



Grupa Eurocash

Wyniki finansowe 3Q2022



Najwyższy historycznie wynik EBITDA kwartału (przed MSSF16): 177 mln PLN i za 12 miesięcy: 516 mln PLN

- Cel strategiczny w 2025: 1 mld PLN EBITDA przed MSSF16

**EBITDA za 12 mies. w 3Q2022:
516 mln PLN**

- Cel strategiczny: x1,5 dług netto / EBITDA
- W 3Q2022: redukcja długu netto i wzrost EBITDA

x1,48

- Ekspansja Innowacyjnej Platformy Handlu
- Współpraca z Comp SA
- Cel strategiczny: 12 tys. sklepów zintegrowanych w 2025

4,7 tys. POS – 3Q *pro forma*

- Liczba sklepów w sieciach organizowanych przez Grupę Eurocash
- Obejmuje sklepy franczyzowe, partnerskie oraz własne
- Cel strategiczny: +500 sklepów netto rocznie w latach 2023-2025

**16 786
+171 sklepów dodanych w 3Q2022**



Hurt – mocny kwartał we wszystkich obszarach Hurtu

- Blisko 4% marży EBITDA (MSSF16) w 3Q22 dzięki dźwigni operacyjnej
- Dwucyfrowe wzrosty sprzedaży każdego formatu hurtowego w 3Q22 i narastająco

Sprzedaż 3Q22 +14% r/r
EBITDA +48 mln PLN r/r

Detal – kolejny dobry kwartał i osiągnięte 5,1% marży EBITDA

- +16% LfL sklepów własnych DC, +21% LfL Inmedio w 3Q22
- 102 mln PLN EBITDA, o 21% więcej niż w 3Q21
- 2,49 mld PLN przychodów 460 sklepów własnych DC za ostatnie 12 mies.

Sprzedaż 3Q22 +26% r/r
EBITDA +18 mln PLN r/r

Projekty – ekspansja Dużego Bena i rosnąca sprzedaż Frisco

- Frisco: +47% sprzedaż r/r, do 85 mln PLN w 3Q22
- Duży Ben z 277 sklepów, +26% wzrost sprzedaży LfL w 3Q22

Sprzedaż 3Q22 +52% r/r
EBITDA -6 mln PLN r/r

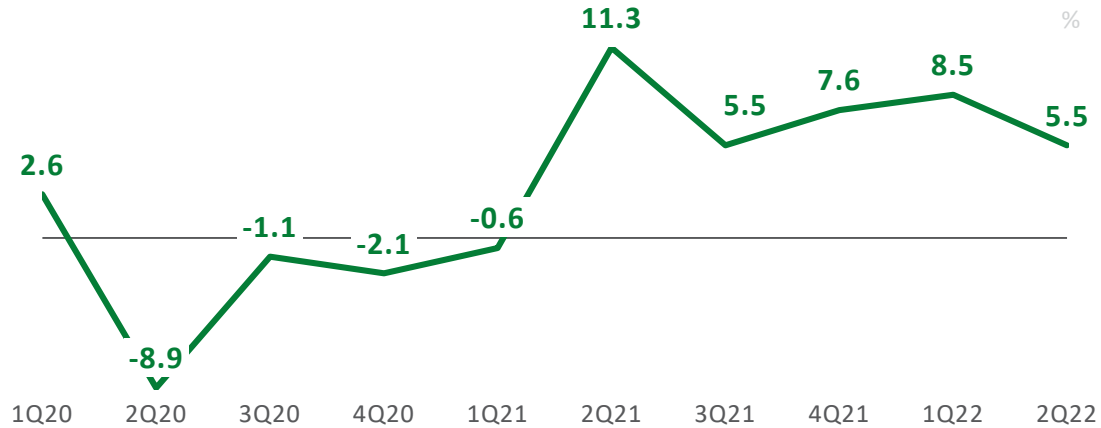


01.

