



# bilanční zpráva 2018



bilanční zpráva 2018



# Úvodní slovo

## Vážení zákazníci, investoři, zaměstnanci a další obchodní partneři,

je mi ctí seznámit vás s ročním bilancováním aktivit investiční skupiny C2H. Naše investice směřují primárně do módního průmyslu, do rozvoje vlastních značek Pietro Filipi a KARA.

Uplynulý kalendářní rok byl pro společnost Pietro Filipi prvním kompletním ve vlastnictví skupiny C2H. Nesl se ve znamení omlazování kolekcí a prodejen, revitalizace online prodeje, oslav 25 let úspěšného fungování této značky na místním trhu. Společnost dosáhla v loňském roce obrátu 485 milionů Kč, což představuje 8% meziroční nárůst. Zmiňovaný online prodej vystoupal o polovinu na 51 milionů Kč. Oživení prodejen a efektivní marketing přilákalo o 3 % návštěvníků více a podařilo se rovněž zvýšit počet zákazníků.

Významným přírůstkem módního portfolia společnosti C2H se stala společnost KARA Trutnov, tradiční výrobce kožených a kožešinových oděvů a doplňků. Společnost KARA jsme převzali v květnu roku 2018 a začali ji poznávat a nastavovat strategii. Spuštění e-shopu a první marketingové kampaně pomohlo dohnat ztrátu z první poloviny roku. V roce 2018 dosáhla KARA Trutnov obrátu 343 milionů Kč. Stejně jako

u Pietro Filipi dochází k modernizaci a racionalizaci prodejen a obecně retailových i vnitřních procesů.

Holding se za rok 2018 ocitl plánovaně ve ztrátě, přičemž jednotlivé obchody vykazují EBITDA marži ve výši 20 % obrátu. Celková ztráta společnosti souvisí s investicemi do jejího rozvoje, tj. do nových technologií, developmentu produktu, marketingu a vylepšování procesů v retailu či logistice. Pro dosažení rentabilní výše obrátu je dále nutné navyšovat investice do skladových zásob a rozšiřovat prodejní síť.

Skupina C2H expanduje v rámci svého módního holdingu i skrze zastupování globálních značek na vybraných trzích. V červnu 2019 byla podepsána afiliační smlouva na výhradní distribuci značky spodního prádla Etam pro Česko a Slovensko.

Kumulací módních firem se C2H stává největší módní skupinou ve střední Evropě. Synergický efekt se dostavuje, skupina zesiluje své vyjednávací postavení u provozovatelů obchodních center, získává větší sílu i při jednání s dodavateli materiálů.

Hlavními rysy globálního módního trhu jsou pokračující růst online

prodejů, vícekanalový prodej, živý trh fúzí a akvizic a setrvalý růst. I vývoj módního holdingu C2H tyto trendy potvrzuje. Skupina posiluje prodeje online, silnou stránkou přitom zůstávají i stabilní a rostoucí kamenné prodejny.

V rámci všech svých aktivit má skupina C2H před sebou spoustu zajímavé práce. Přístupujeme k ní i nadále s velkou odpovědností za spravované společnosti a značky a s respektem a pokorou k vloženým prostředkům všech investorů.

Velmi děkuji za čas, který čtení těchto řádek věnujete, za spolupráci v roce 2018 a těším se na její další pokračování.

**Michal Mička**

Majitel a předseda představenstva společnosti C2H, výkonný ředitel společnosti Pietro Filipi, KARA Trutnov





Skupina C2H i její společnosti se přestěhovaly do pražského Karlína.

## C2H je investiční společnost, která investuje do módního průmyslu, nemovitostí a technologických společností.

### INVESTIČNÍ FILOZOFIE

Investujeme především do kvalitních lidí. Kvalitou lidí se při výběru investičních projektů primárně řídíme.

Zaměřujeme se na investice v módním průmyslu, na investice do růstu a rozvoje společností, kde již máme majoritní podíl a byznys řídíme.

Klíčová je pro nás efektivita investovaných peněz zejména v kontextu zahraniční expanze a organického růstu vlastněných firem v kombinaci s akvizicemi společností, kde dokážeme vytvořit přidanou hodnotu. Přidanou hodnotu jako v případě vlastněných společností Pietro Filipi či KARA, tj. ve formě technologické inovace, retailové optimalizace či možnosti expanze.

Důvodem akvizice může být i získání silné tržní pozice na novém trhu.

### PROČ INVESTUJEME DO MÓDNÍHO PRŮMYSLU?

Zejména proto, že vidíme potenciál v rychle se měnícím světě, který je ovlivňován příchodem nových technologií. Potenciál vidíme i v samotné velikosti módního segmentu (dle euromonitor.com činil za rok 2018 obrat módního průmyslu 1 786 miliard dolarů, což jej řadí na druhou příčku v rámci retailových segmentů). Zaměřujeme se primárně na budování značek ve střední cenové kategorii, s dobrým poměrem ceny a výkonu. V rámci této kategorie dochází i globálně k nejrychlejšímu růstu. Sledujeme schopnost značek globálně byznys škálovat.

### C2H RETAIL HOLDING

Do módního portfolia skupiny C2H sdruženého v rámci C2H Retail Holdingu patří oděvní společnosti Pietro Filipi a KARA Trutnov. V roce 2019 se C2H stala distributorem značky Etam pro Českou a Slovenskou republiku a řadí se tak mezi největší středoevropské skupiny módního segmentu.

Pokračující konsolidací oděvních značek, pobočkovou expanzí a využitím synergického efektu centrálního řízení a velikosti skupiny chce C2H zajistit svůj udržitelný růst.



