

## PRZYCHODY

- Sprzedaż w Q4'20 wyższa (+2%) rdr za sprawą wysokiej konwersji w kanale offline oraz rosnącej rdr sprzedaży online.
- Do końca 2. dekady października wzrosty rdr zarówno w kanale online, jak i offline – dobry odbiór kolekcji przez klientów. Sprzedaż detaliczna w całym kwartale obciążona drugim i trzecim lockdownem w Polsce i na wielu zagranicznych rynkach.
- Przyspieszająca, wysoka dynamika w kanale online – wzrost przychodów o 84%. Udział online w sprzedaży Grupy CCC na poziomie 52%.
- Sześciokrotny wzrost przychodów ccc.eu rdr. Udział ccc.eu w przychodach CCC Polska na poziomie 18% (+8 p.p. kdk).

Przychody ze sprzedaży Grupy CCC	Q4 2019	Q4 2020	Δ Q4'19-Q4'20	RDR
<b>Przychody [mln PLN]</b>	<b>1597</b>	<b>1623</b>	<b>26</b>	<b>2%</b>
Sieć detaliczna	1100	719	-381	-35%
CCC	1048	688	-360	-34%
Eobuwie	23	23	0	0%
Gino Rossi	29	8	-21	-72%
e-commerce	460	846	386	84%
Eobuwie	425	698	273	64%
CCC	20	123	103	515%
DeeZee	10	21	11	110%
Gino Rossi	5	4	-1	-20%
Hurt	37	58	21	57%
W tym nieprzypisane <sup>1</sup>	3	48	45	
LFL detal CCC <sup>2</sup>	-9%	-38%		
LFL detal CCC <sup>2</sup> sklepów otwartych	-9%	-12%		

<sup>1</sup> Kategoria „nieprzypisane” dotyczy udziału sprzedaży hurtowej Grupy do KVAG, alokowanej do działalności kontynuowanej. Zgodnie z MSSF5, eliminacja wewnątrzgrupowych transakcji została dokonana w działalności zaniechanej, stąd w przychodach ze sprzedaży działalności zaniechanej prezentowana jest marża, jaką realizuje KVAG na towarach kupionych od GK CCC, ale koszt własny sprzedaży działalności zaniechanej dotyczy wyłącznie zakupów od podmiotów spoza GK CCC. W rezultacie, możliwe jest zaobserwowanie niewspółmiernego kosztu wytworzenia, w relacji do osiągniętych przychodów (zawyżonej marży 1-go stopnia w ujęciu procentowym). Podejście to wpływa in minus na prezentowaną marżę z działalności kontynuowanej. Ponadto, w przypadku działalności zaniechanej, amortyzacja nie jest naliczana od momentu reklasyfikacji.

<sup>2</sup> Z wyłączeniem e-commerce CCC

## WYNIKI GRUPY CCC

- Spadek marży brutto o 2,5 p.p. rdr, głównie z powodu niższej marży w segmencie offline wynikającej z większych wyprzedzaży przed administracyjnym zamknięciem sklepów oraz wysokiego udziału e-commerce w przychodach Grupy. Poprawa marży brutto e-commerce o 2,7 p.p. rdr, m.in. za sprawą wyższej marży w eobuwie, DeeZee oraz wyższego udziału ccc.eu w przychodach e-commerce. Na spadek marży brutto wpłynęło również zastosowane podejście do prezentacji działalności zaniechanej i alokowanie przychodów do kategorii “nieprzypisane”, o czym wspomniano powyżej. Przyjęty sposób prezentacji<sup>1</sup> wpłynął na spadek marży brutto o 1,4 p.p.
- Wzrost kosztów o 17% rdr, głównie w pozycji pozostałe koszty sprzedaży, spowodowany szybkim rozwojem e-commerce (przychody +84% rdr).
- Wynik operacyjny -31 mln PLN pod wpływem drugiej fali pandemii i kolejnych ograniczeń sprzedaży w kanale stacjonarnym.

	Q4 2019	Q4 2020	Δ Q4'19- Q4'20	RDR
<b>Rachunek Zysków i Strat [mln PLN]</b>				
Przychody	1597	1623	26	2%
Zysk brutto ze sprzedaży	772	743	-29	-4%
marża brutto na sprzedaży [%]	48,3%	45,8%		-2,5 p.p.
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu oraz pozostałe przychody i koszty operacyjne	658	773	115	17%
Wynik na działalności operacyjnej	114	-31	-145	
EBITDA	278	117	-161	-58%

## WYNIKI GRUPY EOBUWIE

- Wysoka, przyspieszająca kdk dynamika przychodów eobuwie.
- Najwyższe dynamiki wzrostu przychodów we Włoszech, w Grecji i Niemczech – ponad 150%.
- Rosnący udział Europy Południowej w przychodach Grupy eobuwie (z 9% do 15% rdr).
- Konsekwentna poprawa marży brutto, wzrost o 1 p.p.
- Dwa razy wyższa rentowność EBITDA rdr.

	Q4 2019	Q4 2020	Δ Q4'19- Q4'20	RDR
<b>Rachunek Zysków i Strat Grupy eobuwie [mln PLN]</b>				
Przychody	448	721	273	61%
Polska	178	236	58	33%
Europa Środkowo-Wschodnia	198	307	109	55%
Europa Północno-Zachodnia	30	72	42	140%
Europa Południowa	42	106	64	152%
Zysk brutto ze sprzedaży	195	321	126	65%
marża brutto [%]	43,5%	44,5%		+1,0 p.p.
EBIT	16	52	36	225%
marża EBIT [%]	3,6%	7,2%		+3,6 p.p.
EBITDA	23	76	53	230%
marża EBITDA [%]	5,2%	10,5%		+5,3 p.p.

Grupa kontynuuje, komunikowane już uprzednio, prace i analizy dotyczące zapewnienia na poziomie eobuwie.pl odpowiedniego kapitału dla wykorzystania szans rynkowych w segmencie e-commerce. Jednym z rozwiązań jest pozyskanie dla eobuwie.pl nowego inwestora mniejszościowego, który zasiliłby spółkę nowym kapitałem w wysokości ok. 0,5 mld PLN. W ramach takiej transakcji nie jest wykluczone zbycie przez CCC niewielkiego pakietu istniejących akcji eobuwie.pl, przy założeniu utrzymania przez Grupę pakietu większościowego, który pozwoli na utrzymanie pełnej konsolidacji wyników eobuwie.pl.

Na obecnym etapie żadne wiążące decyzje w zakresie struktury czy wartości transakcji nie zostały podjęte. Grupa szacuje, iż prowadzone prace i analizy pozwolą jej na podjęcie odnośnych decyzji i uzgodnienie warunków transakcji w Q1 2021 r.

### ROZWÓJ KANAŁÓW SPRZEDAŻY OFFLINE

- Nieznaczny przyrost powierzchni handlowej rdr (+2%).
- Dynamiczny rozwój sieci hybrydowych sklepów eobuwie i otwarcie interaktywnego salonu Modivo.
- Spadek liczby stacjonarnych punktów sprzedaży o 3 salony rdr.

	Q4 2019	Q4 2020	Δ Q4'20-Q4'19	RDR
<b>Rozwój</b>				
Powierzchnia [m <sup>2</sup> ]	678 635	692 615	13 980	2%
CCC	659 977	671 490	11 513	2%
Gino Rossi	6 713	3 979	-2 734	-41%
Eobuwie	11 945	17 146	5 201	44%
Liczba sklepów	1 063	1 060	-3	0%
CCC	985	999	14	1%
Gino Rossi	59	36	-23	-39%
Eobuwie	19	25	6	32%