

NG2

New Gate Group



QUAZI

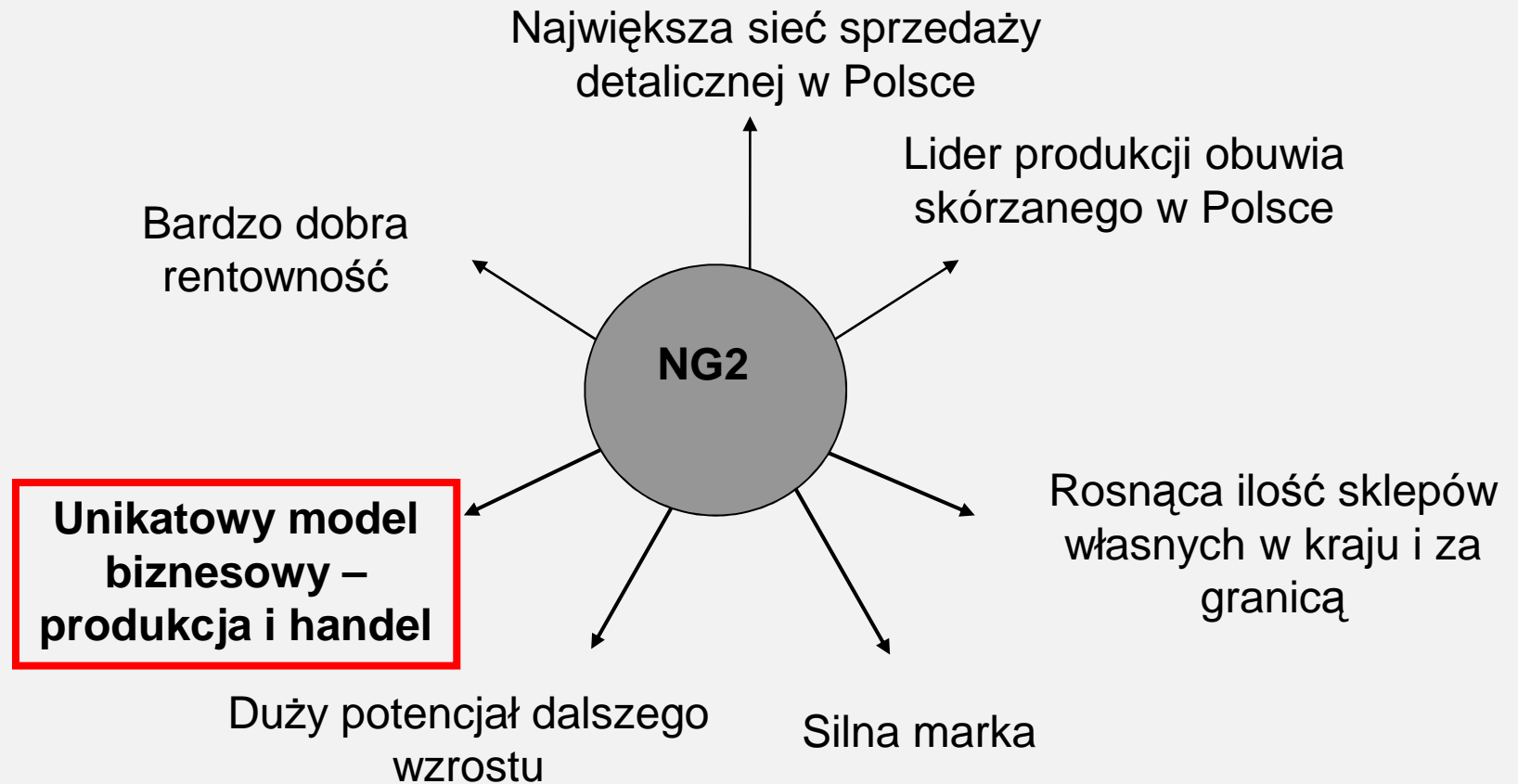


CCC



BOTI

Prezentacja wyników finansowych po pierwszym kwartale roku 2009

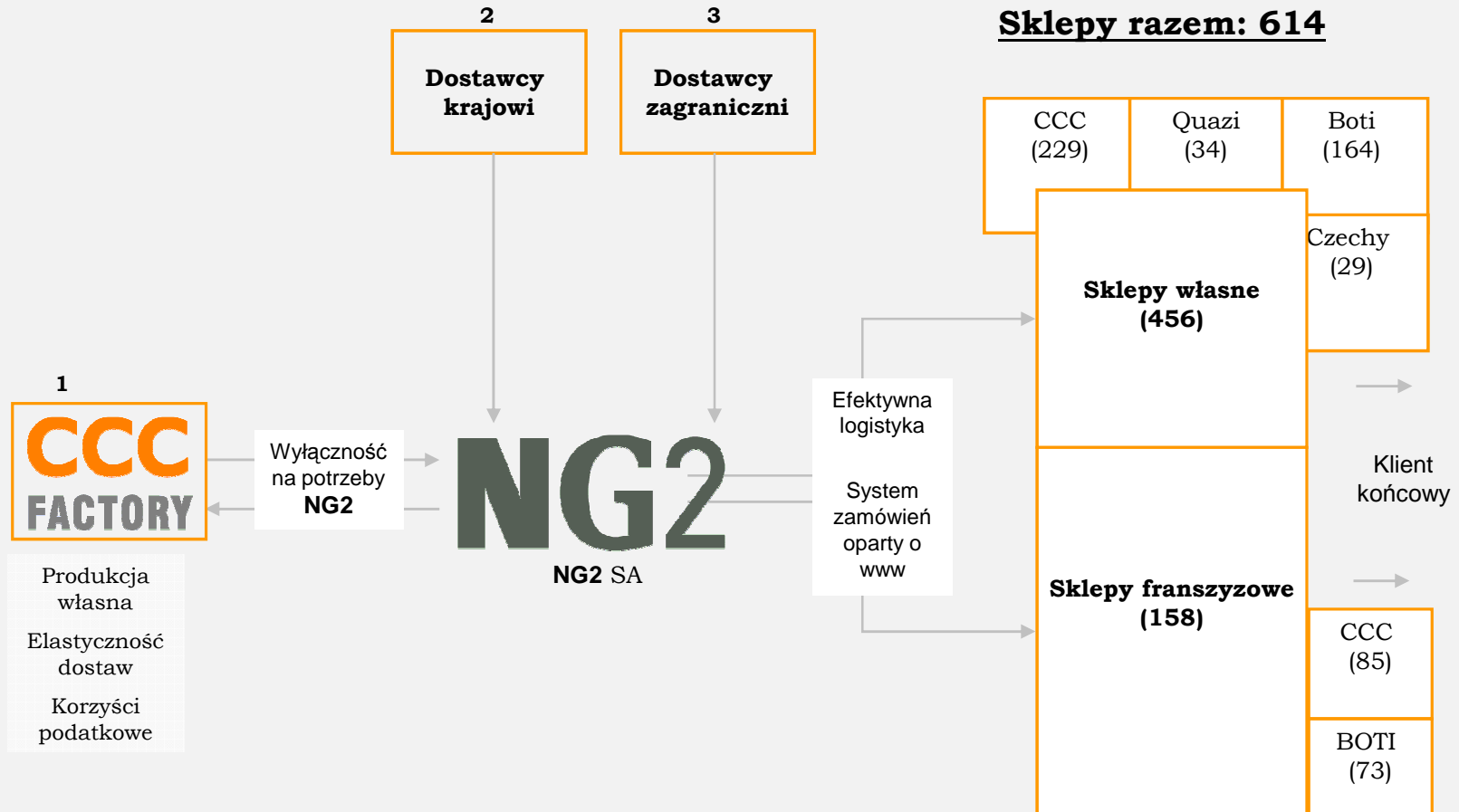


Struktura operacyjna Grupy NG2

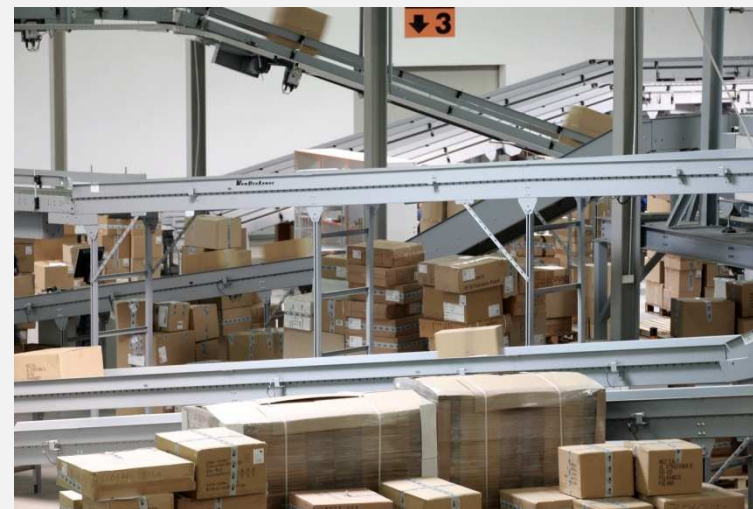
Stan na
31.03.2009

NG2

BOTI **QUAZI** **CCC**



- Konsekwentna ekspansja sieci sprzedaży i otwarcie nowych 18 placówek własnych.
- Przejęcie kolejnych 10 sklepów franszyzowych.
- Zakończenie prac nad finansowaniem obrotowym.
- Uruchomienie nowoczesnej zautomatyzowanej sortowni butów na rozmiary.