## OSTATNÍ AKTIVITY C2H

### C2H IMMOVABLES

Analyzujeme zajímavé příležitosti ke koupi nemovitostí, kdy jsme schopni během jednoho až dvou let exitovat z investice s výnosem vyšším než 15 % ročně. V tuto chvíli se orientujeme primárně na rezidenční nemovitosti v Praze.

### C2H VENTURES

V rámci C2H Ventures vyhledáváme inovativní společnosti a startupy s potenciálem expanze, které mohou v horizontu 2–3 let významně navýšit své tržby a ziskovost. V minulosti jsme investovali do různých technologických společností bez cílení na konkrétní segment. Po koupi módních společností se naše technologická orientace zaměřuje spíše na retailový byznys a nástroje, jak ho zefektivňovat. Díváme se na příležitosti, které souvisí s naším primárním byznysem. Zde si dokážeme na základě svých zkušeností lépe vyhodnotit rizika a validovat si přínos daného technologického řešení.

## HISTORIE C2H RETAIL HOLDINGU

### 1955

založení společnosti KARA Trutnov

### 1993

založení společnosti Pietro Filipi

### 2017

Michal Mička zakládá investiční společnost C2H a kupuje společnost Pietro Filipi

### 2018

C2H začleňuje do svého módního portfolia společnost KARA Trutnov

### 2019

C2H se stává výhradním distributorem značky spodního prádla Etam pro Česko a Slovensko



C2H Retail Holding se řadí mezi největší módní skupiny středoevropského regionu.



o společnosti

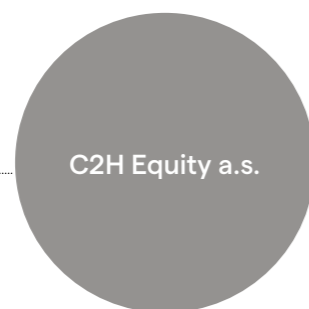
010

011

C2H Struktura společnosti



MICHAL MIČKA



C2H Equity a.s.



C2H Retail  
Holding s.r.o.



C2H PE SPV Alfa  
a.s.

KARA Trutnov  
a.s.

Papíromat  
s.r.o.

pietro filipi  
holding a.s.

C2H PE SPV Beta  
s.r.o.  
(ZETAM Europe  
s.r.o.)

struktura  
společnosti





Dokážeme se dobře pobavit, s klienty i se zaměstnanci.

## VIZE ORGANIZACE

- Tým zapálených a zodpovědných profesionálů s mezinárodními zkušenostmi.
- Zaměření na výsledky.
- Důraz na rozvoj a vzdělávání zaměstnanců.
- Rovnováha pracovního a soukromého života zaměstnanců.

## FIREMNÍ KULTURA C2H

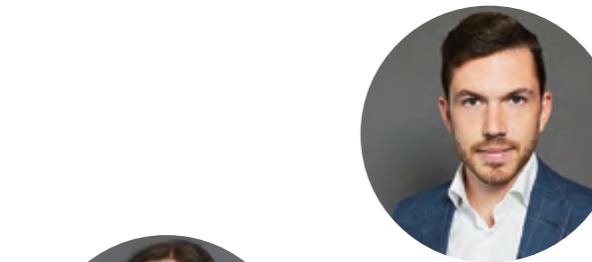
Tak jak investujeme do kvalitních lidí a jejich nápadů a společností, investujeme i do vlastních zaměstnanců. Dbáme na příjemné a inspirující pracovní prostředí, snažíme se

zaměstnancům poskytnout optimální zázemí pro jejich růst. Je pro nás důležité, aby zaměstnanci byli šťastní a s vyváženým soukromým a pracovním životem. Věříme, že jen poté mohou dobře pracovat. Klíčové jsou pro nás výsledky.



Nové prostory poskytují zaměstnancům komfortní a inspirující pracovní prostředí.

# vize společnosti



**MICHAL MIČKA**  
CEO, Majitel



**KLÁRA KNOTOVÁ**  
Manažerka pro  
mezinárodní expanzi  
předchozí působiště  
Lasvit



**PETR PODOLA**  
Investiční ředitel  
předchozí působiště  
EY, O2, KPMG



**JAN ZIPSER**  
HR ředitel  
předchozí působiště  
Ekospol



**PAVEL BEDNÁŘ**  
Finanční a provozní ředitel  
předchozí působiště  
Ekospol, PPF



**JIŘÍ VICENÍK**  
Partner divize  
Real Estate  
předchozí působiště  
Reality Scan, Hyperinzerce



**JAROSLAV SODOMKA**  
Marketingový ředitel  
předchozí působiště  
Tchibo, Škoda



**ŠTĚPÁN PÁRA**  
Produktový ředitel  
předchozí působiště  
Etam, Lacoste, Agnès B.

# management



# Optimalizujeme aktivity napříč společnostmi holdingu za účelem zvyšování efektivity nákladů a rozvoje společností.

## PRODUKT

- 1 Optimalizujeme sourcing, volíme dodavatele vhodnější z hlediska kvality, ceny a flexibility. Cílem je zlepšování poměru cena/výkon u produktů.
- 2 Došlo k restrukturalizaci designového týmu, do jehož čela jsme postavili uznávanou návrhářku Moniku Drápalovou. Spolupracujeme s dalšími špičkovými návrháři, jako je např. Ivana Mentlová.
- 3 Tvoříme produkt s vyšší přidanou hodnotou. Důsledkem je omezování slevových akcí.
- 4 Snižujeme a stabilizujeme počet stříhů, což má dopad i na e-commerce, na snížení vratkovosti e-shopů.
- 5 Optimalizujeme materiálovou skladbu produktů, volíme přírodní materiály v kombinaci s vhodnými směšovacími materiály. Edukujeme zákazníky o správném užívání pro optimální funkčnost.

