



Komunikat prasowy

Polkowice, 13 maja 2005

Pierwszy kwartał bardzo dobry dla CCC

- Zysk netto wzrósł o ponad 119,5%, do 5,41 mln zł
- Przychody ze sprzedaży wzrosły o 6% do 62,48 mln zł
- W sieci CCC przybyło 13 nowych lokalizacji

Podstawowe pozycje rachunku wyników przedstawia poniższa tabela:

| (w mln zł) | I kwartał 2005 | I kwartał 2004 | Zmiana 2005/2004 |
|------------------------------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| Przychody netto ze sprzedaży | 62,48 | 58,94 | +6% |
| Zysk z działalności operacyjnej | 8,14 | 4,40 | +85% |
| Zysk netto | 5,41 | 2,46 | +119,5% |

* Dane odnoszą się do wyników pro-forma, gdyż sprawozdania skonsolidowane w rozumieniu ustawy o rachunkowości sporządzane są dla grupy od czerwca 2004

Rozbudowa sieci

Na zwiększenie poziomu przychodów wpływ miało zwiększenie sieci sprzedaży detalicznej CCC. Na koniec marca Spółka posiadała już łącznie 280 punktów sprzedaży (w stosunku do 267 na koniec grudnia 2004). Restrukturyzacji uległa struktura sklepów: ze 189 sklepów franszysowych wyłączono 52 sklepy partnerskie, (o słabszych lokalizacjach). Firma CCC otworzyła 11 nowych sklepów własnych (w tym 4 na terenie Czech), i 4 nowe sklepy franszysowe. Liczba kiermaszy (w których oferowane jest obuwie przecenione i końcówki serii) zmniejszyła się o 2 lokalizacje.



Obecnie struktura sieci CCC wygląda więc następująco:

- 79 sklepów własnych
- 141 sklepów franszysowych
- 52 sklepy partnerskie
- 8 kiermaszy

Łączna powierzchnia sprzedaży we własnych placówkach wzrosła do 25,8 tys m² (na koniec 2004 - 23,1 m²), a w pozostałych sklepach do 32,2 tys m² (na koniec 2004 - 31 tys m²).

Cztery nowootwarte sklepy na na terenie Czech do końca marca zrealizowały sprzedaż w wysokości 569 tys. zł. Za pierwszy kwartał spółka CCC BOTY CZECH s.r.o, poniosła stratę w wysokości 351 tys. zł, związaną z kosztami budowy sieci. CCC S.A. oczekuje, iż w kolejnych okresach wyniki finansowe ulegną wyraźnej poprawie, a w całym roku spółka czeska zrealizuje dodatni wynik na działalności operacyjnej.

Poprawa marży na sprzedaży

W pierwszym kwartale 2005 roku Grupa CCC zrealizowała marże na sprzedaży w sklepach własnych w wysokości 48,98% (43% średnio w 2004 roku) i 41,55% na sprzedaży hurtowej (21% w roku 2004). Uzyskanie tego poziomu marż możliwe było dzięki zmianom źródeł zaopatrzenia w produkty i towary, zapoczątkowane w ubiegłym roku. W roku bieżącym 63,75% zaopatrzenia towarowego grupa realizuje na rynku chińskim, gdzie bezpośrednio zleca produkcję obuwia według własnych wzorów.

Dalsze plany

Zgodnie z założonymi planami, w bieżącym roku CCC zamierza otworzyć jeszcze co najmniej 24 sklepy. Spółka spodziewa się utrzymania niskich kosztów funkcjonowania, dzięki dużemu udziałowi kosztów denominowanych w USD, związanych z importem obuwia z Chin. Spółka zabezpiecza w tej chwili kurs walutowy na poziomie 30% wartości zakupów.

Zarząd podtrzymuje publikowane wcześniej prognozy wyników na rok 2005.

Pierwszy kwartał tego roku pokazuje kontynuację korzystnych trendów z 2004 roku. Nasze plany otwarcia sklepów na 2005 w 30% zrealizowaliśmy już w pierwszym kwartale, otwierając sklepy m.in. w tak atrakcyjnych lokalizacjach jak Warszawa – Reduta, Targówek, czy Kraków – Galeria Kazimierz. Konsekwentnie staramy się zwiększać własną powierzchnię handlową, która generuje najwyższe marże. Do końca tego roku zamierzamy otworzyć w Polsce jeszcze co najmniej 23 sklepy. Realizujemy też naszą strategię ekspansji zagranicznej: otworzyliśmy już 4 sklepy w Republice Czeskiej. Możliwe, że w Czechach otworzymy więcej sklepów niż 5, które pierwotnie planowaliśmy. – powiedział Dariusz Miłek, prezes Zarządu CCC.



Dodatkowych informacji udzielają:

Mariusz Gnych

Wiceprezes Zarządu, CCC SA

Tel. (76) 84 33 105, e-mail: mariusz.gnych@ccc.com.pl

Magda Kołodziejczyk

M+G

Tel. (22) 635 00 68, 0501 16 88 07

e-mail magda.kolodziejczyk@plusg.com.pl

Grupa CCC jest zdecydowanym liderem polskiego rynku sprzedaży detalicznej obuwia i jednym z największych jego producentów w Polsce. Na koniec marca 2005 Grupa CCC dysponowała siecią 280 salonów sprzedaży, w tym 79 sklepów własnych.

W skład Grupy Kapitałowej CCC wchodzi CCC S.A. – spółka zarządzająca siecią sprzedaży oraz CCC Factory Sp. z o.o., zajmująca się produkcją obuwia. Sprzedaż kolekcji prowadzona jest pod marką CCC przez własne salony firmowe, oraz salony działające na zasadzie franszyzy. Dostawcy obuwia dla Spółki to zarówno producenci zagraniczni (przede wszystkim szyjący na zlecenie CCC producenci chińscy, jak również producenci włoscy), krajowi, jak też własne zaplecze produkcyjne. Ilościowy udział Grupy CCC w bardzo rozdrobnionym rynku producentów obuwia jest szacowany na 2,5%, a w rynku sprzedaży detalicznej – na 5%. Daje to firmie pozycję zdecydowanego lidera polskiego rynku sprzedaży detalicznej obuwia i jednego z największych jego producentów w Polsce.