



# Grupa Eurocash

## Skonsolidowane wyniki finansowe 2Q i 1H 2022



**Najwyższy historycznie wynik EBITDA w półroczu:  
dynamiczny wzrost do ponad 400m przy marży EBITDA 2,8%**

## **Hurt – rosnąca liczba transakcji i wartość koszyka w małym formacie**

- wzrost marży EBITDA do 3,5% dzięki dźwigni operacyjnej
- dwucyfrowe wzrosty sprzedaży każdego formatu hurtowego w 1H22

**Sprzedaż +14% r/r  
EBITDA +69m PLN r/r**

## **Detal – czwarty kwartał z rzędu poprawy wyników**

- +11% LfL sklepów własnych DC, +14,9% LfL w samym 2Q22
- 316m sprzedaży sklepów Arhelan w 1H22

**Sprzedaż +20% r/r  
EBITDA +147m PLN r/r**

## **Projekty – ekspansja Frisco i Dużego Bena**

- Frisco: +38% sprzedaż r/r, debiut w Bydgoszczy
- Duży Ben z 249 sklepów, +19% wzrost sprzedaży LfL w 2Q22 r/r

**Sprzedaż +41% r/r  
EBITDA -11m PLN r/r**

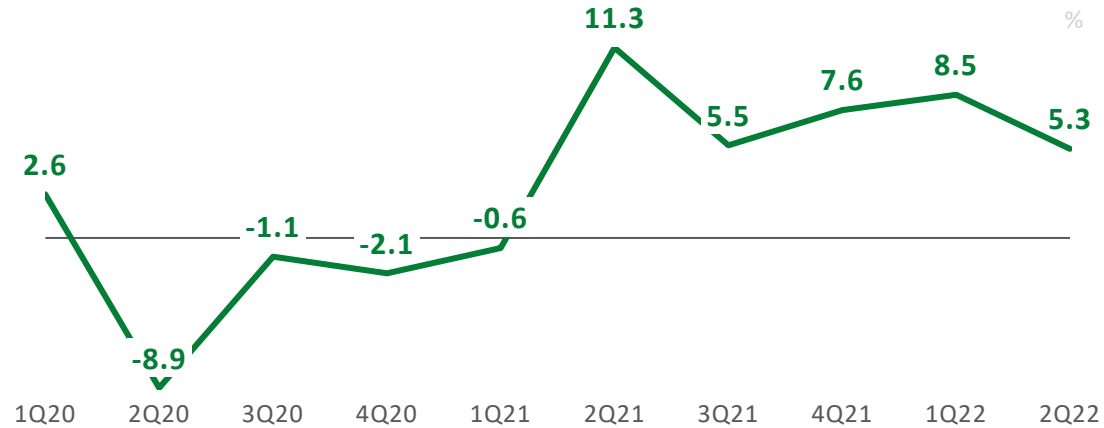


# 01.

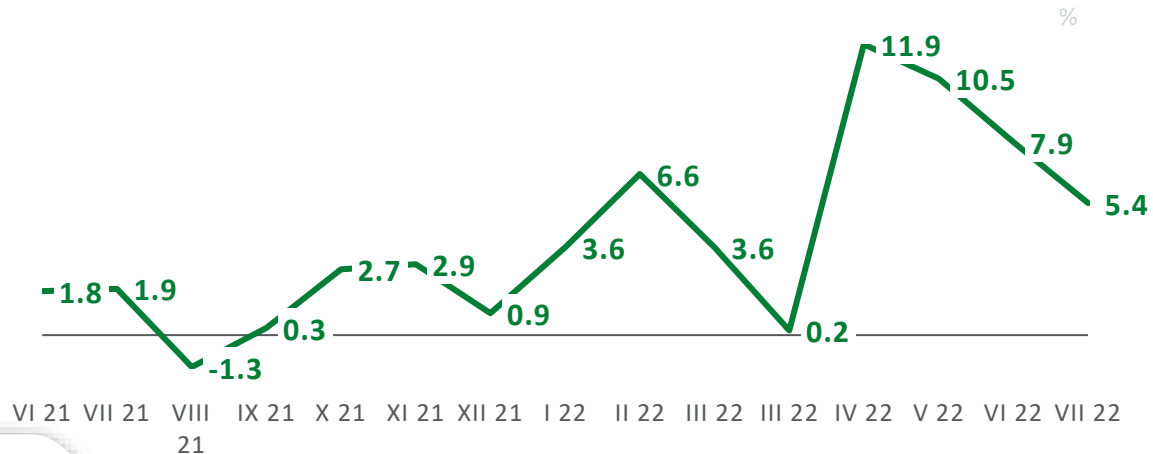
## Dane makro i rynkowe



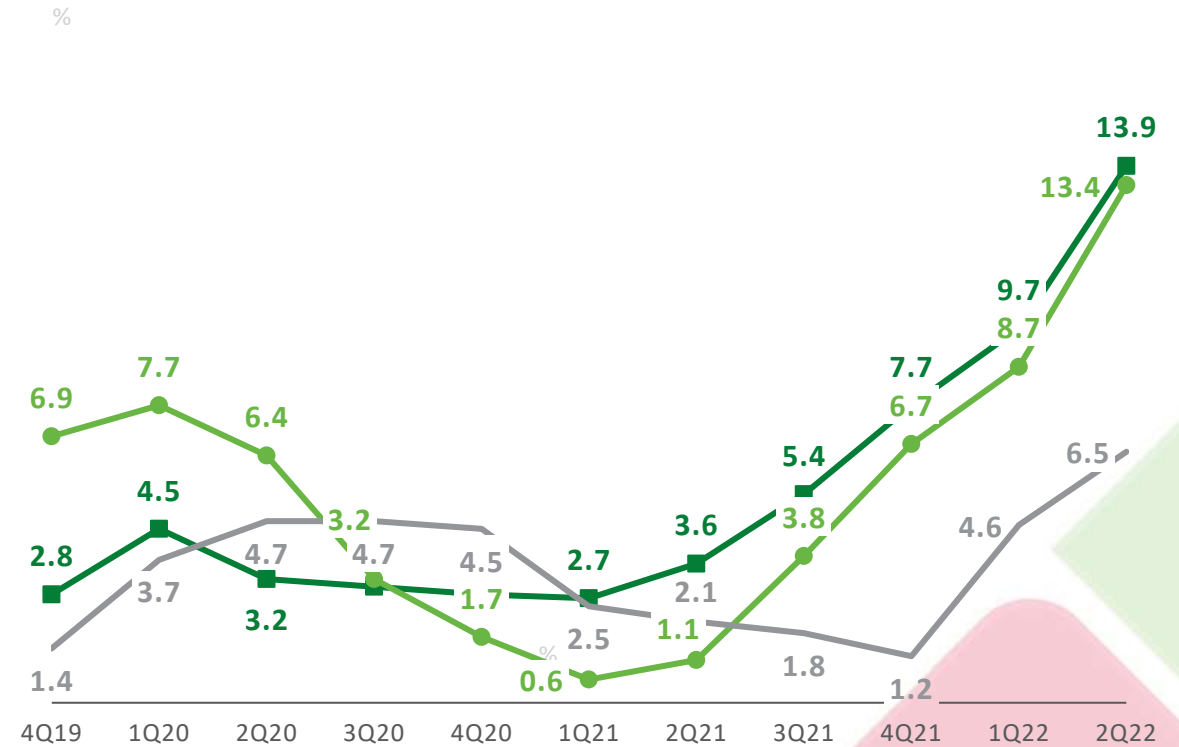
## Dynamika wzrostu PKB



## Dynamika sprzedaży detalicznej – Żywność, napoje i wyroby tytoniowe



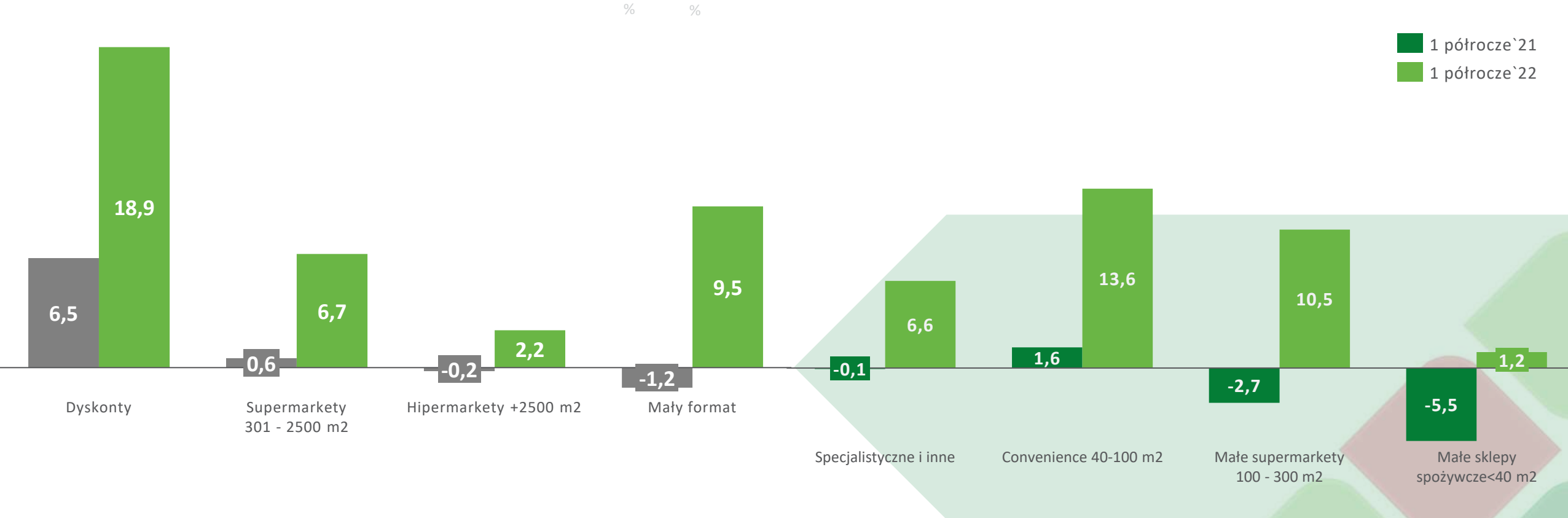
## Dynamika wzrostu inflacji



- inflacja konsumencka
- inflacja - żywność i napoje bezalkoholowe
- inflacja - alkohol i art. tytoniowe



