

Grupa Eurocash podsumowuje 2018 rok: bardzo dobre wyniki w hurcie, wzrost skali w detalu

- Przychody Grupy Eurocash w 2018 r. sięgnęły 22,8 mld zł, co oznacza wzrost o blisko 10% w porównaniu z 2017 r.
- W minionym roku Grupa istotnie zwiększyła efektywność segmentu hurtowego: przy wzroście sprzedaży w tym segmencie o 6% do 17,7 mld zł, EBITDA (wynik operacyjny powiększony o amortyzację) wzrosła o 18% do 410 mln zł.
- Sprzedaż like-for-like w hurtowniach Eurocash Cash & Carry w 2018 r. wzrosła o ponad 4%, a w samym czwartym kwartale ubiegłego roku o blisko 7% r/r, co jest najlepszym wynikiem tego formatu od blisko sześciu lat.
- Sprzedaż segmentu detalicznego w minionym roku przekroczyła 4,3 mld zł i była o 26% wyższa niż rok wcześniej. EBITDA segmentu detalicznego wyniosła 107 mln zł wobec 153 mln zł w 2017 r. Spadek rentowności w tym segmencie związany był przede wszystkim z kosztami prowadzonej integracji przejętych sieci supermarketów EKO i Mila z siecią Delikatesy Centrum.
- Istotny wpływ na raportowaną przez Grupę Eurocash wielkość EBITDA w dwóch ostatnich latach miały zdarzenia o charakterze jednorazowym. W 2018 r. była to z jednej strony zyskowna sprzedaż spółki PayUp, a z drugiej – utworzenie rezerwy na przewidywane koszty reorganizacji, głównie w segmencie detalicznym. Saldo tego typu zdarzeń było w ubiegłym roku dodatnie i wyniosło 45 mln zł.
- EBITDA znormalizowana (po wyłączeniu zdarzeń jednorazowych) dla całej Grupy Eurocash w 2018 r. wyniosła 374 mln zł, co oznacza wzrost o 4% w porównaniu z 2017 r.
- Znormalizowany skonsolidowany zysk netto wyniósł w minionym roku 67 mln zł wobec 85 mln zł rok wcześniej. Niższy poziom znormalizowanego zysku netto związany był głównie ze wzrostem kosztów amortyzacji (przede wszystkim w segmencie detalicznym), a także wzrostem kosztów finansowych.
- W 2018 r. Grupa Eurocash zanotowała silne dodatnie przepływy z działalności operacyjnej, co w połączeniu z wpływami ze sprzedaży PayUp pozwoliło istotnie obniżyć zadłużenie Grupy. Wskaźnik zadłużenia netto do EBITDA spadł na koniec 2018 r. do poziomu 0,9x z poziomu blisko 1,7x na koniec trzeciego kwartału 2018 r.

Mały format rośnie w siłę

– Sklepy małaformatowe, które są głównymi klientami Grupy Eurocash, radziły sobie w minionym roku lepiej niż średnio cała branża FMCG, mimo niełatwych uwarunkowań, w jakich przyszło im funkcjonować. Łączna sprzedaż tzw. małego formatu wzrosła w 2018 r. o 6,5% wobec wzrostu całego rynku o 5,4%. Także pod względem sprzedaży like-for-like, szczególnie w czwartym kwartale ubiegłego roku, współpracujące z nami sieci partnerskie i franczyzowe zanotowały

wyższą dynamikę wzrostu niż duże sieci hipermarketów oraz dyskontów – wskazał **Jacek Owczarek**, członek zarządu i dyrektor finansowy Grupy Eurocash.

Sprzedaż i efektywność hurtu na ścieżce wzrostowej

W podobnym tempie co sprzedaż małego formatu wzrosły w 2018 r. przychody segmentu hurtowego Grupy Eurocash. Sięgnęły one 17,7 mld zł, czyli o blisko 6% więcej niż rok wcześniej. Grupa znacząco poprawiła przy tym efektywność swojej działalności hurtowej, dzięki czemu EBITDA tego segmentu wzrosła w ubiegłym roku o ponad 18%.