- Zmiany w Quazi w zakresie polityki cenowej, produktu, wizerunku.
- **Pozostawienie cen kolekcji wiosennej na poziomie zeszłorocznym.**
 - Decyzja stanowiąca rozsądny kompromis pomiędzy zachowaniem wysokiej rentowności a zwiększeniem udziału rynkowego
 - Rewelacyjne wyniki sprzedażowe w kwietniu potwierdzają zasadność takiego kroku
- **Zachowanie dodatniej rentowności przy bardzo trudnych warunkach zewnętrznych.**

Co wpłynęło na wyniki pierwszego kwartału 2009

NG2

BOTI QUAZI **CCC**

przychody

koszty

marża

- Długi okres zimnej i śnieżnej pogody
 - Sprzedaż głównie kolekcji jesienno – zimowej
 - Niski poziom popytu na obuwie wiosenne
- Przeprowadzone remonty 7 sklepów
- Bardzo wysoki przyrost ilości sklepów własnych
 - 140 sklepów więcej na koniec Q1 2009 przekładający się na wzrost poziomu kosztów stałych
- Wzrost kosztów najmu powierzchni handlowej
- Trwająca aż do 8 marca wyprzedaż kolekcji jesienno – zimowej
- Utrzymanie zeszłorocznych cen na kolekcję wiosenną
- Korekta marży na sprzedaży (przejmowanie sklepów franszizowych)

I kwartał 2008 vs. I kwartał 2009

NG2

BOTI QUAZI CCC

	Q1 2008	Q1 2009
Ilość sklepów własnych	Na koniec kwartału 316 sklepów własnych	Na koniec kwartału 456 sklepów własnych
warunki atmosferyczne	bardzo ciepły luty i pierwsze tygodnie marca, nawrót zimy pod koniec kwartału	mroźna i śnieżna pogoda w styczniu i w lutym, późna wiosna (ostatnie dni marca)
sprzedaż kolekcji jesienno-zimowej	do końca stycznia (302 tys.par w CCC)	do 8 marca (629 tys. par w CCC)
sprzedaż kolekcji wiosennej	od początku lutego (100% udziału w sprzedaży)	od początku lutego (udział w sprzedaży do 8 marca wynosił 20 - 50%)
wyprzedaże	sezon wyprzedaży trwał tylko do końca stycznia	sezon wyprzedaży do 7 marca
pełen sezon	pełna wysoka marża sezonowa od 1 lutego	pełna marża sezonowa od 8 marca (niższa niż w 2008)

Wyniki finansowe - I kwartał 2009

NG2

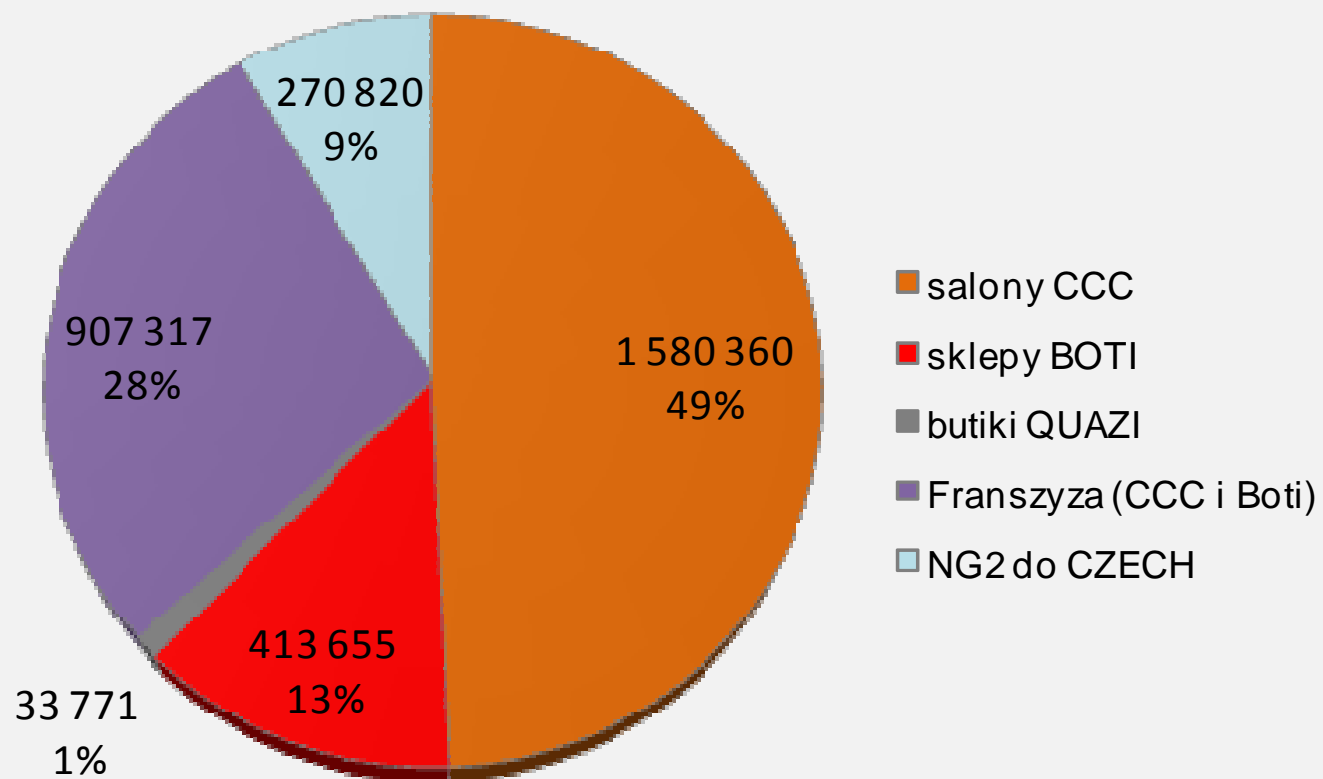
BOTI QUAZI CCC

	Q1 2008 `000 PLN	Q1 2009 `000 PLN	Zmiana
Przychody ze sprzedaży	138 866	166 700	20,0 %
Zysk (strata) brutto na sprzedaży	70 920	77 132	8,8 %
Marża brutto na sprzedaży	51,1%	46,3%	-9,5 %
Koszty sprzedaży	48 918	79 718	63,0 %
Koszty ogólnego zarządu	1 981	2 702	36,4 %
EBIT	20 377	7 493	-63,2 %
Koszty finansowe	2 371	2 829	19,3 %
Zysk (strata) brutto	18 021	4 702	-73,9 %
Zysk (strata) netto	17 110	4 601	-73,1 %
Rentowność netto	12,3%	2,8%	-77,2 %
Aktywa razem	425 741	539 200	26,6 %
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	217 589	240 169	10,4 %
Zobowiązania długoterminowe	1 454	112 390	7 629,7 %
Zobowiązania krótkoterminowe	216 135	127 779	-40,9 %
Kapitał własny	208 152	299 031	43,7 %

