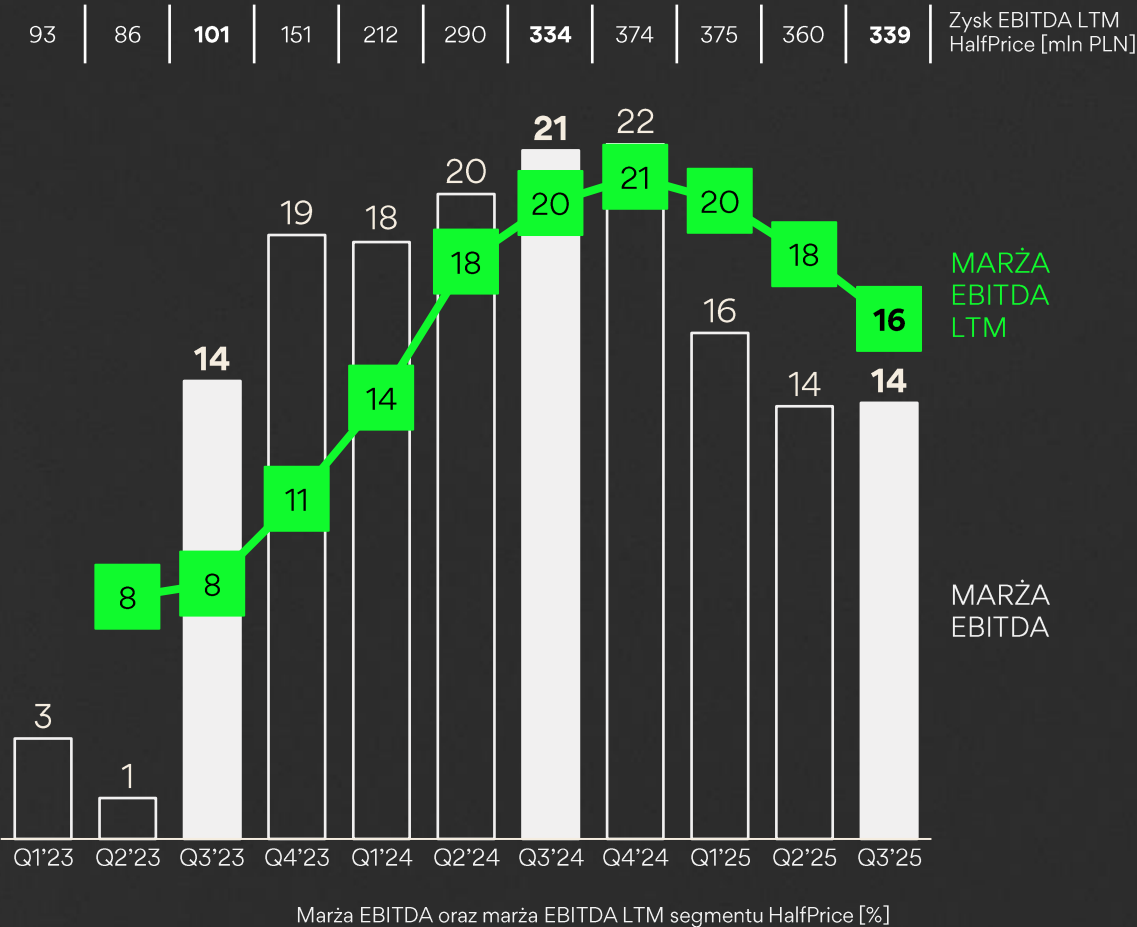
ANALIZA MARŻY BRUTTO ZABURZONA OBECNYM SPOSOBEM RAPORTOWANIA WYNIKÓW SEGMENTÓW SPRAWOZDAWCZYCH I ZDARZENIAMI JEDNORAZOWYMI

Zmiana marży brutto w szyldzie CCC w ujęciu rdr [%]



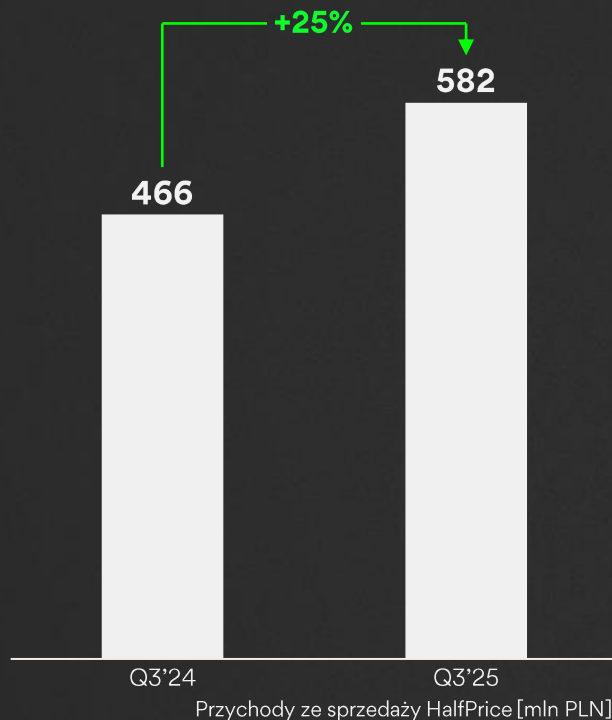
HALFPRICE

WYSOKA RENTOWNOŚĆ NA TLE BRANŻY
PRZY WYSOKIM TEMPIE EKSPANSJI



HALFPRICE

POWRÓT DO DOBRYCH POZIOMÓW MARŻY BRUTTO, EFEKT DŹWIGNI OPERACYJNEJ OGRANICZONY DUŻĄ LICZBĄ SKLEPÓW W OTWARCIU



ZMIANA POWIERZCHNI
HANDLOWEJ RDR

+49%

MARŻA BRUTTO

50,0%

-1,3 p.p. rdr

LY 51,4%

WSKAŹNIK KOSZTÓW

45,1%

+7,5 p.p. rdr

LY 37,6%

MARŻA BRUTTO W X'25

55,8% (+3,0 p.p. rdr)

