

14 grudnia 2021 r.

Pepco Group – Publikacja wstępnych wyników finansowych

Znaczne postępy w realizacji założeń finansowych i strategicznych pomimo trudnego otoczenia rynkowego spowodowanego pandemią COVID

Pepco Group – dynamicznie rozwijająca się ogólnoeuropejska sieć dyskontowych sklepów wielobranżowych, właściciel marek PEPCO i Dealz w Europie oraz Poundland w Wielkiej Brytanii, publikuje dziś swoje wstępne wyniki finansowe za rok obrotowy kończący się 30 września 2021 r.¹

Podsumowanie finansowe

Pepco Group		Rok obrotowy 2021
Przychody ²	(w mln EUR)	4 122
Dynamika przychodów ogółem (w walucie sprawozdawczej)	%	17,2
Dynamika przychodów ogółem (przy założeniu stałego kursu walutowego)	%	19,3
Wzrost przychodów w warunkach porównywalnych (LFL) ³	%	6,5
Dynamika marży zysku brutto	pb.	220
Bazowa EBITDA ⁴	(w mln EUR)	647
Dynamika bazowej EBITDA (r/r)	%	46,2
Bazowy zysk przed opodatkowaniem	(w mln EUR)	244
Dynamika bazowego zysku przed opodatkowaniem (r/r)	%	394
Liczba sklepów ogółem	szt.	3 504
Rozwój sieci (nowe sklepy netto) w porównaniu z ubiegłym rokiem	szt.	483
Rozwój sieci (nowe sklepy netto) w porównaniu z ubiegłym rokiem	%	16,0

Najważniejsze informacje finansowe

- Przychody Grupy za cały rok wyniosły 4 122 mln EUR, tj. +17,2% rok do roku („r/r”).
- Dynamiczny wzrost bazowej sprzedaży rocznej przy założeniu stałych kursów wymiany walut w warunkach porównywalnych („LFL”)³ o 6,5%, w tym:
 - PEPCO: wzrost o 9,8% w warunkach porównywalnych;
 - Grupa Poundland: wzrost o 3,1% w warunkach porównywalnych.
- Marża zysku brutto wzrosła o 220 pb. (42,9% w roku obrotowym 2021 w porównaniu z 40,7% w roku obrotowym 2020), co oznacza powrót do poziomu z roku obrotowego 2019, na skutek lepszego zarządzania przecenami i asortymentem produktów pomimo doświadczanych trudności w zakresie łańcuchów dostaw.

- Obniżenie wskaźnika kosztów prowadzenia działalności („CODB”) o 90 pb. z 28,2% do 27,2% nastąpiło dzięki wykorzystaniu efektu dźwigni kosztów PEPCO, głównie w obszarze dystrybucji, oraz wygenerowanych przez Grupę Poundland oszczędności na czynszach.
- Zadłużenie netto na koniec okresu⁵ na poziomie 1 202 mln EUR (mniejsze o 37 mln EUR r/r) oznacza, że wskaźnik dług netto/EBITDA wyniósł 1,9x (2,8x w roku obrotowym 2020).
- Zadłużenie finansowe netto na koniec okresu⁶ (z wyłączeniem zobowiązań z tytułu najmu sklepów) na poziomie 108 mln EUR oznacza redukcję o 220 mln EUR r/r i przekłada się na wskaźnik dług finansowy netto / EBITDA w wysokości 0,3x. Ta poprawa wskaźników odzwierciedla podjęte przez kierownictwo działania zmierzające do redukcji zapasów i optymalizacji kapitału obrotowego na przestrzeni całego roku.
- Całoroczna bazowa EBITDA w wysokości 647 mln EUR oznacza wzrost o 46,2% w stosunku do poprzedniego roku obarczonego wybuchem pandemii COVID.

Postępy w zakresie realizacji strategii

Przyspieszenie ekspansji sieci sklepów

- Kontynuowana jest ekspansja nowych sklepów we wszystkich naszych markach handlowych. Liczba nowo otwieranych sklepów była zgodna z prognozami – w ciągu roku otworzyliśmy 483 nowe sklepy netto (424 po odliczeniu sklepów Fultons nabytych i działających na koniec roku), w tym:
 - PEPCO: otwarcie 364 nowych sklepów netto, co oznacza wzrost o 17,3% w porównaniu z rokiem poprzednim, w tym 36 sklepów na strategicznie ważnych rynkach Europy Zachodniej, początkowo we Włoszech, Hiszpanii i Austrii, oraz otwarcie pierwszych sklepów w Serbii;
 - Grupa Poundland: 119 nowych sklepów netto (60 po odliczeniu sklepów Fultons), w znacznej mierze dzięki ekspansji sieci Dealz w Polsce i Hiszpanii, co oznacza wzrost o 12,9% r/r (6,5% bez uwzględnienia sklepów Fultons).

Czynniki wpływające na wzrost sprzedaży w warunkach porównywalnych

- W trakcie roku sprawozdawczego nastąpił istotny postęp w zakresie oferty kierowanej do klientów, wynikający z dalszej ekspansji sieci detalicznej Poundland, uwzględniającą proste poziomy cenowe oraz poszerzenie asortymentu zarówno w Poundland, jak i PEPCO.
- Przeprowadzone zostały modernizacje 954 sklepów, dzięki którym placówki te zyskały najnowszy rozkład i zmodernizowane otoczenie, co przyczyniło się do transformacji naszej oferty dla klientów i przełożyło się na 6,5-procentowy wzrost sprzedaży LFL. Modernizacje zostały przeprowadzone w:
 - 827 sklepach PEPCO;
 - 127 sklepach Poundland.

