

Grupa Eurocash publikuje wyniki finansowe za 2017 rok i prezentuje założenia strategii do 2023 roku

- Sprzedaż Grupy Eurocash w 2017 roku wyniosła prawie 23,2 mld zł i była o blisko 10% wyższa niż rok wcześniej. Głównym motorem wzrostu przychodów była konsolidacja spółek przejętych na przełomie 2016 i 2017 r.
- Skonsolidowany zysk brutto na sprzedaży wzrósł w ubiegłym roku o ponad 15% r/r do 2,44 mld zł, co wynika z wyższej rentowności brutto notowanej w segmencie *Detal*.
- Znormalizowana EBITDA*, czyli wynik operacyjny powiększony o amortyzację, wyniosła 361 mln zł wobec 440 mln zł w 2016 roku. Spadek EBITDA wynika z niższej rentowności w segmencie *Hurt Niezależny*, dodatkowych kosztów związanych z integracją przejętych firm oraz innych kosztów o charakterze jednorazowym, a także dalszych inwestycji w rozwój nowych projektów o charakterze strategicznym.
- Znormalizowany zysk netto Grupy Eurocash w 2017 roku wyniósł 85 mln zł wobec 190 mln zł przed rokiem. Poza spadkiem rentowności na poziomie EBITDA, negatywny wpływ na wynik netto miały wyższe koszty finansowe wynikające ze wzrostu zadłużenia.
- W 2017 roku Grupa Eurocash wypracowała silne dodatnie przepływy pieniężne z działalności operacyjnej, które wyniosły 494 mln zł, co odpowiada 137% znormalizowanej wartości EBITDA.
- Strategicznym celem Grupy Eurocash jest stworzenie największej w Polsce sieci supermarketów. Do sieci w ramach franczyzy będą mogli przyłączać się niezależni przedsiębiorcy. By przespieszyć jej ekspansję, będzie ona również rozwijana poprzez otwieranie nowych własnych sklepów (wspólnie z partnerami z sektora nieruchomości) oraz dalsze przejęcia lokalnych sieci supermarketów.
- W ciągu najbliższych pięciu lat Grupa Eurocash, również wspólnie z franczyzobiorcami, planuje otwarcie około 900 nowych sklepów. Łączne nakłady inwestycyjne na rozwój sieci detalicznej szacowane są na ok. 1–2 mld zł (poniesione wspólnie z partnerami nieruchomościowymi).
- W ramach działalności hurtowej, Grupa Eurocash skupi się na integracji poszczególnych jednostek biznesowych, współdzieleniu najlepszych rozwiązań wypracowanych przez każdy z formatów oraz realizacji synergii grupowych.
- Rozpoczęty w 2017 roku program optymalizacji kosztów zgodnie z założeniami powinien przynieść do 2020 roku około 150 mln zł oszczędności.
- W ramach nowych projektów, Grupa Eurocash zamierza skupić się na rozwoju najlepiej rokujących formatów, takich jak Duży Ben, oraz rozszerzyć projekt dostaw artykułów świeżych do wszystkich sieci franczyzowych wspieranych przez Grupę.

*bez uwzględnienia jednorazowego obciążenia dot. potencjalnych zobowiązań z tytułu VAT ujętego w wynikach za I półrocze 2017 r.

Komentarz do wyników Grupy Eurocash

– W 2017 roku zanotowaliśmy wzrost sprzedaży w każdym segmencie działalności. Największa dynamika dotyczy segmentu detalicznego, gdzie motorem wzrostu są akwizycje zrealizowane na przełomie 2016 i 2017 roku, a w szczególności przejęcie sieci supermarketów EKO. Koszty integracji tych placówek z Delikatesami Centrum w krótkim terminie wpływają natomiast na rentowność Grupy – wskazał **Jacek Owczarek, członek zarządu i dyrektor finansowy Grupy Eurocash**.

W 2017 roku 55 sklepów EKO przeszło rebranding na Delikatesy Centrum. Sieć Delikatesy Centrum powiększyła się ponadto o 30 placówek, co łącznie dało liczbę 1171 sklepów pod szyldem Delikatesy Centrum na koniec 2017 roku.

– W 2017 roku, zgodnie z zapowiedziami, prowadziliśmy restrukturyzację sieci Cash&Carry, w ramach której zamknęliśmy 10 hurtowni i obecnie sieć liczy 180 placówek. Około 72% sprzedaży realizowanej wcześniej w zamkniętych lokalizacjach zostało przejęte przez nasze pozostałe hurtownie, co nawet przewyższyło nasze oczekiwania, podczas gdy koszty restrukturyzacji były zgodne z założeniami. Szacujemy, że podjęte działania optymalizacyjne przyniosą ponad 10 mln zł oszczędności. Słabsze wyniki w 2017 roku zanotował także Eurocash Serwis z uwagi na niższą marżę na produktach impulsowych oraz dodatkowe koszty związane z reorganizacją logistyki. Rentowność całej Grupy była ponadto pod presją rosnących kosztów pracowniczych – wskazał **Jacek Owczarek**.

W ubiegłym roku Grupa Eurocash kontynuowała rozwój nowych formatów detalicznych (takich jak Duży Ben, abc na kołach i Kontigo) oraz rozwój dystrybucji artykułów świeżych. Inwestycje te w skali całego roku pochłonęły około 48 mln zł EBITDA wobec 40 mln zł rok wcześniej, co jest zgodne z założeniami. Po sukcesie takich projektów jak Faktoria Win oraz PayUp, Grupa Eurocash jest gotowa w ramach franczyzy udostępnić niezależnym przedsiębiorcom w Polsce koncept nowoczesnego sklepu z alkoholem Duży Ben, który pomoże im konkurować z sieciami dyskontów. Grupa zawiesiła natomiast rozwój sklepów typu convenience 1minute, z uwagi na brak odpowiedniej oferty produktów dla tego typu placówek.