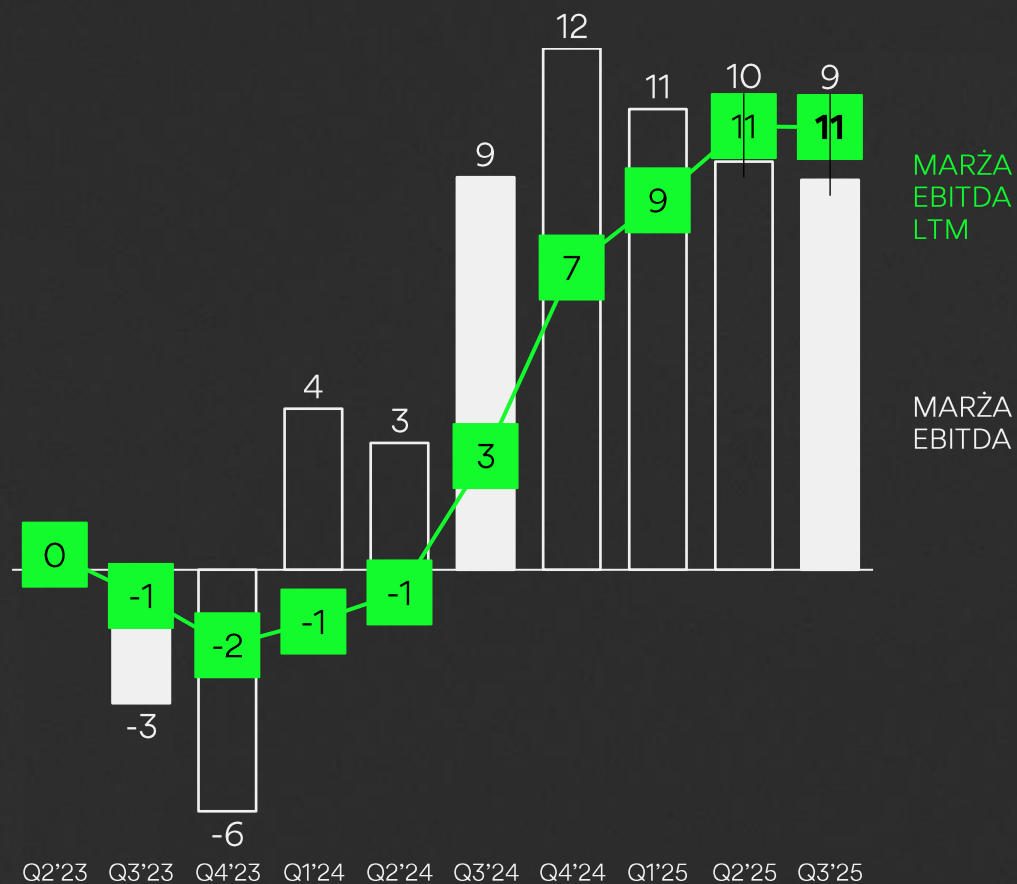
- MARKETING
- LOGISTYKA
- PERSONEL

GRUDZIEŃ SZCZYTEM SPRZEDAŻOWYM

GRUPA MODIVO

WYRÓŻNIAJĄCA SIĘ NA TLE BRANŻY E-COMMERCE RENTOWNOŚĆ

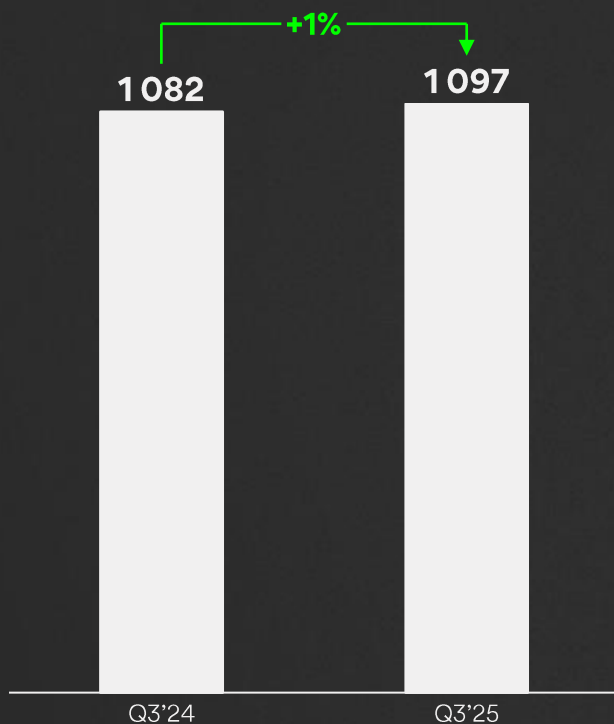
9%
EBITDA 0 p.p. rdr



Marża EBITDA oraz marża EBITDA LTM Grupy Modivo [%]

GRUPA MODIVO

KONTYNUOWANA OPTYMALIZACJA POZIOMU ZAPASÓW I DALSZE OGRANICZENIE KOSZTÓW



Przychody ze sprzedaży Grupy MODIVO [mIn PLN]

% PRZYCHODÓW	Q3'25	Q3'24	RDR
Marża brutto	39,5%	42,9%	-3,4 p.p.
SG&A	32,2%	36,1%	-3,8 p.p.
Logistyka	6,2%	5,7%	0,5 p.p.
Marketing	14,0%	16,9%	-2,9 p.p.
Zarząd i pozostałe	11,7%	13,7%	-2,0 p.p.
PKO/PPO i odpisy	0,3%	-0,3%	0,6 p.p.
EBIT	6,6%	7,3%	-0,7 p.p.
EBITDA	9,3%	9,3%	0,0 p.p.

