

Prezentacja



Grupa **CCC**

III kwartał 2006

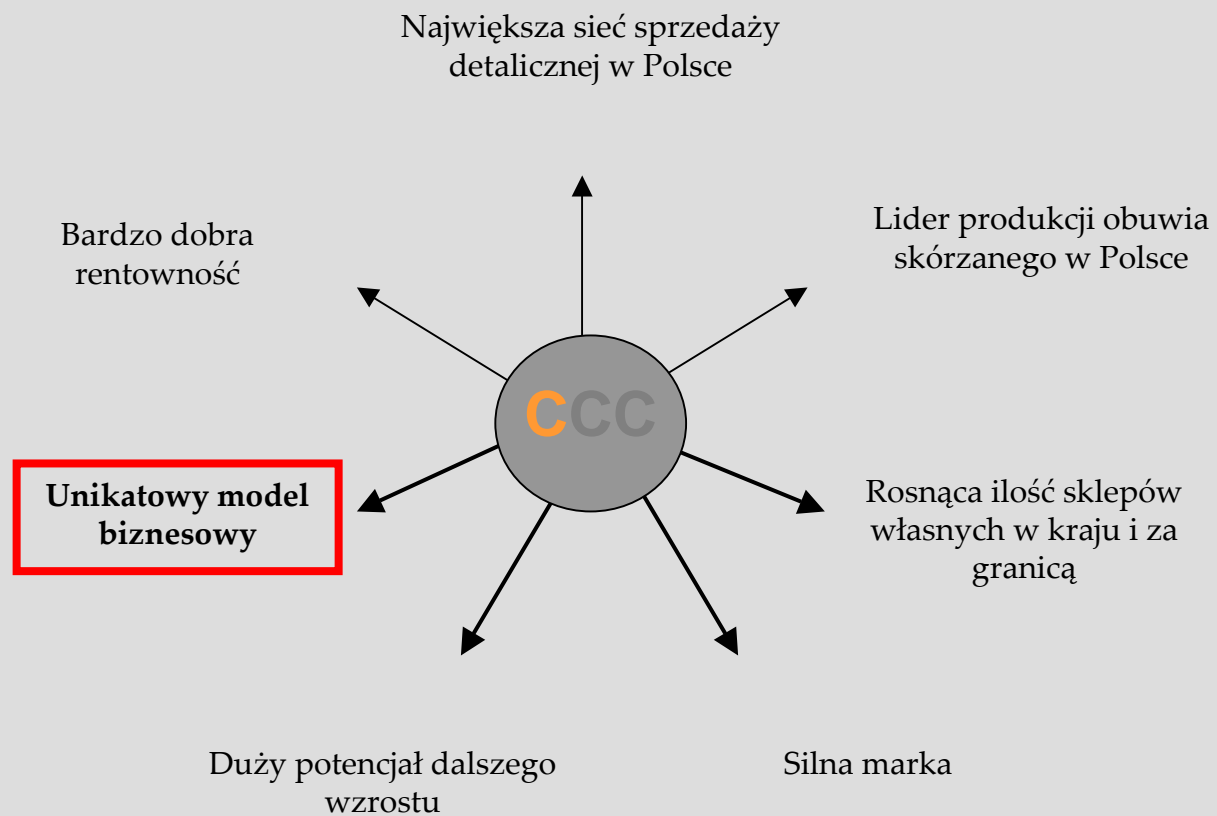


Plan prezentacji

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



Grupa CCC





Wyniki finansowe za III kwartał 2005/2006

	3Q2005 `000 PLN	3Q2006 `000 PLN	Zmiana
Przychody ze sprzedaży	76 283	92 342	21,1 %
Zysk (strata) brutto na sprzedaży	31 687	39 659	25,2 %
Marża brutto na sprzedaży	41,5%	42,9%	3,4 %
Koszty sprzedaży	15 586	23 838	52,9 %
Koszty ogólne zarządu	3 299	4 285	29,9 %
EBIT	12 027	11 194	-6,9 %
Zysk (strata) brutto	11 771	11 218	-4,7 %
Zysk (strata) netto	8 550	9 068	6,1 %
Rentowność netto	11,2%	9,8%	-12,5 %
Aktywa razem	192 081	244 928	27,5 %
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	40 507	77 481	91,3 %
Zobowiązania długoterminowe	2 466	1 121	-54,5 %
Zobowiązania krótkoterminowe	38 041	76 360	100,7 %
Kapitał własny	151 574	167 447	10,5 %
Stopa zwrotu aktywów (ROE)*	5,6%	5,4%	-4,0 %
Stopa zwrotu kapitału (ROA)*	4,5%	3,7%	-16,8 %



Wyniki finansowe za 3 kwartały 2005/2006

	3Q2005 `000 PLN	3Q2006 `000 PLN	Zmiana
Przychody ze sprzedaży	231 765	279 450	20,6 %
Zysk (strata) brutto na sprzedaży	100 144	125 358	25,2 %
Marża brutto na sprzedaży	43,2%	44,9%	3,9 %
Koszty sprzedaży	51 601	70 906	37,4 %
Koszty ogólne zarządu	11 283	12 653	12,1 %
EBIT	36 104	43 929	21,7 %
Zysk (strata) brutto	35 816	45 295	26,5 %
Zysk (strata) netto	26 927	37 248	38,3 %
Rentowność netto	11,6%	13,3%	14,7 %
Aktywa razem	192 081	244 928	27,5 %
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	40 507	77 481	91,3 %
Zobowiązania długoterminowe	2 466	1 121	-54,5 %
Zobowiązania krótkoterminowe	38 041	76 360	100,7 %
Kapitał własny	151 574	167 447	10,5 %
Stopa zwrotu aktywów (ROE)*	17,8%	22,2%	25,2 %
Stopa zwrotu kapitału (ROA)*	14,0%	15,2%	8,5 %