– *W segmencie hurtowym na uwagę zasługuje przede wszystkim wzrost sprzedaży like-for-like w hurtowniach Eurocash Cash & Carry, który w ostatnim kwartale ubiegłego roku wyniósł niemal 7%. To najlepszy wynik tego formatu od pierwszego kwartału 2013 r., czyli od blisko sześciu lat – podkreślił Jacek Owczarek. – Na bardzo dobre wyniki sprzedażowe segmentu hurtowego w 2018 r. złożył się także ponad 10-proc. wzrost w formacie aktywnej dystrybucji, obejmujący m.in. sprzedaż do klientów zrzeszonych w sieciach franczyzowych i partnerskich, takich jak Lewiatan, Euro Sklep, Groszek oraz PSD (Gama) – dodał.*

Ważnym wydarzeniem minionego roku w segmencie hurtowym Grupy Eurocash było ponadto uruchomienie eurocash.pl – unikalnej platformy e-commerce dla handlu niezależnego, dzięki której niezależni detaliści będą mogli skuteczniej konkurować z dyskontami i innymi sklepami wielkopowierzchniowymi. Na koniec 2018 r. miała ona już 8,7 tys. użytkowników, głównie klientów Eurocash Dystrybucja, a docelowo Grupa Eurocash chce, by z eurocash.pl aktywnie korzystało nawet 80 tys. przedsiębiorców w całej Polsce.

Detal pod znakiem integracji

W segmencie detalicznym w 2018 r. Grupa Eurocash zanotowała 26-proc. wzrost sprzedaży, do ponad 4,3 mld zł, głównie dzięki konsolidacji sieci Mila. Akwizycja ta dołożyła do ubiegłorocznej sprzedaży Grupy Eurocash 835 mln zł (licząc od czerwca, kiedy sfinalizowano przejęcie).

– *Koszty związane z integracją sieci Mila, a także przejętej rok wcześniej sieci EKO, w naturalny sposób obciążają bieżącą rentowność segmentu detalicznego. Przejęcia te pozwoliły nam jednak stworzyć solidną bazę, na której zbudujemy największą sieć supermarketów „proximity” w Polsce. Do sieci już dziś mogą się przyłączać niezależni przedsiębiorcy z całego kraju, ale również klienci Grupy, którzy się na to nie zdecydują, będą docelowo czerpać korzyści z jej skali, know-how oraz wypracowywanych rozwiązań – wskazał Jacek Owczarek.*

Projekt „Świeże” zaczął zarabiać

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. W segmencie uwzględniony jest również Projekt „Świeże” (dystrybucja wysokiej jakości owoców, warzyw, mięsa i wędlin), który jest już kolejnym projektem (wcześniej Faktoria Win i PayUp) osiągającym próg rentowności. Projekt „Świeże” w minionym roku przyniósł 606 mln zł sprzedaży (wzrost o 24% r/r) i osiągnął próg rentowności już w trzecim kwartale – znacznie szybciej od pierwotnych oczekiwań Grupy Eurocash. Dzięki temu, negatywny wpływ segmentu Projekty na skondolidowany wynik EBITDA w minionym roku był mniejszy niż rok wcześniej i wyniósł -41 mln zł, co oznacza poprawę o 11 mln zł w porównaniu z 2017 r.

– Możemy śmiało powiedzieć, że rok 2018 był bardzo dobrym okresem dla podstawowej działalności Grupy Eurocash. Bez uwzględnienia kosztów integracji EKO i Miła oraz kosztów związanych z nowymi projektami, nasze ubiegłoroczne wyniki finansowe były jednymi z najwyższych w naszej historii. Bieżące wyniki skonsolidowane znajdują się pod wpływem inwestycji, które w przyszłości jeszcze mocniej wzmocnią konkurencyjność naszych klientów. Widzimy że nasza praca stopniowo przynosi efekty, dlatego konsekwentnie realizujemy plany Grupy, nawet jeśli po drodze nie notujemy wzrostu zyskowności – stwierdził **Jacek Owczarek**.

Duży zastrzyk gotówki ze sprzedaży PayUp

Ważnym wydarzeniem w Grupie Eurocash w ostatnim kwartale 2018 r. było sfinalizowanie sprzedaży 100% akcji spółki PayUp Polska, zarządzającej siecią terminali płatniczych zainstalowanych w sklepach detalicznych na terenie całego kraju. Transakcja ta miała istotny, pozytywny wpływ na raportowane wyniki finansowe – powiększyła ubiegłoroczną, raportowaną EBITDA Grupy Eurocash o 75 mln zł. Wpływ ten został częściowo zniwelowany przez inne zdarzenia o charakterze jednorazowym, takie jak utworzenie rezerwy w kwocie 27 mln zł na przewidywane koszty reorganizacji działalności, głównie związanych z integracją w segmencie detalicznym.