Zmniejszenie kosztów operacyjnych

- Na przestrzeni całego roku Grupa kontynuowała wysiłki zmierzające do zwiększania efektywności operacyjnej i wzrostu marż operacyjnych, w tym poprzez:
 - Dalsze zmniejszanie poziomów czynszów sklepowych w wartościach bezwzględnych dzięki renegotjowaniu 212 umów najmu w analizowanym okresie, ze średnią obniżką o 37%;
 - Zamknięcie jednego z czterech regionalnych centrów dystrybucyjnych Poundland;
 - Wygenerowanie przez pion magazynów i dystrybucji zmniejszenia wskaźnika kosztów sprzedaży oraz kosztów ogólnych i administracyjnych o 130 pb wobec wartości sprzedaży w PEPCO.

Inwestycje w infrastrukturę

- Grupa wdrożyła pierwszy moduł oprogramowania służącego do planowania zasobów przedsiębiorstwa (ERP) Oracle, stanowiący pierwszy etap wprowadzania szeregu modułów, które będą uruchamiane w całej Grupie w kolejnych latach.
- Skala i tempo tych działań są nieustannie weryfikowane pod kątem zapewnienia odpowiedniego zarządzania ryzykiem wdrożenia, szczególnie w kontekście trwającej pandemii.

Lepsze zarządzanie i sytuacja finansowa

- Grupa zakończyła działania związane z refinansowaniem zadłużenia o wartości 550 mln EUR i kredytu rewolwingowego w wysokości 190 mln EUR, w ramach procesu IPO, co przyczyniło się do poprawy sformalizowania relacji bankowych, będących istotnym elementem realizacji strategii rozwoju w całej Europie, a także do obniżenia przyszłych kosztów obsługi zadłużenia o ponad 500 pb. w porównaniu do dotychczas obowiązujących warunków.

- 26 maja 2021 r. akcje Grupy zostały wprowadzone do obrotu na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Grupa poprawiła też strukturę zarządzania, powołując niezależnego Przewodniczącego Rady Dyrektorów oraz czterech dodatkowych niezależnych dyrektorów niewykonawczych.

Perspektywy

Perspektywy rozwoju działalności są w dalszym ciągu korzystne, zważywszy na czołową pozycję Grupy na rynku, poziom oferowanych cen oraz asortyment produktów sprzedawanych w atrakcyjnym i wciąż rosnącym sektorze dyskontowych sklepów wielobranżowych w Europie i Wielkiej Brytanii. Jesteśmy przekonani, że tworzenie nowych sklepów w roku obrotowym 2022 i w latach kolejnych, modernizacja sklepów już istniejących, zwiększa zadowolenie klientów i napędza wzrost LFL. Oprócz działań związanych ze sklepami, a także programami zakupowymi, mamy szereg innych działań ukierunkowanych na dalsze obniżanie kosztów działalności. Nadal jesteśmy przekonani o możliwościach, jakie stoją przed naszą firmą i naszej zdolności do realizacji długoterminowych ambicji dotyczących wzrostu.

Mimo iż początek nowego roku obrotowego przebiega pod presją inflacji cen towarów, zwiększonymi kosztami spedycji i zakłóceniami łańcuchów dostaw, Grupa posiada klarowną strategię łagodzenia skutków tych zjawisk.

W celu dalszej realizacji naszych ambitnych planów rozwojowych, Grupa zamierza w dalszym ciągu inwestować w ofertę cenową celem utrzymania, a nawet ewentualnego zwiększenia naszej przewagi cenowej w roku obrotowym 2022, co stanowi istotny element realizowanej przez nas strategii, zważywszy na wrażliwość cenową naszej podstawowej bazy klientów. Grupa zmniejszy również swoją bazę kosztów operacyjnych z myślą o trwałej kontynuacji ścieżki rentownego wzrostu wyników przez wiele kolejnych lat.

Oprócz ryzyka zaburzeń łańcuchów dostaw nieustannie monitorujemy pojawiające się kolejne fale przypadków zachorowań na COVID w całej Europie. Liczba nowych zachorowań doprowadziła do ponownego wprowadzania nakładanych przez rządy ograniczeń na niektórych spośród terytoriów gdzie prowadzona jest nasza działalność operacyjna. Potencjalny wpływ tych ograniczeń we wszystkich możliwych wymiarach jest na tym etapie niejasny, zarówno w zakresie ograniczeń dotyczących bezpośrednio klientów lub wymuszonego zamykania sklepów, podobnie jak wszelkie szersze skutki kolejnej fali Covid powodującej zakłócenia w całym łańcuchu dostaw. W oparciu o naszą wiedzę na temat obecnego poziomu wpływu Covid na przychody i koszty przewidujemy, że jesteśmy pewni osiągnięcia całorocznego zysku zgodnego z historycznie notowanymi poziomami.

Komentując wyniki, Andy Bond, Dyrektor Generalny (CEO) Pepco Group, powiedział:

– W ubiegłym roku po raz kolejny wypracowaliśmy dobre wyniki finansowe, jednocześnie dodatkowo wzmacniając nasz bilans. Pomimo trudnego otoczenia rynkowego poczyniliśmy imponujące postępy w realizacji naszych strategicznych celów, dzięki czemu jeszcze bardziej poprawiliśmy naszą pozycję, jako podmiotu charakteryzującego się jednym z najbardziej dynamicznych i najbardziej atrakcyjnych wskaźników wzrostu w branży stacjonarnej sprzedaży detalicznej w Europie.

– W ramach realizowanego przez nas programu rentownej ekspansji sklepów Grupy, Pepco Group otworzyła w tym roku, licząc netto, rekordowe 483 nowe sklepy, w tym pierwsze sklepy marki PEPCO w Austrii, Serbii i Hiszpanii. Wyniki wypracowane przez te zachodnioeuropejskie sklepy PEPCO są bardzo obiecujące i dają nam coraz większą pewność, że nasza oferta ma szansę przyjąć się w całej Europie, a plany otwarcia placówek w Niemczech w pierwszej połowie 2022 r. są na dobrej drodze. Dzięki otwieraniu nowych sklepów możemy stworzyć co najmniej 13 000 miejsc pracy w ciągu najbliższych trzech lat.