Struktura sprzedaży wg ilości i kanałów sprzedaży

NG2

BOTI **QUAZI** **CCC**

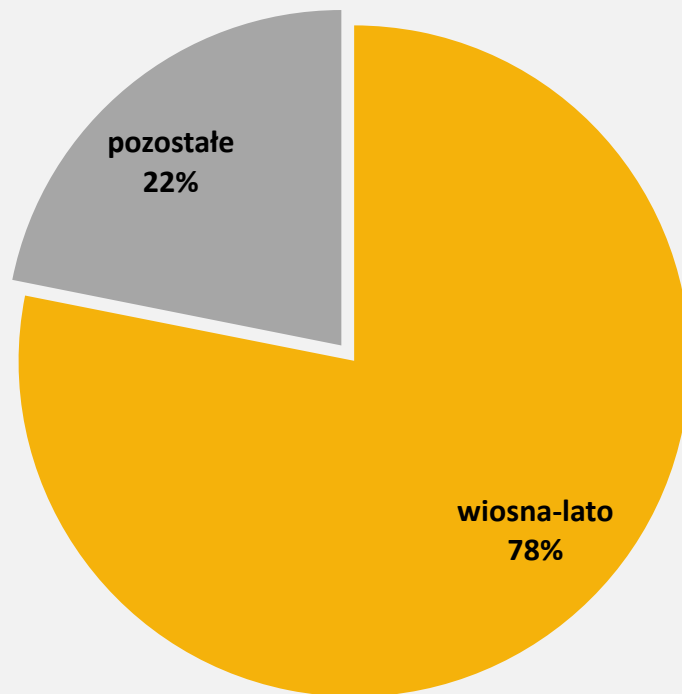


Struktura sprzedaży obuwia wg sezonów Q1 2008 i 2009 – sklepy własne CCC

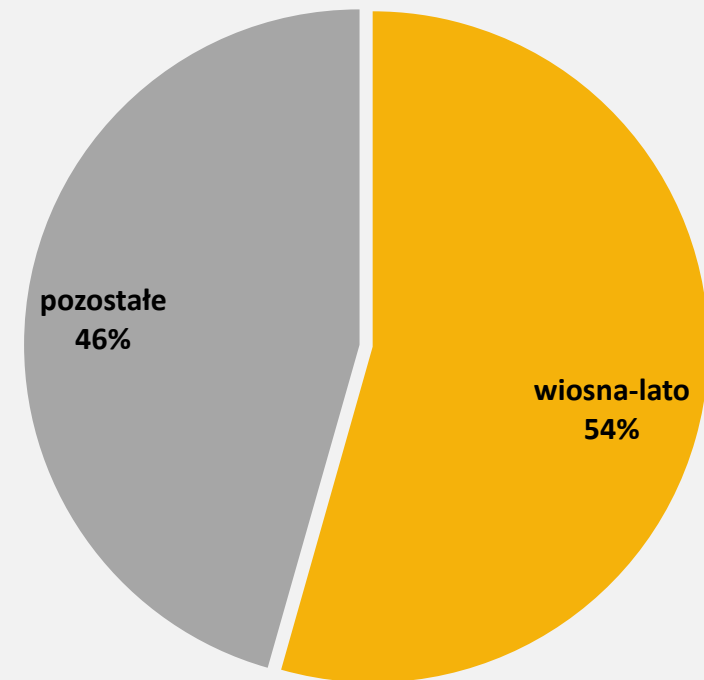
NG2

BOTI QUAZI CCC

2008



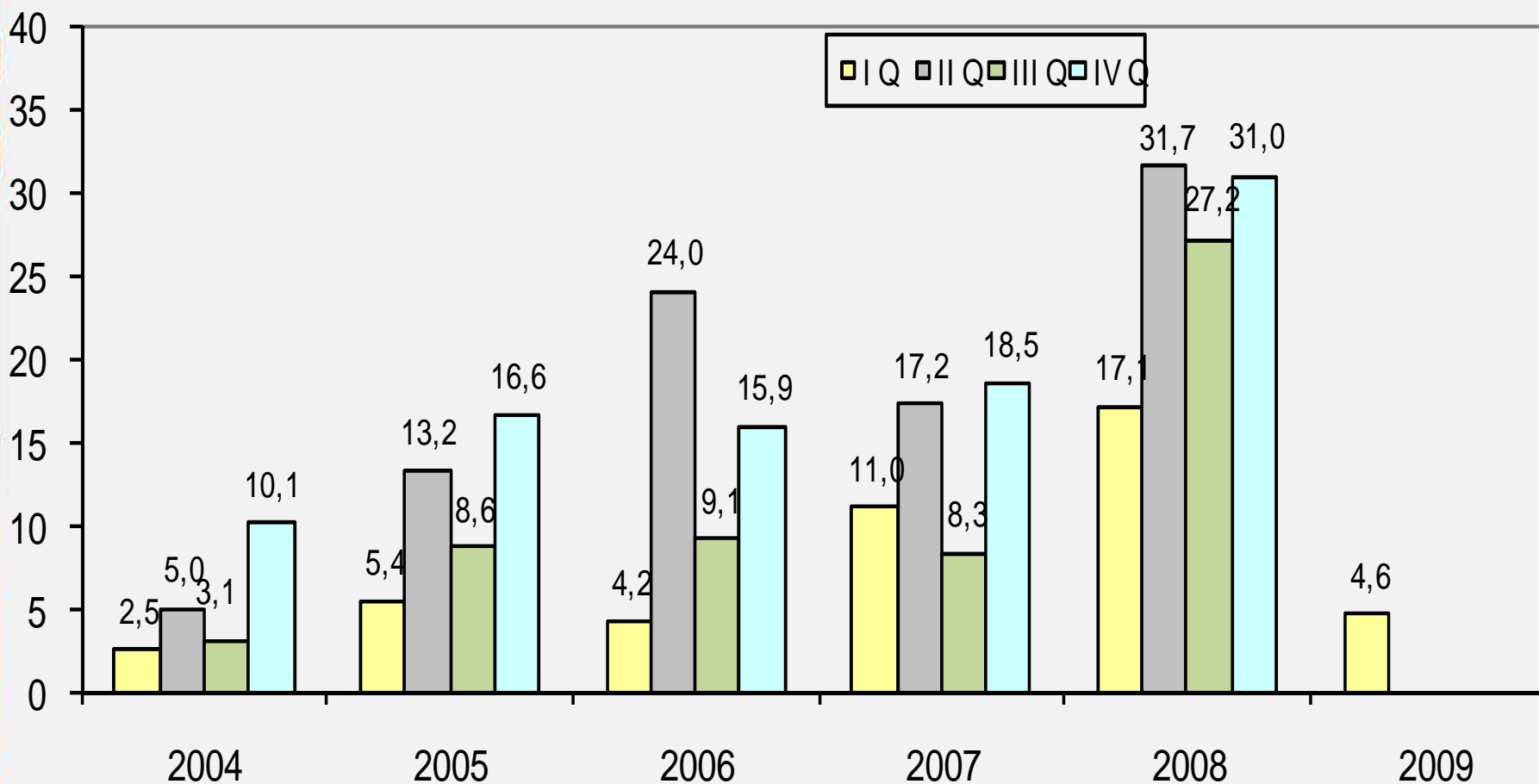
2009



Skonsolidowany zysk netto 2004-2009

NG2

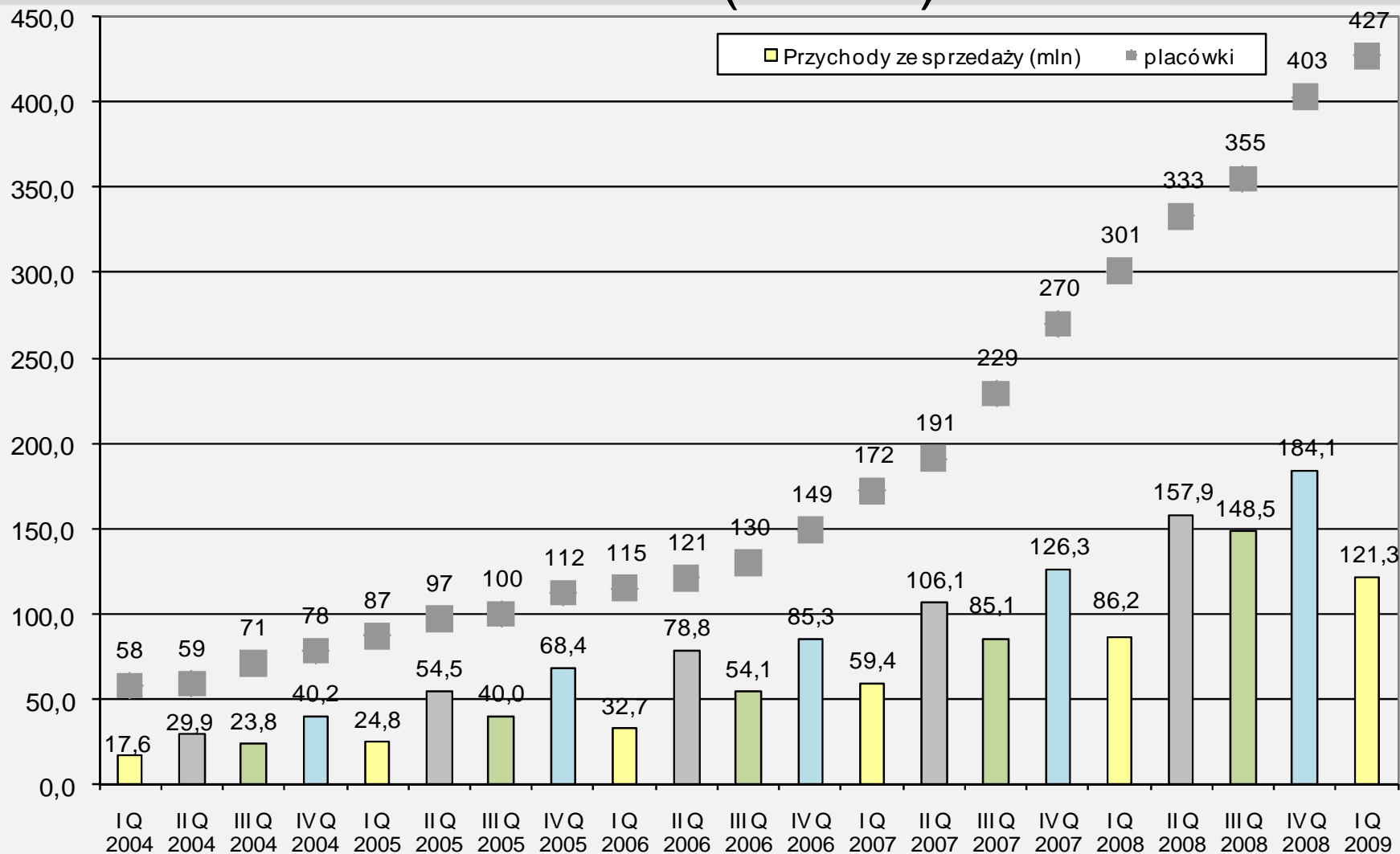
BOTI QUAZI COO



Przychody ze sprzedaży - placówki własne 2004-2009 (Polska)

