

20 kwietnia 2023

Pepco Group N.V.
Wybrane wyniki operacyjne za II kw. roku obrotowego 2023

Pepco Group, dynamicznie rozwijająca się paneuropejska sieć dyskontowych sklepów wielobranżowych, właściciel marek Pepco i Dealz w Europie oraz Poundland w Wielkiej Brytanii, publikuje wybrane wyniki za drugi kwartał roku obrotowego 2023, zakończony 31 marca 2023 r.¹

Najważniejsze informacje

- Przychody Grupy za I półrocze wyniosły 2 839 mln euro, co stanowi 22,8% wzrostu rok do roku, dzięki silnemu wzrostowi segmentu Pepco o 36,9%
- Wzrost w I półroczu wg porównywalnej bazy „like-for-like” (LFL) wyniósł 11,1% rok do roku, a w samym II kwartale LFL sięgnął 8,5%
 - Pepco: 15,8% wzrostu LFL w I półroczu; 10,7% wzrostu LFL w samym II kwartale
 - Grupa Poundland: 4,9% wzrostu LFL w I półroczu; 5,7% wzrostu LFL w samym II kwartale
- Kontynuowano otwarcia nowych sklepów wszystkich marek Grupy. W pierwszych sześciu miesiącach roku obrotowego otwarto netto 166 nowych sklepów
- Wykonanie celu całorocznego wzrostu EBITDA przebiega zgodnie z wytycznymi przedstawionymi w komunikacie z wynikami operacyjnymi za I kwartał

	II kw.			I półrocze		
	Pepco	Grupa Poundland	Pepco Group razem	Pepco	Grupa Poundland	Pepco Group Razem
Przychody (mln EUR) ²	710	474	1 184	1 719	1 120	2 839
Wzrost przychodów w ujęciu rok do roku przy stałych kursach walut ³	30,7%	6,7%	19,7%	36,9%	6,3%	22,8%
Wzrost przychodów według danych porównywalnych (LFL) ⁴	10,7%	5,7%	8,5%	15,8%	4,9%	11,1%

Liczba sklepów

Sklepy razem na koniec okresu	3 101	1 026	4 127
Nowe sklepy w ujęciu netto na koniec okresu ⁵	134	32	166

Trevor Masters, prezes Pepco Group, skomentował wyniki następująco:

“Pepco zanotowało zachęcający wynik w II kwartale mimo wciąż trwającej wysokiej inflacji odczuwanej zarówno przez klientów, jak i samą firmę. Popyt na nasze towary pozostaje wysoki, a dwucyfrowy wzrost przychodów według danych porównywalnych pokazuje, jak solidnych postępów dokonała Grupa. Wciąż realizujemy nasze cele strategiczne, w tym udaną strategię przeobrażenia sklepów oraz ich ekspansji – co pozostaje najważniejszym źródłem budowania wartości firmy.

Po raz pierwszy w historii firmy, liczba nowych sklepów uruchomionych w tym kwartale w Europie Zachodniej, wliczając nasz setny sklep we Włoszech, przewyższyła liczbę nowych placówek w Europie Środkowej. To strategiczne osiągnięcie dla Grupy, a pozytywne reakcje klientów na naszą ofertę pokazują, że rynkiem docelowym jest dla nas cała Europa. Będziemy szukali możliwości do skorzystania z okazji do dalszego wzrostu w drugiej części roku, a nasze plany

uruchomienia działalności w Portugalii oraz Bośni i Hercegowinie w drugiej połowie 2023 r. są realizowane zgodnie z harmonogramem.

Jakkolwiek sytuacja konsumentów pozostaje trudna z uwagi na kwestie inflacyjne, nasza strategia bycia liderem cenowym daje nam silne przekonanie co do naszych możliwości zdobywania klientów i powiększania udziału w rynku. W trakcie ostatniego kwartału poprawiliśmy oba te wskaźniki. Pozostajemy pewni co do osiągnięcia założonego całorocznego celu odnośnie wyniku EBITDA, a także co do zakładanej liczby otwarć nowych sklepów.

Korzystając z okazji, chciałbym powitać w Pepco Group Neila Gallowaya jako nowego dyrektora finansowego Grupy. Jego imponujące osiągnięcia i doświadczenia czynią z niego cenny nabytek dla kierownictwa w dążeniu do celu jakim jest przyspieszenie realizacji naszej potwierdzonej strategii biznesowej.

Osiągnięcia strategiczne

W pierwszym półroczu Grupa otworzyła netto 166 nowych sklepów. Ta liczba jest niższa niż w analogicznym okresie roku ubiegłego (235 nowych sklepów netto) z uwagi na inną dynamikę tego procesu niż rok wcześniej; spodziewane jest zwiększenie liczby otwarć w drugim półroczu 2023 r. Grupa pozostaje przekonana co do wypełnienia celu uruchomienia 550 nowych sklepów netto w bieżącym roku obrotowym.

- Pepco: 134 nowych sklepów netto w pierwszym półroczu, w tym wejście na rynek grecki. Wyniki placówek pozostają dobre, zwłaszcza w naszych większych sklepach w Hiszpanii, które oferują towary z segmentu FMCG
- Grupa Poundland: 32 nowych sklepów netto w pierwszym półroczu, w dużej mierze dzięki rozwojowi Dealz Poland, które otworzyło 36 nowych sklepów netto w tym okresie. Marka Dealz przekroczyła łączną liczbę 200 sklepów w Polsce

Nasza ekspansja w Europie Zachodniej przebiega pozytywnie. Włochy i Hiszpania są naszymi najszybciej rosnącymi rynkami, z mocnymi wynikami w ostatnich trzech latach. Niedawno otwarliśmy nasz setny sklep we Włoszech, co stanowiło istotne osiągnięcie dla Grupy i jest świadectwem sukcesu naszych dochodowych planów ekspansji paneuropejskiej.