SKOKOWE UMOCNIENIE PRZEPŁYWÓW Z DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ

POPRAWA EBITDA, PRACA NAD ZAPASEM I WYŻSZE WYKORZYSTANIE FAKTORINGU

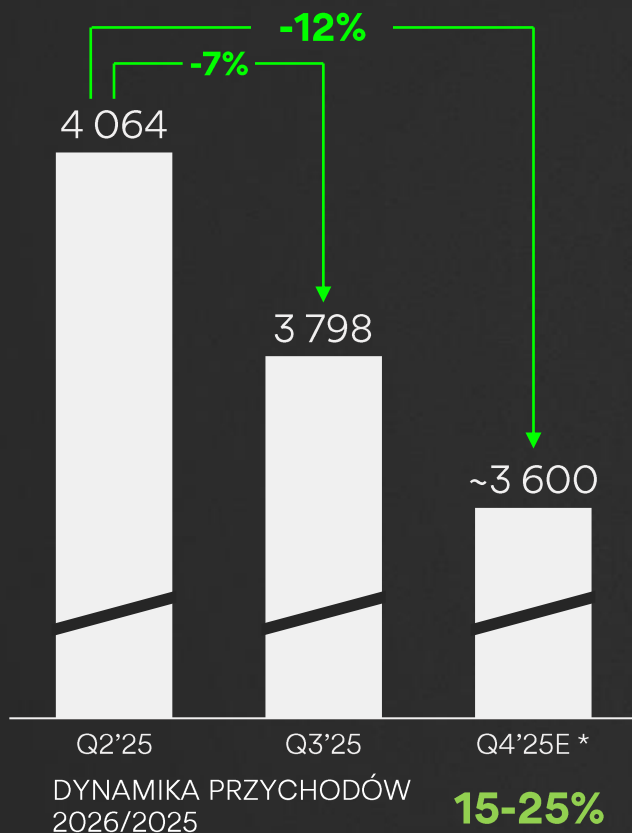
mln PLN, dane za 9M'25		CCC	HalfPrice	Grupa MODIVO	Grupa CCC 9M'25	Grupa CCC 9M'24
Rachunek wyników	Przychody	3 690	1 524	2 991	8 205	7 621
	EBITDA*	551	90	257	898	828
Kapitał obrotowy	Zmiana stanu zapasów	169	-101	-113	-45	-886
	Zmiana stanu należności	-190	-10	-180	-380	-309
	Zmiana stanu zobowiązań	717	179	143	1039	1 045
PRZEPŁYWY OPERACYJNE		1 247	158	107	1 512	678

Wyniki CCC obejmują sprzedaż hurtową

* Bez wpływu MSSF16

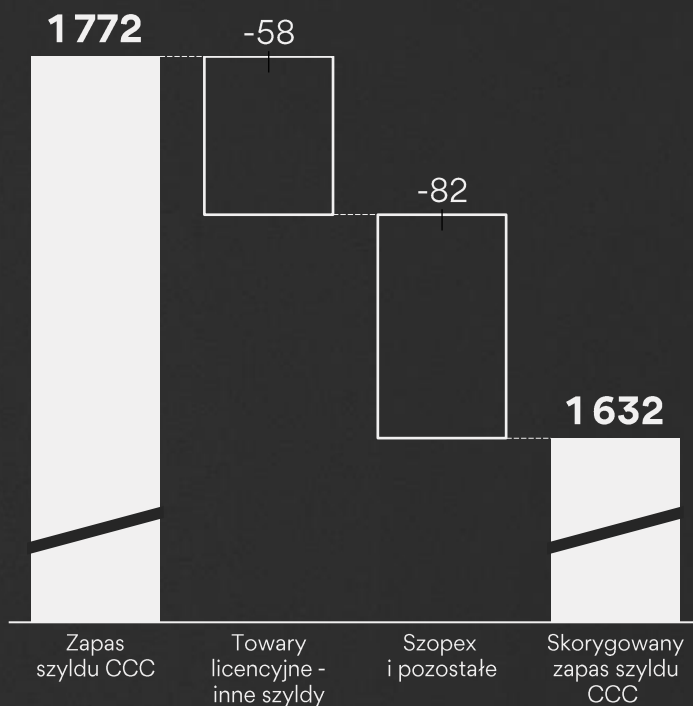
OPTYMALIZACJA POZIOMU ZAPASÓW PRIORYTETEM W KRÓTKIM TERMINIE

Planowane skokowe ograniczenie
zapasów Grupy na koniec roku



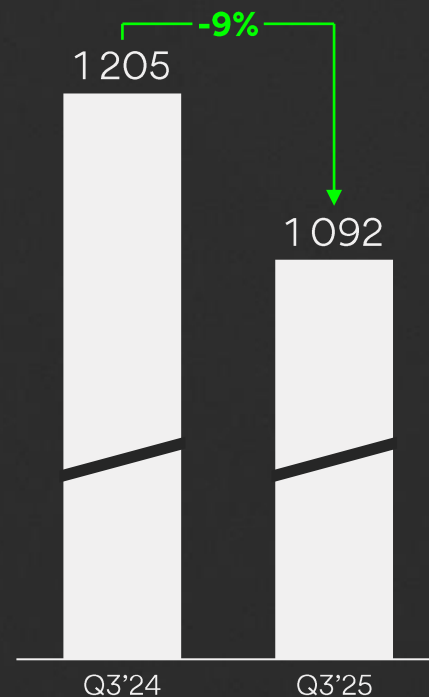
Poziom zapasów Grupy [mln PLN]
*nie uwzględnia zapasu MKRI po ewentualnej konsolidacji

Analiza poziomu zapasów
w szyldzie CCC zaburzona obecnym
raportowaniem segmentowym



Poziom zapasów szyldu CCC Omnichannel w Q3'25 [mln PLN]

Przebiegająca zgodnie
z planem optymalizacja
zapasów w Grupie Modivo



Poziom zapasów Grupy Modivo [mln PLN]

