

21 kwietnia 2022 r.

Pepco Group N.V. – Zestawienie danych operacyjnych i finansowych za I połowę roku **Znaczne postępy w realizacji założeń strategicznych i handlowych mimo trudnego otoczenia handlowego**

Dynamicznie rozwijająca się paneuropejska sieć dyskontowych sklepów wielobranżowych, Pepco Group, właściciel marek PEPCO i Dealz w Europie oraz Poundland w Wielkiej Brytanii, publikuje dzisiaj aktualizację wyników za drugi kwartał roku obrotowego i półroczny okres zakończony 31 marca 2022 r.¹

Podsumowanie wyników finansowych

- Przychody Grupy² za pierwsze półrocze w wysokości 2 371 mln EUR, +17,5%³ rok do roku („r/r”), na czele z PEPCO, które odnotowało wzrost o +28,9%.
- Silny półroczny wzrost sprzedaży Grupy w warunkach porównywalnych („LFL”)⁴ o 5,3% dzięki szybszemu wzrostowi LFL w II kwartale o +12,1%:
 - PEPCO: wzrost o +18,5% LFL w II kwartale i o +7,2% LFL w ciągu półrocza.
 - Poundland Group: wzrost o +5,9% LFL w II kwartale i o +3,3% LFL w ciągu półrocza.
- Przewiduje się, że EBITDA⁵ za I półrocze będzie kształtować się w przedziale od 342 mln EUR do 350 mln EUR. Realizując wynik w tym przedziale Grupa znajduje się na dobrej drodze, aby wykonać prognozy na cały rok, jeśli nie nastąpi dalsze pogorszenie sytuacji makroekonomicznej.

Postępy w realizacji strategii ukierunkowanej na wzrost.

- Kontynuowana jest ekspansja nowych sklepów we wszystkich markach handlowych. Liczba otwieranych sklepów wyprzedza prognozy (historyczne tempo wzrostu) - w ciągu półrocza otwarto 235 nowe sklepy netto, wyłączając zamknięcia 43 sklepów Fultons po przejściu tej sieci:
 - PEPCO: rekordowa liczba nowo otwieranych sklepów – 202, w tym 84 sklepy na rynkach Europy Zachodniej w Austrii, Włoszech i Hiszpanii, gdzie początkowe wyniki są bardzo dobre.
 - Grupa Poundland: 33 nowych sklepów netto, co stanowi wzrost o 6,7% r/r
- Od początku roku przeprowadzono modernizacje 586 sklepów (w tym 534 PEPCO, 52 Poundland), dzięki którym placówki zyskały nowy rozkład i otoczenie, co przyczyniło się do wzrostu sprzedaży LFL i poprawy postrzegania przez klientów (od 2019 r. zrealizowano 1 900 modernizacji).

Otoczenie handlowe i wyniki

W pierwszej połowie roku nadal odczuwalny był wpływ ograniczeń związanych z Covid-19 na nasze sklepy. Jednak pod koniec półrocza ograniczenia złagodzone, dzięki czemu wskaźnik LFL wyniósł na koniec marca 19,4%, co pokazuje silny popyt klientów na ofertę Grupy i utwierdza nas w przekonaniu, że druga połowa roku będzie udana.

	II kwartał			I półrocze		
	PEPCO (produkty w zróżnicowanych cenach, z wiodącym udziałem odzieży)	Grupa Poundland (produkty o ujednoczonych poziomach cenowych z wiodącym udziałem produktów szybko zbywalnych)	Pepco Group ogółem	PEPCO (produkty w zróżnicowanych cenach, z wiodącym udziałem odzieży)	Grupa Poundland (produkty o ujednoczonych poziomach cenowych z wiodącym udziałem produktów szybko zbywalnych)	Pepco Group ogółem
Przychody ogółem / mln EUR	553	467	1 020	1 281	1 090	2 371
Liczba sklepów ogółem				2 666	1 030	3 696
Dynamika ogółem						
- Przychody r/r przy założeniu stałego kursu walutowego	42,6%	8,6%	25,1%	28,9%	6,1%	17,5%
- Wzrost przychodów w warunkach porównywalnych (LFL)	18,5%	5,9%	12,1%	7,2%	3,3%	5,3%
- Nowe sklepy - narastająco od pocz. roku				8,2%	(1,0%)	5,5%
- Liczba nowych sklepów - narastająco od pocz. roku				202	(10)	192
- Nowe sklepy - r/r				19,6%	1,3%	13,9%

Zmiany na stanowiskach kierowniczych

31 marca br. Andy Bond ustąpił ze stanowiska Dyrektora Generalnego (CEO) Grupy, a obowiązki Dyrektora Generalnego przejął tymczasowo Trevor Masters.

