

Grupa Eurocash publikuje wyniki za III kwartał 2017 r.

- W III kwartale 2017 r. skonsolidowana sprzedaż Grupy Eurocash wyniosła prawie 6,2 mld zł, co oznacza wzrost o ponad 7% w porównaniu z analogicznym okresem 2016 r. Narastająco za trzy kwartały br. skonsolidowane przychody wyniosły niemal 17,5 mld zł i były o 10% wyższe niż przed rokiem. Wzrost ten wynikał głównie z konsolidacji wyników spółek przejętych na przełomie 2016 i 2017 r. oraz rozwoju nowych projektów o znaczeniu strategicznym.
- EBITDA Grupy Eurocash, czyli wynik operacyjny powiększony o amortyzację, wyniosła w III kwartale 2017 r. ponad 101 mln zł wobec 123 mln zł przed rokiem. Narastająco za trzy kwartały 2017 r. znormalizowana EBITDA (tj. bez uwzględnienia jednorazowego obciążenia dot. potencjalnych zobowiązań z tytułu VAT ujętego w wynikach za I półrocze) wyniosła 259 mln zł i była o 8% niższa niż rok wcześniej. Niższy poziom EBITDA wynika przede wszystkim ze spadku rentowności w formacie Cash&Carry oraz w segmencie dystrybucji papierosów i produktów impulsowych, a także dalszych inwestycji w rozwój innowacyjnych formatów detalicznych oraz w projekt dystrybucji artykułów świeżych .
- Zysk netto Grupy Eurocash w III kwartale br. wyniósł 37,5 mln zł wobec 61,7 mln zł w analogicznym okresie 2016 r. Narastająco po dziewięciu miesiącach tego roku znormalizowany zysk netto wyniósł 75 mln zł wobec blisko 117 mln zł przed rokiem. Negatywny wpływ na zysk netto miały wyższe koszty finansowe, wynikające ze wzrostu zadłużenia.
- Trzeci kwartał br. był kolejnym z rzędu, w którym Grupa Eurocash zanotowała silne dodatnie przepływy pieniężne z działalności operacyjnej. Sięgnęły one 215 mln zł (z wyłączeniem jednorazowych zdarzeń), co odpowiada ponad 2-krotności EBITDA w tym okresie.

Omówienie wyników Grupy Eurocash

Wyniki Grupy Eurocash w III kwartale br. były pod wpływem trzech najistotniejszych czynników. Po pierwsze, sprzedaż rośnie dzięki dokonany akwizycjom oraz inwestycjom w nowe projekty. Z drugiej strony, inwestycje te obciążają przejściowo wyniki Grupy. Dodatkowy negatywny wpływ na wyniki III kwartału miała ponadto gorsza rentowność zanotowana w formacie Cash&Carry oraz w segmencie dystrybucji papierosów i produktów impulsowych.

Inwestycje w segment sprzedaży detalicznej spowodowały, że *Detal* to obecnie najdynamiczniej rosnący segment działalności Grupy Eurocash. Sprzedaż tego segmentu w ciągu trzech kwartałów 2017 r. przekroczyła 1,6 mld zł, a w samym trzecim kwartale wyniosła 561 mln zł. To ponad 2-krotnie więcej niż w analogicznych okresach ubiegłego roku.

EBITDA segmentu *Detal* za pierwsze dziewięć miesięcy tego roku sięgnęła 28 mln zł wobec 21 mln zł rok wcześniej, a w samym trzecim kwartale wyniosła blisko 8 mln zł i była na porównywalnym poziomie r/r.

– Głównym motorem dynamicznego wzrostu sprzedaży w segmencie detalicznym są akwizycje zrealizowane na przełomie 2016 i 2017 r., a w szczególności przejęcie blisko 250 supermarketów EKO. Kontynuujemy integrację tych placówek z Delikatesami Centrum, tak aby docelowo stworzyć ogólnopolską sieć supermarketów, z silną marką, obejmującą placówki franczyzowe oraz własne. Rozwój własnego detalu ma strategiczne znaczenie dla przyszłości Grupy Eurocash i naszych klientów. To oni będą beneficjentami rozwiązań, które wypracujemy we własnych sklepach, zarówno w kontekście efektywnej logistyki, marketingu, jak i odpowiedniej skali, która umożliwi uzyskanie konkurencyjnych warunków zakupowych i w efekcie pozwoli wspólnie mierzyć się z dyskontami – powiedział **Jacek Owczarek**, członek zarządu i dyrektor finansowy Grupy Eurocash.

W ciągu pierwszych trzech kwartałów tego roku 28 sklepów EKO przeszło rebranding na Delikatesy Centrum, a kolejnych 9 placówek zmieniło szyld w październiku 2017 r..

Na koniec III kwartału br. liczba własnych sklepów detalicznych Grupy Eurocash obejmowała 452 placówki w sieci Inmedio, 118 w sieci Delikatesy Centrum oraz 227 w sieci EKO (w tym 37, które już zmieniły szyld na Delikatesy Centrum).

