

## Grupa Eurocash prezentuje wyniki za pierwszy kwartał 2019 roku: dalsza poprawa w hurcie, przyspieszony wzrost sprzedaży w detalu

- Przychody Grupy Eurocash w I kwartale 2019 r. wyniosły 5,48 mld zł i były o blisko 10% wyższe niż w analogicznym okresie 2018 r.
- Łączna EBITDA (tj. zysk operacyjny powiększony o amortyzację) wzrosła w I kwartale 2019 r. do 121,4 mln zł wobec 39,6 mln zł przed rokiem, na co wpływ miała głównie zmiana prezentacji wyników zgodnie z obowiązującym od tego roku standardem MSSF 16. EBITDA wyliczona zgodnie z poprzednimi standardami wyniosła 33,5 mln zł, a spadek rok do roku wynikał głównie z przesunięcia tegorocznych świąt wielkanocnych na II kwartał (podczas gdy w 2018 r. okres zwiększonych zakupów przed Wielkanocą wypadał w I kwartale).
- Przychody segmentu hurtowego, pomimo braku świąt wielkanocnych w I kwartale br., wzrosły o 3,5% r/r i wyniosły 4,11 mld zł. Wypracowany w tym segmencie wynik EBITDA sięgnął 100,7 mln zł, a przed zastosowaniem MSSF16 prawie 53 mln zł, czyli o 14,5% więcej niż przed rokiem.
- Sprzedaż segmentu detalicznego urosła o 37% r/r, przede wszystkim dzięki ubiegłorocznym akwizycjom, ale była również wspierana solidną dynamiką sprzedaży LFL (tj. dla tej samej liczby sklepów). Co prawda, w I kwartale br. sprzedaż detaliczna LFL w sieci Delikatesy Centrum zmalała o 1,5% r/r, na co wpływ miała deflacja koszyka zakupowego wynosząca 0,8%, a także wspomniany efekt kalendarzowy, jednak narastająco za 4 miesiące tego roku (a więc z uwzględnieniem świąt) sprzedaż LFL wzrosła aż o 4% r/r.
- Skonsolidowany wynik netto w I kwartale 2019 r. był ujemny, co – poza nakładami ponoszonymi na rozwój strategicznych projektów – związane jest z sezonowością działalności Grupy Eurocash. Ostatecznie wyniósł on -40,2 mln zł (lub -33,8 mln zł przed zastosowaniem MSSF 16) wobec -18,5 mln zł w I kwartale ub.r.

### Hurt na ścieżce dalszego wzrostu mimo efektu kalendarzowego

W segmencie hurtowym Grupa Eurocash kontynuuje wzrost sprzedaży i dalszą poprawę rentowności.

– *W hurcie w I kwartale tego roku osiągnęliśmy wzrost sprzedaży o 3,5% rok do roku, notując wzrosty niemal w każdym formacie. Największy, aż 9-proc. przyrost zanotowaliśmy w sprzedaży wyrobów tytoniowych oraz blisko 6% w formacie aktywnej dystrybucji do naszych franczyzobiorców. O ponad 3% zwiększyliśmy również sprzedaż w hurtowniach Cash&Carry. Biorąc pod uwagę, że święta wielkanocne w tym roku wypadły w drugim kwartale, a nie w pierwszym, jak przed rokiem, spadek sprzedaży jedynie w dystrybucji alkoholi należy uznać za solidne wyniki – podkreślił Jacek Owczarek, członek zarządu i dyrektor finansowy Grupy Eurocash.*

– *Podjęte w poprzednich latach działania optymalizacyjne przekładają się na dalszy wzrost efektywności segmentu hurtowego i zaowocowały wzrostem EBITDA w I kwartale br. o blisko 15% rok do roku. W tym roku planujemy dalsze działania optymalizacyjne, m.in. integrację Eurocash Alkohole z Eurocash Dystrybucja oraz sprzedaż szerokiej gamy alkoholi także poprzez eurocash.pl – uruchomioną w ubiegłym roku innowacyjną platformę e-commerce, z której korzysta już blisko 10 tys. naszych klientów. Dzięki temu, z jednej strony jesteśmy w stanie ograniczyć wzrost kosztów mimo rosnących płac, a z drugiej strony zarówno my, jak i nasi klienci, czerpiemy korzyści z rosnącej siły zakupowej konsumentów* – powiedział **członek zarządu Grupy Eurocash**.

### **Detal pod wpływem integracji i świąt**

W segmencie detalicznym w I kwartale 2019 r. Grupa Eurocash zanotowała 37-proc. wzrost sprzedaży, do 1,33 mld zł, głównie dzięki konsolidacji sieci supermarketów Miła oraz 25 sklepów Lewiatan, przejętych w ubiegłym roku. Akwizycje te dołożyły do sprzedaży Grupy Eurocash w minionym kwartale około 342 mln zł.

– *Sprzedaż like-for-like w sieci Delikatesy Centrum w I kwartale br. była pod wpływem wielu czynników, w tym wspomnianego przesunięcia świąt wielkanocnych na II kwartał, deflacji koszyka zakupowego wynoszącej ponad 0,8%, mniejszej liczby dni handlowych, a także trwającej integracji naszych biznesów detalicznych. W tych okolicznościach, zanotowany w I kwartale br. spadek sprzedaży like-for-like jedynie o 1,5% rok do roku jest obiecujący. Jeśli spojrzymy na wstępne szacunki narastająco za cztery miesiące, a więc z uwzględnieniem okresu świątecznego, zanotowaliśmy wzrost sprzedaży like-for-like aż o 4,0% rok do roku* – wskazał **Jacek Owczarek**.