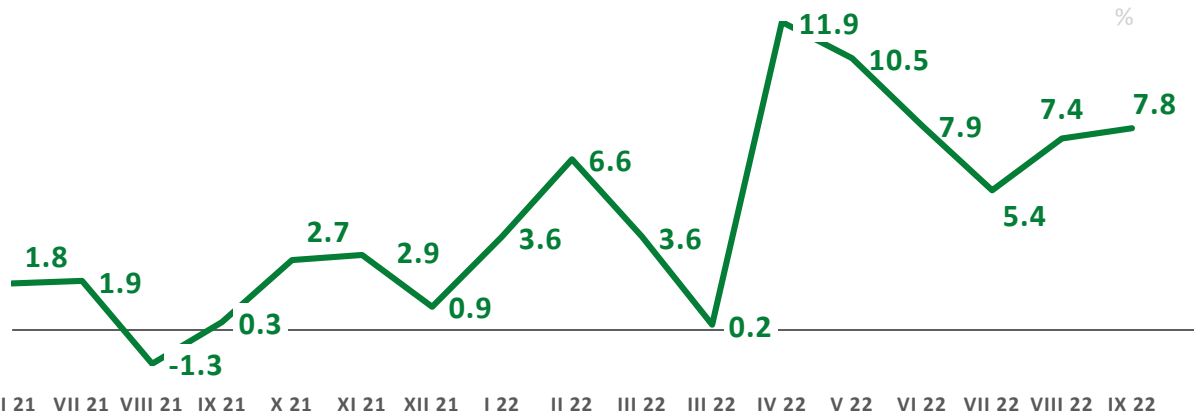
Dane makro i rynkowe



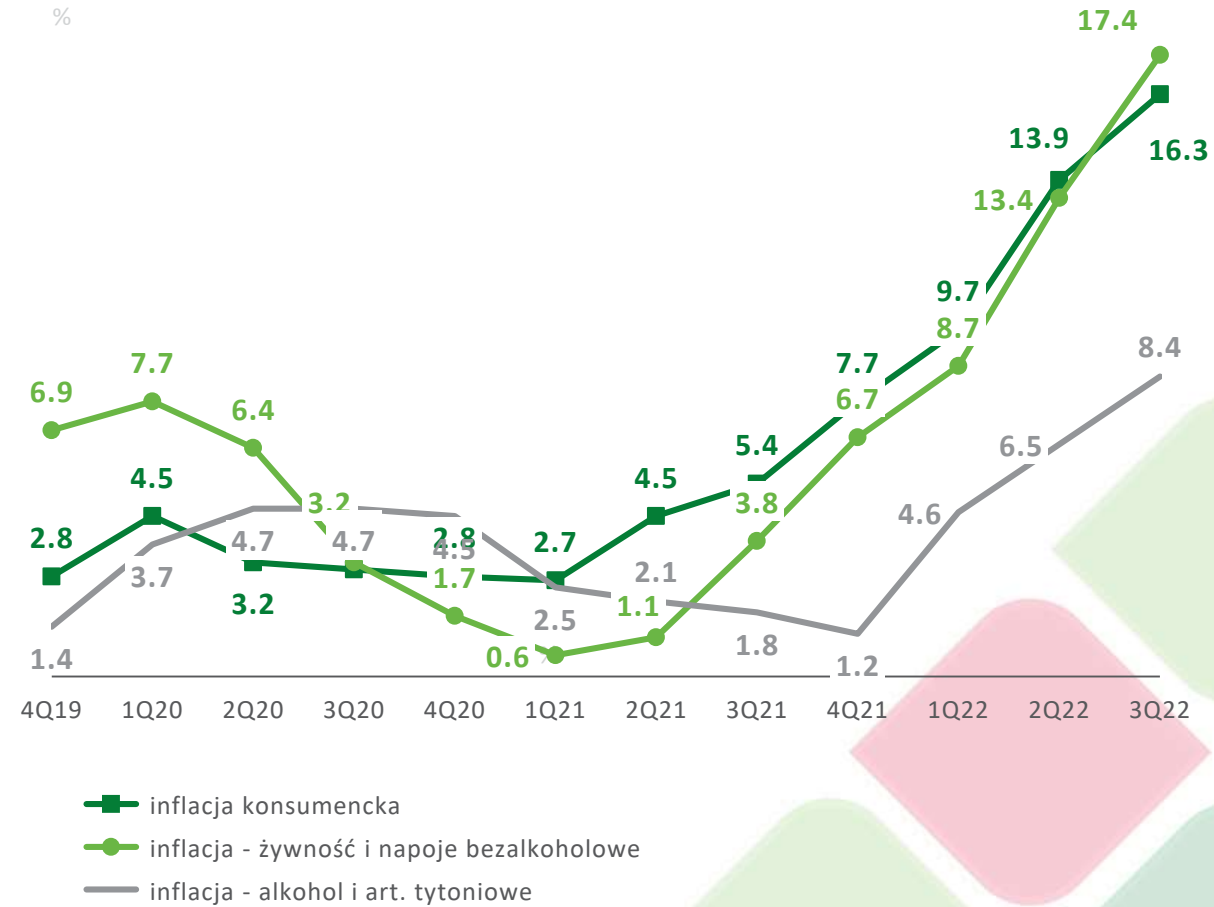
Dynamika wzrostu PKB



Dynamika sprzedaży detalicznej – Żywność, napoje i wyroby tytoniowe

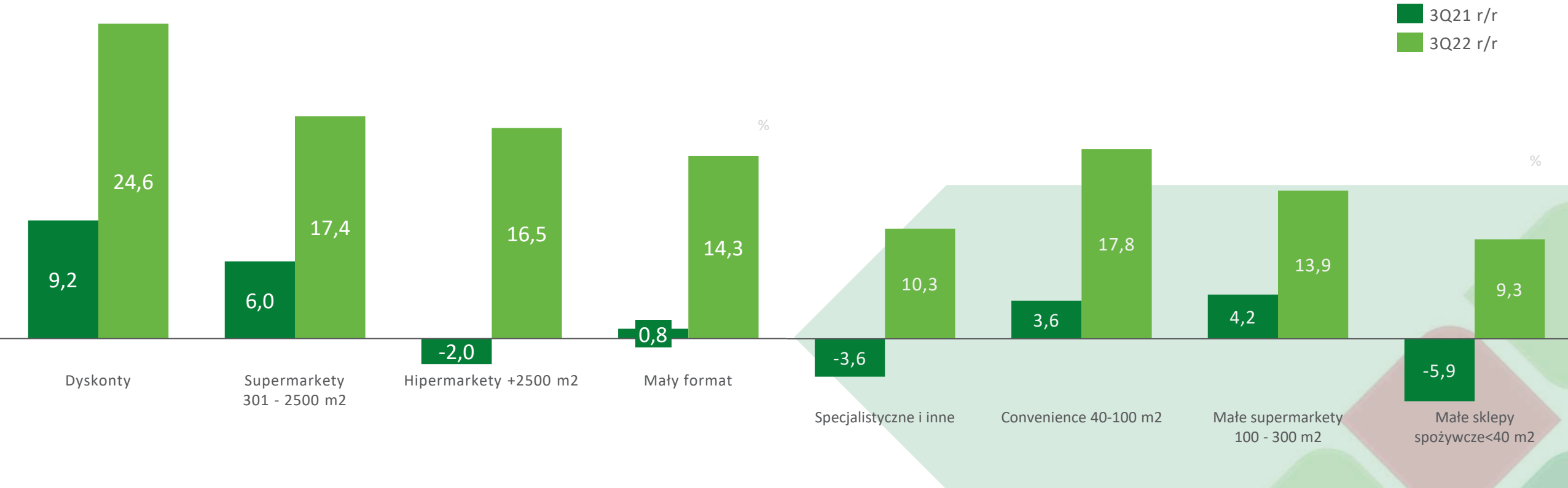


Dynamika wzrostu inflacji

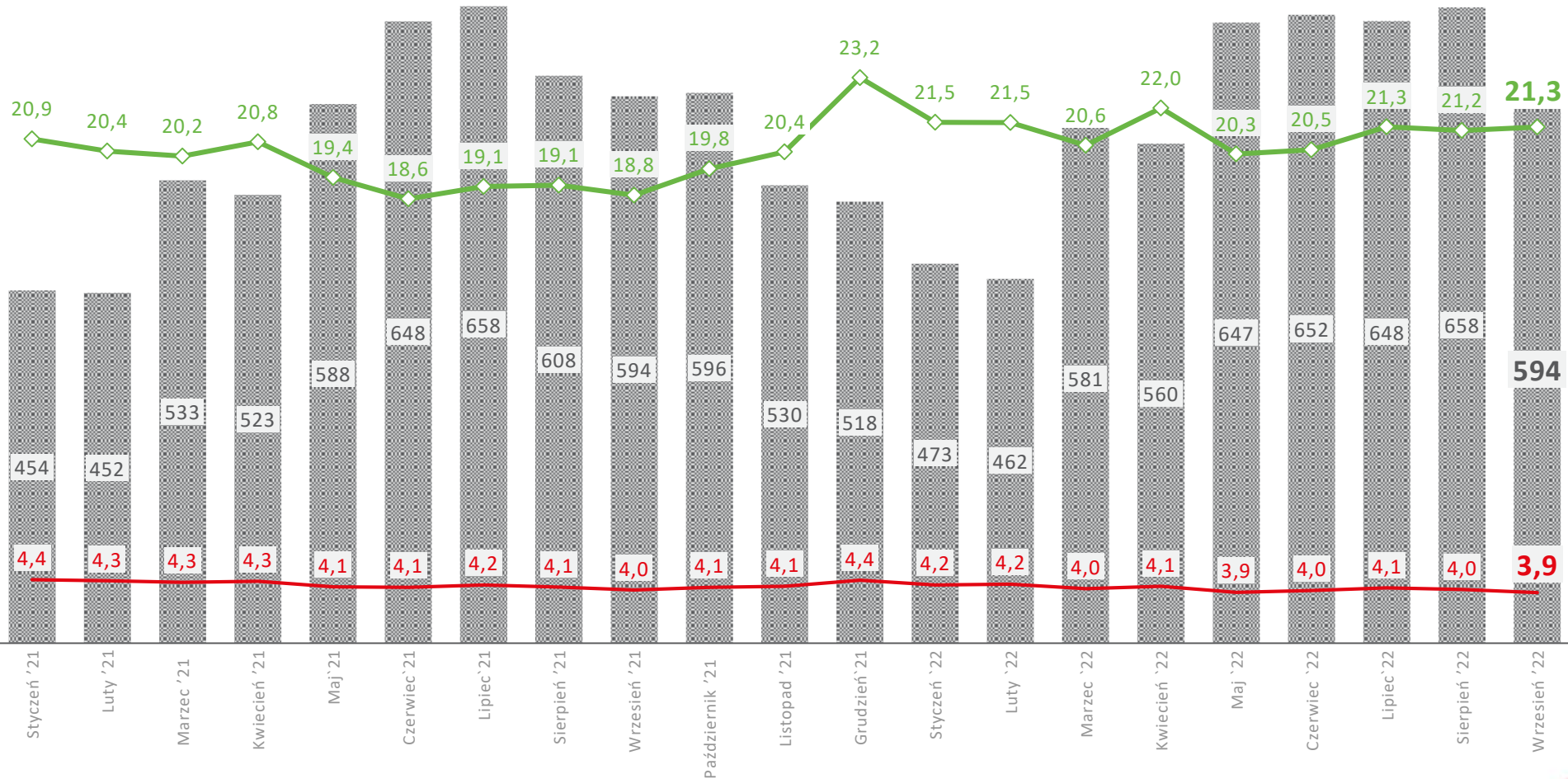




Wzrost rynku żywności w 3Q2022 według kanałów dystrybucji, w tym sklepów małowformatowych



