

Komunikat prasowy

Polkowice, 10 maja 2012

WYNIKI PIERWSZEGO KWARTAŁU DOBRYM PROGNOZTYKIEM NA CAŁY ROK 2012

NG2 SA, największy dystrybutor i producent obuwia w Polsce, wypracował w I kwartale 2012 roku ponad 2,6 mln zysku netto przy przychodach ze sprzedaży na poziomie 256,6 mln zł. Zysk na działalności operacyjnej wyniósł 8,5 mln zł, a EBITDA ponad 15 mln zł. Grupa realizowała plany rozbudowy sieci sprzedaży, która w pierwszych trzech miesiącach została powiększona o blisko 2,3 tys. m².

Podstawą strategii NG2 na najbliższe lata jest rozwój w Polsce, w Czechach i na Słowacji. Jednocześnie spółka zamierza rozwijać sieć sklepów franczyzowych w krajach Europy Środkowo-Wschodniej. Do franczyzowych sklepów z logo CCC w Rosji w tym roku dołączą podobne lokale w kilku krajach naszego regionu m.in. w Rumunii i na Łotwie.

WYNIKI FINANSOWE NG2 PO PIERWSZYM KWARTALE 2012 ROKU

Szczegółowe dane finansowe NG2 przedstawiają się następująco:

| w tys. PLN | I kw. 2012 | I kw. 2011 | Zmiana |
|-------------------------------------|------------|------------|--------|
| Przychody netto ze sprzedaży | 256 605 | 184 925 | 38,7% |
| Zysk operacyjny | 8 465 | (-) 1 907 | - |
| Zysk netto | 2 678 | (-) 6 234 | - |

W ciągu pierwszych trzech miesięcy 2012 roku Grupa NG2 zanotowała imponującą dynamikę wzrostu skonsolidowanych przychodów ze sprzedaży. w porównaniu z analogicznym okresem ubiegłego roku przychody wzrosły o ponad 38%. Zysk operacyjny w I kwartale wyniósł 8,5 mln zł, a zysk netto ponad 2,6 mln zł. Oznacza to znaczącą poprawę w stosunku do I kwartału ubiegłego roku, kiedy to Grupa NG2 zanotowała stratę zarówno na poziomie EBIT jak i netto .

Na wyniki pierwszego kwartału miało wpływ wiele czynników, ale najważniejszym z nich pozostaje szerokość i różnorodność oferty produktowej. Ciepły czwarty kwartał ubiegłego roku sprawił, że w magazynach spółki pozostało sporo produktów sezonowych, które w styczniu i w

lutym przy typowo zimowej aurze znakomicie się sprzedawały. Jeżeli dodamy do tego bardzo dobre przyjęcie kolekcji wiosennej i wysoką sprzedaż zanotowaną w marcu to otrzymujemy bardzo pozytywny sygnał prognostyczny na resztę roku.

ROZWÓJ SIECI SPRZEDAŻY

Sieć sprzedaży NG2 na koniec marca 2012 roku obejmowała łącznie **705** placówek, w tym 590 sklepów własnych: 301 salonów CCC w Polsce, 54 w Czechach i 1 na Słowacji, 198 sklepów BOTI oraz 36 butików QUAZI.

Spółka planuje dalszy dynamiczny rozwój sieci sprzedaży, szczególnie własnych sklepów firmowych, co doprowadzi do wzrostu udziału rynkowego i umocnienia pozycji lidera na rynku obuwniczym. Szacujemy, że w roku 2012 sieć sprzedaży powiększy się o blisko 20%.

W grudniu 2011 roku Zarząd NG2 podjął decyzję o rozpoczęciu ekspansji na rynku słowackim. Pierwsze sklepy otwarte zostały już w marcu, a do końca 2012 powinno być w naszej sieci sprzedaży 8-10 własnych lokali na Słowacji.

Niezależnie od planów rozwoju na rynkach polskim, czeskim i słowackim, w najbliższych latach GK NG2 zamierza również zaistnieć na rynkach Europy Wschodniej. W marcu 2011 otwarty został pierwszy franczyzowy salon CCC w Moskwie, 2 lipca rozpoczął pracę kolejny, również franczyzowy, a kolejne 3 placówki otworzyły się w listopadzie i w grudniu. Spółka nie przewiduje otwierania własnych sklepów, a rozwój na rynku rosyjskim oparty będzie o „czysty” model franczyzowy. Podobne rozwiązanie przyjęliśmy opracowując założenia rozwoju w innych krajach Europy Środkowej i Wschodniej. Takie rozwiązanie pozwala w naszej ocenie minimalizować ryzyko oraz koszty wejścia na nowe rynki.

