

## Eurocash pokazał wyniki. Firma poprawiła rentowność w detalu

data aktualizacji: 2019.11.13



**Przychody Grupy Eurocash w trzecim kwartale 2019 r. wyniosły 6,67 mld zł, czyli o 7 proc. więcej niż w analogicznym okresie ubiegłego roku. Motorem wzrostu był zarówno znaczący wzrost organiczny w segmencie hurtowym, jak i dalszy wzrost sprzedaży segmentu detalicznego.**

W segmencie hurtowym Grupa Eurocash zanotowała w trzecim kwartale 2019 r. wzrost sprzedaży o blisko 7 proc. r/r do 5,09 mld zł. – Motorem wzrostu sprzedaży w hurcie była szybko rosnąca sprzedaż wyrobów tytoniowych i produktów impulsowych, która wzrosła o blisko 17 proc., przy jednocześnie dobrej sprzedaży w pozostałych formatach dystrybucji, w szczególności w formacie aktywnej dystrybucji do naszych franczyzobiorców, gdzie zanotowaliśmy wzrost o 14 proc. – komentuje Jacek Owczarek, członek zarządu i dyrektor finansowy Grupy Eurocash.

– Z uwagi na to, że sprzedaż papierosów charakteryzuje się niską rentownością oraz zważywszy na bardzo wysoki wynik zeszłego roku, EBITDA segmentu hurtowego utrzymała się na porównywalnym poziomie rok do roku. Wpływ na bieżącą rentowność ma również dalsza integracja Eurocash Alkohole z Eurocash Dystrybucja, która jest kolejnym etapem optymalizacji kosztowej segmentu –

dodaje.

W trzecim kwartale br. EBITDA segmentu hurtowego przed MSSF 16 wyniosła 130 mln zł, a po zastosowaniu nowego standardu sprawozdawczości – ponad 177 mln zł.

Liczba sklepów zrzeszonych w sieci abc, które są głównymi klientami hurtowni Cash&Carry, na koniec września br. wynosiła 8 816 placówek, co oznacza przyrost o 63 sklepy w trzecim kwartale br. i o 257 sklepów rok do roku. Liczba sklepów partnerskich i franczyzowych zorganizowanych w ramach sieci Groszek, Euro Sklep, Lewiatan oraz PSD (Gama), obsługiwanych przez Eurocash Dystrybucja, na koniec trzeciego kwartału 2019 r. wynosiła 5 087, czyli o 47 więcej niż kwartał wcześniej oraz o 144 więcej niż przed rokiem.

Sprzedaż Grupy Eurocash w segmencie detalicznym w trzecim kwartale br. sięgnęła 1,52 mld zł, czyli o 7,5 proc. więcej niż w analogicznym okresie 2018 r., na cołożył się 6-proc. wzrost sprzedaży do franczyzowych sklepów Delikatesy Centrum oraz 8,5-proc. wzrost sprzedaży we własnych supermarketach (funkcjonujących pod szyldem Delikatesy Centrum i Mila), a także wyższa o ponad 8 proc. sprzedaż w salonach prasowych Inmedio.

EBITDA segmentu Detal wyniosła w trzecim kwartale tego roku 74 mln zł, a przed zastosowaniem MSSF 16 prawie 33 mln zł wobec niespełna 12 mln zł rok wcześniej (wzrost o 179 proc. r/r).

- Istotna poprawa rentowności w Detalu to głównie efekt wyraźnie lepszych wyników dawnych sklepów EKO oraz sieci Mila. Po okresie integracji przejętych supermarketów z Delikatesami Centrum, która wiązała się z koniecznością poniesienia dodatkowych kosztów, zaczynamy dostrzegać poprawę ich wyników operacyjnych. Prace integracyjne to bardzo złożony proces i wciąż trwają, ale najważniejsze, że idą zgodnie z planem i od nowego roku wszystkie sklepy będą już zarządzane w ramach jednej struktury organizacyjnej – wskazuje Jacek Owczarek.

Budowana przez Grupę Eurocash sieć małych supermarketów (docelowo wszystkie będą funkcjonować pod marką Delikatesy Centrum) na koniec września 2019 r. obejmowała łącznie 1 561 placówek, w tym 986 sklepów franczyzowych i 575 sklepów własnych. Sieć Inmedio na koniec trzeciego kwartału br. liczyła natomiast 445 salonów.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/eurocash-pokazal-wyniki-firma-poprawila-rentownosc,58460>