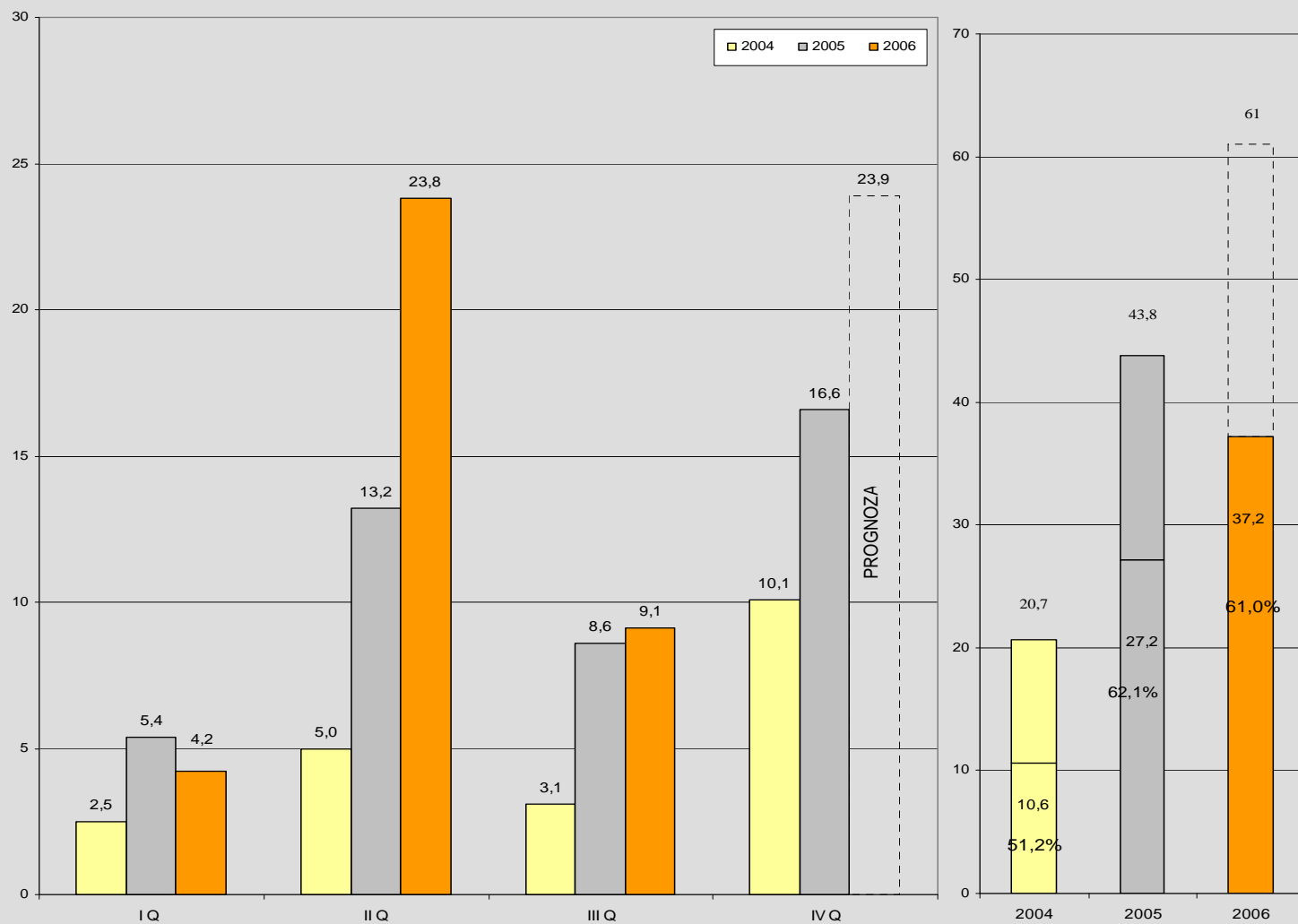
Jesteśmy skuteczni !!! III kwartały 2006

- Przychody ze sprzedaży wzrosły o 21%
- Wynik operacyjny wzrósł o 22%
- Zysk netto wzrósł o 38%
- Wzrost sprzedaży na tych samych jednostkach o 7,6%
- Wzrost rentowności netto o 15%



Skonsolidowany zysk netto 2004-2006

Zysk netto skonsolidowany w latach 2004 - 2006 (w mln PLN)