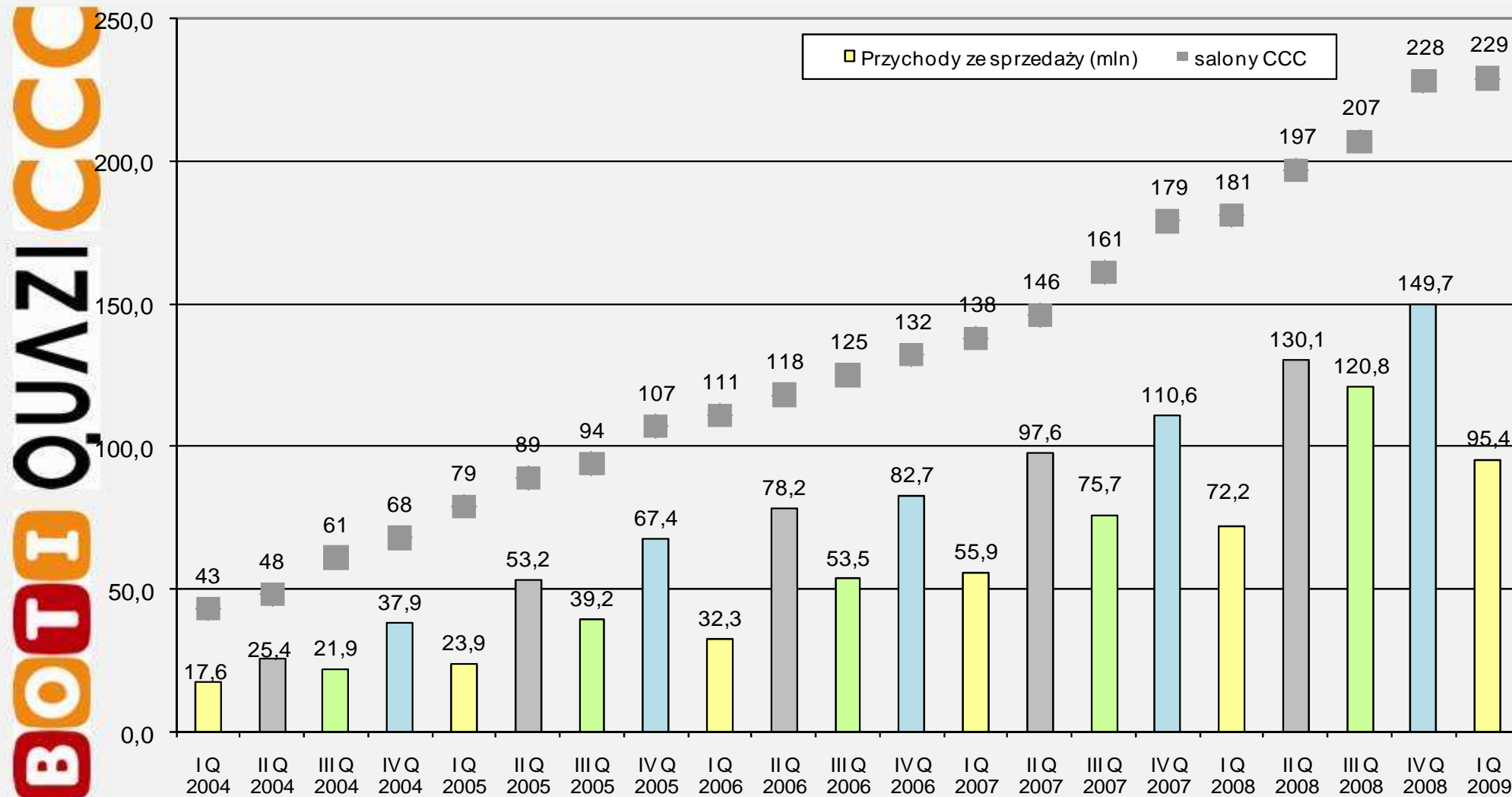
NG2

BOTI QUAZI CCO



Przychody ze sprzedaży – salony CCC 2004-2009

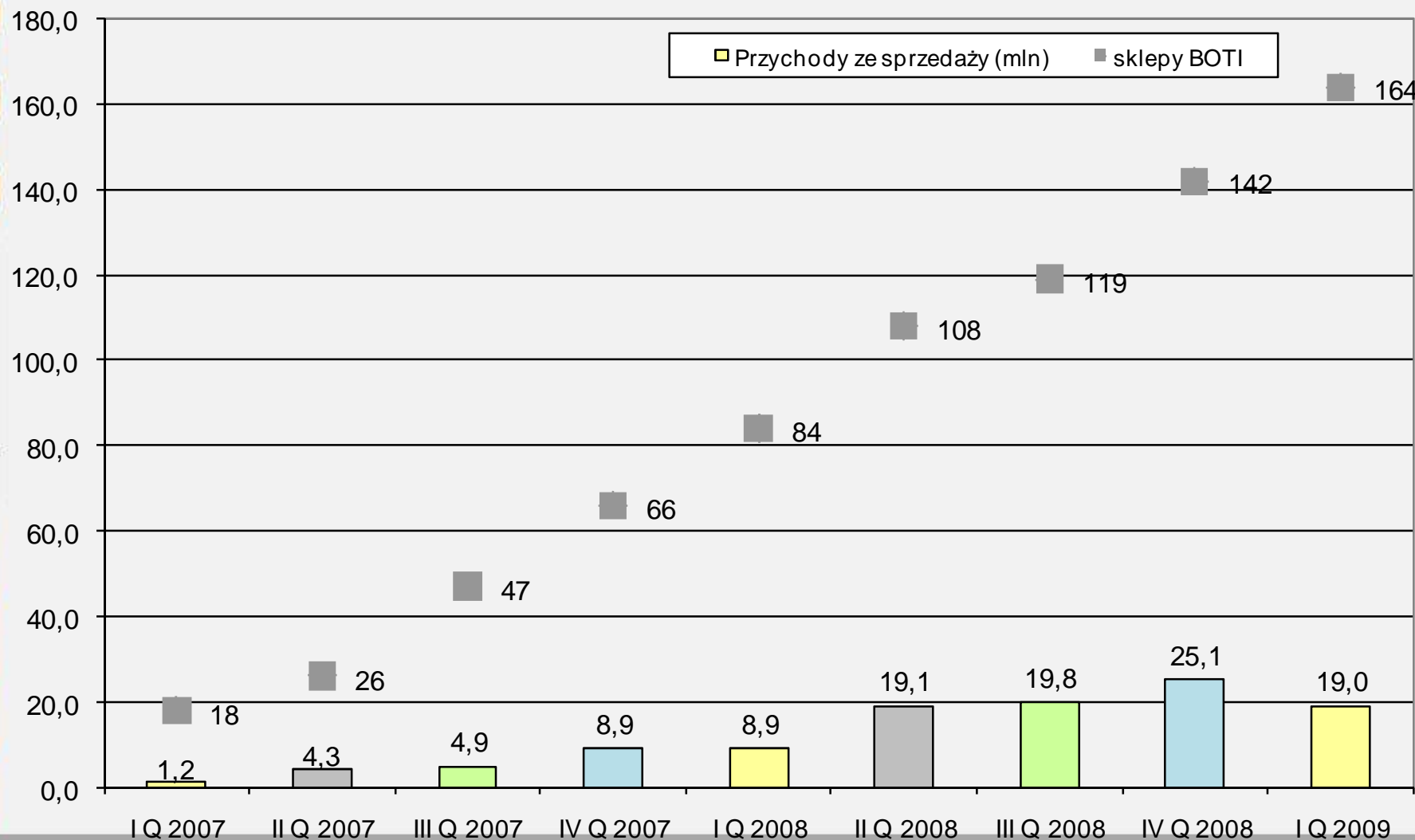
NG2



Przychody ze sprzedaży – sklepy BOTI 2007-2009

NG2

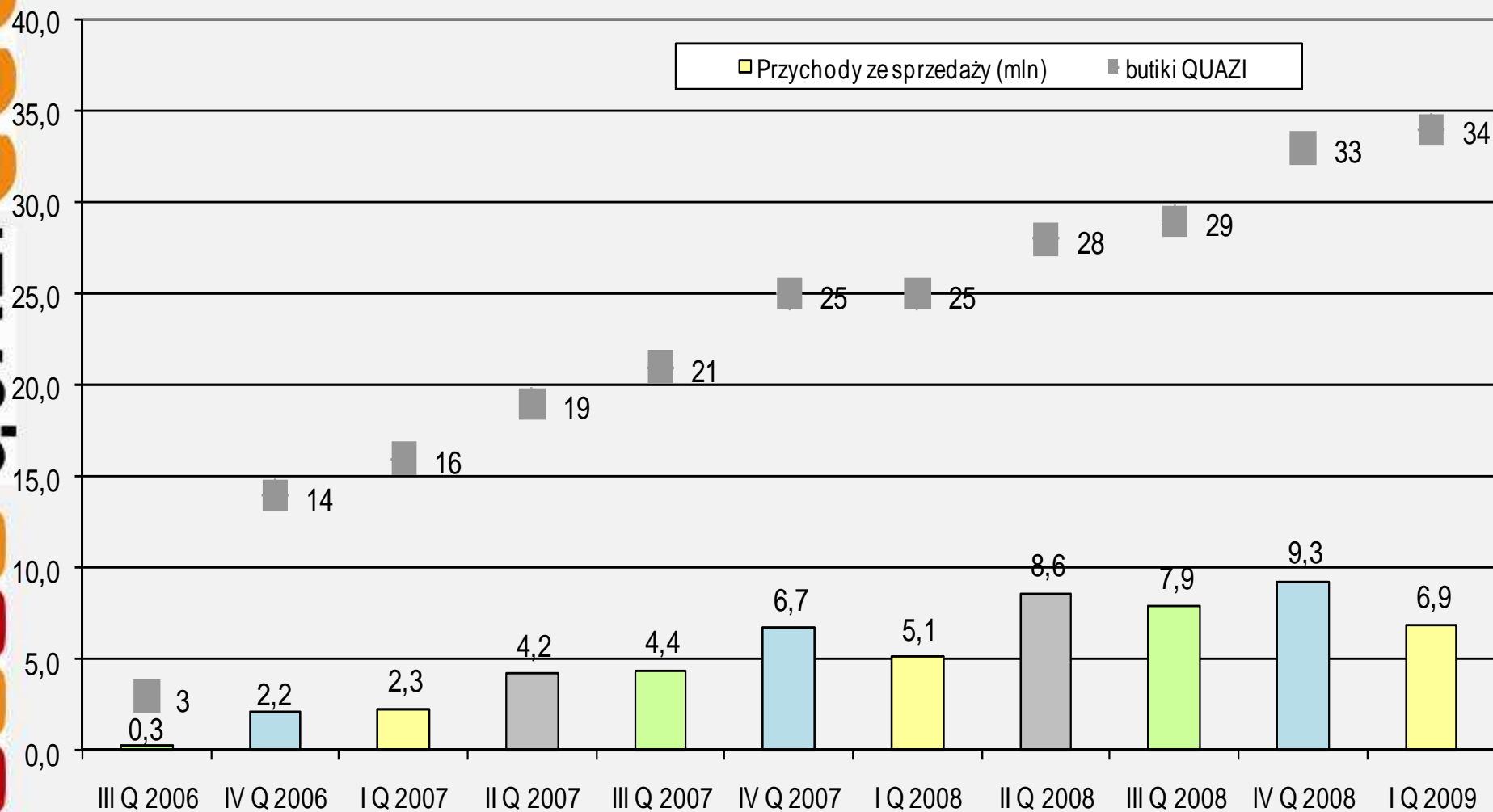
BOTI QUAZI CCCC



Przychody ze sprzedaży –butiki QUAZI 2006-2009

NG2

