



Prezentacja



Grupa **CCC**

I kwartał 2006



Plan prezentacji

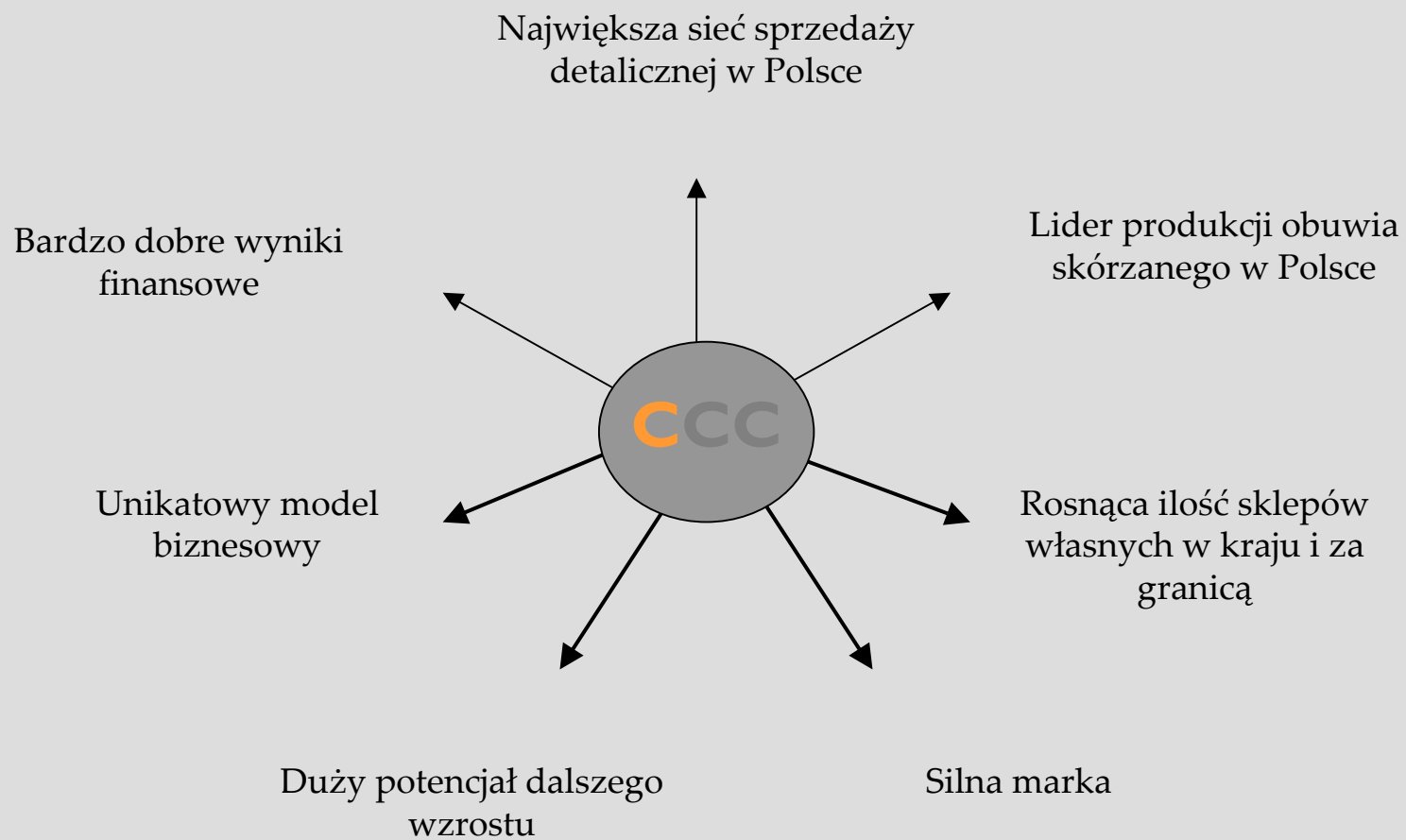
- Wprowadzenie
 - Wyniki finansowe
 - Realizacja celów
 - Prognoza 2006
 - Plany Spółki
 - Informacje ogólne o Grupie **CCC**
 - Struktura operacyjna Grupy **CCC**
 - Struktura sprzedaży i sieć dystrybucji
-



● Wprowadzenie

- Wyniki finansowe
 - Realizacja celów
 - Prognoza 2006
 - Plany Spółki
 - Informacje ogólne o Grupie CCC
-

Grupa CCC





-
- Wprowadzenie
 - **Wyniki finansowe**
 - Realizacja celów
 - Prognoza 2006
 - Plany Spółki
 - Informacje ogólne o Grupie **CCC**
-