Wpływy ze sprzedaży PayUp oraz silne dodatnie przepływy z działalności operacyjnej (582 mln zł w całym 2018 r., z czego 281 mln zł w czwartym kwartale) znacząco poprawiły pozycję gotówkową Grupy Eurocash. W samym czwartym kwartale 2018 r. zadłużenie netto Grupy zmniejszyło się o 226 mln zł do 382 mln zł, a wskaźnik zadłużenia netto do EBITDA na koniec 2018 r. spadł do poziomu 0,9x z blisko 1,7x na koniec trzeciego kwartału 2018 r.

Istotna zmiana standardu prezentacji wyników od 2019 r.

Od 2019 r. nastąpi istotna zmiana prezentacji wybranych danych finansowych, co będzie konsekwencją zastosowania przez Grupę Eurocash nowego standardu sprawozdawczości finansowej – MSSF16. Zgodnie z tym standardem, przy wyliczaniu wskaźników zadłużenia Grupa będzie zobowiązana uwzględniać zobowiązania z tytułu leasingów operacyjnych, których wartość na koniec 2018 r. wynosiła łącznie 1,8 mld zł. Zgodnie z nowym standardem, zmieni się także sposób prezentacji wyniku EBITDA – będzie ona dodatkowo uwzględniać szacowaną amortyzację leasingowanych aktywów. Wg nowego sposobu kalkulacji (bazując na założeniu, że nie zmieni się liczba ani warunki dotychczasowych umów), szacowana skonsolidowana EBITDA za 2018 r. wzrosłaby do 748 mln zł, co w odniesieniu do ubiegłorocznych przychodów daje marżę EBITDA na poziomie 3,3%.

– Prezentowana przez nas – przy odpowiednich założeniach – szacowana EBITDA będzie zatem znacznie bardziej porównywalna do wyników spółek detalicznych posiadających własne nieruchomości. Nasz model biznesowy się nie zmieni, a więc nadal zachowamy większą elastyczność operacyjną – wskazał **Jacek Owczarek**. – Uwzględniając MSSF 16, dług netto Grupy Eurocash na koniec 2018 r. wzrósłby do blisko 2,2 mld zł. Przyjmując taki sam sposób kalkulacji wskaźnika zadłużenia jak obecnie, wskaźnik długu netto do EBITDA byłby na poziomie 2,9x, co nawet przed wprowadzeniem nowego standardu uznawane jest za bezpieczny poziom. Ponadto, zmiana ta będzie mieć charakter wyłącznie prezentacyjny i nie wpłynie na naszą działalność operacyjną. Nie będzie też miała wpływu na kowenanty bankowe określone w obowiązujących umowach, bowiem są one wciąż liczone wg metodologii sprzed wdrożenia MSSF16 – wyjaśnił dyrektor finansowy Grupy Eurocash.

Wybrane skonsolidowane wyniki finansowe Grupy Eurocash:

<i>mln zł</i>	4 kw. 2018	4 kw. 2017	Zmiana r/r	2018	2017	Zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	5 801	5 191	+12%	22 833	20 849	+10%
Zysk brutto na sprzedaży	809	651	+24%	2 882	2 465	+17%
Marża brutto na sprzedaży	13,95%	12,54%	+1,41 p.p.	12,62%	11,82%	+0,80 p.p.
EBITDA raportowana	157	101	+55%	419	246	+70%
Marża EBITDA raportowana	2,70%	1,96%	+0,75 p.p.	1,83%	1,18%	+0,65 p.p.
Wynik netto raportowany	56	10	+474%	112	(30)	-
Rentowność netto raportowana	0,96%	0,19%	+0,78 p.p.	0,49%	(0,14%)	+0,63 p.p.
EBITDA znormalizowana ¹⁾	109	101	+7%	374	361	+4%
Marża EBITDA znormalizowana ¹⁾	1,88%	1,96%	-0,08 p.p.	1,64%	1,73%	-0,09 p.p.
Wynik netto znormalizowany ¹⁾	8	10	-16%	67	85	-21%
Rentowność netto znormalizowana ¹⁾	0,14%	0,19%	-0,05 p.p.	0,29%	0,41%	-0,12 p.p.

1) wyłączając wpływ zdarzeń jednorazowych, które w 2018 r. obejmowały: sprzedaż 100% akcji PayUp Polska (+75 mln zł), utworzenie rezerwy na koszty reorganizacji działalności (-27 mln zł) oraz koszty poniesione 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 około 15 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