



Komunikat prasowy

23 maja 2017 r.

## **DINO POLSKA S.A. – I KW. 2017: WZROST PRZYCHODÓW O 29%, WZROST LFL O 12,6%, ROSNĄCY PORTFEL NIERUCHOMOŚCI POD DALSZY ROZWÓJ**

Dino Polska S.A., jedna z najszybciej rosnących sieci handlu detalicznego artykułami spożywczymi w Polsce odnotowała w I kwartale 2017 roku wzrost przychodów ze sprzedaży i rentowności.

Grupa Dino wypracowała w I kwartale 2017 roku skonsolidowane przychody ze sprzedaży na poziomie 910,3 mln zł wobec 707,4 mln zł, co oznacza wzrost o blisko 29% rok do roku. Dynamiczny wzrost przychodów był wynikiem rozwoju sieci o nowe placówki oraz wzrostu sprzedaży w istniejącej sieci sklepów (Lfl), który w I kwartale br., wyniósł 12,6% wobec 8,4% w analogicznym okresie rok wcześniej.

Wynik EBITDA (po skorygowaniu o blisko 3 mln zł kosztów jednorazowych związanych z ofertą publiczną) wzrósł o 29%: do 68,5 mln zł z 53,1 mln zł rok wcześniej. W okresie styczeń – marzec 2017 r. Grupa wypracowała zysk netto na poziomie 30,4 mln zł wobec 23,4 mln zł, co oznacza wzrost o 30% rok do roku.

Na koniec marca 2017 roku sieć Dino liczyła 639 sklepów. Równocześnie Grupa miała zabezpieczonych 389 lokalizacji pod nowe sklepy, czyli o 25% więcej niż przed rokiem. W I kwartale br. otwartych zostało 11 nowych sklepów Dino. Poprawa warunków atmosferycznych w pierwszych tygodniach drugiego kwartału 2017 r. umożliwiła wznowienie robót budowlanych, co przyczyni się do zwiększenia liczby otwarć nowych sklepów w kolejnych kwartałach 2017 r.

Na przełomie I i II kwartału tego roku 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 PO I KWARTALE 2017 ROKU:

w mln PLN	1 kw. 2017	1 kw. 2016	Zmiana
Przychody ze sprzedaży	910,3	707,4	+28,7%
Sprzedaż LfL	12,6%	8,4%	4,2 pp.
EBITDA	68,5	53,1	+29,0%
Marża EBITDA	7,50%	7,52%	0,02 pp.
Zysk netto	30,4	23,4	+30,2%

I kwartał 2017 r. był kolejnym okresem zwiększania skali działalności przez Grupę Dino. Blisko 29-proc. dynamika przychodów (wartościowo wzrost o 203 mln zł) rok do roku to efekt zarówno rozwoju sieci Dino o nowe sklepy (w 2016 r. sieć powiększyła się o 117 sklepów) jak i wzrostu przychodów ze sprzedaży w istniejącej sieci sklepów (like for like, LfL) o 12,6% r/r.

Grupa odnotowała w I kwartale 2017 podobną rentowność jak w analogicznym okresie 2016 r. - 7,5%. Zgodnie ze strategią Grupa kontynuuje szybki rozwój sieci supermarketów Dino, wyszukując kolejne lokalizacje pod własne sklepy i otwierając nowe sklepy. Na koniec I kwartału Grupa miała zabezpieczonych 389 lokalizacji (w tym działki zakupione i umowy przedwstępne na zakup działek). Grupa planuje przekroczyć liczbę 1200 otwartych sklepów do końca 2020 roku.

### Rynek handlu detalicznego artykułami spożywczymi

W I kwartale 2017 roku na rynku handlu detalicznego artykułami spożywczymi w Polsce utrzymywały się pozytywne trendy widoczne w 2016 roku, takie jak: sprzyjająca sytuacja makroekonomiczna, niski wskaźnik bezrobocia, rosnące wynagrodzenia (w tym od stycznia 2017 r. wzrost płacy minimalnej do 2000 zł brutto) i rządowy program 500+. Dobra sytuacja rynkowa i rosnący dochód rozporządzalny wspierają konsumpcję indywidualną w Polsce.

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.

*Jesteśmy zadowoleni z wyników osiągniętych w I kwartale - wypracowaliśmy blisko 29-proc. wzrost przychodów i znacząco zwiększyliśmy portfel nieruchomości pod dalszy rozwój naszej sieci. Wraz ze znaczącym wzrostem sprzedaży notujemy wysokie, zbliżone do ubiegłorocznych poziomów, wskaźniki rentowności. Blisko 30-proc. dynamika sprzedaży to efekt rozwoju sieci sklepów o nowe placówki oraz wzrostu sprzedaży w sieci sklepów istniejących LfL wynoszącego w I kwartale 12,6%. Sprzyjają nam także dobre nastroje konsumenckie, na co wpływ ma m.in. dobra sytuacja makroekonomiczna oraz wzrost dochodów Polaków – mówi Szymon Piduch, Prezes Zarządu Dino Polska. S.A.*

*Przełom pierwszego i drugiego kwartału tego roku był dodatkowo ważnym dla nas okresem, ze względu na ofertę publiczną naszej Spółki, która spotkała się z ogromnym zainteresowaniem zarówno polskich jak i zagranicznych instytucji oraz inwestorów*



indywidualnych w kraju. Okazane przez inwestorów zaufanie dodatkowo motywuje nas do utrzymania dynamicznego tempa rozwoju 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@mplug.com.pl](mailto:beata.cioczek@mplug.com.pl)

#### **Więcej informacji o Dino Polska S.A.:**

*Dino to wiodący gracz w perspektywicznym 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 639 sklepów (dane na 31.03.2017 r.), zlokalizowanych głównie w zachodniej części Polski, o średniej powierzchni sali sprzedaży wynoszącej ok. 400 m<sup>2</sup>. 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-Rydzyń, 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 639 na koniec marca 2017 roku. Od kwietnia 2017 roku Spółka jest notowana na rynku głównym GPW. Na koniec marca 2017 roku Grupa Dino zatrudniała 10.681 osób.*

**Więcej informacji na [www.grupadino.pl](http://www.grupadino.pl)**