– W bieżącym roku obrotowym zamierzamy dokonywać dalszych inwestycji mających na celu utrzymanie lub zwiększenie naszej przewagi cenowej oraz wspieranie naszych klientów w okresie, gdy budżety gospodarstw domowych są bardzo napięte. W celu łagodzenia zwiększonej obecnie presji inflacyjnej na rynkach, gdzie prowadzimy działalność, będziemy również w dalszym ciągu wdrażać nasz plan redukcji kosztów operacyjnych.

– Nieustannie zbieramy plony naszych bieżących inwestycji zarówno w otwieranie nowych sklepów, jak i modernizację już funkcjonujących placówek. Oprócz inwestycji w nową powierzchnię handlową, to właśnie program modernizacji sklepów i odświeżania asortymentu produktów przekłada się na wzrost porównywalnej sprzedaży oraz zwiększa rentowność naszych placówek. Pragnę podziękować wszystkim naszym pracownikom, których niezwykle zaangażowanie przełożyło się na dalszy rozwój Grupy na przestrzeni ostatniego roku.

– Mimo iż wiele wskazuje na to, że warunki rynkowe pozostaną jeszcze przez jakiś czas bardzo wymagające, nasza Grupa jest bardzo dobrze przygotowana do dalszego podążania ścieżką świetnych wyników w zakresie dynamiki wzrostu, co daje nam przekonanie o możliwości kontynuacji dotychczasowego szybkiego rozwoju.

Informacje o działalności

Niniejszy raport dotyczy Pepco Group N.V., spółki akcyjnej zarejestrowanej w Holandii, za rok obrotowy zakończony 30 września 2021 r.

Grupa ma 3 podstawowe cele strategiczne, w realizacji których osiągnęła znaczne postępy w trakcie roku obrotowego:

- i. Istotne zwiększenie portfela sklepów prowadzących działalność pod szyldem PEPCO i Dealz;
- ii. Dynamika wzrostu sprzedaży w warunkach porównywalnych na poziomie powyżej średniej rynkowej dzięki programowi udoskonalania oferty dla klientów i modernizacji sklepów;
- iii. Wyraźna poprawa kosztów operacyjnych w całej Grupie dzięki realizacji programów ukierunkowanych na osiąganie korzyści skali i poprawę wydajności.

Dążąc do osiągnięcia tych celów, wyznaczamy sobie jasne plany inwestycyjne w zakresie rozwoju wysokojakościowej i skalowalnej infrastruktury, którą będziemy w stanie w dalszym ciągu finansować ze środków pieniężnych generowanych z bieżącej działalności.

Nasza działalność jest prowadzona na poziomie Grupy przez Andy'ego Bonda i Nicka Whartona, pełniących funkcję, odpowiednio, Dyrektora Generalnego i Dyrektora Finansowego Grupy, oraz Trevora Mastersa, który od 1 stycznia obejmuje nowo utworzoną funkcję Dyrektora Operacyjnego Grupy. Zarządzanie każdą z naszych spółek operacyjnych, tj. PEPCO, Poundland, Dealz (w Hiszpanii i Polsce), oraz naszym podmiotem zapewniający zaopatrzenie na Dalekim Wschodzie, tj. PGS, jest realizowane na poziomie danej jednostki przez menedżerów doświadczonych w prowadzeniu działalności detalicznej i zaopatrzeniowej.

Przyspieszenie ekspansji sieci sklepów

Pomimo wpływu istotnych wyzwań operacyjnych wynikających z zakłóceń związanych z pandemią, Grupa otworzyła nowe sklepy na wszystkich 15 terytoriach, na których prowadzi działalność. Ekspansja ta jest niezmiernie wysoce ukierunkowana i rentowna, a nowo powstające sklepy nieustannie bardzo szybko zaczynają na siebie zarabiać, ponieważ skupiamy się na zapewnianiu poprawy zyskowności i kapitału obrotowego.

Grupa otworzyła w ciągu roku 483 nowe sklepy netto (424 po odliczeniu sklepów Fultons nabytych i działających na koniec roku), co stanowi wzrost o 16,0% (14,0% z wyłączeniem sklepów Fultons). Była to rekordowa liczba nowo otwartych placówek w ciągu jednego roku, w ramach której nastąpiło kilka przełomowych osiągnięć: m.in. powstał dwusetny sklep PEPCO na Węgrzech i setny sklep Dealz w Polsce.

Dostrzegając znaczne możliwości rozwoju działalności na wszystkich terytoriach, na których spółka prowadzi działalność, PEPCO powiększyło swój portfel placówek o 364 sklepy na przestrzeni całego roku (+17,3% r/r). To odzwierciedla strategiczny zamiar marki, by rozwijać działalność w całej Europie, w tym w ramach pierwszych zachodnioeuropejskich placówek w Austrii i Hiszpanii, oraz w Europie Wschodniej, a konkretnie w Serbii. Skumulowane wyniki na nowych terytoriach okazały się lepsze od wyznaczonych wewnętrznie celów, co daje nam przekonanie o możliwości kontynuowania dobrych wyników po całkowitym zniesieniu ograniczeń związanych z pandemią oraz otwiera przed nami strategiczną szansę, którą oferują poszczególne kraje, w szczególności w Europie Zachodniej.

W ślad za stale poprawiającymi się wynikami, kontynuowaliśmy wprowadzanie formatu Dealz w Polsce i Hiszpanii, otwierając 65 sklepów w ciągu roku, co stanowi zauważalne przyspieszenie, ponieważ nasza działalność nabiera jeszcze dynamiki zarówno w kontekście planowanych nowych otwarć, jak i udoskonalania oferty dla klientów.