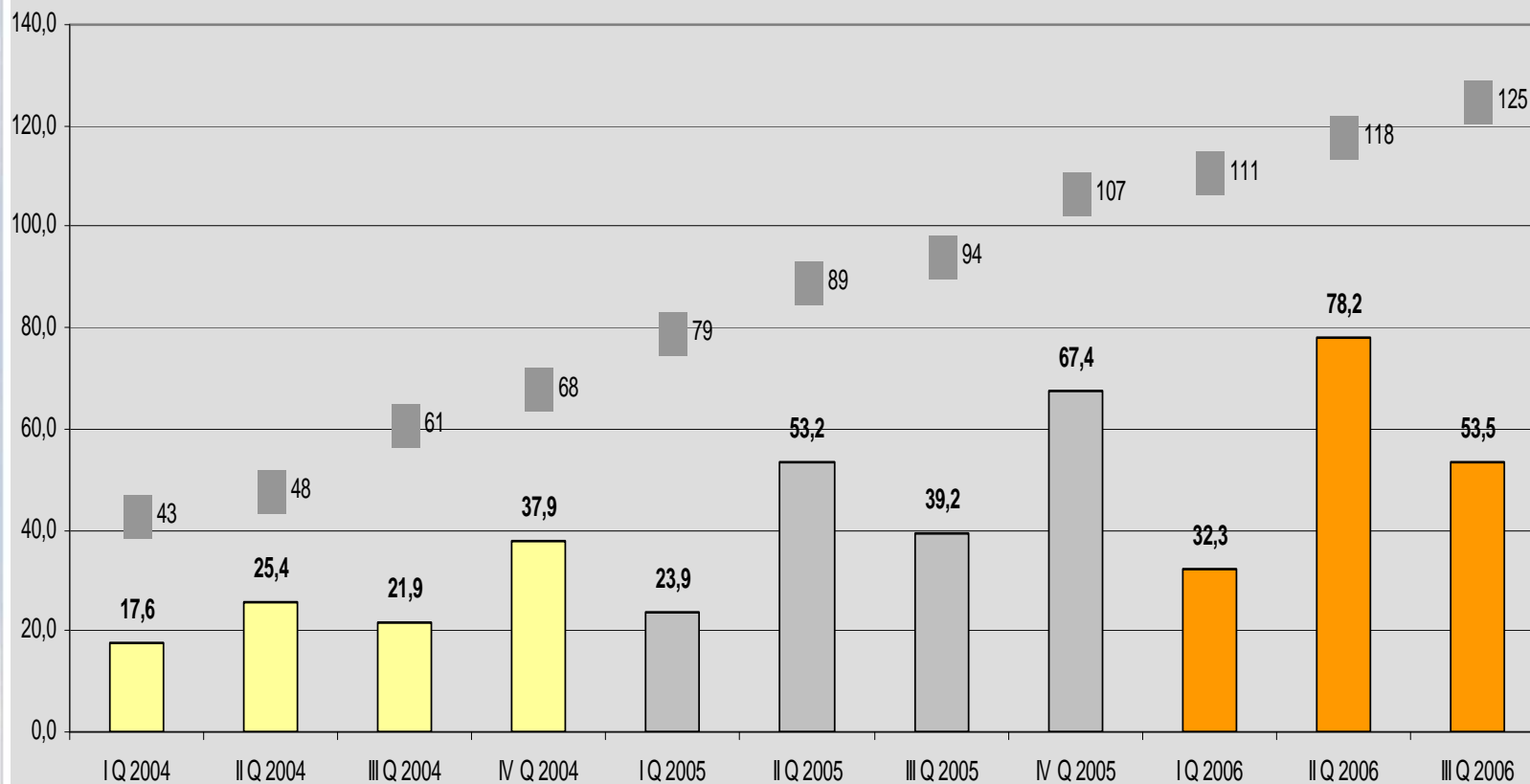




Przychody ze sprzedaży sklepy własne 2004-2006

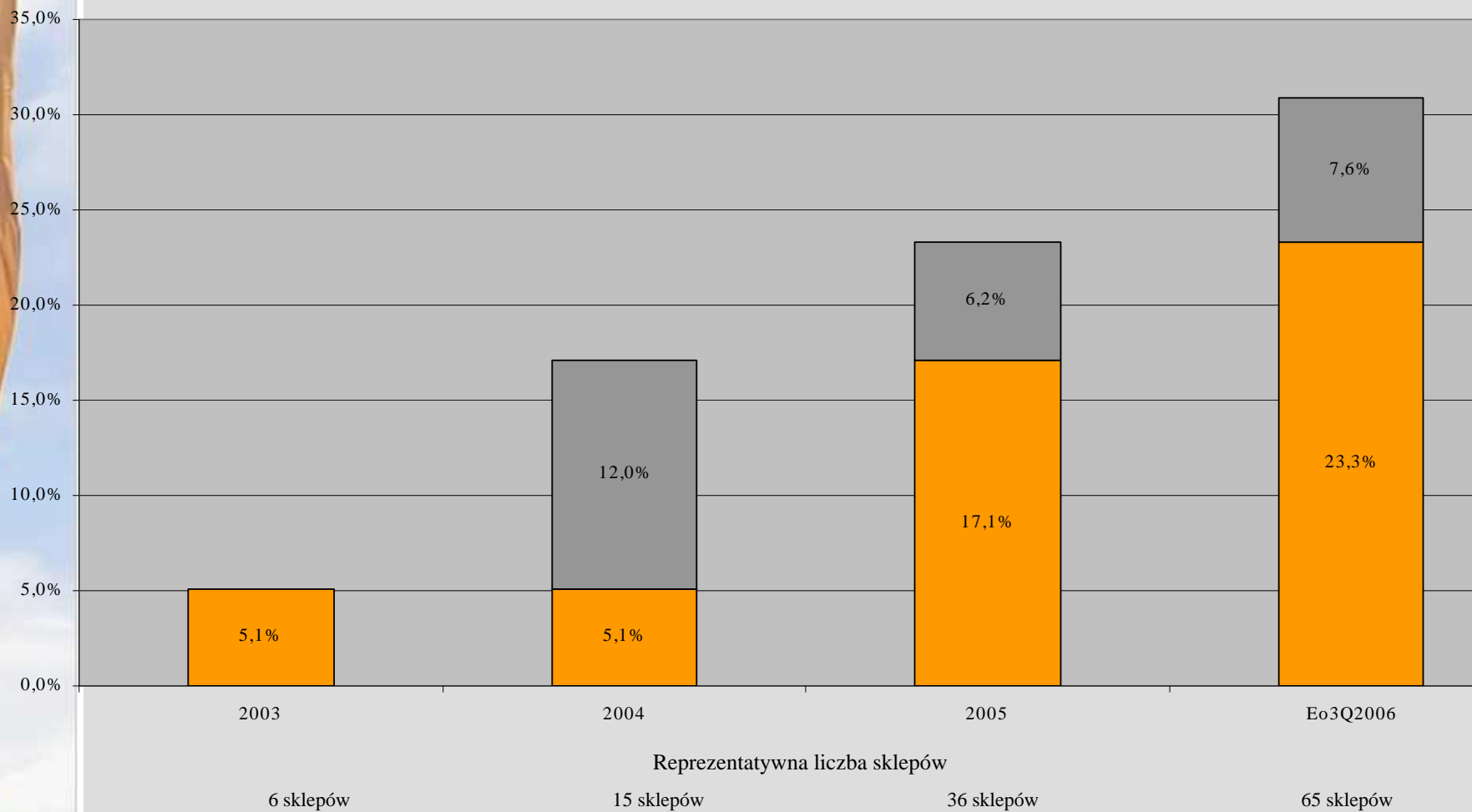
Przychody ze sprzedaży w latach 2004-2006 - kwartalnie (w mln)

□ przychody (w mln) ■ liczba sklepów



Sprzedaż na porównywalnych sklepach własnych

Sprzedaż te same sklepy 2003 - Eo3Q2006





Dynamika sprzedaży we własnej sieci detalicznej na tych samych sklepach

Miesiące	Jednostkowo	Narastająco
Styczeń	19,38%	19,38%
Luty	6,34%	12,10%
Marzec	-19,45%	-4,91%
Kwiecień	14,93%	4,24%
Maj	10,85%	6,31%
Czerwiec	15,51%	8,04%
Lipiec	-1,11%	6,77%
Sierpień	9,28%	6,93%
Wrzesień	14,50%	7,57%

Średnia dzienna sprzedaż na sklep

Średnia dzienna sprzedaż na sklep w cenach detalicznych brutto w latach 2004 - 2006