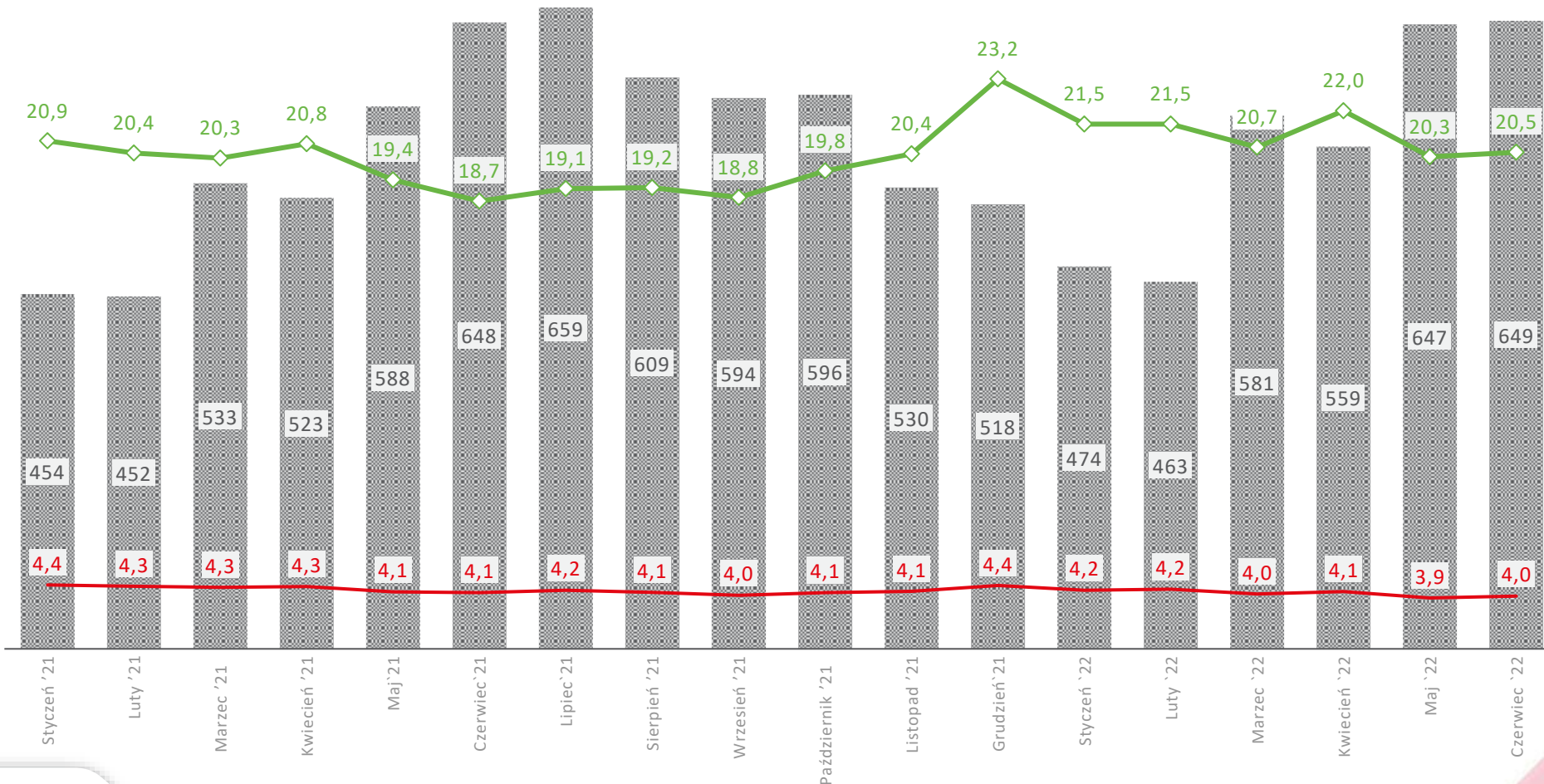
## Wzrost rynku żywności w 1 półroczu 2022 r. według kanałów dystrybucji, w tym sklepów małego formatu



**Poprawa wyników małego formatu**  
**Najmniej perspektywiczne sklepy o najmniejszej powierzchni (poniżej 40m2)**



## Transakcje i koszyk w sklepach spożywczych i alkoholowych 0-500 m<sup>2</sup>

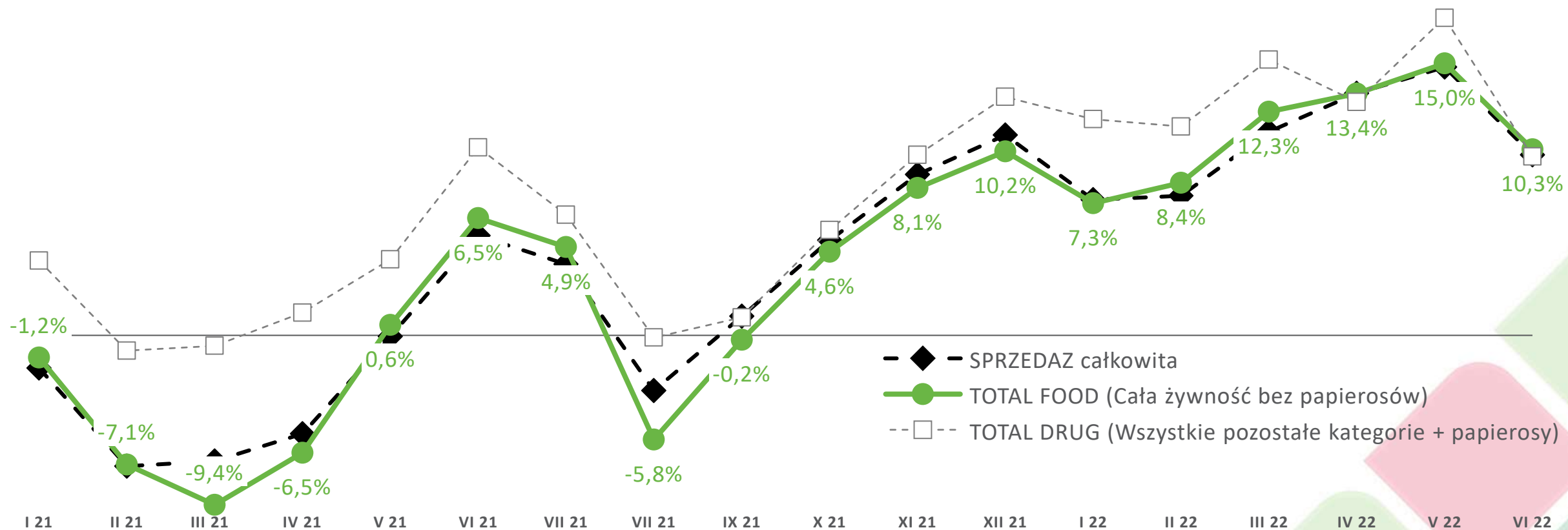


Rosnąca wartość koszyka wraz z sezonowo wysoką liczbą transakcji

- Liczba transakcji (mln)
- ◆ Średnia wartość koszyka
- Średnia ilość produktów na koszyk