STRUKTURA FINANSOWANIA GRUPY CCC

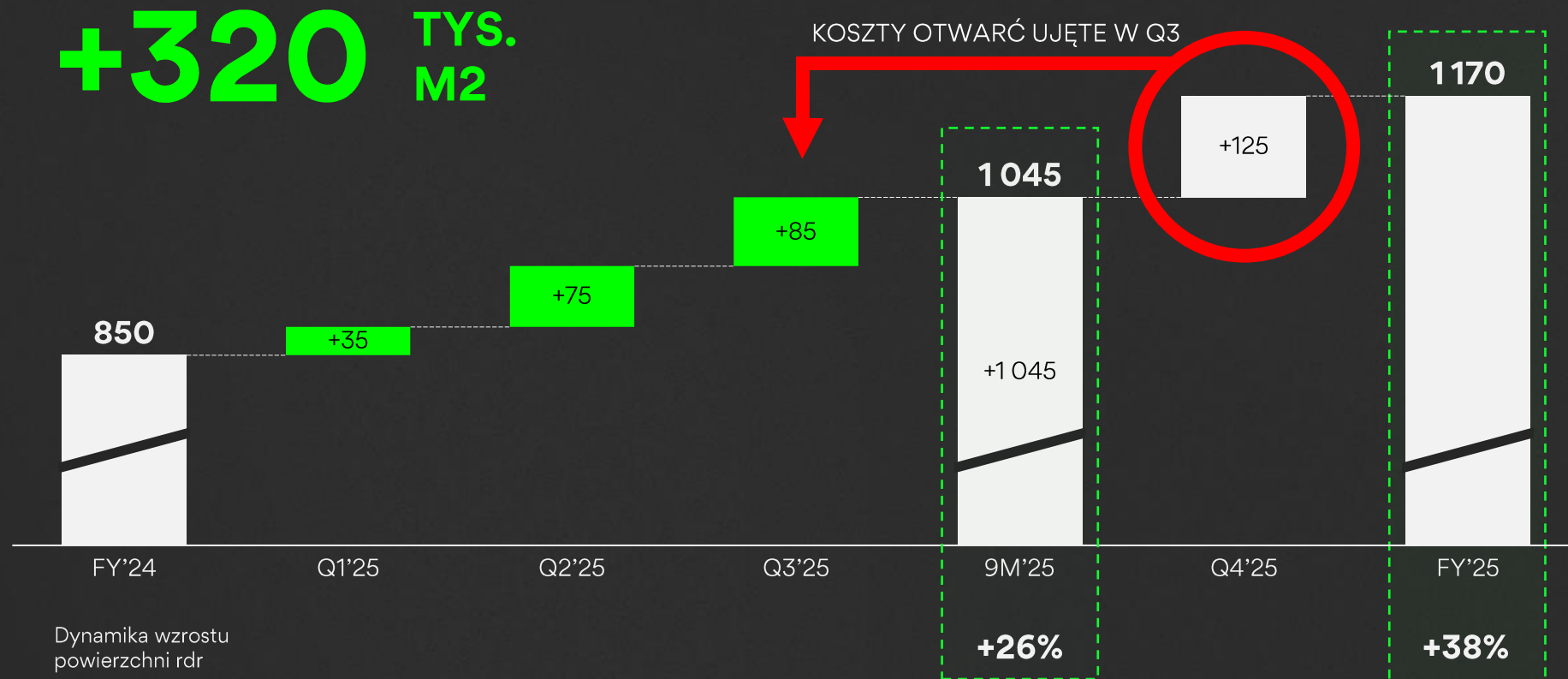
	Dług netto tradycyjny	Faktoring	Gwarancje
Jednostka biz. CCC	331	1 530	238
Grupa Modivo	881	318	111
Suma	1 212	1 848	349

Struktura finansowania Grupy CCC [mln PLN]

ROZWÓJ MODELU BIZNESOWEGO

ROZWÓJ SIECI SPRZEDAŻY POWYŻEJ PIERWOTNEGO PLANU (+200/250 TYS. M2)

OTWARCIA NOWYCH SKLEPÓW SKUMULOWANE W DRUGIEJ POŁOWIE 2025



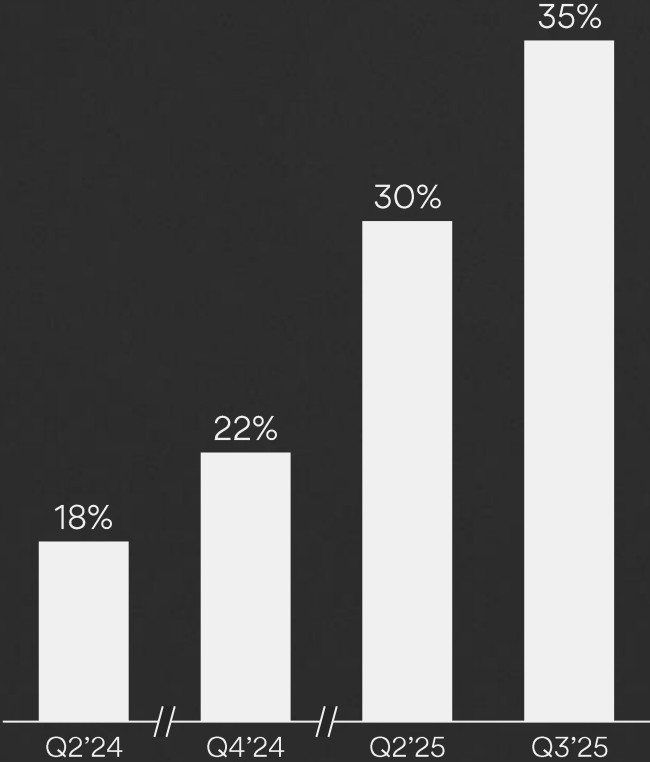
Zmiana powierzchni handlowej Grupy z uwzględnieniem otwarć sklepów sieci worldbox [tys. m2]

KONSEKWENTNY WZROST UDZIAŁU MAREK LICENCYJNYCH

Marki licencyjne w TOP20 marek szyldu CCC pod względem przychodów ze sprzedaży w okresie 9M'25

Marka	Ranking	Udział w sprzedaży	Zmiana udziału w sprzedaży rdr
	2	9,5%	+2,8 p.p.
BEVERLY HILLS POLO CLUB	7	4,2%	b.z.
NINE WEST NEW YORK	10	3,0%	+2,3 p.p.
	11	2,8%	b.z.
MEXX	15	2,0%	+0,4 p.p.
G-STAR RAW	19	1,5%	+1,5 p.p.
	20	1,5%	+0,7 p.p.