Komentując wyniki, Trevor Masters, p.o. Dyrektora Generalnego (CEO) Pepco Group, powiedział:

„Jesteśmy bardzo zadowoleni z osiągniętych wyników, biorąc pod uwagę globalne zakłócenia, z jakimi boryka się nasza branża. W dalszym ciągu skupiamy się na naszych priorytetach strategicznych, w szczególności na rozwoju nowych sklepów i kontynuacji programu modernizacji, które są bardzo pozytywnie przyjmowane przez klientów i przynoszą dobre wyniki. Chciałbym również skorzystać z okazji, aby podziękować zespołowi Pepco za wytrwałość i zaangażowanie w obsługę naszych klientów.

Chociaż wpływ Covid-19 stopniowo zmniejszał się w II kwartale, inwazja na Ukrainę – kraj graniczący z trzema z największych terytoriów naszej działalności – spowodowała dalszą niestabilność i nieprzewidywalność. Grupa i nasi pracownicy przekazali znaczną kwotę dwóm organizacjom charytatywnym, z którymi współpracowaliśmy przez ostatnie dwa lata, niosąc pomoc bezpośrednio mieszkańcom Ukrainy i terenów na granicy z Polską. Wykorzystaliśmy nasze programy pomocy pracowniczej, aby wesprzeć naszych kolegów, którzy odczuli skutki kryzysu, oraz wprowadziliśmy płatne dni wolontariatu dla pracowników z Europy Środkowo-Wschodniej.

Będziemy nadal realizować nasz program dynamicznego wzrostu przy jednoczesnym obniżaniu kosztów prowadzenia działalności, co pozwoli nam w większości zneutralizować negatywny wpływ inflacji. Dbamy o niski poziom cen w naszych sklepach, bo nasi klienci zwracają na ceny szczególną uwagę. W najbliższym czasie, rynek na którym prowadzimy działalność najprawdopodobniej pozostanie niestabilny ze względu na sytuację na Ukrainie i utrzymującą się globalną presję inflacyjną. Mamy jednak jasną i skuteczną strategię, która pozwoli nam wykorzystać istotne możliwości długofalowego wzrostu. Jeśli sytuacja makroekonomiczna nie pogorszy się dalej znacząco, jesteśmy przekonani, że osiągniemy wyniki zgodne z naszymi szacunkami dotyczącymi zysku.”

Noty objaśniające:

1. Dane finansowe Grupy zostały sporządzone na podstawie niezweryfikowanych przez biegłego rewidenta danych za okres sześciu miesięcy (I półrocze) zakończony 31 marca 2022 r. W tym kontekście segment PEPCO oferujący produkty w zróżnicowanych cenach i z wiodącym udziałem odzieży wykazywał wyniki w oparciu o miesiące kalendarzowe w ramach okresu sześciu miesięcy zakończony 31 marca 2022 r., natomiast segment Poundland Group, produktów szybko zbywalnych o ujednoczonych poziomach cenowych wykazywał wyniki głównie w oparciu o tygodnie handlowe i 26-tygodniowy okres zakończony 27 marca 2022 r.
2. Przychody nie zostały zbadane przez biegłego rewidenta, przy czym przychody w walutach obcych zostały przeliczone po średnim kursie z miesiąca, w którym zostały wygenerowane.
3. Wzrost przychodów jest raportowany w oparciu o założenie stałego kursu walutowego.
4. Wzrost przychodów LFL jest definiowany jako wzrost przychodów w ujęciu rok do roku dla sklepów otwartych dłużej niż od roku i jest wykazywany w oparciu o założenie stałego kursu walutowego. Całkowite przychody LFL i wzrost LFL nie są skorygowane o wpływ Covid w obu latach obrotowych.
5. EBITDA bazowa jest niezbadana przez rewidenta, podawana zgodnie z MSSF16 i nie uwzględnia jeszcze wpływu interpretacji KIMSF MSR 38 dot. księgowania kosztów wdrożenia SAAS. Będzie to komunikowane w raporcie za pierwsze półrocze.

Kalendarium informacji rynkowych

1. Publikacja wyników za I półrocze i telekonferencja z zarządem nt. wyników finansowych: 9 czerwca 2022 r.
2. Informacja nt. przychodów za III kwartał: 14 lipca 2022 r.
3. Zestawienie danych operacyjnych i finansowych przed zamknięciem roku: 13 października 2022 r.

4. Dzień rynków kapitałowych: Jesień 2022 r.

Oświadczenie o zgodności z prawdą i rzetelności informacji

Osobami odpowiedzialnymi za sporządzenie niniejszej informacji są Dyrektorzy Wykonawczy, którzy oświadczają, że zgodnie z ich najlepszą wiedzą, informacje dotyczące Pepco Group N.V. zawarte w niniejszym dokumencie są zgodne z prawdą na dzień jego publikacji oraz że rzetelnie odzwierciedlają sytuację finansową i działalność Grupy.

- KONIEC -