

10 grudnia 2024 r.

Pepco Group N.V.
Wyniki wstępne za rok obrotowy zakończony 30 września 2024 r.
 Dogodna pozycja dla strategicznego rozwoju

Dynamicznie rozwijająca się paneuropejska sieć dyskontowych sklepów wielobranżowych Pepco Group publikuje dziś swoje wstępne, niezaudytowane, wyniki za 12 miesięcy zakończone 30 września 2024 r.¹

NAJWAŻNIEJSZE INFORMACJE

- Grupa wygenerowała rekordowe przychody za cały rok obrotowy w wysokości 6,2 mld EUR, co oznacza wzrost o 10,2% rok do roku, do czego przyczynił się wzrost liczby nowych sklepów
- Marża brutto Grupy wyraźnie wzrosła o 390 pkt. bazowych rok do roku, do 43,9%, z najsilniejszym wzrostem w sieci Pepco
- Rekordowa EBITDA bazowa (MSSF 16) osiągnęła 944 mln EUR, co oznacza wzrost o 25,2%, napędzana wzrostem EBITDA sieci Pepco, wynoszącym 41,7% rok do roku.
- Raportowana strata netto w ujęciu rocznym w wysokości 662 mln EUR, związana z niegotówkowym odpisem o wartości 775 mln EUR, spowodowanym utratą wartości przez Poundland, w następstwie słabych wyników i perspektyw
- Wzrost wolnych środków pieniężnych do wartości 168 mln EUR, powodujący obniżenie zadłużenia netto (sprzed MSSF 16) do poziomu 256 mln EUR (wskaźnik efektu dźwigni finansowej sprzed MSSF 16 wynoszący 0,5x)
- Solidny bilans Grupy oraz profil płynności
- Wdrożenie nowej polityki zwrotu z kapitału i inauguracyjna dywidenda za rok finansowy 2024

WYNIKI FINANSOWE

	Rok obrotowy 2024	Rok obrotowy 2023 (po korekcie)	r/r (raportowane)	r/r (stały kurs walutowy) ²
Przychody (w mln EUR) ²	6,167	5,596	10,2%	8,1%
Przychody w ujęciu LFL (%) ³	-3,2%	+6,0%	n.d.	n.d.
Zysk brutto (w mln EUR)	2,706	2,239	20,9%	18,47%
Marża brutto ze sprzedaży (%)	43,9%	40,0%	390 p.b.	390 p.b.
Bazowa EBITDA ⁴ (MSSF 16) (w mln EUR)	944	754	25,2%	23,3%
Bazowa EBITDA ⁴ (sprzed MSSF 16) (w mln EUR)	515	402	28,1%	26,6%
Bazowy zysk przed opodatkowaniem ⁵ (w mln EUR)	271	214	26,6%	25,7%
Bazowy zysk po opodatkowaniu (w mln EUR)	179	157	14,0%	15,3%
Bazowy zysk na akcję (w eurocentach)	31,1	27,2	14,3%	15,4%
Pozycje klasyfikowane jako inne niż bazowe (w mln EUR)	(825)	(55)	>200%	>200%
Wykazany zysk przed opodatkowaniem (w mln EUR)	(554)	159	<-200%	<-200%
Wykazany zysk (strata) netto	(662)	-108	<-200%	<-200%
Wykazany zysk na akcję (w eurocentach)	(114,9)	18,8	<-200%	<-200%
Dywidenda na akcję (w eurocentach)	6,2	-	-	-
Strata z zakończonej działalności (w mln EUR)	(49)	(12)	<-200%	<-200%

	Rok obrotowy 2024	Rok obrotowy 2023	r/r (raportowane)
Zadłużenie netto ⁶ (sprzed MSSF 16, w mln EUR)	256	411	-37,5%
Dźwignia w ost. 12 miesiącach (sprzed MSSF 16)	0,5x	1,0x	-0,5x
Zadłużenie netto (MSSF 16)	1 631	1 692	-3,6%
Dźwignia w ost. 12 miesiącach (MSSF 16)	1,7x	2,2x	-0,5X

Uwagi:

- Liczby powyżej oparte są na działalności kontynuowanej, chyba że zaznaczono inaczej
- Austria jest zaklasyfikowana jako działalność zaniechana po wyjściu Grupy z tego kraju. Wszystkie liczby powyżej (w tym porównania) nie wliczają Austrii

- Przychody Grupy wyniosły 6 167 mln EUR, co oznacza wzrost o +10,2% w ujęciu rok do roku
 - Wzrost przychodów Pepco o +14,2%; Poundland o +0,2%; Dealz Poland o 39,5%
- Przychody w warunkach porównywalnych (LFL) spadły w trakcie roku o 3,2%
 - LFL w Pepco spadek o 2,8%, aczkolwiek w trakcie roku wyniki poprawiały się, osiągając wzrost przychodów LFL poczynając od września 2024
 - LFL dla Poundland (-3,6%) i Dealz Poland (-4,8%) - widoczny negatywny wpływ przechodzenia w zakresie odzieży i towarów codziennego użytku na asortyment z oferty Pepco
- Grupa otworzyła 392 nowych sklepów netto w ciągu roku (w r. obr. 2023: 648), co dało łączną liczbę działających sklepów na poziomie 4 948 wg stanu na 30 września 2024
 - Pepco, Poundland i Dealz Poland uruchomiły, odpowiednio, 331, 13 i 48 nowych sklepów netto
 - Lepszy rozwój nowych sklepów wyniku ponownego skoncentrowania się na Pepco w Europie Środkowo-Wschodniej, który to region oferuje najwyższe zwroty w całej Grupie
- Marża brutto poprawiła się o 390 pkt. bazowych do 43,9%, dzięki silnemu odbiciu w Pepco (+530 pkt. bazowych r/r)
 - Marża brutto w Pepco 46,9%, Poundland: 38,6%, Dealz Poland: 33,4%
- Rekordowa EBITDA bazowa (MSSF 16) w wysokości 944 mln EUR przy wzroście o 25,2% w ujęciu rok do roku przy marży EBITDA większej o 180 pkt. bazowych i wynoszącej 15,3%
 - Solidny wzrost EBITDA Pepco o 41,7% do 785 mln EUR; spadek EBITDA Poundland o 21,5% do 153 mln EUR, EBITDA Dealz wzrosła o 242,9% do 24 mln EUR
- Bazowy zysk po opodatkowaniu wyniósł 179 mln EUR, przy wzroście o 14,0% r/r
- Utrata wartości przez Poundland w wysokości 775 mln EUR, (głównie wartości godziwej), po znacząco słabszych wynikach w roku obrotowym 2024 oraz słabszych perspektywach rentowności i rosnących wyzwaniach związanych z konkurencyjnością i kosztami
- Solidny bilans oraz wskaźnik płynności finansowej; dług netto na koniec roku obrotowego 2024 wyniósł 256 mln EUR (sprzed MSSF 16), co oznacza dźwignię stanowiącą 0,5x EBITDA z ostatnich 12 miesięcy (sprzed MSSF 16), w pełni spełniając warunki dotyczące finansowania Grupy

Komentując wyniki, Andy Bond, Przewodniczący Rady Pepco Group, stwierdził:

– Jestem dumny z postępów, jakie poczyniliśmy w ciągu ostatnich 12 miesięcy. Zwiększyliśmy bazowy wynik EBITDA o jedną czwartą, do 944 mln euro w całej Grupie, przekraczając oczekiwania, przy silnym wzroście marży brutto o prawie 400 punktów bazowych, do czego głównie przyczyniły się wyniki marki Pepco.

– Rozpoczęliśmy rok z szeregiem celów, które obejmowały odzyskanie rentowności przez Pepco na głównym rynku Europy Środkowo-Wschodniej, odbudowę marży brutto, przyjęcie bardziej zdyscyplinowanego podejścia do inwestycji z bardziej ukierunkowanym wzrostem, przegląd obszarów działalności o słabych wynikach i zapewnienie silniejszego generowania gotówki. Zrealizowaliśmy te cele, ale przed nami jeszcze wiele do osiągnięcia. W efekcie

ogłaszamy inauguracyjną wypłatę dywidendy za cały rok, jako wynik przywróconego zaufania w przyszłość naszej Grupy.

– Cieszę się, że z dniem 1 października 2024 r. mogłem przekazać stery firmy nowemu prezesowi, Stephanowi Borchertowi. Stephan wnosi bogate doświadczenie z handlu detalicznego na arenie międzynarodowej, ma także pokaźne sukcesy w osiąganiu zamierzonych celów. Spodziewam się dobrej współpracy z nim, przy prowadzeniu firmy do dalszych sukcesów.

Komentując wyniki, Stephan Borchert, Prezes Pepco Group, powiedział:

„Grupa Pepco ma bardzo atrakcyjne, wiodące na rynku marki detaliczne, oferujące szeroki asortyment produktów, świetny stosunek jakości do ceny oraz wygodę dla ponad 60 milionów klientów miesięcznie w całej Europie.

„Postrzegam koncept Pepco, działający w ramach Grupy, jako kluczowy motor naszego przyszłego strategicznego i finansowego wzrostu - szczególnie w Europie Środkowo-Wschodniej, która jest głównym obszarem działalności tej marki. Pepco generuje zdecydowaną większość zysków Grupy oraz zapewnia najwyższy zwrot z kapitału – planujemy dalej budować na tym solidnym fundamencie. W nadchodzącym roku naszym głównym celem dla marki Pepco będzie poprawa przychodów porównywalnych. Wyniki like-for-like Pepco są na plusie od początku września, co jest obiecującym początkiem.

„W przypadku Poundland, ostatnie wyniki stanowiły dla nas duże wyzwanie, na co złożyły się spadki sprzedaży odzieży i artykułów ogólnego przeznaczenia, po przejściu na początku roku na asortyment produktów dostarczanych przez Pepco. Szybko podejmujemy działania, aby skierować Poundland na właściwe tory, skupiając się na mocnych stronach tej sieci. Dokładnie przeanalizujemy również pozycję konkurencyjną Poundland oraz wymagania konieczne do tego, by osiągać sukces jako format zorientowany na produkty FMCG. Więcej informacji na temat planów rozwoju Poundland przedstawimy w pierwszej połowie 2025 roku.

„Cieszę się, że mogę dołączyć do Grupy Pepco na tym ważnym etapie jej rozwoju, gdy dążymy do selektywnej ekspansji nowych sklepów, wyższych zwrotów z kapitału oraz wzrostu zysków oraz poprawy wolnych przepływów pieniężnych. Planujemy osiągać dalsze strategiczne i finansowe postępy w roku finansowym 2025, co zamierzam przedstawić w szczegółach podczas Dnia Rynków Kapitałowych w marcu 2025 roku.”

TELEKONFERENCJA

Pepco Group zorganizuje telekonferencję dla analityków i inwestorów w celu omówienia wyników wstępnych za rok obrotowy 2024 we wtorek 10 grudnia 2023 r. o godz. 8:30 czasu GMT (9:30 czasu środkowoeuropejskiego). Inwestorzy i analitycy, którzy chcieliby wziąć udział w sesji pytań i odpowiedzi, proszeni są o połączenie z niżej podanym numerem i powołanie się na „**Pepco Preliminary Results**” [ang. „**Wyniki wstępne Pepco**”].

Istnieje również możliwość wzięcia udziału w transmisji na żywo, dostępnej pod linkiem:

https://brrmedia.news/PCO_FY_24

Lokalizacja	Nr telefonu
Polska	+48 22 397 9053
Wielka Brytania	+44 (0) 33 0551 0200 / +44 (0) 808 109 0700

Lokalizacja	Nr telefonu
Stany Zjednoczone	+1 786-697-3501

TERMINY PUBLIKACJI KOLEJNYCH INFORMACJI

Grupa zamierza wydać w najbliższej przyszłości następujące komunikaty:

- Komunikat nt. wstępnych wyników operacyjnych za I kw. roku obrotowego 2025: 16 stycznia 2025 r.
- Dzień Rynków Kapitałowych (Dzień Inwestora) 2025: 6 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 Kokoszcyński +48 453 030 170

NOTY OBJAŚNIAJĄCE

1. Dane finansowe Grupy zostały sporządzone na podstawie danych niezbadanych przez biegłego rewidenta za okres 12 miesięcy zakończony 30 września 2024 r. W tym kontekście Pepco prezentuje wyniki w oparciu o miesiące kalendarzowe w ramach okresu 12 miesięcy zakończony 30 września 2024 r., natomiast Poundland zasadniczo wykazuje swoje wyniki w oparciu o tygodnie handlowe i 52-tygodniowy okres zakończony 1 października 2024 r.
2. Wartości przy stałym kursie walutowym prezentują dane z bieżącego roku przeliczone przy użyciu kursu walutowego z poprzedniego roku, co eliminuje wpływ różnic kursowych w ujęciu rok do roku (wszystkie inne liczby, w tym wartości wykazywane po rzeczywistym kursie walutowym, przeliczane są przy użyciu średniego kursu walutowego z miesiąca ich wystąpienia).
3. 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.
4. Bazowa EBITDA jest definiowana jako zysk ze zwykłej działalności (z wyłączeniem pozycji klasyfikowanych jako inne niż bazowe) pomniejszony o amortyzację, odsetki i podatki. Zwracamy uwagę, że EBITDA sprzed MSSF 16 różni się od EBITDA obliczonej zgodnie z MSSF 16 w związku z odzwierciedleniem kosztów wynajmu uwzględnianych w EBITDA.
5. Bazowy zysk przed opodatkowaniem wyłącza pozycje inne niż bazowe
6. Zadłużenie finansowe netto to kredyty zaciągnięte od instytucji kredytowych oraz zobowiązania z tytułu leasingu finansowego (sprzed MSSF 16) po odjęciu środków pieniężnych i sald bankowych.

NAJWAŻNIEJSZE INFORMACJE

Grupa Pepco jest właścicielem i operatorem wieloformatowej, ogólnoeuropejskiej sieci sklepów dyskontowych, posiadającej blisko 5 000 sklepów zlokalizowanych w 20 krajach Europy i obsługującej ponad 60 milionów klientów miesięcznie. Grupa prowadzi działalność w dwóch formatach dyskontowych: 1) w segmencie sprzedaży detalicznej odzieży i artykułów codziennego użytku („GM”) pod marką Pepco oraz 2) w segmencie sprzedaży produktów szybkozbywalnych („FMCG”) pod markami Poundland i Dealz Polska.

Podsumowanie wg segmentów

w mln EUR	Rok obrotowy 2024	Rok obrotowy 2023 (skorygowany)	% r/r (raportowany)	% r/r (stały kurs walutowy)
PRZYCHODY				
GRUPA	6 167	5 596	10,2%	8,1%
Pepco	3 853	3 375	14,2%	12,1%
Poundland	2 006	2 001	0,2%	-1,4%
Dealz	307	220	39,5%	30,9%
BAZOWA EBITDA (sprzed MSSF 16)				
GRUPA	515	402	28,1%	26,6%
Pepco	504	339	48,7%	46,9%
Poundland	28	75	-62,7%	-61,1%
Dealz	3	(8)	-	-
Koszty centrali (HQ & back office)	(20)	(4)	<-200%	<-200%

Silne wyniki Pepco umacniają rentowność Grupy:

- Sprzedaż Pepco w r. obr. 2024 wzrosła o +14,2% do 3,9 mld EUR, dzięki otwarciom nowych sklepów pod koniec r. obr. 2023 oraz w r. obr. 2024
- Wyniki LFL w r. obr. 2024 spadły o -2,8%, aczkolwiek z konsekwentną poprawą w trakcie roku i pozytywnym wynikiem LFL osiąganym od września 2024 r.
- Największa osiągnięta marża brutto w ramach Grupy na poziomie 46,9%, wzrost o 530 pkt. baz. r/r
- Bazowa EBITDA Pepco za r. obr. 2024 (sprzed MSSF 16) wzrosła o 48,7% r/r do 504 mln EUR, odpowiadając za zdecydowaną większość EBITDA całej Grupy, z marżą EBITDA rosnącą o 300 pkt. baz. do 13,1%
- Otwarto 331 nowych sklepów netto, szczególnie w regionie Europy Środkowo-Wschodniej, gdzie notuje się największe zwroty ze sklepów

Wyniki finansowe Poundland znacząco dotknięte przez gorsze wyniki sprzedaży odzieży i towarów ogólnego przeznaczenia:

- Przychody Poundland w r. obr. 2024 bez zmian na poziomie 2 mld EUR
- Sprzedaż LFL spadła o 3,6%, przy wzroście sprzedaży w towarów szybkozbywalnych (67% przychodów Poundland), zniwelowanym z kolei negatywnymi wynikami w sprzedaży odzieży i towarów codziennego użytku, spowodowanych przechodzeniem przez Poundland na towary z oferty Pepco, w ciągu tego roku
- Bazowa EBITDA (sprzed MFFS 16) Poundland za r. obr. 2024 spadła do poziomu 28 mln EUR (r. obr. 2023: 75 mln EUR), z marżą na EBITDA niższą o 240 pkt. bazowych, na poziomie 1,4%, przy słabszych wynikach,

na które nałożyła się dodatkowo presja inflacyjna (głównie w przypadku kosztów pracy) i wysoki poziom ubytków towarów w sklepach

- Liczba nowych sklepów netto wzrosła o 13, z ich łączną liczbą wynoszącą 836
- Te słabsze wyniki oraz perspektywy, przy jednoczesnej presji konkurencyjnej oraz cenowej, doprowadziły do niegotówkowego odpisu wartości firmy (głównie wartości godziwej) o 775 mln EUR
- Podejmujemy szybkie kroki i umożliwiające odzyskanie pozytywnych wyników przez tę sieć oraz działania zmierzające do spełnienia oczekiwań klientów

Dealz Poland czyni postępy:

- Wzrost przychodów Dealz o 39,5%, do 307 mln EUR, dzięki otwarciom nowych sklepów
- Przychody LFL spadły o 4,8%, z powodu dwucyfrowego negatywnego efektu ze sprzedaży towarów ogólnego przeznaczenia, podczas przechodzeniu na ofertę Pepco, a także z powodu silnej konkurencji na rynku towarów szybkozbywalnych w Polsce
- Liczba sklepów netto wzrosła o 48, firma posiada ich teraz 331 na terenie Polski
- Po raz pierwszy w historii EBITDA raportowana (sprzed MFFS 16) Dealz osiągnęła wartość dodatnią, wynoszącą 3 mln EUR, przy poprawie marży brutto do 33,4% (o 430 pkt. baz. r/r)
- Dealz Poland ma dobry potencjał, zaś osiągnięte efekty sprzedaży są pozytywne, szczególnie wśród młodszych klientów

Nowe zasady zwrotu z kapitału oraz polityka dywidendowa

- Nowe zasady zwrotu z kapitału w celu zwiększenia wartości dla akcjonariuszy w dłuższej perspektywie. Grupa będzie kontynuować priorytetowe nastawienie do wzrostu organicznego, strategicznych inwestycji w infrastrukturę, wraz ze wzrostem pozycji bilansowej i utrzymaniem wysokiej płynności, wraz z poprawą generowania wolnych środków pieniężnych. To pozwoli Grupie na rozpoczęcie wypłaty nadwyżek gotówki akcjonariuszom.
- Początkowa wypłata dywidendy będzie nakierowana na wypłatę 20% całorocznego bazowego zysku. Inauguracyjna dywidenda za rok obrotowy wyniesie 6,2 centa na akcję
- Polityka zwrotu kapitału uwzględni możliwość przyszłych wypłat gotówkowych w formie regularnych dywidend, specjalnych dywidend oraz/lub wykupu akcji własnych, przy czym decyzje w tej sprawie każdorazowo będą podejmowane przez Zarząd

Poniżej znajdują się szczegółowe informacje odnoszące się do wszystkich powyższych komentarzy.

