

6 marca 2025 r.

## Pepco Group N.V. 2025 Capital Markets Day – Dzień Rynków Kapitałowych

Pepco Group, sieć dyskontowych sklepów wielobranżowych, skoncentrowana na wzroście, właściciel marek Pepco i Dealz w Europie oraz Poundland w Wielkiej Brytanii, organizuje dzisiaj spotkanie dla inwestorów w ramach Dnia Rynków Kapitałowych. Podczas wydarzenia dyrektor generalny Stephan Borchert wraz z zespołem menedżerów przedstawią strategiczną wizję dalszego rozwoju Grupy. Dzisiejsze spotkanie ma charakter stacjonarny, rozpocznie się o godzinie 13:30 czasu GMT i odbędzie się w Londynie, w Wielkiej Brytanii. Nagranie z tego wydarzenia zostanie udostępnione na stronie internetowej Grupy po zakończeniu spotkania.

### NAJWAŻNIEJSZE INFORMACJE

- Koncentracja na marce Pepco jako jedynym, przyszłym formacie sklepów, będącym motorem wzrostu przychodów Grupy.
- Prostsza struktura wspierająca budowanie wartości dla akcjonariuszy, wykorzystująca pozycję Pepco jako lidera cenowego, oferującego odzież i inne towary ogólnego przeznaczenia o wyższej marży oraz możliwości zagospodarowania tzw. „białych plam” w Europie Środkowej, Wschodniej i Zachodniej.
- Strategiczna decyzja o wycofaniu się z obszaru FMCG – towarów szybkozbywalnych: Zarząd aktywnie rozpoznaje wszystkie strategiczne opcje wydzielenia Poundland z Grupy w trakcie roku obrotowego 2025, w tym jego potencjalną sprzedaż, przy jednoczesnym zarządzaniu Dealz Polska w celu optymalizacji wartości w perspektywie średnioterminowej.
- Dyrektor generalny Grupy (CEO) Stephan Borchert przejmie odpowiedzialność za zarządzanie Pepco, natomiast Barry Williams zostanie na stałe mianowany dyrektorem zarządzającym Poundland.
- Alokacja kapitału: Rada zatwierdziła możliwość skupu akcji (buyback) o wartości 200 mln EUR, który może być realizowany w latach obrotowych 2025 – 2027.

### Dyrektor generalny Grupy (CEO), Stephan Borchert, powiedział:

*„Podejmujemy jasne, strategiczne działania, by skupić się na marce Pepco jako naszym jedynym, przyszłościowym formacie i, w efekcie odejść od oferowania towarów FMCG, a także w celu zbudowanie prostszego biznesu, skoncentrowanego na wyższych marżach uzyskiwanych ze sprzedaży odzieży i towarów ogólnego przeznaczenia. Pepco będzie nadal motorem napędowym potencjału przychodów Grupy. Silna oferta i przywództwo cenowe dają marce atrakcyjną możliwość zagospodarowania „białych plam”, a wszystko po to by napędzać dalszy rentowny wzrost w najważniejszym dla nas regionie, to jest w Europie Środkowej i Wschodniej, a także na wybranych rynkach w Europie Zachodniej.”*

*“Zarówno ja, jak i cała Rada, aktywnie rozpoznajemy opcje wydzielenia Poundland z Grupy, w tym rozważamy sprzedaż tej sieci, a także możliwość wydzielenia dobrze funkcjonującej sieci Dealz Poland w średnim okresie. Barry Williams wykonał świetną robotę jako Dyrektor Zarządzający Pepco, przywracając wzrosty sprzedaży sieci w ujęciu porównywalnym (like-for-like). Dlatego, znając również jego wcześniejsze osiągnięcia, jestem przekonany, że odegra także kluczową rolę w przywróceniu Poundland na właściwe tory.”*