Liczba sklepów grupy NG2

| Liczba sklepów | Stan na 31 grudnia 2011 | Stan na 31 marca 2012 |
|-------------------------------|-------------------------|-----------------------|
| CCC Polska – salony własne | 293 | 301 |
| CCC Polska – franczyza | 49 | 49 |
| CCC Rosja / Łotwa – franczyza | 5 | 6 |
| CCC Czechy | 52 | 54 |
| QUAZI | 37 | 36 |

| | | |
|-------------------------------|------------|------------|
| BOTI – sklepy własne | 216 | 198 |
| BOTI – franczyza | 62 | 59 |
| Łączna liczba placówek | 714 | 705 |

PLANY INWESTYCYJNE NG2

Zakończona została inwestycja w nowoczesne, w pełni zautomatyzowane centrum dystrybucyjno-logistyczne. Projekt budowy centrum dystrybucyjnego, które ma w przyszłości obsługiwać ponad tysiąc sklepów zarządzanych przez Grupę NG2, współfinansowany jest ze środków Unii Europejskiej w wysokości ponad 38 mln zł w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka.

Dzięki automatyzacji procesów i zastosowaniu najnowocześniejszych rozwiązań z zakresu logistyki i magazynowania, znacząco zwiększyła się przewaga konkurencyjna spółki, a koszty obsługi logistycznej ulegną znaczącemu obniżeniu już od drugiego kwartału 2012.

„Pierwszy kwartał to trudny okres dla każdej detalicznej spółki obuwniczej. W ciągu dwóch pierwszych miesięcy roku spółki stosują promocje i rabaty a część kolekcji sprzedawana jest po obniżonych cenach. Niskie marże i wysokie koszty stałe przekładają się zwykle na ponoszenie strat. Ten tradycyjny okres wyprzedażowy trwał w tym roku w Grupie NG2 dłużej niż zwykle a skala przecen też była większa niż zazwyczaj. Mimo to udało nam się zrealizować zysk netto w całym kwartale choć zakładaliśmy przed początkiem roku, że pierwsze trzy miesiące zakończymy stratą na poziomie kilku milionów złotych. Dobry wynik osiągnięty w całym kwartale zawdzięczamy wysokim przychodom ze sprzedaży osiągniętym w marcu, zrealizowanym w zasadzie w całości na sprzedaży obuwia wiosennego. Nasza tegoroczna kolekcja została świetnie przyjęta przez klientów, o czym świadczy również wysoka dynamika wzrostu sprzedaży w kwietniu i w maju.

Na najbliższe lata mamy ambitne plany rozwoju. Oprócz wysokiego tempa ekspansji na rynku krajowym, będziemy budować swoją pozycję rynkową w Czechach i na Słowacji oraz aktywnie szukać możliwości rozwoju w innych krajach Europy Środkowej i Wschodniej.

Równie ambitne plany dotyczą wzrostu sprzedaży w sklepach porównywalnych. Znacząco uatrakcyjniliśmy w tym roku ofertę produktową. Wprowadzamy od lipca do sprzedaży obuwie sportowe znanych światowych marek. Mamy w sprzedaży już od sezonu Wiosna/Lato 2012 bardzo atrakcyjną i szeroką ofertę butów dziecięcych sygnowanych logo Disney'a. Bardzo mocno promujemy w tym roku własne marki obuwia skózanego : Lasocki, Lasocki Fashion for Men, Lasocki Kids oraz Lasocki Young.



Widzimy już, że na pozycjonowanie marki CCC wpłynie również kampania reklamowa z udziałem Anny Przybylskiej i Oliviera Janiaka.

Niezależnie od planów ekspansji i działań prosprzedażowych absolutnym priorytetem pozostaje dla nas utrzymanie wysokiej efektywności i sprawności operacyjnej, sprawnego zarządzania siecią sprzedaży i utrzymania kosztów na niskim poziomie, czyli w konsekwencji utrzymanie wysokich marż i wysokiej rentowności.” - powiedział Dariusz Miłek, Prezes Zarządu NG2.

Dodatkowych informacji udziela:

Piotr Nowjalis

Wiceprezes Zarządu, Dyrektor Finansowy, NG2 SA

Tel. (76) 84 58 420

e-mail: piotr.nowjalis@ng2.pl

* * *

Grupa NG2 jest liderem polskiego rynku sprzedaży detalicznej obuwia i największym jego producentem w Polsce. W skład Grupy Kapitałowej NG2 wchodzi NG2 S.A. – spółka zarządzająca siecią sprzedaży, CCC Factory Sp. z o.o., zajmująca się produkcją obuwia oraz NG2 Suisse S.a.r.l., spółka zarządzająca znakami towarowymi. Sprzedaż kolekcji prowadzona jest łącznie w ponad 700 placówkach pod markami CCC, QUAZI oraz BOTI. Dostawcy obuwia dla Spółki to zarówno producenci zagraniczni (przede wszystkim szyjący na zlecenie NG2 producenci chińscy), krajowi, jak też własne zaplecze produkcyjne. Udział Grupy NG2 w bardzo rozdrobnionym rynku obuwia jest szacowany na 16%.

