

19 sierpnia 2016 r.

Grupa Eurocash publikuje wyniki za II kwartał 2016 r.

Wzrost sprzedaży i poprawa rentowności netto

- W II kwartale 2016 r. przychody ze sprzedaży Grupy Eurocash, krajowego lidera w hurtowej dystrybucji żywności i innych produktów szybko rotujących (FMCG) wyniosły 5,34 mld zł i były o ponad 3% wyższe niż w analogicznym okresie 2015 r. W całym I półroczu br. skonsolidowana sprzedaż przekroczyła 10,1 mld zł, co także oznacza ponad 3-proc. wzrost rok ro roku.
- Zysk brutto ze sprzedaży wypracowany przez Grupę Eurocash w II kwartale tego roku wyniósł 558 mln zł, a narastająco za 6 miesięcy 2016 r. sięgnął 1,02 mld zł, czyli o 9% więcej niż w analogicznych okresach ubiegłego roku.
- EBITDA, czyli wynik operacyjny powiększony o amortyzację, wyniosła w II kwartale br. ponad 110 mln zł (wobec 114 mln zł w II kwartale 2015 r.), a EBITDA za całe I półrocze 2016 r. sięgnęła 158 mln zł (+1% r/r).
- Skonsolidowany zysk netto za II kwartał 2016 r. wyniósł 53 mln zł, po wzroście o 3% rok do roku, a całe I półrocze br. Grupa Eurocash zakończyła z zyskiem netto przekraczającym 55 mln zł, czyli o ponad 13% większym niż przed rokiem.
- Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej wyniosły 96 mln zł w II kwartale i 143 mln zł narastająco od stycznia do czerwca br., co mimo wyższych wydatków inwestycyjnych i wypłaty dywidendy pozwoliło utrzymać zadłużenie netto Grupy Eurocash na relatywnie niskim poziomie. Dług netto na koniec I półrocza 2016 r. stanowił 0,68x EBITDA.

– Na rynku FMCG w dalszym ciągu widzimy nasilającą się wobec naszych klientów konkurencję ze strony sieci dyskontowych. Ponadto pomimo raportowanej przez GUS inflacji cen żywności i napojów na poziomie 0.8% w II kwartale br., obserwujemy utrzymującą się deflację cen hurtowych, zwłaszcza wyrobów mleczarskich, świeżych, ale też i piwa. Sieci dyskontów systematycznie powiększają udziały rynkowe, aczkolwiek dzięki wzmożonej wspólnej pracy coraz skuteczniej stawiają im czoła nasi klienci, w szczególności dobrze radzą sobie małe supermarkety. Według danych Nielsena, supermarkety o powierzchni do 300 m² są po dyskontach najszybciej rosnącym kanałem sprzedaży żywności w Polsce – powiedział **Jacek Owczarek, członek zarządu i dyrektor finansowy Grupy Eurocash**. – W tych warunkach, zarówno w II kwartale jak i w całym pierwszym półroczu 2016 r. Grupa Eurocash zanotowała ponad 3-proc. wzrost sprzedaży w porównaniu z analogicznymi okresami ubiegłego roku. Jako główny partner sklepów małaformatowych, konsekwentnie dążymy do zwiększania skali naszej działalności oraz rozwijamy nowe formaty sprzedaży detalicznej, wzmacniając pozycję konkurencyjną naszych klientów wobec dyskontów – dodał **Jacek Owczarek**.

Sprzedaż Grupy Eurocash do sklepów zrzeszonych w sieciach partnerskich i franczyzowych rosła w tempie od 5% do 10%. W formacie Delikatesy Centrum wyraźnie poprawiła się ponadto sprzedaż *like-for-like*, tj. dla tej samej liczby placówek. Hurtowa sprzedaż *like for-like* do tej sieci franczyzowej wzrosła w II kwartale o 4,4% rok do roku, a w całym I półroczu br. wzrost wyniósł 3,6%.

– W pierwszym półroczu wyniki grupy były obciążone kosztami związanymi z rozwojem nowych formatów detalicznych. Ich łączny wpływ na wynik operacyjny sięgnął 14,8 mln zł w porównaniu z 10,4 mln zł rok temu. To są istotne koszty, ale wierzymy, że dzięki inwestycji w rozwój takich formatów jak 1 minute, Kontigo, abc na kołach czy Duży Ben będziemy mogli zaoferować naszym klientom nowe możliwości rozwoju i konkurowania z dyskontami. Dzięki istotnemu ograniczeniu zadłużenia w porównaniu z poprzednim rokiem, istotnie zmniejszyły się koszty finansowe, co znajduje odzwierciedlenie w wyższym zysku netto. W I półroczu br. był on o ponad 13% wyższy niż w analogicznym okresie ubiegłego roku – wskazał **Jacek Owczarek**.

II kwartał br. był kolejnym z rzędu, w którym Grupa Eurocash zanotowała silne, dodatnie przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej. Pozwoliło to utrzymać zadłużenie netto na relatywnie niskim poziomie (0,68x EBITDA na koniec I półroczu) mimo wypłaty w maju ponad 139 mln zł dywidendy oraz wyższych niż przed rokiem wydatków inwestycyjnych, związanych z akwizycjami oraz inwestycjami w nowe systemy wsparcia dla klientów Grupy Eurocash.

Wybrane skonsolidowane wyniki finansowe Grupy Eurocash:

<i>mln zł</i>	2 kw. 2016	2 kw. 2015	Zmiana r/r	1 półr. 2016	1 półr. 2015	Zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	5 341	5 182	+3%	10 105	9 787	+3%
Zysk brutto na sprzedaży	558	514	+9%	1 021	933	+9%
Marża brutto na sprzedaży	10,5%	9,9%	+0,5 p.p.	10,1%	9,5%	+0,6 p.p.
EBITDA*	110	114	-3%	158	156	+1%
Marża EBITDA	2,1%	2,2%	-0,1 p.p.	1,6%	1,6%	-0,0 p.p.
Zysk netto	53	52	+3%	55	49	+13%
Rentowność netto	1,0%	1,0%	0,0 p.p.	0,5%	0,50%	+0,0 p.p.

*zysk operacyjny (EBIT) plus amortyzacja

Grupa Eurocash to największa polska firma zajmująca się hurtową dystrybucją produktów żywnościowych, chemii gospodarczej, alkoholu i wyrobów tytoniowych (FMCG). Poprzez szereg formatów dystrybucji, koncentruje się na hurtowej dystrybucji produktów FMCG do tradycyjnych sklepów i placówek detalicznych w całej Polsce. W ramach prowadzonych przez Grupę Eurocash sieci franczyzowych i partnerskich skupionych jest około 13 tysięcy niezależnych sklepów detalicznych.

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