## Dwucyfrowe wzrosty sprzedaży r/r w 2Q2022 (sklepy 0-500 m2)





# 02.

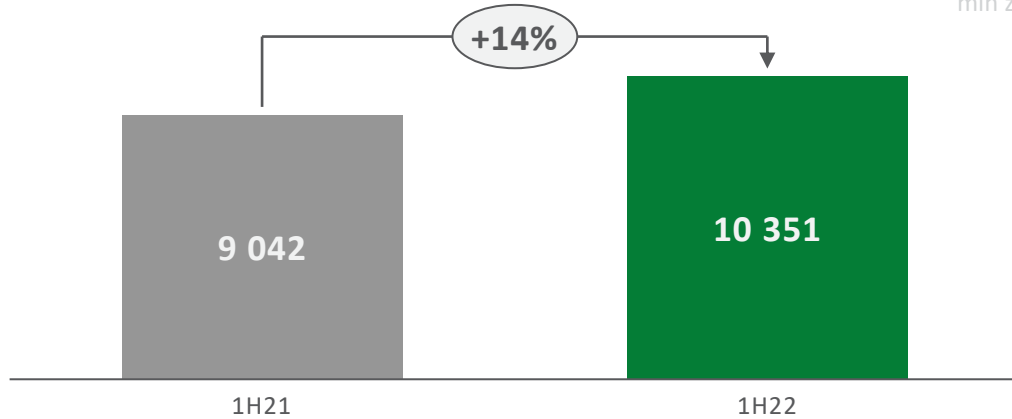
## Hurt





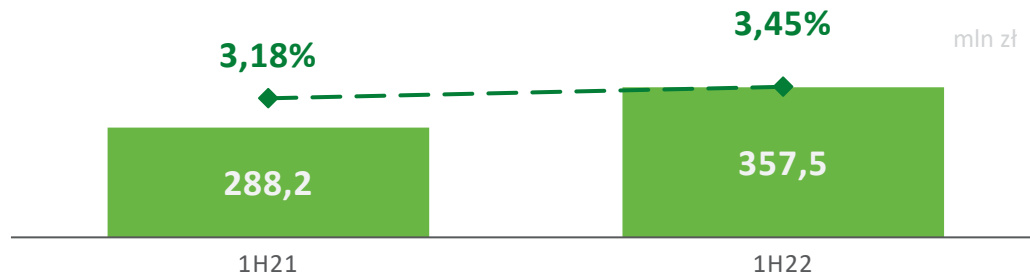
## Ewolucja sprzedaży w 1H2022 r/r

mln zł



## Ewolucja EBITDA i marży EBITDA w 1H2022 r/r.

mln zł

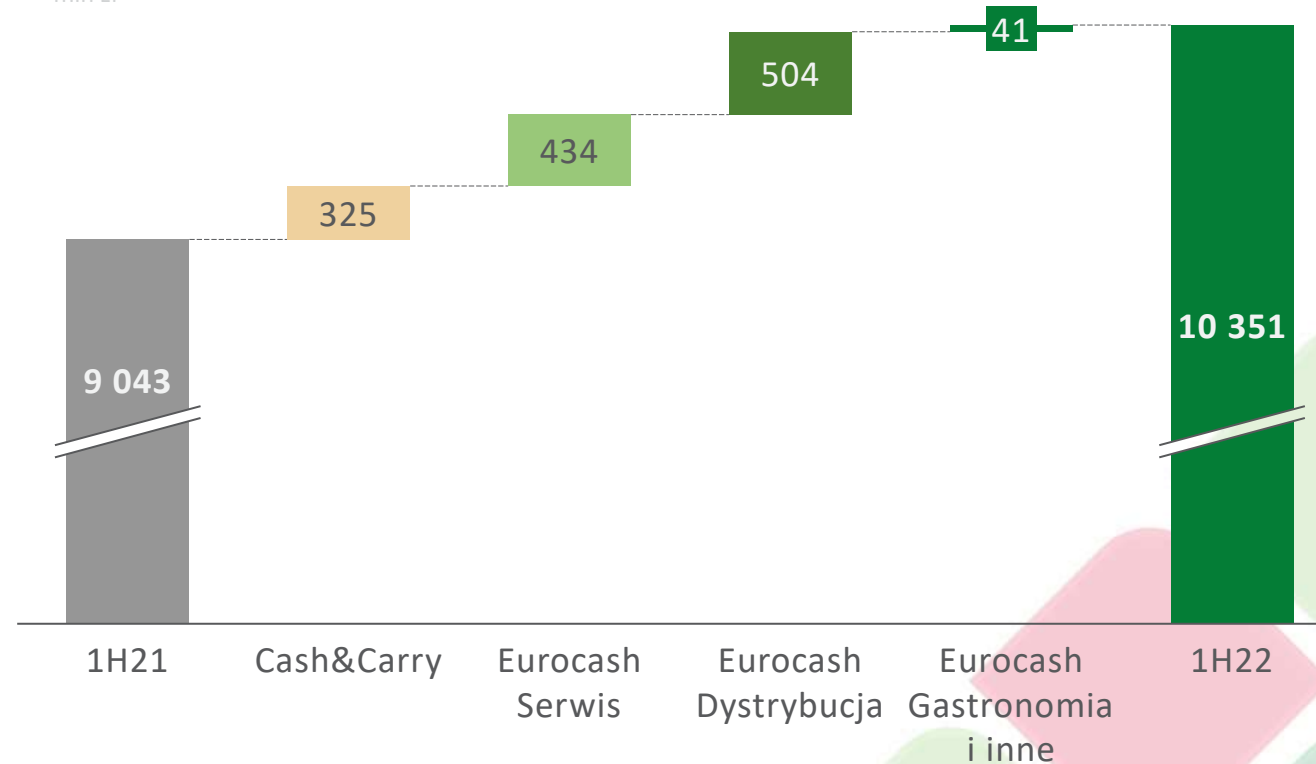


—◆— EBITDA/Sprzedaż

■ EBITDA

## Ewolucja sprzedaży wg formatów w 1H2022 r/r

mln zł



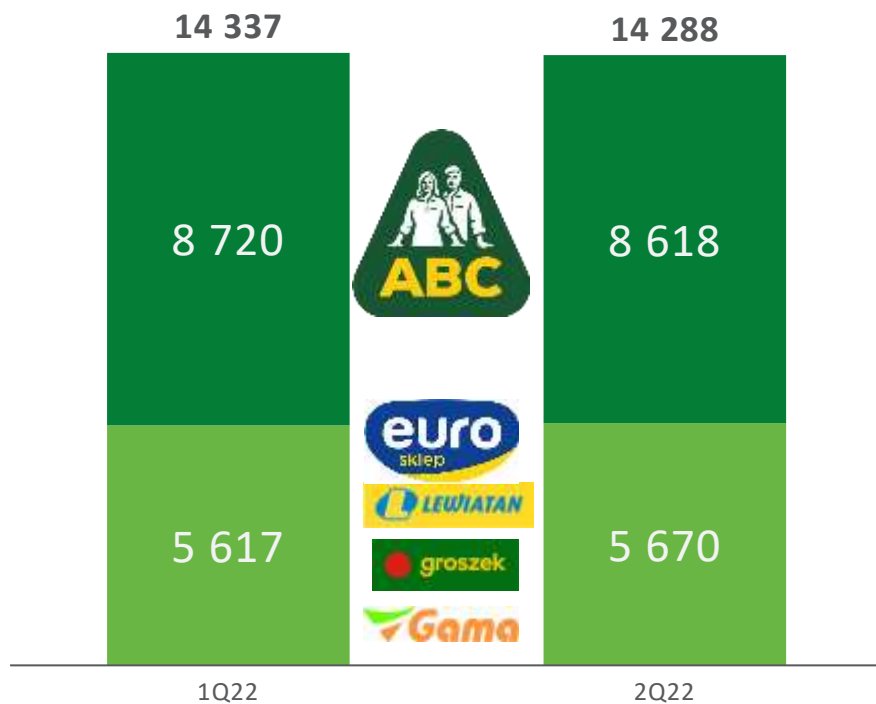
Z 1,3 mld PLN wzrostu przychodów wygenerowane +69m PLN EBITDA przy ponad 5% marży => dźwignia operacyjna



Mocny kwartał i półrocze we wszystkich obszarach Hurtu



### Sieci sklepów partnerskich oraz franczyzowych organizowanych przez Grupę Eurocash.



Stabilna liczba sklepów partnerskich i franczyzowych



	Styczeń 2022	Czerwiec 2022
Liczba użytkowników (tys)	<b>30,9</b>	<b>37,9</b>
% sprzedaży realizowanej przez Eurocash.pl	<b>44%</b>	<b>51%</b>

Postępująca digitalizacja hurtu przez stałe zwiększanie liczby użytkowników Eurocash.pl

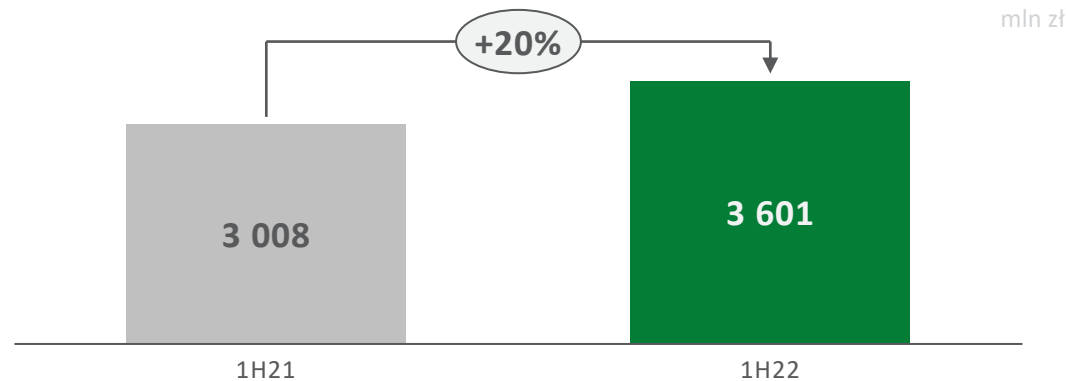


# 03.

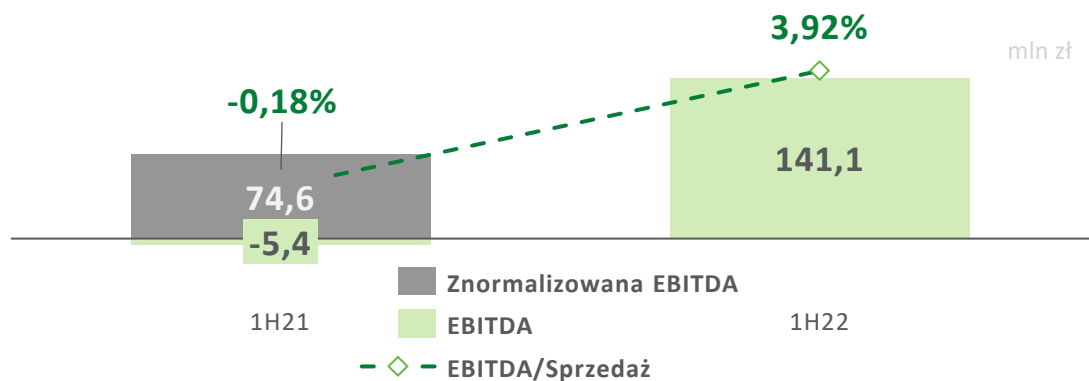
## Detal



### Ewolucja sprzedaży w 1H2022 r/r

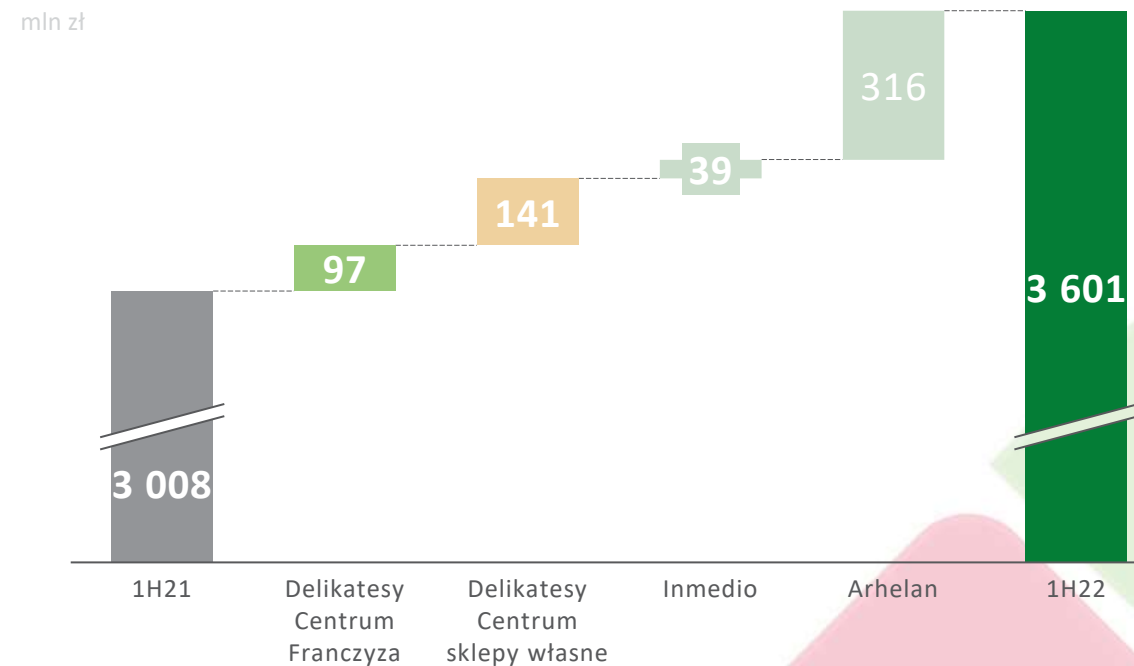


### Ewolucja EBITDA i marży EBITDA w 1H2022 r/r



Poprawa EBITDA o 147m, w tym 12,6m wkładu sieci Arhelan. 1H21 obciążone 80m zdarzeń jednorazowych.

