

Handel rośnie jak na drożdżach

GIELDA Emperia, Eurocash i Bomi dwoją się i troją, żeby zwiększyć skalę działania i zyski. Z powodzeniem.

Choć w branży FMCG (dóbr szybko zbywalnych) nie brak przykładów firm i całych gałęzi przemysłu, jak piwowarski czy tytoniowy, których sprzedaż w tym roku się skurczyła, to jednak największe giełdowe firmy handlowe mogą pochwalić się wzrostami sprzedaży i zysków.

Na fali

Ścigające się na rynku hurtowym i detalicznym firmy Emperia oraz Eurocash po trzech kwartałach 2009 r. mają się czym pochwalić swoim akcjonariuszom. Obydwie poprawiły zysk netto o ponad 10 mln zł. Pierwsza zwiększyła go do ponad 52 mln zł, a druga do 65 mln. Jednocześnie obie zwiększyły skonsolidowane przychody ze sprzedaży. Sprzedaż Eurocasha skoczyła z 4,5 do 5 mld zł, a Emperii z 3,9 do 4,1 mld. Na ich tle nieco mniej okazałe prezentuje się Grupa Bomi, ale ona także jest na sporym plusie.

Zysk Bomi skoczył w pierwszych trzech kwartałach z 9 do 27 mln zł, przy wzroście przychodów z 520 mln zł do miliarda z okładem.

Nic dziwnego, że analitycy chwalą spółki i zwracają uwagę na rosnące marże.

„Wyniki Emperii za trzeci kwartał na poziomie EBITDA



► **W natarciu:** Emperia, którą kieruje Artur Kawa, podtrzymuje prognozę nakładów inwestycyjnych na ten rok wysokości 160 mln zł. [FOT. TP]

okazały się lepsze od naszych oczekiwań o 16 proc. Pozytywne odchylenie zysku operacyjnego o około 6 mln zł to przede wszystkim efekt wyższej niż oczekiwaliśmy marży w segmencie detalicznym. Nieco wyższy od naszych szacunków był także EBIT segmentu hurtowego, ale w tym przypadku

różnica wyniosła tylko około 1 mln zł” – piszą analitycy DI BRE Banku w komentarzu do wyników.

Czynniki ryzyka

Spółki z branży dmuchają jednak na zimne. Eurocash przypomina w swoim raporcie kwartalnym o czynnikach, które mogą negatywnie wpłynąć na wyniki firmy w przyszłości. Wśród takich czynników wymienia m.in. ceny paliw (potencjalny wzrost kosztów logistyki) czy koszty płac (potencjalna presja na podniesienie zarobków).

Bomi, wśród potencjalnych zagrożeń, wskazuje także na konkurencję ze strony silnych kapitałowo sieci handlowych oraz ryzyko zmian kursu walut (co może podrożyć import i płatności za wynajmem lokali).

Wiktor Szczepaniak

w.szczepaniak@pb.pl ☎ 022-333-98-08

OKIEM EKSPERTA

Marek Czachor, analityk Erste Securities Polska

Bez huraoptymizmu

► Pierwsze trzy kwartały były dobre dla branży handlowej i spółek takich jak Emperia, Eurocash czy Bomi. Rynek dóbr szybko zbywalnych wzrósł o kilka procent. Pytanie, czy spowolnienie gospodarcze nie przetoży się na osłabienie sprzedaży w czwartym kwartale

i pierwszym półroczu 2010 r. Sytuacja na rynku może stać się trudna z uwagi na rosnące bezrobocie czy agresywne działania niektórych sieci handlowych. Dlatego ostrzegam przed huraoptymizmem. Skutki spowolnienia odczuły już wyraźnie firmy gastronomiczne i sieci delikatesów.