**Poprawa wyników we wszystkich formatach.
Najmniej perspektywiczne sklepy o najmniejszej powierzchni (poniżej 40m²)**

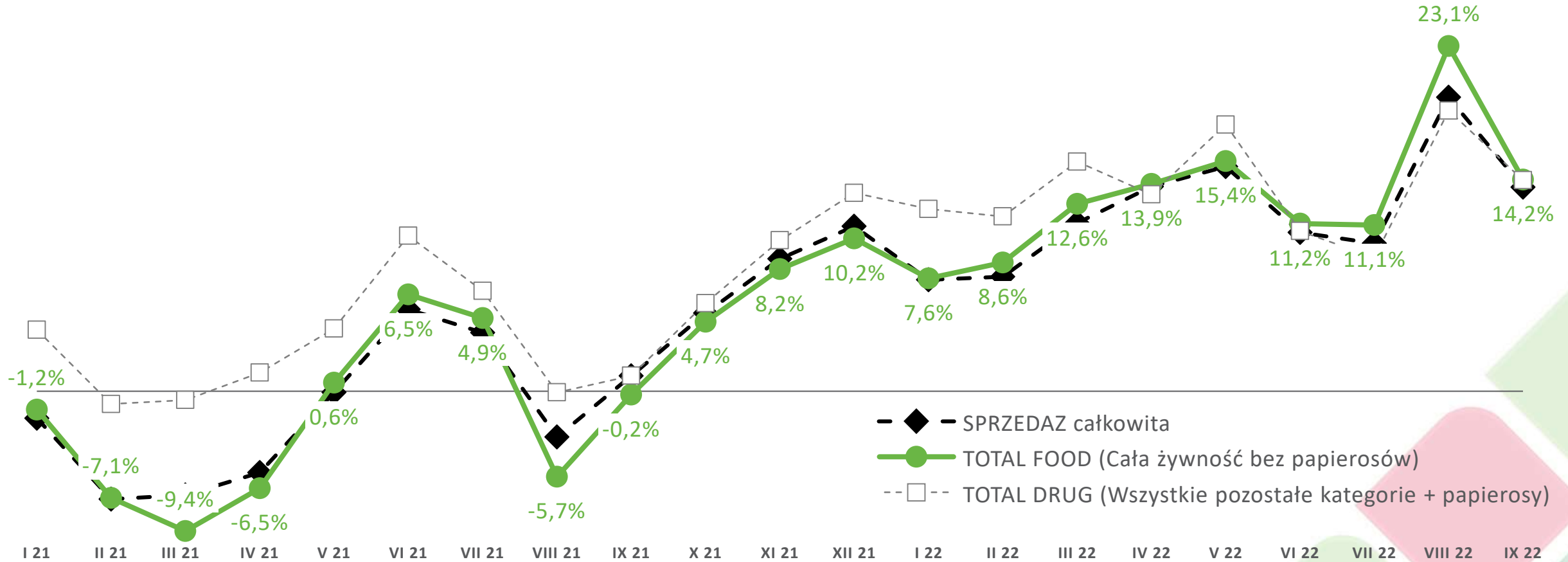


Stabilna wartość koszyka w 3Q22 i mniejsza liczba transakcji we wrześniu (efekt pogody)

- Liczba transakcji (mln)
- ◆ Średnia wartość koszyka
- Średnia liczba produktów



Dwucyfrowe wzrosty sprzedaży r/r w 3Q2022 (sklepy 0-500 m2)





02.