*„Nasz ostatni okres operacyjny – odznaczający się kontynuacją pozytywnego trendu sprzedaży like-for-like w Pepco – odzwierciedla właściwą dynamikę tej marki i podkreśla naszą koncentrację na biznesie, który generuje zdecydowaną większość zysków Grupy oraz nasze najwyższe zwroty z kapitału. Dodatkowo, upoważnienie do realizowania skupu akcji własnych o wartości 200 mln euro, z czego Rada może korzystać od czasu do czasu, jest wyrazem naszej pewności względem dużej zdolności generowania gotówki przez Grupę, obecnie i w przyszłości, a także chęci zwiększenia generowanego zwrotu dla akcjonariuszy.”*

## **PEPCO – GŁÓWNY OBSZAR KONCENTRACJI**

Pepco generuje zdecydowaną większość zysków Grupy i najwyższe zwroty z kapitału – i planujemy dalej rozwijać tę solidną bazę, ostatecznie jako jednolity ogólnoeuropejski format. Nasz podstawowy biznes Pepco w Europie Środkowo-Wschodniej (CEE) pozostaje kluczowym motorem napędowym dla Grupy i w roku finansowym 2024 wygenerował większość EBITDA Grupy.

Widzimy istotne „białe plamy” dające przestrzeń do ekspansji i otwierania nowych sklepów oraz dalszego rozwijania formatu Pepco w regionie Europy Środkowo-Wschodniej, a także w wybranych krajach Europy Zachodniej, w tym w Hiszpanii i we Włoszech. Grupa dostrzega również dużą możliwość analizy danych, zwiększenia lojalności klientów, i budowania interakcji z klientami, aby lepiej zrozumieć, kiedy, jak i dlaczego decydują się na zakupy w Pepco.

Struktura naszej nowej strategii będzie opierać się na pięciu poniższych filarach, które zostaną omówione szczegółowo podczas prezentacji CMD:

- Uproszczenie i zoptymalizowanie portfolio Grupy
- Ukierunkowanie i digitalizacja oferty Pepco dla klientów w celu dalszego zwiększania sprzedaży like-for-like
- Kontynuacja wzrostu przychodów poprzez rozważną ekspansję w regionie Europy Środkowo-Wschodniej
- Realizacja i potwierdzenie strategii wzrostu na wybranych rynkach Europy Zachodniej
- Modernizacja naszej bazowej platformy operacyjnej

### Poundland: poszukiwanie możliwości wyodrębnienia z Grupy

Główną ambicją Grupy Pepco jest działać jako jednolity ogólnoeuropejski format, zorientowany na generowanie wyższych marż dostarczanych poprzez sprzedaż odzieży i towarów ogólnego przeznaczenia Pepco.

Pepco Group w ciągu ostatnich kilku lat dążyła do integracji działalności swoich trzech marek (Pepco, Poundland i Dealz), w celu przejścia na prostszy model biznesowy oparty o jedną markę, jedną ofertę produktową i jeden zespół. Staraliśmy się szybko przejść w kierunku zunifikowanej działalności, z ujednoczoną ofertą dla klientów i jednolitą strategią zakupową, zakładając, że przyniesie to korzyści zarówno w zakresie skali, jak i efektywności.

Jednak w trakcie ostatnich 12 miesięcy stało się jasne, że taka integracja nie przyniosła spodziewanych efektów ani klientom, ani akcjonariuszom Grupy. Działalność oparta na sprzedaży produktów FMCG ciążyła na finansowych wynikach Grupy, prowadząc do wolniejszego wzrostu przychodów, niższej marży brutto na sprzedaży, wyższych kosztów działalności i, w konsekwencji, do niższej zyskowności i zwrotów na zainwestowanym kapitale w porównaniu do sieci Pepco.

Poundland to silna marka, która obsługuje miliony klientów każdego tygodnia, generując obroty w roku obrotowym 2024 w wysokości około 2 mld euro, działając jednakże w coraz bardziej wymagającym

otoczeniu dla handlu detalicznego w Wielkiej Brytanii, a sytuacja ta staje się coraz trudniejsza. Dodatkowo, zmiany budżetowe w zakresie podatków wprowadzone przez rząd Wielkiej Brytanii, wchodzące w życie od kwietnia 2025 roku, jeszcze bardziej zwiększą presję na bazę kosztową Poundland.

