



Komunikat prasowy

14 listopada 2017 r.

**DINO POLSKA S.A. PO 3 KWARTAŁACH 2017:
KONTYNUACJA DYNAMICZNEGO WZROSTU SKALI DZIAŁALNOŚCI,
DWUCYFROWY WZROST SPRZEDAŻY LfL, ROSNĄCA RENTOWNOŚĆ**

Grupa Dino Polska S.A., jedna z najszybciej rosnących sieci handlu detalicznego artykułami spożywczymi w Polsce, wypracowała w III kwartale 2017 roku wzrost przychodów o 33,1% do 1 220,2 mln zł, w tym wzrost sprzedaży LfL na poziomie 16,1% (wobec 10,8% rok wcześniej). Zysk EBITDA¹ i wynik netto wzrosły odpowiednio o 37,3% (do 108,9 mln zł) i o 22,3% r/r (do 63,5 mln zł).

Narastająco po trzech kwartałach 2017 r. skonsolidowane przychody ze sprzedaży Grupy Dino sięgnęły 3 238,6 mln zł i były o 32,2% większe niż rok temu. Oznacza to, że przychody po trzech kwartałach osiągnęły już poziom zbliżony do wypracowanego przez Grupę w całym 2016 roku. Dynamiczny wzrost przychodów był wynikiem rozwoju sieci o nowe placówki oraz wzrostu sprzedaży w istniejącej sieci sklepów (LfL), który wyniósł po trzech kwartałach 2017 r. 15,2% wobec 10,5% w analogicznym okresie rok wcześniej.

Wynik EBITDA po dziewięciu miesiącach 2017 r. wzrósł o 37,3%, do 275,2 mln zł. W okresie styczeń – wrzesień 2017 r. Grupa wypracowała zysk netto na poziomie 140,7 mln zł, co oznacza wzrost o 24,2% rok do roku.

Na koniec września 2017 roku sieć Dino liczyła 718 sklepów, o 129 sklepów więcej w porównaniu do analogicznego okresu rok wcześniej. Równocześnie Grupa miała zabezpieczonych 469 lokalizacji pod budowę nowych marketów, czyli o 41,7% więcej niż przed rokiem. W okresie trzech kwartałów br. otwartych zostało łącznie 90 nowych sklepów Dino wobec 78 otwarć rok wcześniej. W III kwartale 2017 r. sieć otworzyła 41 nowych sklepów wobec 33 w III kwartale 2016 r.

Trzy kwartały 2017 r. były kolejnym okresem zwiększania skali działalności przez Grupę Dino. 32-proc. dynamika przychodów (wartościowo wzrost o 788,5 mln zł) rok do roku to efekt przede wszystkim rozwoju sieci Dino o nowe sklepy (w okresie dziewięciu miesięcy 2017 r. sieć powiększyła się o 90 placówek) jak i wzrostu przychodów ze sprzedaży w istniejących sklepach (like for like, LfL) o 15,2% r/r.

Przy wzroście skali działalności Grupa odnotowuje dobrą, stopniowo rosnącą rentowność. Marża brutto po 9 miesiącach 2017 r. wzrosła o 0,15 pp. r/r, marża EBITDA osiągnęła poziom 8,5% i była wyższa o 0,32 pp. r/r.

¹ dane dotyczące wyniku EBITDA i marży EBITDA w niniejszym komunikacie prezentowane są po wyłączeniu kosztów jednorazowych dotyczących przeprowadzonej oferty publicznej, które Spółka ponosiła w okresie II kw. 2016 – II kw. 2017. Koszty te są szczegółowo opisane w raporcie okresowym Grupy za III kwartał 2017 r.



WYNIKI GRUPY DINO PO TRZECH KWARTAŁACH 2017 ROKU:

w mln PLN	3Q 2017	3Q 2016	3Q zmiana	1-3Q 2017	1-3Q 2016	1-3Q zmiana
Przychody ze sprzedaży	1 220,2	916,6	+33,1%	3 238,6	2 450,1	+32,2%
Sprzedaż Lfl	16,1%	10,8%	+5,3pp.	15,2%	10,5%	+ 4,7 pp.
EBITDA	108,9	79,4	+37,3%	275,2	200,4	+37,3%
Marża EBITDA	8,9%	8,7%	+0,27 pp.	8,5%	8,2%	+0,32 pp.
Zysk netto	63,5	52,0	+22,3%	140,7	113,2	+24,2%

