

Transkrypcja fragmentów telekonferencji z dnia 24 listopada 2021 r., komentarze Krzysztofa Soszyńskiego – Wiceprezesa Zarządu Inter Cars S.A. oraz Piotra Zamory – Członka Zarządu Inter Cars S.A.

Trendy Rynek B2B

Patrząc na wyniki sprzedaży Inter Cars po 3 kwartałach 2021 widać że branża motoryzacyjna w obszarze sprzedaży części nadal rozwija się nadspodziewanie dobrze a dynamika sprzedaży Grupy po 9 miesiącach wyniosła 33,4% czyli nieznacznie poniżej 37 %, dynamiki, którą odnotowaliśmy w pierwszym półroczu 2021.

Spodziewamy się że podobny poziom dynamiki utrzyma się również w grudniu.

W okresie, za który opublikowaliśmy raport, obejmujący 3 kwartały 2021 silny wzrost przychodów był znacznie dynamiczniejszy niż wzrost kosztów co przełożyło się znaczną poprawę wyniku finansowego i historycznie wysoki poziom rentowności na poziomie 5,4% całej Grupy Inter Cars vs 3,4% za analogiczny okres roku poprzedniego.

Tak znaczącą poprawę sytuacji finansowej naszej firmy przypisujemy 3 czynnikom:

- 1) bardzo dynamicznemu poCovidowemu wzrostowi popytu na części do samochodów, który utrzymywał się zarówno w 2 i 3 kwartale a który nadal obserwujemy w 4 kwartale,
- 2) utrzymaniu przez Inter Cars wyższej dynamiki sprzedaży niż niektórzy konkurenci co przekłada się na wzrost sprzedaży powyżej rynku wynikający z mocnych przewag i fundamentów naszej firmy oraz
- 3) wzrostowi przychodów wywołanemu wzrostem cen sprzedaży. Wysoka inflacja wraz z ożywieniem gospodarczym wywołała przejściowy efekt, który szacujemy na poziomie 5-7% kiedy przychody rosną znacznie szybciej niż koszty.

Odbicie poCOVIDowe.

Wysoki popyt wciąż się utrzymuje, a produkcja nie jest w stanie dotrzymać mu kroku. Widoczne to jest szczególnie w motoryzacji oraz w innych branżach gdzie potrzebne są półprzewodniki. W trakcie pandemii przemysł ograniczył zamówienia na półprzewodniki spodziewając się spadku popytu na nowe samochody. W rezultacie gdy lawinowo pojawiły się nowe zamówienia, fabryki półprzewodników nie nadążają z produkcją i dostawami. Podobnie można tłumaczyć nagły wzrost cen stali, czy drewna.

Na to nałożyła się również ograniczona przepustowość portów morskich. Na świecie nadal czeka na odbiór rekordowa liczba kontenerów. Obecnie cena za kontener ustabilizowała się na poziomie około 15 tys. USD i jest ponad 5 razy tyle ile przed pandemią. Czas oczekiwania na realizację zamówień z Chin to obecnie 7 miesięcy.

Efektom dystansowania społecznego, w początkowej fazie pandemii, stało się ograniczenie popytu i akumulacja oszczędności poprzez odkładanie wydatków konsumentów na czas popandemiczny. W momencie poluzowania restrykcji doszło do realizacji odkładanych przez dłuższy czas potrzeb konsumentów.

Ponad to, na skutek ograniczenia dostępności komponentów do produkcji, producenci samochodów niejako zmuszeni są do zamykania fabryk. Ograniczenie, lub nawet wstrzymanie, produkcji w fabrykach samochodów, skutkuje wydłużeniem czasu oczekiwania na nowe samochody do nawet 9 miesięcy lub czasem wręcz niemożnością nabycia nowego auta. Dotyczy to zarówno aut osobowych jak i dostawczych.

Kierowcy coraz częściej odkładają decyzje o zakupie nowego samochodu, dłużej używają swój obecnie posiadany lub zamiast zakupu nowego, decydują się na zakup pojazdu z rynku wtórnego. Wydłuża się tym samym czas użytkowania samochodówco przekłada się na częstsze korzystanie z serwisów nieautoryzowanych, które w ostatnich latach znacznie poprawiły swoją jakość, oferując wciąż niższe ceny niż serwisy autoryzowane.

Kiedy wróci równowaga na rynkach?

Równowaga powinna powrócić w 2022 r., sadzimy że będzie to raczej pod koniec 2022 lub nawet w 2023. Ale są rynki na których problemy mogą utrzymać się dłużej. Fabryki półprzewodników powstają kilka lat.