Wyniki finansowe za I kwartał 2006

	1Q2005 `000 PLN	1Q2006 `000 PLN	Zmiana
Przychody ze sprzedaży	62 476	68 093	9 %
Zysk (strata) brutto na sprzedaży	26 850	28 197	5 %
Marża brutto na sprzedaży	43,0%	41,4%	-4 %
Koszty sprzedaży	14 141	19 557	38 %
Koszty ogólne zarządu	4 381	3 750	-14 %
EBIT	7 696	4 996	-35 %
Zysk (strata) brutto	7 455	4 798	-36 %
Zysk (strata) netto	5 380	4 163	-23 %
Rentowność netto	8,6%	6,1%	-29 %
Aktywa razem	206 863	217 596	5 %
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	75 912	45 193	-41 %
Zobowiązania długoterminowe	17 382	735	-96 %
Zobowiązania krótkoterminowe	58 530	44 458	-24 %
Kapitał własny	130 951	172 403	32 %
Stopa zwrotu aktywów (ROE)*	4,2%	2,4%	-42 %
Stopa zwrotu kapitału (ROA)*	2,8%	2,0%	-29 %

* ROE i ROA liczone w oparciu o średni stan kapitałów własnych i aktywów w okresie



-
- Wprowadzenie
 - Wyniki finansowe
 - **Realizacja celów**
 - Prognoza 2006
 - Plany Spółki
 - Informacje ogólne o Grupie **CCC**
-

Dynamika sprzedaży we własnej sieci detalicznej na tych samych jednostkach

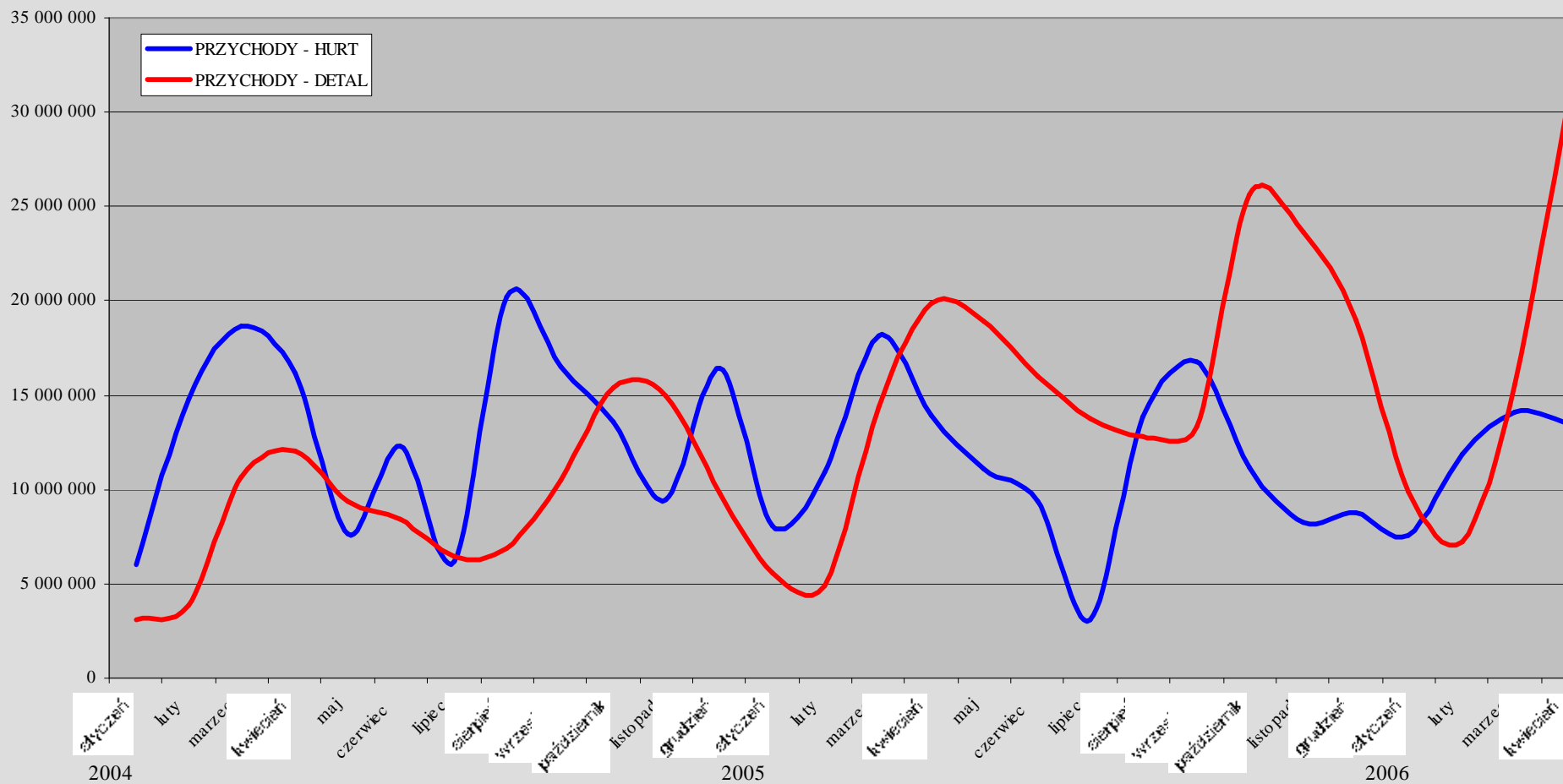
Miesiące	Jednostkowo	Narastająco
Styczeń	19,38%	19,38%
Luty	6,34%	12,10%
Marzec	-19,45%	-4,91%
Kwiecień	14,93%	4,24%