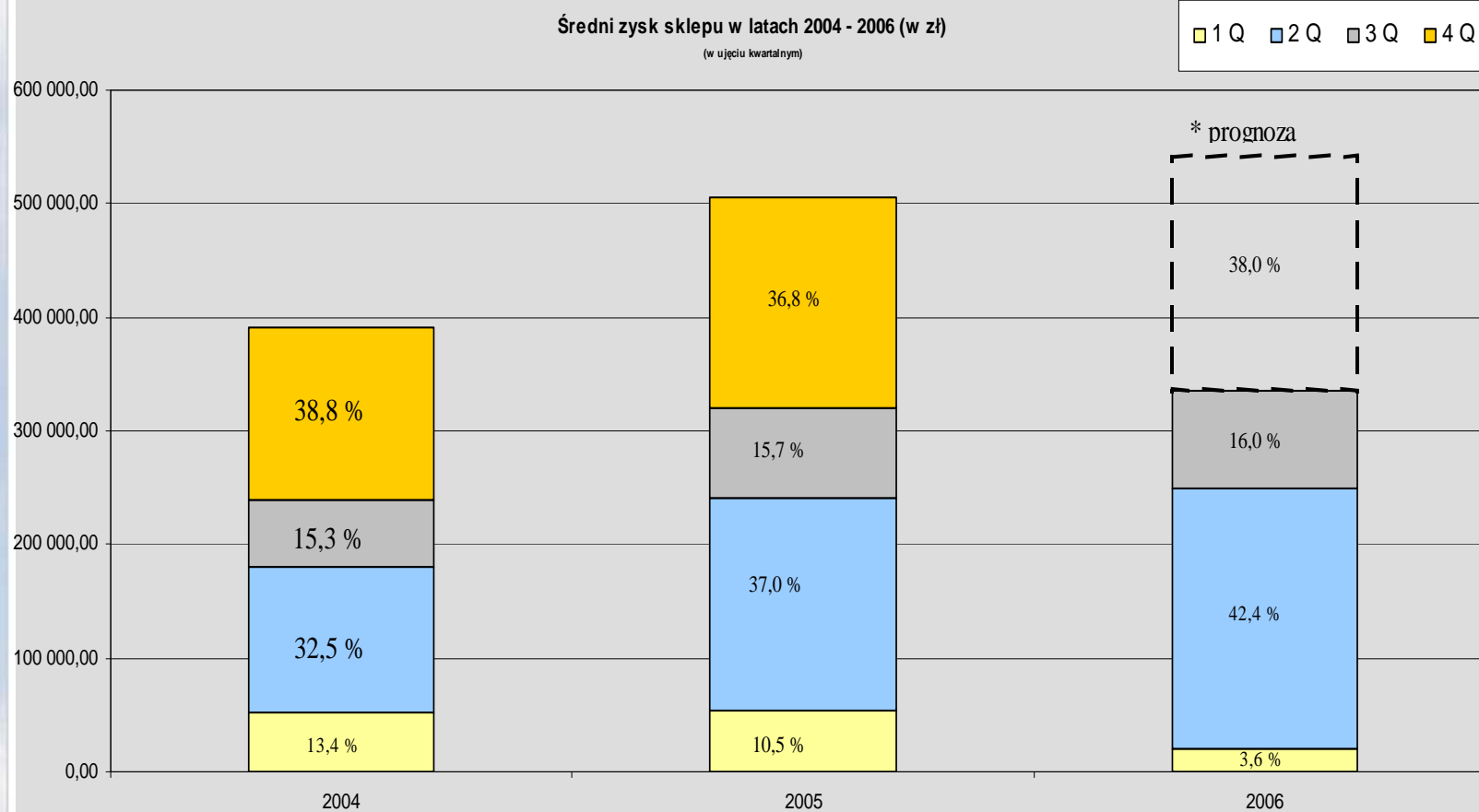
Rok	2004	2005	2006
Miesiąc	Średnia sprzedaż brutto / sklep	Średnia sprzedaż brutto / sklep	Średnia sprzedaż brutto / sklep
Styczeń	3 096,11	3 447,28	4 119,44
Luty	3 871,37	3 098,55	3 233,56
Marzec	8 970,99	7 862,81	5 941,53
Kwiecień	10 709,57	10 949,01	12 283,19
Maj	7 739,80	9 209,26	9 559,58
Czerwiec	6 989,11	7 667,09	8 392,60
Lipiec	5 080,93	6 413,46	6 170,68
Sierpień	5 021,96	5 877,44	6 062,51
Wrzesień	6 825,26	5 971,09	6 527,58
Październik	9 784,99	10 610,77	11 432,72
Listopad	7 871,89	8 789,31	17 477,54
Średnia dzienna w roku	6 905,63	7 263,28	8 290,99

* średnia sprzedaż z 9 dni

** Średnia dzienna sprzedaż na sklep = wartość sprzedaży brutto za dany miesiąc / suma ilości dni przepracowanych przez sklepy