* Nie uwzględnia opłat licencyjnych



Udział marek licencyjnych w sprzedaży szyldu CCC

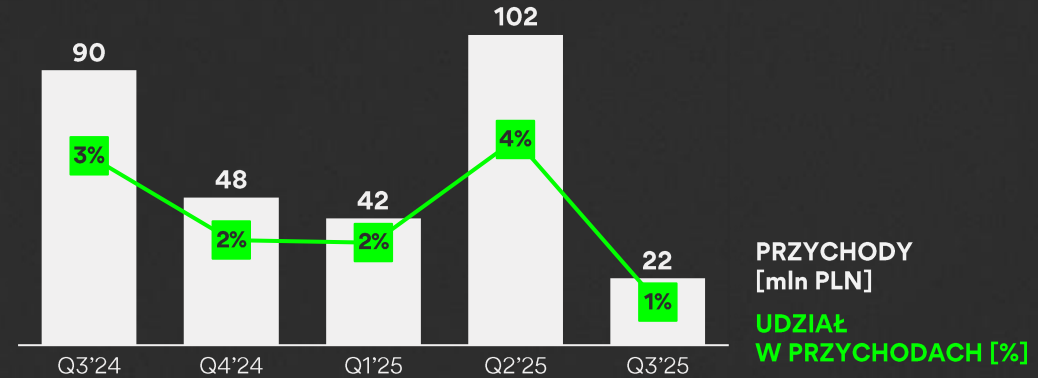
DZIAŁALNOŚĆ HURTOWA GRUPY CCC

MAŁA SKALA BIZNESU I NIEWIELKA KONTRYBUCJA DO WYNIKÓW GRUPY

HURT

2%
przychodów

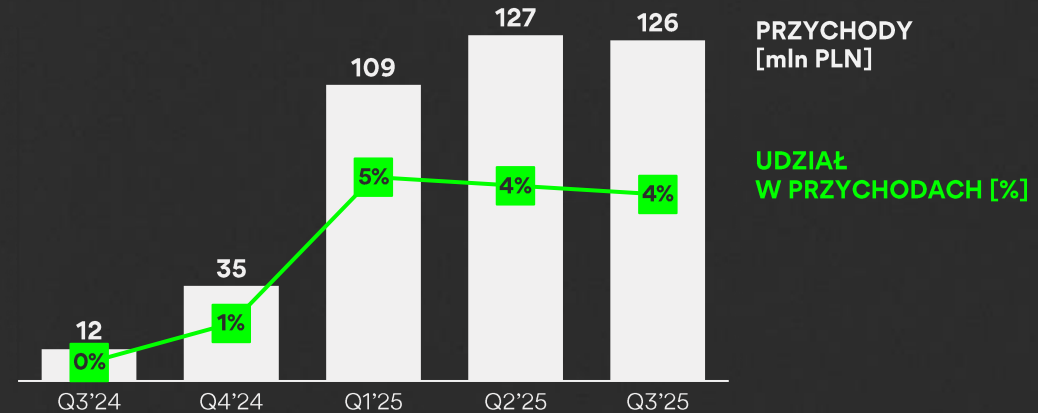
70
klientów



FRANCZYZA

4%
przychodów

4
partnerów



MARKETPLACE | 34 MLN GMV W Q3'25 | 8 PLATFORM

W TYM 97 MLN PLN
DO MKRI NA MARŻY
BRUTTO 13%

INWESTYCJA GRUPY W MKRI DROGĄ DO EKSPANSJI NA RYNKU ODZIEŻY

Przesłanki akwizycji MKRI:

- 1. Przejęcie udziałów rynkowych** – ok. 200 mln PLN
przychodów ze sprzedaży generowane przez 150 sklepów
kaes (śr. powierzchnia 180 m²)
- 2. Sposób na pozyskanie licencji na odzież** – licencjodawcy
wymagali przedstawienia pomysłu na rozwój handlu odzieżą
- 3. Know-how** w zakresie budowania kolekcji odzieżowych
- 4. Bardzo dobre KPI** operacyjne sklepów kaes – sprzedaż/m² w
2022 r. na poziomie 730 PLN
(vs 633 w CCC i 532 w HalfPrice)

PRZYBLIŻONA
WARTOŚĆ
TRANSAKCJI*

**1 mln
PLN**

RYNEK ODZIEŻY

3x

większy od rynku
obuwia

* Szacunkowa wartość obejmująca pierwotną inwestycję (10%) oraz planowane przejęcie pakietu większościowego

MKRI POZOSTAJE W PEŁNI NIEZALEŻNYM PODMIOTEM

KOLEJNE KROKI:

1. Zgoda UOKIK na przejęcie MKRI
2. Due dilligence
3. Przejęcie pakietu większościowego
4. Pełna konsolidacja

KONSEKWENCJE FINANSOWO-KSIĘGOWE KONSOLIDACJI:

Rachunek zysków i strat – konsolidacja przychodów i kosztów od momentu objęcia kontroli

Bilans

- Włączenie aktywów i pasywów wycenionych w wartościach godziwych do skonsolidowanego bilansu Grupy
- Wzajemne należności i zobowiązania pomiędzy Grupą a MKRI ulegną wyłączeniu w skonsolidowanym bilansie
- W wyniku konsolidacji w bilansie pojawią się przede wszystkim: rzeczowe aktywa trwałe (nakłady na sklepy), prawo do użytkowania, zapasy, środki pieniężne, a także należności i zobowiązania oraz rezerwy wobec podmiotów trzecich (innych niż Grupa)

