

## Grupa Eurocash prezentuje wyniki finansowe za I półrocze 2018 r.

Segment hurtu na ścieżce wzrostu i poprawy efektywności. Detal pod znakiem akwizycji i integracji przejętych sklepów oraz inwestycji w nowe projekty

- Przychody Grupy Eurocash w pierwszym półroczu 2018 r. sięgnęły blisko 10,8 mld zł, co oznacza wzrost o prawie 7% w porównaniu z analogicznym okresem 2017 r. Wzrost organiczny Grupy (z wyłączeniem przejętej w drugim kwartale sieci sklepów Mila) wyniósł ponad 5%.
- Grupa notuje bardzo dobre wyniki w segmencie hurtowym. Sprzedaż tego segmentu wzrosła o ponad 5% r/r do 8,6 mld zł, a EBITDA, czyli zysk operacyjny powiększony o amortyzację, przekroczyła 160 mln zł i była o 13% wyższa niż przed rokiem.
- Sprzedaż segmentu detalicznego wzrosła w okresie pierwszych sześciu miesięcy br. o ponad 7% do blisko 1,8 mld zł. Wpływ na wynik EBITDA tego segmentu (w pierwszym półroczu 2018 r. wyniosła 53,5 mln zł) ma integracja oraz remodeling i renowacja sklepów EKO. Po pierwszej połowie tego roku już 149 sklepów EKO działało pod szyldem Delikatesy Centrum, a trzy zaczęły funkcjonować pod szyldem Lewiatan.
- Rozwijany przez Eurocash projekt dostaw produktów świeżych, który jest kluczowy dla wzmocnienia pozycji konkurencyjnej sklepów detalicznych, przyniósł w pierwszym półroczu br. ponad 300 mln zł przychodów i był bliski osiągnięcia progu rentowności już w drugim kwartale – znacznie szybciej od oczekiwań.
- Znormalizowana EBITDA (po wyłączeniu kosztów o charakterze jednorazowym) dla całej Grupy Eurocash w pierwszym półroczu 2018 r. wyniosła blisko 160 mln zł wobec niespełna 158 mln zł przed rokiem.
- Znormalizowany skonsolidowany zysk netto w pierwszym półroczu br. wyniósł 21 mln zł wobec 38 mln zł przed rokiem. Niższy wynik związany był głównie ze wzrostem amortyzacji oraz kosztów finansowych.
- W pierwszym półroczu br. Grupa Eurocash zanotowała silne dodatnie przepływy pieniężne z działalności operacyjnej w kwocie 186 mln zł. Mimo wypłaty dywidendy i wydatków na nabycie sieci Mila (łącznie 450 mln zł), zadłużenie netto Grupy Eurocash na koniec czerwca 2018 r. było na bezpiecznym poziomie (1,9 x 12-miesięczna EBITDA).

– *W hurcie, który pozostaje wiodącym segmentem działalności Grupy Eurocash, kontynuujemy poprawę efektywności operacyjnej, co przekłada się zarówno na rosnącą sprzedaż, jak i wzrost wyniku EBITDA. W drugim kwartale sprzedaż like-for-like w naszych hurtowniach Cash & Carry wzrosła o 2,7%, co jest najlepszym wynikiem tego formatu od ponad czterech lat i potwierdza skuteczność przeprowadzonej w ubiegłym roku restrukturyzacji* – wskazał **Jacek Owczarek**, członek zarządu i dyrektor finansowy Grupy Eurocash.



Na bardzo dobre wyniki segmentu hurtowego w pierwszym półroczu br. złożył się także silny, 10-procentowy wzrost sprzedaży w formacie dystrybucji aktywnej (Eurocash Dystrybucja), który obejmuje dostawy między innymi do klientów zrzeszonych w sieciach franczyzowych i partnerskich Lewiatan, Euro Sklep, Groszek oraz PSD (Gama).

*– W segmencie detalicznym ważnym wydarzeniem w drugim kwartale tego roku było sfinalizowanie zakupu 187 sklepów Mila. Akwizycja ta dołożyła ponad 120 mln zł sprzedaży do całkowitych przychodów segmentu – w pierwszym półroczu sięgnęły one niemal 1,8 mld zł. Uwzględniając natomiast przychody sieci Mila od początku roku, sprzedaż pro forma segmentu detalicznego wyniosła prawie 2,4 mld zł, czyli o 43% więcej niż rok wcześniej – powiedział **Jacek Owczarek**. – Sfinalizowanie zakupu sieci Mila oraz planowane nabycie udziałów w spółce Partner, prowadzącej 26 sklepów Lewiatan, to kolejne etapy konsekwentnie realizowanej przez nas strategii, mającej na celu wzmocnienie pozycji rynkowej tysięcy niezależnych przedsiębiorców prowadzących sklepy detaliczne w Polsce. Dzięki własnym placówkom możemy sprawniej wdrażać w życie innowacyjne rozwiązania, zwiększać efektywność w obszarze logistyki, marketingu, jak i uzyskiwać od dostawców warunki zakupowe, które poprawią konkurencyjność naszych klientów wobec dyskontów – dodał **członek zarządu**.*

W segmencie detalicznym Eurocash kontynuował ponadto integrację sieci EKO, przejętej na początku 2017 r. Po pierwszej połowie tego roku 149 sklepów EKO funkcjonowało pod szyldem Delikatesy Centrum, a trzy pod szyldem Lewiatan.