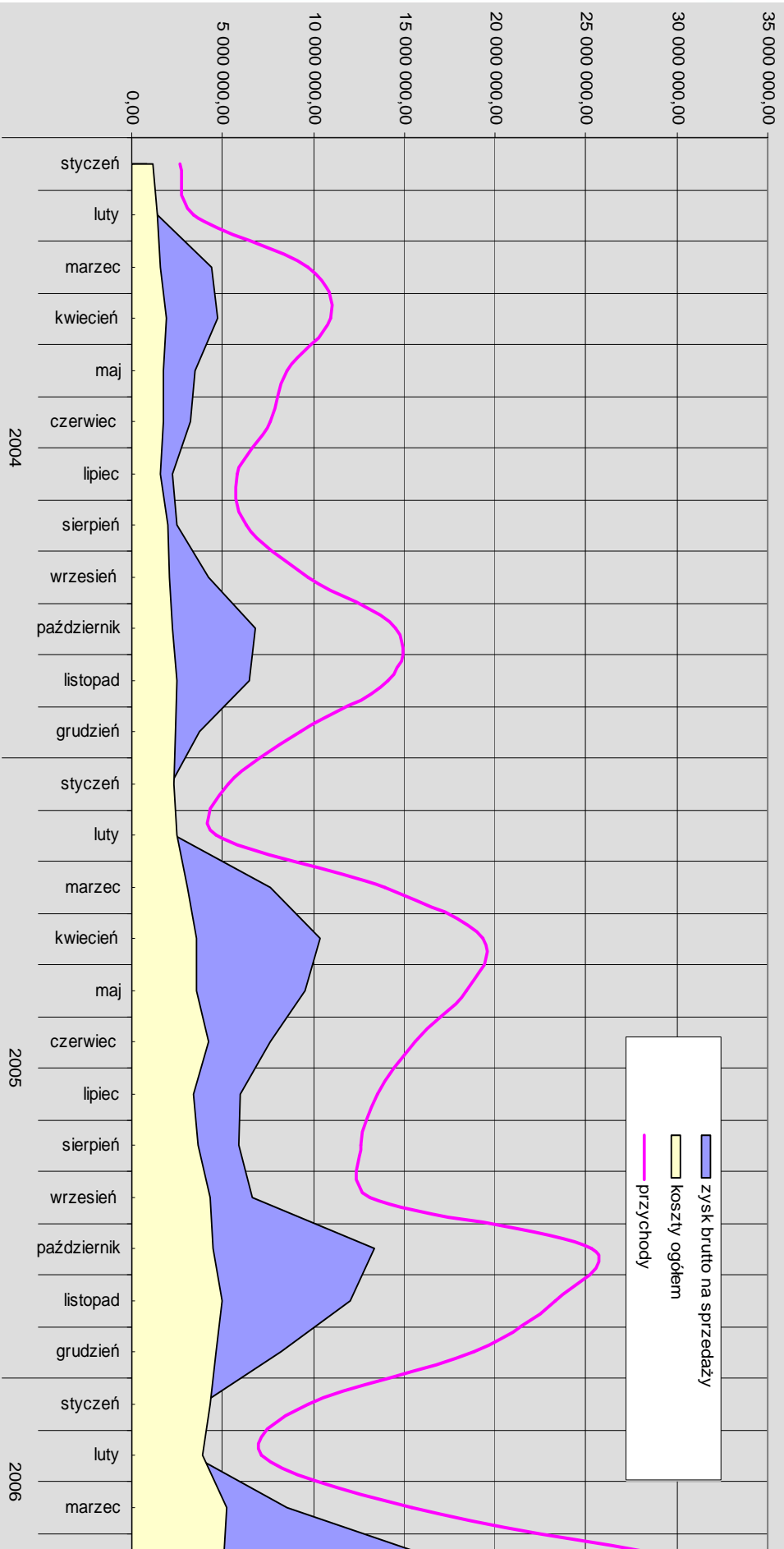
Własne salony – otwarcia I kwartał 2006

Salony własne				
Toruń	Szeroka 22		507	2006-01-28
Białystok	Produkcyjna 84	Auchan	477	2006-02-25
Kalisz	Al. Wojska Polskiego 2	Tesco	134	2006-03-11
Łowicz	Stanisławskiego 10	Galeria Łowicka	270	2006-03-31
Franszyza				
Wschowa	Niepodległości 37		130	2006-01-17
Zduńska Wola	Produkcyjna 84		150	2006-02-21
Ostrowiec Św.	3 Maja 1	DH. MEX	210	2006-03-21
Czechy				
Praha		Plaza	400	2006-03-22
Prostějov		Arkada	250	2006-04-08

Zmiana struktury przychodów



Sklepy własne ogółem



Koszty stałe

średnia powierzchnia handlowa sklepów otwartych przed 1.01.2005	266,08
średnia powierzchnia handlowa sklepów otwartych w 2005	312,22
średnia powierzchnia handlowa sklepów otwartych w 2006	345,77
średnia powierzchnia handlowa sklepów funkcjonujących w I kw 2005	263,77
średnia powierzchnia handlowa sklepów funkcjonujących w I kw 2006	286,41
zm % I kw 2005 / 2006	8,58

struktura % kosztów ponoszonych przez sklepy (te same placówki)

	2004	2005	2006*	średnio
wyn.	30	32	33	32
czynsz	44	38	45	42
inne	26	30	22	26

	2005	2006
średni koszt czynszu	14 118,54	18 987,31
zm %	34,48	

Próg rentowności

	2004	2005	Ikw 2006
średni koszt	34 951	41 358	41 358
średnia marża na sprzedaży	42,8	49,9	49,9
wymagana sprzedaż	81 757	82 887	84 000
średnia sprzedaż (wykonanie)	158 037	167 429	98 000



-
- Wprowadzenie
 - Wyniki finansowe
 - Realizacja celów
 - **Prognoza 2006**
 - Plany Spółki
 - Informacje ogólne o Grupie CCC
-

Prognoza 2006

Wyniki skonsolidowane (w mln zł)	2005	Prognoza 2006	Zmiana
Przychody ze sprzedaży	343,72	412,0	+20,0 %
Zysk operacyjny	54,78	75,0	+36,0 %
Zysk netto	43,51	61,0	+40,2 %



-
- Wprowadzenie
 - Wyniki finansowe
 - Realizacja celów
 - Prognoza 2006
 - **Plany Spółki**
 - Informacje ogólne o Grupie CCC
-

Plany na rok 2006

- Otwarcie łącznie 40 sklepów CCC w Polsce w 2006 roku
 - Otwarcie nowej linii sprzedaży SALONY – 15 sklepów w 2006 roku
 - Otwarcie 10 salonów w Czechach w 2006 roku
 - Wprowadzanie motywujących systemów wynagradzania personelu w sieci detalicznej
 - Wzrost sprzedaży w istniejących placówkach o dalsze 5%
-



Rozwój sieci sprzedaży detalicznej



Sklepy CCC	
Do końca 2005	108 + 6K
2006	+40
2007	+40
2008	+20
Razem:	ok. 200 + 150F