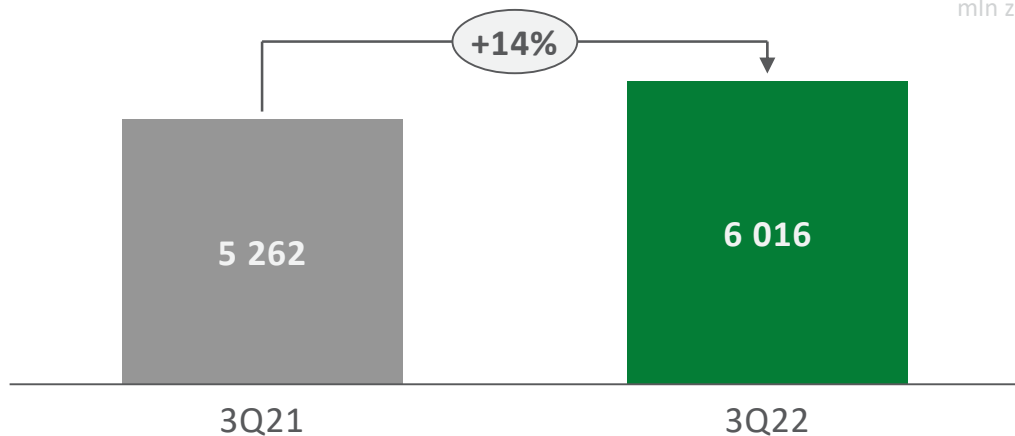
Hurt





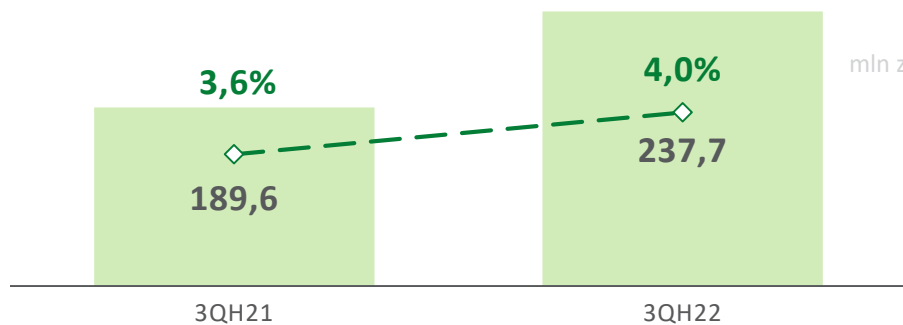
Ewolucja sprzedaży w 3Q2022 r/r

mln zł



Ewolucja EBITDA i marży EBITDA w 3Q2022 r/r

mln zł

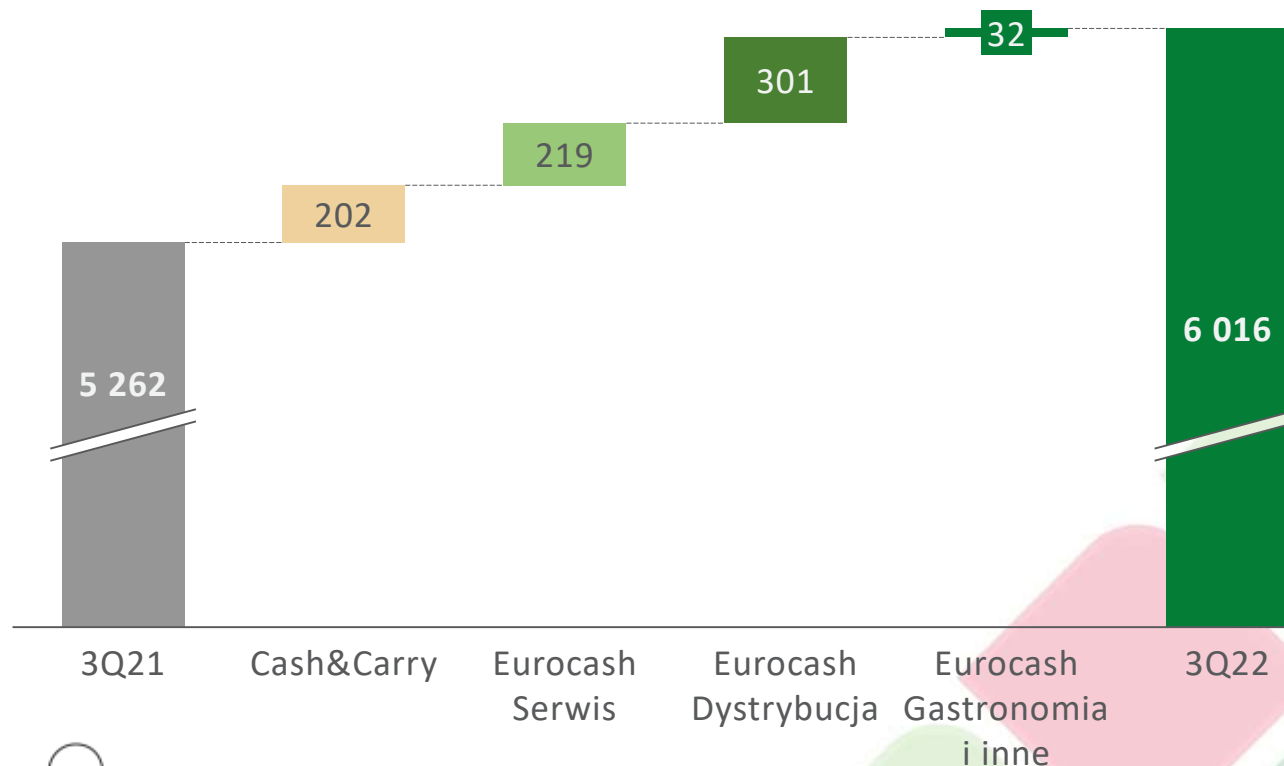


— ◆ — EBITDA/Sprzedaż ■ EBITDA

Z 0,75 mld PLN wzrostu przychodów wygenerowane +48m PLN EBITDA przy blisko 6,5% marży => dźwignia operacyjna

Ewolucja sprzedaży wg formatów w 3Q2022 r/r

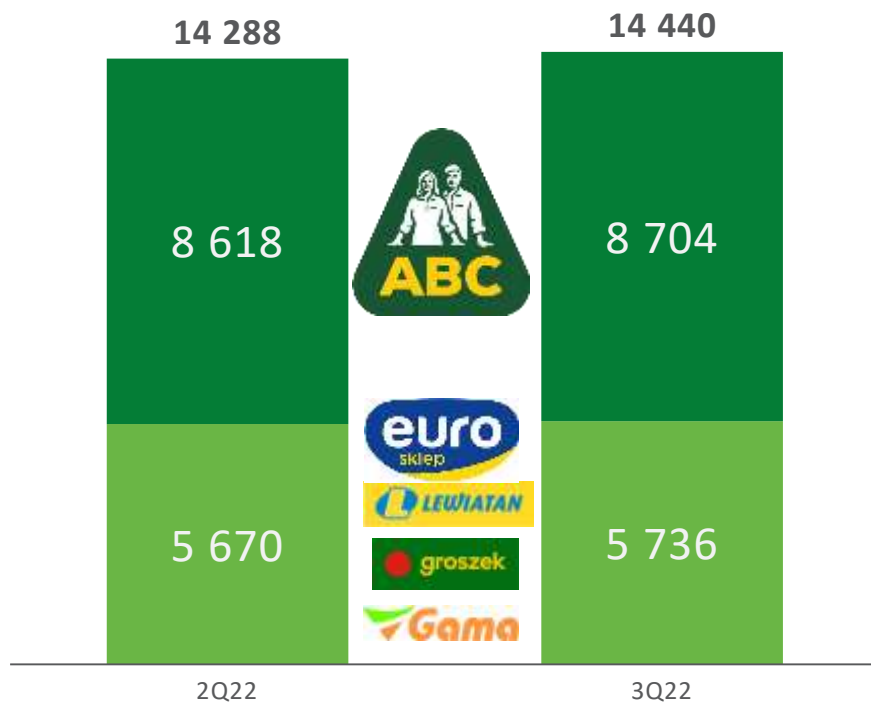
mln zł



Mocny kwartał we wszystkich obszarach Hurtu



Sieci sklepów partnerskich oraz franczyzowych organizowanych przez Grupę Eurocash.