## MARKETING A E-COMMERCE

- 1 Vytváříme obsah relevantní jednotlivým značkám a jejich cílovým skupinám.
- 2 Komunikujeme obsah v různých kanálech, jako jsou sociální sítě, e-shop, display, outdoor, print, TV, a v jejich správné kombinaci pro co nejefektivnější zásah k dosažení marketingových cílů.
- 3 Propojujeme online a offline kanály, silná orientace na komfort a rychlost pro zákazníka.
- 4 Implementujeme nové technologie pro lepší vizualizaci a personalizaci komunikace se zákazníky.
- 5 Vytváříme jednotnou e-commerce platformu pro všechny stávající i nové značky.

- 6 Analyzujeme data o zákaznickém chování v různých kanálech a na základě toho optimalizujeme procesy pro zvyšování konverzního poměru.
- 7 Využíváme zkušenosti a know-how mezinárodních agentur (např. Publicis).
- 8 Efektivní marketingovou prací přispíváme ke zlepšování retailových KPI.
- 9 Redesignujeme loga značek.
- 10 Pomocí business intelligence nástrojů sbíráme a vyhodnocujeme data o zákaznickém chování. Cílem je optimalizovat náklady na akvizici zákazníků a zvyšovat jejich lifetime value.

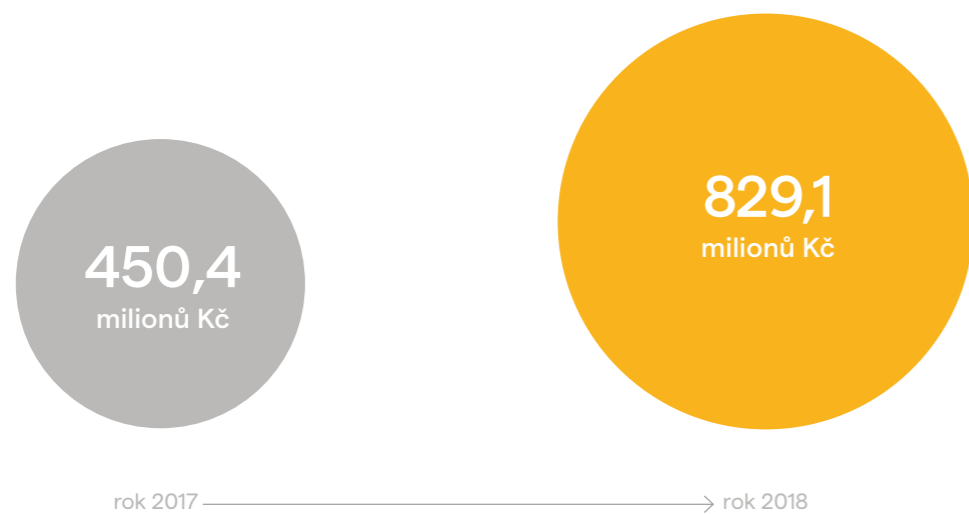
## RETAIL

- 1 Reflektujeme trend zmenšování obchodních ploch a růstu tržeb na m<sup>2</sup>, což vede k růstu retailové marže jednotlivých obchodů.
- 2 Implementujeme nové koncepty obchodů odpovídající DNA jednotlivých značek.
- 3 Modernizujeme prodejní místa za pomoci tabletů, projektorů, nových zrcadel atp.
- 4 Realizujeme pop-up a koncept story při testování nových trhů, přírodně nových příležitostí na lokálních trzích.
- 5 Analyzujeme chování zákazníků v obchodech.
- 6 Zvyšujeme kvalitu zákaznického servisu.

- 7 Lépe pracujeme s přesunem zboží mezi prodejny dle poptávky.
- 8 Optimalizujeme počet zaměstnanců v retailové síti a navýšili jsme jejich průměrnou odměnu. Zvyšujeme tím efektivitu personálních nákladů.
- 9 Pracujeme s motivací zaměstnanců i skrze nadstandardní flexibilní složku ohodnocení.
- 10 Snížili jsme fluktuaci zaměstnanců z 50 % na 10 % za měsíc.
- 11 Investujeme do vzdělávání a rozvoje zaměstnanců prostřednictvím interních i externích školení.

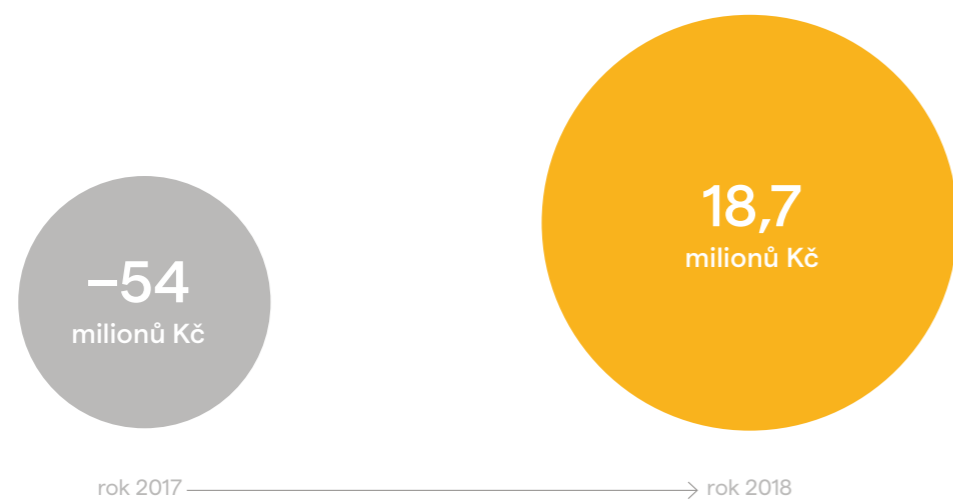
## PROVOZ

- 1 Automatizujeme systémy s vyhodnocováním návratnosti a prioritizací přínosů pro byznys.
- 2 Implementujeme software pro efektivnější řízení procesů – Warehouse Management System, ERP, CRM.
- 3 Využíváme moderních nástrojů business intelligence, které poskytují 100% přehled o dění v retailu.
- 4 Implementujeme nástroje pro vyhodnocování a optimalizaci rozhodování.
- 5 Zefektivnili jsme nákupní proces s úsporou až 30 %.
- 6 Přesunuli jsme sklady do vyhovujících prostor.
- 7 Přijali jsme klíčové manažery s mezinárodními zkušenostmi.