WORLDBOX Z POZYTYWNYM WPŁYWEM NA WYNIKI GRUPY JUŻ W PIERWSZYM ROKU DZIAŁALNOŚCI

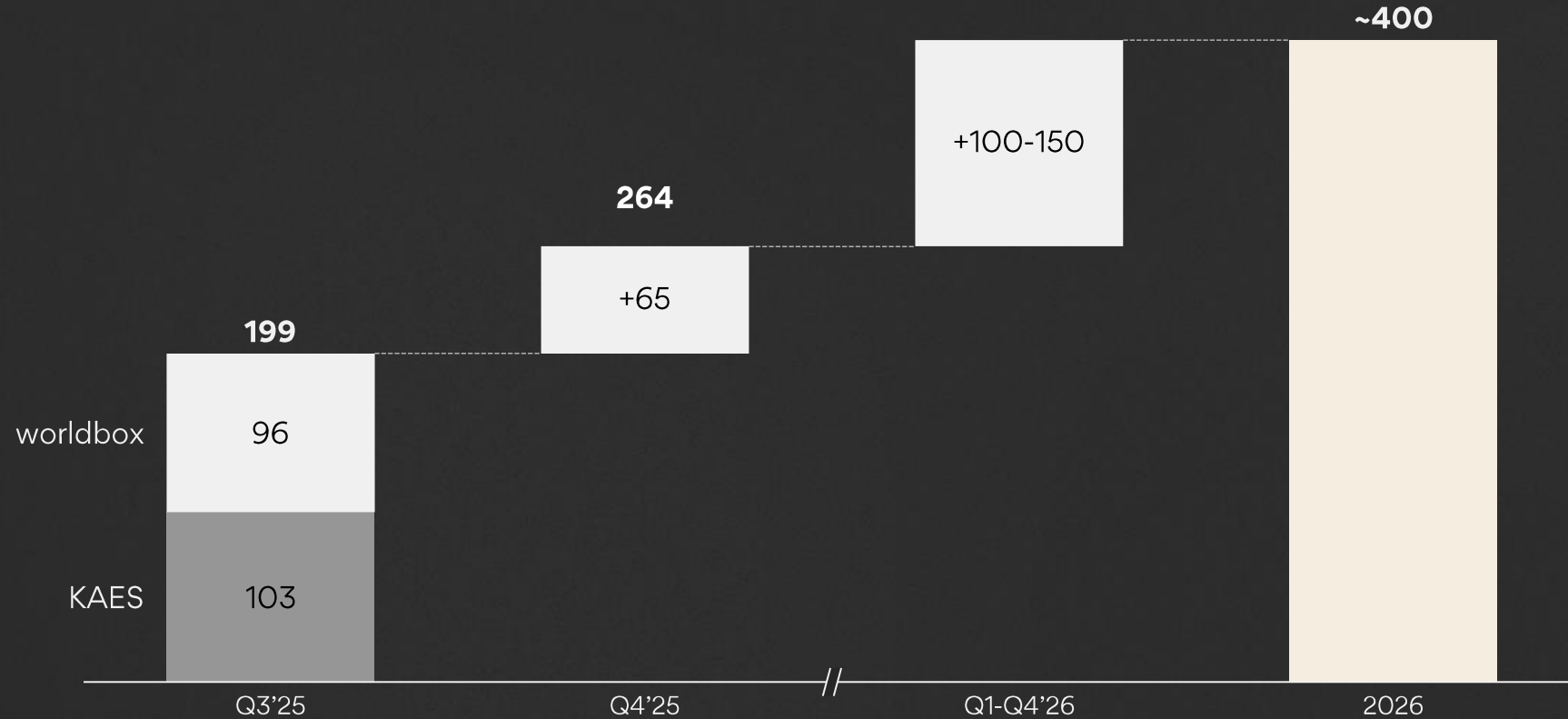
Dlaczego rentowność worldbox ulegnie istotnej poprawie w krótkim czasie:

	KAES (TAK BYŁO)	WORLDBOX (TAK BĘDZIE)
SPRZEDAŻ / SKLEP	Niska - małe sklepy (śr. 180 m2) w nieoptymalnych lokalizacjach	Optymalnej wielkości sklepy (ok. 700 m2) w najlepszych lokalizacjach – Grupa anchorom w centrach handlowych
MARŻA BRUTTO	Niska - multibrand oferujący 20+ marek partnerskich nabywanych przez pośredników, śr. marża brutto 38%	Portfolio oparte o marki licencyjne – 75% oferty worldbox to wysokomarżowe produkty marek licencyjnych. Odzież licencyjna dostępna w sklepach od kolekcji SS26. Marża intake worldbox na produktach Grupy 75% (marża finalna ok. 65%)
KOSZTY NAJMU	Wysokie w relacji do obrotu, słaba pozycja negocjacyjna	Najlepsze warunki wynajmu powierzchni na rynku: czynsz od obrotu, CAP OCR (nawet 50% umów), fit-out lub lokal pod klucz

Dodatkowo, worldbox będzie beneficjentem wszystkich synergii grupowych:

- Wspólne procesy korporacyjne – centralizacja wybranych funkcji na poziomie Grupy (m.in. logistyka, marketing), ograniczenie kosztów ogólnego zarządu
- MODIVOclub – organiczne budowanie odwiedzalności w sklepach poprzez włączenie worldbox do programu lojalnościowego Grupy CCC (gromadzenie i wykorzystywanie cashback)

DYNAMICZNY ROZWÓJ POWIERZCHNI HANDLOWEJ WORLDBOX



Liczba sklepów worldbox i Kaes

MODIVO club

ROZWÓJ MODIVO CLUB POWYŻEJ OCZEKIWAŃ

KLUCZOWE NARZĘDZIE LOJALIZACJI KLIENTA
W EKOSYSTEMIE GRUPY

14mln
Klubowiczów
MODIVOclub

820tys.+
Klubowiczów
GOLD

5tys.
Średnio zapisów
do usługi GOLD
dziennie

05.25



POLSKA

10.25



SŁOWACJA

10.25



HISZPANIA

10.25



CZECHY

12.25



RUMUNIA

- Koszt subskrypcji (59,99 PLN brutto/rok)
- Cel – 3 mln klubowiczów GOLD w 12 miesięcy
- Wyższa odwiedzalność i konwersja - przychód netto na klubowicza wyższy od standardowego klienta
- Migracja klienta pomiędzy sztyldami Grupy – 40% klubowiczów GOLD zaczyna kupować w więcej niż jednym sztyldzie
- Dopłata klienta do zakupów środkami z cashback

WYNIKI 2025 ROKU PONIŻEJ PIERWOTNYCH OCZEKIWAŃ

ZBUDOWANY MOCNIEJSZY FUNDAMENT DLA DOBRYCH WYNIKÓW KOLEJNYCH OKRESÓW

mld PLN	WYKONANIE 9M'25	PIERWOTNE ZAŁOŻENIA NA 2025	ZREWIDOWANE ZAŁOŻENIA NA 2025
Przychody	8,2	12	11,3 - 11,5
EBITDA	1,2	2,4	1,7 - 1,8

Dlaczego wyniki są niższe niż wstępnie zakładaliśmy:

- 1. Koszty związane z szybszym niż pierwotnie planowanym tempem rozwoju powierzchni handlowej** – inwestycja w przyszłość (kumulacja jednorazowych kosztów przedotwarciovych – m.in. koszty najmu, personelu, szkolenia, przygotowania towaru, alokacji)
- 2. Przesunięcie dużej części otwarć sklepów** na drugie półrocze (opóźnienia po stronie centrów handlowych) – krótszy okres realnej kontrybucji nowych salonów do sprzedaży Grupy
- 3. Przejściowy i krótkoterminowy efekt kanibalizacji** sklepów wynikający z bardzo wysokiego tempa otwarć
- 4. Wydłużony okres optymalizacji działalności biznesowej Grupy Modivo**
- 5. Kompleksowa reorganizacja sklepów stacjonarnych eobuwie** – 40 wyremontowanych sklepów (80% ogółu sklepów) + 23 nowe – długi okres wyłączenia ze sprzedaży
- 6. Wymagające otoczenie biznesowe** – niesprzyjające warunki pogodowe oraz niepokoje geopolityczne

