

## **Dino zwiększa przychody o 1 mld zł r/r! Firma poradziła sobie z zakazem handlu w niedziele!**

data aktualizacji: 2018.11.08



**Sieć sklepów Dino odnotowała w okresie styczeń-wrzesień 2018 dalszy wzrost skali działalności i poprawę zyskowności. Po trzech kw. 2018 r. skonsolidowane przychody Dino Polska osiągnęły poziom 4,3 mld zł i były o 1,0 mld zł (+32 proc.) wyższe niż rok wcześniej. Wzrost sprzedaży LfL wyniósł w tym okresie +12,4 proc. r/r. W samym III kwartale 2018 r. Grupa Dino wypracowała 28-proc. wzrost przychodów, w efekcie czego wyniosły one 1,56 mld zł.**

Grupa Dino kontynuuje także stopniowy wzrost rentowności. Marża EBITDA po III kw. 2018 r. wyniosła 8,7 proc. i była o 0,2 pkt proc. wyższa niż w analogicznym okresie 2017 r. Zysk netto wzrósł o 48,4 proc. do 208,7 mln zł. W tym samym okresie Grupa zainwestowała 466 mln zł w dalszy rozwój sieci sklepów.

Znacząca poprawa przychodów ze sprzedaży jest wynikiem dalszego dynamicznego rozwoju sieci

marketów Dino oraz wysokiego wzrostu przychodów w istniejącej sieci sklepów (like for like, LfL). Wzrost sprzedaży LfL po 9 miesiącach bieżącego roku wyniósł 12,4 proc.

- Mimo zakazu handlu w niedzielę, widzimy wzrost liczby zakupów dokonywanych w sklepach Dino (na bazie LfL) w pierwszych III kw. bieżącego roku, w stosunku do porównywalnego okresu 2017 r. Ponadto odnotowaliśmy znaczący wzrost wartości przeciętnego paragonu - mówi Szymon Piduch, prezes Dino Polska.

W pierwszych trzech kwartałach tego roku dziennie średnio o 28-proc. więcej klientów niż w 2017 r. dokonywało zakupów w sklepach sieci Dino (uwzględniając wszystkie markety, także otwarte w 2018 r.).

- Klienci bardzo pozytywnie reagują na otwierane w ich okolicy markety Dino. Jesteśmy przekonani, że wynika to z atrakcyjności formatu naszego sklepu, który odpowiada na zmieniające się trendy i potrzeby Polaków: pozwala im robić szybkie i komfortowe zakupy w dobrych cenach, blisko miejsc zamieszkania i oferuje duży wybór świeżych produktów - mówi Szymon Piduch.

- Ponadto mamy bardzo proaktywne podejście do handlu. Każdego dnia staramy się mile zaskakiwać naszych klientów nowymi produktami i atrakcyjnymi promocjami - dodaje.

Dino Polska kontynuuje szybki rozwój sieci, otwierając nowe sklepy w województwach, w których jest obecna (głównie zachodnia i centralna części Polski) oraz stopniowo pojawia się w nowych regionach.

W okresie trzech kwartałów 2018 roku grupa otworzyła 120 nowych sklepów (wobec 90 w tym samym okresie rok wcześniej), co oznacza, że sieć Dino na koniec września 2018 r. liczyła już 895 sklepów (o 177 sklepów więcej w porównaniu do analogicznego okresu rok wcześniej).

Dino Polska, zgodnie z przyjętą strategią, przekroczy liczbę 1200 sklepów w 2020 roku i zamierza kontynuować dynamiczną ekspansję w kolejnych latach. Grupa szacuje, że łączna wartość inwestycji, które zrealizuje w 2018 roku wyniesie 600-650 mln zł. W okresie 9 miesięcy 2018 r. nakłady inwestycyjne wyniosły 466 mln zł.

- Kontynuujemy szybki wzrost, co pokazują zarówno wyniki finansowe jak i większa liczba nowo otwieranych sklepów. Zyski inwestujemy w dalszy rozwój. Rozbudowujemy i unowocześniamy zaplecze logistyczne, wkrótce otworzymy nowy magazyn na Dolnym Śląsku. Zagęszczamy sieć sklepów Dino w zachodniej, centralnej i północnej części Polski, stopniowo pojawiajemy się także w nowych regionach. Obserwujemy pozytywne tendencje rynkowe sprzyjające naszym sklepom. W tym roku chcemy otworzyć większą niż rok wcześniej liczbę sklepów i kontynuować naszą strategię szybkiego rozwoju organicznego - mówi prezes Dino Polska.

Rosnący rynek handlu detalicznego artykułami spożywczymi w Polsce oraz korzystne otoczenie makroekonomiczne sprzyjają dalszemu rozwojowi sieci Dino.

Dobra koniunktura na rynku pracy i rosnące dochody zwiększające siłę nabywczą Polaków wspierają cały sektor, jak i segment Dino - polskiej sieci średniej wielkości supermarketów spożywczych zlokalizowanych w pobliżu miejsc zamieszkania.

- Sektor handlu detalicznego artykułami spożywczymi od lat jest w Polsce bardzo konkurencyjny, ale jesteśmy przekonani, że cały czas oferuje duże możliwości wzrostu, które z pewnością będziemy wykorzystywać - podsumowuje Szymon Piduch.

Komisja Europejska prognozuje wzrost polskiej gospodarki na poziomie 4,6 proc. w 2018 r. i 3,7

proc. w 2019 r. Z raportu KE wynika, że głównym motorem wzrostu pozostanie konsumpcja prywatna.

Dino to polska sieć średniej wielkości supermarketów spożywczych zlokalizowanych w pobliżu miejsc zamieszkania klientów będąca jedną z najszybciej rosnących sieci na całym rynku handlu detalicznego artykułami spożywczymi w Polsce. Sieć Dino obejmuje 895 sklepów (dane na 30.09.2018 r.), zlokalizowanych głównie w zachodniej części Polski, o średniej powierzchni sali sprzedaży wynoszącej ok. 400 mkw. Sklepy Dino oferują klientom ok. 5 tys. pozycji asortymentowych (tzw. SKU), w tym w większości produkty pod znanymi markami oraz produkty świeże. Na koniec września 2018 roku Grupa Dino zatrudniała 15,7 tys. osób.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/dino-zwieksza-przychody-o-1-mln-zl-r-r-firma-porad,50588>