REALIZACJA PLANÓW STRATEGICZNYCH GRUPY

Nasza dotychczasowa strategia opiera się na poniższych kluczowych filarach:

- Optymalizacja i rozbudowa naszej sieci sklepów
- Ulepszanie oferty dla klientów
- Zwiększanie efektywności kosztowej i operacyjnej
- Zapewnienie silniejszego generowania gotówki poprzez zdyscyplinowane inwestycje

Niezależnie od nadrzędnych filarów strategicznych, miniony rok upłynął pod znakiem rozwiązywania kwestii dotyczących działalności, które pojawiły się w wyniku nadmiernego wzrostu w poprzednich latach. W roku finansowym 2024 skoncentrowano się w szczególności na

- Odbudowie rentowności w głównym obszarze działalności Pepco - Europie Środkowo-Wschodniej, przy jednoczesnym sformułowaniu jasnego planu rentownej ekspansji w Europie Zachodniej
- Poprawie naszej oferty dla klientów, w szczególności koncentrując się na odzyskaniu pozycji lidera cenowego
- Przeciwdziałaniu inflacji kosztów i wykorzystanie możliwości optymalizacji kosztów dzięki rosnącej skali
- Kontrolowaniu tempa otwierania sklepów, koncentrując się na lokalizacjach i rynkach o wyższej rentowności, przy jednoczesnej poprawie kapitału obrotowego poprzez lepsze zarządzanie dostawcami i zapasami

1. Optymalizacja i rozbudowa naszej sieci sklepów

Ambicją Grupy pozostaje bycie wiodącym detalistą dyskontowym w Europie. Grupa zamierza to osiągnąć poprzez oferowanie wysokiej jakości odzieży i towarów ogólnego przeznaczenia w najlepszych cenach, w sklepach dogodnie zlokalizowanych w pobliżu naszych klientów, niezależnie od tego, czy są to główne ulice, parki handlowe czy centra handlowe. Wygoda lokalizacji naszych sklepów, wraz z utrzymaniem pozycji lidera cenowego, ma kluczowe znaczenie dla zapewnienia naszym klientom atrakcyjnej oferty i zwiększenia naszego udziału w rynku.

W tym okresie Grupa poprawiła rentowność sklepów i pozycjonowanie klientów w regionie Europy Środkowo-Wschodniej, powracając do wyników sprzed pandemii Covid-19. Wzrost liczby nowych sklepów koncentrował się na głównych istniejących rynkach, na których mamy duże doświadczenie w poprawianiu zwrotów z inwestycji. W przypadku Pepco szczególny nacisk położono na zwiększenie skali działalności na naszych głównych rynkach Europy Środkowo-Wschodniej, podczas gdy nadal przyglądamy się naszym wynikom w Europie Zachodniej. W przypadku Poundland w Wielkiej Brytanii wzrost liczby nowych sklepów wynikał głównie z konwersji sklepów Wilko. Dealz Poland realizowało dalsze postępy w Polsce.

W r. obr. 2024 Grupa otworzyła 392 nowe sklepy netto. Nie uwzględnia to wpływu wyjścia z Austrii, które spowodowało zamknięcie 73 sklepów. Nasz program otwarć sklepów w r. obr. 2024 częściowo odzwierciedlał zobowiązania podjęte w r. obr. 2023, co zaowocowało otwarciem skumulowanymi w początkowej części okresu. Znalazło to odzwierciedlenie w otwarciu 203 nowych sklepach netto w I kwartale, przy 86 nowych sklepach netto w II kwartale i zaledwie 103 sklepów w całej drugiej połowie roku.

Otwarcia nowych sklepów w roku obrotowym 2024 w podziale na marki

	Pepco	Poundland	Dealz	łącznie
Liczba sklepów na koniec r. obr. 2023	3 450	823	283	4 556
Nowe sklepy	376	84	49	509
Zamknięcia	(45)	(71)	(1)	(117)
Liczba sklepów na koniec r. obr. 2024	3 781	836	331	4 948
<i>Nowe sklepy netto</i>	<i>331</i>	<i>13</i>	<i>48</i>	<i>392</i>

Uwaga: Działalność w Austrii jest uznawana za zaniechaną po zakończeniu działalności Pepco Austria. Z tego powodu, powyższe dane, w tym porównania, nie zawierają danych za Austrię

Na rok finansowy 2025, traktując priorytetowo wysokie zwroty z kapitału, planujemy otwarcie około 300 nowych sklepów netto w całej Grupie, koncentrując się głównie na marce Pepco, przede wszystkim w regionie Europy Środkowo-Wschodniej (CEE).

Pepco – odzyskana rentowność na podstawowej działalności w Europie Środkowo-Wschodniej

Działalność Pepco w Europie Środkowo-Wschodniej pozostaje kluczowym motorem napędowym Grupy, zapewniając najwyższe zwroty w całej Grupie. Podstawowa działalność Pepco w Europie Środkowo-Wschodniej wygenerowała 53% przychodów Grupy za r. obr. 2024, ale biorąc pod uwagę historycznie wysoką rentowność tych sklepów, wypracowała zdecydowaną większość wyniku EBITDA Grupy.

Od 2019 r. rentowność sklepów w Europie Środkowo-Wschodniej (4-wall EBITDA - EBITDA własna sklepów sprzed MSSF 16) spadała w wyniku czynników zewnętrznych (zakłócenia w łańcuchu dostaw, inflacja kosztów nakładów, słabe wydatki konsumenckie, wyższe koszty transportu i niekorzystne zmiany kursów walutowych), a także czynników wewnętrznych (zaprzestanie priorytetowego podejścia do przywództwa cenowego oraz z uwagi na nieukierunkowany wzrost). Kluczowym celem na początku roku było odwrócenie tego trendu i poprawa wyniku EBITDA własnej sklepów. Jest to cel, który przekroczyliśmy przed wrześniem 2024 r., dzięki wyższym przychodom, silnej poprawie marży brutto i szeregowi innych inicjatyw operacyjnych. Nadal widzimy możliwość dalszego wzrostu zysku operacyjnego sklepów w r. obr. 2025.

W trakcie roku Pepco otworzyło 331 nowych sklepów netto, w tym 232 nowe sklepy netto w Europie Środkowo-Wschodniej i 99 nowych sklepów netto w Europie Zachodniej. Około 70% nowych sklepów netto zostało otwartych w tym okresie na naszych głównych rynkach Europy Środkowo-Wschodniej. W Polsce w tym okresie otworzyliśmy 83 nowe sklepy netto, a na koniec okresu operowaliśmy tam łącznie 1 339 sklepami. Poza Polską, większość nowych otwarć w Europie Środkowo-Wschodniej miała miejsce w Bośni, Rumunii, Serbii oraz Czechach.

W r. obr. 2025 nasza strategia lokalizacji sklepów będzie nadal ukierunkowana na region Europy Środkowo-Wschodniej, biorąc pod uwagę naszą znajomość tych rynków i pewność co do generowania tam odpowiednich zwrotów, co pozwoli poprawić naszą już i tak silną pozycję rynkową. Na głównych rynkach Europy Środkowo-Wschodniej nadal istnieje znaczna przestrzeń do realizacji naszych ogólnych celów dotyczących liczby sklepów w ciągu najbliższych kilku lat.

Europa Zachodnia pozostaje ważnym regionem dla przyszłego wzrostu Pepco, szczególnie na Półwyspie Iberyjskim (Hiszpania, Portugalia) i we Włoszech, które odpowiadają za 87% sprzedaży w regionie i 82% sklepów. Pozostajemy przekonani, że jesteśmy w stanie opracować model działania sklepów, który pozwoli nam napędzić rentowny wzrost i atrakcyjne zwroty w regionie Europy Zachodniej. Jednak w najbliższym czasie będziemy nadal z uwagą zarządzać tempem otwierania nowych sklepów w tym regionie, dopóki nie przekonamy się, że osiągamy odpowiednie i zrównoważone wyniki.

Otwarcie nowego centrum dystrybucyjnego w Madrycie w Hiszpanii we wrześniu 2024 r. stanowi ważny krok w realizacji odpowiedniego modelu ekonomicznego dla działalności Grupy na Półwyspie Iberyjskim. Pozwoli to na strukturalne obniżenie obecnych wysokich kosztów transportu i dystrybucji, przy jednoczesnej poprawie dostępności towarów w sklepach, co powinno przyczynić się do wzrostu sprzedaży. Otwarcie centrum skróci czas realizacji zamówień na odzież i produkty ogólnego przeznaczenia w Hiszpanii i Portugalii, jednocześnie obniżając koszty magazynowania i dystrybucji. Centrum dystrybucyjne będzie wspierać wzrost Grupy w tym regionie, w dającej się przewidzieć przyszłości.

Poundland - Przejście na odzież i produkty ogólnego przeznaczenia z oferty Pepco miało wpływ na wyniki

Poundland otworzył 84 sklepy w r. obr. 2024, co stanowiło wyższy niż zwykle poziom otwarć sklepów, co w dużej mierze odzwierciedla 46 konwersji przejętych sklepów Wilko. Ponadto w tym okresie zamknęliśmy 71 sklepów w wyniku wygaśnięcia umów najmu, a także szeregu zamknięć związanych z otwarciem przekonwertowanych pobliskich sklepów Wilko. Konwersje Wilko przyniosły mieszane wyniki; niektóre sklepy funkcjonowały powyżej oczekiwań, ale inne wymagały dalszych inwestycji w celu dostosowania wyglądu i oferty produktów do oferty Poundland. Stało się jednak jasne, że większe sklepy nie są miejscem, gdzie Poundland osiąga najlepsze wyniki dlatego będziemy się znacznie bardziej koncentrować na otwieraniu sklepów o powierzchni około 700 m², co jest optymalne z punktu widzenia naszej oferty.

W r. obr. 2025 będziemy bardziej uważnie przyglądać się otwarciom nowych sklepów Poundland, biorąc pod uwagę niższą rentowność firmy w 2024 roku. Nowe sklepy będą otwierane tylko wtedy, gdy będziemy mieć pewność, że zapewnią odpowiedni zwrot z inwestycji poprzez dostarczanie klientom naszej podstawowej oferty. Wprowadzimy dodatkowy rygor przy wszelkich inwestycjach remontowych i przy ulepszeniach sklepów.

Na zysk Poundland w r. obr. 2024 znaczący wpływ miała niezrealizowana ambicja wzmocnienia działalności poprzez zastąpienie tradycyjnej oferty odzieżowej i towarów ogólnego użytku asortymentem pochodzącym z Pepco. Uzasadnieniem dla tej zmiany była konsolidacja zaopatrzenia w celu zintegrowania zakupów dla całej Grupy Pepco, by osiągnąć lepszy efekt skali, zwiększyć wydajność, obniżyć ceny dla klientów i zwiększyć rozpoznawalność marki Pepco. Jednak w miarę upływu czasu stało się jasne, że zarówno planowanie, jak i realizacja tego wdrożenia miały niedociągnięcia, z których to powodów brytyjscy klienci odczuli luki w ofercie odzieży i produktów ogólnego przeznaczenia, co z kolei miało wpływ na przychody i rentowność w trakcie roku. Ponadto stało się jasne, że nasi brytyjscy klienci mieli inne oczekiwania co do oferty marki Poundland niż klienci Pepco, co doprowadziło do fundamentalnej rewizji tego podejścia na przyszłość.

Odzież z oferty Pepco została po raz pierwszy wprowadzona w całej sieci Poundland we wrześniu 2023 r., wprowadzając na rynek brytyjski nowe, wysokiej jakości produkty w niższych cenach. Podczas gdy reakcja klientów na nowe asortymenty odzieży Pepco była pozytywna - zwłaszcza w odniesieniu do oferowanej wartości - oferta produktowa nie w pełni oddała poprzednią różnorodność i zakres asortymentu męskiego i damskiego Poundland oraz przekrój różnych rozmiarów, co doprowadziło do niższych przychodów LFL. Poprawiona oferta odzieży dziecięcej, która jest mocną stroną Pepco, nie zrekompensowała braków w odzieży dla dorosłych. Podobne zakłócenia wystąpiły w przypadku nowych asortymentów towarów ogólnego przeznaczenia Poundland z oferty Pepco, które zostały wprowadzone od marca 2024 r. W szczególności występowały luki w asortymentach sezonowych, w których Poundland miał historycznie silną pozycję, a także słabsza oferta w innych kategoriach, w których Poundland miał uprzednio silną pozycję, na przykład w ofercie kierowanej do majsterkowiczów.

Chociaż podjęliśmy kroki naprawcze w celu skorygowania dostępności określonych rozmiarów i niektórych innych spraw związanych z asortymentem w r. obr. 2025, co rozwiąże niektóre z niedociągnięć z r. obr. 2024, jasne jest, że Poundland będzie musiał podjąć znaczące kroki, aby poprawić wyniki i sprostać potrzebom oraz oczekiwaniom klientów.

Dealz - wzrost sklepów o 17% i dodatnia EBITDA (przed MSSF 16)

Sklepy Dealz w Polsce oferują znane międzynarodowe marki FMCG i oraz towary ogólnego przeznaczenia w niskich cenach, sprzedając 3 000 produktów w 18 podkategoriach. W ciągu roku Dealz otworzył 48 nowych sklepów netto, osiągając łączną liczbę 331 sklepów działających obecnie w całej Polsce.

Świadomość marki nadal dynamicznie rośnie wśród naszych kluczowych grup docelowych, tj. klientów w wieku 19-45 lat.

Wyniki sklepów Dealz w r. obr. 2024 poprawiły się w porównaniu z rokiem poprzednim i sieć tej marki po raz pierwszy wygenerowała dodatni wynik EBITDA, na co jednak wpływ miało wprowadzenie, od marca 2024 r., asortymentu towarów ogólnego przeznaczenia pochodzących z asortymentu Pepco – co nie spotkało się z zainteresowaniem klientów. W kategorii FMCG rynek był wysoce konkurencyjny w ciągu roku, co było spowodowane konkurencją ze strony dużych polskich detalistów spożywczych, zaś Dealz ucierpiał z powodu niewystarczającego różnicowania asortymentu, co jest obecnie przedmiotem rewizji. Wzmocnienie oferty towarów ogólnego przeznaczenia będzie kluczowym celem w r. obr. 2025 w celu odbudowy poziomu sprzedaży i poprawy marży brutto.

2. Poprawa oferty dla klientów

Rynki, na których działamy, stają się coraz bardziej konkurencyjne, w związku z czym niezwykle ważne stało się dla nas lepsze poznawanie naszych klientów i zaspokojenie ich zmieniających się potrzeb, przy utrzymaniu wiodących na rynku cen.

Pepco – Lepsze zrozumienie naszych klientów

Poprawa naszej wiedzy o klientach jest kluczowym elementem naszej strategii. Regularnie przeprowadzamy ankiety i rozmawiamy z naszymi klientami, aby lepiej zrozumieć trendy konsumenckie, wartość marki oraz wpływ czynników makroekonomicznych. Te analizy są następnie wykorzystywane w całej firmie – od zespołów zakupowych po działy zaopatrzenia – aby dostosować nasze produkty i układ sklepów do potrzeb klientów.

Firma regularnie dostosowuje ofertę, aby zapewnić stałą dostępność nowych produktów na półkach sklepowych. Oferta jest regularnie odświeżana i ulepszana dzięki ponad 130 nowym kolekcjom w każdym sezonie.

Opinie zebrane w naszych ankietach konsumenckich wskazują, że dla dwóch trzecich kupujących niskie ceny są głównym powodem wizyty w sklepach Pepco. Sieć ma dużą bazę lojalnych klientów, z których ponad połowa odwiedza sklep więcej niż raz w miesiącu. Wiemy, że w ostatnim roku nasi klienci zmierzli się z trudniejszym okresem finansowym, co sprawiło, że jeszcze bardziej docenili przystępność cenową oferty Pepco.