Wcześniej w tym miesiącu Pepco otwarło również swój setny sklep w Serbii, wzmacniając tym samym obecność marki w tym kraju, opierając się na tamtejszym silnym popycie na swoje towary. Plany uruchomienia Pepco w Portugalii oraz Bośni i Hercegowinie idą naprzód zgodnie z harmonogramem.

Zespół

W efekcie wydarzeń opisanych w naszym komunikacie z 25 listopada 2022 r., Neil Galloway 3 kwietnia 2023 r. dołączył do Grupy jako dyrektor finansowy. Neil poprzednio pracował w IWG plc, wiodącym dostawcy elastycznej przestrzeni biurowej w 120 krajach; pełnił tam rolę wiceprezesa. Neil jest doświadczonym dyrektorem finansowym spółek giełdowych, który ma 15 lat doświadczenia na stanowiskach finansowych i handlowych w koncernach międzynarodowych, w tym także takich, które zajmował się międzynarodowym handlem detalicznym.

Perspektywy

Wyniki handlowe Grupy w I półroczu pozostają pozytywne, osiągając dwucyfrowy wzrost przychodów według danych porównywalnych. Ten wynik został osiągnięty mimo trudnych warunków, wpływających na zmiany w zachowaniu konsumentów, szczególnie w odpowiedzi na wysoką inflację w Europie Środkowej. To podkreśla, bardziej niż kiedykolwiek, znaczenie oferowania naszym klientom towarów o najwyższej wartości, dzięki czemu możliwe jest osiąganie wyników lepszych niż cały rynek.

Otoczenie makroekonomiczne, w którym działa Grupa, jest obecnie bardziej zrównoważone niż w przeciągu ostatnich 18 miesięcy, ze spadającymi wydatkami na towary, lecz z wciąż istotnymi obciążeniami w zakresie innych kosztów, w tym energii. Grupa trzyma się założonego harmonogramu nowych otwarć sklepów, napędzając przychody dzięki programowi przeobrażania sklepów i utrzymywaniu dyscypliny kosztowej, z poprawą perspektyw marż w drugim

półroczu. Podsumowując, Grupa jest pewna perspektyw na cały rok obrotowy i nie przewiduje zmian co do poprzednich założeń, przedstawionych przy okazji publikacji wybranych wyników za I kwartał w styczniu 2023 r.

Telekonferencja

Pepco Group zorganizuje telekonferencję dla analityków i inwestorów w celu omówienia wybranych wyników operacyjnych za II kwartał roku obrotowego 2023. Odbędzie się ona w czwartek 20 kwietnia 2023 r. o 8.30 czasu brytyjskiego (9.30 czasu polskiego). Inwestorzy i analitycy zainteresowani uczestnictwem powinni dzwonić na jeden z poniższych numerów oraz podać hasło "**Pepco – Q2 Trading Update**".

Kraj	Numer telefonu
Polska	+48 22 397 9053
Zjednoczone Królestwo	+44 (0) 33 0551 0200
Stany Zjednoczone	+1 786-697-3501

Transmisja online na żywo będzie dostępna pod linkiem:

https://brrmedia.news/PCO_H1

Przyszłe wydarzenia rynkowe

Grupa planuje opublikować 6 czerwca 2023 r. wyniki śródroczne po pierwszym półroczu zakończonym 31 marca 2023 r.

Zapytania do Pepco Group:Inwestorzy i analitycy:

Tej Randhawa, Investor Relations +44 (0) 203 735 9210

Joanna Kwak, Investor Relations +44 (0) 203 735 9210

Noty objaśniające:

1. Powyższe dane Grupy nie są poddawane audytowi za okres sześciu miesięcy, kończący się 31 marca 2023 r. W ramach tego, segment Pepco działa w oparciu o miesiąc kalendarzowy, z sześciomiesięcznym okresem kończącym się 31 marca 2023 r., a Grupa Poundland operuje w oparciu o tydzień handlowy, z 26-tygodniowym okresem kończącym się 26 marca 2023 r.
2. Przychody są niezaudytowane, przy czym przychody w walutach obcych są przeliczane po średnim kursie z miesiąca, w którym zostały zrealizowane.
3. Wzrost przychodów jest raportowany w oparciu o stałe kursy walutowe.

4. Wzrost przychodów LFL jest definiowany jako wzrost przychodów rok do roku dla sklepów działających rok wcześniej i jest prezentowany w oparciu o stałe kursy walutowe. Wartość przychodów LFL i wzrosty LFL są nieskorygowane o wpływ pandemii COVID-19, w obu latach obrotowych.

5. Liczba sklepów w roku obrotowym 2023 została skorygowana ze względu na sklepy Dealz Spain, które są przekształcane w sklepy Pepco. Na koniec roku obrotowego 2022 funkcjonowało 57 sklepów pod marką Deal Spain ujętych w ramach Grupy Poundland, są one obecnie ujęte w podstawie otwierającej rok obrotowy 2023 w ramach segmentu Pepco; wliczone w to jest 15 sklepów przekształconych w roku obrotowym 2022, 31 w 2023 z 11 będącymi w trakcie prac. Przekształcone sklepy są traktowane jako porównywalne (LFL) ze sklepami Pepco.

Oświadczenie o zgodności z prawdą i rzetelności informacji

Osobami odpowiedzialnymi za sporządzenie niniejszej informacji są członkowie kierownictwa Pepco Group N.V., 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 -