– *Zgodnie z zapowiedziami, kontynuujemy integrację sieci Miła z Delikatesami Centrum, co będzie obciążać rentowność Grupy również w tym roku. Jest to naturalne, gdyż łączenie trzech organizacji w jedną jest bardzo złożonym i kosztownym procesem, choć z zewnątrz kojarzony jest głównie z rebrandingiem sklepów. Co nas cieszy, zainicjowane przez nas zmiany przynoszą już pozytywne rezultaty, m.in. solidne dynamiki sprzedaży like-for-like, które są jeszcze wyższe w sklepach EKO przemodelowanych na Delikatesy Centrum. Nasz biznes detaliczny osiągnął już znaczącą skalę. Choć charakteryzuje się on obecnie dość wysoką zmiennością wyników, to jestem przekonany, że konsumenci będą coraz bardziej doceniać naszą ofertę* – powiedział **dyrektor finansowy Grupy Eurocash**.

### **Projekty to inwestycje w przyszły wzrost**

Grupa Eurocash przyspiesza ekspansję Projektów, tj. innowacyjnych formatów detalicznych, takich jak Duży Ben, abc na kołach oraz Kontigo. Grupa otwiera kolejne markety alkoholowe Duży Ben, których jest już 30, a także inwestuje w zwiększenie świadomości marek wszystkich conceptów. Wpływ tego segmentu na skonsolidowany wynik EBITDA w I kwartale tego roku wyniósł -12 mln zł.

– *Jak każdy start-up, w początkowej fazie rozwoju, projekty te wiążą się z istotnymi nakładami, a zyski pojawiają się dopiero po wypracowaniu docelowych rozwiązań i osiągnięciu odpowiedniej skali. Przykładem naszych projektów, które zostały wdrożone z sukcesem i przynoszą dziś wymierne korzyści zarówno naszym klientom, jak i Grupie Eurocash, jest Faktoria Win, PayUp (sprzedany w ubiegłym roku z dużym zyskiem) czy tzw. Projekt Świeże, czyli codzienne dostawy wysokiej jakości owoców, warzyw, wędlin i mięs. Wierzymy również w pozostałe formaty, które rozwijają innowacyjne dla branży detalicznej rozwiązania, ale też przede wszystkim lepiej odpowiadają na potrzeby dzisiejszego konsumenta* – powiedział **Jacek Owczarek**.

### Istotna zmiana standardu prezentacji wyników od 2019 r.

Od 2019 r. nastąpiła istotna zmiana prezentacji wybranych danych finansowych, co jest konsekwencją zastosowania przez Grupę Eurocash nowego międzynarodowego standardu sprawozdawczości finansowej – MSSF 16. Zgodnie z tym standardem, przy wyliczaniu wskaźników zadłużenia Grupa jest zobowiązana uwzględniać zobowiązania z tytułu leasingów operacyjnych, których wartość na koniec I kwartału 2019 r. przekraczała 1,8 mld zł. W efekcie, łączne zadłużenie netto Grupy wg. MSSF 16 sięgnęło 2,55 mld zł.

Zgodnie z nowym standardem, zmienia się także sposób prezentacji wyniku EBITDA – uwzględnia on dodatkowo szacowaną amortyzację leasingowanych aktywów. Prezentowana w ten sposób EBITDA jest zatem znacznie bardziej porównywalna do wyników spółek detalicznych posiadających własne nieruchomości. Tak liczona skonsolidowana EBITDA za I kwartał 2019 r. wyniosła 121,4 mln zł, a wskaźnik długu netto do szacowanej 12-miesięcznej EBITDA wyniósł ok. 3,4x (wobec 1,8x przed zastosowaniem MSSF 16).

– *Należy podkreślić, że zmiana wprowadzona przez MSSF 16 nie wpływa na naszą działalność operacyjną. Nie ma też wpływu na kowenanty bankowe określone w obowiązujących umowach, bowiem są one wciąż liczone wg. metodologii sprzed wdrożenia nowego standardu* – zaznaczył **Jacek Owczarek, dyrektor finansowy Grupy Eurocash.**

### Wybrane skonsolidowane wyniki finansowe Grupy Eurocash:

<i>mln zł</i>	I kw. 2019	I kw. 2019 (przed MSSF 16)	I kw. 2018	Zmiana r/r (przed MSSF 16)
Przychody ze sprzedaży	5 483	5 483	4 987	+9,9%
Zysk brutto na sprzedaży	712	712	582	+22,3%
Marża brutto na sprzedaży	13,0%	13,0%	11,7%	+1,3 p.p.
EBITDA	121,4	33,5	39,6	-15,5%
Marża EBITDA	2,2%	0,6%	0,8%	-0,2 p.p.
Wynik netto	(40,2)	(33,8)	(18,5)	-
Rentowność netto	(0,7%)	(0,6%)	(0,4%)	-0,2 p.p.

\*\*\*

**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, Gama, Duży Ben oraz Kontigo.

\*\*\*

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)