Dlatego też Zarząd aktywnie rozpoznaje wszystkie strategiczne opcje wydzielenia Poundland z Grupy w trakcie roku obrotowego 2025, biorąc pod uwagę również potencjalną sprzedaż.

#### Dealz – opcja dezinwestycji rozważana w średnim terminie

Dealz, jak dotąd, w tym roku radzi sobie dobrze. Pomimo wymagającego spożywczego rynku detalicznego w Polsce, Dealz buduje solidną reputację dzięki międzynarodowym, markowym produktom w najlepszych cenach. Oferuje 3000 produktów w 18 kategoriach i cieszy się rosnącą rozpoznawalnością marki wśród młodszych grup wiekowych w przedziale 18-45 lat. Biznes ten staje się coraz bardziej samodzielny zarówno pod względem zespołu zarządzającego, jak i łańcucha dostaw.

Grupa zamierza nadal zarządzać tą siecią, by optymalizować jej wartość, z ostatecznym celem dokonania przeglądu opcji strategicznych dla tej działalności, włączając w to potencjalną dezinwestycję, w średnim terminie.

#### **POZOSTAŁE DZIAŁANIA STRATEGICZNE**

By uprościć działalność i skoncentrować się na poprawie osiągniętych zwrotów i wyższej marży dostarczanej przez standardowy format sklepów Pepco, Grupa zakończy działalność formatu tzw. Pepco Plus na rynkach iberyjskich (Hiszpania, Portugalia). Poskutkuje to konwersją większości sklepów Pepco Plus na standardowy format Pepco do końca roku obrotowego 2025. Obecnie prowadzimy 118 takich sklepów, co stanowi 3% wszystkich sklepów pod marką Pepco. Format Pepco Plus przyniósł dodatkową złożoność w naszej działalności, ponieważ oferował produkty FMCG, wymagał wyższych nakładów inwestycyjnych i odciągał uwagę operacyjną od kluczowych kategorii towarów, czyli odzieży i towarów ogólnego przeznaczenia.

Grupa informuje dzisiaj również o strategicznym przeglądzie działalności Pepco w Niemczech. Obecnie działają tam 63 sklepy, jednak tamtejsza działalność generuje bardzo niski poziom przychodów w przeliczeniu na powierzchnię, przy najwyższych kosztach operacyjnych w porównaniu do innych rynków. Grupa rozważy wszystkie opcje dla działalności Pepco w Niemczech i przekaże informacje na ten temat w odpowiednim czasie.

#### **ZMIANY W KIEROWNICTWIE**

W celu zrealizowania strategii opisanej powyżej, dokonujemy kilku zmian w kierownictwie. Dyrektor generalny Grupy Stephan Borchert obejmie całkowitą odpowiedzialność za prowadzenie marki Pepco. Wspierają go w tym członkowie zarządu, w tym niedawno zatrudnieni Willem Eelman jako dyrektor ds. finansowych Grupy (pracujący poprzednio w GrandVision, C&A, Unilever), Hugo Van Santen jako dyrektor finansowy Pepco (wcześniej w Grupie Renault i Unilever), Viola Schimansky jako dyrektor ds. HR (wcześniej w ALDI Nord i AON), Pablo De Ayala jako dyrektor ds. IT (wcześniej w Avolta i Grupie Dufry), a także Jorge Gervasi jako dyrektor ds. operacyjnych na Europę Zachodnią (wcześniej Douglas i GrandVision).

Barry Williams, który był dyrektorem zarządzającym Poundland, zanim we wrześniu 2023 przejął funkcję dyrektora zarządzającego Pepco, wróci do Poundland, by na stałe objąć stanowisko dyrektora zarządzającego tej sieci. Te zmiany wchodzić w życie ze skutkiem natychmiastowym.

