

HORNBACH – creștere a cifrei de afaceri cu 4,8% în primele 9 luni, pe fondul unui EBIT mai mic decât în anul precedent

- Cea mai puternică creștere a cifrei de afaceri din ultimii patru ani și jumătate în toamna anului 2018, cu un plus de 7,7%
- Costurile ridicate încetinesc creșterea profitului în exercițiul financiar curent

București, xx ianuarie 2019 **Dezvoltarea Grupului HORNBACH (Concernul HORNBACH Holding AG & Co. KGaA) a înregistrat o evoluție mixtă în al treilea trimestru din 2018/19 (1 septembrie-30 noiembrie 2018). Pe de o parte, cifra de afaceri netă a concernului a crescut cu 7,7%, ajungând la 1.084,9 milioane de euro în trimestrul III (aceasta a fost cea mai puternică creștere trimestrială din ultimii patru ani și jumătate). Pe de altă parte, nu a fost posibilă transpunerea ritmului accelerat al creșterii cifrei de afaceri într-o creștere a profitului. Rezultatul operațional (EBIT) ajustat cu efectele rezultatelor non-operative s-a redus de la 28,8 mil. euro la 19,7 mil. euro în comparație cu trimestrul similar al anului precedent. Motivul: creșterea costurilor în trimestru – în special în domeniul digitalizării – nu a putut fi compensată prin creșterea profitului brut. În primele 9 luni ale anului 2018/19, cifra de afaceri a concernului a crescut cu 4,8%, ajungând la 3.475,5 milioane de euro, în timp ce rezultatul operațional EBIT ajustat de 180,6 milioane de euro a fost cu 11,1% mai mic decât cel din anul precedent.**

Pe parcursul exercițiului financiar 2018/19, cifra de afaceri a crescut semnificativ de la un trimestru la altul. Cifra de afaceri a celui mai mare subgrup operativ HORNBACH Baumarkt AG, care în prezent operează în Europa 158 de magazine de materiale de construcții și de grădină (comerț cu amănuntul DIY), a crescut cu 7,5%, ajungând la 1.006,4 milioane de euro în al treilea trimestru al anului 2018/19, și cu 4,8 % în primele 9 luni, ajungând la 3.256,1 milioane de euro. Dinamismul pe parcursul anului se remarcă în dezvoltarea cifrei de afaceri ajustată în funcție de suprafața comercială și de cursul valutar. După un plus de 2,3% în primul trimestru și o creștere de 3,4% în trimestrul II, al treilea trimestru din 2018/19 a înregistrat o creștere de 6,2%. „În toamnă ne-am pus în mișcare cu adevărat. În Germania, magazinele noastre de materiale de construcții și de grădină s-au dezvoltat mai bine în toate lunile decât branșa și au crescut cu 4,4% ajustat în funcție de suprafața comercială”, a afirmat Albrecht Hornbach, președintele Consiliului de Administrație al HORNBACH Management AG.

Albrecht Hornbach: „Modelul nostru de afaceri funcționează”

Cea mai mare contribuție la creșterea economică au adus-o din nou magazinele HORNBACH din cele opt țări europene în afară de Germania. Aici, cifra de afaceri în domeniul DIY, ajustată în funcție de suprafața comercială și de cursul valutar a crescut cu 8,2% în trimestrul al III-lea al exercițiului 2018/2019. Cota din străinătate la cifra de afaceri a subgrupului s-a situat în primele trei trimestre la 48,2% (în anul precedent 46,7%). „Cererea este în creștere. Magazinul nostru cu vânzare cu amănuntul funcționează – în ciuda tuturor prognozelor sumbre. Digitalizarea este pentru noi o oportunitate uriașă. Prin combinarea afacerii clasice cu e-commerce putem oferi clienților noștri mai multă valoare decât concurența online pură, mai ales atunci când vine vorba de proiecte de renovare care necesită o consiliere intensă”, a subliniat Albrecht Hornbach.

Albrecht Hornbach s-a arătat nemulțumit de evoluția profitului în trimestrul al III-lea. Rezultatul operațional (EBIT) al concernului ajustat cu efectele rezultatelor non-operative ale Grupului HORNBACH a scăzut cu 31,5%, ajungând la 19,7 milioane de euro în trimestrul III, și cu 11,1%, ajungând la 180,6 milioane de euro în primele 9 luni ale exercițiului financiar 2018/19.

„Din păcate, nu am reușit să transpunem accelerarea creșterii cifrei de afaceri în creșterea profitului. Creșterea costurilor, care este de asemenea legată de creșterea digitalizării, a fost prea mare în comparație cu creșterea profitului brut”, afirmă Albrecht Hornbach. „Dar acestea sunt aspecte din domeniul nostru decizional pe care le putem schimba.” Acest lucru este valabil și pentru evoluția ulterioară a adaosului comercial, care a scăzut în al treilea trimestru al anului 2018/19 din cauza prețurilor de achiziție, a deprecierilor și a costurilor de logistică mai

ridicate. Potrivit Grupului HORNBACH, obiectivul îl reprezintă consolidarea sustenabilă a rentabilității Grupului în urma declinului recent.