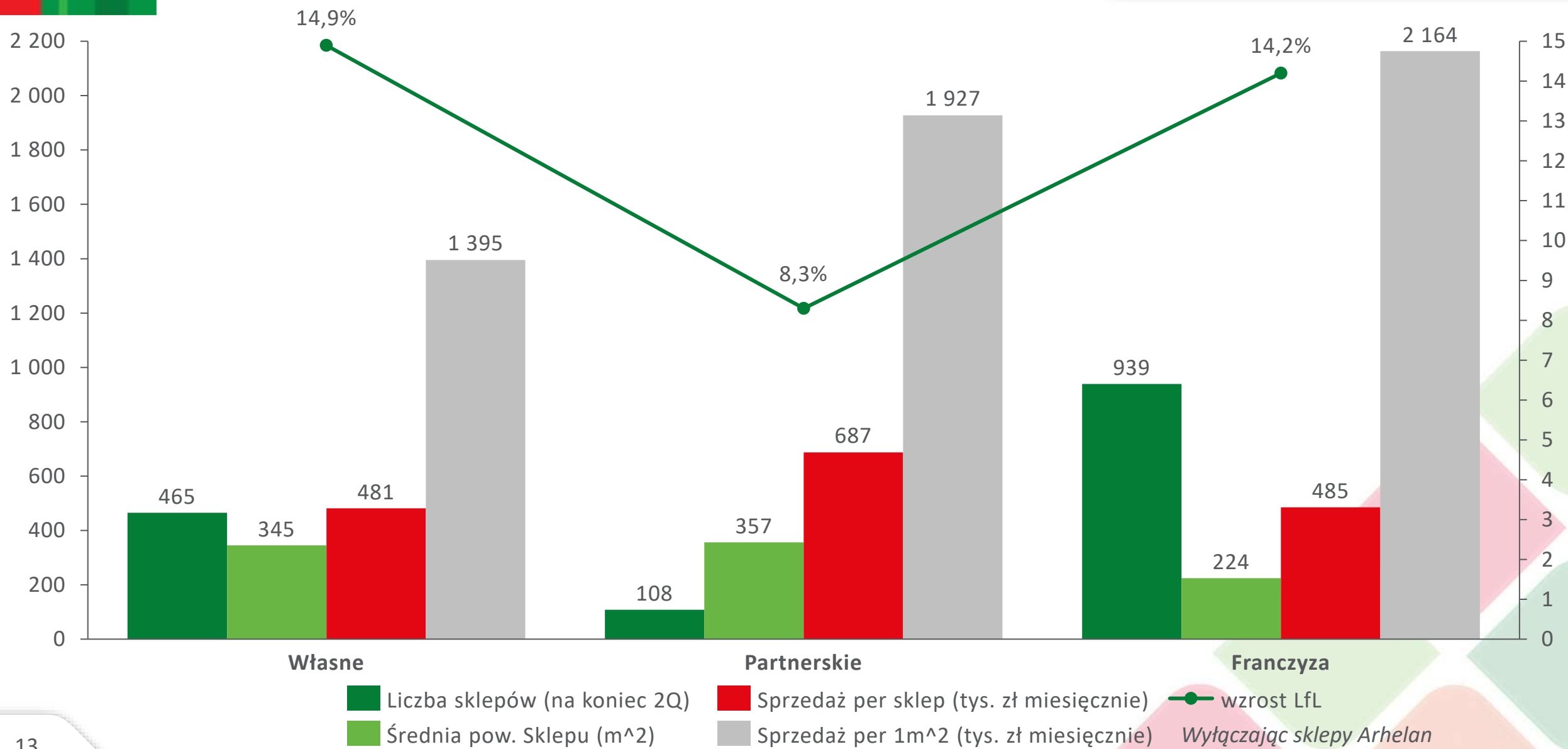
### Ewolucja sprzedaży według formatów w 1H2022 r/r



Wpływ przejętych sklepów Arhelan oraz poprawa sprzedaży we wszystkich kategoriach Detalu



2Q 2022 – główne wskaźniki biznesowe sklepów Delikatesy Centrum





# 04.

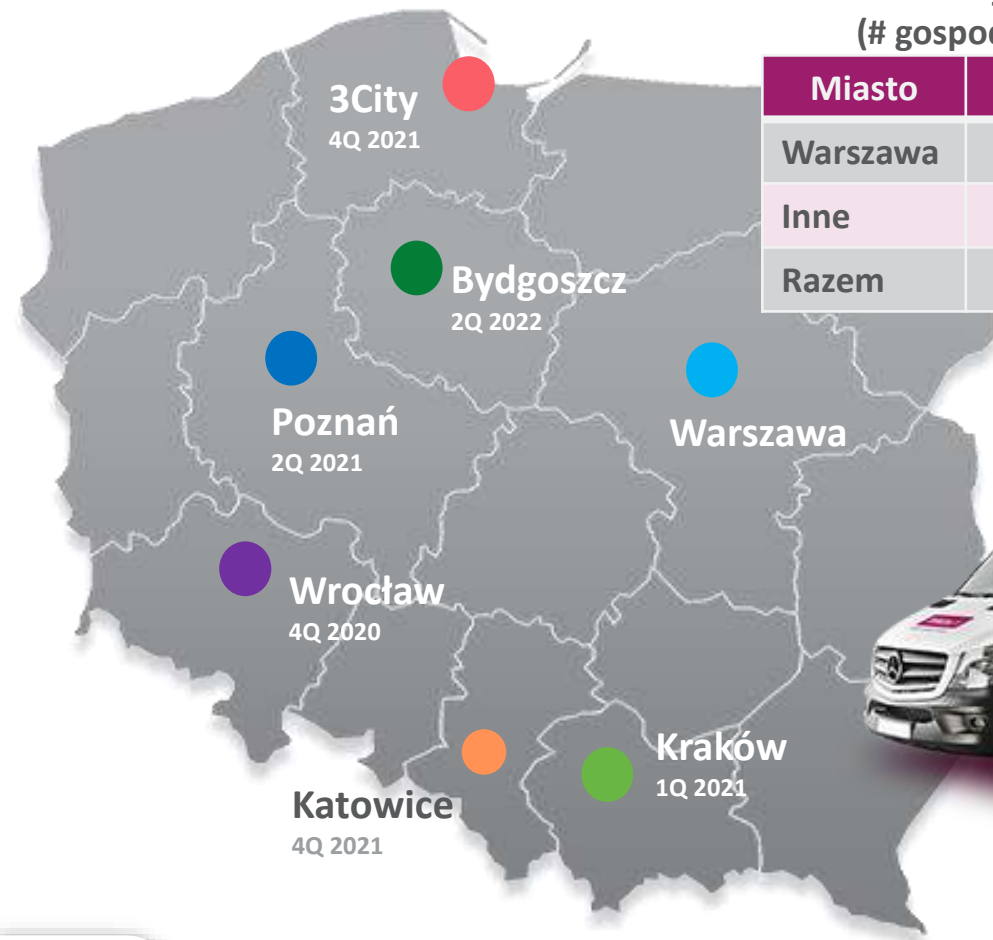
## Projekty



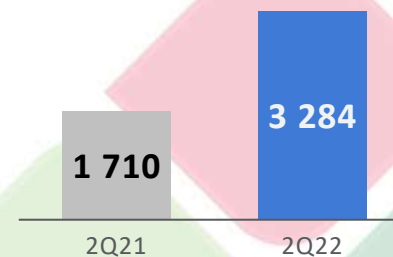
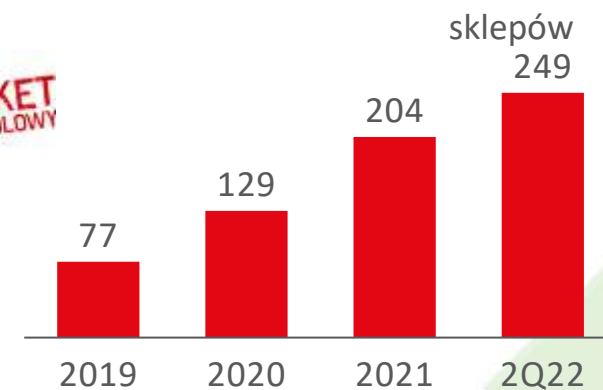
- Sprzedaż 1H22: +38% r/r to PLN 190 m
- Sprzedaż 2Q22: +32,4% r/r do 92 m PLN
- Penetracja rynku: +40% r/r

Penetracja rynku przez Frisco  
(# gospodarstw domowych w tys.)