Poundland zwiększa swoją cyfrową obecność

Biznes online Poundland rozwija się szybko, choć startował od zera, po przejęciu w 2022 roku platformy Poundshop.com. Liczba zamówień pod zarządem Poundland ponad dwukrotnie wzrosła. W ciągu roku firma przeniosła swoje operacje do nowego centrum dystrybucyjnego w Darton w południowym Yorkshire, co zapewnia dodatkową zdolność do szybkiego rozszerzania działalności online. W ubiegłym roku Poundland połączył platformę Poundshop.com z główną stroną Poundland.co.uk jako naturalny krok, umożliwiający klientom zakupy w bardziej dostosowanej do ich potrzeb ofercie e-commerce. Wyraźnie widać, że klienci korzystają z kanału online w innym celu zakupowym, czego dowodem jest znacznie wyższa średnia wartość koszyka online w porównaniu do sklepów stacjonarnych.

Poundland kontynuował eksplorację możliwości zwiększenia zaangażowania cyfrowego swoich klientów. W ciągu roku firma wprowadziła swoją pierwszą aplikację lojalnościową – Poundland Perks, która pozwala klientom na większe oszczędności podczas zakupów. Poundland Perks była testowana w około 100 sklepach na Wyspie Wight, w Irlandii Północnej i Szkocji, zanim została wprowadzona na terenie całego kraju w październiku 2024 roku. Klienci są nagradzani za swoje zakupy, zdobywając „Perks Points” podczas zakupów w różnych sekcjach sklepu. Punkty te można wymieniać na cyfrowe kupony rabatowe do wykorzystania w sklepie lub online albo oszczędzać na większe zakupy. Do tej pory odnotowano silną reakcję na aplikację, która została pobrana przez 1,8 mln klientów w okresie sześciu tygodni, co umieściło ją wśród wiodących pod względem dynamiki aplikacji lojalnościowych detalistów w Wlk. Brytanii.

Inwestowanie w naszych pracowników w celu zwiększenia satysfakcji klientów

Wierzymy, że możliwość budowania satysfakcjonującej kariery przez naszych pracowników pozytywnie wpływa zarówno na jakość obsługi naszych klientów, jak i na wizerunek naszej marki jako pracodawcy. Kontynuujemy inwestowanie w rozwój kompetencji naszych pracowników, zarówno poprzez rozwijanie obecnych zespołów, jak i przyciąganie nowych, wysoko wykwalifikowanych osób, które wspierają i napędzają naszą strategię rozwoju.

Inwestujemy w szkolenia i rozwój naszych pracowników, zapewniając obowiązkowe, wprowadzające i rozwijające szkolenia przynajmniej raz w roku za pośrednictwem naszych regionalnych centrów szkoleniowych. Dodatkowo wykorzystujemy tablety w sklepach, aby oferować więcej opcji e-learningowych. Kluczowym elementem naszych działań jest poprawa ścieżek kariery wewnętrznej, aby zatrzymać najlepsze talenty. W ramach naszego zaangażowania w rozwój pracowników w r. obr. 2024 awansowaliśmy ponad 3 000 osób, co potwierdza naszą silną koncentrację na wewnętrznym rozwoju kadr.

Modernizacje i remonty

Pod koniec 2023 roku wstrzymaliśmy program Pepco New Look, w ramach którego planowaliśmy przeprowadzić modernizację około 2 500 sklepów Pepco w regionie Europy Środkowo-Wschodniej, ale okazało się, że program ten nie przynosi oczekiwanych wzrostów sprzedaży ani zwrotów z inwestycji. W rezultacie, podczas gdy w roku finansowym 2023 przeprowadzono 715 modernizacji, w roku finansowym 2024 liczba ta spadła do 219, koncentrując się głównie na Polsce, Rumunii, Czechach i Słowacji. Obecnie poddajemy nasze formaty sklepów przeglądowi, aby lepiej odpowiadały potrzebom klientów, a przyszłe modernizacje będą realizowane z bardziej przemyślanym podejściem inwestycyjnym, jednocześnie dbając o utrzymanie i rozwój naszej sieci.

3. Poprawa efektywności kosztowej i operacyjnej

Nasza strategia koncentrowała się na poprawie rentowności, generowaniu gotówki i upraszczaniu działalności. Strategia ta obejmowała bardziej zdyscyplinowane podejście do otwierania nowych sklepów i inwestycji na istniejących rynkach podstawowych, przyjrzenie się wszystkim obszarom niezwiązanym z podstawową działalnością i osiągającymi słabe wyniki oraz zwiększenie efektywności kosztowej poprzez usprawnienia w zakresie pracy i kompleksowego łańcucha dostaw, w celu zrównoważenia presji inflacyjnej.

Efektywność pracy jest jednym z obszarów priorytetowych zarówno w Pepco, w kontekście utrzymującej się wysokiej inflacji płac w Europie Środkowej, jak i w Poundland, ze względu na wzrost kosztów pracy. Dzięki inwestycjom w technologie, takie jak kasy samoobsługowe, bardziej efektywne przydzielanie zadań w sklepach oraz zmianom w procesach ograniczających obsługę zapasów, firmy osiągnęły redukcję liczby godzin pracy z 6,2 etatu na sklep w r. obr. 2023 do 5,7 w r. obr. 2024. Dodatkowo wdrożenie nowoczesnych systemów kasowych w punktach sprzedaży poprawiło szybkość i jakość obsługi klientów, a także uprościło pracę naszych pracowników.

W ciągu ostatnich 12 miesięcy zaprzestaliśmy działalności niezwiązanych z naszymi kluczowymi operacjami, aby skupić się na podstawowej działalności detalicznej. Obejmowało to anulowanie wczesnych planów dotyczących franczyzy i możliwości sprzedaży hurtowej. Wstrzymaliśmy program modernizacji sklepów Pepco New Look w krajach Europy Środkowo-Wschodniej, zakończyliśmy działalność nierentownych sklepów Pepco w Austrii, wstrzymaliśmy ekspansję formatu Pepco Plus na Półwyspie Iberyjskim oraz przeprowadziliśmy rygorystyczną ocenę wyników wszystkich sklepów w ramach Grupy. Wprowadziliśmy większą dyscyplinę w procesach zatwierdzania inwestycji wewnętrznych i ponownie przeanalizowaliśmy procesy oceny sklepów oraz nakłady inwestycyjne, aby zapewnić większą pewność co do wyników nowych otwarć sklepów i innych inwestycji w przyszłości.

Przejdźcie do jednego formatu Pepco w celu zwiększenia wydajności

Nasz format sklepów Pepco „Plus”, który występuje obecnie w Hiszpanii i Portugalii, oferuje dodatkowo produkty FMCG oprócz naszego podstawowego asortymentu (odzież i towary codziennego użytku). Format ten zwiększył złożoność naszej działalności, wymaganą wielkość sklepów, poziom nakładów inwestycyjnych i wymagał od kierownictwa więcej czasu kosztem skupienia się na naszych podstawowych kategoriach: odzieży i towarów

codziennego użytku. W celu uproszczenia działalności i skoncentrowania się na większych zyskach osiągniętych przez nasz standardowy format Pepco, Grupa ogłosiła w ciągu roku, że wstrzymała rozwój nowych sklepów Pepco Plus, w oczekiwaniu na bardziej szczegółowy przegląd przyszłości tego formatu w Grupie.

Format Pepco Plus stanowi obecnie bardzo małą część całej sieci Pepco. Na koniec r. obr. 2024 prowadziliśmy 123 takie sklepy, wszystkie zlokalizowane w Hiszpanii i Portugalii, co stanowi 3% wszystkich sklepów Pepco.

Po zakończeniu roku i po szczegółowym przeglądzie tego formatu Grupa podjęła decyzję o skoncentrowaniu się na swoim podstawowym formacie odzieżowym i towarów codziennego użytku oraz rozwijaniu go w najlepszy możliwy sposób. W związku z tym w ciągu najbliższych 12 miesięcy uważnie przeanalizujemy najlepsze opcje dla naszych sklepów Pepco „Plus” w Hiszpanii i Portugalii. Nie spodziewamy się, aby miało to wpływ na działalność na tych rynkach, biorąc pod uwagę spodziewane możliwości wzrostu dla Pepco w ujęciu ogólnym.

Wyjście Pepco z Austrii

19 lutego 2024 r. Grupa ogłosiła, że zaprzestanie działalności w Austrii. Grupa weszła na ten rynek w 2021 r. i prowadziła w tym kraju 73 sklepy Pepco. Decyzja o zaprzestaniu działalności została podjęta w ramach przeglądu wyników Grupy na wszystkich rynkach. Pepco Austria generowało stratę w wysokości ok. 1 mln euro miesięcznie na poziomie gotówkowego EBITDA, co oznacza, że wyjście z rynku poprawiło bazowe EBITDA Grupy. Austria została zaklasyfikowana jako działalność zaniechana w sprawozdaniach finansowych. Łącznie działalność w Austrii doprowadziła do niegotówkowej straty na działalności zaniechanej w wysokości 49 mln euro, co w dużej mierze odzwierciedla odpisy z tytułu utraty wartości pożyczek i należności wobec innych spółek zależnych Grupy. Koszty gotówkowe związane z zakończeniem działalności w Austrii, które poniesiono w ciągu roku, wyniosły około 13 mln euro.

Modernizacja IT zapewni platformę dla przyszłego wzrostu

Wdrożenie nowoczesnej platformy IT w całej Grupie jest kluczowe dla przyszłego, pomyślnego rozwoju działalności, zapewniając solidny system i jednocześnie poprawiając efektywność operacyjną. W całej Grupie wdrażamy system ERP (Enterprise Resource Planning) Oracle. W Poundland latem 2023 roku z powodzeniem uruchomiono nowe moduły, które zapewniają nowoczesne, zintegrowane rozwiązanie do zarządzania zapasami i finansami. Wprowadzono również lepszą widoczność i zarządzanie danymi finansowymi oraz większą efektywność w obsłudze zobowiązań finansowych.

W przypadku Pepco przez ostatnie trzy lata rozwijano nową platformę ERP, skoncentrowaną na wdrożeniu systemu Oracle wspierającego zarządzanie zapasami i finansami, podobnie jak w Poundland. Jednak po przeglądzie wcześniejszym w tym roku okazało się, że projekt i plany wdrożeniowe tego systemu miały poważne niedociągnięcia. Zdecydowaliśmy się więc wstrzymać realizację programu i zamiast tego uruchomić zmodyfikowany projekt z jasno określonymi celami i harmonogramem, biorąc pod uwagę zmiany strategiczne w działalności Pepco oraz aspiracje związane z rozwojem. Niedawne zatrudnienie nowego dyrektora IT Grupy (Group CIO) będzie napędzać to nowe wdrożenie, które ma na celu usprawnienie modelu operacyjnego i zwiększenie efektywności.

PGS kontynuuje dywersyfikację źródeł zaopatrzenia

Pepco Global Sourcing (PGS), nasz własny, wewnętrzny podmiot zajmujący się zaopatrzeniem w odzież i towary codziennego użytku, zapewnia Grupie kluczową przewagę konkurencyjną. Bardzo niewielu detalistów dyskontowych posiada zintegrowany podmiot zaopatrzenia, zamiast tego polegając na agentach zewnętrznych. PGS został w pełni zintegrowany z Pepco w r. obr. 2023, co pomogło zwiększyć efektywność operacyjną.

PGS wspierało osiągnięcie 22% wzrostu wolumenu towaru rok do roku w roku finansowym 2024, zwiększając swój udział w zakupach Grupy (z wyłączeniem produktów markowych) z 88% do 92% w zakresie odzieży i asortymentu GM. Utrzymując bezpośrednie relacje z ponad 375 dostawcami, reprezentującymi ponad 750 fabryk, głównie w Azji,

jesteśmy w stanie uzyskać znaczące korzyści kosztowe oraz wynegocjować lepsze warunki płatności, co pozytywnie wpływa na nasz kapitał obrotowy.

PGS kontynuuje działania mające na celu dywersyfikację swojej bazy zaopatrzeniowej. Biuro sourcingowe PGS w UE, zlokalizowane w Polsce, osiągnęło wartość FOB (Free On Board) w regionie przewyższającą nasze początkowe oczekiwania, chociaż nadal stanowi to niewielki procent całkowitych zakupów. Oczekujemy dalszego rozwoju tych operacji w regionach tzw. bliskiego sourcingu w roku finansowym 2025, ponieważ część naszych pozostałych bezpośrednich dostawców migruje do PGS. Ponadto zwiększyliśmy elastyczność zaopatrzenia z krajów takich jak Kambodża i Pakistan.

4. Większe generowanie gotówki dzięki zdyscyplinowanym inwestycjom

Większa koncentracja na zdyscyplinowanych inwestycjach kapitałowych poprawiła generowanie gotówki. Ten finansowy potencjał pozwala nam kontynuować realizację naszej strategii wzrostu przy jednoczesnym utrzymaniu silnego bilansu. W nowej polityce zwrotu z kapitału założyliśmy, że spodziewamy się również wypłacać nadwyżki gotówki akcjonariuszom, w dłuższej perspektywie.

Zapewniając bardziej miarowy wzrost - robiąc mniej, aby osiągnąć więcej - Grupa przyjęła bardziej zdyscyplinowane podejście do nakładów inwestycyjnych w r. obr. 2024. Było to głównie związane ze spowolnieniem wzrostu liczby nowych sklepów i remontów. Liczba otwarć sklepów brutto była znacznie niższa w r. obr. 2024 (509) w porównaniu z rokiem poprzednim (806). Wydaliśmy również znacznie mniej na program przebudowy sklepów Pepco, z 219 przeprowadzonymi przebudowami w r. obr. 2024, w porównaniu do 715 w roku obrotowym 23.

W odniesieniu do naszych inwestycji w sklepy, dokonaliśmy przeglądu naszego modelu oceny sklepów, wprowadzając bardziej rygorystyczne kryteria doboru i zaktualizowane cele finansowe, aby zapewnić lepszą jakość nowych sklepów. Ponadto zmniejszyliśmy nakłady inwestycyjne per sklep i zoptymalizowaliśmy wymagania dotyczące kapitału obrotowego, co pomogło nam uzyskać lepszy zwrot z zainwestowanego kapitału w naszych najnowszych sklepach.

W rezultacie nakłady inwestycyjne w r. obr. 2024 były znacznie niższe rok do roku i wyniosły 212 mln EUR (w r. obr. 2023: 382 mln EUR), co przyczyniło się do znacznej poprawy generowania wolnych środków pieniężnych w ciągu roku. Wolne przepływy pieniężne dla Grupy wyniosły 168 mln EUR, co oznacza poprawę o 274 mln EUR w porównaniu z analogicznym okresem ubiegłego roku.

W odniesieniu do łańcucha dostaw, otworzyliśmy nowe centrum dystrybucyjne w Hiszpanii, aby wesprzeć nasze działania na Półwyspie Iberyjskim. Centrum to znajduje się obecnie w fazie rozruchu. Jeśli chodzi o IT, zainwestowaliśmy w poprawę cyberbezpieczeństwa, terminale i systemy płatności oraz planowanie odzyskiwania danych po awariach.

Wszystkie przyszłe decyzje dotyczące alokacji kapitału będą skoncentrowane na wspieraniu naszych strategicznych celów, takich jak zwiększanie sprzedaży LFL, osiąganie wyższej jakości wzrostu, wzmacnianie podstawowej infrastruktury i środowiska kontroli oraz poprawa efektywności kosztów operacyjnych. Dzięki znacznym postępom osiągniętym w ciągu roku jesteśmy przekonani, że możemy dostarczać rosnące przepływy pieniężne i wartość dla naszych akcjonariuszy w długim okresie, jednocześnie utrzymując silny bilans i zdrową płynność finansową.

INCYDENT PHISHINGOWY NA WĘGRZECH

W lutym 2024 r. Grupa Pepco stała się celem wyrafinowanego ataku phishingowego na swoją działalność na Węgrzech, w wyniku którego utraciła około 16 mln EUR w gotówce. Spółka przeprowadziła pełne dochodzenie, w tym przegląd szkoleń i procedur dotyczących phishingu w całej Grupie, które zostały w pełni ponownie zakomunikowane w całej firmie wraz z obowiązkową weryfikacją. Podjęto dodatkowe działania w celu wzmocnienia systemów informatycznych i kontrolnych w całej firmie w oparciu o konkretne wnioski wyciągnięte z tego incydentu.

Pomimo proaktywnej współpracy z odpowiednimi organami krajowymi i międzynarodowymi, jest mało prawdopodobne, że odzyskamy jakiegokolwiek środki, które były przedmiotem oszustwa.

ZESPÓŁ

W kwietniu 2024 roku Grupa ogłosiła powołanie Stephana Borcherta na stanowisko Dyrektora Generalnego (CEO), z dniem 1 lipca 2024 roku, kończąc szeroko zakrojony globalny proces rekrutacji prowadzony przez Zarząd. Stephan przeszedł trzymiesięczny okres wdrożeniowy, podczas którego Andy Bond pozostawał na stanowisku Przewodniczącego Wykonawczego Zarządu. Z początkiem nowego roku finansowego, 1 października 2024 roku, Andy powrócił do roli Przewodniczącego Niewykonawczego.