CZECHY	
Do końca 2005	7
2006	+10
2007	+10
2008	+10
Razem:	ok. 40

Rosja - MODEL CCC	
2007	3 (Moskw)
Docelowo:	ok. 50

BUTIKI	
2007	+18
2008	+17
Razem:	35

Linia SALONY	
2006	15
2007	+30
2008	+30
2009	+30
Razem:	105

Własne salony – podpisane umowy na 2006

LP.	Data zawarcia umowy	Uwagi	Data otwarcia	Miejscowość	Centrum Handlowe	Powierzchnia
1.			2006 I połowa	Lębork		270
2.	2003-06-03	18.05.2006	2006 I połowa	Łódź	MANUFAKTURA	342
3.	2006-05-05		2006 I połowa	Mikołów	Galeria PIK	187,45
4.	2006-04-11		2006 I połowa	Stalowa Wola	TES CO,-	276
5.	2006-01-31	II poł.	2006 I połowa	Zamość	Galeria Lwowska	286
6.			2006 II połowa	Ława		
7.	2006-03-20		2006 II połowa	Bydgoszcz	Carre four Gale ria GLINKI	314
8.	206-03-09		2006 II połowa	Gliwice	CEFIC/ Carre four	500
9.	2005-11-08		2006 II połowa	Kielce	Passaż Świętokrzyski	343
10.	2005-05-23		2006 II połowa	Kraków	ECE	264
11.	2005-05-06		2006 II połowa	Lublin	CENTRUM ORKANA	563
12.	2006-04-20		2006 II połowa	Malbork	SDH JURAND	339
13.			2006 II połowa	Ostróda		220
14.	przejęcie		2006 II połowa	Radom	Le cle rc	185
15.	2004-12-22		2006 II połowa	Rybnik	FOCUS PARC	382
16.	2006-04-10		2006 II połowa	Rzeszów	Auchan	290
17.	2005-10-14		2006 II połowa	Sosnowiec	PLAZA	254
18.	2006-05-10	11.11.2006	2006 II połowa	Szcza wno Zd. /Wałbrzych	TES CO,-	228
19.	2004-09-00		2006 II połowa	Warszawa	złote Tarasy	445
20.	2006-03-08		2006 II połowa	Warszawa	KING CROSS	160
21.	2006-02-28		2006 II połowa	Zamość	DH TOMASZ	270
22.	2005-12-12		2006 II połowa	Zgorze le c	Galeria Słowiańska	387
23.	2006-03-14		2006 II połowa	Żyrardów	RYNEK	300
24.			2006 II połowa	Chełm	TES CO,-	

Dotychczasowa marka

25.		2006 II połowa	Gdańsk - Chełmno	TES CO,-	
26.		2006 II połowa	Grudziądz	Carre four	300
27.		2006 II połowa	Inowrocław	RYNEK	300
28.		2006 II połowa	Konin	Gale ria	220
29.		2006 II połowa	Koszalin	Emka	375
30.		2006 II połowa	Lublin	Empik	400
31.		2006 II połowa	Mysłowice	re al,-	500
32.		2006 II połowa	Świnoujście	RYNEK	
33.		2006 II połowa	Warszawa	Legionowo	
34.		2006 II połowa	Warszawa	WolaPark	240
35.		2006 II połowa	Bydgoszcz	Auchan	
36.		2006 II połowa	Głogów	Carre four	
37.	VI przejęcie	2006 II połowa	Katowice	DT SUPERSAM	

Legenda:

	umowy podpisane
	podpisane jednostronnie
	rozmowy

Własne salony – podpisane umowy na 2007

LP.	Data zawarcia umowy	Uwagi	Data otwarcia	Miejscowość	Centrum Handlowe	Powierzchnia
38.	2005-09-22		2007 I połowa	Białystok		460
39.	2004-12-22		2007 I połowa	Bydgoszcz	FOCUS PARC	452
40.	2006-01-19		2007 I połowa	Gliwice	CUSHMAN	318
41.			2007 I połowa	Gorzów	ASKANA/ Galeria	329
42.			2007 I połowa	Poznań	Stary Browar	550
43.	2005-11-25		2007 I połowa	Puławy	GALERIA ZIELONA	299
44.	2005-11-09		2007 I połowa	Wrocław	CH ARKADIA	414
45.	2004-08-19		2007 I połowa	Wrocław	Galeria LEGNICKA	302
46.	2005-06-15		2007 I połowa	Wrocław	Pasaż Grunwaldzki	505
47.	2005-02-18		2007 I połowa	Zielona Góra	FOCUS PARC	550
48.			2007 I połowa	Białystok	Ł	382
49.			2007 I połowa	Gdańsk	ECE Galeria Gdańska	530
50.			2007 I połowa	Łomża	Pasaz Podlaski	550
51.			2007 I połowa	Poznań	ECE	360
52.			2007 I połowa	Bielsko Biala	GEANT	
53.	uwagi		2007 I połowa	Dębica	RYNEK / GALERIA	
54.	Solvay Park		2007 I połowa	Kraków	ZaKOPINKA	
55.			2007 I połowa	Łuków		
56.			2007 I połowa	Otwock		
57.			2007 I połowa	Racibórz		
58.			2007 I połowa	Zakopane	RYNEK	390
59.	2004-09-03	OPROTEST PRZEZ KUPCÓW	2007 II połowa	Białystok	FOCUS PARC	329
60.	2005-11-07		2007 II połowa	Gliwice	FOCUS PARC	500
61.	2005-10-14		2007 II połowa	Lublin	PLAZA	254