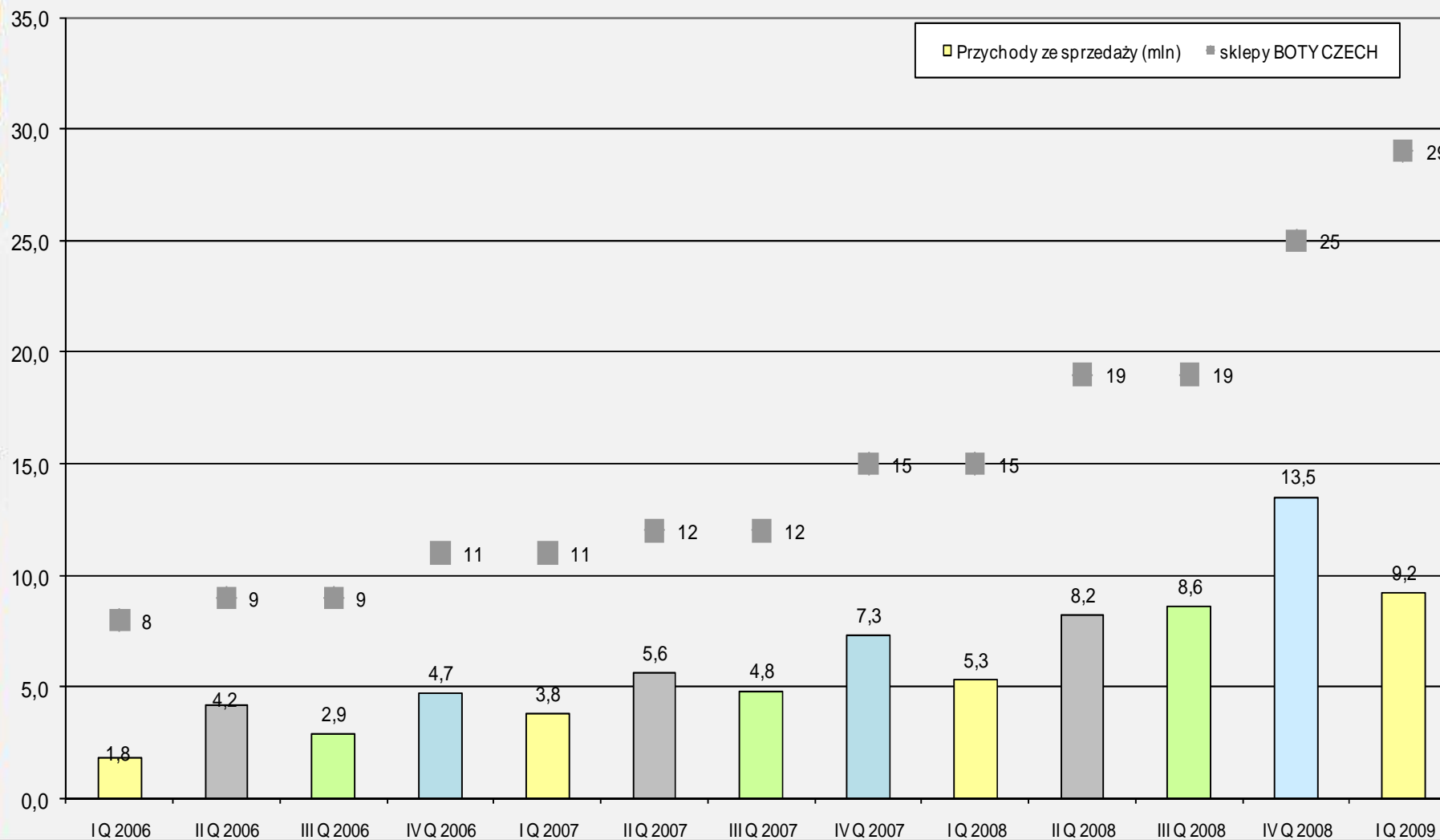
BOTI **QUAZI** **CCC**



Przychody ze sprzedaży – sklepy CCC Boty Czech 2006-2009

NG2

BOTI QUAZI CCC

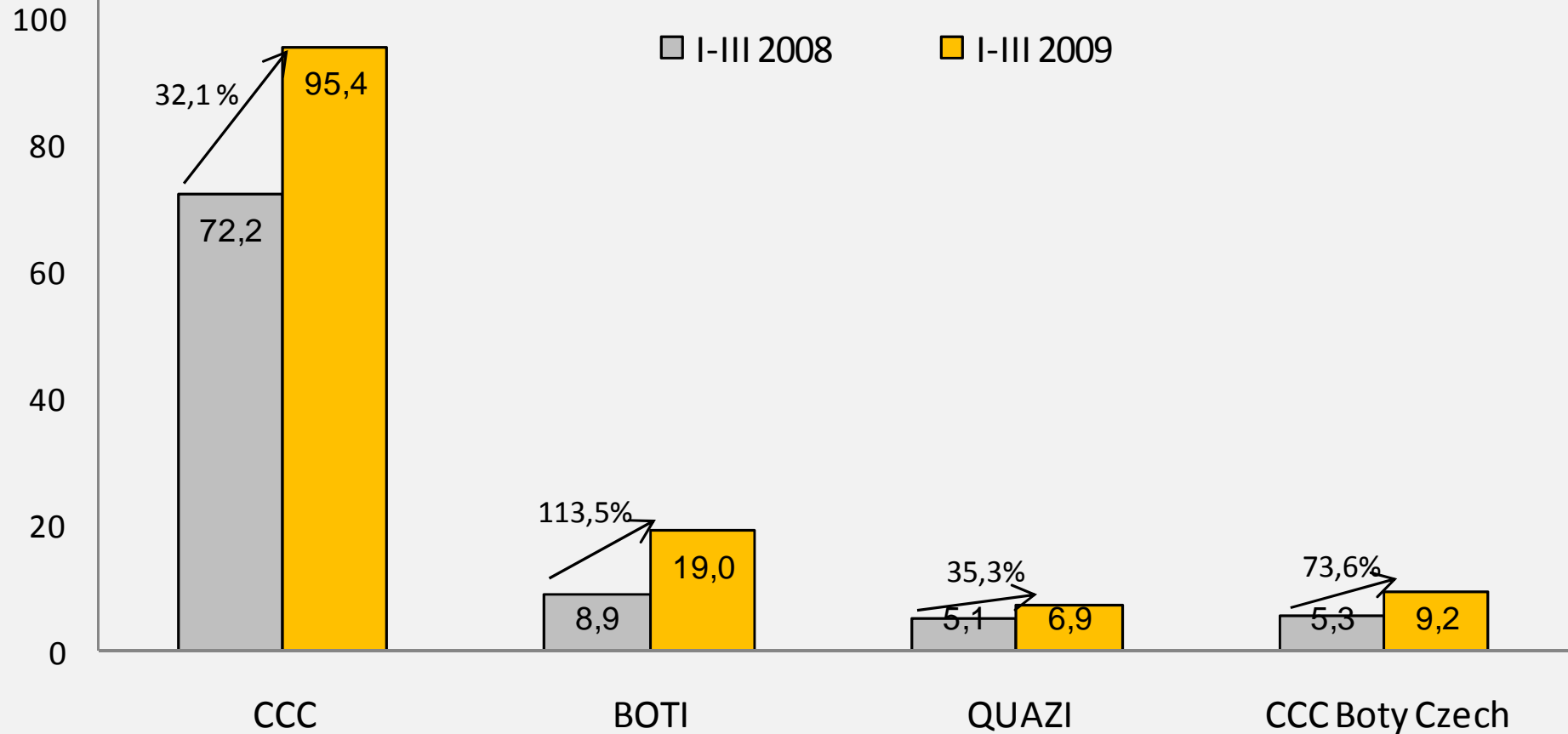


Sprzedaż detaliczna 2008/2009

NG2

BOTI **QUAZI** **CCC**

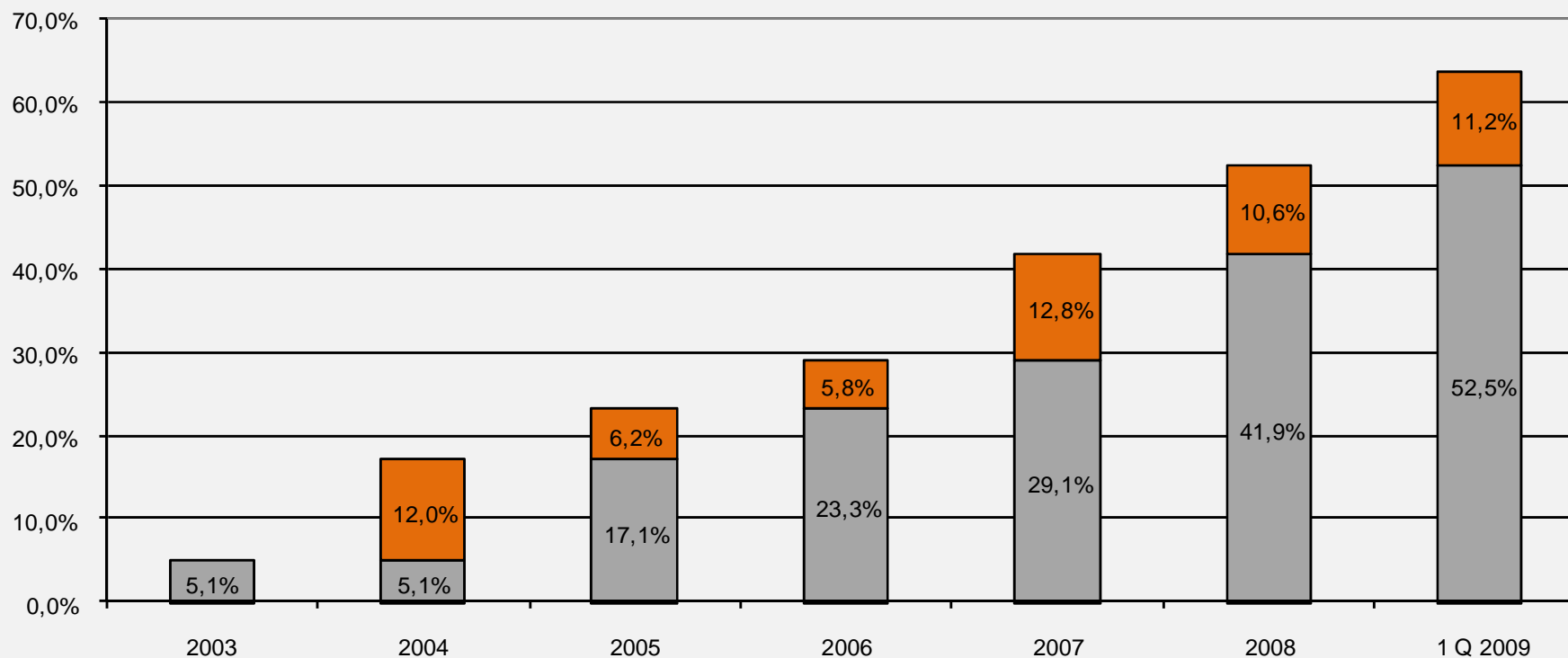
Przychody ze sprzedaży detalicznej (mln PLN)