Stephan to doświadczony menedżer z imponującym dorobkiem w zarządzaniu międzynarodowymi firmami w różnych sektorach, w tym mody, kosmetyków, farmacji i usług zdrowotnych. W latach 2018–2022 pełnił funkcję CEO w GrandVision, światowym liderze w handlu detalicznym w branży optycznej, który prowadzi ponad 7 400 sklepów w ponad 40 krajach pod ponad 33 różnymi markami, generując roczny przychód na poziomie 4 mld euro. Przed objęciem stanowiska w GrandVision, Stephan był Prezesem Sephora EMEA i członkiem Globalnego Komitetu Wykonawczego.

Oprócz powołania Stephana, w październiku 2024 roku nastąpiły zmiany w zespole zarządzającym Grupą, w tym mianowanie nowego Dyrektora ds. Informatyki Grupy (CIO) oraz Dyrektora ds. Zasobów Ludzkich Grupy (CHRO). Pablo de Ayala dołączył do Grupy jako CIO w październiku 2024 roku, przechodząc z firmy Avolta, wiodącego międzynarodowego detalisty działającego na ponad 70 rynkach, gdzie pełnił funkcję CIO Grupy. Viola Schimansky została powołana na stanowisko CHRO Grupy, również w październiku, przechodząc z Aldi Nord, globalnego lidera w sektorze dyskontów, gdzie była Dyrektorem Zarządzającym ds. Ludzi i Kultury na poziomie międzynarodowym.

W okresie tym doszło także do kilku zmian w Zarządzie. Pierre Bouchut zrezygnował z funkcji Niezależnego Dyrektora Niewykonawczego i Przewodniczącego Komitetu Audytu na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy w marcu 2024 roku. Zarząd wyraził podziękowania dla Pierre'a za jego zaangażowanie i wkład w działalność Spółki przez ostatnie trzy lata.

6 czerwca 2024 roku do Zarządu dołączył Frederick Arnold jako Niezależny Dyrektor Niewykonawczy, obejmując stanowisko Przewodniczącego Komitetu Audytu w miejsce Pierre'a. Frederick to doświadczony senior executive z szerokim doświadczeniem w pełnieniu funkcji przewodniczącego zarządów, komitetów audytu oraz różnorodnych komitetów transakcyjnych i specjalnych w licznych publicznych i prywatnych firmach w Wielkiej Brytanii i USA.

Dodatkowo, w marcu 2024 roku ogłoszono powołanie Seana Mahoneya na stanowisko Niewykonawczego Członka Zarządu. Sean dołączył do Komitetów Audytu i Nominacji Zarządu. Posiada on bogate doświadczenie w pełnieniu funkcji dyrektora zarządów dużych firm publicznych i prywatnych w Europie i USA. Sean jest również członkiem zarządu Ibex Group, niezależnej spółki holdingowej inwestycyjnej oraz największego akcjonariusza Pepco Group.

POLITYKA ALOKACJI ORAZ ZWROTU Z KAPITAŁU

Grupa dokonała przeglądu swojego podejścia do alokacji kapitału, którego nadrzędnym celem jest zwiększenie wartości dla akcjonariuszy. Będziemy stale monitorować nasze średnioterminowe plany, które uwzględniają inwestycje operacyjne, perspektywy wzrostu, generowanie gotówki, zadłużenie netto i dźwignię finansową oraz zwrot dla akcjonariuszy.

Nasze ramy alokacji kapitału koncentrują się na utrzymaniu silnego bilansu i zapewnieniu, że będziemy działać z wystarczającym, wysokim poziomem płynności. Tam, gdzie Grupa generuje nadwyżkę gotówki, będzie nadal priorytetowo traktować inwestycje w celu ukierunkowanego rozwoju swojej działalności, wraz z osiągnięciem atrakcyjnego zwrotu z kapitału. Uwzględniając obecną siłę bilansu (wskaźnik dźwigni finansowej przed zastosowaniem MSSF 16 za rok finansowy 2024 wynosi 0,5x) oraz rosnącą zdolność generowania gotówki przez firmę, Zarząd podjął decyzję o ogłoszeniu inauguracyjnej dywidendy rocznej za rok finansowy 2024.

Intencją Zarządu jest wypłata dywidendy początkowo na poziomie 20% całorocznego bazowego zysku netto. Zarząd oczekuje, że bezwzględna kwota dywidendy pozostanie stabilna lub wzrośnie w skali całego roku, z zastrzeżeniem wszelkich istotnych czynników wewnętrznych lub zewnętrznych.

W związku z powyższym, Zarząd zarekomendował wypłatę dywidendy za cały rok w wysokości 6,2 centa na akcję, z zastrzeżeniem konieczności jej zatwierdzenia przez akcjonariuszy na Zwyczajnym Walnym Zgromadzeniu, które odbędzie się 12 marca 2025 r. Dalsze szczegóły, w tym daty wypłat, zostaną podane w odpowiednim czasie.

Oprócz dywidendy, Zarząd będzie również na bieżąco analizować potencjał dodatkowych działań. Wszelkie nadwyżki kapitału zidentyfikowane w miarę upływu czasu mogą zostać wypłacone akcjonariuszom w postaci dalszych dywidend i/lub wykupu akcji własnych, w zależności od rekomendacji Zarządu i decyzji akcjonariuszy.

BIEŻĄCY HANDEL

Sprzedaż Grupy w ujęciu porównywalnym od początku nowego roku obrotowego spadła o -0,6% w okresie dziewięciu tygodni do 1 grudnia 2024 r., przy zróżnicowanych wynikach w poszczególnych formatach.

Wyniki były napędzane przez powrót do dodatniej sprzedaży porównywalnej dla Pepco we wrześniu, październiku i listopadzie 2024 roku. Odnotowano dwucyfrowy wzrost wolumenu dzięki niższym cenom i lepszym niż oczekiwano wynikom towarów codziennego użytku. Firma skorzystała na lepszej dostępności w sklepach i czystszej pozycji magazynowej, przy czym starsze zapasy zostały już w dużej mierze usunięte. Pepco odnotowało również dalszą poprawę marży brutto rok do roku, głównie dzięki korzystnym zmianom kursów walut.

W ostatnich tygodniach Pepco zostało dotknięte kwestiami technicznymi doświadczanymi przez firmę Blue Yonder, będącego dostawcą systemów zarządzania naszymi magazynami. Jesteśmy jednym z wielu międzynarodowych detalistów dotkniętych tą awarią. Ściśle współpracowaliśmy z firmą Blue Yonder i obecnie wszystkie nasze centra dystrybucyjne znów w pełni działają. Ponieśliśmy pewne dodatkowe koszty tytułem rozwiązania tej sytuacji i szacujemy ich potencjalny efekt finansowy, ale nie spodziewamy się obecnie, by był on znaczący.

Sprzedaż Poundland w ujęciu porównywalnym nadal spadała pod wpływem tych samych trendów, co w ubiegłym roku finansowym, przy słabszych wynikach we wszystkich kategoriach. W przypadku Dealz sprzedaż LFL wzrosła dzięki lepszym wynikom w zakresie żywności i towarów codziennego użytku.

PERSPEKTYWY

Chociaż jesteśmy dopiero na początku roku, Grupa spodziewa się kontynuować pozytywny trend sprzedaży like-for-like osiągnięty przez Pepco do tej pory w roku obrotowym 2025. Skoncentrowane inwestycje w ceny kluczowych produktów, wraz z poprawą dostępności i świeżości zapasów, powinny napędzać wzrost przychodów oparty na wolumenie w ciągu roku. W roku obrotowym 2025 planujemy otworzyć około 300 nowych sklepów netto w całej Grupie, koncentrując się głównie na marce Pepco, przede wszystkim w regionie Europy Środkowo-Wschodniej.

Priorytetem zarządu na rok obrotowy 2025 będzie dalszy wzrost przychodów like-for-like, które powinny się poprawić w miarę pokonywania wyzwań związanych z łańcuchem dostaw, wspierane przez korzystniejsze ceny, przy jednoczesnym wzmacnianiu kluczowej oferty dla klientów. Na tych fundamentach, a także przy kontynuacji dyscypliny w zakresie nakładów inwestycyjnych (capex) w celu generowania wolnych przepływów pieniężnych, spodziewamy się dalszego postępu strategicznego w roku finansowym 2025.

Planujemy przedstawić aktualizację strategii Grupy podczas wydarzenia dla inwestorów Capital Markets Day, które odbędzie się 6 marca 2025 roku. Szczegóły na temat tego wydarzenia zostaną przekazane w odpowiednim czasie.

INFORMACJE FINANSOWE

Pepco Group N.V. Skonsolidowane skrócone sprawozdanie finansowe za okres 12 miesięcy zakończony 30 września 2024 r. przedstawione są na stronie 28 i kolejnych.

Wprowadzenie

Grupa odnotowała mieszane wyniki w r. obr. 2024. Chociaż przychody osiągnęły rekordowy poziom 6,2 mld EUR (+10,2%), było to spowodowane wzrostem liczby nowych sklepów, przy ujemnej sprzedaży porównywalnej („LFL”) (-3,2%) we wszystkich trzech markach. Pepco notowało poprawę wyników sprzedaży LFL z kwartału na kwartał w ciągu roku, kończąc rok we wrześniu z dodatnimi wynikami LFL. Będziemy nadal koncentrować się na konsekwentnym wzroście sprzedaży LFL jako kluczowym priorytecie dla Grupy we wszystkich markach.

Pomimo wyzwań związanych z przychodami, osiągnęliśmy lepszą i wcześniejszą niż oczekiwano poprawę marży brutto, napędzaną przez Pepco. Postęp ten wynikał z połączenia korzystniejszych warunków zakupowych od dostawców, a także korzyści z bardziej sprzyjającego kursu walutowego i znormalizowanych kosztów frachtu. Marża brutto Grupy wzrosła o 390 punktów bazowych do 43,9% (rok finansowy 2023: 40,0%), podczas gdy marża brutto Pepco wzrosła o 530 punktów bazowych do 46,9% (rok finansowy 2023: 41,6%), powracając do poziomów sprzed pandemii Covid.

Ta poprawa marży, w połączeniu z większym naciskiem na koszty, podniosła bazowy wynik EBITDA Grupy za rok finansowy 2024 (zgodnie z MSSF 16) do rekordowych 944 mln euro, co stanowi wzrost o 25,2% w porównaniu z rokiem poprzednim. Było to w dużej mierze efektem poprawy bazowego wyniku EBITDA Pepco, które wzrosło o 41,7% do 785 mln euro (rok finansowy 2023: 554 mln euro). Dla kontrastu, EBITDA Poundland spadła o 21,5% do 153 mln euro (rok finansowy 2023: 195 mln euro), z powodu słabego wdrożenia odzieży i asortymentu ogólnego przeznaczenia (general merchandise) pozyskiwanych przez Pepco. Dealz osiągnął dodatni wynik EBITDA na poziomie 24 mln euro, choć wynik ten był poniżej oczekiwań na ten rok, z uwagi na skutki przejścia na towary ogólnego przeznaczenia pozyskiwane przez Pepco.

Dzięki bardziej rygorystycznej dyscyplinie w wydatkach inwestycyjnych, szczególnie w zakresie ograniczenia liczby otwarć sklepów, nakłady inwestycyjne (capex) znacznie zmniejszyły się do 212 mln euro w ciągu roku, co stanowi spadek o 45,0% w porównaniu z wydatkami z roku finansowego 2023 wynoszącymi 382 mln euro. Wraz z dalszym naciskiem na poprawę kapitału obrotowego i optymalizację programu finansowania łańcucha dostaw, dług netto na koniec roku zmniejszył się do 256 mln euro (r. obr. 2023: 411 mln euro), osiągając najniższy poziom od debiutu giełdowego Spółki w 2021 roku. Jako stosunek do EBITDA, dźwignia finansowa netto przed zastosowaniem MSSF 16 spadła w roku finansowym 2024 do 0,5x (z 1,0x w roku finansowym 2023). Dzięki zdrowemu bilansowi i większej generacji gotówki Grupa jest w dobrej pozycji do przyszłego wzrostu.

W ciągu roku podjęliśmy zdecydowane działania w celu wycofania się z Austrii, biorąc pod uwagę słabe wyniki niemal wszystkich sklepów na tym rynku i ograniczone perspektywy poprawy wyników w średnim okresie. Pozwoliło to na większe skupienie na naszych kluczowych rynkach. Wpływ wyjścia z Austrii został zaklasyfikowany jako działalność zaniechana w naszych sprawozdaniach finansowych.

W lutym 2024 roku wykrycie oszustwa phishingowego na Węgrzech, dokonanego za pomocą zaawansowanego oszustwa socjotechnicznego, skłoniło nas do przeprowadzenia przeglądu zarówno środowiska finansowego, jak i kontroli IT, aby zabezpieczyć się przed podobnymi zdarzeniami w przyszłości. Pomimo proaktywnych działań podejmowanych we współpracy z odpowiednimi władzami, jest mało prawdopodobne, że odzyskamy środki będące przedmiotem oszustwa.

W związku z poważnymi stratami Poundland, wolniejszymi perspektywami wzrostu i wyższymi kosztami w Wielkiej Brytanii – w związku z niedawno uchwalonymi zasadami budżetowymi – dokonaliśmy oceny wartości bilansowej inwestycji w Poundland i rozpoznaliśmy niegotówkowy odpis wartości firmy (goodwill) oraz aktywów marki Poundland w wysokości 775 mln euro, co spowodowało wykazanie skonsolidowanej straty netto Grupy za rok w wysokości 662 mln euro. W ujęciu operacyjnym zysk netto Grupy za rok finansowy 2024 wyniósł 179 mln euro, co oznacza wzrost o 14,0% w porównaniu z rokiem poprzednim.

Cele strategiczne

Przez większą część r. obr. 2024 cała działalność koncentrowała się na sprostaniu wyzwaniom wynikającym ze zbyt ambitnego tempa ekspansji sklepów w latach obrotowych 2022 i 2023, przeciążającego nasze zasoby i infrastrukturę. Z perspektywy finansowej mamy do dyspozycji cztery kluczowe dźwignie operacyjne, które pozwalają nam zwiększać rentowność i generować gotówkę w naszej działalności. Te dźwignie, omówione szczegółowo w przeglądzie finansowym, to:

- **Przychody** oparte na wynikach LFL, uzupełnione wzrostem dzięki ekspansji nowych sklepów. Kluczem do napędzania sprzedaży jest nasza zdolność do dostarczania odpowiedniej oferty produktów w wiodących na rynku cenach, aby zatrzymać naszych obecnych klientów i przyciągnąć nowych.
- **Marża brutto** oparta na asortymencie oraz naszej zdolności do optymalizacji zaopatrzenia i dokonywania lepszych zakupów, przy jednoczesnym zarządzaniu pewnymi czynnikami zewnętrznymi, takimi jak ruchy walutowe, fracht i towary, przy jednoczesnym utrzymaniu pozycji lidera cenowego i zarządzaniu zapasami.
- **Koszty operacyjne** dotyczą głównie działalności naszych sklepów, a także łańcucha dostaw, funkcji centralnych i centrali. Niezależnie od wyzwań inflacyjnych, niezwykle ważne jest, abyśmy skupili się na wyprzedzającym zwiększaniu sprzedaży przed kosztami i zwiększaniu dźwigni operacyjnej poprzez efektywność kosztową wynikającą ze zwiększonej skali działalności.
- **Generowanie gotówki** poprzez połączenie dyscypliny w zakresie wydatków inwestycyjnych, z rosnącym naciskiem na przychody, oraz skuteczne zarządzanie naszym kapitałem obrotowym, głównie poprzez skupienie się na zarządzaniu zapasami i dostawcami.

Zidentyfikowaliśmy szereg obszarów, na których skupiliśmy się w r. obr. 2024 w celu poprawy wyników finansowych i w których zrealizowaliśmy nasze cele:

- Poprawa marży brutto w r. obr. 2024, która wzrosła z 40,0% do 43,9% rok do roku, głównie dzięki poprawie w Pepco o 530 pkt. bazowych do 46,9%.
- Poprawa gotówkowego wyniku EBITDA (4 wall EBITDA) sklepów w naszej podstawowej działalności Pepco w Europie Środkowo-Wschodniej do poziomu sprzed Covid-19, który to cel został przekroczony w ciągu roku. Nasz średni gotówkowy wskaźnik EBITDA na sklep w głównych sklepach w Europie Środkowo-Wschodniej wyniósł 218 tys. EUR w r. obr. 2024 w porównaniu z 217 tys. EUR w r. obr. 2019.
- Spowolnienie ekspansji sklepów z większym naciskiem na poprawę zwrotu z inwestycji poprzez otwieranie sklepów wyższej jakości na naszych głównych rynkach. W r. obr. 2024 otworzyliśmy 509 sklepów (392 netto) w porównaniu z 806 sklepami w r. obr. 2023 (648 netto), przy znacznym ograniczeniu nakładów inwestycyjnych na nowe sklepy na poziomie 129 mln EUR, w porównaniu z 207 mln EUR w roku poprzednim. Większość sklepów otwartych w r. obr. 2024 znajdowała się na naszych głównych rynkach Europy Środkowo-Wschodniej, gdzie osiągamy wysokie zyski.
- Wstrzymanie programu „New Look”, który nie przyniósł zakładanego zwrotu z inwestycji, spowodowało zmniejszenie nakładów inwestycyjnych o 38 mln EUR w porównaniu z rokiem poprzednim.

Osiągnęliśmy gorsze wyniki niż oczekiwaliśmy, jeśli chodzi o nasze cele sprzedażowe, z ujemną sprzedażą LFL w ciągu roku we wszystkich trzech markach. Pozytywne wyniki sprzedaży w tym roku wynikały z ekspansji sklepów

w r. obr. 2023 (po zannualizowaniu otwarć z roku poprzedniego) i r. obr. 2024. Potrzeba zwiększenia sprzedaży LFL jest kluczowym obszarem, na którym będziemy się koncentrować w r. obr. 2025.