ZAŁOŻENIA NA 2026 ROK

GRUPA CCC LEPIEJ PRZYGOTOWANA DO REALIZACJI SWOICH CELÓW

PRZYCHODY

- **70 tys. m2 więcej pracującej powierzchni** handlowej w 2026 r. niż pierwotnie zakładano
- Gotowość do **wprowadzenia na większą skalę marek licencyjnych w szyldach innych niż CCC** – w szczególności odzieży do worldbox i HalfPrice oraz czytelniejszej segmentacji produktów do różnych kanałów sprzedaży
- **Powrót do wyższej aktywności marketingowej** (ATL) – zwiększenie widoczności marek Grupy w przestrzeni publicznej, w tym dla sklepów worldbox po wprowadzeniu docelowej oferty produktowej

MARŻA BRUTTO

- **Zoptymalizowany poziom zapasów** – niższa presja na marżę brutto

KOSZTY

- **Niższy rdr udział nowo otwieranych sklepów** w ogólnej liczbie sklepów – korzystny dla efektu dźwigni operacyjnej

Gołławek ↑
Saska Kępa →
+ Szpital Grochowski ↑
Stadion Narodowy →

MODIVO
club

Platforma Korzyści

→ cashback 10% MODIVOclubgold

MODIVO eobuwie CCC worldbox BOARDRIDERS HalfPrice

DC*
DCSHOECLUB



MODIVO club

Platforma Korzyści

→ cashback 10% MODIVOclubgold

MODIVO eobuwie CCC worldbox BOARDRIDERS HalfPrice

NINE WEST NEW YORK

CAFE & RESTAURANT

KSIĄŻĘCE

PTYK

Machinarius

GOLDMINE

DAWYD

BEZIO

BEZIO

TAXI

Radio Katowice

100.1 FM

DR. JAGIELLO



MODIVO
club

Platforma
Korzyści



→ cashback 10% MODIVOclubgold

MODIVO sofalife CCC worldline OrlenHeroses HalfPrice

Platforma Korzyści

modivo.com

BADURA

EST. 1979

MODIVO club

→ cashback 10% MODIVOclubgold

MODIVO

eobuwie

CCC

worldbox

✖ BOARDRIDERS

HalfPrice

Platforma Korzyści

modivo.com

MODIVO club

GINO ROSSI



→ cashback 10% MODIVOclubgold

MODIVO

eobuwie

CCC

worldbox

 BOARDRIDERS

HalfPrice

Half Price

Great brands

*Markowe PREZENTY,
Wyjątkowe
CENY!*



→ cashback 10% MODIVO club gold

MODIVO

eobuwie

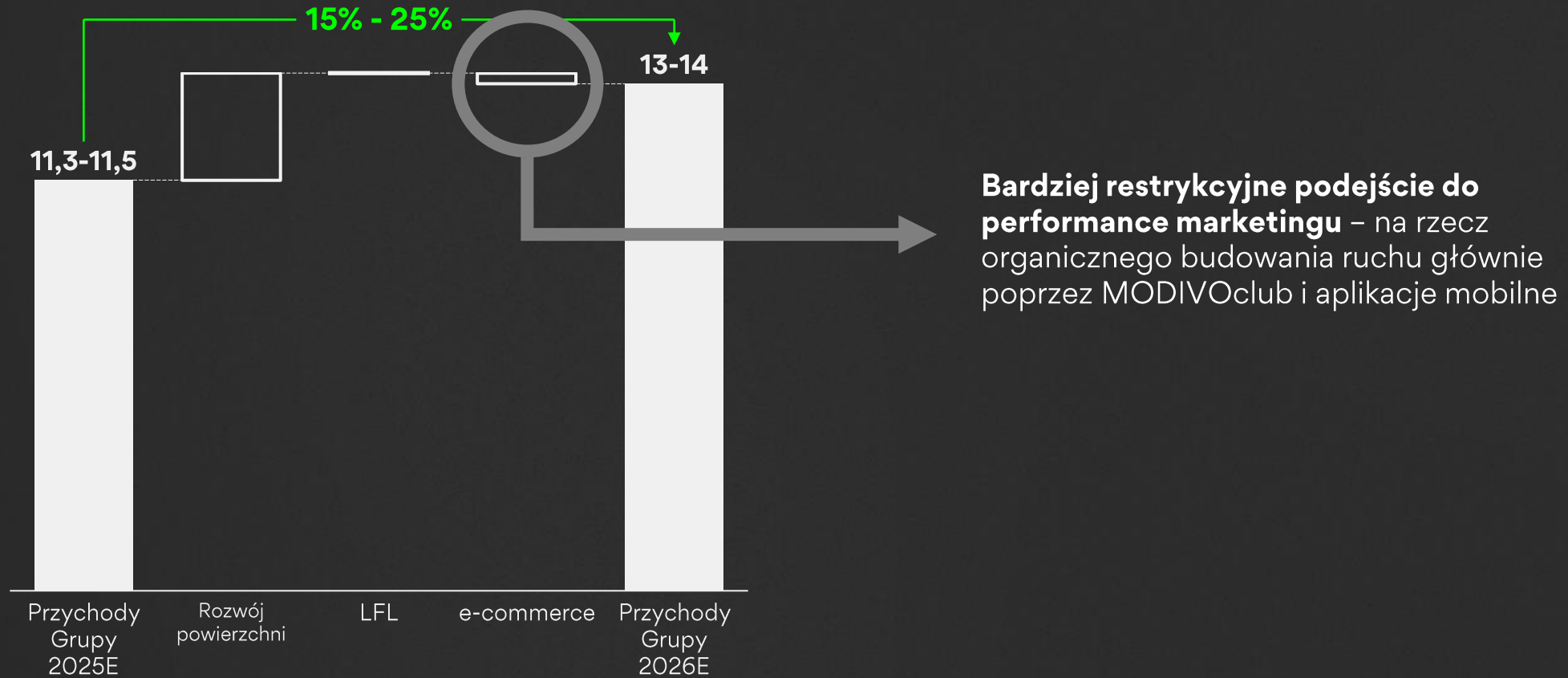
CCC

worldbox

 BOARDRIDERS

HalfPrice

KONTYNUUJEMY REALIZACJĘ DŁUGOTERMINOWYCH CELÓW STRATEGICZNYCH

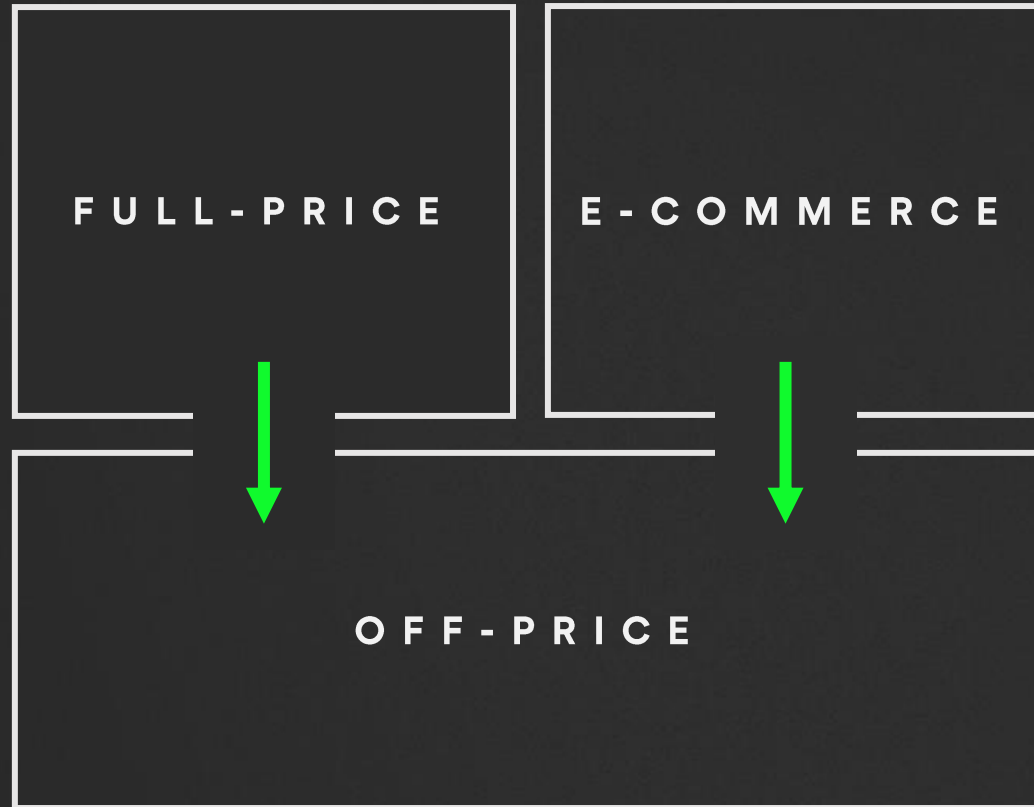


PRIORYTETEM REALIZACJA CELÓW STRATEGICZNYCH NA 2030 ROK

	2024	ZAŁOŻENIE 2025	ZAŁOŻENIE 2026	ZAŁOŻENIE 2030