Czynniki wpływające na wzrost sprzedaży w warunkach porównywalnych

W całej Grupie w dalszym ciągu rozwijamy naszą ofertę dla klientów poprzez rozszerzanie kategorii produktów i udoskonalanie asortymentu, dzięki czemu wypracowaliśmy świetną dynamikę wzrostu w warunkach porównywalnych na przestrzeni roku wynoszącą +6,5%. W ramach sklepów prowadzących sprzedaż w warunkach porównywalnych (otwartych w tych samych tygodniach zarówno w roku obrotowym 2021, jak i w roku obrotowym 2020) wypracowana dynamika wzrostu na poziomie 8,6% jeszcze lepiej potwierdza siłę naszej oferty.

Stałym elementem naszego modelu biznesowego jest odświeżanie naszego asortymentu kategorii towarów w taki sposób, by odpowiadał on potrzebom naszych klientów. W trakcie całego roku w ramach tego procesu wprowadziliśmy ofertę produktów chłodzonych i mrożonych do 127 sklepów Grupy Poundland, co oznacza, że ta nowa, przyciągająca klientów oferta, jest dziś obecna w 207 sklepach, a w ciągu najbliższych dwóch lat planowane jest jej wprowadzenie do około 450 kolejnych sklepów. W PEPCO przeprowadziliśmy modernizację następnych 827 sklepów, dostosowując je do naszego najnowszego rozkładu i rozwiązań projektowych, a ponadto kontynuujemy stopniowe wprowadzanie uzupełniających produktów FMCG, takich jak pieluszki i chusteczki dla niemowląt. Wstępne wyniki tych działań są bardzo obiecujące.

Ponadto PEPCO kontynuowało rozbudowę lub zmianę lokalizacji sklepów. Liczba placówek objętych tymi działaniami w ciągu całego ostatniego roku wyniosła 60. Podjęte zostały także pierwsze kroki w kierunku aktualizacji brandingu sklepów z uwzględnieniem nowego wzornictwa, które będzie reprezentowało PEPCO w kolejnej fazie rozwoju.

Wskaźnik LFL Grupy Poundland za cały rok, wynoszący +3,1%, wyraźnie wskazuje na wzmocnienie oferty dla klientów, a w szczególności na dobre wyniki w rozszerzonych ostatnio kategoriach produktów mrożonych, chłodzonych, odzieży i artykułów gospodarstwa domowego. Modernizacja sklepów ma na celu przyspieszenie odświeżenia całego asortymentu dzięki wykorzystaniu nowej struktury cenowej z myślą o lepszym zaspokajaniu potrzeb naszych klientów i zapewnieniu atrakcyjnej i konkurencyjnej oferty produktów sprzedawanych w zróżnicowanych cenach. W trakcie roku przekroczyliśmy kolejną istotną granicę: ponad jedna trzecia sprzedaży objęła produkty sprzedawane po cenach innych niż 1 GBP.

Zmniejszenie kosztów operacyjnych

Kontynuowaliśmy działania skutkujące redukcją kosztów operacyjnych w poszczególnych spółkach operacyjnych. Lepsze wyniki sprzedażowe generowane w trakcie roku przyczyniły się do naturalnej poprawy efektywności kosztowej, co wraz z licznymi programami ukierunkowanymi na zwiększenie efektywności spowodowało, że wskaźnik CODB zmniejszył się o 90 pb. w stosunku do roku poprzedniego. Każdy z podmiotów należących do Grupy posiada swój własny plan wypracowywania dalszych oszczędności. U podstaw tych planów leży szereg istotnych czynników:

- obniżanie kosztów najmu dzięki renegotjowaniu umów najmu;
- obniżanie kosztów pracy poprzez realizację programów efektywności operacyjnej sklepów;
- bieżąca dbałość o zapewnianie wysokiej efektywności łańcuchów dostaw umożliwiającą większą skalę przecen, a także prowadząca do redukcji kosztów pracy i optymalizacji zapasów.

Wygenerowaliśmy znaczne oszczędności w zakresie kosztów najmu, zwłaszcza w ramach działalności Poundland, gdzie liczba renegotjowanych umów i siła negocjacyjna Grupy przyniosły znaczące korzyści. Oprócz atrakcyjnych kosztów najmu w nowych lokalizacjach, w trakcie roku renegotjowaliśmy 212 umów najmu, co przełożyło się na oszczędności o średnio 37% w porównaniu do poprzednich umów najmu. Przewidujemy, że oszczędności te będą kontynuowane, ponieważ w ciągu dwóch najbliższych lat upływa termin obowiązywania umów najmu dla ponad 200 sklepów, co da nam kolejną okazję do obniżenia czynszów.

Liczne przypadki poprawy wydajności naszych sklepów przyniosły znaczące korzyści w ciągu roku, w tym przełożyły się na zmniejszenie liczby godzin pracy niezbędnych funkcjonowania placówek i prowadzenia naszych sklepów bez

obniżenia wysokiego standardu obsługi klienta. W szczególności kompleksowe działania mające na celu zapewnienie prawidłowości realizacji procesów w ramach całego łańcucha dostaw dla PEPCO znacznie ograniczyły powielanie czynności sprzedażowych w naszych placówkach, a nasze inwestycje technologiczne w Poundland umożliwiły bardziej efektywne zarządzanie wszystkimi naszymi sklepami.

W całym łańcuchu dostaw, w największej mierze w odniesieniu do PEPCO, wdrożyliśmy program, który analizował i optymalizował zapasy na każdym etapie cyklu oferty sprzedażowej, co doprowadziło do niższego ogólnego poziomu zapasów, jednocześnie poprawiając faktyczną dostępność towarów w sklepach i zmniejszając pracochłonność obsługi zapasów zarówno w sklepach, jak i w centrach dystrybucyjnych. Oprócz wyżej wspomnianych programów optymalizacja sieci dystrybucji przyniosła także dodatkowe istotne korzyści. M.in. zamknięcie jednego z czterech brytyjskich centrów dystrybucyjnych i znaczne zmniejszenie liczby przejazdów na regularnych trasach w ramach w działalności PEPCO doprowadziło do zmniejszenia liczby przejechanych kilometrów ogółem o 18% w ciągu roku.