## VÝVOJ OBRATU\*

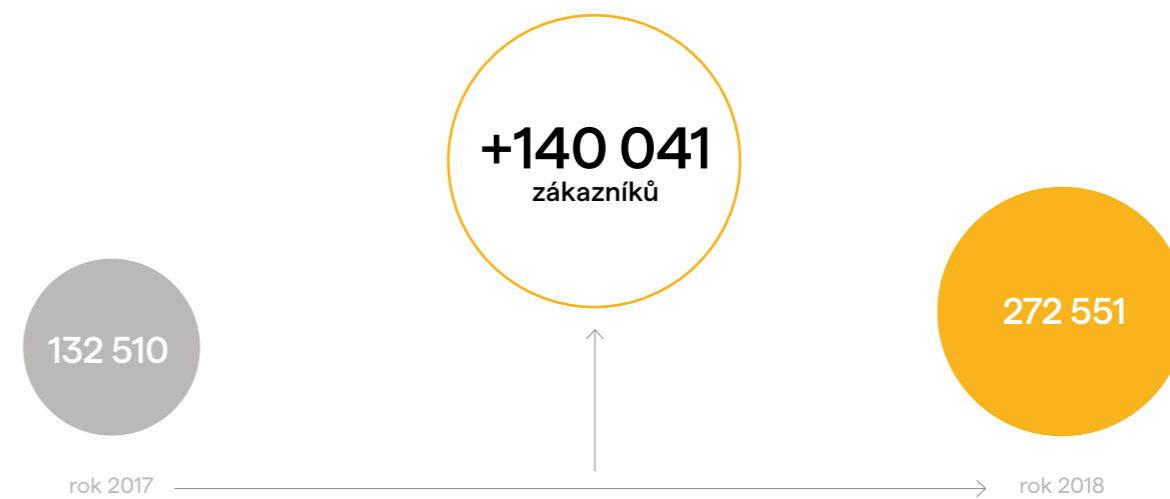
\* Tržby za prodej zboží



## VÝVOJ EBITDA

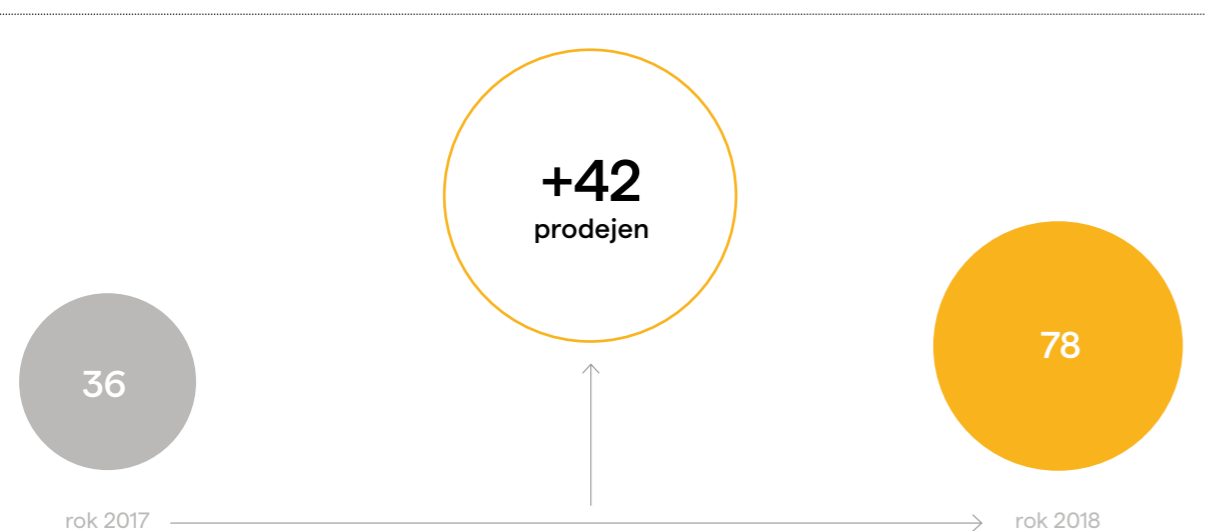


## NÁRŮST POČTU ZAMĚSTNANCŮ SKUPINY

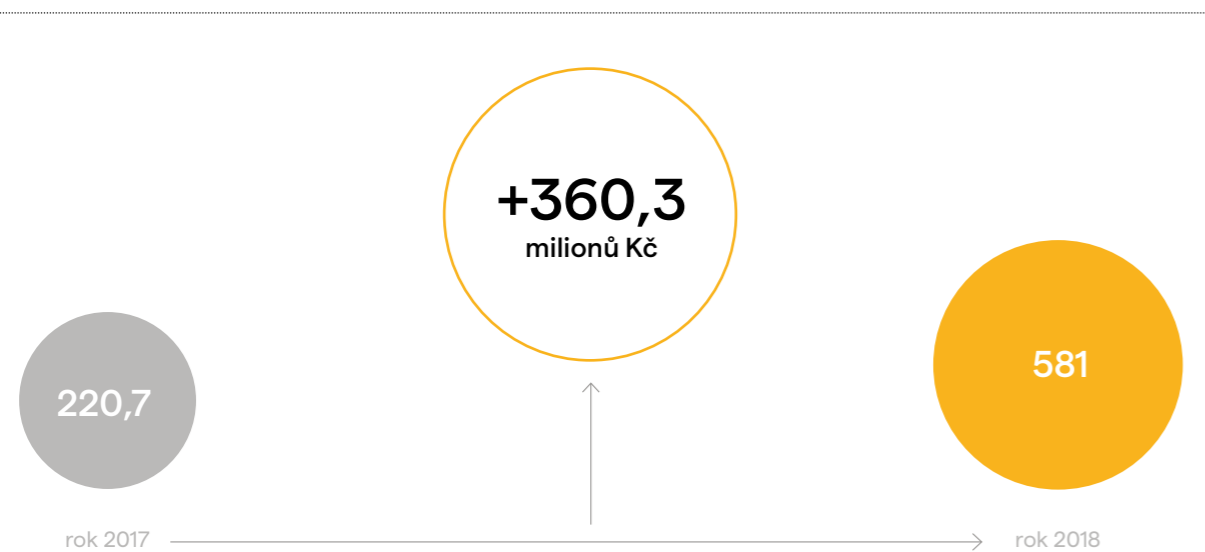


## NÁRŮST POČTU ZÁKAZNÍKŮ NA KAMENNÝCH PRODEJNÁCH

# klíčové ukazatele



#### NÁRŮST POČTU VLASTNÍCH PRODEJEN



#### VÝVOJ AKTIV (V MILIONECH KČ)

#### C2H RETAIL HOLDING — Konsolidovaný výkaz zisku a ztráty

v tisících Kč	2018	2017
Tržby z prodeje výrobků a služeb	4 260	1 964
Tržby za prodej zboží	829 132	450 423
Výkonová spotřeba	-603 578	-388 560
Osobní náklady	-201 937	-112 995
Úpravy hodnot v provozní oblasti	-25 750	-18 382
Ostatní provozní výnosy	2 465	2 622
Ostatní provozní náklady	-7 876	-3 660
<b>PROVOZNÍ VÝSLEDEK HOSPODAŘENÍ (+/-)</b>	<b>-3 284</b>	<b>-68 588</b>
Finanční výsledek hospodaření	-14 714	-1 143
<b>VÝSLEDEK HOSPODAŘENÍ PŘED ZDANĚNÍM (+/-)</b>	<b>-17 998</b>	<b>-69 731</b>
Daň z příjmů	-2 388	-1 926
<b>VÝSLEDEK HOSPODAŘENÍ PO ZDANĚNÍ (+/-)</b>	<b>-20 386</b>	<b>-71 657</b>

finanční výkazy



## C2H RETAIL HOLDING — Konsolidovaná rozvaha

v tisících Kč	k 31. 12. 2018	k 31. 12. 2017
<b>AKTIVA CELKEM</b>	<b>580 980</b>	<b>220 724</b>
<b>DLOUHODOBÝ MAJETEK</b>	<b>225 536</b>	<b>68 946</b>
Dlouhodobý nehmotný majetek	2 420	855
Dlouhodobý hmotný majetek	112 098	51 700
Dlouhodobý finanční majetek	37 828	25 500
Konsolidační rozdíl	75 179	-7 893
Cenné papíry a podíly v ekvivalenci	-1 989	-1 216
<b>OBĚŽNÁ AKTIVA</b>	<b>341 741</b>	<b>146 075</b>