Stabilnie rosnąca liczba sklepów partnerskich i franczyzowych



	Wrzesień 2021	Wrzesień 2022
Liczba użytkowników (tys)	26,9	40,6
% sprzedaży realizowanej przez Eurocash.pl	44%	55%

Postępująca digitalizacja hurtu przez stałe zwiększanie liczby użytkowników Eurocash.pl

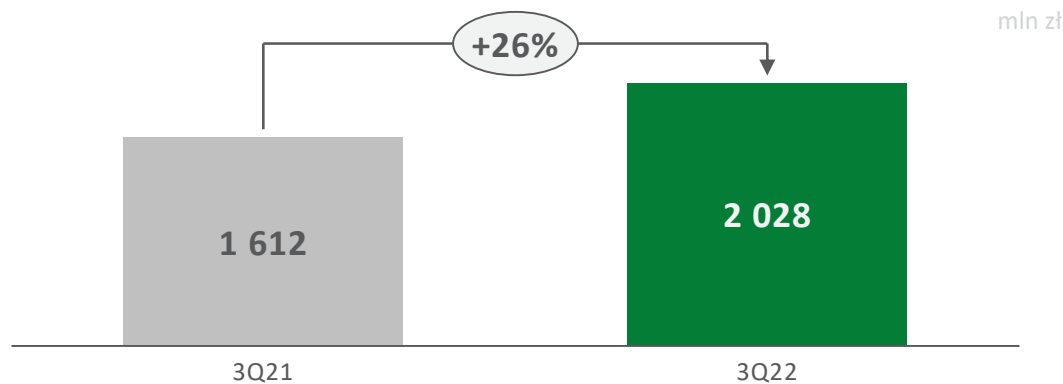


03.

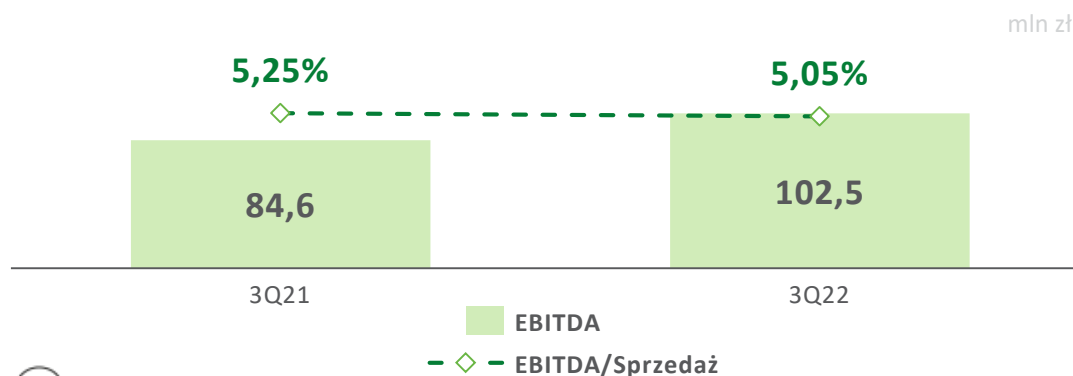
Detal



Ewolucja sprzedaży w 3Q2022 r/r

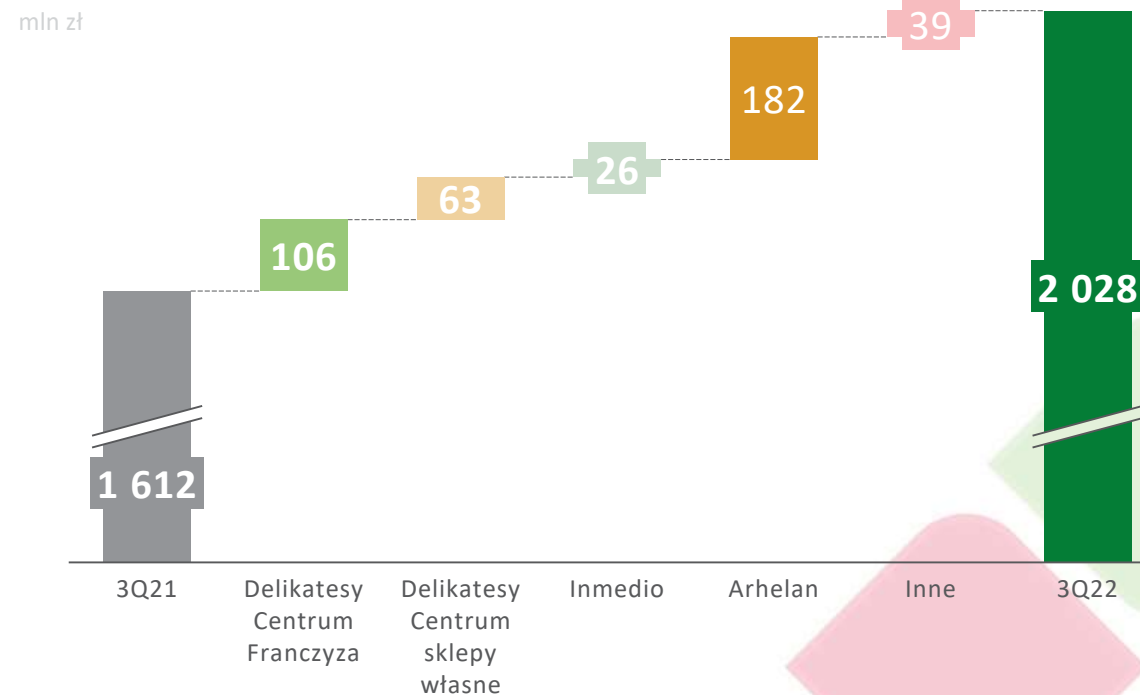


Ewolucja EBITDA i marży EBITDA w 3Q2022 r/r



Piąty kwartał z rzędu poprawy wyniku EBITDA przy osiągnięciu stabilnej marży ponad 5%; widoczny wpływ MSSF16 – amortyzacja rośnie wolniej niż sprzedaż.

Ewolucja sprzedaży według formatów w 3Q2022 r/r



Sklepy własne Delikatesów Centrum ze wzrostem sprzedaży LfL +16%, a saloniki Inmedio +21% r/r



04.