Oprócz korzyści widocznych w rachunku zysków i strat, program dbałości o optymalizację wszystkich ogniw łańcucha dostaw w działalności PEPCO umożliwił również zdecydowaną poprawę warunków handlowych w ramach umów zawieranych z dostawcami głównych produktów, co w połączeniu z optymalizacją zapasów przyczyniło się do ogólnej poprawy poziomu kapitału obrotowego o 129 mln EUR w ciągu roku.

Inwestycje w infrastrukturę

W kontekście wspierania zarówno tempa naszej ekspansji, jak i strategicznych ambicji w zakresie rozwoju Grupy, kluczowe znaczenie ma inwestowanie i budowa wysokojakościowej i skalowalnej infrastruktury.

Grupa posiada obecnie trzy podstawowe komponenty infrastruktury – nasze systemy informatyczne, sieć dystrybucji i zdolności w zakresie otwierania sklepów.

Nasze strategiczne systemy informatyczne skupiają się obecnie na rozwijaniu i wdrażaniu Oracle jako podstawowego systemu ERP Grupy, wspierającego inwestycje w systemy obsługi kadrowej, w tym narzędzia do planowania zapotrzebowania na pracę i optymalizacji zapasów. Stanowią one łącznie istotny zbiór programów, które w zamierzeniu mają zarówno zmienić sposób działania poszczególnych podmiotów należących do Grupy, jak i umożliwić znaczne zwiększenie skali naszej działalności. W trakcie roku sprawozdawczego zrealizowaliśmy pierwszy etap programu ERP wraz z uruchomieniem modułu finansowego w Wielkiej Brytanii. Kontynuujemy wdrażanie systemu w ramach modułu magazynowego, stanowiącego drugi etap w Wielkiej Brytanii, z dostawą w 2022 r., oraz planujemy i projektujemy kolejne etapy wdrożenia w Europie Środkowo-Wschodniej.

Nasz program dystrybucji skupia się na rozbudowie i udoskonalaniu naszej infrastruktury centrów dystrybucyjnych oraz poprawie wydajności i efektywności sieci dostaw dzięki efektywnemu wykorzystywaniu dostępnych rozwiązań technologicznych i lepszemu planowaniu zapasów. Rok sprawozdawczy był pierwszym pełnym rokiem działalności w Gyal 2 – wielkim centrum dystrybucyjnym pod Budapesztem o powierzchni 100 000 metrów kwadratowych, w którym zastosowane zostały najnowocześniejsze dostępne rozwiązania technologiczne i sprzęt z myślą o osiągnięciu znacznego postępu zarówno pod względem realizacji dostaw, jak i kosztów obsługi. Zmiana naszego podejścia do zapasów wraz z lepszym planowaniem tras doprowadziła do znacznego zmniejszenia liczby przejechanych kilometrów, a w konsekwencji do znacznego obniżenia kosztów.

Nasz realizowany na bieżąco program otwierania nowych sklepów skupia się na wyborze właściwych lokalizacji i planowania kolejnych otwarć z odpowiednim wyprzedzeniem, po czym następuje przekazywanie tych lokalizacji nowym zespołom otwierającym kolejne sklepy, a także ekipom zajmującym się wykańczaniem i wyposażaniem tychże placówek. W roku sprawozdawczym przeprowadziliśmy restrukturyzację i poszerzyliśmy zasoby wewnętrzne i zewnętrzne z myślą o przyspieszeniu otwierania kolejnych sklepów.

Jesteśmy przekonani, że możliwości, jakie oferujemy naszym pracownikom w zakresie ciągłego zawodowego rozwoju, przekładają się zarówno na poziom obsługi klienta, jak i postrzeganie naszej Grupy jako dobrego pracodawcy. Nieustannie inwestujemy w poprawę kompetencji naszych pracowników, zarówno tych, którzy są z nami od jakiegoś czasu, jak i tych, którzy dopiero dołączają do naszego zespołu – zależy nam na pozyskiwaniu wartościowych pracowników, dzięki którym będziemy mogli skutecznie realizować nasz program rozwoju. Jako przykład naszego zaangażowania w troskę o rozwój zawodowy naszych pracowników warto wspomnieć, że 86%

naszych kierowników sklepów w całej Grupie zostało awansowanych wewnętrznie, przy czym nawet w obecnych trudnych warunkach, w roku sprawozdawczym ponad 2000 osób awansowało w ramach naszych podmiotów.

Ograniczanie skutków niekorzystnych zjawisk na rynku

Grupa bardzo mocno skupia się na identyfikowaniu i ograniczaniu potencjalnych skutków zagrożeń z myślą o zapewnianiu wysokiej jakości obsługi naszych klientów, realizacji planu rentownego rozwoju i osiągnięciu celów finansowych.

Pod koniec roku obrotowego 2021 wzrost popytu konsumpcyjnego i aktywności biznesowej po złagodzeniu restrykcji związanych z pandemią wywarł zwiększoną presję na łańcuchy dostaw. W odniesieniu do prawie wszystkich podmiotów z branży sprzedaży detalicznej zmniejszenie dostępności surowców przełożyło się na inflację cen towarów, spotęgowaną dodatkowo przez ograniczoną dostępność kontenerów, co znacznie zwiększyło koszty transportu.

Grupa podjęła błyskawiczne i zdecydowane działania w ramach całego modelu operacyjnego w celu złagodzenia konsekwencji tych zjawisk. M.in. fakt posiadania należącego do Grupy podmiotu realizującego operacje zaopatrzeniowe na Dalekim Wschodzie, tj. PGS, posiadającego silne bezpośrednie relacje z dostawcami i fabrykami, pozwolił nam ograniczyć do minimum wpływ zaistniałych trudności.

