

16 stycznia 2025 r.

## Pepco Group N.V. - komunikat nt. wybranych wyników operacyjnych za I kwartał roku obrotowego 2025.

Pepco Group, zorientowana na wzrost sieć dyskontowych sklepów wielobranżowych, właściciel marek Pepco i Dealz w Europie oraz Poundland w Wielkiej Brytanii, publikuje wybrane wyniki za I kwartał roku obrotowego 2025, zakończony 31 grudnia 2024 r.<sup>1</sup>

### Podsumowanie

- Przychody Grupy za I kwartał wyniosły 1,9 mld euro, co oznacza wzrost przychodów o 3% rok do roku przy stałym kursie walutowym
- Przychody Grupy według danych porównywalnych (LFL) spadły o 1,1% w I kwartale, z pozytywnym wynikiem LFL sieci Pepco oraz Dealz obciążonym przez wciąż niesprzyjające wyniki Poundland
  - Przychody LFL Pepco wzrosły o 1,4%, przy rosnącym wolumenie sprzedaży, będącym wynikiem poprawionej dostępności towarów i lepszej pozycji cenowej
  - Przychody LFL Poundland spadły o 7,3%, głównie za sprawą wciąż słabych wyników sprzedaży odzieży i towarów codziennego użytku, a także z uwagi na wcześniej sygnalizowane trudne warunki rynkowe
  - Przychody LFL Dealz wzrosły o 6,6% przy silnym popycie na zarówno towary szybkozbywalne, jak i na produkty codziennego użytku
- Marża brutto Grupy wzrosła o ponad 140 pkt. bazowych rok do roku w I kwartale roku obrotowego 2025, przy silnych wynikach Pepco, osłabiona przez niższe marże w Poundland
- Grupa Pepco uruchomiła swój pięcioletni sklep, a w I kw. 2025 otworzyła łącznie 63 nowe sklepy netto, głównie za sprawą otwarć nowych sklepów Pepco w kluczowym dla nas regionie Europy Środkowo-Wschodniej.

### Podsumowanie I kwartału roku obrotowego 2025

	Pepco	Poundland	Dealz	Grupa łącznie
Przychody w mln EUR <sup>2</sup>	1 265	563	106	1 934
Wzrost przychodów rdr, stałe kursy <sup>3</sup>	8,4%	(9,3%)	16,2%	3,1%
Wzrost przychodów wg danych porównywalnych (LFL) <sup>4</sup>	1,4%	(7,3%)	6,6%	(1,1%)
<b>Liczba sklepów</b>				
Łączna liczba sklepów na początku okresu	3 781	836	331	4 948
Nowe otwarcia	80	2	13	95
Zamknięcia	(16)	(13)	(3)	(32)
Łączna liczba sklepów na końcu okresu	3 845	825	341	5 011
Liczba netto nowych sklepów na koniec okresu	64	(11)	10	63
Łączny wzrost powierzchni handlowej (m <sup>2</sup> )	8,3%	(4,6%)	11,3%	5,2%

### Komentując wyniki pierwszego kwartału, Stephen Borchert, prezes Pepco Group, powiedział:

„Grupa pokazała mieszane wyniki w pierwszym kwartale, z dobrymi wynikami marek Pepco, jak i Dealz, częściowo obciążonymi przez bieżące trudności w Poundland. Cieszy nas fakt, że marka Pepco – koło zamachowe przyszłego strategicznego i finansowego wzrostu Grupy – odnotowała pierwszy od ponad roku kwartał ze wzrostem sprzedaży w ujęciu like-for-like. To odzwierciedlenie naszej poprawionej oferty, dostosowania cen oraz zwiększenia dostępności

produktów, przy stałej poprawie marży brutto. Sieć Dealz również zwiększyła sprzedaż like-for-like o 6,6%, ponieważ poczynione przez nas inwestycje sprawiły, że zwiększył się popyt na oferowaną przez nas żywność i towary codziennego użytku.”

„Poundland odnotował spadek przychodów LFL, w dużej mierze spowodowany utrzymującymi się słabymi wynikami sprzedaży odzieży i towarów codziennego użytku, po przejściu na produkty pochodzące z oferty Pepco, notuje także spadek marży brutto. Przywrócenie Poundland na właściwe tory stanowi kluczowy priorytet. W ramach tych działań podejmujemy kompleksową ocenę działalności i natychmiastowe działania zmierzające do polepszenia osiąganych wyników gotówkowych i poprawy oferty dla klientów.”

„Otwarcie pięcioletniego sklepu Grupy Pepco to dla nas przełomowy moment, który podkreśla potencjał dalszego rozwoju naszej sieci. Dążymy do wzmacniania oferty produktowej i utrzymania atrakcyjnej polityki cenowej, aby jeszcze lepiej odpowiadać na potrzeby klientów i osiągać coraz lepsze wyniki. Ponadto, skoncentrujemy się na dalszym zwiększaniu zwrotu z kapitału poprzez przemyślaną ekspansję sklepów, by osiągać kolejne sukcesy na naszych kluczowych rynkach w Europie.”

## **NAJWAŻNIEJSZE INFORMACJE**

Przychody LFL Grupy spadły o 1,1% w pierwszym kwartale, mimo pozytywnych efektów działalności Pepco i Dealz, obciążonych wynikami Poundland.