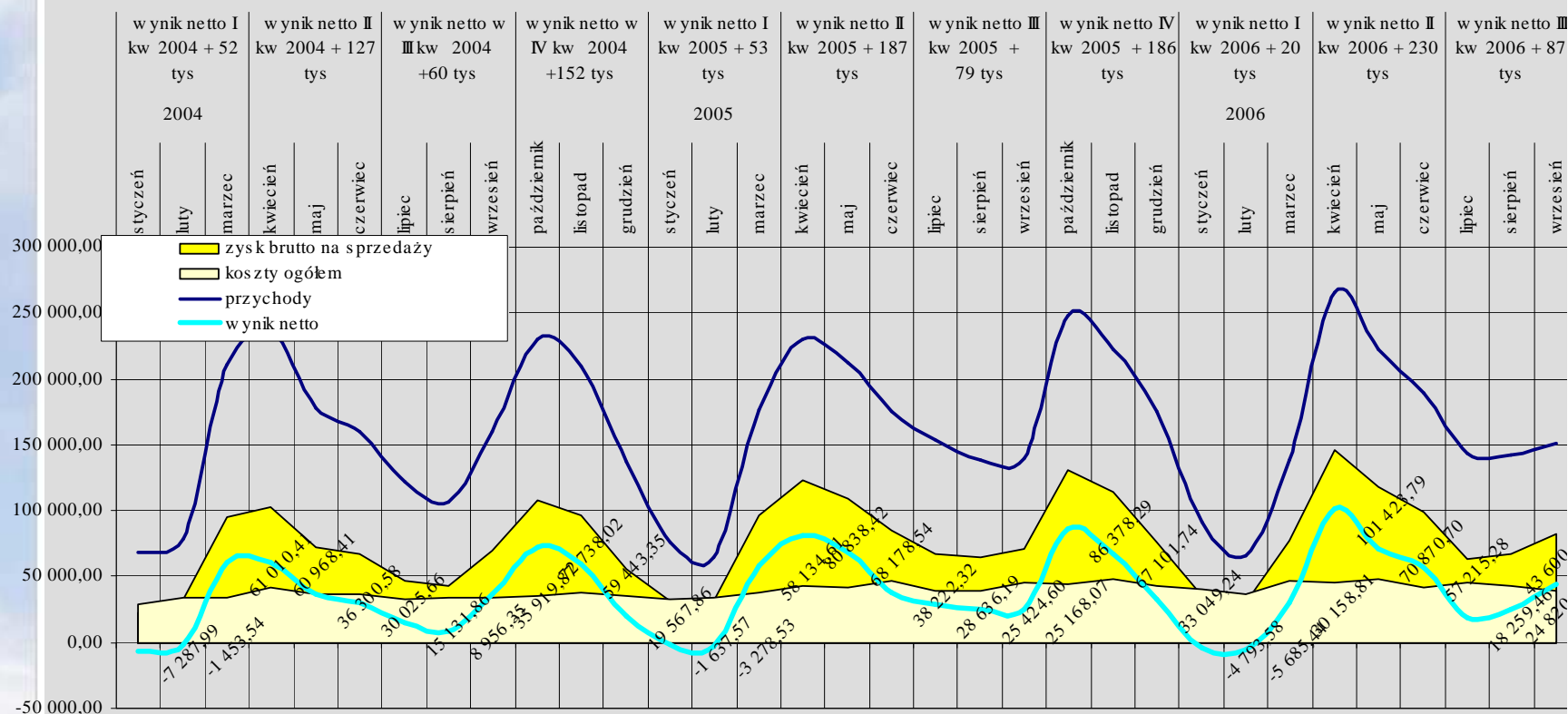


Średni zysk sklepu



Sklep modelowy

Sklep modelowy





Koszty stałe

	3Q 2004	3Q2005	3Q 2006
średni koszt	34 604,09	40 146,09	42 678,60
średnia marża na sprzedaży	41,77	49,94	51,05
wymagana sprzedaż	82 853,85	80 380,70	83 596,94
średnia sprzedaż (w wykonanie)	146 588,87	151 500,51	156 695,60

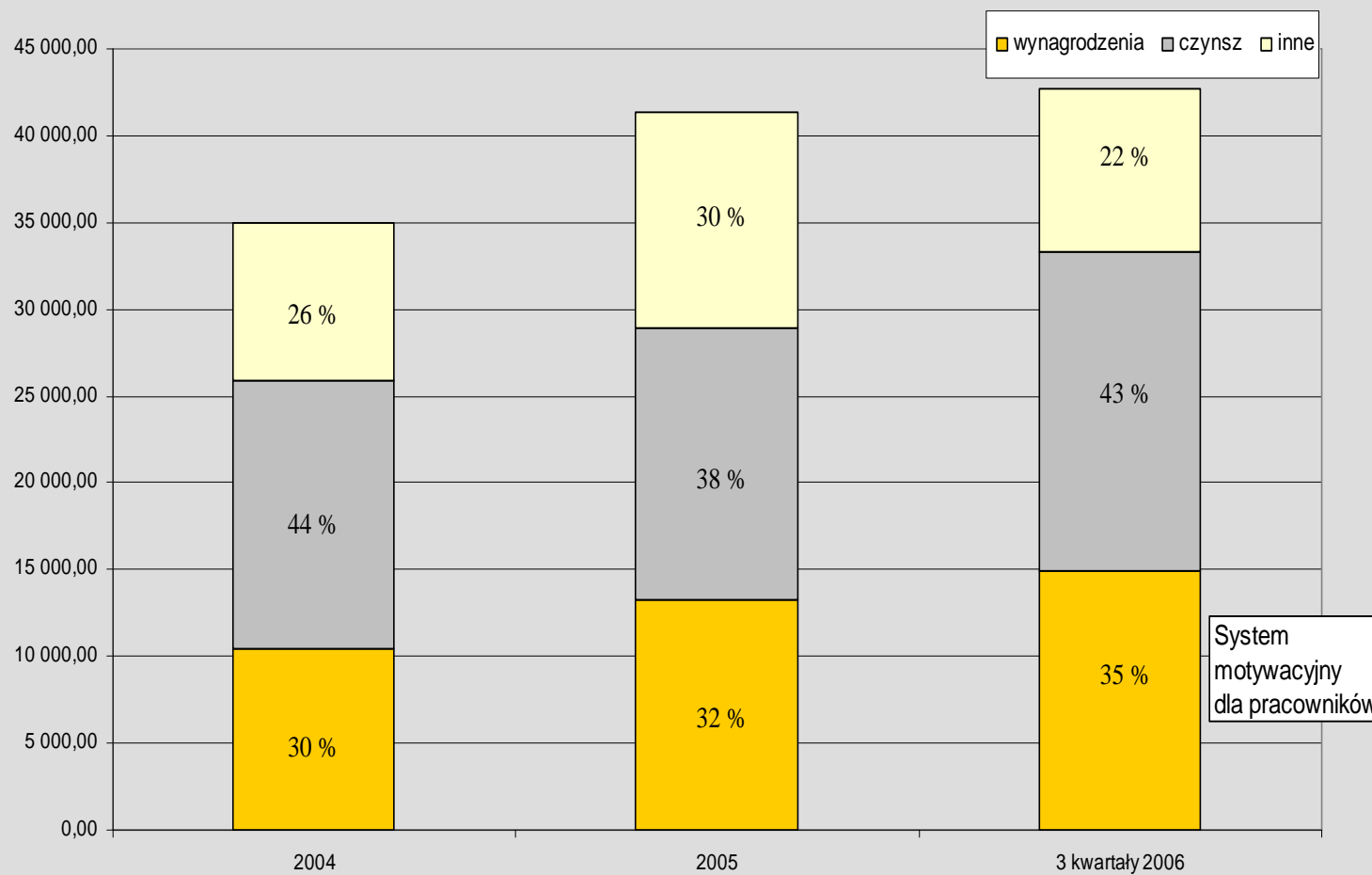
Średnia powierzchnia handlowa sklepów otwartych przed 01.01.2005	266,08
Średnia powierzchnia handlowa sklepów otwartych w 2005	312,22
Średnia powierzchnia handlowa sklepów otwartych w 2006	312,39
średnia powierzchnia sklepów funkcjonujących w III kw 2005	286,58
średnia powierzchnia sklepów funkcjonujących w III kw 2006	291,48
zm % III kw 2005 / 2006	1,71