Przychody [mld PLN]	10,5	11,3-11,5	13-14	25+
EBITDA [mld PLN]	1,7	1,7-1,8	2,2-2,6	5,0
Marża EBITDA [%]	16	15-16	17-19	20

2030: KONIEC
PROGRAMU
MOTYWACYJNEGO

GRUPA CCC ZBUDOWAŁA NAJSKUTECZNIEJSZY MODEL BIZNESOWY W BRANŻY RETAIL DO REALIZACJI DŁUGOTERMINOWYCH CEŁÓW STRATEGICZNYCH



1. WŁASNA PRODUKCJA
2. SILNE MARKI WŁASNE I LICENCYJNE
3. WŁASNE SKLEPY
4. SILNY E-COMMERCE
5. KANAŁ OFF-PRICE
6. KLUB LOJALNOŚCIOWY

DZIĘKUJEMY!

Q&A

Kontakt IR:

Wojciech Latocha

IR & Sustainability Director, Head of IR
+48 887 448 312
wojciech.latocha@ccc.eu

Michał Ryś

IR Manager
+48 724 970 072
michal.rys@ccc.eu

Nadchodzące wydarzenia:

20.11.2025

Konferencja PKO BP - CEE Capital Markets Conference,
Nowy Jork



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.

Sprawozdania finansowe Grupy CCC audytowane są przez EY (dawn. Ernst & Young).

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.

Niniejsza prezentacja nie podlega dystrybucji w Stanach Zjednoczonych Ameryki, Australii, Kanadzie, Republice Południowej Afryki lub Japonii. Niniejsza Prezentacja (ani jakakolwiek informacja w niej zawarta) nie stanowi oferty sprzedaży papierów wartościowych lub zaproszenia do składania ofert nabycia papierów wartościowych w Stanach Zjednoczonych Ameryki, Australii, Kanadzie, Republice Południowej Afryki lub Japonii albo jakiegokolwiek innej jurysdykcji, gdzie taka oferta lub zaproszenie byłoby niezgodne z prawem.

Akcje, o których mowa w niniejszym dokumencie, nie były oraz nie będą przedmiotem rejestracji na podstawie amerykańskiej ustawy o papierach wartościowych z 1933 roku, ze zmianami („Amerykańska Ustawa o Papierach Wartościowych”) oraz nie mogą być oferowana lub sprzedawane w Stanach Zjednoczonych Ameryki, z wyjątkiem dopuszczalnych zwolnień z obowiązków rejestracyjnych przewidzianych w Amerykańskiej Ustawie o Papierach Wartościowych.

Zawarte w Prezentacji stwierdzenia dotyczące przyszłości są obarczone szeregiem znanych oraz nieznanych 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.



MODIVO

eobuwie

CCC

worldbox

HalfPrice

WS²

SKLEP
BIEGACZA

 SKSTORE

 BOARDRIDERS