

**Zwięzła ocena sytuacji Spółki CCC S.A. za rok obrotowy 2012
uwzględniająca ocenę systemu kontroli wewnętrznej oraz systemu zarządzania
ryzykiem istotnym dla Spółki
/przyjęta przez Radę Nadzorczą CCC S.A. w dniu 22 maja 2013/**

Zgodnie z rozdziałem III pkt 1 ppkt 1) „Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na GPW” Rada Nadzorcza CCC S.A. przedkłada zwięzłą ocenę sytuacji Spółki z uwzględnieniem oceny systemu zarządzania ryzykiem i systemu kontroli wewnętrznej Spółki. Ocena ta została przygotowana w oparciu o przedłożone przez Zarząd dokumenty, dyskusje przeprowadzone na posiedzeniach Rady Nadzorczej z udziałem Zarządu, a także z uwzględnieniem sprawozdań finansowych i sprawozdań Zarządu z działalności Spółki oraz na podstawie wniosków wynikających z badania ksiąg rachunkowych Spółki przez biegłego rewidenta.

1. Realizacja strategii i misji Spółki

Spółka CCC S.A. na podstawie przeprowadzonych przez Zarząd, analiz rynku obuwniczego w krajach Europy Środkowej i Wschodniej oraz pierwszych otwarć nowych sklepów dokonała rewizji założeń strategicznych na najbliższe lata i postawiła sobie za cel zdobycie pozycji lidera rynku obuwniczego w regionie Europy Środkowej i Wschodniej. Strategia Spółki zakłada konsekwentne powiększanie sieci sprzedaży i otwieranie nowych sklepów, zarówno w kraju i za granicą.

W 2012 roku Spółka kontynuowała ekspansję na krajowym rynku detalicznym zwiększając ilość własnych sklepów do 519. Spółka otworzyła 10 nowych sklepów w Czechach, 15 sklepów na Węgrzech i 12 sklepów na Słowacji. Stan posiadania na koniec 2012 roku za południową granicą wyniósł 89 placówek handlowych. Powierzchnia sprzedaży w placówkach własnych wzrosła o 24,7% i wyniosła 188,9 tys. m². Spółka dzięki współpracy z partnerami franczyzowymi za granicą otworzyła w 2012 roku pierwsze sklepy CCC w Rumunii, na Łotwie, na Ukrainie i w Kazachstanie. Na koniec 2012 roku posiadała łącznie 15 zagranicznych placówek franczyzowych.

W 2012 roku Zarząd Spółki przedstawił założenia strategiczne na kolejne lata 2013-2015. W okresie tym, Spółka zamierza zwiększyć tempo ekspansji. Celem prowadzonej ekspansji, poprzez własne sklepy detaliczne, w Czechach, na Słowacji i na Węgrzech, jest zdobycie

pozycji lidera rynku obuwniczego w tych krajach. W samym 2013 roku zaplanowane jest otwarcie co najmniej 90 nowych salonów zagranicznych CCC. W planach ekspansji uwzględniono również kolejne nowe rynki, na których planuje się sklepy pilotażowe tj. Austria, Słowenia, Turcja, Chorwacja. W Rosji, Rumunii i krajach nadbałtyckich Spółka zamierza kontynuować współpracę z franczyzobiorcami.

Dynamiczny rozwój sieci sprzedaży krajowej ma na celu wzrost udziału rynkowego i umocnienie pozycji lidera na krajowym rynku obuwniczym. W 2013 roku liczba sklepów ma przyrosnąć o 50 nowych lokalizacji. Spółka stawia na rozbudowę sieci, przez wynajmowanie powierzchni handlowych w nowo powstających atrakcyjnych lokalizacjach w centrach handlowych, starannie dobranych pod względem zyskowności i stopy zwrotu oraz poprzez rozwój sieci w regionach, w których jest słabiej obecna. Elementem rozbudowy będzie również powiększanie powierzchni sprzedażowej sklepów mieszczących się w najatrakcyjniejszych lokalizacjach, które swoją wielkością przekraczać będą nawet 500 m².

Strategia Spółki odzwierciedla się również w ofercie produktowej i jej konkurencyjności, która konsekwentnie zwiększa potencjał sieci sprzedaży. Istotnym elementem konkurencyjności jest cena i jakość produktu, ale również systematyczne poszerzanie oferty produktowej i wprowadzanie nowego asortymentu do sklepów, poprzez wprowadzanie: nowych marek obuwia skórzanego produkowanego przez CCC, szerokiej oferty obuwia dziecięcego, obuwia sportowego znanych światowych marek oraz coraz szerszej oferty akcesoriów towarzyszących sprzedaży obuwia.

