



Komunikat prasowy

29 sierpnia 2017 r.

**DINO POLSKA S.A. – I PÓŁROCZE 2017:
DYNAMICZNY WZROST PRZYCHODÓW, STABILNIE ROSNĄCA RENTOWNOŚĆ,
SILNY WZROST LFL**

Dino Polska S.A., jedna z najszybciej rosnących sieci handlu detalicznego artykułami spożywczymi w Polsce, wypracowała w I półroczu 2017 roku skonsolidowane przychody ze sprzedaży na poziomie 2 018,4 mln zł wobec 1 533,5 mln zł, co oznacza wzrost o blisko 32% rok do roku. Dynamiczny wzrost przychodów był wynikiem rozwoju sieci o nowe placówki oraz wzrostu sprzedaży w istniejącej sieci sklepów (Lfl), który wyniósł w I półroczu 2017 r. 14,7% wobec 10,3% w analogicznym okresie rok wcześniej.

W samym II kw. 2017 r. Grupa Dino osiągnęła wzrost sprzedaży Lfl na poziomie 16,5% (wobec 12,0% rok wcześniej).

Wynik EBITDA (po skorygowaniu o 12,3 mln zł kosztów jednorazowych związanych z przeprowadzoną ofertą publiczną) wzrósł o 37%, do 166,2 mln zł. W okresie styczeń – czerwiec 2017 r. Grupa wypracowała zysk netto na poziomie 77,1 mln zł (nieskorygowany o koszty IPO), co oznacza wzrost o 26% rok do roku.

Na koniec czerwca 2017 roku sieć Dino liczyła 677 sklepów czyli o 120 sklepów więcej w porównaniu do analogicznego okresu rok wcześniej. Równocześnie Grupa miała zabezpieczonych 429 lokalizacji pod nowe sklepy, czyli o 27,7% więcej niż przed rokiem. W I półroczu br. otwartych zostało łącznie 49 nowych sklepów Dino wobec 46 otwarć rok wcześniej. W II kwartale 2017 r. sieć otworzyła 38 nowych sklepów.

Grupa odnotowuje dynamiczny wzrost sprzedaży przy stopniowym wzroście rentowności. Marża brutto Grupy w I półroczu 2017 r. wzrosła o 0,2 pp. do 22,7% r/r, marża EBITDA osiągnęła poziom 8,2% i była wyższa o 0,3 pp. r/r.

W I półroczu 2017 r. Dino Polska S.A. przeprowadziła pierwszą ofertę publiczną akcji. Debiut na rynku głównym Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie miał miejsce w dniu 19 kwietnia 2017 r., a wartość oferty wyniosła ok. 1,65 mld zł.



WYNIKI GRUPY DINO ZA I PÓŁROCZE 2017 ROKU:

w mln PLN	1 H 2017	1 H 2016	Zmiana %
Przychody ze sprzedaży	2 018,4	1 533,5	+31,6%
Marża brutto	22,7%	22,5%	+0,2 pp.
Sprzedaż LfL	14,7%	10,3%	+ 4,4 pp.
EBITDA¹	166,2	121,0	+37,3%
Marża EBITDA¹	8,2%	7,9%	+0,3 pp.
Zysk netto²	77,1	61,3	+25,9%

I półrocze 2017 r. było kolejnym okresem zwiększania skali działalności przez Grupę Dino. Blisko 32-proc. dynamika przychodów (wartościowo wzrost o 484,9 mln zł) rok do roku to efekt przede wszystkim rozwoju sieci Dino o nowe sklepy (w okresie sześciu miesięcy 2017 r. sieć powiększyła się o 49 sklepów) jak i wzrostu przychodów ze sprzedaży w istniejącej sieci sklepów (like for like, LfL) o 14,7% r/r.

Przy rosnącej skali działalności Grupa odnotowuje bardzo dobrą, stopniowo rosnącą rentowność. Marża brutto wyniosła 22,7%, co oznacza wzrost o 0,2 pp. r/r, marża EBITDA osiągnęła poziom 8,2% i była wyższa o 0,3 pp. r/r.

Zgodnie ze strategią Grupa kontynuuje szybki rozwój sieci supermarketów Dino, otwierając nowe, własne sklepy i wyszukując kolejne lokalizacje pod dalszą ekspansję. Na koniec I półrocza 2017 r. Grupa miała o 120 sklepów więcej niż w analogicznym okresie 2016 r. osiągając poziom 677 sklepów. Grupa na koniec czerwca 2017 r. zwiększyła bank ziemi i miała 429 zabezpieczonych lokalizacji pod nowe sklepy (w tym działki zakupione i umowy przedwstępne na zakup działek). Grupa, zgodnie z przyjętą strategią, planuje przekroczyć liczbę 1200 otwartych sklepów do końca 2020 roku.

Rynek handlu detalicznego artykułami spożywczymi

W I półroczu 2017 roku na rynku handlu detalicznego artykułami spożywczymi w Polsce utrzymywały się pozytywne trendy widoczne zarówno w 2016 roku jak i w I półroczu 2017 r. Dobra sytuacja rynkowa, rosnące dochody Polaków, powracająca inflacja sprzyjają dalszej poprawie nastrojów konsumenckich i tym samym całemu rynkowi handlu detalicznego artykułami spożywczymi jak i segmentowi proximity.