Miasto	2Q22	2Q21	% wzrost
Warszawa	58,8	50,5	16%
Inne	23,5	8,1	
Razem	82,3	58,6	40%



- Sprzedaż 1H22: +57% r/r do PLN 122 m
- Sprzedaż 2Q22: +53% r/r do PLN 68.8 m
- LFL 2Q22: +18,6%
- 140 zyskowych sklepów

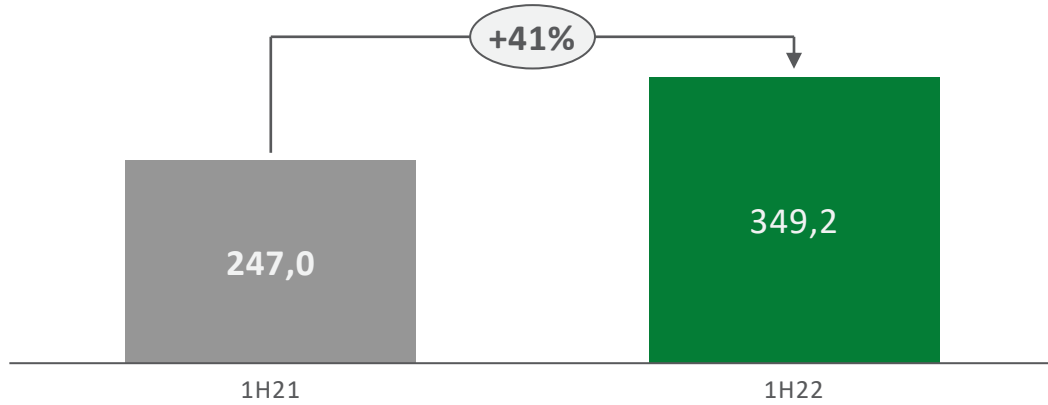


IPH to platforma, która cyfrowo łączy sprzedawców detalicznych z organizatorami sieci franczyzowych, producentami i konsumentami.



### Ewolucja sprzedaży w 1H2022 r/r

mln zł



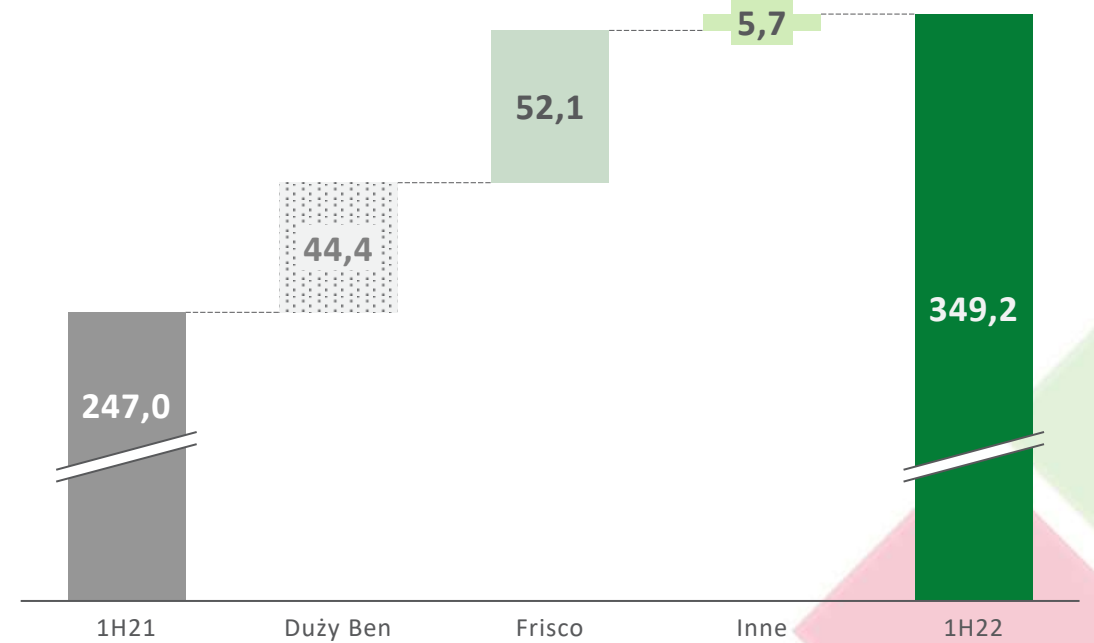
### Ewolucja EBITDA w 1H2022 r/r

mln zł



### Ewolucja sprzedaży wg. formatów w 1H2022 r/r

mln zł



EBITDA obciążona kosztami nowych sklepów i akwizycji klientów Frisco



Ekspansja sprzedażowa Frisco i Dużego Bena



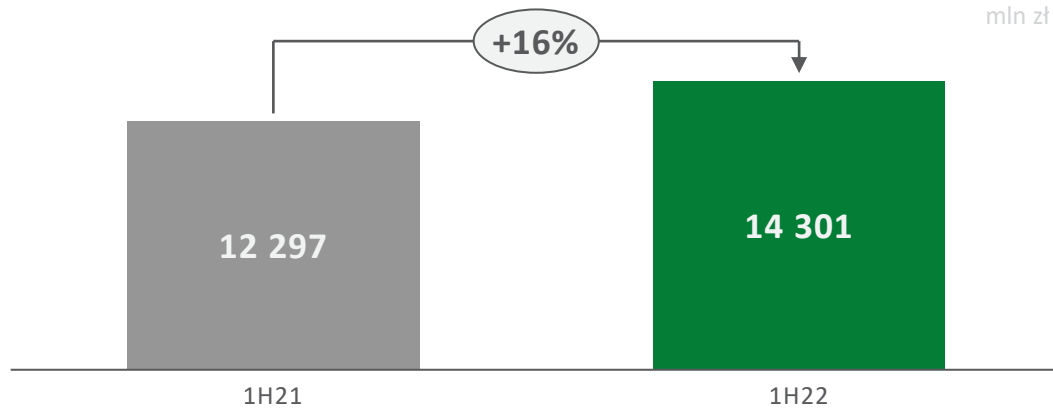


# 05.

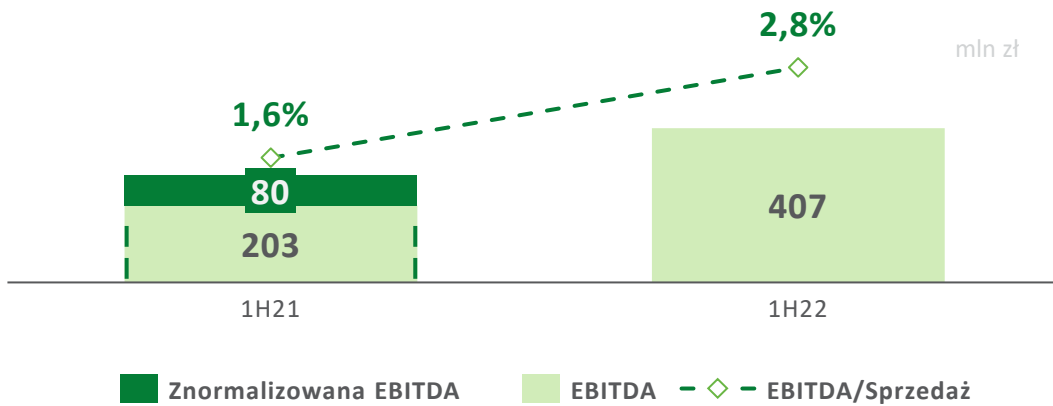
## Skonsolidowane wyniki finansowe



## Ewolucja sprzedaży w 1H2022 r/r (sprzedaż produktów)

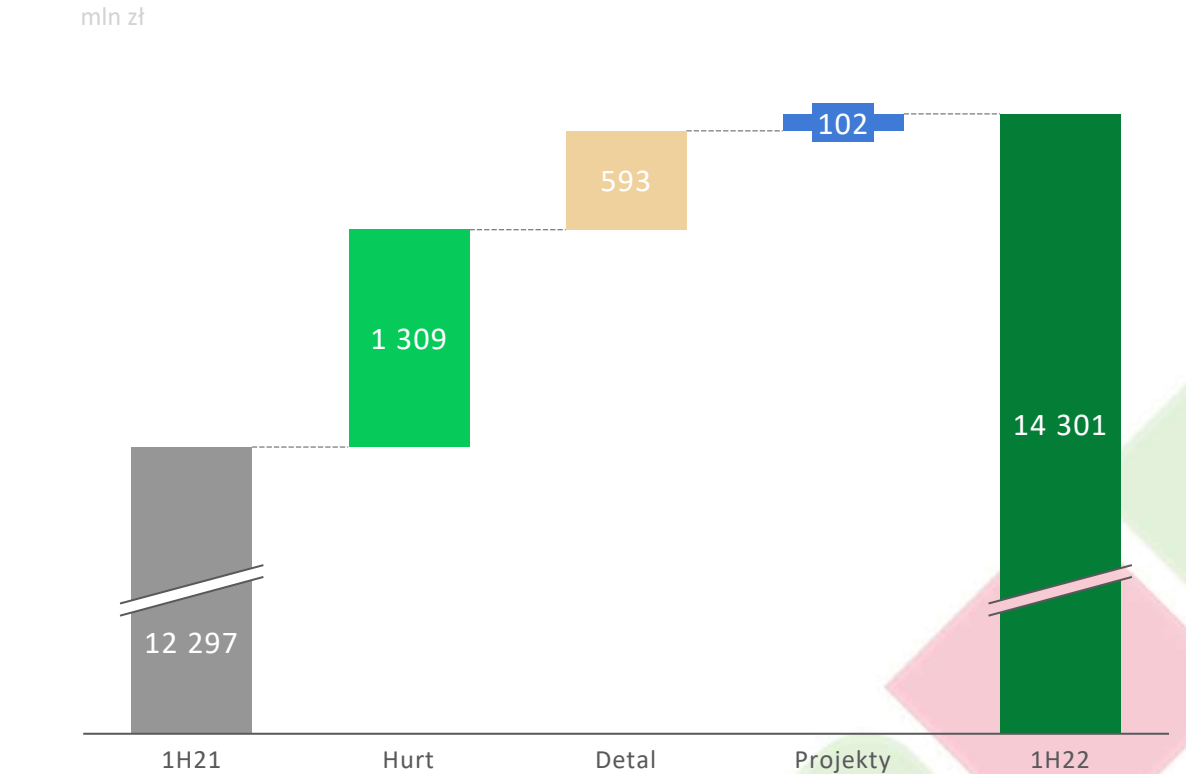


## Ewolucja EBITDA i marży EBITDA w 1H2022 r/r



Szybszy wzrost przychodów niż kosztów Grupy – poprawa marży EBITDA przy rosnącej sprzedaży

