

W listopadzie spółka CDRL zwiększyła sprzedaż w polskich sklepach o 6 proc. rok do roku do 8,63 mln zł. Bardzo dynamicznie wzrosły przychody ze sprzedaży internetowej, które w Polsce wyniosły 859 tys. zł i były o 165 proc. wyższe niż zanotowane przed rokiem.

„Internet staje się dla nas coraz ważniejszym kanałem sprzedaży. To również efekt naszej pracy i wdrożenia nowej wersji sklepu coccodrillo.eu” – powiedział prezes Marek Dworczak. Nowy sklep umożliwił spółce sprawne obsługiwanie większej liczby klientów, a także prowadzenie zaawansowanych akcji promocyjnych. CDRL planuje otwieranie kolejnych wersji językowych swojego serwisu internetowego.

Od początku roku, przychody ze sprzedaży internetowej w Polsce, wzrosły o 36 proc. Taka dynamika to efekt I połowy roku, kiedy trwały jeszcze prace nad nową wersją e-sklepu. Dla porównania, w październiku dynamika wzrostu wyniosła 131 proc., by w listopadzie wzrosnąć do 165 proc.

Przychody ze sprzedaży detalicznej w polskich sklepach, liczone narastająco od początku roku, wyniosły już 109,42 mln zł i były o 16 proc. wyższe niż osiągnięte w analogicznym okresie poprzedniego roku.

W listopadzie spółka podała wyniki finansowe za trzy kwartały tego roku. W tym okresie przychody Grupy wyniosły 132,41 mln zł wobec 117,75 mln zł w analogicznym okresie 2014 r., a zysk netto wzrósł o 9,49% do 10,81 mln zł.

Na koniec III kwartału spółka miała łącznie 353 punkty handlowe w krajach Unii Europejskiej. Polska jest największym rynkiem dla spółki, ale marka Coccodrillo jest znana również innych krajach, w tym takich jak Chiny, Brazylia, czy Arabia Saudyjska. Poza UE sieć liczy 77 punktów handlowych typu „shop in shop” oraz salonów monobrandowych. CDRL zadebiutowało na głównym rynku GPW w dniu 28 października 2014 r.

CDRL