	2005	2006
średni koszt czynszu	15 255,51	18 351,80
zm %	20,30	



Średni koszt sklepu

Średni koszt sklepu w latach 2004 - 2006 (w zł)





Salony CCC – otwarcia

OTWARCIA CCC 2H2006

I półrocze - otwarto 11 sklepów

Lp.	Grupa	Nazwisko	Miasto	Ulica	Centrum	Metraż	Data Otwarcia
1	Kraków	Gaczorek	Kraków	Pawia 5	Galeria Krakowska ECE	343	2006-09-28
2	CCC	CCC	Gliwice	Al.Jana Nowaka-Jeziorańskiego 1	ARENA	500	2006-09-27
3	CCC	CCC	Legionowo	Siwińskiego 2	DH. MAXIM	210	2006-09-16
4	CCC	CCC	Gdynia	10 Lutego 11	CH. BATORY	535	2006-09-01
5	CCC	CCC	Katowice	Ks. Piotra Skargi 6		630	2006-08-26
6	Kępno	Chudy	Lubań	Bracka 5		250	2006-08-25
7	CCC	CCC	Radom	Toruńska 1	CH. E' LECLERC	185	2006-08-23
8	CCC	CCC	Lublin	Orkana 6	Galeria Orkana	563	2006-08-19
9	CCC	CCC	Sosnowiec	Zuzanny 20	CH. AUCHAN	372	2006-08-19
10	CCC	CCC	Ostróda	Jana Pawła II 9		245	2006-07-28
11	Zamość	Buchajski	Zamość	Lwowska 56	Galeria Lwowska Carrefour	286	2006-07-19
12	Zamość	Buchajski	Radzyń Podlaski	Ostrowiecka 34		230	2006-07-15
13	Kępno	Chudy	Zgorzelec	Jeleniowska 42 Łagów	Galeria Słowiańska-Carrefour	387	2006-07-04
14	CCC	CCC	Tomaszów Mazowiecki	Pl. Kościuszki 8		361	2006-10-21
15	CCC	CCC	Mińsk Mazowiecki	Konstytucji 3 Maja 3	DH. OLIMP	300	2006-10-18
16	CCC	CCC	Grudziądz	Konarskiego 45	Carrefour Galeria Grudziądzka	340	2006-11-08
17	CCC	CCC	Gdańsk	Szczęśliwa 3	CH. AUCHAN	418	2006-11-02
18	Zamość	Buchajski	Zamość	Reja 21	CH. Tomasz	270	2006-10-21
19	Wrocław	Ślufiński	Inowrocław	Al. Niepodległości 35		170	2006-10-27
20	Ślupsk	Szvedkowicz	Lębork	Staromiejska 12		270	2006-10-07

OTWARCIA QUAZI 2H2006

Lp.	Grupa	Nazwisko	Miasto	Ulica	Centrum	Metraż	Data Otwarcia
1	QUAZI	QUAZI	Poznań	Św. Antoniego 2	CH. AUCHAN	195	2006-09-07
2	QUAZI	QUAZI	Katowice	Pułaskiego 60	3 Stawy	94	2006-09-02
3	QUAZI	QUAZI	Warszawa	Targowa 72	CH. WILEŃSKA	156	2006-08-25
4	QUAZI	QUAZI	Janki	Mszczonowska 3	CH. JANKI	249	2006-10-07
5	QUAZI	QUAZI	Poznań	Głogowska 432	CH. AUCHAN	214	2006-10-28
6	QUAZI	QUAZI	Szczecin	Ku Słońcu 67	CH. STER Geant	238	2006-11-03
7	QUAZI	QUAZI	Gliwice	Al.Jana Nowaka-Jeziorańskiego 1	ARENA lokal B47	186	2006-10-30



Salony CCC – otwarcia do końca roku

OTWARCIA CCC 2006

s tan na dzień 10.11.2006

LP	CCC/FR	Mias to	CH	data otwarcia	powierzchnia
1	CCC	Grudziądz	Gale ria Kujawska	2006-11-08	500
2	CCC	Wro cław	KORONA	2006-11-10	293
3	CCC	Rybnik	<i>Carrefour</i>	2006-11-15	232
4	FRANCHYZA	Kielce	Pasaż Świętokrzyski	2006-11-15	343
5	CCC	Puław y	<i>Galeria Zielona</i>	2006-11-22	299
6	CCC	Bydgoszcz	Galeria Glinki CARREFOUR	2006-12-05	314
7	CCC	Kato wice	Carrefour	2006-12-06	552
8	FRANCHYZA	Łukó w		2006-12-15	272
9	FRANCHYZA	Tarnó w		2006-12-31	180
10	FRANCHYZA	Ino wro cław		2006-12-..	456
11	FRANCHYZA	Piła		2006-12-..	150
12	CCC	Mys łow ice	real	2006-12-..	500
13	CCC	Malbork	DH JURAND	2006-12-..	339



Salony QUAZI – otwarcia do końca roku

OTWARCIA 2006

s tan na dzień 10.11.2006

LP		Mias to	CH	data otwarcia	
1	QUAZI	Piaseczno	AUCHAN	2006-11-05	164,8
2	QUAZI	Grudziądz	Galeria Kujawska	2006-11-08	160
3	QUAZI	Gdynia Batory	Batory	2006-11-20	135
4	QUAZI	Legnica	GALERIA PIASTÓW	2006-11-30	162
5	QUAZI	Wrocław	KORONA	2006-12-01	115
6	QUAZI	Sosnowiec	AUCHAN	2006-11-..	200
7	QUAZI	Łódź	Geant PASAŻ Łódzki	2006-12-..	199
8	QUAZI	Inowrocław		2006-12-..	245