Spółka systematycznie prowadzi działania marketingowe wspierające markę CCC zarówno poprzez klasyczne kampanie reklamowe w mediach, sponsoring sportowy, jak również ujednolicenie wewnętrznej aranżacji i zewnętrznej reklamy w salonach sprzedaży. Elementem wzmacniania pozycji rynkowej jest również utrzymanie standaryzacji obsługi klienta oraz promowanie programu lojalnościowego (Klub CCC) i efektywne wykorzystywanie go do akcji wspierających sprzedaż.

Obrana strategia ma na celu skokowy wzrost zwiększenia skali działalności i jednocześnie utrzymanie wysokiej efektywności i sprawności operacyjnej, a tym samym wzrost wartości Spółki.

Przedstawione plany rozwoju zostały pozytywnie odebrane przez rynek kapitałowy. Rada Nadzorcza również podziela ambitne plany Spółki i przyjęty przez Zarząd model biznesowy, tym bardziej, że Spółka posiada potencjał i właściwe zasoby do ich realizacji, dalszego rozwoju i kreowania wzrostu wartości Spółki.

2. Podstawowe wyniki Spółki

W okresie sprawozdawczym CCC S.A. sprzedała ponad 19 426 tys. par obuwia o wartości 1.164.025 tys. PLN. W strukturze sprzedaży Spółki dominuje sprzedaż obuwia damskiego stanowiąca 61, 9% wartości sprzedaży obuwia w 2012 roku.

W 2012 roku CCC S.A. osiągnęła przychody ze sprzedaży w wysokości 1.258.681 tys. PLN. Przychody ze sprzedaży detalicznej wyniosły 1.119.034 tys. PLN. W tym samym okresie przychody ze sprzedaży franczyzowej i innej (hurt) wyniosły 139.647 tys. PLN. Zmiana struktury źródeł przychodów ze sprzedaży zgodna jest ze strategią rozwoju Spółki. W omawianym okresie koszty sprzedaży i zarządu wzrosły o 73.117 tys. PLN. Stosunek kosztów sprzedaży i zarządu do przychodów ze sprzedaży spadł do poziomu 0,39 (0,40 – 2011) i pozostaje na poziomie charakterystycznym dla spółek działających w sektorze detalicznym. Spadek marży oraz wzrost kosztów sprzedaży i zarządu spowodował spadek zysku z działalności operacyjnej o 25,5% (rdr). Bilans CCC S.A. na dzień 31.12.2012 r. po stronie aktywów i pasywów zamknął się kwotą 911.784 tys. PLN. Suma bilansowa spadła o 11.745 tys. PLN w stosunku do wartości z dnia 31.12.2011 r. Znacząca zmiana w aktywach obrotowych to spadek zapasów o 106.169 tys. PLN. do poziomu 356.496 tys. PLN. Środki pieniężne i ich ekwiwalenty wzrosły do poziomu 99.611 tys. PLN, a należności wzrosły o 16.297 tys. PLN.

Po stronie pasywów istotne zmiany to wzrost zobowiązań z tytułu kredytów krótkoterminowych do kwoty 244.876 tys. PLN (87.250 tys. PLN – 31.12.2011), przy jednoczesnym spadku zobowiązań z tytułu kredytów długoterminowych do kwoty 88.000 tys. PLN (214.835 tys. PLN – 31.12.2011r.). Zobowiązania z tyt. dostaw i usług oraz pozostałe zobowiązania spadły do poziomu 178.877 tys. PLN (205.537 tys. PLN 31.12.2011).

Rada Nadzorcza stwierdza, że ogólna sytuacja Spółki w 2012 roku była bardzo dobra. Według oceny Rady Nadzorczej obrana strategia na lata 2013-2015, racjonalna polityka kosztowa, zabezpieczenie finansowe w postaci zawartych umów kredytowych umożliwią Spółce prawidłowe funkcjonowanie i realizację założeń inwestycyjnych.

3. Ocena systemu zarządzania ryzykiem rynkowym w Spółce w 2012 roku

Rada Nadzorcza zapoznała się z systemem zarządzania ryzykiem w CCC S.A., dokładnie opisanym w sprawozdaniu Zarządu z działalności CCC S.A. za rok 2012 w punkcie 3 dotyczącym opisu istotnych czynników ryzyka i zagrożeń, z określeniem w jakim stopniu Emitent jest na nie narażony. Jako główne zidentyfikowano rodzaje ryzyk, które mogą być związane z czynnikami wewnętrznymi, związanymi ze wzmocnieniem własnej sieci sprzedaży, wzrostem

rozpoznawalności i wartości marki oraz czynnikami zewnętrznymi. Do drugich zaliczono ryzyka związane z:

- poziomem kursów walutowych,
- zmianą stóp procentowych,
- ryzykiem kredytowym,
- ogólną sytuacją gospodarczą w Polsce,
- sezonowością sprzedaży i warunkami pogodowymi,
- lokalizacją placówek handlowych,
- tendencjami w modzie i nietrafionymi kolekcjami.

