

Grupa Eurocash publikuje wyniki finansowe za I kwartał 2018 r.

Wzrost sprzedaży ponad rynek. Poprawa marży brutto i wyniku EBITDA

- Sprzedaż Grupy Eurocash, liczona wg obowiązującego od tego roku standardu MSSF 15, wyniosła w I kwartale br. 5 mld zł, co oznacza wzrost o 7,5% w porównaniu z analogicznym okresem 2017 r.
- Sprzedaż Grupy Eurocash wspierana jest bardzo dobrymi wynikami w segmencie hurtowym, który zanotował wzrost o 7,2% r/r, jak również w segmencie detalicznym, który z uwzględnieniem dystrybucji produktów świeżych zanotował wzrost o 8% r/r.
- Skonsolidowana marża brutto na sprzedaży w I kwartale 2018 r. sięgnęła ponad 11,6% wobec 11,4% przed rokiem.
- EBITDA Grupy Eurocash, czyli wynik operacyjny powiększony o amortyzację, w I kwartale br. wzrosła o 5,7% r/r i wyniosła 39,6 mln zł.
- Skonsolidowany wynik netto wyniósł -18,5 mln zł wobec -15 mln zł w I kwartale 2017 r. Wynik finansowy Grupy Eurocash wciąż jest pod wpływem wysokich nakładów ponoszonych na rozwój strategicznych projektów, których celem jest zapewnienie długoterminowej konkurencyjności niezależnym przedsiębiorcom prowadzącym sklepy detaliczne w Polsce.

– W pierwszym kwartale tego roku sprzedaż Grupy Eurocash wzrosła o 7,5%, czyli więcej niż cały rynek FMCG, który urósł średnio o 6%. Osiągnięty przez nas wynik jest tym bardziej znaczący, że nie jest on efektem przejść, lecz związany był przede wszystkim ze wzrostem organicznym w segmencie hurtowym. Ponadto, istotny wpływ na wysoki średni wzrost sprzedaży na całym rynku miał z pewnością fakt, że okres zakupów przed świątami wielkanocnymi w tym roku przypadł na pierwszy kwartał, podczas gdy rok wcześniej w drugim kwartale. Warto jednak zauważyć, że świąteczne zakupy „na zapas” zazwyczaj realizowane są w sklepach wielkoformatowych. Tym bardziej satysfakcjonujący jest nasz wzrost sprzedaży, która realizowana jest głównie do sklepów małoformatowych – powiedział **Jacek Owczarek, członek zarządu i dyrektor finansowy Grupy Eurocash.**

– W segmencie detalicznym kontynuowaliśmy integrację sklepów EKO. W pierwszym kwartale 41 z nich zmieniło szyld na Delikatesy Centrum. Przyspieszony remodeling w krótkim terminie ma negatywny wpływ na poziom sprzedaży i wynik EBITDA tego segmentu, ale widzimy pozytywne efekty dokonanych zmian po ponownym otwarciu placówek przechodzących rebranding i renowację. Wyraźny, blisko 10-proc. wzrost sprzedaży w I kwartale tego roku odnotowały natomiast sklepy własne Delikatesy Centrum. Zrzeszone w tej sieci sklepy franczyzowe notują z kolei wysokie wzrosty like-for-like, czyli dla tej samej liczby placówek. Sprzedaż hurtowa realizowana przez Eurocash do sklepów franczyzowych Delikatesy Centrum wzrosła w I kwartale w ujęciu like-for-like o 8,6% r/r, a wzrost sprzedaży detalicznej tych placówek w ujęciu like-fo-like sięgnął 6,3% – wskazał **Jacek Owczarek.**

Na wynik EBITDA Grupy Eurocash w I kwartale br. pozytywny wpływ miała przede wszystkim wyraźna poprawa w segmencie hurtowym, wynikająca m.in. z poprawy rentowności formatu Cash&Carry, dzięki wyższej efektywności operacyjnej, a także z silnego wzrostu sprzedaży Eurocash Dystrybucja, czyli formatu obejmującego aktywną dystrybucję towarów (z dowozem do klienta). Pozytywne efekty przynosi również wdrażany w Grupie program optymalizacji kosztowej, który w I kwartale dał ponad 14 mln zł oszczędności. Negatywny wpływ na poziom wyniku EBITDA mają z kolei rosnące koszty wynagrodzeń, które były o 22 mln zł wyższe niż przed rokiem – Grupa Eurocash, podobnie jak cała branża FMCG, odczuwa skutki presji płacowej.

Ujemny wpływ na bieżącą rentowność Grupy Eurocash ma ponadto segment Projekty, który obejmuje inwestycje w rozwój innowacyjnych formatów detalicznych, takich jak Duży Ben, abc na kołach oraz Kontigo, a także rozwój dystrybucji wysokiej jakości produktów świeżych. Projekty te w I kwartale br. obciążęły wynik EBITDA Grupy o 14 mln zł (wobec 16 mln zł w analogicznym okresie ubiegłego roku). – *Jesteśmy przekonani, że w długim okresie inwestycje te przełożą się na wzrost konkurencyjności niezależnych polskich przedsiębiorców, prowadzących małe i średnie sklepy detaliczne, którzy są głównymi klientami Grupy Eurocash. Po zrealizowanych z sukcesem w poprzednich latach projektach Faktoria Win i PayUp, w tym roku zdecydowaliśmy się udostępnić franczyzobiorcom koncept Duży Ben. Ponadto, zgodnie z ogłoszoną w marcu zaktualizowaną strategią, dostawy wysokiej jakości artykułów świeżych, wdrażane wcześniej jedynie w sieci Delikatesy Centrum, obejmą również sklepy zrzeszone w pozostałych sieciach wspieranych przez Grupę Eurocash. Projekt ten został bardzo pozytywnie przyjęty zarówno przez naszych klientów, jak i finalnych konsumentów, co potwierdzają wysokie wzrosty like-for-like w sieci Delikatesy Centrum* – powiedział **Jacek Owczarek**.

Wybrane skonsolidowane wyniki finansowe Grupy Eurocash:

<i>mln zł</i>	1Q 2018	1Q 2017	Zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	5 000	4 651	+7,5%
<i>Przychody ze sprzedaży ¹⁾</i>	<i>5 541</i>	<i>5 193</i>	<i>+6,7%</i>
Zysk brutto na sprzedaży	582	531	+9,5%
Marża brutto na sprzedaży	11,6%	11,4%	+0,2 p.p.
EBITDA	39,6	37,5	+5,6%
Marża EBITDA	0,8%	0,8%	0 p.p.
Zysk / strata netto	-18,5	-15,0	-
Rentowność netto	-0,4%	-0,3%	-0,1 p.p.

1) Wartość sprzedaży przed zastosowaniem MSSF 15 (prezentowana analogicznie jak w poprzednich latach)

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 lub prosimy o kontakt:

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

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