

*Transkrypcja fragmentów telekonferencji z dnia 29 maja 2018 r., komentarze Krzysztofa Soszyńskiego – Wiceprezesa Zarządu Inter Cars S.A. oraz Piotra Zamory – Członka Zarządu Inter Cars S.A.*

Jeżeli chodzi o osiągnięte wyniki na 16 europejskich rynkach dynamika przychodów we wszystkich segmentach sięgnęła 6,7% w I kwartale 2018, kwartał do kwartału. Taka dynamika wzrostu organicznego była poniżej naszych oczekiwań.

Należy jednak zauważyć, że duży wpływ na niższą niż oczekiwana dynamikę sprzedaży miały warunki pogodowe, a przede wszystkim przedłużająca się zima w całym regionie Europy Centralnej, która opóźniła start sezonu wiosennego.

Nasze zagraniczne spółki dystrybucyjne osiągnęły w tym okresie jedynie dynamikę 15,1% vs średnio ponad 20% w roku ubiegłym.

W kraju dynamika sprzedaży I kwartału 2018 była nieznacznie dodatnia 1,7%, na co największy wpływ miały słabsze niż oczekiwane wyniki segmentu osobowego i ujemna dynamika sprzedaży produktów sezonowych takich jak opona. Jeżeli chodzi o segment osobowy to w sytuacji słabszego rynku uwidoczniła się większa niż zwykle presja na obniżenie cen. Głównym czynnikiem mającym wpływ na takie zachowanie miał fakt wysokich stanów magazynowych u dystrybutorów i opóźnienie wiosennego ożywienia rynku, kolejnym czynnikiem wpływającym na niższą dynamikę naszej sprzedaży było rozszerzenie oferty produktowej „premium” u niektórych naszych konkurentów.

Spośród wszystkich segmentów w kraju i zagranicą na plus warto wyróżnić segment ciężarowy, w którym pomimo słabszego sezonu, rośniemy powyżej rynku (wzrost rynku szacujemy średnio na około 8%) przez co umocniliśmy naszą pozycję w stosunku do konkurencji.

Patrząc na wyniki sprzedażowe kwietnia, dynamika sprzedaży poprawiła się znacząco. Wzrosty sprzedaży w kwietniu były imponujące i wyniosły 26% w kraju i 40% zagranicą, a narastająco za 4 miesiące 8% i 20% odpowiednio, co daje 12,9% dynamiki sprzedaży całej grupy narastająco za 4 miesiące.

Dodatkowo na dynamikę sprzedaży spółek w Rumuni i Bułgarii miały wpływ ograniczenia systemowe IT. Spodziewamy się że usunięcie problemu potrwa do końca 2 kwartału 2018, po wdrożeniu aktualizacji do nowej wersji systemu.

Z końcem 2017 roku zoptymalizowaliśmy naszą logistykę centralną na rynku polskim i mamy bazę logistyczną przygotowaną do dalszego organicznego rozwoju na kolejne lata. Jesteśmy przekonani, że nasza inwestycja w Europejskie Centrum Logistyczne w Zakroczymiu, to jest w automatyzację (sorter) i nowy software magazynowy, przyniesie w wymierne efekty skali i optymalizacje kosztów w kolejnych kwartałach. Zakładamy, że dynamika kosztów logistycznych będzie niższa niż dynamika sprzedaży.

W III kwartale 2018 roku planujemy otwarcie magazynu regionalnego w Bułgarii, co dodatkowo powinno przełożyć się na odciążenie systemu magazynowego Rumunii. Dzięki tej inwestycji zdecydowanie poprawimy również jakość obsługi klientów w Bułgarii jak i w Rumunii.

W IV kwartale 2017 roku poprawiliśmy poziom rotacji magazynu do 135 dni. W I kwartale 2018 roku wpływ na pogorszenie rotacji miała niska dynamika sprzedaży i „zatowarowania” przedsezonowe. Zwracamy jednak uwagę, że poziom rotacji magazynu należy rozpatrywać pod kątem dynamiki sprzedaży kwartału kolejnego. Naszym zdaniem wskaźnik rotacji zapasów, a tym samym zadłużenia grupy na koniec II kwartału 2018 roku, powinien osiągnąć bezpieczne poziomy.

W I kwartale 2018 roku otworzyliśmy 12 nowych filii, z czego tylko 2 filie w Polsce. W całym roku planujemy otworzyć około 30 nowych filii, głównie na zagranicznych rynkach. W 2018 roku

planujemy ograniczyć otwarcia małych filii w Polsce i jednocześnie wzmocnić istniejącą bazę filii tak, aby umożliwić dalszą obsługę rynku aftermarketowego.

Naszym celem pozostaje dynamiczny wzrost sprzedaży powyżej rynku dzięki wykorzystywaniu naszych przewag takich jak sieć dystrybucji, logistyka, synergie pomiędzy segmentami.

Obecnie koncentrujemy się na nad następującymi obszarami zwiększającymi naszą rentowność i konkurencyjność:

- a) dostępność towarów w magazynie, np. w Ikwartale 2018 roku dokonaliśmy realokacji towarów pomiędzy filiami;
- b) optymalizacja dostaw, np. prowadzimy optymalizację logistyki centralnej oraz tras do klientów; oraz
- c) cena np. prowadzimy projekt „Pricing” dotyczący procesów zarządzania ceną w celu zwiększenia rentowności.

Ponadto pracujemy obecnie nad aktualizacją strategii zakupowych w celu poprawy rentowności, czego przykładem może być optymalizacja procesów zakupowych czy też modyfikacja łańcucha dostaw od niektórych dostawców.

Jeżeli chodzi o poziom kosztów operacyjnych naszym benchmarkiem na 2018 rok pozostaje baza kosztowa za IV kwartał 2017 roku w wysokości 14%.

Nasza skonsolidowana EBITDA wyniosła 82 miliony zł, co oznacza -0,1% spadek w stosunku do ubiegłego roku

Podsumowując, I kwartał bieżącego roku był niezadowolający w wszystkich segmentach w 16 krajach europejskich. Naszym celem pozostaje dwucyfrowy wzrost sprzedaży i poprawa rentowności na poziomie EBITDA marża w trakcie najbliższych 12 miesięcy. Wierzymy, że wkrótce zdołamy rozwiązać kwestie zaistniałe w I kwartale 2018 roku; wierzymy, że kontynuowanie wdrażania strategii segmentowych w wszystkich krajach przyniesie zakładane wyniki.

Nadal podtrzymujemy realizację celu - osiągnięcie dynamiki sprzedaży Grupy powyżej 15% za rok 2018.