Projekty





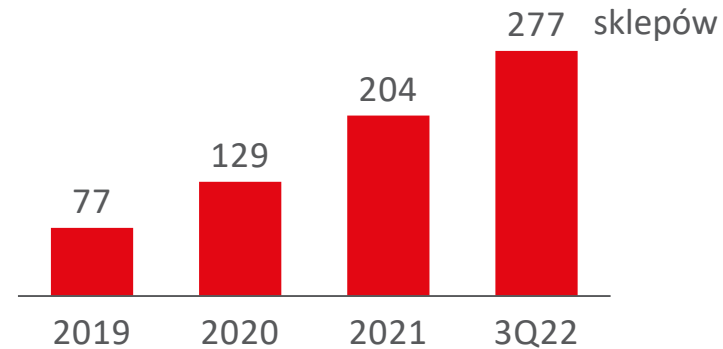
- Sprzedaż 3Q22: +47% r/r do 84,9 m PLN
- Średni koszyk zakupowy w 3Q22: 297 PLN

Miasto	3Q22	3Q21	% wzrost
Warszawa	55,9	48,5	15%
Inne	24,3	7,5	224%
Razem	80,2	56,0	43%

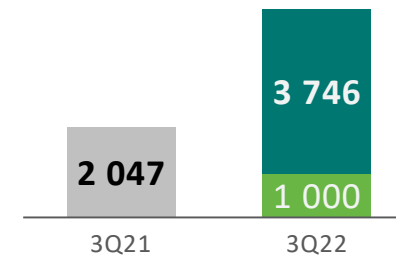


Liczba aktywnych klientów Frisco

- Sprzedaż 3Q22: +73% r/r do PLN 80,6 m
- LFL 3Q22: +25,7%
- 127 z 277 zyskownych sklepów



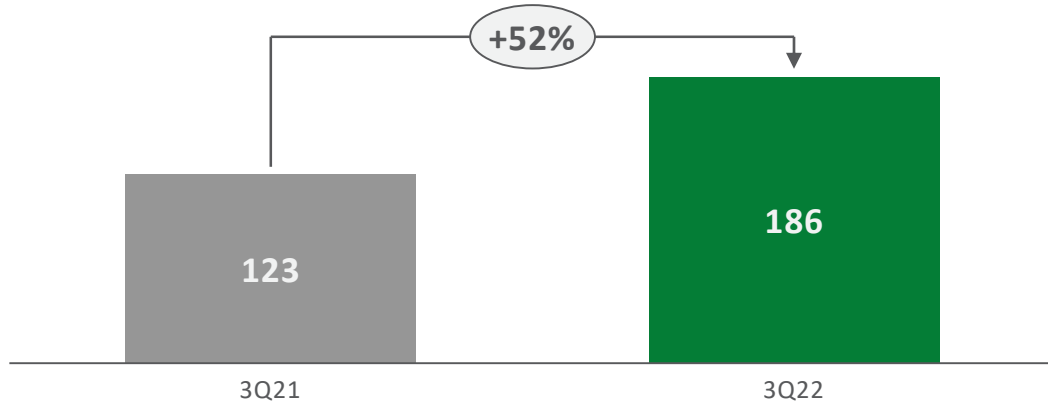
- 3,7 tys. POS w ramach platformy, łączącej sprzedawców z organizatorami sieci, producentami i konsumentami; kolejny 1 000 integrowany dzięki współpracy z Comp SA





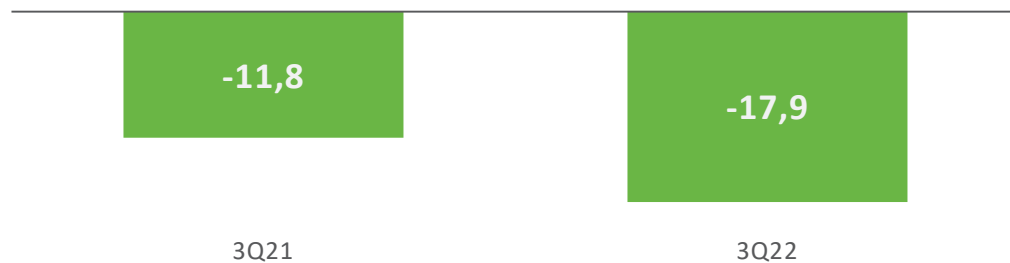
Ewolucja sprzedaży w 3Q2022 r/r

mln zł



Ewolucja EBITDA w 3Q2022 r/r

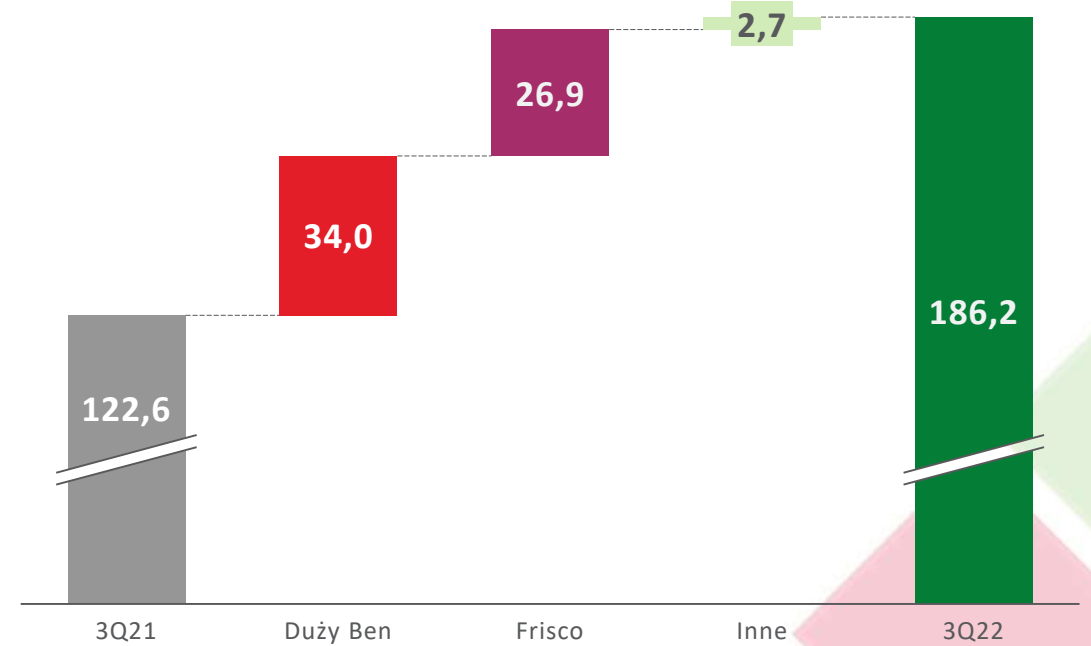
mln zł



Wzrost sprzedaży o ponad 50% a EBITDA uwzględnia koszty nowych sklepów i akwizycji klientów Frisco

Ewolucja sprzedaży wg formatów w 3Q2022 r/r

mln zł



Dynamiczna ekspansja sprzedażowa Frisco i Dużego Bena

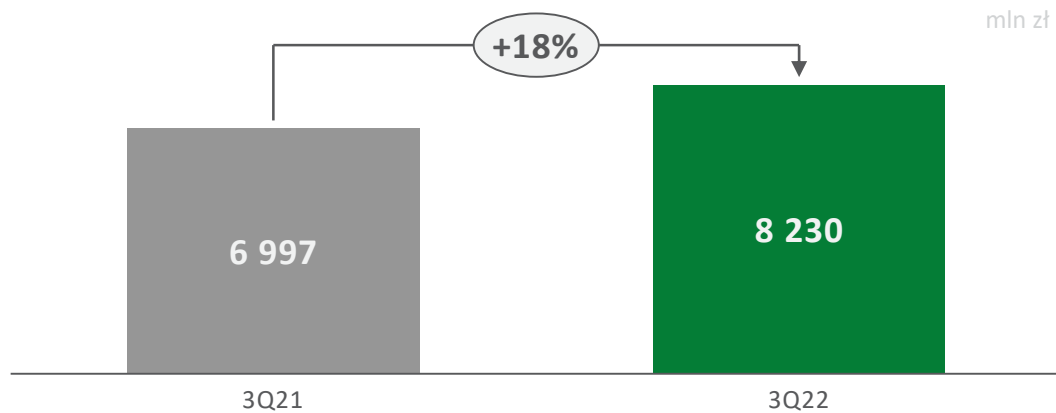


05.

