

12 stycznia 2023 r.

**Pepco Group N.V. - komunikat nt. wybranych wyników operacyjnych
za I kw. roku obrotowego 2023.
Dalszy silny wzrost i strategiczne postępy**

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 pierwszy kwartał roku obrotowego 2023, zakończony 31 grudnia 2022 r.¹

Najważniejsze wydarzenia I kwartału

- Przychody Grupy za I kwartał wyniosły 1 654 mln euro, co oznacza wzrost przychodów rok do roku ("YoY") o 27% przy stałym kursie walutowym i o 24% przy uwzględnieniu kursów rzeczywistych.
- Wzrost w I kwartale wg porównywalnej bazy „like-for-like” (LFL) wyniósł 13,0% rok do roku, przy uwzględnieniu stałych kursów walut. Wszystkie marki Grupy odnotowały wyraźny wzrost sprzedaży rok do roku:
 - Pepco: +19,7% LFL;
 - Grupa Poundland: +4,4% LFL.
- W I kwartale we wszystkich markach Grupy, po bardzo udanym okresie świątecznym, odnotowano rekordowe dzienne wyniki sprzedaży, przewyższające wynikami średnią dla szerokiego rynku.
- Kontynuowano otwarcia nowych sklepów wszystkich marek Grupy – w tym roku obrotowym przybyło już 105 nowych sklepów netto.

I kwartał roku obrotowego 2023

	Pepco	Grupa Poundland	Razem Pepco Group
Przychody (mln EUR) ²	1 009	645	1 654
Wzrost przychodów w ujęciu rok do roku przy stałych kursach walut ³	41%	9%	27%
Wzrost przychodów według danych porównywalnych (LFL) ⁴	19,7%	4,4%	13,0%
Liczba sklepów			
Sklepy ogółem koniec I kw.	3 025	1 041	4 066
Nowe sklepy ⁵	100	5	105

Realizacja strategicznych celów

W I kwartale kontynuowaliśmy realizację programu przyspieszonej ekspansji sklepów, który jest najważniejszym czynnikiem budowania wartości Grupy. Planujemy przyspieszyć liczbę otwarć w ciągu roku i pozostajemy na dobrej drodze do osiągnięcia naszego celu jakim jest uruchomienie 550 nowych sklepów netto w roku obrotowym 2023:

- Grupa Pepco: 105 nowych sklepów netto otwartych w pierwszym kwartale, w tym na nowym rynku, w Grecji, gdzie w październiku 2022 roku uruchomiliśmy placówki Pepco i obecnie mamy 8 sklepów, które osiągają dobre wyniki.
- Pepco: 100 nowych otwarć sklepów w I kwartale, w tym 15 w Hiszpanii, które zostały przekształcone ze sklepów Dealz w placówki Pepco.
- Grupa Poundland: łączny wzrost liczby sklepów o 5, przy czym otwarto 25 nowych sklepów, z czego większość to sklepy Dealz w Polsce; natomiast 20 sklepów Dealz w Hiszpanii zostało zamkniętych i przekształconych w placówki Pepco (z czego 5 nie zostało jeszcze uruchomionych na koniec kwartału).

Oprócz programu otwarć, w I kwartale dokonaliśmy odnowienia 37 sklepów Poundland. To kontynuacja programu „Diamond” polegającego na modyfikacji sklepów oraz uzupełnieniu ich asortymentu o produkty chłodzone i mrożone. Szeroko zakrojona modernizacja około 2 500 sklepów Pepco w Europie Środkowo-Wschodniej pod hasłem "New Look", dotychczas testowana we Wrocławiu i Warszawie, ruszy w pełni w styczniu 2023 roku. W Hiszpanii odnotowaliśmy

dobre wyniki naszego nowego formatu sklepów Pepco Plus. Oferują one pełną gamę odzieży Pepco i produktów ogólnego przeznaczenia oraz dodatkowo produkty FMCG, dostępne dotychczas w sklepach Grupy Poundland. Do końca bieżącego roku obrotowego uruchomionych ma zostać do 80 kolejnych sklepów Pepco Plus. Po udanej próbie konwersji sklepów z Dealz na Pepco w Hiszpanii obecnie testujemy niewielką liczbę sklepów pod marką Pepco w Republice Irlandii. Przekształciliśmy tam 5 istniejących sklepów Dealz na sklepy marki Pepco, zaś w drugim kwartale roku obrotowego, planujemy przekształcić kolejny. Wstępne opinie klientów po tej zmianie są pozytywne.

Kontynuacja dobrych wyników sprzedaży

W I kwartale roku sprzedaż w ramach całej Grupy nadal była wysoka, z głównym udziałem Pepco, wspierana przez dobre wyniki Poundland i Dealz Polska. Wynik LFL jest częściowo efektem porównania do I kwartału roku obrotowego 2022, gdy wciąż widoczny był wpływ pandemii COVID-19, a handel w wielu sklepach funkcjonował w ramach ograniczeń rządowych. W I kwartale tego roku odnotowaliśmy rekordowe dzienne wyniki sprzedaży we wszystkich naszych markach. W szczególności widoczne było to w sklepach Pepco w okresie świątecznym, gdzie wykorzystywaliśmy zapasy zgromadzone w IV kwartale roku obrotowego 2022.