Jeżeli chodzi o 2 czynniki, wzrost sprzedaży ponad dynamikę rynku. Sadzimy, że było to możliwe ze względu na skalę działalności Inter Cars w zakresie:

- 1) najszerszej oferty produktowej oraz wynikającej z niej znacznej ilości dostawców dającej również możliwość dywersyfikacji ryzyka w przypadku niedostępności towarów u producentów
- 2) bardzo wydajnej sieci logistycznej i dystrybucyjnej składającej się z ponad 500 filii, co przełożyło się na zdolności zaspokojenia znacznego wzrostu popytu w krótkim czasie.

Inflacja to od tygodni jeden z najważniejszych tematów. Jej skutki odczuwane są praktycznie na każdym kroku. W październiku w Polsce doszła do niemal 7%. Jeżeli spojrzymy na region CEE to mamy wiele krajów gdzie inflacja jest równie wysoka: Łotwa 8%, Rumunia 7,9%, Estonia 7%, Węgry 6,5%, Bułgaria 6%, Czechy 5,8%.

Inflacja przyspieszyła na całym świecie, w dużej mierze z tego powodu że podaż nie nadąża za popytem. Do tego doszedł wzrost stopy oszczędzania wśród gospodarstw domowych w czasie pandemii.

Kwestia czy inflacja będzie przejściowa zależy od tego czy dojdzie do wzrostu oczekiwań inflacyjnych. To tak naprawdę zobaczymy dopiero na początku roku 2022.

W naszym regionie jest to dość prawdopodobne bo wiele osób pamięta hiperinflację z lat 90 XX wieku. A druga kwestia to że mamy bardzo niskie bezrobocie więc w takich okolicznościach łatwo o spirale płacowo-cenowo, a tomogło by wpłynąć negatywnie na poziom konsumpcji.

Obecnie ekonomiści w Polsce spodziewają się inflacji na poziomie powyżej 6% w 2022 i utrzymywania również wysokiej inflacji w całym regionie CEE.

Mamy już wstępne informacje od dostawców części, że skala podwyżek w pierwszej połowie 2022 może być nawet na nieco wyższym poziomie niż wskazany przez ekonomistów wskaźnik inflacji na 2022 ze względu na utrzymujące się nadal zaburzenia w łańcuchach dostaw na świecie.

I nie rzadko doświadczamy sytuacji w której nasi dostawcy podnoszą ceny towarów zakontraktowanych już wcześniej. Sytuacja taka zwiększa stan niepewności.

Staramy się być przewidywalni dla naszych klientów i informować klientów o przewidywanych podwyżkach, ale w obecnej sytuacji przekładanie podwyżek producentów części na ceny jest nieuniknione.

Poza kwestiami makroekonomicznymi jak popyt oraz inflacja jest jeszcze kilka innych czynników, które mają i będą miały (w najbliższych miesiącach) istotny wpływ na after-market:

Park samochodowy

Z powodu spadku/ograniczenia sprzedaży nowych samochodów zwiększy się udział rynkowy samochodów używanych a co za tym idzie częstotliwość napraw. Ponadto nadal stale rośnie średni wiek pojazdów poruszających się po drogach.

Widać również że rosną statystyki importu samochodów używanych w Polsce, ze liczby te są imponujące ponad 100 tys. samochodów importowanych miesięcznie, ponadto ceny aut używanych również rosną przez wysoki popyt.

Rosnące skomplikowanie budowy samochodów prowadzi do co raz większego rozdrobnienia i ilości części niezbędnych do naprawy samochodów jeżdżących po drogach, proces ten naturalnie sprzyja rozwojowi takich firm dystrybucyjnych jak Inter Cars.

E-commerce

Widać nadal znaczne przyspieszenie w tym kanale sprzedaży dzięki COVID, aczkolwiek:

Jeśli chodzi o sprzedaż przez Internet, to mamy 3 kanały:

- 1) Pierwszy to kanał sprzedaży do warsztatów- rosnący dynamicznie
- 2) Kanał eksportowy do Europy zachodniej- rosnący dynamicznie
- 3) Kanał sprzedaży dla klienta detalicznego jest na razie fazie rozwoju. Akcesoria, żarówki, opony – być może to się będzie sprzedawało w tym kanale, ale on z pewnością nie będzie właściwy dla wszystkich części.

Niedobory części, zerwane łańcuchy dostaw

Te czynniki mają olbrzymi wpływ na nasz biznes, bo zwiększają rynek używanych aut oraz wpływają to na to że samochody używane są dłużej użytkowane i rośnie ich popularność.