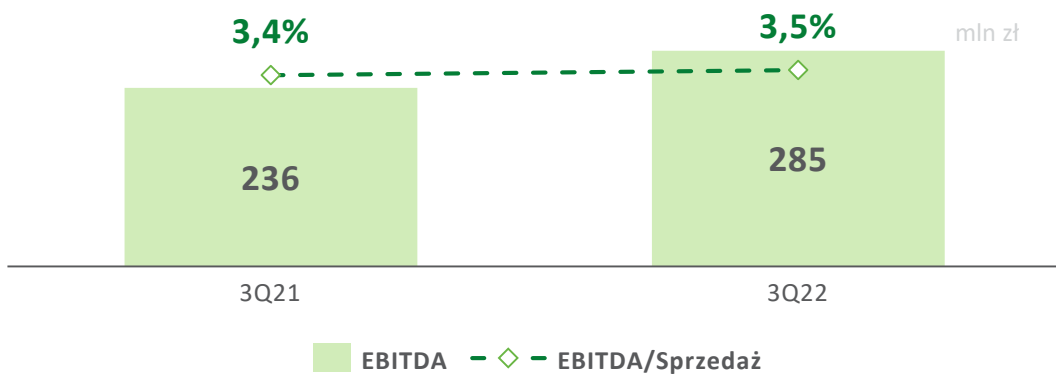
Skonsolidowane wyniki finansowe



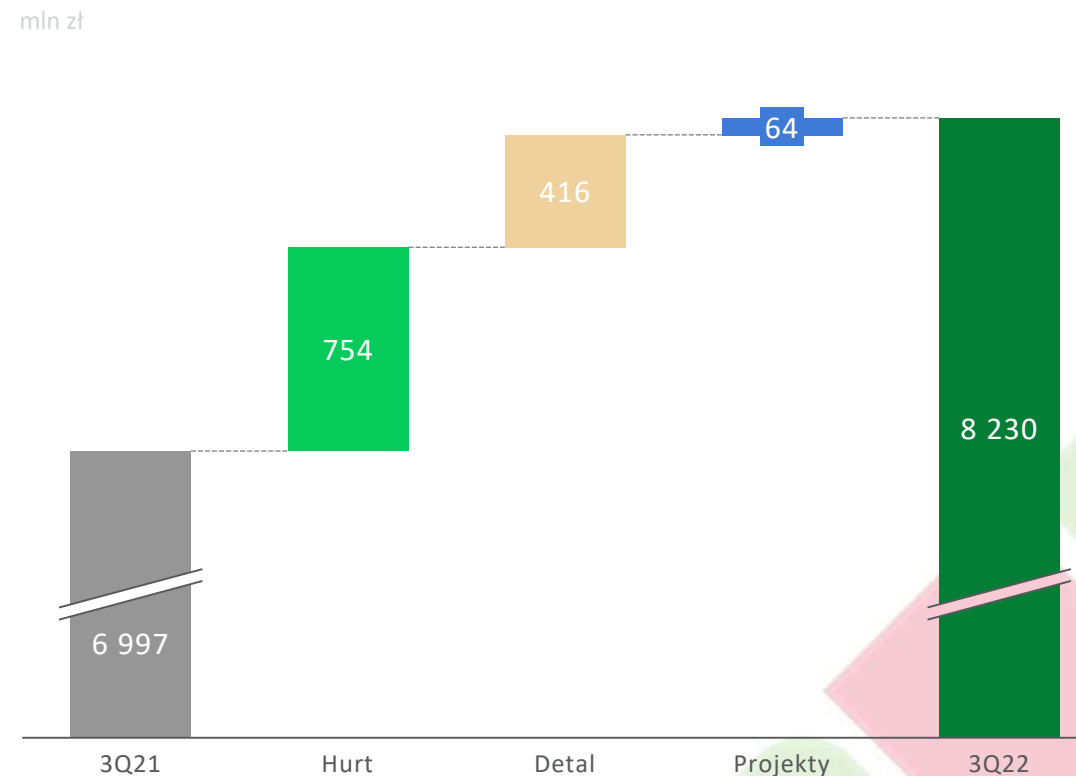
Ewolucja sprzedaży w 3Q2022 r/r (sprzedaż produktów)



Ewolucja EBITDA i marży EBITDA w 3Q2022 r/r



Ewolucja sprzedaży wg formatów w 3Q2022 r/r



Kolejny kwartał z rzędu poprawy sprzedaży i wyniku EBITDA

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



Wzrost kosztów finansowych

mln zł

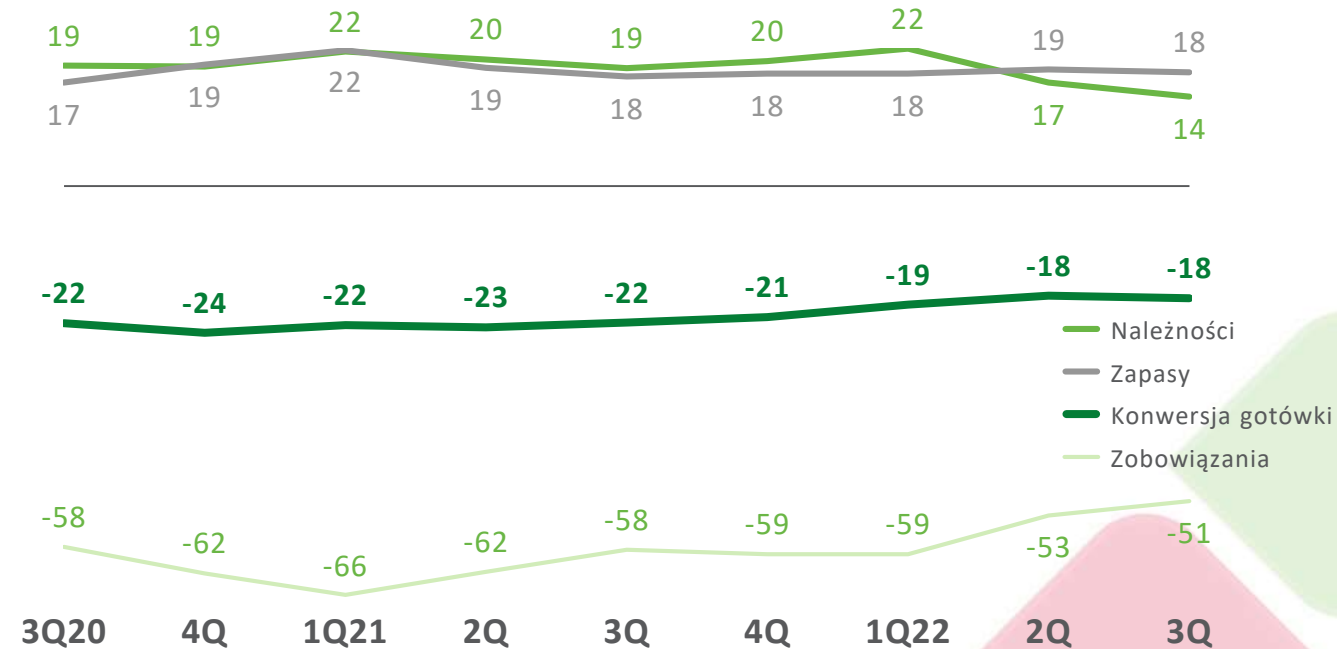
	2021	1Q22	2Q22	3Q22
koszty finansowe	127,4	48,7	65,3	93,3
przychody finansowe	28,6	7,4	13,0	21,0
koszty finansowe netto	98,7	41,3	52,3	72,3
koszty finansowe netto - kwartalnie	24,7	41,3	52,3	72,3