Jesteśmy przekonani, że Grupa jest dobrze przygotowana do przejścia suchą stopą przez obecny okres globalnych zawirowań. Zrobimy absolutnie wszystko, co w naszej mocy, by utrzymać naszą atrakcyjną ofertę produktów sprzedawanych po dyskontowych cenach.

Informacje finansowe

Otoczenie handlowe

Rok obrotowy rozpoczął się od niewielkich zakłóceń spowodowanych pandemią COVID-19, które jednak umożliwiały bieżące funkcjonowanie zdecydowanej większości sklepów. Niemniej jednak kolejne fale pandemii skutkowały wprowadzaniem przez rządy rozmaitych ograniczeń w okresie od późnej jesieni 2020 r. do maja 2021 r.

W całym roku obrotowym 2021 PEPCO doświadczyło znaczących zakłóceń, skutkujących utratą 12% tygodni handlowych, aczkolwiek w tym samym czasie sklepy, które dalej funkcjonowały, odnotowały pewien wzrost poziomu sprzedaży, w miarę jak klienci zmieniali swoje zachowania. Poundland i Dealz – podmioty należące do kategorii placówek oferujących artykuły pierwszej potrzeby – w przeważającej mierze mogły prowadzić działalność przez cały ten czas, natomiast one również ucierpiały na skutek zmniejszonej frekwencji, ponieważ na obawy klientów związane z wychodzeniem z domów wpływ wywarły dodatkowe ograniczenia, w szczególności te, wprowadzone w całej Wielkiej Brytanii 6 stycznia 2021 r.

W miarę jak rynki zaczęły się ponownie otwierać z końcem maja 2021 r., wyniki Grupy zaczęły się szybko poprawiać na skutek odbicia wynikającego z drastycznie stłumionego wcześniej popytu ze strony konsumentów. Ponadto pandemia nie odwróciła uwagi kierownictwa od dążenia do realizacji kluczowego strategicznego celu, tj. zwiększania powierzchni sklepów Grupy. Działania w tym obszarze były intensywnie kontynuowane, zwłaszcza w kontekście wejścia marki PEPCO na trzy rynki zachodnioeuropejskie. Uwzględniając placówki sieci Fultons, Grupa otworzyła 483 (+16,0%) nowe sklepy netto, w związku z czym prowadzi obecnie działalność w 3 504 sklepach na 17 terytoriach.

		PEPCO (produkty w zróżnicowanych cenach, z wiodącym udziałem odzieży)	Grupa Poundland (o ujednoczonych poziomach cenowych produktów szybko zbywalnych)	Grupa ogółem
Przychody	(w mln EUR)	2 166	1 956	4 122
Dynamika przychodów ogółem (w walucie sprawozdawczej)	%	24,6	9,9	17,2
Dynamika przychodów ogółem (przy założeniu stałego kursu walutowego)	%	29,3	9,7	19,3
Wzrost przychodów w warunkach porównywalnych (LFL)	%	9,8	3,1	6,5
Dynamika marży zysku brutto	%	260 pb.	120 pb.	220 pb.
Bazowa EBITDA	(w mln EUR)	457	195	647
Dynamika bazowej EBITDA	%	52,8	37,0	46,2
Liczba sklepów ogółem	szt.	2 464	1 040	3 504
Rozwój sieci (nowe sklepy netto) w porównaniu z ubiegłym rokiem	szt.	364	119	483
Rozwój sieci (nowe sklepy netto) w porównaniu z ubiegłym rokiem	%	17,3	12,9	16,0

Przychody sklepów i wzrost LFL

Całkowite przychody Grupy w roku obrotowym 2021 wyniosły 4 122 mln EUR (wobec 3 518 mln EUR w roku obrotowym 2020), co oznacza wzrost o 17,2% (+19,3% przy założeniu niezmiennych kursów wymiany walut). Wynik ten został wypracowany pomimo trudnego otoczenia rynkowego związanego z pandemią COVID-19 – w okresie sprawozdawczym około 9% (w roku obrotowym 2020: 6%) tygodni handlowych zostało utraconych z powodu obowiązkowego zamknięcia sklepów, przy czym wzrost LFL PEPCO wyniósł +9,8% za cały rok, z uwzględnieniem wpływu zamykania sklepów w związku z pandemią. Wynika to z siły naszej oferty, w tym programów modernizacji sklepów i oferty, a także wyższego poziomu popytu ze strony klientów.

Wskaźnik LFL Grupy Poundland za cały rok, wynoszący +3,1%, wyraźnie wskazuje na wzmocnienie oferty dla klientów, a w szczególności na dobre wyniki w rozszerzonych ostatnio kategoriach odzieży i artykułów gospodarstwa domowego oraz wprowadzenie nowej oferty artykułów chłodzonych i mrożonych w 127 sklepach w ciągu roku. Równoległe z programem modernizacji kontynuowana jest transformacja oferty skierowanej do klientów, dzięki której udział produktów o zróżnicowanych cenach w sprzedaży ogółem wynosi 36,2% (w roku obrotowym 2020: 25,9%).

Marża zysku brutto

Marża brutto Grupy wyniosła 42,9%, co było wynikiem lepszym o 220 pb. r/r. Ten wzrost marży został osiągnięty dzięki połączeniu bieżących korzyści związanych z zaopatrzeniem, krótkoterminowej korzyści wynikającej z pandemii, a polegającej na poszerzeniu ogólnego asortymentu towarów, oraz efektowi większych poziomów przecen w 2020 r. w porównaniu z przewidywaniami formułowanymi w pierwszych tygodniach pandemii.