Poza tym, producenci komponentów do samochodów mają nadwyżki mocy produkcyjnych, w związku z tym teraz bardzo szybko odbudowuje się dostępność części na rynku after-market.

Choć problemy z dostępnością wciąż są, i nigdy nie były one tak duże, a to jednak uważam, że nasz problem w tym zakresie jest mniejszy, niż konkurencji, chociażby ze względu na skalę działania IC oraz liczbę dostawców, z którymi współpracujemy.

Konsolidacja

Sądymy że może dojść do jeszcze większej koncentracji na rynku, aczkolwiek widać, po wynikach dużych graczy z Europy Zachodniej że względu na większe spadki sprzedaży w 2020 w Europie zachodniej konsolidacja branży zwolniła. Należy się jednak spodziewać że wygenerowane nadwyżki gotówki w 2021 i spodziewane nadwyżki w kolejnych latach zostaną spożytkowane na nowe projekty czy akwizycje.

Patrząc na nasze wyniki przez pryzmat celów które sobie stawiamy to widać że:

Cel 1: kontynuowanie rozwoju organicznego, w rynkach na których jesteśmy obecni, na poziomie minimum 10% rocznie, zdecydowanie przebiliśmy i realizujemy na wszystkich rynkach.

Wyniki sprzedażowe Grupy

Dynamika sprzedaży miesięcznej (miesiąc do miesiąca roku poprzedniego) dla Grupy przedstawiała się następująco:

Styczeń	+16,5%
Luty	+22,2%
Marzec	+53,6%
Kwiecień	+57,0%
Maj	+37% %
Czerwiec	+30,3%
Lipiec	+21,4%
Sierpień	+33,0%
Wrzesień	+28,8%
Październik	+27,3%

*widać ze wysoka dynamika na poziomie 30% utrzymuje się stabilnie pomimo rosnącej bazy z drugiej połowy 2020.

Cel 2: Dynamiczny rozwój sprzedaży eksportowej na rynki zachodnie -powyżej20%

Ten celprzeskoczyliśmy gdyż dynamika sprzedaży eksportowej głównie z IC PL to ponad 100%, kanał ten jest dla bardzo rentowny.

Cel 3:Optymalizacjakosztów, poszukiwanie synergii w działaniu wszystkich spółek IC, celem było ograniczenie wskaźnikakosztów operacyjny vs sprzedaży o 1 p.p. względem poziomu z 2020

Ten cel również przebiliśmy - wskaźnik kosztów do sprzedaży poprawiliśmy aż do poziomu 12,6% w 3q a w całym okresie 3 kwartałów 2021 do 2020 poprawiliśmy wskaźnik kosztów do sprzedaży z 14,3% do 12,9%.

Mocno pracujemy nad optymalizacją kosztów poprzez ich standaryzację, automatyzację oraz digitalizację w całej grupie. Naszym zdaniem to nie tylko duży zwrot z tego typu inwestycji, ale również przygotowanie pod rosnące koszty pracy.

Cel 4: Wykorzystanie nadwyżek finansowych do akwizycji

Mówiliśmy o akwizycjach, o nowych kanałach sprzedaży, jednak obecnie sądzimy, że chcemy rozwijać się w tych kanałach, w których jesteśmy, na rynkach na których jesteśmy. Chcemy inwestować przede wszystkim w logistykę, w towar, w siłę handlową.

W 4kwartale 2021 kontynuujemy działania rozpoczęte w poprzednich kwartałach ograniczające koszty i koncentrujemy się nad następującymi obszarami zwiększającymi rentowność i konkurencyjność:

1. Koncentracji wysiłków na zwiększeniu efektywności obecnej sieci filii poprzez lokalną penetrację obecnych rynków i zwiększanie udziału w rynku na terenach o wysokim potencjale wzrostu przy utrzymaniu liczby lokalizacji konstans.