Sprzedaż w porównywalnych salonach własnych CCC

NG2

BOTI QUAZI CCC

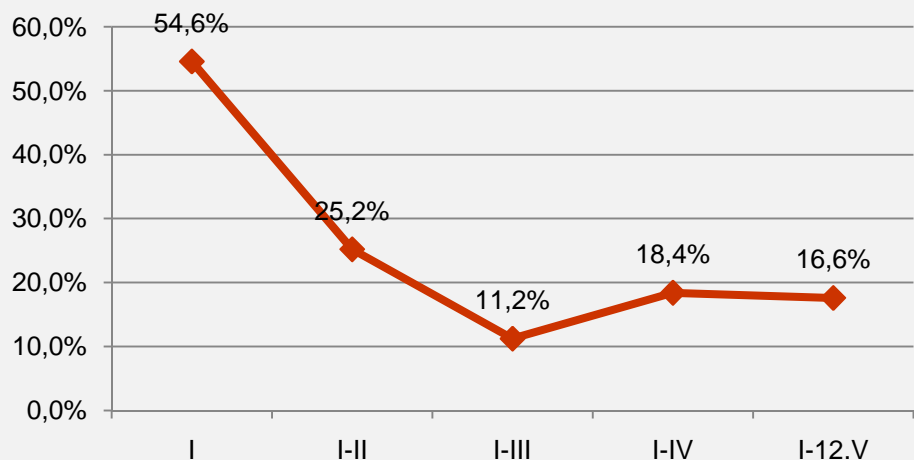


Sprzedaż w porównywalnych salonach CCC, butikach QUAZI i sklepach BOTI – 2009 narastająco