Zásoby	257 263	121 654
Pohledávky	46 897	18 212
Peněžní prostředky	37 581	6 209
<b>ČASOVÉ ROZLIŠENÍ AKTIV</b>	<b>13 703</b>	<b>5 703</b>
<b>PASIVA CELKEM</b>	<b>580 980</b>	<b>220 724</b>
<b>VLASTNÍ KAPITÁL</b>	<b>16 480</b>	<b>-34 266</b>
<b>CIZÍ ZDROJE</b>	<b>563 215</b>	<b>254 982</b>
Rezervy	1 337	2 138
<b>Závazky</b>	<b>561 878</b>	<b>252 844</b>
Dlouhodobé závazky	223 385	98 370
Krátkodobé závazky	338 493	154 474
<b>ČASOVÉ ROZLIŠENÍ PASIV</b>	<b>1 286</b>	<b>8</b>

## C2H RETAIL HOLDING — Konsolidovaný výkaz zisku a ztráty — manažerský pohled

v milionech Kč	2018
Tržby za prodej zboží – maloobchod	759,3
Náklady na prodané zboží – maloobchod	-292,9
<b>HRUBÁ MARŽE</b>	<b>466,4</b>
Hrubá marže v %	61,4 %
Náklady na nájemné v OC	-160,5
Náklady na personál v OC	-133,7
Ostatní retailové náklady	-21,1
<b>Retail EBITDA</b>	<b>151,1</b>
Retail EBITDA v %	19,9 %
Tržby za prodej zboží – e-commerce + velkoobchod	69,8
Náklady na prodané zboží – e-commerce + velkoobchod	-36,1
Marketing	-36,0
HQ Náklady	-130,1
<b>EBITDA</b>	<b>18,7</b>
Odpisy a amortizace	-22,0
<b>EBIT</b>	<b>-3,3</b>
Finanční výnosy	3,4
Finanční náklady	-18,1
<b>ZISK PŘED ZDANĚNÍM</b>	<b>-18,0</b>
Daň z příjmu	-2,4
<b>ZISK PO ZDANĚNÍ</b>	<b>-20,4</b>



pietro filipi



### O PIETRO FILIPI

Pietro Filipi je česká módní značka, která byla založena již v roce 1993. Ve svém portfoliu má Pietro Filipi dámské i pánské kolekce navržené a vytvořené týmem českých i zahraničních návrhářů.