Odnotowaliśmy również wyższe koszty operacyjne. Było to częściowo związane z budżetowaniem naszych kosztów pod kątem lepszych wyników sprzedaży, które się nie zmaterializowały, a także z ciągłymi wyzwaniami inflacyjnymi na wielu naszych kluczowych rynkach, zwłaszcza w zakresie kosztów pracy.

Wraz ze słabszymi wynikami zarówno Poundland, jak i Dealz, w dostosowywaniu asortymentu odzieży i towarów codziennego użytku do oferty Pepco, w ciągu roku stało się jasne, że przejście na zunifikowaną działalność i ofertę dla klientów nie działało zgodnie z oczekiwaniami. W związku z tym, choć zarówno sieć Poundland, jak i Dealz będą miały możliwość dalszego korzystania z asortymentu produktów Pepco, zyskują coraz większą elastyczność w pozyskiwaniu własnych kolekcji, dostosowanych do swoich rynków i klientów. Spowodowało to pewne dodatkowe koszty w związku z przygotowaniem do tego rozwiązania, w porównaniu do wcześniejszych planów bliższej integracji z Pepco.

Oprócz wyników handlowych, w ciągu roku doświadczyliśmy również pewnych zakłóceń i wyższych kosztów związanych z naszym wyjściem z Austrii (wykazany jako działalność zaniechana) oraz wpływem oszustwa, którego doświadczyliśmy na Węgrzech. W następstwie tego ostatniego zdarzenia dokonano szczegółowego przeglądu zarówno naszego środowiska informatycznego, jak i kontrolnego, podejmując szereg działań mających na celu ich dalsze wzmocnienie w celu ograniczenia prawdopodobieństwa ponownego wystąpienia w przyszłości.

W odniesieniu do wyzwań związanych z naszym łańcuchem dostaw w ciągu roku, wydarzenia na Bliskim Wschodzie zakłóciły transport morski. Spowodowało to wydłużenie czasu dostaw kontenerów do portów oraz konieczność utrzymywania dodatkowych zapasów w firmie, co nie było wcześniej planowane. Dalsze tymczasowe opóźnienia wystąpiły pod koniec roku finansowego w związku z niepokojami wynikającymi ze zmiany rządu w Bangladeszu, który jest kluczowym rynkiem zaopatrzeniowym dla naszej odzieży.

Otoczenie handlowe

Handel w Grupie w roku finansowym 2024 pozostawał wymagający, pomimo poprawy wskaźników makroekonomicznych na naszych kluczowych rynkach. Choć presja inflacyjna i związana ze stopami procentowymi zmniejszyła się w porównaniu z poziomami obserwowanymi w roku finansowym 2023, nadal utrzymywała się na stosunkowo wysokim poziomie w większości rynków, na których działamy, w porównaniu do historycznych wartości. To nadal wywierało presję na naszych klientów, wpływając na ich priorytety odnośnie wydatków. Chociaż Pepco nadal utrzymuje i poprawia silną pozycję lidera cenowego w kluczowych kategoriach odzieży i towarów ogólnego przeznaczenia w całym regionie Europy Środkowo-Wschodniej, coraz częściej działamy w bardziej intensywnym otoczeniu pod względem konkurencji.

Różne problemy związane z łańcuchem dostaw wpłynęły na stałą i terminową dostępność zapasów w sklepach, co miało wpływ na handel przez większą część r. obr. 2024. Problemy z dostępnością produktów wynikające z opóźnień w łańcuchu dostaw były w coraz większym stopniu łagodzone poprzez wcześniejszą wysyłkę produktów, optymalizację tras wysyłki i selektywne korzystanie z szybszych opcji różnych przewoźników. Doprowadziło to jednak w efekcie do pewnych dopłat do stawek frachtowych, ponieważ kontenery musiały pokonywać dłuższe trasy. Przyspieszone metody, takie jak transport lotniczy lub kolejowy, musiały być stosowane w celu zagwarantowania terminowej dostępności towarów, szczególnie w przypadku naszych produktów sezonowych.

W Pepco, połączenie opóźnień w łańcuchu dostaw wpływających na dostępność towarów w sklepach, wraz z trudniejszym otoczeniem konkurencyjnym, przyczyniło się do ujemnej sprzedaży LFL za r. obr. 2024 na poziomie -2,8%. Wynik ten poprawiał się z kwartału na kwartał w ciągu roku i zakończyliśmy rok z dodatnią sprzedażą LFL we

wrześniu 2024 roku. W ciągu roku poczyniliśmy również postępy w zakresie poprawy stanu zapasów w Pepco, przy czym starsze zapasy z poprzednich sezonów zostały wyeliminowane poprzez obniżenie marży, poprawiając ogólną sytuację magazynową na rzecz nowszych zapasów o wyższej marży.

W Wielkiej Brytanii, gdzie działa Poundland, w ciągu roku obserwowaliśmy rosnącą konkurencję ze strony detalistów większego formatu, o udział w wydatkach klientów na rynku FMCG, co skutkowało słabszą sprzedażą FMCG (+1,6% LFL) i marżą, ponieważ staraliśmy się przeciwdziałać tej sytuacji. Główny wpływ na wyniki odniosło przejście na odzież i produkty codziennego użytku pochodzące z Pepco, które z różnych powodów nie spełniły oczekiwań klientów. W przypadku odzieży (-19,1% LFL) pojawiły się problemy związane z tym, że oferta nie w pełni oddawała poprzednią różnorodność asortymentu męskiego i damskiego Poundland oraz dostępności w różnych rozmiarach. Ponadto, przy średnich cenach jednostkowych znacznie poniżej poprzedniej oferty Poundland (-14,9%), sprzedaż wymagała znacznego wzrostu wolumenu, aby zapewnić poprawę wyników LFL, której w efekcie nie można było osiągnąć. Na towary codziennego użytku (-9,1% LFL) wpłynęła również oferta Pepco, która nie spotkała się z zainteresowaniem naszych klientów w Wielkiej Brytanii, a niektóre z tradycyjnie istotnych produktów tego segmentu zostały wycofane, na przykład niektóre tradycyjnie popularne asortymenty sezonowe. Sprzedaż LFL w Poundland wyniosła -3,6% w ujęciu rocznym, mimo że w I kwartale wyniosła +0,9%.

Sprzedaż Dealz również była poniżej oczekiwań, a sprzedaż porównywalna za rok wyniosła -4,8%, odzwierciedlając intensywną konkurencję ze strony innych sprzedawców detalicznych żywności, w tym supermarketów o silnej pozycji, a także w skutek problemów z ofertą towarów codziennego użytku pochodzących z Pepco.

WYNIKI FINANSOWE ZA ROK OBROTOWY 2024

ZYSK I STRATA

W roku obrotowym 2024 Grupa odnotowała silny wzrost bazowej EBITDA (MSSF 16) na poziomie +25,2%, przy wzroście marży EBITDA o 180 pb. Było to głównie wynikiem wysokiej marży brutto osiągniętej przez Pepco, co wynikało z normalizacji kosztów surowców, lepszych warunków kontraktowych z dostawcami, korzystnych ruchów kursów walutowych oraz stabilizacji kosztów kontenerów w porównaniu z rokiem poprzednim.

Koszty operacyjne wzrosły o 18,6%, co wynikało głównie z ekspansji sieci sklepów i wpływu presji inflacyjnej, zwłaszcza na wynagrodzenia. Przy słabszej niż oczekiwano sprzedaży w ciągu roku, dźwignia operacyjna Grupy pogorszyła się o 200 punktów bazowych w porównaniu z rokiem poprzednim. Mając to na uwadze przyjmujemy bardziej uważne podejście zarówno do kosztów operacyjnych, jak i inwestycji kapitałowych w przyszłości.

Zysk i strata (mln EUR)	Rok obrotowy 2024	Rok obrotowy 2023 (skorygowany)	r/r (raportowany)	r/r (stały kurs walutowy)
Przychody	6 167	5 596	10,2%	8,1%
Przychody w ujęciu LFL (%)	-3,2%	6,0%	nd.	nd.
Zysk brutto	2 706	2 239	20,9%	18,7%
Marża brutto ze sprzedaży (%)	43,9%	40,0%	390 pb.	390 pb.
Koszty operacyjne	(1 762)	(1 486)	18,6%	16,2%
Koszty operacyjne (%)	28,6%	26,6%	200 pb.	200 pb.
Bazowa EBITDA	944	754	25,2%	23,3%
Bazowa marża EBITDA (%)	15,3%	13,5%	180 pb.	190 pb.

Bazowa EBITDA (sprzed MSSF 16)	515	402	28,1%	26,6%
Bazowa marża EBITDA (sprzed MSSF 16) (%)	8,3%	7,2%	110 pb.	120 pb.
Amortyzacja	(564)	(459)	22,9%	20,5%
Bazowy EBIT (MSSF 16)	380	295	28,8%	27,8%
Koszty finansowe netto	(109)	(81)	34,6%	32,1%
Bazowy zysk przed opodatkowaniem	271	214	26,6%	25,7%
Bazowy zysk po opodatkowaniu	179	157	14,0%	15,3%
Bazowy zysk na akcję (w eurocentach)	31,1	27,2	14,3%	15,4%
Utrata wartości przez Poundland	(775)	-	nd.	nd.
Inne pozycje klasyfikowane jako inne niż bazowe	(50)	(55)	-9,1%	-12,7%
Wykazany zysk przed opodatkowaniem	(554)	159	<-200%	<-200%
Podatek	(108)	(50)	116,0%	110,0%
Wykazany zysk po opodatkowaniu	(662)	108	<-200%	<-200%
Wykazany zysk na akcję (w eurocentach)	(114,9)	18,8	<-200%	<-200%
Strata z powodu zaniechanej działalności	(49)	(12)	<-200%	<-200%

(w mln EUR)	Rok obrotowy 2024	Rok obrotowy 2023	r/r (raportowany)
Zadłużenie netto	1 631	1 692	-3,6%
Dźwignia finansowa	1,7x	2,2x	-0,5x
Zadłużenie netto (sprzed MSSF 16)	256	411	-37,7%
Dźwignia finansowa (sprzed MSSF 16)	0,5x	1,0x	-0,5x

Uwagi:

- Liczby powyżej są oparte na niezaniechanej działalności i są zgodne z MSSF 16, chyba że zaznaczono inaczej
- Austria jest zaklasyfikowana jako działalność zaniechana po wyjściu Grupy z Pepco Austria. Wszystkie liczby powyżej, w tym porównania, wyłączają Austrię
- Wszystkie przychody i koszty w walutach obcych są przeliczane zgodnie z kursem średnim w miesiącu, w którym zostały odnotowane

Przychody

Przychody Grupy wyniosły 6,2 mld EUR i wzrosły o +10,2% w ciągu roku, dzięki ciągłej ekspansji sklepów, z 392 nowymi sklepami netto otwartymi w ciągu roku. Przychody LFL spadły o 3,2%, z uwagi na to, że wszystkie trzy marki odnotowały ujemną dynamikę w przychodach LFL w ciągu roku. Podczas gdy Pepco odnotowało poprawę w ujęciu kwartał do kwartału w ciągu roku i zakończyło rok z dodatnimi przychodami LFL we wrześniu, intensywnie koncentrujemy się na zapewnieniu stabilnej, pozytywnej dynamiki przychodów LFL, gdy wkracamy w r. obr. 2025.

Wzrost LFL %	Pepco	Poundland	Dealz	łącznie
I kw.	(3,5%)	0,9%	(4,6%)	(2,2%)
II kw.	(2,8%)	(2,8%)	(4,6%)	(2,9%)
III kw.	(2,7%)	(6,9%)	(7,3%)	(4,3%)
IV kw.	(2,2%)	(6,4%)	(2,8%)	(3,5%)
r. obr.	(2,8%)	(3,6%)	(4,8%)	(3,2%)

Wzrost przychodów (raportowanych) %	Pepco	Poundland	Dealz	Łącznie
I kw.	16,2%	3,5%	52,1%	13,0%
II kw.	16,4%	7,9%	57,3%	14,9%
III kw.	13,7%	(0,7%)	30,1%	9,2%
IV kw.	10,3%	(8,5%)	23,4%	4,1%
r. obr.	14,2%	0,3%	39,6%	10,2%

Marża brutto (%)

Marża brutto Grupy wzrosła o 390 p.b. rok do roku do 43,9% w r. obr. 2024, dzięki poprawie marży brutto Pepco o 530 p.b. rok do roku do 46,9%. W ciągu roku główne waluty Grupy - polski złoty, funt brytyjski i euro - umocniły się w stosunku do naszych głównych walut zakupowych - dolara amerykańskiego i chińskiego juana - co przyniosło transakcyjną korzyść walutową dla marży brutto, szczególnie w drugiej połowie roku. Oczekuje się, że korzyści te będą nadal wspierać marżę w r. obr. 2025.

W czwartym kwartale r. obr. 2024 spółka Pepco rozpoczęła serię ukierunkowanych inwestycji w ceny produktów dla utrzymania pozycji lidera cenowego, co będzie kontynuować w r. obr. 2025. Stanowi to, wraz z większym naciskiem na zapewnienie dostępności kluczowych linii produktowych i asortymentów sezonowych, część działań, które naszym zdaniem przyczynią się do ożywienia sprzedaży w r. obr. 2025.

Marża brutto %	Pepco	Poundland	Dealz	Total
I kw.	42,9%	39,6%	31,7%	41,7%
II kw.	49,1%	37,8%	32,9%	45,0%
III kw.	47,3%	38,4%	35,6%	44,3%
IV kw.	49,5%	38,1%	33,6%	45,2%
r. obr.	46,9%	38,6%	33,4%	43,9%

Koszty operacyjne

W r. obr. 2024 koszty operacyjne Grupy wzrosły o 276 mln EUR do 1 762 mln EUR (w r. obr. 2023: 1 486 mln EUR). Największa część naszych kosztów operacyjnych dotyczy kosztów prowadzenia sklepów, które wzrosły o 13% w ciągu roku, z 1 165 mln EUR w r. obr. 2023 do 1 310 mln EUR w r. obr. 2024, co było spowodowane wzrostem powierzchni handlowej w Pepco. Wzrost kosztów sklepów wynika głównie ze zmian stawek czynszu, kosztów pracy i mediów oraz wzrostu ogólnej liczby prowadzonych sklepów.

- Koszty sklepów: Stosunek kosztów operacyjnych sklepów Grupy do przychodów wzrósł o 40 punktów bazowych do 21,3% w r. obr. 2024 (z 20,8%), co było spowodowane niższym niż oczekiwano wzrostem przychodów ze sprzedaży w ciągu roku oraz wzrostem kosztów pracy w sklepach Pepco i Poundland w związku z presją inflacyjną i wzrostem płacy minimalnej w Wielkiej Brytanii. Koszty wynajmu również wzrosły o 21,2% do 459 mln EUR.

- Koszty SG&A: Koszty Sprzedaży, Ogólne i Administracyjne Grupy wzrosły do 452 mln EUR w r. obr. 2024 (z 321 mln EUR w r. obr. 2023), głównie w wyniku wzrostu kosztów płac, w tym z uwagi na premie, rosnące zatrudnienie oraz inflację zarobków, a także dodatkowe koszty otwarcia i zamknięcia sklepów, zwiększone koszty bieżące systemu informatycznego oraz inwestycje w projekty strategiczne w całej Grupie.

EBITDA bazowa

EBITDA bazowa Grupy (MSSF 16) wzrosła w ciągu roku o 25,2% do 944 mln EUR (754 mln EUR w r. obr. 2023), głównie dzięki wzrostowi sprzedaży wynikającemu z rosnącej liczby sklepów i wzrostowi marży brutto, skompensowanemu wyższymi kosztami operacyjnymi, głównie związanymi z ekspansją sklepów. Bazowa EBITDA Grupy (sprzed MSSF 16) w wysokości 515 mln EUR (8,3% sprzedaży) stanowi wzrost o 28,1% rok do roku.

Chociaż jako Grupa raportujemy zgodnie z MSSF 16, zdajemy sobie sprawę, że nasza firma w przeszłości podawała informacje finansowe w ujęciu sprzed MSSF 16. Poniższa tabela zawiera podsumowanie wpływu MSSF 16 na EBITDA i zysk przed opodatkowaniem:

mln EUR	r. obr. 2024			r. obr. 2023		
	r. obr. 2024	Wpływ MSSF 16	r. obr. 2024 (sprzed MSSF 16)	r. obr. 2023	Wpływ MSSF 16	r. obr. 2023 (sprzed MSSF 16)
Bazowa EBITDA	944	(430)	515	754	(351)	402
Bazowy zysk przed opodatkowaniem	271	(4)	267	214	(8)	206
Pozycje klasyfikowane jako inne niż bazowe	(825)	6	(819)	(55)	(1)	(56)
Wykazany zysk przed opodatkowaniem	(554)	2	(552)	159	(9)	150
Zadłużenie netto/(gotówka)	1,631	(1,374)	256	1,692	(1,281)	411

Koszty najmu zgodnie z MSSF 16 w trakcie roku wzrosły z 351 mln EUR do 430 mln EUR (+23%) w związku z dalszym rozwojem sieci sklepów w ramach działalności Grupy.

Zysk przed opodatkowaniem

Strata raportowana przed opodatkowaniem Grupy w r. obr. 2024 wyniosła 554 mln EUR (r. obr. 2023: zysk 159 mln EUR), głównie z powodu niegotówkowej utraty wartości Poundland. Na poziomie bazowym, bazowy zysk przed opodatkowaniem Grupy w r. obr. 2024 wzrósł o 27% do 271 mln EUR (w r. obr. 2023: 214 mln EUR).