Marża zysku brutto wygenerowana przez PEPCO w wysokości 46,7% poprawiła się o 260 pb. dzięki wyższej sprzedaży towarów ogólnego przeznaczenia, odzwierciedlającej korzyści wynikające z modernizacji sklepów i oferty produktowej oraz mniejszych poziomów przecen. Realizowane w PEPCO udoskonalenia procesów i systemów umożliwiły zastosowanie znacznie bardziej skoncentrowanego, ukierunkowanego i dostosowanego do potrzeb podejścia do stosowania rabatów w odniesieniu do asortymentów generujących słabe wyniki, co przejawia się na przykład niezależnym wprowadzaniem rabatów w poszczególnych krajach, zamiast stosowania tego samego podejścia do obniżania cen produktów we wszystkich lokalizacjach.

Marża zysku brutto Grupy Poundland wygenerowana na poziomie 37,7% w roku obrotowym 2021 oznaczała wzrost o 120 pb. dzięki połączeniu dalszych korzyści związanych z zaopatrzeniem, oprócz korzyści wynikających ze skumulowanego efektu marż na poszczególnych produktach, a także wzrostu sprzedaży i mniejszego poziomu przecen dzięki inicjatywom operacyjnym mającym na celu poprawę alokacji zapasów w ślad za bieżącym tempem realizacji sprzedaży.

Koszty operacyjne

Bazowe koszty operacyjne przed amortyzacją wzrosły o 13,3% do 1 122 mln EUR, co odpowiada 27,2% przychodów (w roku obrotowym 2020: 28,2%). Jak zostało omówione w części dotyczącej strategii, wzrost w wartościach bezwzględnych stanowił odzwierciedlenie przede wszystkim nieustannie realizowanych inwestycji strategicznych w otwarcie nowych sklepów w ramach działalności PEPCO i Dealz, w połączeniu z dążeniem do zwiększenia efektywności kosztowej w Poundland. Poprawa efektywności kosztowej w stosunku do wielkości sprzedaży ogółem była przede wszystkim odzwierciedleniem dźwigni operacyjnej uzyskanej z dodatniego wzrostu LFL, który w roku obrotowym 2020 był ograniczony czynnikami natury obiektywnej.

W koszty operacyjne w PEPCO, z wyłączeniem amortyzacji i kosztów innych niż bazowe, wzrosły o 18,8% na tle wzrostu liczby sklepów o 17,3%, przy czym wzrost tych kosztów odzwierciedlał przede wszystkim inwestycje w infrastrukturę mające zapewnić dalszy rozwój Grupy w przyszłości.

W Grupie Poundland koszty operacyjne z wyłączeniem amortyzacji były o 80 pb. niższe w porównaniu z poprzednim rokiem, przy czym Poundland kontynuował wysiłki zmierzające do dalszej poprawy efektywności kosztów operacyjnych zgodnie ze strategią Grupy, a jednocześnie korzystał z programów rządowych wdrożonych w związku z pandemią, w tym z wprowadzonych ulg podatkowych. W ramach działalności Dealz nastąpił wzrost podstawy kosztów na skutek kontynuacji ekspansji polegającej na otwieraniu nowych sklepów.

Bazowa EBITDA

Bazowa EBITDA w wysokości 647 mln EUR (w roku obrotowym 2020: 442 mln EUR) była odzwierciedleniem dalszej ekspansji sklepów, wzrostu marży zysku brutto dzięki udoskonalonemu zaopatrzeniu i poprawie asortymentu produktów, a także ścisłej kontroli kosztów operacyjnych. Bazowy zysk przed opodatkowaniem w wysokości 244 mln EUR (w roku obrotowym 2020: 49 mln EUR) wzrósł pięciokrotnie.

Działalność inwestycyjna

Rok obrotowy 2021 był kolejnym rokiem kontynuacji ekspansji, przy czym inwestycje w środki trwałe oraz wartości niematerialne i prawne wzrosły rok do roku o 18 mln EUR (181 mln EUR w roku obrotowym 2021 w porównaniu do 163 mln EUR w roku obrotowym 2020). Kluczowe czynniki, które przyczyniły się do tego były dwojakie:

- Realizowany był strategiczny program inwestycji w nowe otwarcia, przeprowadzki, rozbudowy i modernizacje (147 mln EUR), czego odzwierciedleniem był wzrost liczby sklepów netto o 483 placówki w całym roku obrotowym 2021, w tym w ramach wejścia na 3 nowe rynki: Austrii, Serbii i Hiszpanii.
- Jako kluczowy czynnik umożliwiający osiągnięcie oszczędności w zakresie wydajności, w całej Grupie w szybkim tempie wdrażany jest program ERP i rozbudowy infrastruktury systemowej (o wartości 34 mln EUR), w ramach którego nasze obecnie istniejące systemy centralne zostaną zastąpione przez oprogramowanie Oracle, które stanie się podstawowym systemem ERP Grupy. Jego pierwszy moduł – finansowy – został uruchomiony w Poundland w lipcu.

Mimo iż plany w zakresie realizacji naszego programu ERP pozostają niezmiennie, oświadczenie Komitetu ds. Interpretacji MSSF („KIMSIF”) z kwietnia 2021 r. w sprawie wyjaśnienia interpretacji międzynarodowego standardu rachunkowości MSR38 doprowadziło do istotnej zmiany w sposobie ujmowania kosztów oprogramowania jako usługi (SaaS) w przyszłości. W związku z tą zmianą standardu rachunkowości, Pepco Group jest w trakcie szczegółowej weryfikacji jej wpływu na dotychczasowe koszty SaaS w celu ustalenia, czy powinny one zostać skapitalizowane, zaksięgowane w kosztach, czy potraktowane jako koszty przedpłacone, w zależności od ostatecznych wyjaśnień dotyczących kryteriów mających zastosowanie do standardu MSR38. Dalsze szczegółowe informacje dotyczące interpretacji KIMSIF zostały przedstawione w nocie 1.28 dołączonej do Raportu Roczno Grupy, niemniej jednak Grupa spodziewa się, że znaczna część wcześniej skapitalizowanych kosztów o wartości 64

mln EUR (które będą następnie amortyzowane przez okres użytkowania składnika aktywów, tj. co do zasady przez około 7 lat) będą musiały zostać przeklasyfikowane do kategorii kosztów niepodlegających amortyzacji lub kosztów przedpłaconych.