2. Brakekspansja nowe rynki w tradycyjnym handlu naziemnym, aczkolwiek w roku 2022 można się spodziewać niewielkich inwestycji bądź pilotów na rynki ościenne.
3. Dalsze prace nad zwiększeniem dynamiki sprzedaży eksportowej do Europy Zachodniej on-line (wykorzystanie potencjału logistyki krajowej do sprzedaży poprzez Internet na rynki zachodnie)
4. Utrzymanie ograniczenia projektów kosztowych i Capexowych i koncentracja przede wszystkim na projektach strategicznych.
5. Utrzymanie ograniczenia wydatków marketingowych w dystrybucji naziemnej np. brak organizacji dużych eventów
6. Kontynuujemy prace na poprawa cen zakupu u dostawców, w tym roku poprawiliśmy warunki zakupowe (wpływ na marżę brutto). Tutaj najistotniejszym działaniem były renegocjacje umów z dostawcami pod kątem planów zakupowych.
7. Kontynuujemy prace optymalizacyjne nad procesami wewnętrznymi, cyfryzacja, standaryzacja i automatyzacja procesów sprzedażowych i back-officowych

Perspektywy

Sądzymy że rok 2022 powinien być w dużej mierze kontynuacją bieżącego trendu wzrostowego sprzedaży na poziomie przynajmniej 20%.

Czwarta fala COVID raczej będzie przejściowym problemem, nie spodziewamy się na razie lock down-ów ogólnokrajowych.

Jeśli chodzi o marżę, to producenci podnoszą ceny, to pociąga za sobą wzrost koszt zakupu a to przekłada się wzrost ceny sprzedaży. Mamy więc często zjawisko, że marża procentowa stoi w miejscu, ale marża jednostkowa - na sprzedaną sztukę - rośnie, więc poprawia się nasza rentowność.

Dynamika wzrostu cen trwa na niespotykaną od wielu lat skalę, spodziewamy się kolejnych fal podwyżek producentów części.

W 2022 spodziewamy się wyższej dynamiki kosztów niż w 2021 ze względu na niskie bezrobocie, presję płacową, oraz zapowiedziane zmiany podatkowe wynikające z Polskiego Ładu. Niestety nieuniknione będzie również przełożenie wzrostu kosztów płacy, energii, paliw na ceny. Będziemy reagować na bieżąco i na ile rynek nam pozwoli.

Podsumowując: w segmencie osobowym na wszystkich rynkach patrzymy optymistycznie na 2022 przede wszystkim ze względu na czynniki biznesowe ważne dla naszej branży i jej rozwoju związane przede wszystkim zużytkowaniem samochodów prywatnych.

Cały czas średni wiek samochodów rośnie, czyli park samochodowy starzeje się, podobnie zresztą w przypadku poprzednich kryzysów.

Problemy producentów samochodów spodziewamy się że będą występować nawet do roku 2023 a ten czynnik oznacza że okres użytkowania pojazdów będzie się nadal wydłużał.

W segmencie ciężarowym perspektywy na rok 2022 są równie optymistyczne z uwagi na spodziewaną kontynuację silnego odbicia PKB po COVIDowego, tutaj spodziewamy się utrzymania wysokiej dynamiki w całym roku 2022.

Wysoka inflacja będzie miała istotny wpływ na wzrost sprzedaży. Z jednej strony będzie miała pozytywny wpływ na wzrost sprzedaży z drugiej strony może przełożyć się na wyższe koszty poprzez oczekiwania inflacyjne.

Jest to obszar ryzyka który może doprowadzić w gospodarce do wzrostu kosztów pracy, za którym nie podąża wzrost produktywności co pogarsza konkurencyjność i wpływa na spowolnienie. Jest to na pewno czynnik ryzyka, stąd nasze inwestycje w rozwój sprzedaży na 18 rynkach geograficznych (dywersyfikacja). Obecnie rynek polski stanowi już mniej niż połowę przychodów sprzedaży grupy (44%) w kolejnych latach ten trend będzie się utrzymywał.

Ponadto Inter Cars prowadzi sporo inwestycji w przyszłość dotyczących automatyzacji i digitalizacji procesów biznesowych naszej firmy zarówno w sieci sprzedaży na filiach oraz w tkzbackoffice.

Podsumowanie

-Przychody ze sprzedaży za 3kwartały 2021:8,8 miliarda złotych (+33,4% rok/roku)

-EBITDA narastająca za okres 12 miesięcy kończący się 30 września 2021: 923 mln zł (+82%)

-Skonsolidowany zysk netto wyniósł:473 miliona złotych (+113%)

-Środki pieniężne wygenerowane w toku działalności operacyjnej(brutto) wyniosły:93 milionów złotych -spadek z 526 milionów za analogiczny okres roku ubiegłego. Spadek wynika ze decyzji zakupowych związanych z zabezpieczeniem sprzedaży przy ograniczeniach w dostępności towarów u dostawców

-Wydatki na Capex w okresie 9miesięcy wyniosły 54 mln zł, plan na 2021 to kwota około 70 mln zł.