În subgrupul HORNBACH Baumarkt AG, în primele 9 luni ale exercițiului financiar 2018/19 EBIT ajustat a scăzut cu 12,6%, ajungând la 134,3 mil. euro. Subgrupul HORNBACH Baustoff Union GmbH, care se adresează în special clienților profesioniști din industria construcțiilor, a înregistrat în primele 9 luni ale anului o creștere a cifrei de afaceri de 5,5%, ajungând la 217,7 milioane de euro, și un EBIT ajustat de 6,6 milioane de euro (în anul precedent 8,8 milioane de euro). În subgrupul HORNBACH Immobilien AG, după 9 luni EBIT ajustat s-a apropiat cu 42,3 milioane de euro de valoarea din anul precedent (minus 1,8%).

În urma analizei rezultatelor înregistrate în primele trei trimestre ale anului financiar 2018/19, prognoza privind profitul pentru întregul an a fost ajustată ca urmare a evoluției nesatisfăcătoare a câștigurilor în trimestrul III. Se așteaptă ca rezultatul operațional ajustat (EBIT) atât în cadrul Grupului HORNBACH, cât și la nivelul subgrupului de magazine de materiale de construcții să scadă cu peste 10% față de nivelul din anul precedent. În schimb, Consiliul de Administrație a menținut prognoza cifrei de afaceri pentru exercițiul financiar 2018/19 neschimbată, cu o creștere prognozată în intervalul procentual mediu cu o singură cifră.

Indicatorii Grupului HORNBACH pentru trimestrul al III-lea și primele 9 luni ale exercițiului financiar 2018/19

Concernul HORNBACH Holding AG & Co. KGaA (în milioane euro, dacă nu este indicat altfel)	Trim. III 2017/2018	Trim. III 2016/2017	± în %	9 luni 2017/2018	9 luni 2017/2018	± în %
Cifra de afaceri netă	1.084,9	1.007,3	7,7	3.475,5	3.317,6	4,8
Cifra de afaceri netă subgrupul HORNBACH Baumarkt AG	1.006,4	936,5	7,5	3.256,1	3.109,6	4,7
- din care Germania	513,8	492,2	4,4	1.687,7	1.658,4	1,8
- din care restul Europei	492,6	444,3	10,9	1.568,3	1.451,3	8,1
Creșterea cifrei de afaceri raportată la aceeași suprafață de vânzări (DIY)	6,2%	2,7%		3,8%	3,6%	
Cifra de afaceri netă subgrupul HORNBACH Baustoff Union GmbH	77,9	70,2	11,0	217,7	206,3	5,5
Adaos comercial (în % din cifra de afaceri netă)	35,0%	35,6%		35,8%	36,4%	
EBIT	20,9	29,2	-28,5	181,7	205,0	-11,4
EBIT ajustat	19,7	28,8	-31,5	180,6	203,1	-11,1
Excedent la nivel de perioadă ¹⁾	11,8	15,8	-25,2	122,1	135,5	-9,9
Profit per acțiune (în euro)	0,72	0,92	-21,7	6,26	6,94	-9,8
Investiții	21,7	41,5	-47,7	158,3	98,3	61,1

Formatat: Română

Alți indicatori ai concernului HORNBACH Holding AG & Co. KGaA	30 Noiembrie 2018	28 Februarie 2018	± în %
Capital social în % din totalul bilanțului	54,8%	54,8%	
Numărul magazinelor de materiale de construcții și grădinarit	158	156	1,3
Suprafața de vânzare a magazinelor de materiale de construcții și grădinarit conform BHB (în mii mp)	1.851	1.822	1,6
Angajați (total)	20.554	19.614	4,8

În cazul informațiilor procentuale și al cifrelor pot interveni diferențe din rotunjiri. Informațiile procentuale sunt calculate pe bază de mii euro.

1) conform IFRS, inclusiv dividendele unor asociați

###

Despre HORNBACH România

Fondată în anul 1877, HORNBACH este singura companie din domeniul construcțiilor și grădinăritului care se poate mândri cu o istorie de 6 generații. În acest moment, concernul deține 158 de magazine mixte de materiale de construcții și grădinărit, în 9 țări din Europa (Germania, Austria, Olanda, Cehia, Luxemburg, Elveția, Suedia, Slovacia și România), dintre care 6 în România (București Berceni, București Militari, București Balotești, Brașov, Timișoara și Sibiu).

Conceptul comercial și gama de produse sunt orientate în întregime către sprijinirea proiectelor clienților. HORNBACH le garantează acestora prețuri mereu mici, fiind lider de piață pe acest segment. În plus, calitatea excelentă a consultanței și a serviciilor oferite au fost confirmate de nenumărate studii și teste independente.

Prin pionierat, cum ar fi deschiderea primului magazin mixt de materiale de construcții și produse de grădinărit (1968), a primului megastore (1980) și a primului magazin de materiale de construcții cu conceptul drive-in (2003), HORNBACH își dovedește în permanență forța inovatoare. De decenii, HORNBACH este considerat un angajator de top, în acest moment având aproximativ 20.000 de angajați care contribuie la succesul companiei.