Dotychczasowa marka

Legenda:

	umowy podpisane
	podpisane jednostronnie
	rozmowy

Własne salony – podpisane umowy

LP.	Data zawarcia umowy	Data otwarcia	Miejscowość	Centrum Handlowe	Powierzchnia
1.	2005-12-16	2006 II połowa	Białystok	CH HETMAN	248
2.		2006 II połowa	Czeladź	M 1	240
3.		2006 II połowa	Gdynia	BATORY	136
4.	2006-04-28	2006 II połowa	Gliwice	Cefic/ Carrefour	186
5.		2006 II połowa	Kalisz	Carrefour	200
6.	2006-04-27	2006 II połowa	Katowice	Trzy Stawy	94,5
7.	2006-05-01	2006 II połowa	Legnica	Galeria Piastów	160
8.	2006-04-10	2006 II połowa	Sosnowiec	Auchan	200
9.	2006-05-10	2006 II połowa	Szczawno Zdr./Walbrzych	TESCO	154
10.	2006-04-27	2006 II połowa	Szczecin	STER	240
11.	2006-02-28	2006 II połowa	Warszawa	CEFIC CH wileńska	156
12.	2006-04-27	2006 II połowa	Warszawa	Janki	230
13.	2006-04-10	2006 II połowa	Wrocław	CEFIC CH BOREK	90
14.		2006 II połowa	Bytom	PLEJADA	
15.		2006 II połowa	Gdańsk	Madison	
16.		2006 II połowa	Grudziądz	Carrefour	
17.		2006 II połowa	Mikołów	Auchan	250
18.		2006 II połowa	Poznań Komorniki	Auchan	192
19.		2006 II połowa	Poznań Swadzim	Auchan	160
20.		2006 II połowa	Rzeszów	CH Grafika	
21.		2006 II połowa	Świdnica	Tesco	115
22.		2006 II połowa	Warszawa	REDUTA	
23.		2006 II połowa	Zabrze	Platan	156

Nowa linia produktu

ROK 2007					
24.	2005-07-13	2007 I połowa	Wrocław	Pasaż Gmwałdzki - ECHO	211
25.	2006-02-23	2007 I połowa	Zielona Góra	FOCUS PARC	211
26.		2007 I połowa	Białystok	Ł	216
27.		2007 I połowa	Łomża	Pasaż Podlaski - ECHO	167
28.		2007 I połowa	Bielsko-Biała	CH SFERA	
29.		2007 I połowa	Kielce	ECHO	200
30.		2007 I połowa	Wrocław	Arkady	200
31.		2007 I połowa	Gorzów	ASKANA/ Galeria	180
32.	2006-02-10	2007 II połowa	Bydgoszcz	FOCUS PARC	256
33.	2006-02-10	2007 II połowa	Gliwice	FOCUS PARC	241
34.		2007 II połowa	Gdynia	Geant	200
35.		2008 II połowa	Lubin	CUPRUM	220