Stanowi to istotne odejście od poprzedniej interpretacji i skutkuje koniecznością przeprowadzenia wyjątkowo skomplikowanych analiz, wymagających znacznego wkładu i zaangażowania kontrahentów wdrożeniowych Grupy oraz rozwiązania pewnych wewnętrznych sprzeczności w przedstawionej interpretacji. W związku z powyższym, za zgodą naszego audytora, tj. firmy Mazars, odroczyliśmy wdrożenie do czasu, aż weryfikacja przepisów przez Grupę zostanie ukończona oraz więcej będzie informacji w tej kwestii i pojawią się precedensy w zakresie praktycznego wdrożenia tej zmiany standardu rachunkowości.

Przejęcia

8 października 2020 r. Grupa (poprzez spółkę Poundland Limited) sfinalizowała przejęcie 100% kapitału zakładowego wyodrębnionego przedsiębiorstwa Fultons prowadzącego działalność w zakresie mrozonek (spółki Viewtone Trading Group Limited). Fultons prowadzi sieć sklepów dyskontowych z mrożoną żywnością w północnej Anglii. Przejęcie to umożliwiło Grupie skorzystanie z możliwości szybkiego wprowadzenia nowych kategorii produktów mrożonych i rozszerzenia kategorii produktów chłodzonych w ramach całej działalności Poundlandu.

W czerwcu 2021 r. PEPCO (poprzez Pepco Poland sp. z o.o.) zawarło umowę ramową na przejęcie maksymalnie 29 umów najmu sklepów od CCC Austria Ges.m.b.H., spółki prowadzącej sprzedaż odzieży i obuwia. PEPCO skorzysta z tej umowy do powiększenia portfela swoich sklepów w Austrii.

Środki pieniężne i zadłużenie netto

Grupa w dalszym ciągu generuje wysoki poziom środków pieniężnych – na zamknięciu okresu wartość środków pieniężnych wynosiła 508 mln EUR (w roku obrotowym 2020: 400 mln EUR), a zadłużenie netto wynosiło 1 202 mln EUR (w roku obrotowym 2020: 1 239 mln EUR), co stanowiło odzwierciedlenie stałego wzrostu działalności podstawowej i działań prowadzonych z kluczowymi dostawcami w latach 2020 i 2021 oraz znaczących programów zwiększania efektywności zapasów, skutkujących zmniejszeniem niezbędnego poziomu zapasów i poprawą zarządzania kapitałem obrotowym Grupy. Działania te umożliwiły kontynuowanie strategicznych inwestycji kapitałowych w otwieranie nowych sklepów i nowej infrastruktury w ciągu kolejnego roku pozostającego pod wpływem trwającej pandemii.

Na przestrzeni tego roku Grupa spłaciła całe swoje dotychczasowe zadłużenie zewnętrzne i wewnątrzgrupowe po znacznie niższym oprocentowaniu. Grupa zmniejszyła w ciągu roku poziom dźwigni finansowej, znacznie zwiększając przestrzeń do dotyczącą z kowenantów finansowych.

Pozycje klasyfikowane jako inne niż bazowe

Grupa zarządza wynikami w oparciu o pozycje bazowe po skorygowaniu o pozycje niezaliczane do kategorii bazowej, tj. pozycje o charakterze istotnym, jednorazowym i nietypowym. Pozycje klasyfikowane jako inne niż bazowe w roku obrotowym 2021 wyniosły 47,5 mln EUR (w roku obrotowym 2020: 31,8 mln EUR) i objęły opłaty związane z IPO, refinansowanie związane z IPO oraz program motywacyjny VCP (ang. *Value Creation Plan*).

Oświadczenie o zgodności z prawdą i rzetelności informacji

Organem odpowiedzialnym za sporządzenie niniejszej informacji jest Rada Dyrektorów, której członkowie oświadczają, że – zgodnie z ich najlepszą wiedzą – informacje dotyczące Pepco Group N.V. zawarte w niniejszym dokumencie są zgodne z prawdą na dzień ich publikacji oraz że rzetelnie odzwierciedlają sytuację finansową i działalność Grupy.

Noty objaśniające:

1. Dane finansowe Grupy zostały sporządzone na podstawie zbadanych przez biegłego rewidenta danych za okres dwunastu miesięcy zakończony 30 września 2021 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 zakończonego 30 września 2021 r., natomiast segment Grupy Poundland o ujednoczonych poziomach cenowych produktów szybko zbywalnych wykazywał wyniki w oparciu o tygodnie handlowe w okresie zakończonym 26 września 2021 r.
2. Przychody w walutach obcych zostały przeliczone po średnim kursie z miesiąca, w którym zostały wygenerowane.
3. 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.
4. EBITDA bazowa została podana zgodnie z MSSF16 i nie uwzględnia wpływu interpretacji KIMSF dotyczącej standardu MSR38 w zakresie księgowania kosztów wdrożenia SaaS.
5. Zadłużenie netto i jego redukcja w ujęciu rok do roku jest alternatywnym miernikiem wyników, który został przedstawiony w oparciu o standard MSSF16.
6. Zadłużenie finansowe netto i jego redukcja w ujęciu rok do roku jest alternatywnym miernikiem wyników, który został przedstawiony z wyłączeniem zobowiązań z tytułu najmu sklepów, które to odstępstwo zostało zastosowane w celu zapewnienia klarowności przekazu w zakresie pokrycia zobowiązań finansowych.

- KONIEC -

Tabele z danymi finansowymi oraz noty objaśniające znajdują się w dokumencie źródłowym w wersji angielskiej niniejszego dokumentu.