### VSTUP C2H

V listopadu 2017 koupil Pietro Filipi investor Michal Mička a jeho skupina C2H. V Pietro Filipi se Mička jako výkonný ředitel aktivně podílí na chodu firmy.

### NÁRŮST TRŽEB

V roce 2018 došlo k meziročnímu nárůstu tržeb o 8 % na 485 milionů Kč. Konverzní poměr, tj. podíl nakupujících na návštěvnících, vzrostl o 6 % na 8,4 %. Průměrná cena vzrostla o 3 % na 2 474 Kč.



## Pietro Filipi chce lidi oblékat elegantně, nadčasově, kvalitně a pro různé příležitosti.

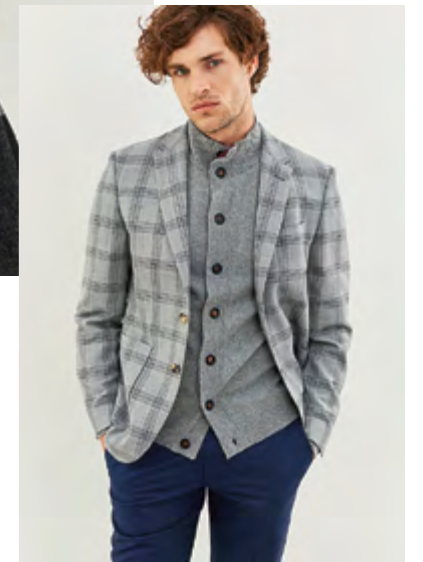


Zaměřujeme se na zákazníka, který žije aktivně, hodně cestuje, pečuje o sebe, má estetické cítění a snaží se dosáhnout v životě rovnováhy, která mu umožňuje spokojeně žít. My jako značka mu v tom chceme pomáhat péčí o jeho vizuální stránku, aby se při každé příležitosti cítil sebevědomě, přirozeně a přiměřeně dané situaci.

# propozice značky

Navrhujeme v České republice s nadčasovým designem a s respektem ke globálním trendům i lokálnímu kontextu. Spolupracujeme se špičkovými módními návrháři. Šijeme především z nejkvalitnějších italských látek, vyrábíme v menších počtech kusů i limitované edice ve výrobcích, které se orientují na vysokou kvalitu.

Naším cílem je dosáhnout jednoduché a zajímavé estetiky, s vysokou orientací na detail a funkčnost jednotlivých věcí, která umožňuje moderní ženě i muži komfortně fungovat. Důležitý je detail propracování, přemýšlení nad střihy, nad kvalitou zpracování i užitím látek.

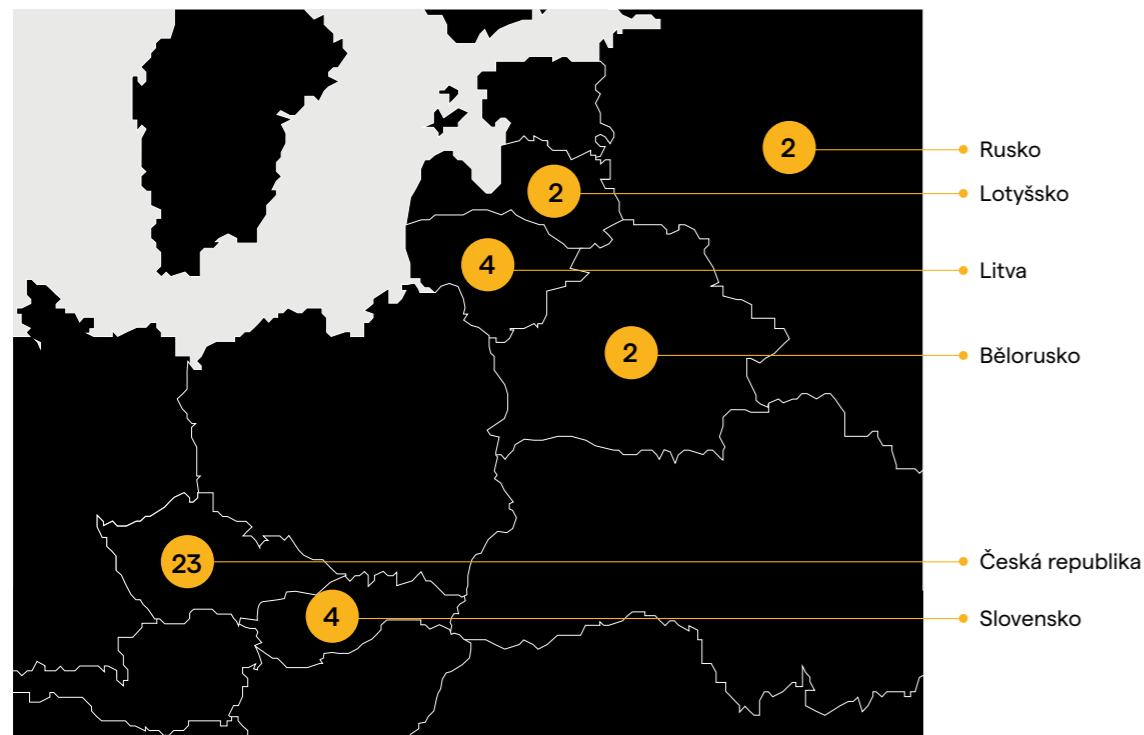


Edukujeme zákazníka o vhodnosti a funkčnosti jednotlivých materiálů, radíme s tvorbou outfitů reflektujících příležitost. Ukazujeme, že zákazník může být elegantně oblečen i při méně formálních příležitostech.