Własne salony – podpisane umowy

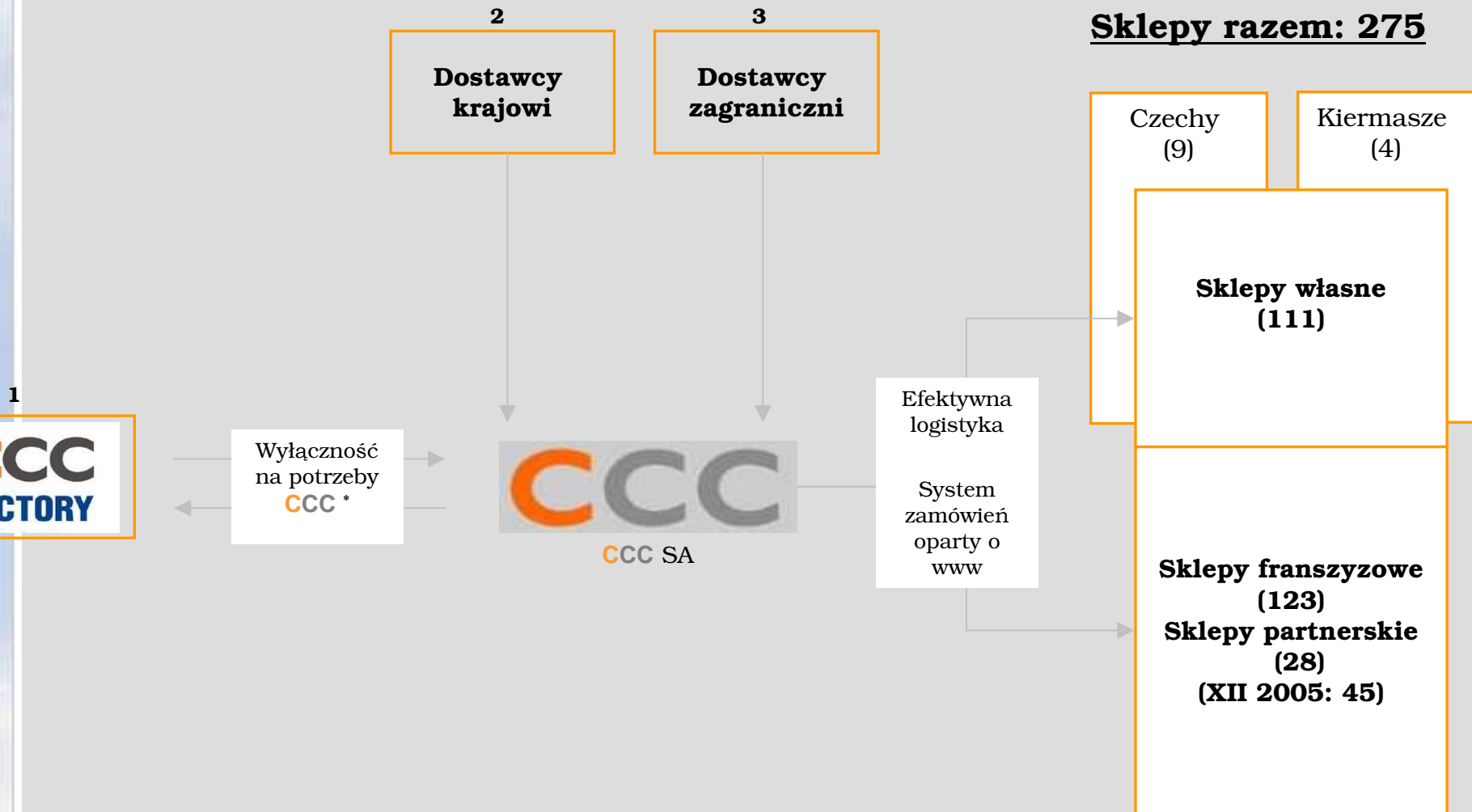
Czechy

Lp	planowana data otwarcia	MIEJSCOWOŚĆ	NAZWA CENTRUM HANDLOWEGO	POWIERZC HNIA W m2
1.	2006	České Budějovice	CB Mercury Center, a.s.	455
2.	2006	Praha	TK Development IX, s.r.o.	340
3.	2007	Most	Huts II	450
4.	2006	Brno	Ikea	346
5.	2007	Plzeň	Plaza	
6.	2007	Liberec	Nisa -phase II	380
7.	2007	Mlada Boleslav	Cushman Wakefield	400
8.	2007	Praha	Hypernova	385
9.	2007	Prdubice	Hypernova	263
10.	2007	Zlín	Obchodní Centrum Zlaté Jablko	250
11.	2007/2008	Pardubice	Palac	360
12.	2008	Liberec	ECE	389
13.	2009	Ostrava	ECE	



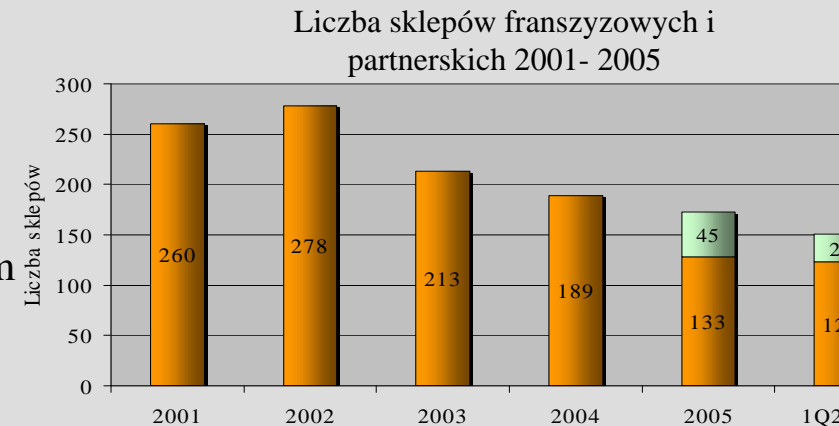
-
- Wprowadzenie
 - Wyniki finansowe
 - Realizacja celów
 - Prognoza 2006
 - Plany Spółki
 - **Informacje ogólne o Grupie CCC**
-

Struktura operacyjna Grupy CCC



Sieć dystrybucji – salony franszyzowe

- **151 sklepów: 123 salonów franszyzowych, 28 sklepów partnerskich, nieco mniejsza średnia powierzchnia (ok. 190 m² dla franszyzy)**
 - Rozproszona grupa 40 franszyzobiorców (5 największych – ok. 25% sprzedaży CCC ogółem w 2005)
- Marża detaliczna pokrywa wszelkie koszty franszyzobiorcy (m.in. czynsze, większość reklamacji)
- Korzystne dla CCC umowy franszyzowe:
 - sprzedaż towarów wyłącznie pochodzących od CCC, instrumenty dyscyplinujące franszyzobiorców
- Wysoka lojalność franszyzobiorców:
 - Sprawdzeni dłużej partnerzy
 - CCC jest bezpośrednim najemcą 1/3 spośród 151 lokali (głównie centra handlowe), które wygenerowały ponad połowę przychodów sklepów franszyzowych (koszt czynszu refakturowany z 2% marżą)