Nasza efektywna stopa procentowa wzrosła do 6,85% (r. obr. 2023: 3,75%) ze względu na nasze zabezpieczone obligacje oprocentowane w wysokości 7,25% oraz inne instrumenty dłużne podlegające zmiennym stopom procentowym, które wzrosły z roku na rok. Instrumenty te, w tym kredyt odnawialny (RCF) zwiększony ze 190 mln EUR do 390 mln EUR, zapewniają dodatkową płynność, biorąc pod uwagę ciągły wzrost i rosnącą skalę działalności.

Podatek

W r. obr. 2024 obciążenie podatkowe Grupy wyniosło 108 mln EUR (w r. obr. 2023: 50 mln EUR), co odpowiada efektywnej stopie podatkowej na poziomie 19,4 % (w r. obr. 2023: 31,8 %). Efektywną stopę podatkową znacząco komplikują pozycje klasyfikowane jako inne niż bazowe oraz cofnięcie rozpoznania aktywów z tytułu odroczonego podatku dochodowego, rozpoznanych uprzednio; bazowa efektywna stopa podatkowa Grupy w r. obr. 2024 wyniosła 33,8% (r. obr. 2023: 26,8%).

mln EUR	Rok obrotowy 2024			Rok obrotowy 2023		
	Bazowe	Niebazowe	Raportowane	Bazowe	Niebazowe	Raportowane

Zysk (strata) przed opodatkowaniem	271	(825)	(554)	214	(55)	159
Opodatkowanie (obciążenie)/ulga	(92)	(16)	(108)	(57)	7	(50)
Zysk (strata) po opodatkowaniu	179	(841)	(662)	157	(48)	108
Efektywna stopa podatkowa	33,8%	-1,9%	-19,4%	26,8%	12,3%	31,8%

Na naszych pięciu największych rynkach - w Wielkiej Brytanii, Polsce, Hiszpanii, Rumunii i Czechach - podstawowa stawka podatku dochodowego od osób prawnych wynosi obecnie odpowiednio 25%, 19%, 25%, 16% i 21%; wyniki w każdym z tych krajów wpływają na naszą efektywną stopę podatkową.

Pozycje klasyfikowane jako inne niż bazowe

W r. obr. 2024 pozycje pozafinansowe wyniosły łącznie 825 mln EUR (r. obr. 2023: 55 mln EUR), w tym:

- 775 mln EUR związane z niegotówkową utratą wartości Poundland (głównie wartości godziwej)
- 29 mln EUR związane z kosztami oprogramowania ERP (SaaS), które z natury są uważane za koszty nietypowe i istotne
- 16 mln EUR związane z oszustwem na Węgrzech
- 4 mln EUR związane z restrukturyzacją Poundland
- 1 mln EUR związane z programem Value Creation Plan (VCP).

Poza oszustwem na Węgrzech, pozostałe pozycje klasyfikowane jako inne niż bazowe są spójne z wcześniejszymi sprawozdaniami.

Działalność zaniechana

19 lutego 2024 r. Grupa ogłosiła, że zaprzestanie działalności w Austrii. Grupa weszła na ten rynek w 2021 r. i prowadziła w tym kraju 73 sklepy Pepco. Decyzja o zaprzestaniu tej działalności została podjęta w ramach przeglądu wyników Grupy na wszystkich jej rynkach. Austria została sklasyfikowana jako pozycja zaniechana w sprawozdaniu finansowym. W sumie wyjście z Austrii doprowadziło do niegotówkowej straty na działalności zaniechanej w wysokości 48,5 mln EUR, w dużej mierze odzwierciedlającej utratę wartości pożyczek i należności wobec innych spółek zależnych Grupy.

PODSUMOWANIE WG SEGMENTÓW

W r. obr. 2023 dokonaliśmy przeglądu zmieniającego się profilu operacyjnego i finansowego Grupy w miarę jej dalszego rozwoju i ekspansji. Podjęliśmy decyzję o zmianie sprawozdawczości segmentowej Grupy w r. obr. 24 w następujący sposób:

- Cztery segmenty geograficzne: Wielka Brytania i Republika Irlandii, Polska, Europa Środkowo-Wschodnia i Europa Zachodnia.

- Trzy segmenty handlowe: Pepco, Poundland, Dealz

	IV kw. r. obr. 2024				r. obr. 2024			
	Pepco	Poundland	Dealz	Grupa	Pepco	Poundland	Dealz	Grupa
Przychody (w mln EUR) ²	938	472	76	1 486	3 853	2 006	307	6 167
Wzrost przychodów r/r przy stałym kursie ³	11,8%	-10,0%	17,5%	4,0%	12,1%	-1,4%	30,9%	8,1%
Wzrost przychodów LFL ⁴	-2,2%	-6,4%	-2,8%	-3,5%	-2,8%	-3,6%	-4,8%	-3,2%
Liczba sklepów								
łącznie na początku okresu	3 713	845	324	4 882	3 450	823	283	4 556
Nowe sklepy	79	2	7	88	376	84	49	509
Zamknięcia	(11)	(11)	-	(22)	(45)	(71)	(1)	(117)
łącznie na koniec okresu	3 781	836	331	4 948	3 781	836	331	4 948

Nowe sklepy netto w okresie	68	(9)	7	66	331	13	48	392
Łączny wzrost przestrzeni handlowej (m ²)	1,8%	-0,4%	2,5%	1,4%	10,9%	8,8%	17,9%	10,8%

Uwaga:

- *Austria jest zaklasyfikowana jako działalność zaniechana po wyjściu Grupy z Pepco Austria. Wszystkie liczby powyżej, w tym porównania, wyłączają Austrię*

Segmenty geograficzne

Firma odnotowała solidny wzrost sprzedaży we wszystkich regionach poza Wielką Brytanią i Irlandią, napędzany rozwojem sklepów na tych rynkach. Wzrost przychodów Grupy w ciągu roku wynikał z dobrych wyników Pepco i Dealz.

Przychody (w mln EUR)	r. obr. 2024	r. obr. 2023	r/r (raportowane)	r/r (stały kurs)
Wlk. Brytania i Irlandia	2 006	2 001	0,2%	-1,4%
Polska	1 618	1 414	14,4%	7,3%
Europa Śr.-Wsch.	1 950	1 816	7,4%	8,1%
Europa Zach.	592	365	62,2%	62,2%
łącznie	6 167	5 596	10,2%	8,1%

Przychody LFL (%)	r. obr. 2024	r. obr. 2023
Wlk. Brytania i Irlandia	(3,6%)	5,5%
Polska	(3,6%)	4,9%
Europa Śr.-Wsch.	(1,7%)	8,3%
Europa Zach.	(6,5%)	(0,3%)
łącznie	(3,2%)	6,0%

Liczba sklepów (szt.)	r. obr. 2024	r. obr. 2023	r/r
Wlk. Brytania i Irlandia	836	823	13
Polska	1 670	1 539	131
Europa Śr.-Wsch.	1 893	1 744	149
Europa Zach.	549	450	99
łącznie	4 948	4 556	392

Segmenty handlowe

Pepco odpowiada za 62,5% łącznych przychodów Grupy za r. obr. 2024 (r. obr. 2023: 60,3%) i więcej niż łączny zysk operacyjny całej Grupy za r. obr. 2024. Udział Poundland i Dealz w łącznych przychodach za r. obr. 2024 wyniósł odpowiednio 32,5% i 5,0% (za r. obr. 2023: 35,8% i 3,9%). Znacząca zmiana wkładu w zysk operacyjny wynikała z poprawy wyników Pepco i Dealz, podczas gdy wyniki Poundland spadły z powodu negatywnych wyników kategorii odzieży i GM po słabym przejściu na produkty pochodzące z Pepco.

Przychody (w mln EUR)	r. obr. 2024	r. obr. 2023	r/r (raportowane)	r/r (stały kurs)
Pepco	3 853	3 375	14,2%	12,1%
Poundland	2 006	2 001	0,2%	-1,4%
Dealz	307	220	39,5%	30,9%
łącznie	6 167	5 596	10,2%	8,1%

Przychody LFL (%)	r. obr. 2024	r. obr. 2023
Pepco	(2,8%)	6,4%
Poundland	(3,6%)	5,5%
Dealz	(4,8%)	11,3%
łącznie	(3,2%)	6,0%

Zysk operacyjny (w mln EUR)	r. obr. 2024	r. obr. 2023	r/r (raportowane)	r/r (stały kurs)
Pepco	411	271	51,7%	50,2%
Poundland	(3)	43	-107,0%	-104,7%
Dealz	(8)	(14)	42,9%	42,9%

Other	(20)	(5)	<-200%	<-200%
Łącznie	380	295	28,8%	27,8%

Pepco

Sprzedaż Pepco w r. obr. 2024 wzrosła o +14,2% dzięki annualizacji otwarć sklepów w r. obr. 2023, wraz z wpływem otwarcia 331 nowych sklepów netto w r. obr. 2024. Dzięki temu łączna liczba sklepów Pepco wzrosła do 3 781, przy wzroście nowej powierzchni o +11%. Przychody LFL wyniosły -2,8% w skali roku, choć wykazywały stałą poprawę kwartał do kwartału, kończąc rok na plusie.

W r. obr. 2024 Pepco nie weszło na żadne nowe rynki, ponieważ zarząd skupił swoją uwagę na odbudowie rentowności w głównym regionie Europy Środkowo-Wschodniej, przy jednoczesnym zwiększeniu inwestycji kapitałowych i wprowadzeniu usprawnień operacyjnych. Kontynuowaliśmy ekspansję w Europie Zachodniej, ale w wolniejszym tempie niż w r. obr. 2023, otwierając 99 nowych sklepów (wobec 302 w r. obr. 2023), głównie we Włoszech (+42) i Hiszpanii (+29). W lutym 2024 r. Grupa ogłosiła wyjście z Austrii, ponieważ rynek ten nie osiągnął oczekiwanego poziomu rentowności, kierownictwo skoncentrowało się na osiąganiu wyników na bardziej dochodowych rynkach.

Wkraczając w r. obr. 2025, widzimy pewne wczesne oznaki ożywienia, napędzane lepszymi wynikami naszych kluczowych pod względem wartości pozycji w ramach towarów codziennego użytku i odzieży, co odzwierciedla lepsze ceny wraz z lepszą dostępnością zapasów w naszych sklepach.

W r. obr. 2024 bazowe koszty operacyjne (MSSF 16) w Pepco wzrosły o 20,1% rok do roku w wartościach bezwzględnych. Duża część tego wzrostu związana jest z rozbudową nieruchomości, presją inflacyjną, kosztami związanymi z modernizacją mocy produkcyjnych i zdolności poszczególnych zespołów oraz inwestycjami w projekty strategiczne.

Bazowa EBITDA Pepco za r. obr. 2024 (MSSF 16) wzrosła o 41,7% do 785 mln euro (r. obr. 2023: 554 mln euro), a bazowa marża EBITDA wzrosła o 400 punktów bazowych rok do roku do 20,4%. Było to spowodowane poprawą marży brutto, częściowo skompensowaną przez niekorzystne czynniki kosztowe. W ujęciu przed MSSF 16, bazowa EBITDA w r. obr. 2024 wyniosła 504 mln euro, co stanowi wzrost o 48,7% w porównaniu z r. obr. 2023.

Pepco	r. obr. 2024	r. obr. 2023	r/r (raportowane)	r/r (stały kurs)
Przychody (mln EUR)	3 853	3 375	14,2%	12,1%
LFL (%)	-2,8%	6,2%		
Zysk brutto (mln EUR)	1 807	1 404	28,7%	26,5%
Zysk brutto (%)	46,9%	41,6%	530 pb.	530 pb.
Koszty op. (mln EUR)	(1 021)	(850)	20,1%	17,9%
Koszty op. (%)	26,5%	25,2%	130 pb.	130 pb.
EBITDA MSSF 16 (mln EUR)	785	554	41,7%	39,7%
EBITDA MSSF 16 (%)	20,4%	16,4%	400 pb.	400 pb.
Sklepy (liczba)	3 781	3 450	331	
<hr/>				
EBITDA sprzed MSSF 16 (mln EUR)	504	339	48,7%	46,9%
EBITDA sprzed MSSF 16 (%)	13,1%	10,1%	300 pb.	310 pb.

Poundland

Wyniki Poundland w r. obr. 2024 charakteryzowały się słabymi wynikami sprzedaży LFL (-3,6%). Głównym czynnikiem wpływającym na gorsze wyniki sprzedaży LFL były towary codziennego użytku (-9,1%) i odzież (-19,1%), po przejściu na początku roku na asortyment z oferty Pepco. Towary szybkozbywalne, które stanowią 67% koszyka sprzedaży Poundland, zapewniły +1,6% sprzedaży LFL w ciągu roku, przy czym konsumenci nadal odczuwali presję ze strony czynników makroekonomicznych.

Problemy związane z nowym asortymentem Poundland pochodzącym z Pepco obejmują nową ofertę odzieży, która nie w pełni odzwierciedla poprzedni asortyment męski i damski Poundland, zakres rozmiarów, a także stosunkowo niskie ceny za sztukę. W przypadku towarów codziennego użytku, oferta nie spotkała się z zainteresowaniem konsumentów w Wielkiej Brytanii, a niektóre z tradycyjnie istotnych produktów i kategorii, takich jak artykuły papiernicze i ogrodnicze, zostały stopniowo wycofane lub ze zmniejszoną alokacją przestrzeni w sklepach.

Ubytki towarów stały się istotną kwestią dla Poundland, przy wzroście do poziomu ok. 52 mln EUR w r. obr. 2024, co stanowi wzrost o 30% w ciągu ostatnich dwóch lat. Zarząd zobowiązuje się do wprowadzenia działań mających na celu zminimalizowanie wpływu tego powszechnego trendu w branży, jednocześnie dążąc do zapewnienia bezpieczeństwa naszym pracownikom sklepów.

Marża brutto za rok wzrosła o 100 punktów bazowych, dzięki lepszej marży na asortymencie pochodzącym z oferty Pepco oraz korzyściom wynikającym z obniżonych kosztów kontenerów. Dalsze korzyści w zakresie marży były ograniczone przez wpływ rozczarowujących wyników w segmencie towarów codziennego użytku i odzieży.

Koszty operacyjne (MSSF 16) jako procent sprzedaży wzrosły o 300 punktów bazowych do 30,9%. Wynika to z uwolnienia rezerw w r. obr. 2023, spotęgowanego presją inflacyjną w r. obr. 2024, głównie z powodu inflacji płac w Wielkiej Brytanii. Wzrost kosztów sprzedaży, kosztów ogólnych i administracyjnych w Poundland był spowodowany jednorazowymi korektami w r. obr. 2023, które nie powtórzyły się w r. obr. 2024, zwiększonymi kosztami bieżącymi Oracle po pełnym wdrożeniu tego systemu w Poundland oraz jednorazowymi kosztami marketingowymi związanymi z kampanią telewizyjną.

Poundland zaraportował EBITDA za r. obr. 2024 w wysokości 153 mln EUR (MSSF 16), mniej niż 195 mln EUR w roku poprzednim. Marża EBITDA spadła o 220 punktów bazowych do 7,6%. EBITDA sprzed MSSF 16 wyniosła 28 mln EUR w r. obr. 2024, spadając o 62,7% z powodu słabych wyników sprzedaży, zmian rezerw i wzrostu kosztów inflacyjnych rok do roku.

Poundland	r. obr. 2024	r. obr. 2023	r/r (raportowane)	r/r (stały kurs)
Przychody (mln EUR)	2 006	2 001	0,2%	-1,4%
LFL (%)	-3,6%	5,5%		
Zysk brutto (mln EUR)	774	753	2,8%	1,1%
Zysk brutto (%)	38,6%	37,6%	100 pb.	90 pb.
Koszty op. (mln EUR)	(620)	(557)	11,3%	9,5%
Koszty op. (%)	30,9%	27,9%	300 pb.	300 pb.
EBITDA MSSF 16 (mln EUR)	153	195	-21,5%	-22,6%
EBITDA MSSF 16 (%)	7,6%	9,8%	(220) pb.	(210) pb.
Sklepy (liczba)	836	823	13	
EBITDA sprzed MSSF 16 (mln EUR)	28	75	-62,7%	-62,7%
EBITDA sprzed MSSF 16 (%)	1,4%	3,8%	(240) pb.	(230) pb.

Dealz Poland

Podobnie jak Pepco, Dealz odnotował silny wzrost sprzedaży o 39,5%, napędzany wzrostem powierzchni, podczas gdy sprzedaż LFL wyniosła -4,8%. Dealz otworzył 48 sklepów netto w ciągu roku, wszystkie w Polsce, jedynym kraju, w którym obecnie działa spółka. Ujemny wynik sprzedaży LFL był spowodowany słabymi wynikami w segmencie towarów codziennego użytku (-12%) w wyniku przejścia na asortyment pochodzący z Pepco na początku roku. Segment towarów szybkozbywalnych również osiągnął wynik poniżej oczekiwań (-3% LFL), na co wpływ miał wysoce konkurencyjny rynek spożywczy w Polsce.

Marża brutto za rok wzrosła o 430 punktów bazowych do 33,4%. Było to spowodowane korzyściami kursowymi wynikającymi ze względnej siły polskiego złotego w stosunku do walut kupowanych przez Dealz. Koszty operacyjne według MSSF 16 jako procent sprzedaży poprawiły się o 40 punktów bazowych do 25,5%, dzięki dźwigni sprzedażowej, która pomogła zrównoważyć bezwzględny wzrost bazy kosztowej (+21 mln EUR) w wyniku ekspansji sklepów, a także inne presje inflacyjne.