Nasza strategia wiodącej oferty cenowej, skoncentrowana równocześnie na dostarczaniu klientom najlepszej wartości, nieustannie sprawdza się w obecnych warunkach. Mamy mocną pozycję, aby nadal osiągać wyniki lepsze niż cały rynek w kategorii odzieży, towarów ogólnego przeznaczenia i FMCG. Inflacja pozostaje na podwyższonym poziomie na wszystkich naszych rynkach, choć w przypadku odzieży i obuwia jest ona wyraźnie niższa od głównego wskaźnika wzrostu cen.

Perspektywy na przyszłość

Mimo, że warunki dla handlu nadal pozostają wymagające, jesteśmy przekonani o strukturalnej przewadze naszej oferty dyskontowej oraz stale realizowanych strategicznych postępkach. Zakładając, że otoczenie makroekonomiczne będzie funkcjonować zgodnie z naszymi oczekiwaniami, jesteśmy na dobrej drodze by w kolejnym roku osiągnąć rezultaty spójne z dotychczasowymi, z wyższym celem otworzyć nowych sklepów i solidną bazą dla wyników LFL dla Pepco, Poundland i Dealz Polska. Sądzymy, że wzrost wyniku EBITDA (według MSSF16) w roku obrotowym 2023, przy założeniu stałych kursów walutowych, będzie kilkunastoprocentowy. Byłoby to zgodne z efektami osiągniętymi w I kwartale.

Komentując wyniki pierwszego kwartału, Trevor Masters, prezes Pepco Group, powiedział:

"Mieliśmy bardzo udany świąteczny okres z rekordowymi dziennymi wynikami sprzedaży, w każdej z naszych marek. Nadal osiągaliliśmy lepsze wyniki niż szeroki rynek w całej Europie. Skorzystaliśmy z odpowiedniego, odbudowanego poziomu zapasów, co pozwoliło nam zaspokoić silny popyt. Po tym bardzo pracowitym okresie handlowym chciałbym skorzystać z okazji, aby jeszcze raz podziękować wszystkim naszym pracownikom i współpracownikom, w całej Pepco Group, za ich ciężką pracę oraz nieustanne zaangażowanie na rzecz naszych klientów.

"Odnotowaliśmy dobre wyniki w Europie Zachodniej, szczególnie we Włoszech i w Hiszpanii. W tym kwartale dokonaliśmy też mocnego otwarcia w Grecji. Z niecierpliwością czekamy na rozpoczęcie działalności w Portugalii wiosną 2023 roku. Z ekscytacją przyglądamy się perspektywom dla Dealz w Polsce, gdzie kontynuujemy szybką ekspansję i gdzie w pierwszym kwartale uruchomiliśmy 16 nowych sklepów."

"Coraz bardziej skupiamy się na wykorzystaniu efektu skali i różnorodności biznesu, który stworzyliśmy. Chcemy uwolnić potencjał Grupy jako całości, łącząc imponujące przewagi i możliwości każdej z naszych marek. Podczas gdy otoczenie rynkowe wciąż może być wyzwaniem, mamy przekonanie co do siły naszej oferty skierowanej do klientów i naszej pozycji cenowego lidera. Jesteśmy też pewni naszej zdolności do realizacji strategicznych priorytetów dotyczących dalszego wzrostu."

W razie dodatkowych pytań prosimy o kontakt

Zapytania do Pepco Group:

Lucy McFetrich, dyrektor ds. relacji inwestorskich +44 (0) 203 735 9210

Mat Ankers, tymczasowy dyrektor finansowy Grupy +44 (0) 203 735 9210

Kontakt dla mediów w Polsce:

Maciej Szczepaniak

NBS Communications

kom.: +48 514 985 845

e-mail: mszczepaniak@nbs.com.pl

Piotr Wojtaszek

NBS Communications

kom.: +48 500 202 355

e-mail: pwojtaszek@nbs.com.pl

Kontakt dla mediów poza Polską:

FGS Global:

Rollo Head

James Thompson

+44 (0) 7768 994 987

+44 (0) 7947 796 965

Szczegóły dotyczące telekonferencji:

Pepco Group planuje zorganizować spotkanie dotyczące wybranych wyników operacyjnych za pierwszy kwartał roku obrotowego. Odbędzie się ono w czwartek 12 stycznia o godzinie 08:30 GMT (09:30 CET). Trevor Masters (CEO) i Mat Ankers (tymczasowy CFO) planują krótkie omówienie wyników, po czym przewidziano około 30 minutową sesję pytań i odpowiedzi.