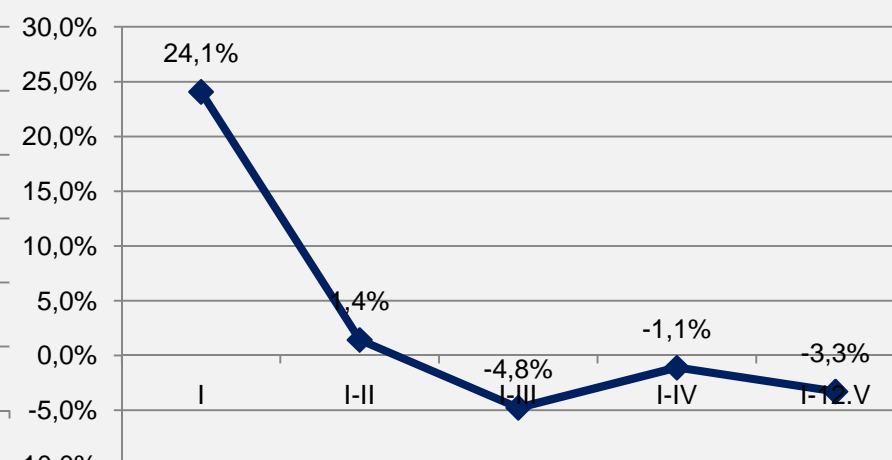
NG2

BOTI **QUAZI** **CCC**

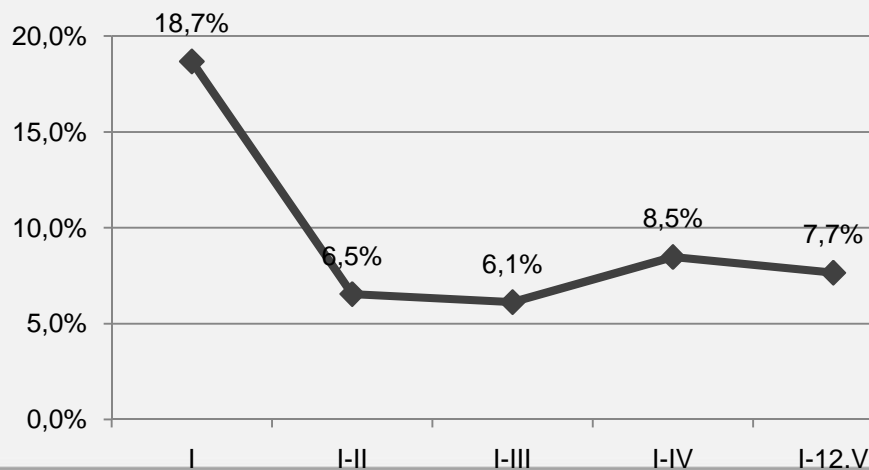
CCC



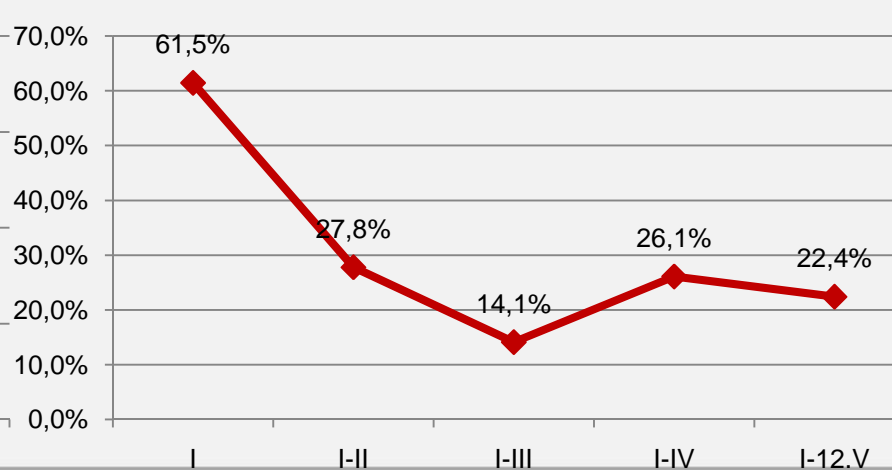
CCC BOTY CZECH



QUAZI



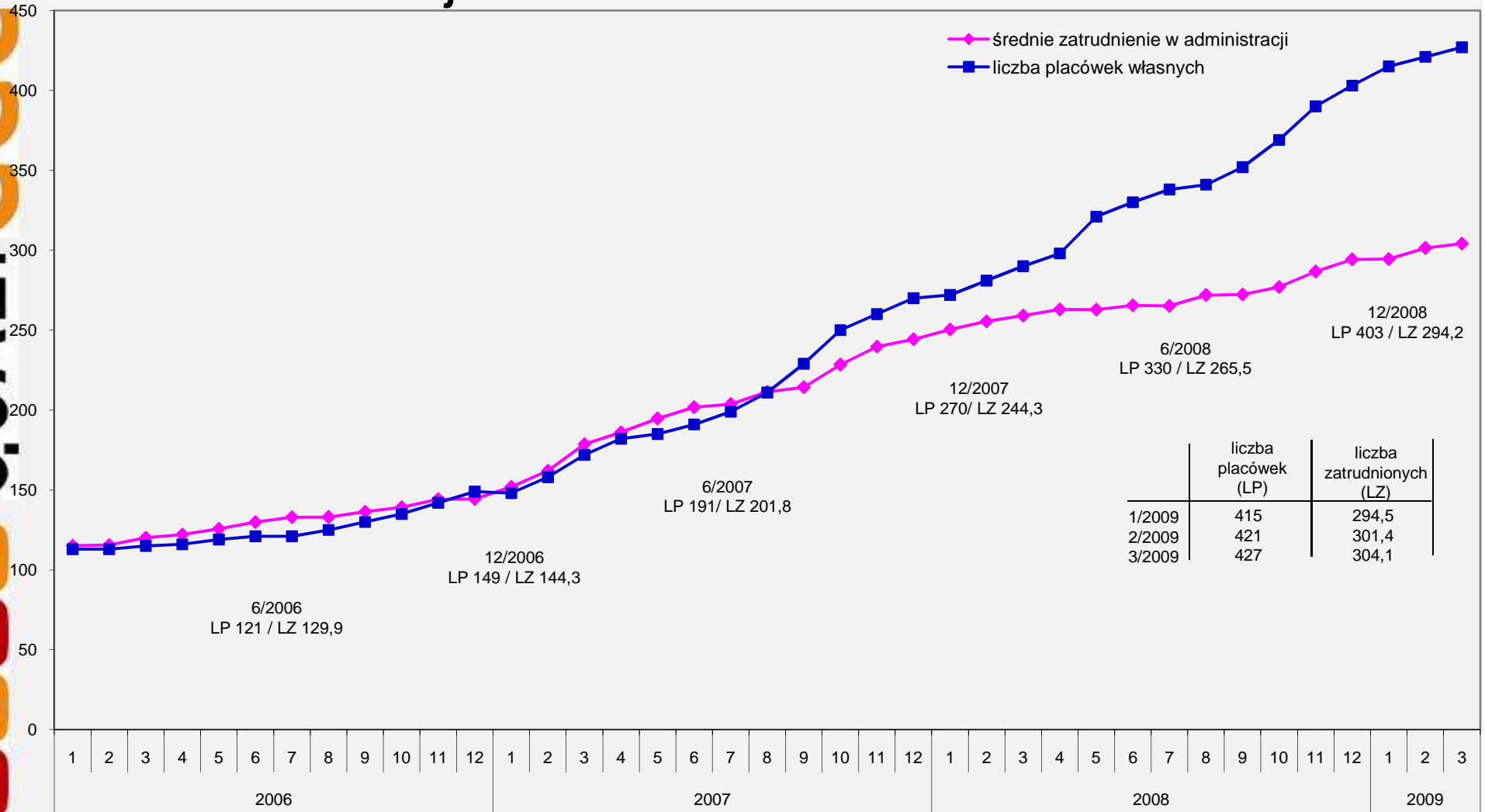
BOTI



Liczba placówek własnych a zatrudnienie w administracji w latach 2006-2009

NG2

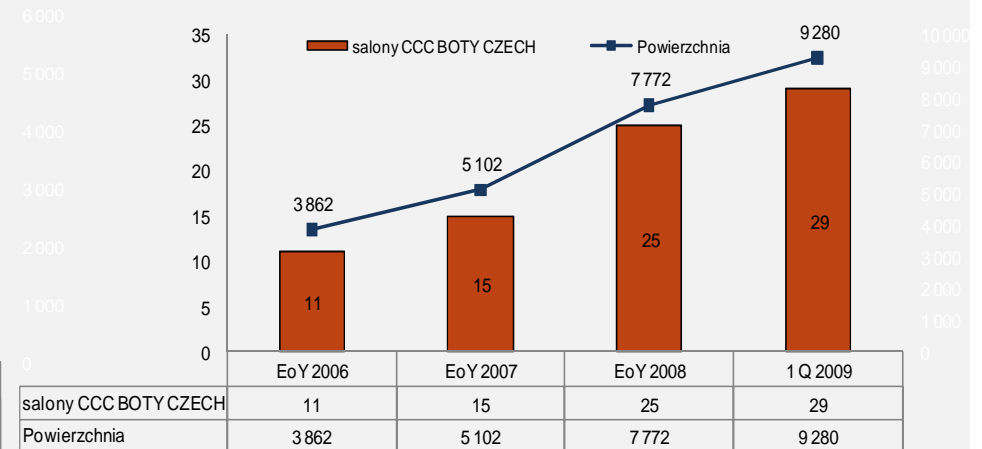
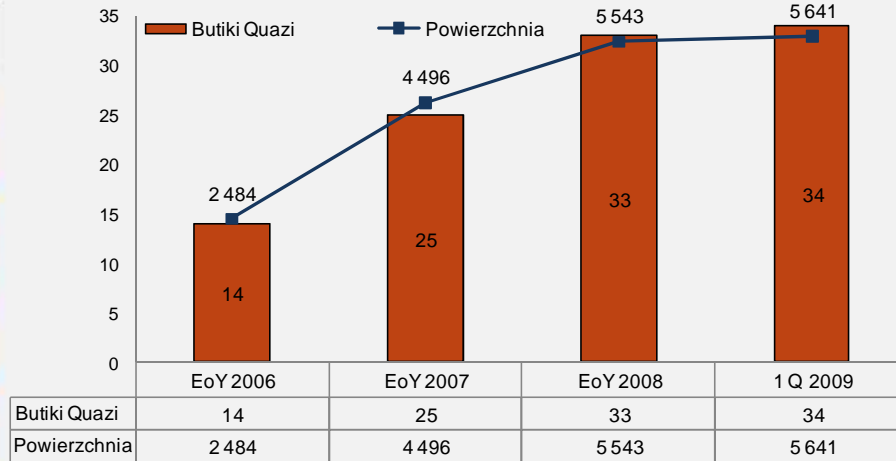
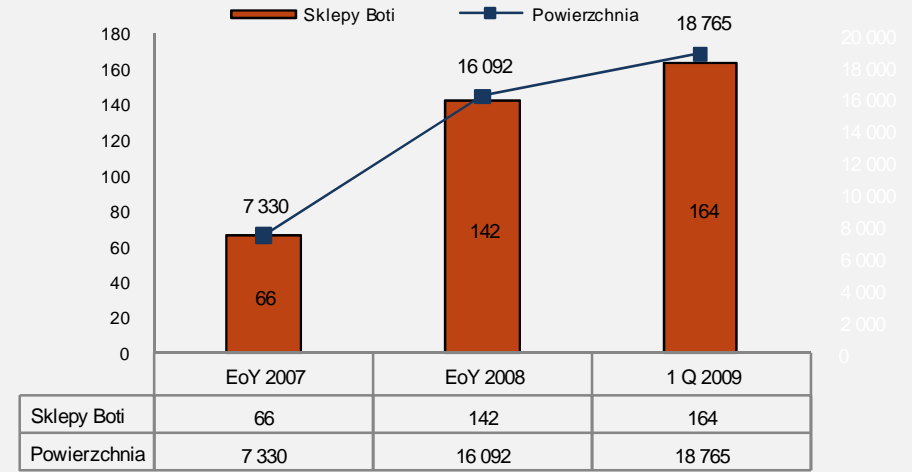
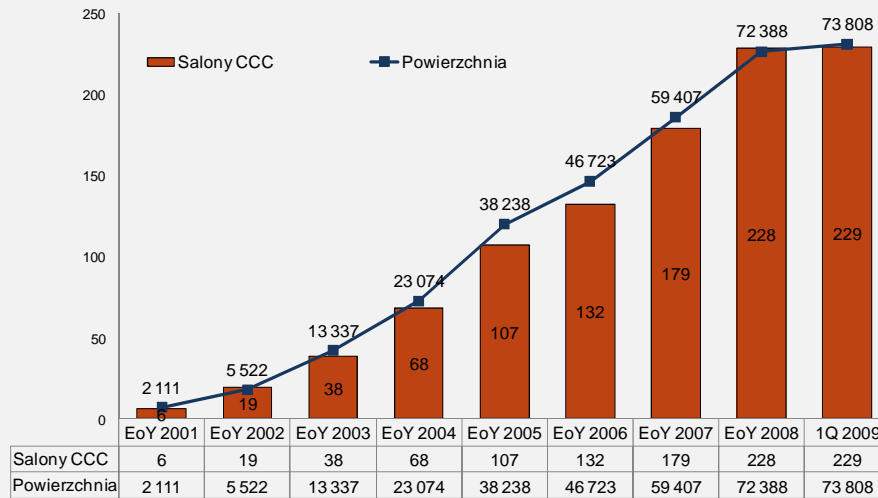
BOTI **QUAZI** **CCO**



Placówki własne NG2

NG2

BOTI QUAZI CCC



- Mimo niesprzyjających warunków zewnętrznych (tak makroekonomicznych, jak i atmosferycznych) Spółka osiągnęła ponad 4,6 mln PLN zysku netto.
- Osiągnięty wynik finansowy jest lepszy od zakładanego w budżecie (w grudniu 2008).
- Przesunięty w czasie popyt spowodował realizację istotnej części przychodów i marży w kwietniu.
- Jakościowe parametry opisujące sprzedaż potwierdzają wysoki popyt na produkty spółki.

- **Strategia i rozwój**
 - Podtrzymujemy nasze plany ekspansji poprzez rozwój organiczny
 - Otworzymy około 130 nowych sklepów do końca roku 2009
- **Przychody**
 - Spółka osiągnie przychody za sprzedaży na poziomie miliarda złotych
 - Założone wzrosty sprzedaży na sklepach porównywalnych są realistyczne i do osiągnięcia w CCC (10%) i w BOTI (20%)
 - Ceny butów w kolekcji jesienno – zimowej zostaną podniesione
- **Dywidenda**
 - Zarząd będzie rekomendował WZA wypłatę dywidendy
 - WZA zostanie zwołane na 29 czerwca 2009
- **Zysk netto**
 - Pesymistyczny scenariusz przewiduje osiągnięcie zysku netto na poziomie roku 2008
 - I półrocze 2009 powinno zamknąć się wynikiem nieco wyższym niż I półrocze 2008

Dalsza ekspansja sieci detalicznych CCC, BOTI i Quazi doprowadzi do **wzrostu udziału rynkowego** i umocnienia na pozycji absolutnego lidera na rynku obuwniczym w Polsce. Planujemy otwarcie :

- co najmniej 32 salonów CCC w Polsce
- co najmniej 12 butików QUAZI
- co najmniej 75 sklepów BOTI
- co najmniej 13 salonów CCC w Czechach

Planowana łączna liczba otwarć w 2009 – **co najmniej** 132 placówki

Rozwój sieci sprzedaży detalicznej NG2

NG2

BOTI QUAZI CCC

Salony CCC	
2007	179
2008	+49
	228
2009	+32
Docelowo:	300 + 130F

Sklepy BOTI	
2007	66
2008	+76
	142
2009	+75
Docelowo:	600 + 300F

NG2

KANAŁY DYSTRYBUCJI

Butiki QUAZI	
2007	25
2008	+8
	33
2009	+12
Docelowo:	100

CZECHY	
2007	15
2008	+10
	25
2009	+13
Docelowo:	ok. 60

- Decyzja w zakresie budowy nowego centrum logistyczno-magazynowego.
 - Gospodarka magazynowa prowadzona jest aktualnie z 4 lokalizacji
 - Rozważany jest jeden w pełni zautomatyzowany magazyn wysokiego składowania
 - Inwestycja może zostać dofinansowana środkami z UE.
- Rozpoczęcie prac nad wyborem nowego systemu informatycznego.
 - Skala prowadzonej działalności powoduje konieczność posiadania rozwiązania przetestowanego w bardzo dużych spółkach detalicznych
- Zarządzanie znakami towarowymi.
 - 76 znaków towarowych nie ujętych w bilansie spółki
 - Aktualnie brak optymalnej podatkowo struktury

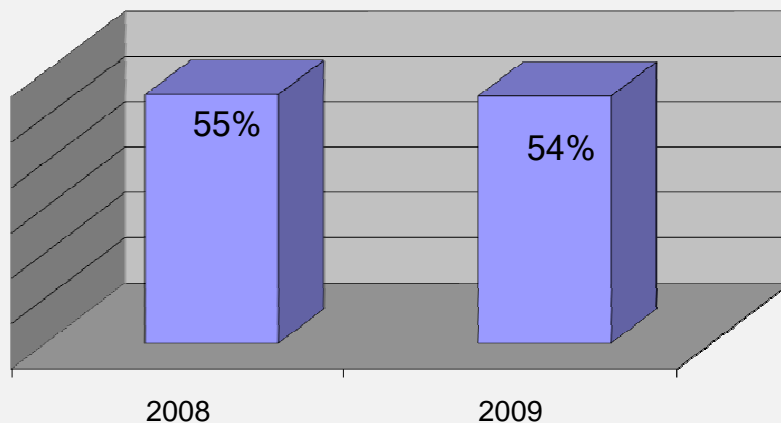
- **Model biznesowy** NG2 jest sam w sobie defensywny – **produkty ze średniej i niższej półki** cenowej będą się świetnie sprzedawać w sytuacji ewentualnej dekoniunktury.
- **Konserwatywne** zarządzanie i oparcie strategii o rozwój organiczny i rynek krajowy broni NG2 przed kryzysem na rynkach światowych.
- Precyzyjnie ustalony **budżet**, szczegółowo rozliczane i monitorowane koszty.
- Menedżerowie w spółce wynagradzani w dużej mierze za realizację budżetu i **poczynione oszczędności**.
- Cięcia kosztów – przemyślane i poczynione z rozsądkiem (m.in. **całkowicie zrezygnowaliśmy z reklamy telewizyjnej**).
- **Inwestycje nastawione na efektywność , nowoczesność i automatyzm** procesów m.in. automatyka magazynowa.
- **Zmiana konceptu biznesowego QUAZI** – odejście od bardzo drogich produktów, tylko skórzanych i tylko z Włoch. W Quazi w 2009 będzie miejsce i dla obuwia syntetycznego z Chin i dla butów skórzanych produkowanych w fabrykach polskich.