- Pepco zanotowało solidny kwartał, przy wzroście przychodów LFL o 1,4%, dzięki poprawie dostępności produktów oraz poprawie dzięki ponownej koncentracji na odpowiedniej wycenie najlepiej sprzedających się produktów, co przełożyło się na wzrost wolumenów sprzedaży w tym okresie. Marża brutto w ujęciu rok do roku także wyraźnie się poprawiła w tym kwartale. Problemy techniczne u dostawcy oprogramowania Blue Yonder, odczuwane przez Pepco w drugiej połowie I kwartału roku obrotowego 2025 zostały w dużej mierze rozwiązane, a wszystkie centra dystrybucyjne działają sprawnie.
- Poundland doświadczył trudnych warunków handlowych w I kwartale roku obrotowego 2025, przy spadku sprzedaży LFL o 7,3%. Było to spowodowane głównie wciąż słabymi wynikami sprzedaży odzieży i towarów codziennego użytku, przy dwucyfrowych spadkach w obu tych kategoriach. Sprzedaż porównywalna w kluczowej dla Poundland kategorii towarów szybkozbywalnych także była na minusie, przy obserwowanej silnej konkurencji w Wielkiej Brytanii. Niższa sprzedaż wraz ze skurczeniem się marży brutto wpłynęła na dochodowość Poundland w tym okresie, zarówno wobec oczekiwań Spółki, jak i w porównaniu do tego samego okresu ubiegłego roku.
- Dealz zrealizował mocne wyniki kwartalne, przy wzroście LFL o 6,6% i obserwowanym rosnącym popycie na żywność i towary codziennego użytku.

Grupa osiągnęła przełomowy moment, prowadząc działalność w ponad pięciu tysiącach sklepów, po otwarciu 63 nowych sklepów netto. Grupa spodziewa się otworzyć ok. 300 nowych sklepów netto w roku obrotowym 2025.

- Pepco: uruchomiono 64 nowe sklepy netto w ciągu I kw., w większości w Europie Środkowo-Wschodniej, w tym 22 nowe sklepy netto w Polsce
- Poundland: zamknięto netto 11 sklepów, głównie na skutek wygaśnięcia umów najmu większych lokali
- Dealz Poland: 10 nowych sklepów uruchomionych w tym okresie. Dealz prowadzi obecnie 341 sklepów w Polsce

## **PERSPEKTYWY**

W dalszym ciągu obserwujemy zróżnicowaną dynamikę wyników naszych marek. Jesteśmy zadowoleni ze wzrostów odnotowywanych przez Pepco i Dealz oraz ich powrotu do wzrostu sprzedaży LFL w I kwartale. Pozostajemy przekonani,

że Pepco osiągnie rentowny wzrost w ciągu tego roku obrotowego, napędzany dalszymi usprawnieniami operacyjnymi i ulepszeniem podstawowej oferty dla klientów, przy stałej poprawie marży brutto.

Sytuacja Poundland stanowi większe wyzwanie pod kątem poziomu sprzedaży, biorąc pod uwagę wcześniej opisywane trudniejsze warunki rynkowe oraz trendy wśród brytyjskich konsumentów, przy presjach na marżę i rosnących zewnętrznych kosztach operacyjnych. Spodziewamy się, że relatywnie najtrudniejszy w kontekście bazy porównawczej kwartał dla Poundland jest już za nami – analogiczny kwartał rok temu reprezentował okres sprzed zmian w ofercie odzieży i produktów codziennego użytku. W związku z tym spodziewamy się, że negatywna dynamika sprzedaży Poundland będzie stopniowo słabła w kolejnych miesiącach. Jednocześnie Poundland nie otworzy w tym roku nowych sklepów w ujęciu netto.

Wciąż prowadzimy kompleksowy przegląd działalności Poundland, mający na celu odbudowę wyników i przywrócenie kluczowych atutów naszej działalności, w tym na dogłębnej analizie wszystkich kosztów oraz ocenie ogólnej pozycji konkurencyjnej firmy.

Aktualizację strategicznych planów Grupy przedstawimy podczas Dnia Rynków Kapitałowych (dzień inwestora), który zaplanowano na 6 marca 2025 r.

## **NADCHODZĄCE WYDARZENIA**

- Dzień rynków kapitałowych (dzień inwestora): 6 marca 2025 r.
- Doroczne walne zgromadzenie akcjonariuszy: 12 marca 2025 r.

## **ZAPYTANIA**

### Inwestorzy i analitycy

Tej Randhawa, Relacje Inwestorskie	+44 (0) 203 735 9210
Joanna Kwak, Relacje Inwestorskie	+44 (0) 203 735 9210

### Media

Maciej Szczepaniak	+48 514 985 845
Krzysztof Kokoszczynski	+48 453 030 170

## **NOTY OBJAŚNIAJĄCE**

1. Dane finansowe Grupy zostały sporządzone na podstawie danych niezbadanych przez biegłego rewidenta za okres 3 miesięcy zakończony 31 grudnia 2024 r. W tym kontekście Pepco prezentuje wyniki w oparciu o miesiące kalendarzowe w ramach okresu 3 miesięcy zakończony 31 grudnia 2024 r., natomiast Grupa Poundland zasadniczo wykazuje swoje wyniki w oparciu o tygodnie handlowe i 13-tygodniowy okres zakończony 29 grudnia 2024 r.
2. Przychody nie są zbadane przez biegłego rewidenta przy walutach obcych przeliczanych przy użyciu średniego kursu walutowego z miesiąca ich wystąpienia.
3. Wzrost przychodów jest raportowany przy założeniu stałego kursu walutowego, przeliczony przy użyciu kursu walutowego z poprzedniego roku dla wartości z zarówno obecnego, jak i poprzedniego roku.
4. Wzrost przychodów LFL przeliczany jest przy założeniu stałego kursu walutowego i definiowany jest jako wzrost przychodów w ujęciu rok do roku dla sklepów otwartych dłużej niż od roku.

## **INFORMACJE O DZIAŁALNOŚCI**

**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 -