Odpowiedzialny za zarządzanie ryzykiem, na poziomie strategicznym jest Zarząd Spółki. Nadzór merytoryczny nad procesem sporządzania sprawozdań finansowych sprawuje Wiceprezes Zarządu. Za organizację procesu sporządzania sprawozdań finansowych odpowiada Główny Księgowy Spółki, który jednocześnie sprawuje nadzór nad prawidłowym ewidencjonowaniem operacji gospodarczych w księgach rachunkowych Spółki. Sposób obiegu dokumentów pozwala na zminimalizowanie ewentualnych ryzyk związanych z prawidłowym ewidencjonowaniem operacji gospodarczych. Skuteczność systemu zarządzania ryzykiem jest zapewniona w oparciu o podział kompetencji związanych z podejmowaniem decyzji gospodarczych i ich ewidencjonowaniem oraz ustalony zakres raportowania finansowego stosowanego przez Spółkę, w tym system wewnętrznego budżetowania. Zarządzanie w ramach procedury zarządzania ryzykiem odbywa się poprzez identyfikację i ocenę obszarów ryzyka dla wszystkich obszarów aktywności Spółki oraz zdefiniowania działań niezbędnych do ograniczania tych ryzyk. Celem Spółki w zarządzaniu ryzykiem kapitałowym jest ochrona zdolności Spółki do kontynuowania działalności, tak aby możliwe było realizowanie zwrotu dla akcjonariuszy oraz korzyści dla innych zainteresowanych stron, a także utrzymanie optymalnej struktury kapitału w celu obniżenia jego kosztu. Spółka monitoruje kapitał za pomocą wskaźnika zadłużenia. Zmiana wskaźnika jest zgodna z oczekiwaniami Spółki.

Rada Nadzorcza wykonując, w pełnym składzie, obowiązki Komitetu Audytu sprawuje stały nadzór nad działalnością Spółki również w zakresie oceny systemu kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem oraz podejmuje decyzje mające wpływ na zwiększenie prawdopodobieństwa prowadzenia działalności spółki w sposób efektywny i wydajny w celu osiągnięcia celów strategicznych. Rada stwierdza, że Spółka na bieżąco prowadzi analizy rynków walutowych, aktywnie zarządza płynnością finansową rozumianą jako zdolność do terminowego regulowania zobowiązań oraz do pozyskiwania funduszy na sfinansowanie bieżącej działalności i potrzeb inwestycyjnych, co spełnia odpowiednie potrzeby funkcjonalne.

4. Ocena systemu kontroli wewnętrznej.

W Spółce funkcjonuje wielopoziomowy system kontroli wewnętrznej, który ma za zadanie efektywne przeciwdziałanie i szybkie eliminowanie ewentualnie powstałych nieprawidłowości. System kontroli wewnętrznej, obejmuje wszystkie obszary i jednostki organizacyjne Spółki. Jednocześnie, utrzymano w pełnym zakresie obowiązek samokontroli pracowników i kontroli funkcjonalnej sprawowanej przez wszystkie szczeble kierownicze w ramach obowiązków koordynacyjno-nadzorczych, co spełnia odpowiednie potrzeby funkcjonalne. W procesie sporządzania sprawozdań finansowych Spółki jednym z podstawowych elementów kontroli jest weryfikacja sprawozdania finansowego przez niezależnego biegłego rewidenta. Do zadań biegłego rewidenta należy w szczególności: przegląd półrocznego sprawozdania finansowego oraz badanie wstępne i zasadnicze sprawozdań rocznych. Celem zapewnienia rzetelności prowadzenia ksiąg rachunkowych Spółki, Zarząd przyjął i zatwierdził do stosowania Politykę Rachunkowości zgodną z zasadami Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości.

Według oceny Rady system kontroli wewnętrznej oraz zarządzania ryzykiem, proces sprawozdawczości finansowej funkcjonujący w CCC, a także czynności rewizji finansowej są zgodne z wymogami prawa oraz spełniają odpowiednie potrzeby funkcjonalne.

Polkowice, dnia 22.05.2013