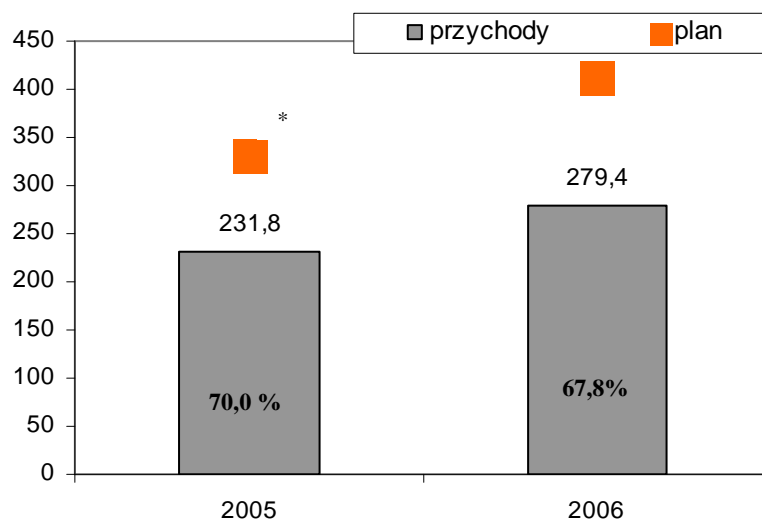


Prognoza 2006

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 %

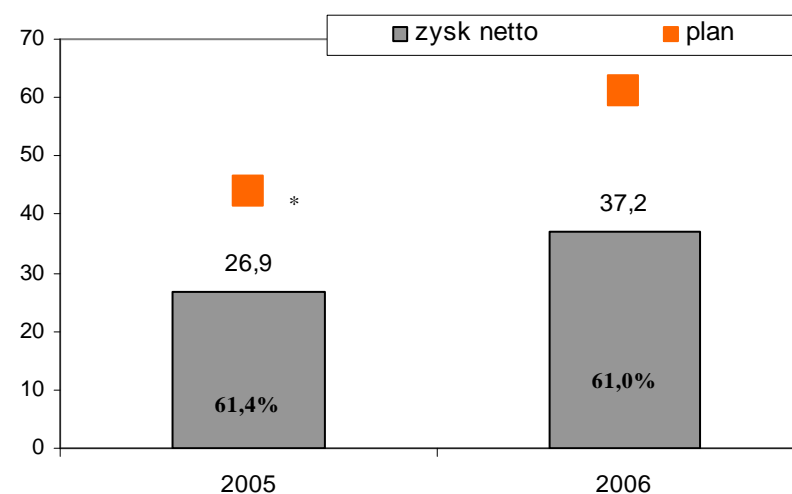
Wykonanie prognozy

Stopień realizacji prognozy - przychody ze sprzedaży
(w mln) w latach 2005-2006 - 3 kwartały



* wielkość zrealizowana w 2005 r.

Stopień realizacji prognozy - zysk netto (w mln) w latach
2005-2006 (3 kwartały)



* wielkość zrealizowana w 2005 r.



Plany na rok 2006 + wykonanie

- Otwarcie łącznie 40 sklepów CCC w Polsce w 2006 roku / wykonanie: 31
- Otwarcie nowej linii sprzedaży QUAZI – 15 sklepów w 2006 roku / wykonanie: 7
- Otwarcie 10 salonów w Czechach w 2006 roku / wykonanie: 2
- Wprowadzanie motywujących systemów wynagradzania personelu w sieci detalicznej
- Wzrost sprzedaży w istniejących placówkach o dalsze 5% / koniec III kw: 7,6%

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 (Moskwa)
Docelowo: ok. 50	

QUAZI	
2006	15
2007	+20
2008	+20
2009	+20
Razem: 75	

BUTIKI	
2007	+18
2008	+17
Razem: 35	

DELTA



Czas na małe miasta

Model sklepu „DELTA”

- miejsce na rynku 650 sklepów
- struktura 30% własnych, 70% franszyza

Założenia biznesowe CCC

- Sprzedaż roczna sklepu: 840 tys. zł
- Koszty sprzedaży sklepu: 180 tys. zł
- Oczekiwana marża: 45%
- BEP: 400 tys. zł/rok
- wynik brutto sklepu: 200 tys. zł

Franszyza

- Sprzedaż roczna: 840 tys. zł / sklep
- Zakup roczny: 500 tys. zł / sklep
- Koszty sprzedaży: 180 tys. zł / sklep
- Marża na rzecz CCC: 20%
- Wynik brutto sklepu na rzecz CCC: 100 tys. zł



Czas na małe miasta

Wydajność modelu

- 195 sklepów własnych
- 455 sklepów franszyzowych

Przychody

- Sklepy własne: $840 \times 195 = 163,8$ mln
- Franszyza: $500 \times 455 = 227,5$ mln
- Razem: 391,3 mln zł

Wynik brutto

- Sklepy własne: $200 \times 195 = 39,0$ mln
- Franszyza: $100 \times 455 = 45,5$ mln
- Razem: 84,5 mln



Informacje ogólne o Grupie CCC

Struktura operacyjna Grupy CCC

Stan na 30.09.2006

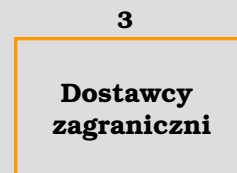
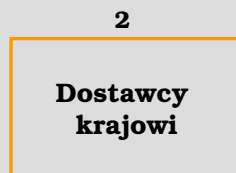


1

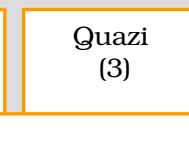
Produkcja własna
Elastyczność dostaw
Korzyści podatkowe