## Ewolucja sprzedaży wg formatów w 1H2022 r/r



Pozytywny wkład wszystkich segmentów, przekładający się na ponadinflacyjny wzrost przychodów Grupy



## Wzrost kosztów finansowych

mln zł

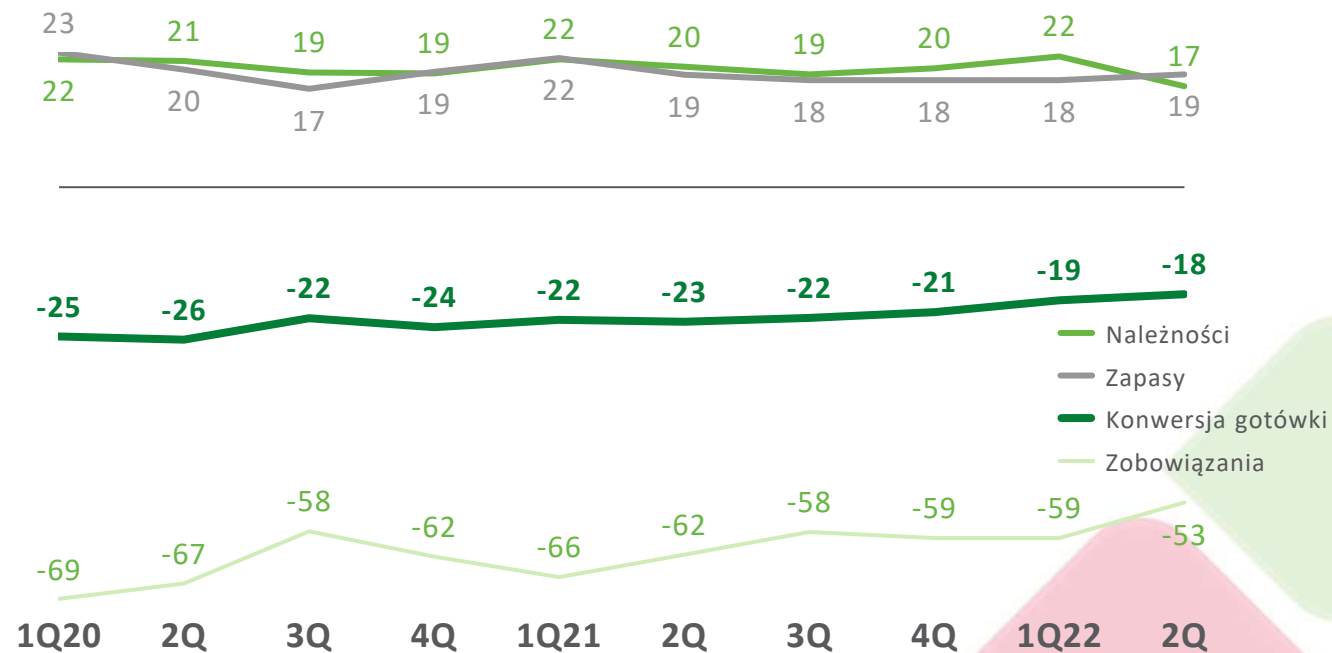
	2021	1Q22	2Q22
koszty finansowe	127,4	48,7	65,3
przychody finansowe	28,6	7,4	13,0
koszty finansowe netto	98,7	41,3	52,3
<b>koszty finansowe netto - kwartalnie</b>	<b>24,7</b>	<b>41,3</b>	<b>52,3</b>



W otoczeniu rosnących stóp procentowych główny cel alokacji kapitału to zmniejszanie długu i kosztów finansowania

## Cykl konwersji gotówki

w dniach

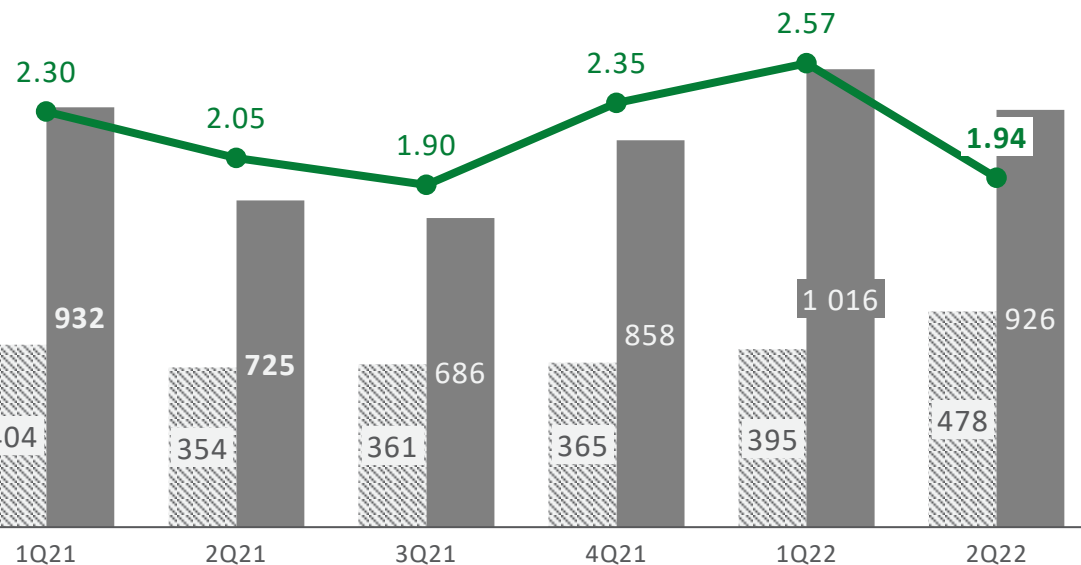


Stopniowe osłabianie cyklu konwersji przez skrócenie rotacji zobowiązań od 1Q21 (zmiany prawne, zmniejszenie zaangażowania w programy faktoringu odwrotnego)



## Dług netto/EBITDA (przed MSSF16)

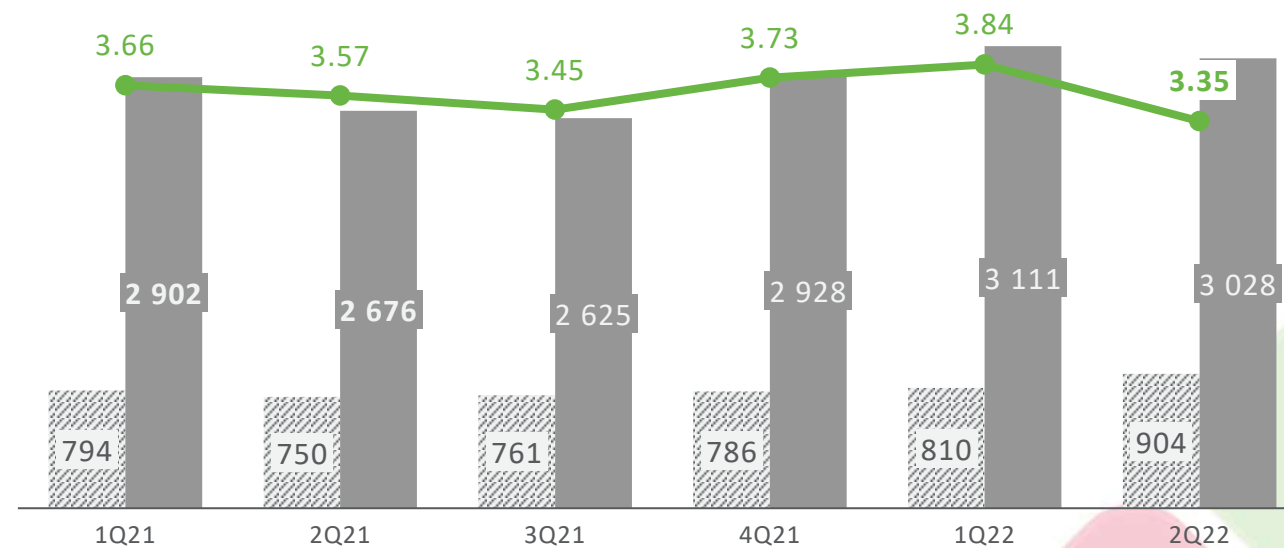
mln zł



- ▨ 12M EBITDA normalizowana (mln zł)
- Dług netto (mln zł)
- Dług netto/EBITDA, definicja kowenantów bankowych

## Dług netto/EBITDA (po MSSF16)

mln zł



- ▨ 12M EBITDA normalizowana (mln zł)
- Dług netto (mln zł)
- Dług netto/EBITDA, definicja kowenantów bankowych