## ZMIANY W ALOKACJI KAPITAŁU

Podczas publikacji wyników za pełny rok obrotowy w grudniu 2024 r., Grupa przedstawiła ramy dla alokacji kapitału, koncentrując się na utrzymaniu solidnego bilansu oraz zapewnieniu odpowiedniej płynności dla prowadzonej działalności. W obszarach, w których Grupa generuje nadwyżkę gotówki, nadal będziemy nadawać priorytet inwestycjom na rzecz organicznego rozwoju naszej działalności, dającego atrakcyjny zwrot z kapitału. Podkreśliliśmy wówczas, że jakiegokolwiek nadwyżki kapitału rozpoznawane w miarę upływu czasu mogą zostać zwrócone akcjonariuszom poprzez dywidendy i/lub wykupu akcji własnych w zależności od rekomendacji Zarządu i decyzji akcjonariuszy.

Rada ogłasza dzisiaj, że zatwierdził możliwość wykupu akcji własnych do wartości 200 milionów EUR, do wykorzystania w latach obrotowych 2025-2027. Pozwoli to Radzie rozważyć możliwości potencjalnego skupu akcji własnych od czasu do czasu, zgodnie z odpowiednimi zgodami otrzymywanymi od Walnego Zgromadzenia. Dalsze informacje w tej sprawie będą przekazywane w stosownym czasie.

## BIEŻĄCY HANDEL

W drugim kwartale bieżącego roku obrotowego, przychody Grupy w ujęciu like-for-like wzrosły o 1.5% w 8 tygodniach poprzedzających 2 marca 2025 r., z solidnymi wynikami Pepco i Dealz, równoważonymi wyzwaniami, z którymi mierzy się Poundland.

Pepco osiągnęło wzrost sprzedaży like-for-like lepszy niż w I kw. dzięki dwucyfrowemu wzrostowi w wolumenie sprzedaży oraz poprawie dostępności asortymentu we wszystkich sklepach. Wyniki sprzedaży w ujęciu porównywalnym dla Poundland pozostają ujemne, będąc pod wpływem tych samych trendów, co w ubiegłym roku finansowym, przy słabszych wynikach sprzedaży we wszystkich kategoriach produktów. Sprzedaż w Dealz w ujęciu porównywalnym nadal jest pozytywna, z mocnymi wynikami zarówno w kategorii spożywczej, jak i towarów ogólnego przeznaczenia.

## PERSPEKTYWY

Pozostajemy przekonani, że Grupa Pepco osiągnie zyskowy wzrost w ciągu roku, dzięki dalszym usprawnieniom operacyjnym i poprawie podstawowej oferty dla klientów, przy utrzymaniu silnej marży brutto. Grupa spodziewa się, że marka Pepco osiągnie wzrost bazowej EBITDA (MSSF 16) w ujęciu rok do roku na wysokim jednocyfrowym poziomie.

Dla Poundland, złożona sytuacja handlowa wciąż wpływają na dochodowość, ze względu na trudniejsze warunki rynkowe oraz trendy wśród brytyjskich konsumentów, przy presji na marżę i rosnących zewnętrznych kosztach operacyjnych. Ze względu na to, spodziewamy się obecnie, że bazowa EBITDA (MSSF 16) dla Poundland w roku obrotowym 2025 osiągnie przedział między 50 a 70 milionów euro.

## NADCHODZĄCE WYDARZENIA

Grupa planuje opublikować wyniki finansowe za pierwsze półrocze (okres 6 miesięcy zakończony 31 marca 2025 r.) 22 maja 2025 r.

## ZAPYTANIA

### Inwestorzy i analitycy

Tej Randhawa, Relacje Inwestorskie	+44 (0) 203 735 9210
Joanna Kwak, Relacje Inwestorskie	+44 (0) 203 735 9210

### Media

Maciej Szczepaniak	+48 514 985 845
--------------------	-----------------

Krzysztof Kokoszczyński

+48 453 030 170

*Niniejsza informacja jest publikowana przez Pepco Group N.V. i zawiera informacje poufne w rozumieniu art. 7(1) Rozporządzenia (UE) nr 596/2014 (MAR).*

- KONIEC -