Inwestorzy i analitycy, którzy chcieliby wziąć udział w sesji pytań i odpowiedzi, proszeni są o wybranie numeru 5-10 minut przed planowaną godziną rozpoczęcia spotkania i podanie hasła "Pepco". Zostaną Państwo poproszeni o podanie swojego imienia i nazwiska oraz nazwy instytucji. Operator poinformuje Państwa, kiedy i jak należy zadać pytanie.

Szczegóły dotyczące transmisji spotkania

Zachęcamy do obejrzenia transmisji spotkania (bez możliwości zadawania pytań). By obejrzeć transmisję należy zarejestrować się pod linkiem:

<https://stream.brrmedia.co.uk/broadcast/63bd25afdd6e715032015f33>

Numery dla telekonferencji:

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

Przyszłe wydarzenia rynkowe

1. ZWZA: 2 lutego 2023 r.
2. Śródroczne wyniki za I półrocze zakończone 31 marca 2023: 20 kwietnia 2023 r.

Noty objaśniające:

1. Powyższe informacje finansowe Grupy są sporządzane na podstawie niezaudytowanych danych za okres trzech miesięcy kończący się 31 grudnia 2022 r. W ramach tego segment "Pepco (z wiodącym udziałem odzieży i zróżnicowanym poziomem cenowym)" działa w oparciu o miesiąc kalendarzowy, przy czym okres trzymiesięczny kończy się 31 grudnia 2022 r., a segment "Poundland Group (z wiodącym udziałem FMCG i ujednoliconym poziomem cenowym)" działa przede wszystkim w oparciu o tydzień handlowy, przy czym okres 13 tygodni kończy się 25 grudnia 2022 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 na koniec roku obrotowego 2022 została zaktualizowana w związku z pomyślnym przekształceniem w IV kwartale 15 sklepów Dealz na sklepy w formacie Pepco Plus; które były wcześniej raportowane pod szyldem Dealz, zaś obecnie są raportowane jako sklepy 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 -

Informacje o Grupie Pepco

Grupa Pepco istnieje od 2015 r. a w jej skład wchodzi dwie silne, niezależne dyskontowe sieci detaliczne – Pepco i Poundland – ta druga prowadzi działalność na arenie międzynarodowej pod marką Dealz. Sieci te zaopatrywane są przez globalną firmę PGS, również należącą do Grupy Pepco. Pepco i Poundland działają na rynkach wielu najsilniejszych gospodarek europejskich. Grupa Pepco posiada obecnie około 4 000 sklepów w 19 krajach, w tym w Wielkiej Brytanii, Republice Irlandii, Hiszpanii oraz w regionie Europy Środkowo-Wschodniej, zatrudniając około 43 000 pracowników.

Informacje o Pepco

Po ponad 18 latach ciągłego rozwoju, Pepco obsługuje obecnie ponad 20 milionów klientów miesięcznie, oferując odzież dla całej rodziny, artykuły gospodarstwa domowego i zabawki w najniższych cenach. Centrala marki znajduje się w Poznaniu. Firma zatrudnia około 23 000 pracowników w 17 krajach Europy.

Pierwszych 14 sklepów Pepco otwarto w Polsce w 2004 roku. W 2013 roku Pepco rozszerzyło swoją działalność na Czechy i Słowację, a w latach 2015-2017 otworzyło sklepy w Chorwacji, na Węgrzech, Litwie, w Rumunii i Słowenii. Od 2018 roku spółka posiada sklepy na Łotwie, w Estonii, Bułgarii, Włoszech, Serbii i Hiszpanii oraz Austrii, Niemczech, a także Grecji.

Pepco jest uznawane powszechnie za jedną z najsilniejszych marek i najbardziej dynamicznych spółek w Polsce. Regularnie zdobywa nagrodę Diament Forbesa jako jedna z najszybciej rozwijających się firm w kraju oraz nagrodę Superbrands za jakość i zaufanie wśród polskich konsumentów. Ostatnio Pepco zostało uznane za jednego z najlepszych pracodawców w Polsce roku 2021.

Informacje o Poundland i Dealz

Od czasu otwarcia w 1990 roku pierwszego sklepu w Burton-upon-Trent, miejscowości na północ od Londynu, Poundland zbudował sieć prawie 750 sklepów w Wielkiej Brytanii i Republice Irlandii, oferując towary najlepszych marek i doskonałej jakości produkty marek własnych.

Nagrodzona przez pismo branżowe Retail Week tytułem „Value Discounter of the Year 2019” sieć zatrudnia obecnie około 18 000 pracowników, którzy co tydzień obsługują ponad siedem milionów klientów w Wielkiej Brytanii.

Marka Dealz, od uruchomienia pierwszego sklepu w 2011 roku, stworzyła sieć ponad 300 sklepów w Irlandii, Hiszpanii i Polsce, oferując klientom szeroki wybór ponad 1000 produktów znanych marek i marek własnych. Dealz oferuje klientom prosty i bezpośredni model cenowy znany z Poundland, oferując bezkonkurencyjny stosunek jakości do ceny.