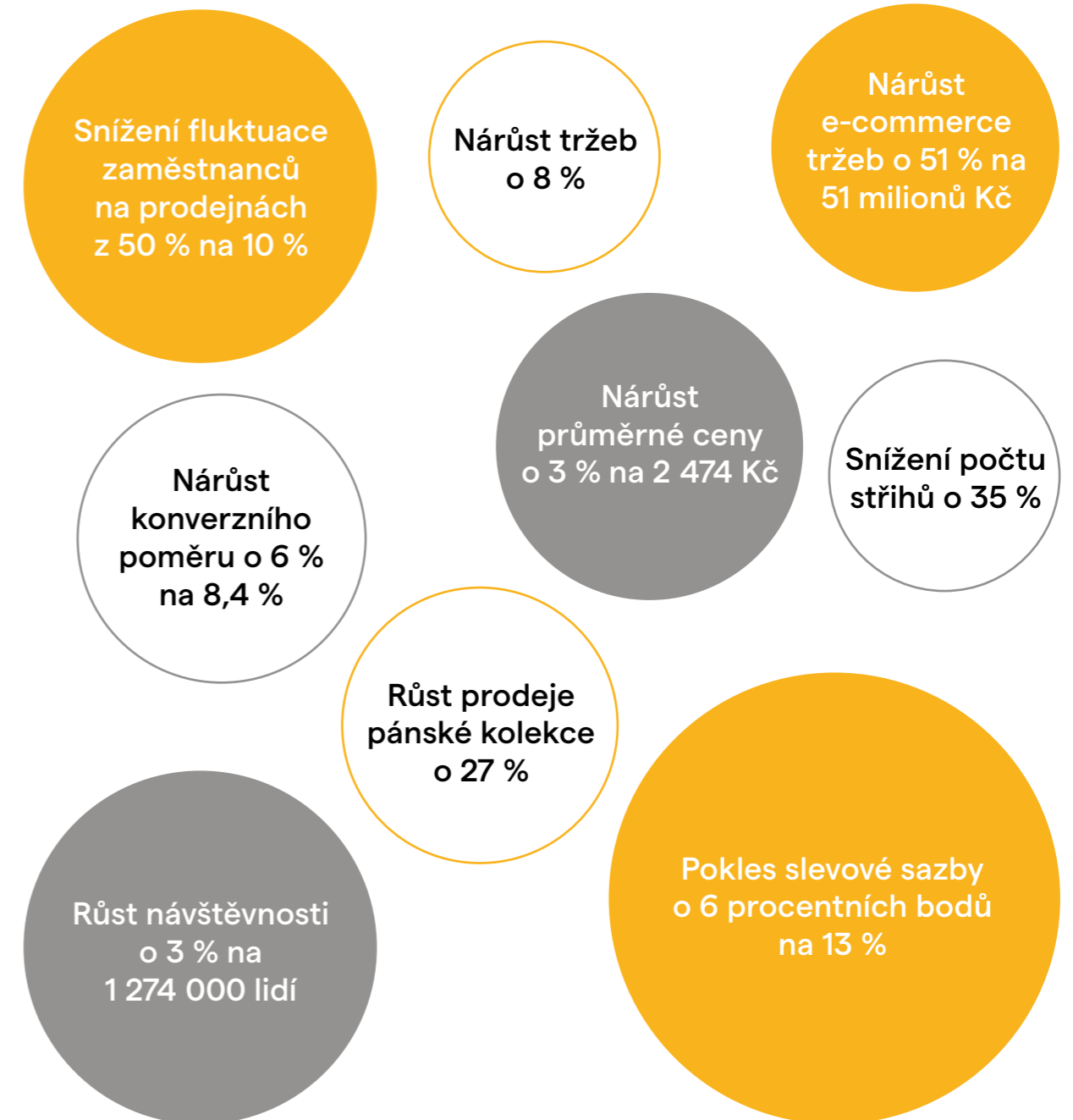
Klademe důraz na to, aby cena odpovídala kvalitě. Soustředíme se i na špičkový zákaznický servis, ve všech kanálech, individualizovaný potřebám daného zákazníka.



Pietro Filipi provozuje 27 vlastních obchodů v České republice a na Slovensku, 6 obchodů v Pobaltí a franšízové prodejny v Bělorusku a Rusku.



prodejní síť



klíčové ukazatele

V roce 2018 oslavila značka Pietro Filipi 25 let existence. Pro kampaň oslavující tento milník oslovila Aňu Geislerovou. Vrací do hry označení MADE IN CZECHOSLOVAKIA.



25 let značky



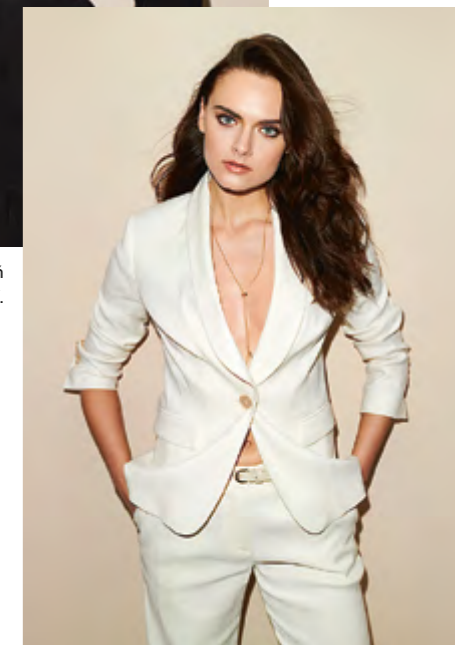


Ester a Tomáš Berdychovi byli hlavními tvářemi kampaně ke kolekci Pietro Filipi na jaro/léto 2019.