Strategia Grupy Eurocash do 2023 roku

Zgodnie ze zaktualizowaną strategią na 2023 rok, zamiarem Grupy Eurocash jest stworzenie największej w Polsce sieci supermarketów, w oparciu o sklepy własne oraz franczyzowe.

– Bazę tej sieci stanowią będą funkcjonujące już sklepy Delikatesy Centrum oraz sklepy EKO, a także sklepy Mila, do przejęcia których potrzebujemy jeszcze zgody UOKiK. Łącznie jest to blisko 1600 placówek. Widzimy potencjał do otwarcia około 900 nowych sklepów w ciągu najbliższych pięciu lat, w tym dużą część wspólnie z przedsiębiorcami, którzy będą chcieli przyłączyć się do tej idei. W ten sposób stworzymy rozpoznawalną w całej Polsce sieć około 2400 supermarketów proximity – zapowiedział **Luis Amaral, prezes Grupy Eurocash**.

Źródłem ekspansji będzie rozwój sieci w modelu franczyzowym, wspierany kolejnymi przejęciami lokalnych sieci oraz budową sklepów od podstaw (wspólnie z partnerami z sektora nieruchomości). W ten sposób nie tylko przedsiębiorcy z południowo-wschodniej Polski będą mieli dostęp do rozpoznawalnej marki detalicznej. Pozycjonowanie marketingowe takiej sieci w mediach ogólnopolskich będzie ponadto znacznie bardziej efektywne kosztowo niż obecnie. Dodatkowo, właściciele sklepów w największych miejscowościach będą mogli skorzystać z projektowanego dla nich sklepu internetowego, bazującego na doświadczeniach m.in. Frisco.pl.

*bez uwzględnienia jednorazowego obciążenia dot. potencjalnych zobowiązań z tytułu VAT ujętego w wynikach za I półrocze 2017 r.

W ramach działalności hurtowej, Grupa Eurocash skupi się natomiast na integracji poszczególnych jednostek biznesowych, współdzieleniu najlepszych rozwiązań wypracowanych przez każdy z formatów oraz realizacji synergii grupowych.

– Grupa Eurocash w ostatnich latach mocno inwestowała w konkurencyjność swoich klientów – polskich niezależnych przedsiębiorców. Każdy z biznesów hurtowych zachowywał przy tym pewną elastyczność, aby jak najlepiej dostosować ofertę do potrzeb i oczekiwań klientów. Nie korzystał jednak w pełni z synergii, jakie daje skala Grupy. Dlatego też zdecydowaliśmy się na głębszą integrację biznesów hurtowych, a planowane oszczędności będą wynikać m.in. ze wspólnych przetargów na zakupy niehandlowe i usługi, a także z wdrożenia bardziej oszczędnego podejścia np. do zużycia paliwa czy energii elektrycznej. Do tego dojdzie ścisiejsza wymiana know how pomiędzy jednostkami biznesowymi – wyjaśnił **Jacek Owczarek**.

Ponadto, intencją Grupy Eurocash jest rozszerzenie projektu dostaw artykułów świeżych, wdrażanego dotychczas jedynie w sieci Delikatesy Centrum. Docelowo objęte tym projektem zostaną również sklepy zrzeszone w ramach pozostałych sieci wspieranych przez Grupę Eurocash.

– W ten sposób stworzymy pierwszą, ogólnopolską sieć dystrybucji wysokiej jakości artykułów świeżych, która będzie jedną z kluczowych przewag konkurencyjnych niezależnych sklepów małaformatowych, co pozwoli im skutecznie konkurować o klienta z dyskontami. Aby zapewnić odpowiednią jakość i świeżość produktów, potrzebna jest jednak odpowiednia skala. Szacujemy, że projekt dostaw produktów świeżych osiągnie próg rentowności w 2019 roku – powiedział **Jacek Owczarek**.

Intencją Grupy Eurocash jest podnoszenie konkurencyjności sklepów detalicznych prowadzonych przez niezależnych przedsiębiorców w Polsce. Doświadczenia wypracowane w sklepach własnych docelowo będą przekazywane franczyzobiorcom. Oprócz dostępu do platformy dostaw produktów świeżych, w przyszłości niezależni przedsiębiorcy otrzymają również dostęp do zaawansowanej platformy CRM, pozwalającej im dopasowywać promocje do lokalnych konsumentów.

– Głównym źródłem finansowania ekspansji segmentu detalicznego będzie zdrowy, zreorganizowany biznes hurtowy, generujący silne przepływy gotówkowe z działalności operacyjnej. Dzięki niskiemu wskaźnikowi zadłużenia, mamy również znaczne możliwości pozyskania finansowania zewnętrznego – podsumował **członek zarządu Grupy Eurocash**.

Wybrane skonsolidowane wyniki finansowe Grupy Eurocash:

<i>mln zł</i>	2017	2016	Zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	23 271	21 220	+10%
Zysk brutto na sprzedaży	2 441	2 112	+16%
Marża brutto na sprzedaży	10,5%	10,0%	+0,5 p.p.
EBITDA*	361	440	-18%
Marża EBITDA*	1,6%	2,1%	-0,5 p.p.
Zysk / strata netto*	85	190	-55%
Rentowność netto*	0,4%	0,9%	-0,5 p.p.

*bez uwzględnienia jednorazowego obciążenia dot. potencjalnych zobowiązań z tytułu VAT ujętego w wynikach za I półrocze 2017 r.

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

**bez uwzględnienia jednorazowego obciążenia dot. potencjalnych zobowiązań z tytułu VAT ujętego w wynikach za I półrocze 2017 r.*