Zgodnie ze strategią Grupa kontynuuje szybki rozwój sieci supermarketów Dino, otwierając nowe, własne sklepy i wyszukując kolejne lokalizacje pod dalszą ekspansję. Na koniec września 2017 r. Grupa miała o 129 sklepów więcej niż w analogicznym okresie 2016 r. osiągając poziom 718 sklepów. Grupa na koniec września 2017 r. zwiększyła bank ziemi i miała 469 zabezpieczonych lokalizacji pod budowę nowych marketów (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

Rynek handlu detalicznego artykułami spożywczymi w Polsce regularnie rośnie. Dobra sytuacja rynkowa, rosnące dochody Polaków, dynamika cen konsumpcyjnych sprzyjają całemu rynkowi handlu detalicznego artykułami spożywczymi jak i segmentowi proximity.

Utrzymujący się rekordowo niski poziom bezrobocia w Polsce (w październiku stopa bezrobocia wyniosła 6,6%) oraz stopniowa poprawa sytuacji ekonomicznej Polaków mają wpływ na rosnącą siłę nabywczą i wzrost konsumpcji. Według NBP wzrost gospodarczy Polski wyniesie 4,2% w 2017 r. oraz 3,6% w 2018 r. Czynniki te są dobrym prognostykiem dla branży handlu detalicznego artykułami spożywczymi na kolejne kwartały.

Według raportu Rolanda Bergera (z listopada 2016 r.) segment proximity może być najszybciej rozwijającym się segmentem handlu detalicznego artykułami spożywczymi w Polsce pod względem średniorocznego wzrostu liczby sklepów do 2020 r.

Realizujemy strategię opartą na rozwoju organicznym, kontynuując szybki wzrost liczby sklepów i przychodów ze sprzedaży w istniejącej sieci sklepów. W efekcie wypracowaliśmy po dziewięciu miesiącach bardzo dobre wyniki sprzedaży, na poziomie zbliżonym do osiągniętych w całym 2016 roku. Jednocześnie odnotowujemy rosnącą rentowność i konsekwentny wzrost wyniku netto. Nasza sprzedaż like for like utrzymuje się na wysokim, dwucyfrowym poziomie. W samym trzecim kwartale wynosiła 16,1%, a narastająco w okresie dziewięciu miesięcy 2017 roku 15,2%. Cały czas otwieramy nowe sklepy. W całym 2017 roku planujemy otworzyć przynajmniej 140 sklepów – mówi Szymon Piduch, Prezes Zarządu Dino Polska S.A.



Otoczenie rynkowe, w tym zwiększona siła nabywcza Polaków związana z poprawiającą się sytuacją ekonomiczną i rosnące ceny konsumpcyjne, sprzyja rynkowi handlu detalicznego artykułami spożywczymi. Uważamy, że pozytywne tendencje widoczne na rynku konsumenckim w tym roku utrzymają się także w kolejnych kwartałach, a to, w połączeniu z atrakcyjnością naszego formatu supermarketów proximity, powinno pozwolić na utrzymanie dotychczasowej dynamiki wzrostu skali działalności i wysokiego wzrostu sprzedaży LfL – **dodał Szymon Piduch.**

Dodatkowych informacji udziela:

Beata Cioczek

M+G

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

e-mail: beata.cioczek@mplusg.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 718 sklepów (dane na 30.09.2017 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 oraz wędliny dostarczane są głównie przez Agro-Rydzyne, zakład mięsny będący częścią Grupy Dino.

Zaplecze logistyczne Grupy Dino jest stale dopasowywane do rosnącej sieci sklepów w celu uzyskania maksymalnej efektywności i składa się obecnie m. in. z trzech centrów dystrybucyjnych: w Krotoszynie, Jastrowiu i Piotrkowie Trybunalskim. Ich zasięg umożliwia codzienne dostawy produktów świeżych oraz regularne dostawy pozostałego asortymentu do wszystkich sklepów Dino.

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 718 na koniec września 2017 roku.

Od kwietnia 2017 roku Spółka jest notowana na rynku głównym GPW. Na koniec września 2017 roku Grupa Dino zatrudniała 12 tys. osób.

Więcej informacji na www.grupadino.pl