Wzrost sprzedaży Grupa zanotowała także dzięki postawieniu na rozwój nowych formatów detalicznych (takich jak Duży Ben, 1minute, abc na kołach i Kontigo) oraz rozwój dystrybucji artykułów świeżych. W ciągu trzech kwartałów br. sprzedaż segmentu Projekty przekroczyła 395 mln zł wobec niespełna 170 mln zł rok wcześniej. EBITDA tego segmentu za pierwsze trzy kwartały 2017 r. wyniosła -39 mln zł (w porównaniu z -26 mln zł w analogicznym okresie ubiegłego roku), a w samym trzecim kwartale segment ten obciążył wynik EBITDA Grupy Eurocash kwotą blisko 13 mln zł wobec 10 mln zł przed rokiem.

– Wysokiej jakości produkty świeże będą jedną z przewag konkurencyjnych Delikatesów Centrum, które pozwolą im skutecznie konkurować o klienta z dyskontami. Musimy pomóc im zdobyć tę przewagę. Aby zapewnić odpowiednią jakość i świeżość produktów, potrzebna jest bowiem odpowiednia skala. Podobnie patrzymy na inne rozwijane przez nas projekty. Stwarzając naszym klientom – właścicielom niezależnych sklepów w Polsce – dodatkowe możliwości rozwoju i konkurowania z dyskontami, inwestujemy w ich rozwój i tym samym w przyszłość Grupy Eurocash. W krótkim terminie inwestycje te oznaczają oczywiście znaczne wydatki, co obciąża nasz wynik EBITDA. Jesteśmy jednak przekonani, że długoterminowo przyniosą one wymierne, pozytywne korzyści – powiedział **Jacek Owczarek**.

Wpływ na niższy wynik EBITDA Grupy w trzecim kwartale br. miało także pogorszenie rentowności w segmencie Hurt Niezależny, szczególnie w formacie Cash&Carry oraz dystrybucji papierosów i artykułów impulsowych. EBITDA tego segmentu za pierwsze trzy kwartały br. wyniosła 121 mln zł wobec 156 mln zł w analogicznym okresie 2016 r. W samym trzecim kwartale sięgnęła natomiast 51 mln zł wobec 73 mln zł rok wcześniej.

– Gorszy wynik w segmencie Hurt Niezależny wynika m.in. ze słabszego od oczekiwań sezonu letniego, co miało negatywny wpływ na sprzedaż napojów oraz piwa. Zgodnie z zapowiedziami, w trzecim kwartale kontynuowaliśmy restrukturyzację sieci Cash&Carry. Miało to pozytywne przełożenie na sprzedaż like-for-like, która drugi kwartał z rzędu była na lekkim plusie, ale w krótkim terminie odbiło się to na rentowności tego formatu, która znalazła się ponadto pod presją kosztów pracowniczych. Gorsze wyniki w tym roku notuje także Eurocash Serwis z uwagi na

niższą sprzedaż i marżę na produktach impulsowych oraz dodatkowe koszty związane z reorganizacją logistyki – wyjaśnił **dyrektor finansowy Grupy Eurocash**.

Na koniec III kwartału br. sieć Cash&Carry obejmowała 185 lokalizacji. Liczba sklepów sieci partnerskiej „abc”, które są głównymi klientami hurtowni Cash&Carry, na koniec września br. wynosiła 8.659 placówek, o 54 więcej niż na koniec 2016 r.

Liczba sklepów franczyzowych należących do sieci Delikatesy Centrum na koniec września br. wynosiła 1.099 placówek, czyli o 13 więcej niż na koniec 2016 r., natomiast sieci partnerskie obsługiwane przez Eurocash Dystrybucja (Groszek, Euro Sklep, Lewiatan, PSD) na koniec III kwartału liczyły łącznie 4830 sklepów, co oznacza przyrost od początku tego roku o 80 placówek.

Wybrane skonsolidowane wyniki finansowe Grupy Eurocash:

<i>mln zł</i>	3Q 2017	3Q 2016	Zmiana r/r	1-3Q 2017	1-3Q 2016	Zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	6 188	5 761	+7%	17 465	15 866	+10%
Zysk brutto na sprzedaży	654	570	+15%	1 870	1 582	+18%
Marża brutto na sprzedaży	10,6%	9,9%	+0,7 p.p.	10,7%	10,0%	+0,7 p.p.
EBITDA*	101	123	-18%	259	281	-8%
Marża EBITDA*	1,6%	2,1%	-0,5 p.p.	1,5%	1,8%	-0,3 p.p.
Zysk / strata netto*	37	62	-39%	75	117	-36%
Rentowność netto*	0,6%	1,1%	-0,5 p.p.	0,4%	0,7%	-0,3 p.p.

* wartości znormalizowane, skorygowane o jednorazowe zdarzenia (ujęte w wynikach finansowych za I półrocze br.) dot. szkody poniesionej przez Eurocash w wyniku działalności podmiotów zewnętrznych uczestniczących w mechanizmie wyłudzenia VAT

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:

Jan Domański
Eurocash
tel. (+48) 507 010 095
jan.domanski@eurocash.pl

Krzysztof Woch
NBS Communications
tel. (+48) 516 173 691
kwoch@nbs.com.pl