Na poziomie MSSF 16, EBITDA Dealz wzrosła o 17 mln EUR, osiągając 24 mln EUR w r. obr. 2024, napędzana wzrostem przychodów. Oznacza to wzrost o 470 punktów bazowych rok do roku. EBITDA przed MSSF 16 w r. obr. 2024 wyniosła 3 mln EUR, co stanowi wzrost ze straty w wysokości 8 mln EUR w r. obr. 2023.

Dealz Poland	r. obr. 2024	r. obr. 2023	r/r (raportowane)	r/r (stały kurs)
Przychody (mln EUR)	307	220	39,5%	30,9%
LFL (%)	-4,8%	11,3%		
Zysk brutto (mln EUR)	102	64	59,4%	50,0%
Zysk brutto (%)	33,4%	29,1%	430 pb.	430 pb.
Koszty op. (mln EUR)	(78)	(57)	36,8%	28,1%
Koszty op. (%)	25,5%	25,9%	(40) pb.	(40) pb.
EBITDA MSSF 16 (mln EUR)	24	7	>200%	>200%
EBITDA marża (%)	7,9%	3,2%	470 pb.	470 pb.
Sklepy (liczba)	331	283	48	
<hr/>				
EBITDA sprzed MSSF 16 (mln EUR)	3	(8)	-	-
EBITDA marża (%)	0,9%	-3,6%	450 pb.	440 pb.

PRZEPIŁY WY PIENIĘŻNE

Pepco Group (mln EUR)	r. obr. 2024	r. obr. 2023	r/r (raportowane)
Bazowa EBITDA sprzed MSSF 16	515	402	113
Kapitał obrotowy	8	33	(25)
Kapitał obrotowy - zmiany sprzed MSSF 16	(5)	(32)	27
Zapłacony podatek	(85)	(75)	(10)

Przepływy pieniężne z działalności operacyjnej	432	328	104
Pozycje klasyfikowane jako inne niż bazowe	(52)	(52)	-
Wydatki kapitałowe	(212)	(382)	170
Wolne przepływy pieniężne (nielewarowane)	168	(106)	274
Zapłacone odsetki netto	(33)	(16)	(17)
Finansowanie działalności	(120)	116	(236)
Wpływy ze sprzedaży majątku trwałego	2	1	1
Działalność zaniechana	(13)	(18)	5
Przepływy pieniężne netto	3	(22)	25
Wpływ wahań kursów wymiany walut	30	9	21
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty na początku okresu	330	344	(14)
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty na końcu okresu	363	330	33
<hr/>			
Zadłużenie netto: MSSF 16	1,631	1,692	
Dźwignia finansowa: MSSF 16 (x EBITDA za ostatnie 12 miesięcy)	1.7x	2.2x	
Dług netto: przed MSSF 16	256	411	
Dźwignia finansowa: przed MSSF 16 (x EBITDA za ostatnie 12 miesięcy)	0.5x	1.0x	
Wpływ MSSF 16 na dźwignię finansową	1.2x	1.2x	
<hr/>			
Wskaźnik płynności bieżącej	1.0	0.9	

Przepływy pieniężne z działalności operacyjnej przed rozpatrzeniem wydatków kapitałowych i pozycji innych niż bazowe wzrosły o 104 mln EUR rok do roku do 432 mln EUR w r. obr. 2024. Wolne przepływy pieniężne uległy poprawie o 274 mln EUR do poziomu 168 mln EUR w r. obr. 2024, pozwalając na spłatę należności. Odnotowano niewielką poprawę w poziomie kapitału obrotowego, przy wzroście finansowania łańcucha dostaw skompensowanym wyższym poziomem zapasów na koniec roku.

Płatności leasingowe w wysokości 442 mln EUR wzrosły o 16,3% rok do roku, odzwierciedlając wzrost portfela sklepów.

Nakłady inwestycyjne w r. obr. 2024 były znacznie niższe i wyniosły 212 mln EUR (w r. obr. 2023: 382 mln EUR), co odzwierciedlało większą dyscyplinę inwestycyjną oraz wolniejszy rozwój sklepów, mniejszą liczbę remontów sklepów i skupienie się na naszych głównych rynkach Europy Środkowo-Wschodniej. W r. obr. 2024 nakłady inwestycyjne stanowiły 3,4% przychodów, a główne obszary wydatków były następujące:

- 129 mln EUR zainwestowano w otwarcie 509 nowych sklepów brutto (r. obr. 2023: 806 nowych sklepów brutto). Obejmowało to 84 sklepy w Wielkiej Brytanii i Irlandii Północnej, 166 w Polsce, 160 w Europie Środkowo-Wschodniej i 99 w Europie Zachodniej. Ekspansja w Wielkiej Brytanii była w dużej mierze napędzana przez otwarcie szeregu sklepów pozyskanych w wyniku upadku Wilko
- 40 mln EUR zainwestowano w programy modernizacji sklepów
- 22 mln EUR zainwestowano w IT
- 12 mln EUR zainwestowano w infrastrukturę łańcucha dostaw, głównie w związku z otwarciem nowego centrum dystrybucyjnego w Hiszpanii.
- Pozostałe 9 mln EUR zainwestowano w koszty utrzymania, głównie w utrzymanie sklepów.

BILANS

Odnotowaliśmy wzrost w podstawowych pozycjach bilansu, takich jak „Rzeczowe aktywa trwałe” i „Aktywa z tytułu prawa do użytkowania”, które są w dużej mierze napędzane z uwagi na nasz program ciągłej ekspansji sklepów. Wzrosty wyniosły odpowiednio 205 mln EUR i 403 mln EUR dla tych pozycji.

Co roku jesteśmy zobowiązani do przeprowadzania analizy utraty wartości firmy znajdującej się w bilansie Grupy w celu ustalenia, czy wartość bilansowa może zostać odzyskana. W wyniku znacznego pogorszenia wyników Poundland, spowodowanego słabą realizacją przejścia na asortyment odzieży i towarów codziennego użytku pochodzącego z oferty Pepco, wraz ze słabszymi perspektywami wzrostu, rosnącą konkurencją i rosnącymi kosztami w Wielkiej Brytanii w świetle najnowszego budżetu państwowego, rozpoznaliśmy w pełni utratę wartości firmy rozpoznanej na 725 mln EUR przy przejściu Poundland. Rozpoznaliśmy także utratę wartości niematerialnej i prawnej związanej z marką Poundland w wysokości 38 mln EUR, a także 13 mln EUR utraty wartości aktywów trwałych.

Zapasy wzrosły o +10,3% do 1 235 mln euro w r. obr. 2024 (r. obr. 2023: 1 120 mln EUR), co oznacza wzrost liczby dni magazynowych ze 122 do 130. Stan zapasów wzrósł ze względu na ciągły wzrost liczby sklepów i przeniesienie zakupów zapasów na IV kwartał wcześniej niż w ubiegłym roku, aby zapewnić Grupie gotowość na szczytowy okres świąteczny.

Finansowanie

Po inauguracyjnej emisji euroobligacji w r. obr. 2023 w celu refinansowania naszego wcześniejszego kredytu terminowego A, w r. obr. 2024 nie miały miejsca żadne wydarzenia związane z finansowaniem. Skorzystaliśmy jednak z opcji przedłużenia terminu zapadalności naszego kredytu odnawialnego (RCF) w wysokości 390 mln EUR o rok, z kwietnia 2026 r. do kwietnia 2027 r.

Agencje ratingowe utrzymały swoje ratingi korporacyjne dla spółki na następującym poziomie: Fitch na poziomie „BB”, Moody’s na poziomie „Ba3” i S&P Global na poziomie „BB”, zgodnie z naszymi kluczowymi odpowiednikami.

Na dzień 30 września 2024 r. całkowite zadłużenie zewnętrzne brutto Grupy (z wyłączeniem zobowiązań z tytułu leasingu) wynosiło 620 mln EUR i składało się z następujących pozycji:

- 375 mln EUR obligacji 7,25% z terminem zapadalności w 2028 r.
- 250 mln EUR kredytu terminowego B z terminem zapadalności w 2026 r.
- Zero wykorzystanych środków w ramach kredytu odnawialnego Spółki
- 7 mln EUR leasingu finansowego
- Pomniejszenie o 12 mln EUR kosztów emisji długu, które zostały skapitalizowane.

Środki pieniężne na dzień 30 września 2024 r. wyniosły 363 mln EUR, o 33 mln EUR mniej niż w roku poprzednim, częściowo odzwierciedlając spłatę naszego kredytu odnawialnego, co skutkowało zadłużeniem finansowym netto w wysokości 256 mln EUR (411 mln EUR w r. obr. 2023). Nasz wskaźnik zadłużenia netto do bazowej EBITDA z poprzednich 12 miesięcy kształtuje się następująco:

- 0,5x na bazie sprzed MSSF 16 (z wyłączeniem leasingu)
- 1,7x na podstawie MSSF 16 (z uwzględnieniem leasingu)

Oznacza to, że nasza dźwignia finansowa jest na najniższym poziomie od czasu debiutu giełdowego Grupy Pepco w 2021 r. i znacznie poniżej poziomów określonych w naszych umowach. Wynik ten odzwierciedla znacznie większą dyscyplinę i koncentrację na zarządzaniu gotówką i bilansem.

Koszty finansowania zewnętrznego netto wzrosły z 80 mln EUR w r. obr. 2023 do 109 mln EUR w r. obr. 2024. W tym koszty odsetkowe niezwiązane z leasingiem wzrosły o 12 mln EUR do 32 mln EUR, co oznacza efektywną stopę procentową na poziomie 6,85%.

ZABEZPIECZENIA I WYMIANA WALUT

Grupa nie zabezpiecza wpływu przeliczenia zysków generowanych w krajach nienależących do strefy euro. Z uwagi na różnice kursowe w trakcie tego okresu, EBITDA bazowa w r. obr. 2024 była wyższa o ok. 14 mln EUR. Średnie i końcowe kursy wymiany walut w odniesieniu do Grupy były następujące:

	Średnie kursy		Kursy na koniec okresu	
	r. obr. 2024	r. obr. 2023	r. obr. 2024	r. obr. 2023
EUR/PLN	4,354	4,728	4,279	4,681
CNY/PLN	0,557	0,651	0,545	0,636
USD/PLN	4,020	4,631	3,822	4,389

Grupa zabezpiecza transakcyjne ryzyko walutowe dla zapasów zakupionych w Azji i opłaconych w dolarach amerykańskich (USD) i juanach chińskich (CNY) w stosunku do własnych walut operacyjnych Pepco i Poundland w celu zmniejszenia zmienności marży brutto. Wszystkie kontrakty walutowe Grupy są rozliczane w ramach powiązań zabezpieczających przepływy pieniężne. W r. obr. 2024 nastąpiła ogólna deprecjacja USD i CNY w stosunku do polskiego złotego (PLN), co znalazło odzwierciedlenie w dalszym zmniejszeniu pozycji bilansowej netto zobowiązań z tytułu Pochodnych Instrumentów Finansowych Grupy w porównaniu do r. obr. 2023.

Consolidated income statement

for the year ended 30 September 2024

	Note	Year to 30 September 2024 €000	Year to 30 September 2023 (Restated) €000
Continuing operations			
Revenue	6	6,166,749	5,595,664
Cost of sales		(3,460,720)	(3,356,213)
Gross profit		2,706,029	2,239,451
Administrative expenses		(2,371,764)	(1,997,171)
Goodwill impairment		(724,824)	-
Other non-financial assets impairment		(54,578)	(3,130)
Operating (loss) / profit from continuing operations	8	(445,137)	239,150
Financial income	9	31,803	10,245
Financial expense	10	(140,785)	(90,550)
(Loss) / Profit before taxation from continuing operations for the year		(554,119)	158,845
Taxation		(107,520)	(50,481)
(Loss) / Profit from continuing operations for the year		(661,639)	108,364
Loss on discontinued operations		(48,530)	(11,733)
(Loss) / Profit for the year		(710,169)	96,631
Earnings per share			
Basic earnings per share from continuing operations		(114.9c)	18.8c
Basic earnings per share from discontinued operations		(8.4c)	(2.0c)
Basic earnings per share		(123.3c)	16.8c
Diluted earnings per share from continuing operations		(114.1c)	18.7c
Diluted earnings per share from discontinued operations		(8.4c)	(2.0c)
Diluted earnings per share		(122.4c)	16.7c

Full disclosures to the financial statements will be available in the Annual Report once published.

Consolidated statement of other comprehensive income

for year ended 30 September 2024

	Year to 30 September 2024 €000	Year to 30 September 2023 (Restated) €000
(Loss) / Profit for the year	(710,169)	96,631
Other comprehensive income		
Items that are or may be reclassified subsequently to profit or loss:		
Foreign currency translation differences – foreign operations	48,942	46,909
Effective portion of changes in fair value of cash flow hedges	121,518	(38,060)
Net change in fair value of cash flow hedges reclassified to profit or loss	(85,240)	(128,442)
Deferred tax on items that are or may be reclassified subsequently to profit or loss	(8,238)	34,924
Other comprehensive income / (loss) for the year, net of income tax	76,982	(84,669)
Total comprehensive (loss) income for the year	(633,187)	11,962

Full disclosures to the financial statements will be available in the Annual Report once published.

Consolidated statement of financial position

at 30 September 2024

	30 September 2024	30 September 2023 (Restated)
	€000	€000
Non-current assets		
Property, plant and equipment	742,833	746,437
Right-of-use asset	1,304,678	1,225,683
Goodwill and other intangible assets	107,316	847,477
Trade and other receivables	52	46
Derivative financial instruments	1,766	6,232
Deferred tax asset	106,434	113,414
	2,263,079	2,939,289
Current assets		
Inventories	1,235,457	1,119,547
Tax receivable	253	865
Trade and other receivables	102,874	143,132
Derivative financial instruments	32,741	42,106
Cash and cash equivalents	363,336	330,417
	1,734,661	1,636,067
Total assets	3,997,740	4,575,356
Current liabilities		
Trade and other payables	1,380,519	1,270,302
Current tax liabilities	21,683	—
Lease liabilities	346,594	304,794
Borrowings	-	118,794
Derivative financial instruments	51,259	91,045
Provisions	20,504	2,254
	1,820,559	1,787,189
Non-current liabilities		
Trade and other payables	3,396	21,763
Lease liabilities	1,034,395	988,377
Borrowings	612,980	610,270
Derivative financial instruments	1,227	1,730
Provisions	13,767	28,319
	1,665,765	1,650,459
Total liabilities	3,486,324	3,437,648
Net assets	511,416	1,137,708
Equity attributable to equity holders of the parent		
Share capital	5,760	5,760
Share premium reserve	13	13
Cash flow hedge reserve	(4,351)	(32,391)
Merger reserve	(751)	(751)
Translation reserve	25,535	(23,407)
Share-based payment reserve	39,908	33,013
Retained earnings	445,302	1,155,471
Total shareholders' equity	511,416	1,137,708

Full disclosures to the financial statements will be available in the Annual Report once published.

Consolidated statement of changes in equity

for the year ended 30 September 2024

	Share capital €000	Share premium €000	Cash flow hedge reserve ^[1] €000	Translation reserve ^[2] (Restated) €000	Merger reserve ^[3] €000	Share-based payment reserve ^[4] €000	Retained earnings (Restated) €000	Total equity (Restated) €000
Balance at 1 October 2023	5,760	13	(32,391)	(23,407)	(751)	33,013	1,155,471	1,137,708
Total comprehensive income for the period								
Profit for the year	—	—	—	—	—	—	(710,169)	(710,169)
Other comprehensive income for the period	—	—	28,040	48,942	—	—	—	76,982
Total comprehensive income for the period	—	—	28,040	48,942	—	—	(710,169)	(633,187)
Transactions with owners, recorded directly in equity								
Issue of share capital	—	—	—	—	—	—	—	—
Equity-settled share-based payments	—	—	—	—	—	6,895	—	6,895
Total contributions by and distributions to owners	—	—	—	—	—	6,895	—	6,895
Balance at 30 September 2024	5,760	13	(4,351)	25,535	(751)	39,908	445,302	511,416

1 The cash flow hedge reserve represents the cumulative effect of fair value gains and losses on cash flow hedges in the Group.

2 The translation reserve represents the cumulative foreign exchange differences on the translation of the net assets of the Group's foreign operations from their functional currency to the presentation currency of the parent.

3 The merger reserve represents the difference between the cost of the Company's investment in its subsidiaries acquired using the principles of merger accounting and the aggregate carrying value of assets and liabilities of the subsidiaries acquired.

4 The Group implemented a Value Creation Plan (VCP) for its Executive Directors.

Full disclosures to the financial statements will be available in the Annual Report once published.

Consolidated statement of cash flows

for the year ended 30 September 2024

	30 September 2024	30 September 2023 (Restated)
	Note	€000
		€000
Cash flows from operating activities		
(Loss)/profit for the period from continuing operations:		(661,639) 108,364
Adjustments for:		
Depreciation, amortisation and impairment		972,430 160,092
Right-of-use asset depreciation		364,757 302,940
Financial income		(31,803) (10,245)
Financial expense		140,785 90,550
Profit on sale of property, plant and equipment		(270) (477)
Equity-settled share-based payment expenses		6,895 (2,817)
Taxation		107,520 50,481
		898,675 698,888
Decrease/(increase) in trade and other receivables		42,459 (57,660)
Increase in inventories		(49,514) (175,075)
Increase in trade and other payables		11,932 321,239
Decrease in provisions and employee benefits		(3,993) (17,208)
Settlement of derivatives		6,801 (38,099)
Cash generated by operations		906,361 732,085
Tax paid		(85,449) (75,424)
Net cash from operating activities in discontinued operations		(1,909) (3,946)
Net cash inflow from operating activities		819,003 652,715
Cash flows used in investing activities		
Proceeds from sale of property, plant and equipment		2,290 1,445
Interest received		22,960 2,897
Acquisition of a subsidiary net of cash acquired		(8,465) —
Additions to property, plant and equipment		(204,559) (356,664)
Additions to other intangible assets		(7,189) (25,815)
Net cash from investing activities in discontinued operations		(78) (7,159)
Net cash outflow used in investing activities		(195,041) (385,296)
Cash flows from financing activities		
Proceeds from the issue of share capital		— 10
Proceeds from borrowings net of fees incurred		— 431,215
Repayment of borrowings		(120,000) (315,000)
Interest paid		(56,184) (18,809)
Payment of interest on lease liabilities		(77,311) (60,188)
Repayment of lease liabilities		(364,274) (319,992)
Net cash from financing activities in discontinued operations		(2,970) (6,781)
Net cash outflow from financing activities		(620,739) (289,545)
Net increase/(decrease) in cash and cash equivalents		3,224 (22,146)
Cash and cash equivalents at beginning of period		330,417 343,933
Effect of exchange rate fluctuations on cash held		29,696 8,610
Cash and cash equivalents at end of period		363,336 330,417

Full disclosures to the financial statements will be available in the Annual Report once published.