Optymalizacja sieci franszyzowej



Sieć dystrybucji – własne salony

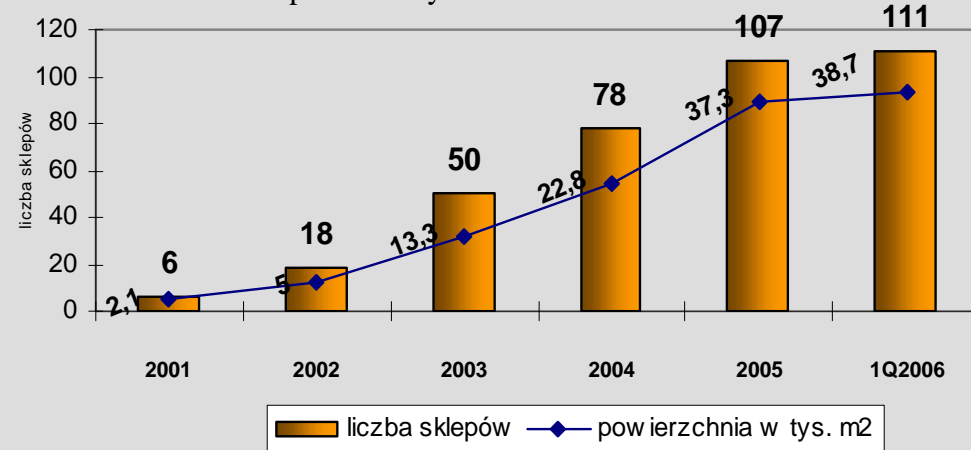
- 111 sklepów własnych o średniej powierzchni ok. 350 m²;
- Dodatkowo 4 kiermasze (bez logo CCC) o charakterze dyskontów do wyprzedaży końcówek serii.
- Rozwijane na bazie dzierżawionych powierzchni;
- Generują średnią marżę detaliczną [48,9%]



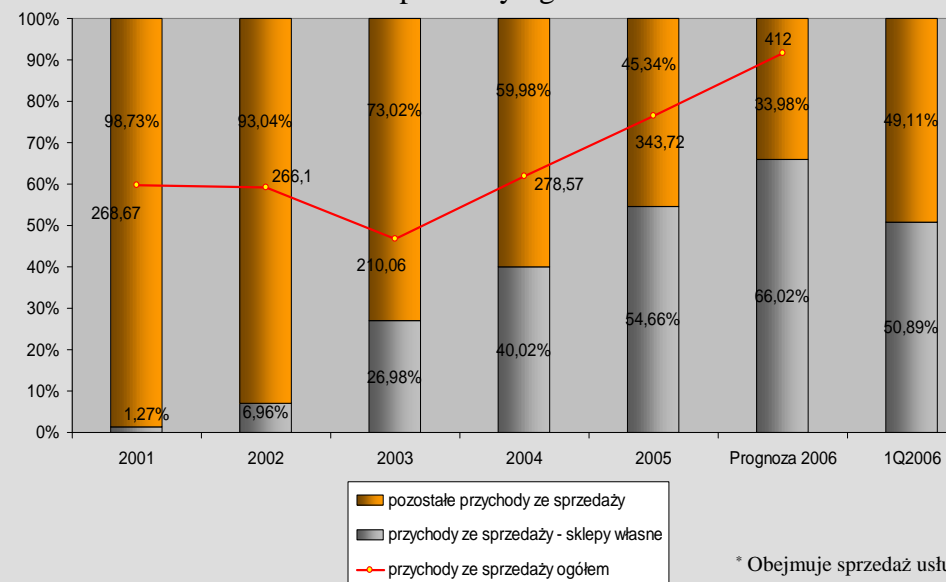
ad towaru w salonie wg

ki grupują asortyment
ny i jakości –instrument
ntacji klienta

Liczba sklepów własnych na terenie Polski *



Udział % przychodów ze sprzedaży detalicznej w przychodach ze sprzedaży ogółem*



* Obejmuje sprzedaż usług

Dziękuję za uwagę

CCC S.A.

Polkowice, ul. Strefowa 6
59-101 Polkowice



tel.: (076) 845 84 00

Fax: (076) 845 84 00

e-mail: ccc@ccc.com.pl

Adres www: www.ccc.com.pl