**bezpieczny poziom wskaźnika zadłużenia netto/EBITDA przed oraz po MSSF16, spełniający wymagania kowenantów bankowych**

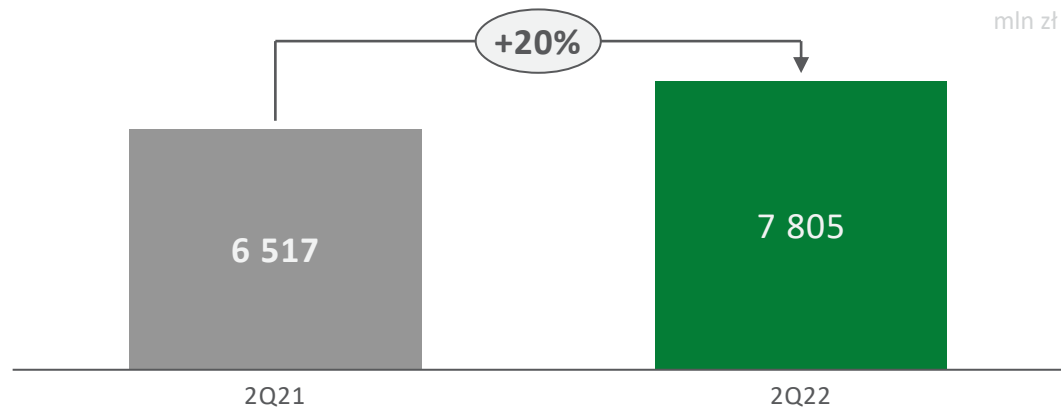


# 06.

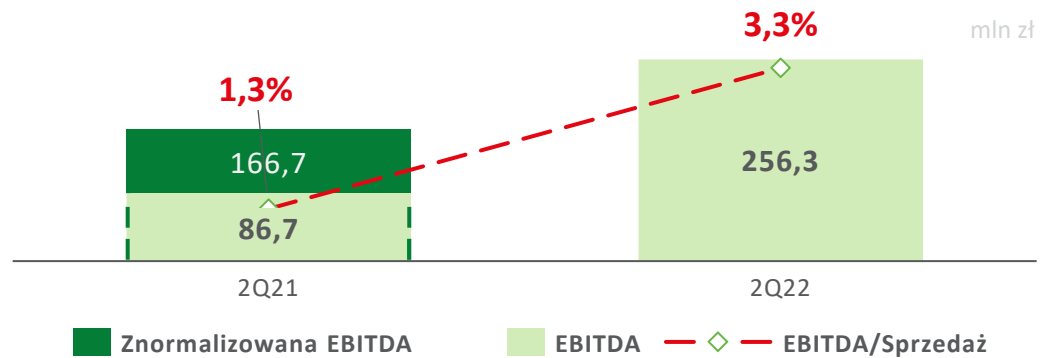
## 2Q2022



## Sprzedaż w 2Q2022 r/r (sprzedaż produktów)

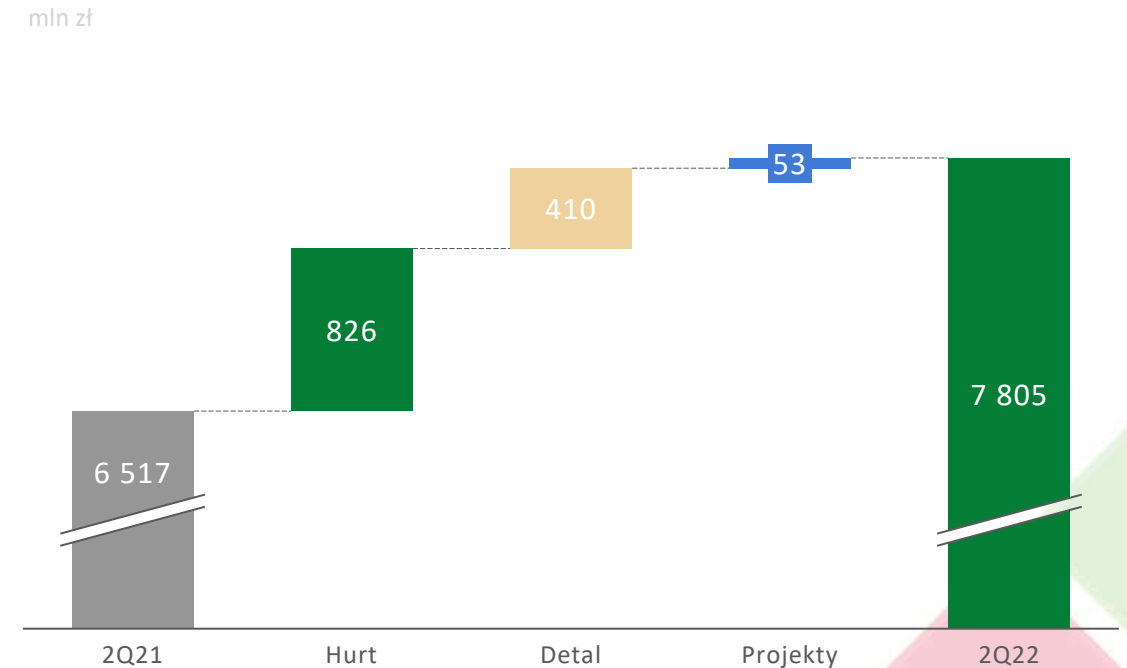


## Ewolucja EBITDA i marży EBITDA w 2Q2022 r/r



Kolejny kwartał wzrostu przychodów i EBITDA

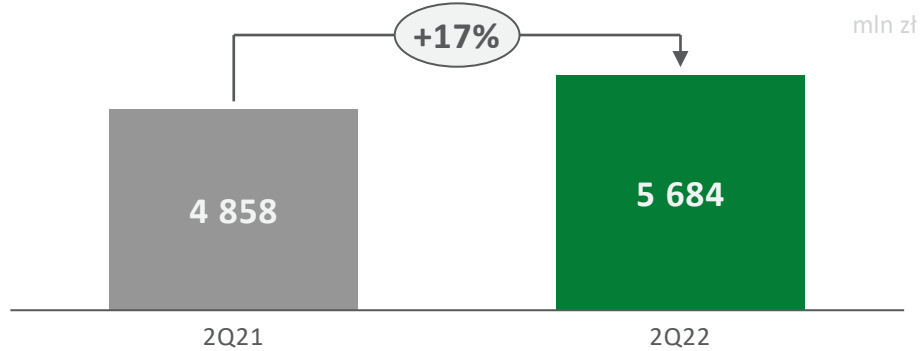
## Sprzedaż w 2Q2022 r/r według segmentów



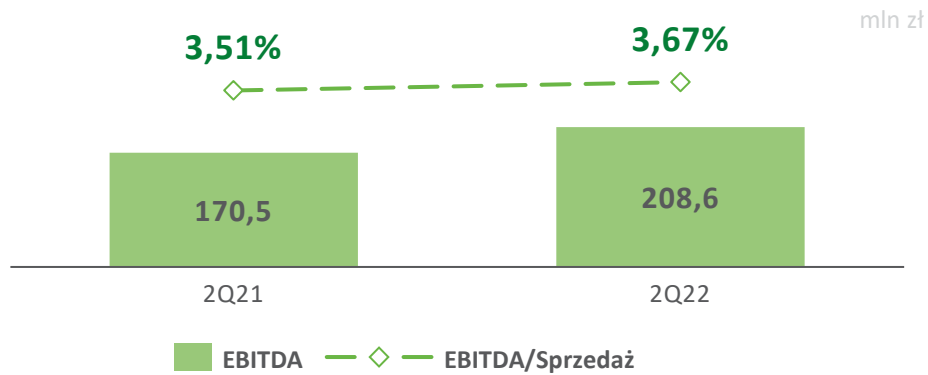
Wzrost sprzedaży oraz wzrost EBITDA we wszystkich segmentach