Notes to the consolidated financial statements

1. Basis of preparation

Pepco Group N.V. (the Company) is a public limited liability company incorporated in the Netherlands (registration number 81928491) and domiciled in the United Kingdom. The Company has a primary listing in on the Warsaw Stock Exchange. The registered address is 14th Floor, Capital House, 25 Chapel Street, London, NW1 5DH, United Kingdom.

The Group financial statements consolidate those of the Company and its subsidiaries (together referred to as the Group). The parent company financial statements present information about the Company as a separate entity and not about its Group.

The Group financial statements have been prepared in accordance with International Financial Reporting Standards, as adopted by the EU (Adopted IFRSs), and also comply with the statutory provisions of part 9 of Book 2 of the Dutch Civil Code. The parent company financial statements have been prepared in accordance with International Financial Reporting Standards (IFRSs) as endorsed by the EU and with part 9 of Book 2 of the Dutch Civil Code.

The accounting policies have, unless otherwise stated, been applied consistently to all years presented in these Group financial statements.

2. Going concern

In determining the appropriate basis of preparation of the 2024 consolidated financial statements, the Board of Directors are required to consider whether the Group and the Company can continue in operational existence for the foreseeable future.

At the time of publication, the Directors have a reasonable expectation that the Group has sufficient resources to continue in operation for the foreseeable future, which is not less than twelve months from publishing these financial statements. The Group undergoes a rigorous and comprehensive annual budgeting and long-term planning process which is reviewed and challenged by various stakeholders across management and the Board. This financial plan, which is ultimately approved by the Board, is then utilised to measure business performance and it also forms the 'base case' upon which the going concern analysis has been based.

In assessing going concern, the Group has considered a 2-year period to the end of FY26, beyond the minimum requirement of twelve months from the date of publishing the financial statements. The Directors have considered a severe but plausible downside sensitivity and a reverse stress test. The analysis suggested that despite the harsh scenario assumptions, which the management judge to be very unlikely, the Group still retains sufficient headroom across the assessment period and is able to meet all the requirements of its lending covenants.

Further information regarding the Group's business activities, together with the factors likely to affect its future development, performance and position will be set out in the Executive Chair's and CFO's reports. Since the going concern assessment uses a base case which has been built on the financial plan, careful consideration has been given to the current macroeconomic environment and the future implications and impacts it may have.

Given the above, the Directors have deemed the application of the going concern basis for the preparation of these consolidation financial statements to be appropriate.

3. New accounting standards and policies

No new standards, new interpretations or amendments to standards or interpretations have been published which are expected to have a significant impact on the Group's financial statements.

4. Accounting estimates and judgements

The preparation of these financial statements requires the exercise of judgement, estimates and assumptions that affect the application of policies and reported amount of assets and liabilities, income and expenses. Estimates and judgements are continually evaluated and are based on historical experience and various other factors, including expectations of the future events that are believed to be reasonable under the circumstances. Revisions to accounting estimates are recognised in the period in which the estimate is revised and in any future period impacted.

The Group makes estimates and assumptions concerning the future. By definition, the resulting accounting estimates will seldom equal the related actual results. The Directors continually evaluate the estimates, assumptions and judgements based on available information and experience.

Key sources of estimation uncertainty

The estimates and assumptions that have a significant risk of causing a material adjustment to the carrying amounts of assets and liabilities are discussed below.

Impairment of intangible assets (goodwill and other intangible assets) and right-of-use assets

The Group assesses whether there are any indicators of impairment as at the reporting date for all intangible assets and right-of-use assets. Goodwill is tested for impairment annually and at other times when such indicators exist. Other intangible assets are tested for impairment when there are indicators that the carrying amounts may not be recoverable.

When value in use calculations are undertaken, the Directors must estimate the expected future cash flows from the cash-generating unit and choose a suitable discount rate in order to calculate the present value of those cash flows. The key sources of estimation uncertainty are the future business performance over the forecast period (five years), projected long-term growth rates and the discount rates applied.

Life of brand asset

The useful life is considered to be 40 years which represents management's best estimate of the period over which the brand will be utilised based on the trading history of the business, future financial projections and ongoing investment in the business, along with the retail segment occupied by Poundland and the active proposition development happening within the business. The brand is amortised on a straight-line basis.

Key judgements

The judgements that have a significant risk of causing a material adjustment to the carrying amounts of assets and liabilities are discussed below.

Lease discount rate

Where a rate implicit to the lease is not available, the selection of a discount rate for a lease is based upon the marginal cost of borrowing to the business in relation to the funding for a similar asset.

Management calculates appropriate discount rates based upon the marginal cost of borrowing currently available to the business as adjusted for several factors including the term of the lease, the location and type of asset and how often payments are made.

Management considers that these are the key details in determining the appropriate marginal cost of borrowing for each of these assets.

Leases

Management exercises judgement in determining the lease term on its lease contracts. Within its lease contracts, particularly those in respect of its retail business, break options are included to provide operational and financial security should store performance be different to expectations. At inception of a lease, management will typically assess the lease term as being the full lease term as such break options are not typically considered reasonably certain to be exercised.

As stated in the accounting policies, the discount rate used to calculate the lease liability is based on the incremental borrowing rate. Incremental borrowing rates are determined quarterly and depend on the lease term, currency and start date of the lease. The incremental borrowing rate is determined based on a series of inputs including the risk-free rate based on government bond rates, country specific risk and entity specific risk.

5. Segmental analysis

Operating segments are defined as components of the Group about which separate financial information is available that is evaluated regularly by the Chief Operating Decision Maker (CODM), or decision-making group, in deciding how to allocate resources and in assessing performance.

The Group has identified three significant revenue-generating operating segments. One being business trading under the Pepco banner, one being business trading under the Poundland banner, and the final being business trading under the Dealz banner in Poland. In previous reporting periods, the Group referred to two significant revenue-generating operating segments therefore this represents a change and a restatement has been made to ensure results are provided on a comparative basis. A final "other" operating segment includes the Group's sourcing operations, Group functions and other activities that do not meet the threshold requirements for individual reporting.

EBITDA is the primary profit metric reviewed by the CODM and has been presented by operating segment with a reconciliation to operating profit. EBITDA is defined as operating profit before depreciation, amortisation, impairment, profit/loss on disposal of tangible and intangible assets and other expenses.

Tax and interest are not reviewed by the CODM on an operating segment basis.

Segment assets and liabilities are measured in the same way as in the consolidated financial statements. These assets and liabilities are allocated based on the operations of the segment and the physical location of the asset. Investments in subsidiaries within the Group, along with relevant consolidation adjustments and eliminations are allocated to the relevant segment. Assets and liabilities included within the "other" segment relate to balances held by the Group's sourcing operations.

	Year to 30 September 2024	Year to 30 September 2023 (Restated)
	€000	€000
External revenue		
Pepco	3,853,169	3,374,980
Poundland UK & ROI	2,006,333	2,000,633
Dealz Poland	307,247	220,051
Group external revenue	6,166,749	5,595,664
Underlying EBITDA		
Pepco	785,292	554,768
Poundland UK & ROI	153,319	195,325
Dealz Poland	24,166	6,535
Other	(18,750)	(3,089)
Group underlying EBITDA	944,027	753,539
Reported EBITDA		
Pepco	743,029	523,355
Poundland UK & ROI	147,169	174,231
Dealz Poland	22,348	2,453
Other	(20,766)	1,899
Group EBITDA	891,780	701,938
Less reconciling items to operating profit		
Depreciation of right-of-use asset	(364,757)	(302,940)
Impairment of right-of-use asset	(6,104)	-
Depreciation of property, plant and equipment	(182,382)	(147,390)
Impairment of property, plant and equipment	(9,767)	(3,130)
Impairment of goodwill	(724,824)	-
Amortisation of other intangibles	(10,646)	(9,572)
Impairment of other intangibles	(38,707)	-
Profit on disposal of property, plant and equipment	270	477
Other expenses	-	(233)
Group operating (loss) / profit from continuing operations	(445,137)	239,150

All income statement disclosures are for the continuing business only. The total asset, total liability and capital expenditure disclosures are for the entire Group.

	Year to 30 September 2024	Year to 30 September 2023 (Restated)
	€000	€000
Depreciation and amortisation		
Pepco	367,587	283,845
Poundland UK & ROI	156,295	152,480
Dealz Poland	32,352	22,102
Other	1,551	1,475
Group depreciation and amortisation	557,785	459,902
Impairment of property, plant and equipment, goodwill, intangible and right of use assets		
Pepco	4,362	3,130
Poundland UK & ROI	775,040	-
Dealz Poland	-	-
Other	-	-
Group Impairment of property, plant and equipment, goodwill, intangible and right of use assets	779,402	3,130
Total assets		
Pepco	2,802,349	2,591,652
Poundland UK & ROI	999,492	1,774,542
Dealz Poland	172,474	154,102
Other	23,425	55,060
Group total assets	3,997,740	4,575,356
Total liabilities		
Pepco	2,047,329	1,793,047
Poundland UK & ROI	679,969	786,055
Dealz Poland	94,321	97,108
Other	664,705	761,438
Group total liabilities	3,486,324	3,437,648

Additions to non-current assets

Pepco	439,790	561,587
Poundland UK & ROI	143,942	196,524
Dealz Poland	29,273	70,577
Other	1,947	946
Group additions to non-current assets	614,951	829,634

6. Geographical analysis

Revenue comprises the consideration paid for products by external customers at the point of sale in stores, net of value added tax and promotional sales discounts. The Group's disaggregated revenue recognised relates to the following geographical segments:

	Year to 30 September 2024	Year to 30 September 2023 (Restated)
	€000	€000
UK and Republic of Ireland	2,006,333	2,000,633
Poland	1,617,790	1,413,973
Rest of Central and Eastern Europe	1,950,271	1,816,043
Rest of Western Europe	592,355	365,015
	6,166,749	5,595,664

7. Non-underlying items

The Group believes underlying profit, an alternative profit measure, is a valuable way in which to present business performance as it provides the users of the accounts with a clear and more representative view of ongoing business performance. Non-underlying items, which are removed from the reported IFRS measures, are defined as material, exceptional, unusual and other items.

Underlying performance measures should be considered in addition to IFRS measures and are not intended to be a substitute for them. The Group also uses underlying financial performance to improve the comparability of information between reporting periods and geographical units and to aid users in understanding the Group's performance. Consequently, the Group uses underlying financial performance for performance analysis, planning, reporting and incentive setting.

	Year to 30 September 2024	Year to 30 September 2023 (Restated)
	€000	€000
Reported EBITDA from continuing operations	891,780	701,938
Group Value Creation Plan (VCP)	893	(1,905)
Impact of implementation of IFRIC interpretation on SaaS arrangements	29,661	42,351
Restructuring costs	5,450	11,155
Hungary Fraud Incident	16,243	-
Underlying EBITDA from continuing operations	944,027	753,539
Reported operating (loss) / profit from continuing operations	(445,137)	239,150
Group Value Creation Plan (VCP)	893	(1,905)
Impact of implementation of IFRIC interpretation on SaaS arrangements	29,159	43,493
Restructuring costs	3,689	14,285
Hungary Fraud Incident	16,243	-
Impairment of Goodwill and Brand	775,051	-
Underlying operating profit from continuing operations	379,898	295,023
Reported (loss) / profit before taxation from continuing operations for the year	(554,119)	158,845
Group Value Creation Plan (VCP)	893	(1,905)
Impact of implementation of IFRIC interpretation on SaaS arrangements	29,159	43,493
Restructuring costs	3,689	13,473
Hungary Fraud Incident	16,243	-
Impairment of Goodwill and Brand	775,051	-
Underlying profit before tax from continuing operations	270,916	213,906

IFRS 2 charge: A Value Creation Plan ("VCP") was approved by the Board of Directors in March 2020 as a reward tool to incentivise the top management of the Pepco Group and to retain them post an IPO. The Group treat the VCP associated costs as Non-Underlying Costs on the basis;

- The VCP was specific IPO related incentive which is not a typical share based payment scheme; and

- The scheme was implemented prior to the IPO and the total cost of the scheme (€45.3m) is already reflected in the share price achieved at IPO.

Management believe it is beneficial for the users of the financial statements to understand the underlying operational performance without it being skewed by the impact of the VCP charges.

Impact of implementation of IFRIC interpretation on SaaS arrangements and expensing significant ERP programme costs incurred:

Following the IFRIC interpretation on accounting for SaaS costs, the Group has expensed previously capitalised costs in relation to certain SaaS projects as part of the retrospective application of the new accounting policy. In FY23 and FY24, the Group has specifically expensed costs related to significant ERP programmes.

Restructuring costs: The Group undertook strategic decision in the year to restructure the Poundland business. The non-underlying costs relate to head office cost reduction and strategic change to rationalise costs across the business.

Hungary fraud incident: During FY24, the Group incurred a loss due to a fraud incident which occurred in Pepco Hungary. The loss to the business is a non-underlying expense as it was material, exceptional and unusual in nature. All costs have been captured that relate to this issue and classified as non-underlying.

Impairment in Goodwill and Brand: During FY24 the Group have impaired goodwill and brand assets recognised on the acquisition of Poundland. In addition, right of use assets and property, plant and equipment impairments relating to Poundland have also been incurred. These are all considered to be non-underlying as they are material, exceptional and unusual in nature.

8. Operating profit

	Year to 30 September 2024 €000	Year to 30 September 2023 (Restated) €000
Operating profit for the period has been arrived at after charging:		
Expense relating to short-term, low-value and variable leases	57,316	53,704
Depreciation of tangible fixed assets and other items:		
Owned	182,382	147,390
Depreciation of right-of-use assets	364,757	302,940
Impairment of property, plant and equipment	9,767	3,130
Amortisation of other intangibles	10,646	9,572
Impairment of Goodwill	724,824	-
Impairment of other intangible assets	38,707	-
Impairment of Right of Use Assets	6,104	-
Cost of inventories recognised as an expense	3,419,474	3,273,908
Write downs of inventories recognised as an expense	92,201	67,203

	Year to 30 September 2024 €000	Year to 30 September 2023 €000
Auditors' remuneration		
Fees payable to the Company's auditors and their associates for the audit of the Company's annual accounts ⁽¹⁾	538	540
Fees payable to the Company's auditors and their associates for the audit of the Company's subsidiaries ⁽¹⁾	1,182	960
Fees payable to other auditors and their associates for the audit of the Company's subsidiaries	782	867
Fees payable to other auditors and their associates in the current year in relation to prior year audit	128	244
Total audit fees	2,630	2,611
Audit related services	165	147
Other services	-	132
Total auditors' remuneration	2,795	2,890

9. Financial income

	Year to 30 September 2024 €000	Year to 30 September 2023 (Restated) €000
Bank interest income	22,960	2,897
Foreign exchange gains	8,843	7,348
	31,803	10,245

10. Financial expense

	Year to 30 September 2024	Year to 30 September 2023 (Restated)
	€000	€000
Interest on bank loans and amortisation of capitalised finance costs	67,789	35,684
Interest on lease liabilities	77,311	60,188
Ineffective element of hedging	(263)	1,918
Unrealised foreign currency losses on borrowings	(4,052)	(7,240)
	140,785	90,550

11. Restatement note

	Year to 30 September 2023 Old	Adjustment	Year to 30 September Old 2023
	€000		€000
Balance Sheet			
Current assets			
Inventory	1,134,618	(15,701)	1,119,547
Trade and other receivables CA	143,522	(390)	143,132
Current liabilities			
Trade and other payables CL	1,266,195	4,107	1,270,302
Non-current liabilities			
Trade and other payables NCL	21,894	(131)	21,763
Equity			
Translation reserve	(25,784)	2,377	(23,407)
Retained earnings	1,177,285	(21,814)	1,155,471
Income Statement			
Cost of sales	(3,353,740)	(2,473)	(3,356,213)
Gross Profit	2,241,924	(2,473)	2,239,451
Administrative expenses	(1,997,161)	(10)	(1,997,171)
Impairment in other non-financial assets	-	(3,130)	(3,130)
Earnings per share			
Basic earnings per share	17.8c	(1.0c)	16.8c
Diluted earnings per share	17.7c	(1.0c)	16.7c

The prior year balances have been restated and the impact on the relevant financial statement line items have been highlighted above. The restatement has been made as a result of a number of prior period errors that have been noted during FY24. The most significant adjustment relates to the incorrect capitalisation of costs into inventory which once corrected reduces inventory and reduces retained earnings, as these costs were incorrectly capitalised in periods prior to FY23. The remaining adjustments relate to releases of debit balances present in receivables and payables which were required to be written off.