- **Spowolnienie gospodarcze jest dobrą informacją dla spółki działającej w segmencie tańszych produktów, planującej dalszą ekspansję i posiadającą odpowiednie zaplecze kapitałowe.**
- Grupa NG2 jest świetnie przygotowana do dalszej skutecznej ekspansji i otwierania nowych lokali przy jednoczesnym generowaniu wysokiej stopy zwrotu dla akcjonariuszy :
 - Koszty pod kontrolą
 - Bardzo niski poziom zadłużenia zapewnia niskie koszty odsetkowe i olbrzymie możliwości dalszego rozwoju
 - Rosnące parametry efektywności sprzedaży
 - Wysoka marża gwarantująca wysoką zyskowność
- Przejmiemy klientów sieci obuwniczych zaliczających się dotąd do średniej półki – kontynuujemy inwestycje w *visual merchandising* (design i wygląd sklepów oraz komunikacja z klientem)
- Nie planujemy redukcji zatrudnienia, wierzymy że inwestycja w kapitał ludzki się opłaci.

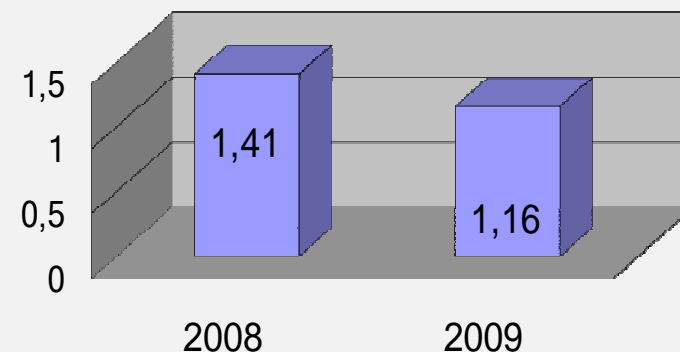
Wskaźniki zadłużenia NG2 S.A. niskie i bezpieczne **NG2**

BOTI QUAZI CCC

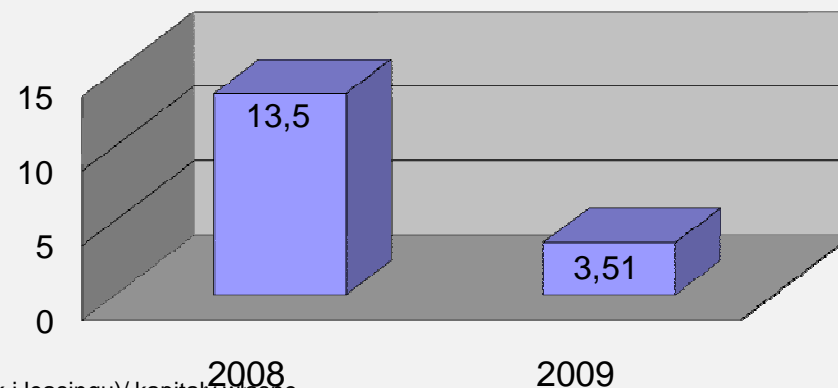
wskaźnik zadłużenia kapitału własnego (%)



wskaźnik zadłużenia/EBITDA



wskaźnik pokrycia odsetek zyskiem



	2008	2009
wskaźnik zadłużenia kapitału własnego (%)	54,9%	54,5%
wskaźnik zadłużenia EBITDA	1,4	1,2
wskaźnik pokrycia odsetek zyskiem	13,5	3,5

Wskaźnik zadłużenia kapitału własnego = (zobowiązania z tytułu kredytów, pożyczek i leasingu) / kapitał własny

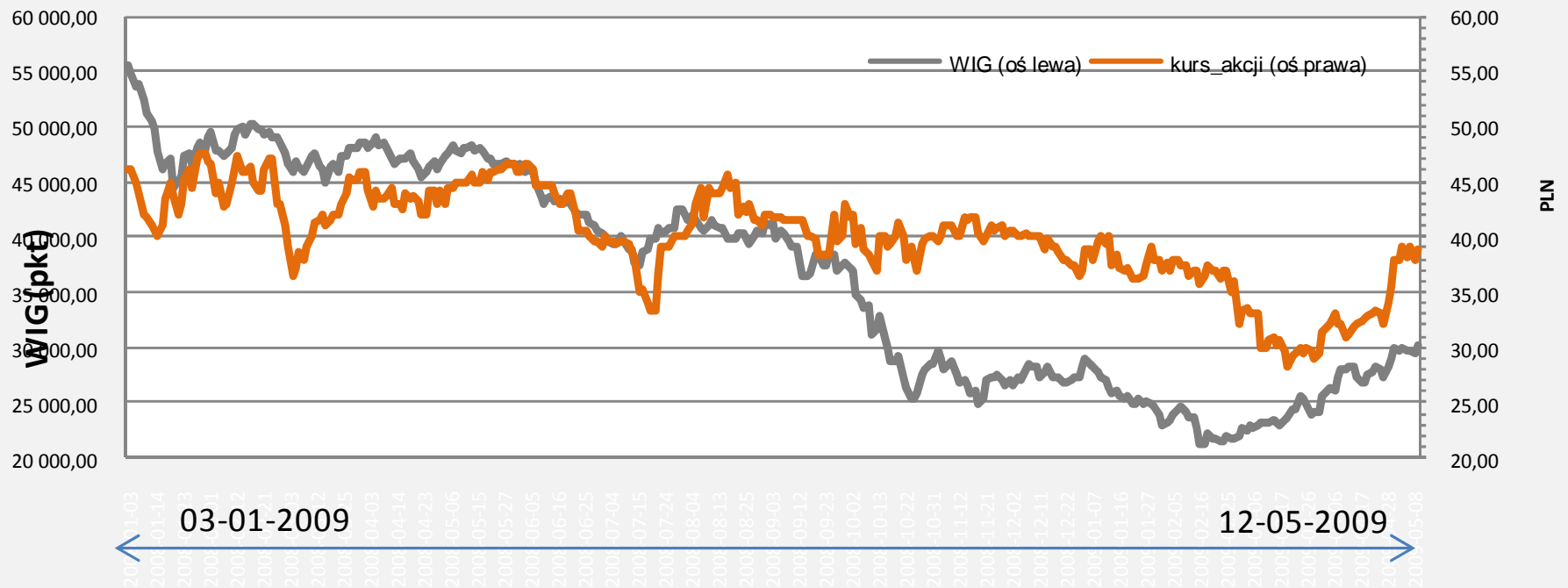
Wskaźnik zadłużenia EBITDA = (zobowiązania z tytułu kredytów, pożyczek i leasingu - cash) / zannualizowany EBITDA

Wskaźnik pokrycia odsetek zyskiem = (zysk brutto + koszty z tyt. odsetek od kredytów i leasingu) / koszty z tyt. odsetek od kredytów i leasingu

Kurs akcji NG2 a WIG

NG2

BOTI QUAZI CCC



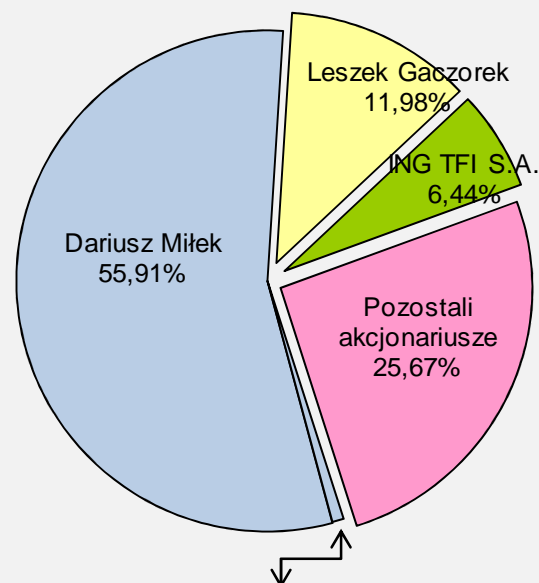
Zmiana kursu akcji od początku 2008 – **14,5%**
Zmiana wartości WIG od początku 2008 – **45,7%**

Struktura akcjonariatu

NG2

BOTI QUAZI CCC

- W listopadzie 2004 Spółka NG2 S.A. weszła na rynek papierów wartościowych jako spółka CCC S.A., od 2 grudnia jest notowana na Warszawskiej GPW
- Głównym udziałowcem i założycielem Grupy NG2 jest Pan Dariusz Miłek, Prezes Zarządu NG2 S.A.
- Pozostali członkowie Zarządu Spółki również są udziałowcami
- Całkowita liczba akcji: **38 400 000**



W dniu 10 i 21 stycznia 2008 Pan Dariusz Miłek nabył łącznie 290.000 akcji Spółki,

Dziękuję za uwagę

NG2 S.A.

Polkowice, ul. Strefowa 6
59-101 Polkowice

NG2

tel.: (076) 845 84 00

Fax: (076) 845 84 00

e-mail: ng2@ng2.pl

Adres www: www.ng2.pl