*– Zmianie szyldu towarzyszy remodeling i renowacja sklepów, co wiąże się z ich czasowym zamknięciem na czas remontu, a także wyprzedają produktów i późniejszymi działaniami promocyjnymi. W krótkim terminie odbija się to na rentowności segmentu. Dzięki renowacji lokalni klienci mają jednak możliwość robienia zakupów w znacznie dogodniejszych warunkach i przede wszystkim mają dostęp do znacznie korzystniejszej oferty. Już dziś widzimy, że sklepy po zmianie szyldu odnotowują lepsze wyniki sprzedaży od tych, które jeszcze nie przeszły renowacji – powiedział **dyrektor finansowy Eurocash**.*

Ujemny wpływ na bieżącą rentowność Grupy Eurocash ma ponadto segment Projekty. Obejmuje on inwestycje w rozwój innowacyjnych formatów detalicznych, takich jak Duży Ben (sklepy z alkoholem), abc na kołach (mobilne sklepy spożywcze) oraz Kontigo (sklepy kosmetyczne), a także rozwój dystrybucji wysokiej jakości produktów świeżych.

*– Pomimo że Projekty obciążają wynik EBITDA, my patrzymy na tę pozycję nie jak na koszt, tylko jak na inwestycję. Nie ma znaczenia, że z księgowego punktu widzenia są one widoczne w rachunku wyników zamiast w rachunku przepływów pieniężnych z działalności inwestycyjnej. Projekty wzmocniają konkurencyjność niezależnych polskich przedsiębiorców. Nasi klienci często nie są w stanie sfinansować samodzielnie takich inwestycji, więc uważamy, że naszą rolą jest przejąć tę odpowiedzialność. Po czasie, projekty zaczynają przynosić korzyści nie tylko właścicielom niezależnych sklepów, ale też i nam. W drugim kwartale projekt dostaw artykułów świeżych był bliski osiągnięcia progu rentowności. Znacznie wcześniej od naszych pierwotnych oczekiwań – podkreślił **Jacek Owczarek**.*

Po okresie testów, Grupa Eurocash zdecydowała o udostępnieniu niezależnym przedsiębiorcom conceptów Duży Ben oraz Kontigo. Sieci te będą rozwijane w modelu franczyzowym i agencyjnym.



**Wybrane skonsolidowane wyniki finansowe Grupy Eurocash:**

<i>mln zł</i>	1 półr. 2018	1 półr. 2017	Zmiana r/r
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	<b>10 776</b>	<b>10 118</b>	<b>+7%</b>
<b>Zysk brutto na sprzedaży</b>	<b>1 288</b>	<b>1 186</b>	<b>+9%</b>
Marża brutto na sprzedaży	11,95%	11,72%	+0,22 p.p.
<b>EBITDA znormalizowana <sup>1)</sup></b>	<b>160</b>	<b>158</b>	<b>+1%</b>
Marża EBITDA znormalizowana <sup>1)</sup>	1,48%	1,56%	-0,08 p.p.
<b>Wynik netto znormalizowany <sup>1)</sup></b>	<b>21</b>	<b>38</b>	<b>-46%</b>
Rentowność netto znormalizowana <sup>1)</sup>	0,19%	0,37%	-0,18 p.p.
<b>EBITDA raportowana</b>	<b>157</b>	<b>43</b>	<b>+261%</b>
Marża EBITDA raportowana	1,45%	0,43%	+1,03 p.p.
<b>Wynik netto raportowany</b>	<b>18</b>	<b>-77</b>	<b>-</b>
Rentowność netto raportowana	0,16%	-0,76%	+0,92 p.p.

1) wyłączając wpływ kosztów jednorazowych, które w 2018 r. związane były z kosztami poniesionymi w związku z nabyciem sieci sklepów Mila (3 mln zł), natomiast w 2017 r. związane były z płatnością zabezpieczenia z tytułu potencjalnych płatności VAT (114,4 mln zł)

\*\*\*

**Grupa Eurocash** to największa polska firma zajmująca się hurtową dystrybucją produktów żywnościowych oraz wsparciem marketingowym dla niezależnych polskich przedsiębiorców prowadzących działalność detaliczną. Wspierane przez Eurocash sieci franczyzowe i partnerskie zrzeszają ponad 14 tysięcy niezależnych sklepów działających pod takimi markami jak abc, Groszek, Delikatesy Centrum, Lewiatan, Euro Sklep czy Gama.

\*\*\*

**W celu uzyskania dodatkowych informacji zapraszamy na [www.eurocash.pl](http://www.eurocash.pl) lub prosimy o kontakt:**

Cezary Giza  
Eurocash S.A.  
tel. (+48) 693 930 415  
[cezary.giza@eurocash.pl](mailto:cezary.giza@eurocash.pl)

Krzysztof Woch  
NBS Communications  
tel. (+48) 516 173 691  
[kwoch@nbs.com.pl](mailto:kwoch@nbs.com.pl)