Wyłączność na potrzeby CCC *



Sklepy razem: 271



Efektywna logistyka
System zamówień oparty o www

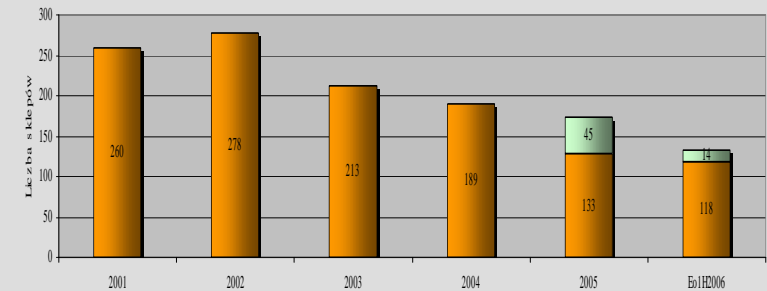
Klient końcowy



Sieć dystrybucji – salony franszuzowe

- **132 sklepów: 118 salonów franszuzowych, 14 sklepów partnerskich**, nieco mniejsza średnia powierzchnia (ok. 190 m² dla franszuzy)
- Marża detaliczna pokrywa wszelkie koszty franszuzobiorcy (m.in. czynsze, większość reklamacji)
- Korzystne dla CCC umowy franszuzowe:
 - sprzedaż towarów wyłącznie pochodzących od CCC, instrumenty dyscyplinujące franszuzobiorców
- Wysoka lojalność franszuzobiorców:
 - Sprawdzeni długoletni partnerzy
 - CCC jest bezpośrednim najemcą 47 spośród 132 lokali (głównie centra handlowe), które wygenerowały ponad połowę przychodów sklepów franszuzowych (koszt czynszu refakturowany z 2% marżą)

Liczba sklepów franszuzowych i partnerskich 2001- 2005



Optymalizacja sieci franszuzowej



Sieć dystrybucji – własne salony

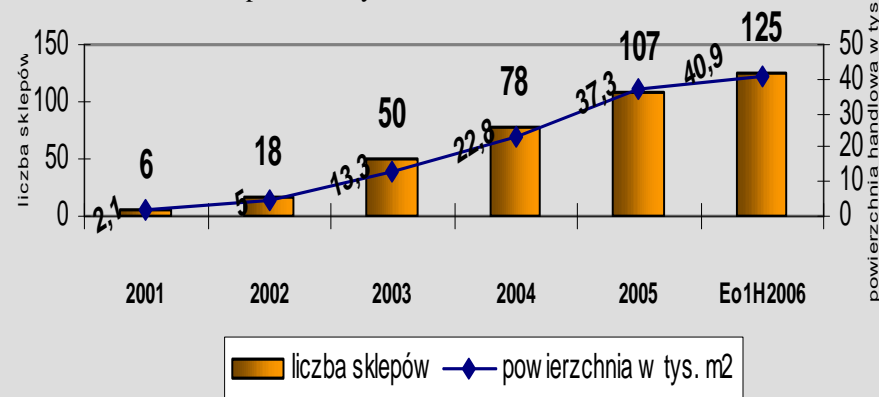
- **125** sklepów własnych o średniej powierzchni ok. 350 m²;
- Dodatkowo **2** kiermasze (bez logo CCC) o charakterze dyskontów do wyprzedaży końcówek serii.
- Rozwijane na bazie dzierżawionych powierzchni;
- Generują średnią marżę detaliczną **[52,1%]**



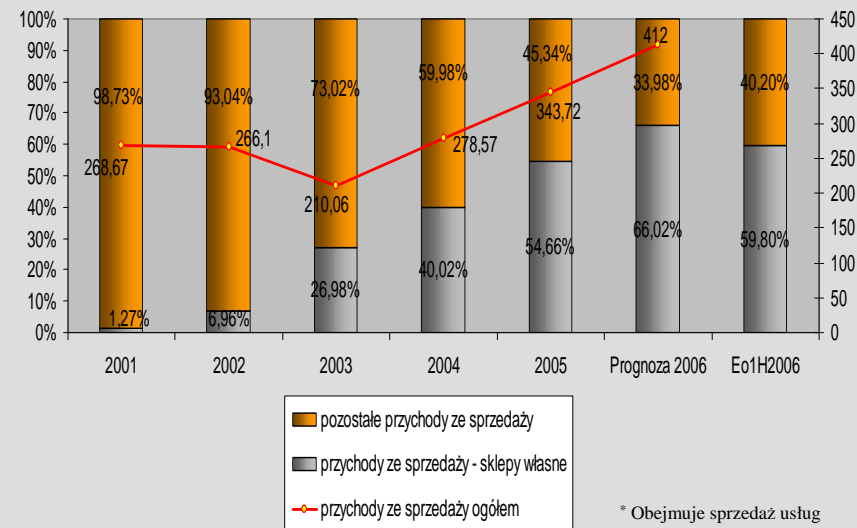
● Układ towaru w salonie wg marek

● Marki grupują asortyment wg ceny i jakości – instrument segmentacji klienta

Liczba sklepów własnych na terenie Polski *



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

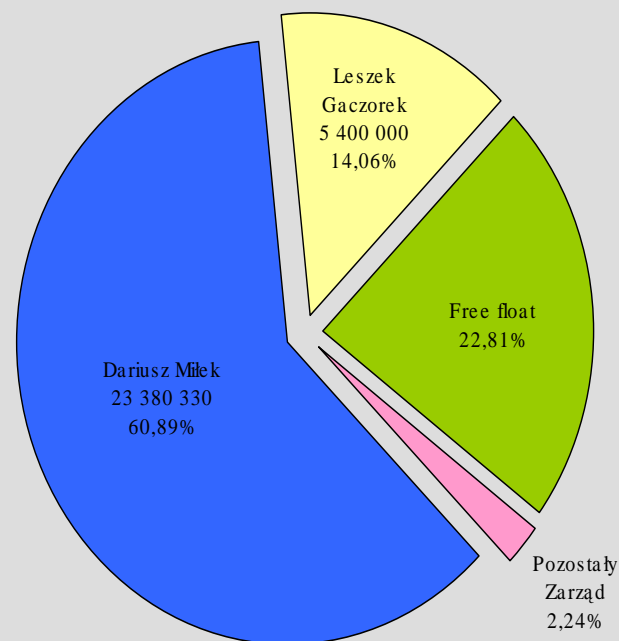


* Obejmuje sprzedaż usług



Struktura akcjonariatu

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



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