# modernizace komunikace značky



Pietro Filipi realizovalo kampaň s modelkami tří věkových kategorií.



Pietro Filipi modernizovalo e-shop a posílilo online komunikaci.



**PIETRO FILIPI — Výkaz zisku a ztráty**

v milionech Kč	2018
Tržby za prodej zboží	485,5
Náklady na prodané zboží	-170,6
<b>HRUBÁ MARŽE</b>	<b>314,9</b>
Hrubá marže v %	64,9 %
Služby a spotřeba materiálu	-189,5
Osobní náklady	-125,0
Ostatní provozní výnosy	2,2
Ostatní provozní náklady	-9,4
<b>EBITDA</b>	<b>-6,8</b>
Odpisy a amortizace	-12,8
<b>EBIT</b>	<b>-19,6</b>
Finanční výnosy	1,0
Finanční náklady	-8,8
<b>ZISK PŘED ZDANĚNÍM</b>	<b>-27,4</b>
Daň z příjmu	—
<b>ZISK PO ZDANĚNÍ</b>	<b>-27,4</b>

**PIETRO FILIPI — Rozvaha**

v milionech Kč	2018
Dlouhodobý majetek	62,0
Zásoby	167,4
Pohledávky	20,2
Peněžní prostředky	11,5
Ostatní aktiva	9,0
<b>AKTIVA CELKEM</b>	<b>270,1</b>
Vlastní kapitál (vč. zápůjček akcionáře)	136,4
Závazky	98,2
Bankovní úvěry	35,5
Ostatní pasiva	—
<b>PASIVA CELKEM</b>	<b>270,1</b>



kara



### O KARA

KARA se zaměřuje na výrobu a prodej nejen kožených a kožešinových oděvů pro ženy a muže, ale také kožených doplňků a galanterie.

Na českém a slovenském trhu působí přes 70 let a specializuje se na prodej výrobků z pravé kůže. V zimní sezóně nabízí také kožešinové kabáty a bundy s kožešinovými doplňky.

### VSTUP C2H

V květnu 2018 se společnost KARA Trutnov, tradiční český módní výrobce, stala součástí skupiny C2H. Rok 2018 tak byl především ve znamení přebírání společnosti a nastavování strategie směřující k omlazení a renesanci značky a maloobchodní sítě.

Na podzim došlo rovněž ke spuštění vlastního e-shopu společnosti pro český i slovenský trh. Celkové tržby za rok 2018 dosáhly 343 milionů Kč.



Tradiční česká značka s více než 70letou historií se specializací na kožené a outwearové oblečení.



Disponujeme nejširší nabídkou koženého oblečení na českém a slovenském trhu a loajálními zákazníky. Díky úzkému zaměření jsme silně orientováni na kvalitu produktu za velmi přijatelnou cenu.

Naším cílem je omladit značku a přitáhnout i mladší zákazníky. K tomu nám pomáhá i spolupráce se špičkovými módními návrháři. Zaměřujeme se na zákazníka, který ocení kvalitu materiálu i zpracování, komfort, nadčasovost, tradici, udržitelnost.

propozice značky

Společnost KARA provozuje vlastní síť 45 maloobchodních prodejen v České republice a na Slovensku pod značkami KARA a Galex.



prodejní síť

**KARA TRUTNOV — Výkaz zisku a ztráty**

v milionech Kč	2018
Tržby za prodej zboží	343,6
Náklady na prodané zboží	-144,0
<b>HRUBÁ MARŽE</b>	<b>199,6</b>
Hrubá marže v %	58,1 %
Služby a spotřeba materiálu	-100,0
Osobní náklady	-77,0
Ostatní provozní výnosy	5,0
Ostatní provozní náklady	-2,2
<b>EBITDA</b>	<b>25,4</b>
Odpisy a amortizace	-9,1
<b>EBIT</b>	<b>16,3</b>
Finanční výnosy	2,5
Finanční náklady	-7,7
<b>ZISK PŘED ZDANĚNÍM</b>	<b>11,1</b>
Daň z příjmu	-2,1
<b>ZISK PO ZDANĚNÍ</b>	<b>9,0</b>

**KARA TRUTNOV — Rozvaha**

v milionech Kč	2018
Dlouhodobý majetek	56,6
Zásoby	89,9
Pohledávky	32,2
Peněžní prostředky	26,1
Ostatní aktiva	4,7
<b>AKTIVA CELKEM</b>	<b>209,5</b>
Vlastní kapitál (vč. zápůjček akcionáře)	40,7
Závazky	31,9
Bankovní úvěry	135,6
Ostatní pasiva	1,3
<b>PASIVA CELKEM</b>	<b>209,5</b>



C2H Retail Holding rovněž na českém a slovenském území výhradně zastupuje vybrané globální značky.

Na začátku roku 2019 byla podepsána afiliační smlouva s francouzským výrobcem spodního prádla Etam pro exkluzivní zastoupení v České a Slovenské republice. V roce 2019 je v plánu otevření 8 obchodů.



etam

*Etam*





Kontaktní informace  
[info@c2h.cz](mailto:info@c2h.cz)  
+420 246 086 300  
[www.c2h.cz](http://www.c2h.cz)


Kontaktní adresa  
C2H Retail Holding  
Nile House, Karolinská 654/2  
186 00 Praha 8








bilanční zpráva 2018



Kontaktní informace  
info@c2h.cz  
+420 246 086 300  
www.c2h.cz



Kontaktní adresa  
C2H Retail Holding  
Nile House, Karolinská 654/2  
186 00 Praha 8