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

Cykl konwersji gotówki

w dniach

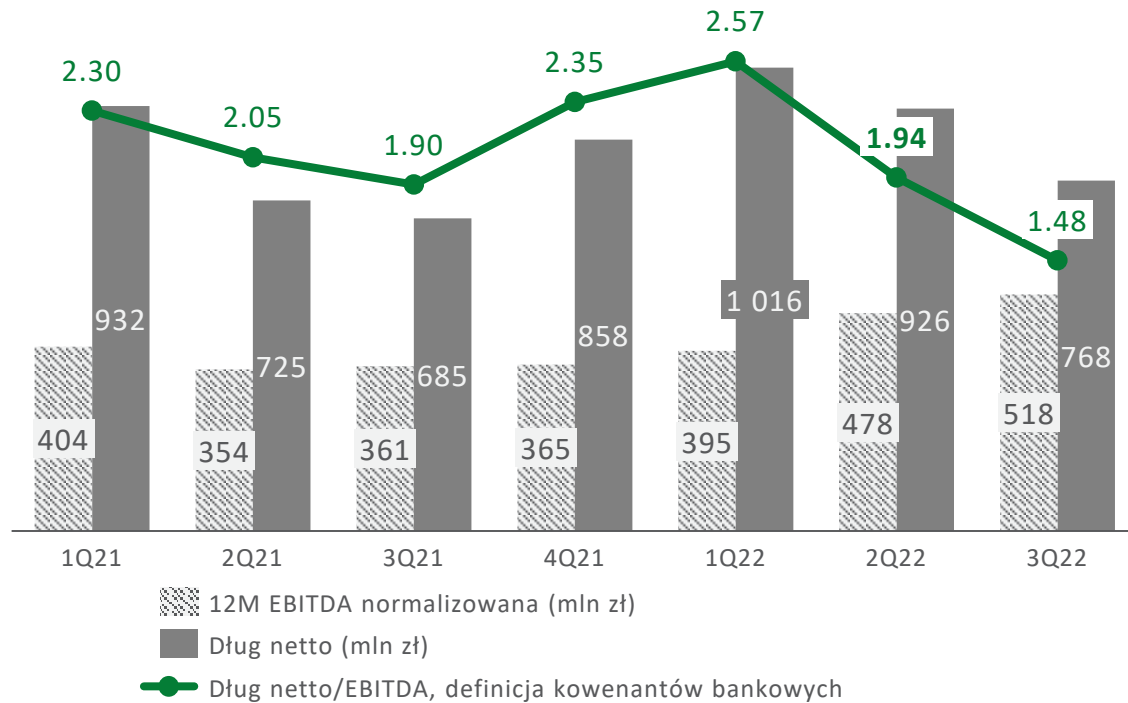


W 3Q stabilny cykl konwersji gotówki przy dynamicznie zwiększanej sprzedaży i sezonowo wyższych zobowiązaniach.



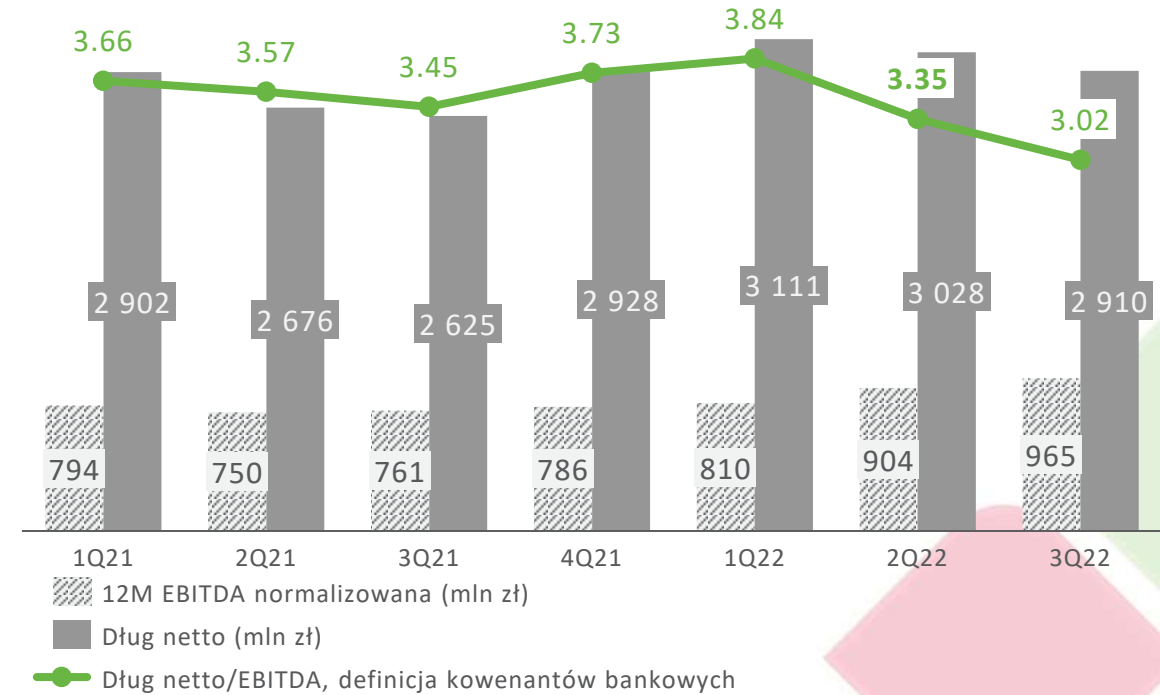
Dług netto/EBITDA (przed MSSF16)

mln zł



Dług netto/EBITDA (po MSSF16)

mln zł



Mocno zredukowany poziom wskaźnika zadłużenia netto/EBITDA przed oraz po MSSF16, w otoczeniu wysokich stóp procentowych