¹ EBITDA skorygowana o jednorazowe koszty związane z IPO (1,1 mln zł w 1H 2016 i 12,3 mln zł w 1H 2017)

² zysk netto nieskorygowany



Wzrost dochodu rozporządzalnego przekłada się istotnie na częstsze i zwiększone zakupy Polaków. Dynamika cen konsumpcyjnych widoczna od końca 2016 r. dodatkowo wpływa na wzrost przychodów ze sprzedaży like for like.

Według raportu Rolanda Bergera (z listopada 2016 r.) oczekuje się zwiększania całościowej sprzedaży na rynku handlu detalicznego artykułami spożywczymi w Polsce w tempie 3,7% średniorocznie do roku 2020.

Z kolei segment proximity może być najszybciej rozwijającym się segmentem handlu detalicznego artykułami spożywczymi w Polsce pod względem średniorocznego wzrostu liczby sklepów do 2020 r.

*I półrocze to dobry okres zarówno dla całego rynku handlu detalicznego artykułami spożywczymi jak i dla Dino. Wypracowaliśmy w tym okresie bardzo dobre wyniki. Dynamicznie zwiększamy wielkość sprzedaży i jednocześnie odnotowujemy satysfakcjonującą i stopniowo rosnącą rentowność. Otwieramy nowe sklepy, regularnie zwiększając skalę działalności. Osiągamy wysoki poziom sprzedaży LfL - w istniejącej sieci sklepów. W I półroczu sprzedaż LfL wzrosła o 14,7% rok do roku, z kolei w samym II kwartale wzrost ten osiągnął poziom 16,5%. Podsumowując jesteśmy zadowoleni z wyników I półrocza - **mówi Szymon Piduch, Prezes Zarządu Dino Polska. S.A.***

*Dobre nastroje konsumenckie związane z rosnącymi dochodami Polaków i sprzyjającą sytuacją makroekonomiczną są wsparciem dla dalszego dynamicznego rozwoju supermarketów proximity, takich jak Dino. Dynamika cen konsumpcyjnych dodatkowo sprzyja rynkowi, na którym działamy. Pozytywne tendencje rynkowe widoczne w I połowie roku są dobrą zapowiedzią kolejnych miesięcy 2017 roku. Zwiększyliśmy w I półroczu nasz bank ziemi o blisko 28% rok do roku, mamy zabezpieczonych 429 lokalizacji pod dalszy rozwój. W II połowie roku chcemy znacznie przyspieszyć dynamikę otwarcia nowych sklepów Dino – **dodał Szymon Piduch.***

Dodatkowych informacji udziela:

Beata Cioczek

M+G

tel. +48 22 416 01 02, +48 508 385 432

e-mail: beata.cioczek@plusg.com.pl

Więcej informacji o Dino Polska S.A.:

Dino to wiodący gracz w perspektywnym i rosnącym segmencie supermarketów proximity w Polsce. W latach 2010-2015 Dino było najszybciej rozwijającą się siecią supermarketów proximity w Polsce (pod względem średniej rocznej stopy wzrostu liczby sklepów i przychodów ze sprzedaży), a w 2015 roku drugą siecią w segmencie proximity pod względem wielkości przychodów ze sprzedaży (według raportu Rolanda Bergera z listopada 2016 r.).



Sieć Dino obejmuje 677 sklepów (dane na 30.06.2017 r.), zlokalizowanych głównie w zachodniej części Polski, o średniej powierzchni sali sprzedaży wynoszącej ok. 400 m². Większość sklepów Dino jest zlokalizowana w mniejszych miejscowościach, średnich miastach oraz na peryferiach dużych miast, w lokalizacjach dogodnych dla klientów.

Model biznesowy Grupy Dino łączy zalety formatu proximity oraz umiejętność szybkiej ekspansji sieci sklepów, atrakcyjny asortyment, na który składają się przede wszystkim markowe i świeże produkty oraz konkurencyjne ceny.

Sklepy Dino oferują klientom ok. 5 tys. pozycji asortymentowych (tzw. SKU), w tym w większości produkty pod znanymi markami oraz produkty świeże. Grupa Dino oferuje kluczowe produkty w cenach podobnych jak w największych sieciach handlu detalicznego artykułami spożywczymi w Polsce. Jednym z najważniejszych aspektów, które odróżniają Grupę Dino od sieci dyskontowych jest posiadanie stoisk mięsnych z obsługą w każdym sklepie. Wysokiej jakości mięsa, wędliny oraz przetwory mięsne dostarczane są głównie przez Agro-Rydzynę, zakład mięsny będący częścią Grupy Dino.

Sieć logistyczna Grupy Dino oparta jest na trzech centrach dystrybucyjnych: w Krotoszynie, Jastrowiu i Piotrkowie Trybunalskim. Jej zasięg geograficzny umożliwia dostawy świeżych produktów do wszystkich sklepów sieci Dino we wszystkie dni w tygodniu.

Spółka jest właścicielem zdecydowanej większości gruntów i nieruchomości, w których zlokalizowane są sklepy Dino. W połączeniu z dobrze funkcjonującym modelem biznesowym, umożliwiło to szybki rozwój sieci Dino na przestrzeni ostatnich lat i wzrost liczby sklepów ze 111 na koniec 2010 roku do 677 na koniec czerwca 2017 roku.

Od kwietnia 2017 roku Spółka jest notowana na rynku głównym GPW. Na koniec czerwca 2017 roku Grupa Dino zatrudniała 11.420 osób.

Więcej informacji na www.grupadino.pl