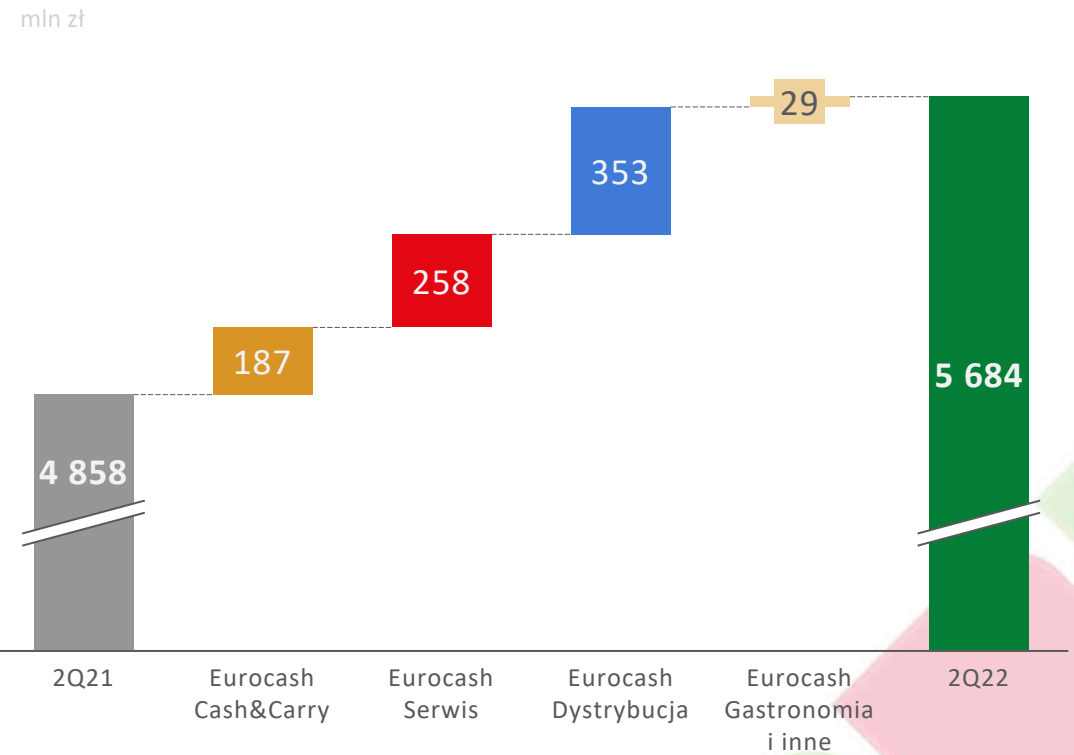
**Sprzedaż w 2Q2022 r/r**



**Ewolucja EBITDA i marży EBITDA w 2Q2022 r/r**



**Ewolucja sprzedaży w 2Q2022 r/r**



**Poprawa wyników biznesowych we wszystkich hurtowych BU**

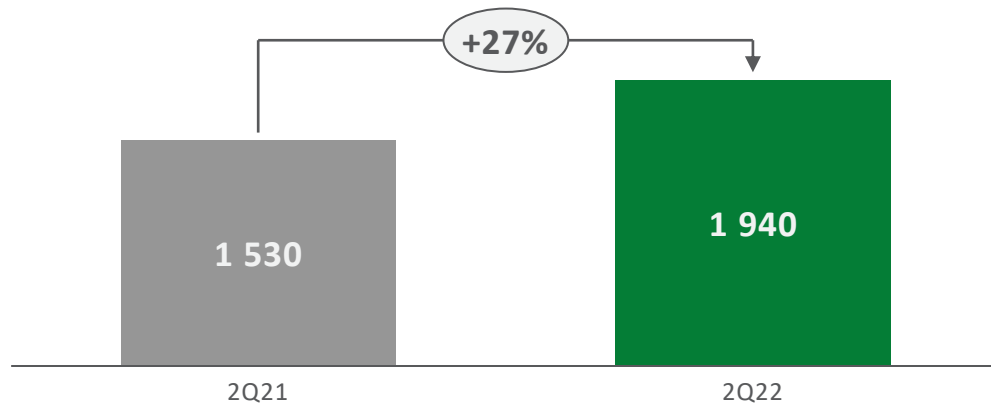


**Ponadinflacyjny wzrost sprzedaży we wszystkich hurtowych BU**

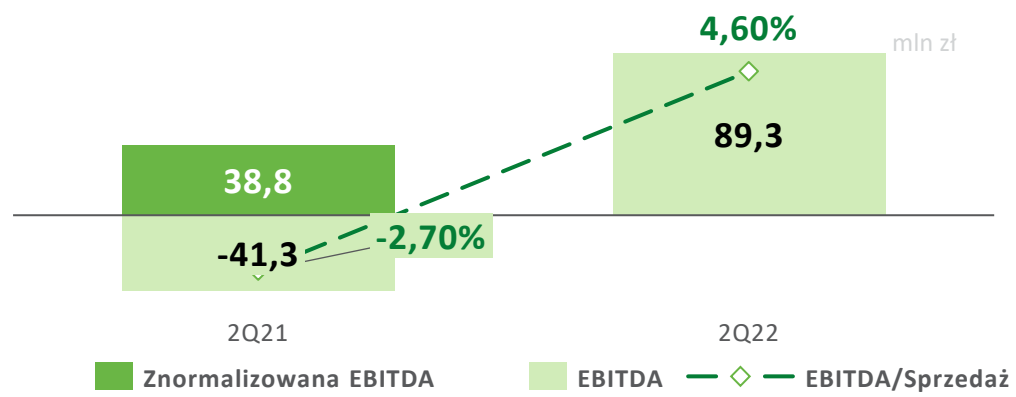


### Sprzedaż w 2Q2022 r/r

mln zł

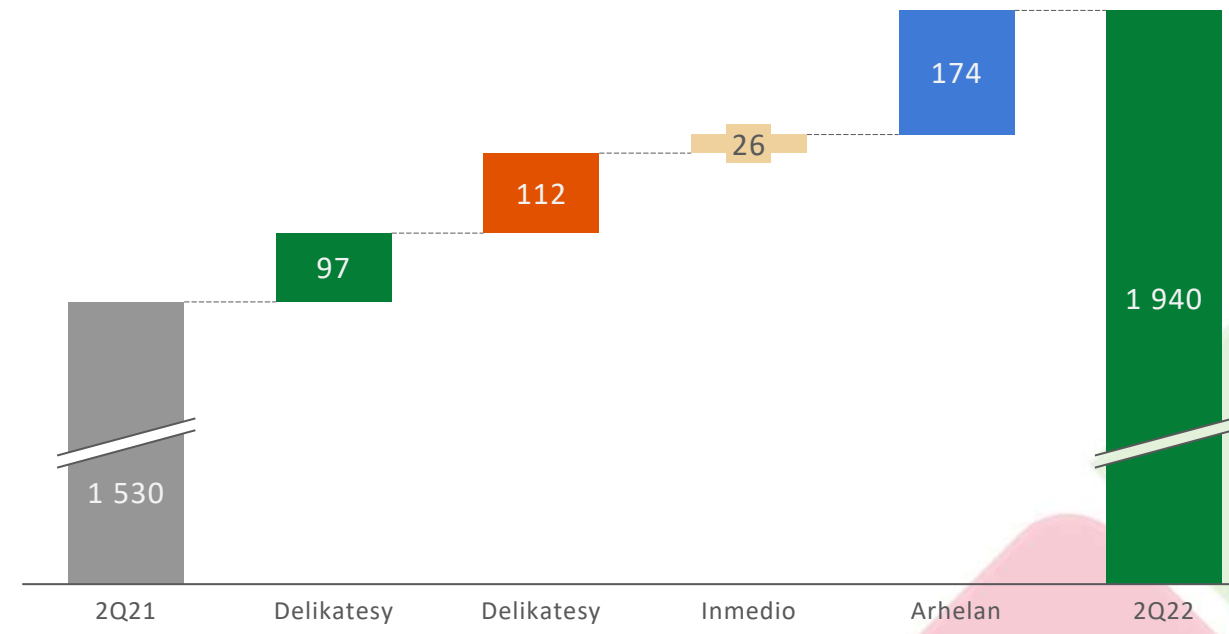


### Ewolucja EBITDA i marży EBITDA w 2Q2022 r/r



### Ewolucja sprzedaży w 2Q2022 r/r

mln zł



Znaczna poprawa rentowności segmentu detalicznego;  
Udział sklepów Arhelan w 2022

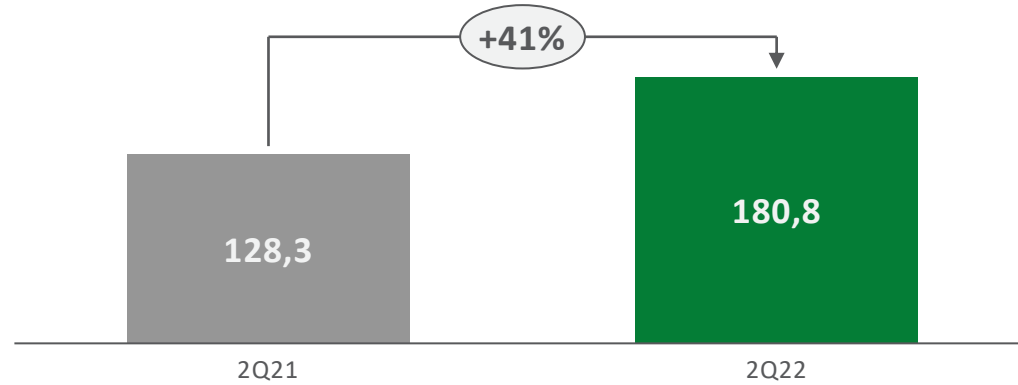
Ponad 14% wzrost sprzedaży LfL zarówno w sklepach własnych i franczyzowych





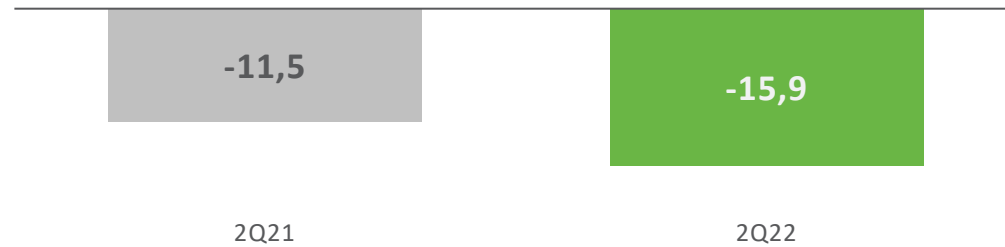
### Sprzedaż w 2Q2022 r/r

mln zł



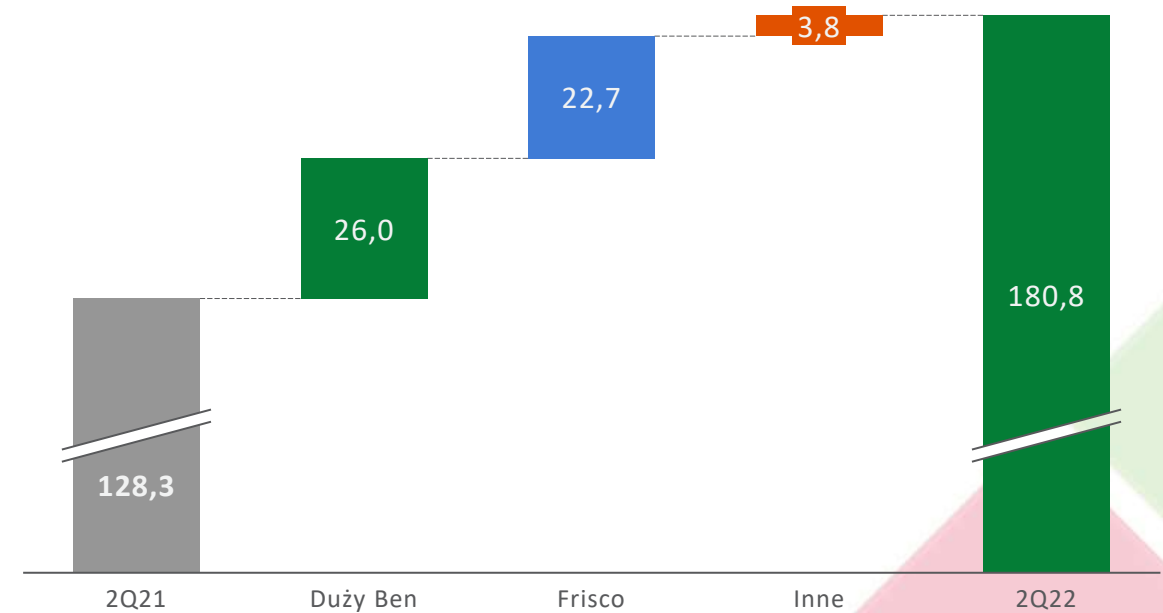
### Ewolucja EBITDA w 2Q2022 r/r

mln zł



### Ewolucja sprzedaży w 2Q2022 r/r

mln zł



Ekspansja Frisco oraz Dużego Bena => wzrost sprzedaży, ale i negatywna kontrybucja EBITDA



Duży Ben liderem zwiększenia sprzedaży w segmencie; Frisco nadal ponad 30% wzrost r/r