



1827
S I N C E

Purcari continuă un an puternic, EBITDA în creștere cu 45% și Profitul Net aproape dublu în T3 2021

București, 15 noiembrie 2021

Purcari Wineries Plc (“Grupul”, “Compania”), una din cramele de frunte din Europa Centrală și de Est, a anunțat astăzi rezultatele financiare pentru 9 luni 2021. Veniturile au crescut cu 20% ajungând la 166,4 milioane RON. Îmbunătățirea mixului de produse vândute, precum și revenirea vânzărilor în piețe cu marginalitate mai înaltă au condus la creșterea profitabilității, EBITDA a crescut cu 32% la 58,2 milioane RON și Profitul Net cu 55% an de an atingând 39,8 milioane RON. În trimestrul 3 Grupul Purcari a înregistrat o creștere de 12% a vânzărilor, în timp ce EBITDA și Profitul Net au crescut cu 45% și respectiv 94% față de aceeași perioadă a anului trecut. În ultimul trimestru Purcari atingând o marginalitate EBITDA record de 38%.

“Am livrat un alt trimestru puternic, continuând să delectăm consumatorii cu vinurile noastre. Sunt recunoscător întregii echipe Purcari pentru munca grea și dedicația depusă, și cel mai important, consumatorilor noștri pentru că ne-au încredințat alegerea lor. Pandemia rămâne o sursă de incertitudine, ratele de vaccinare în piețele noastre cheie fiind modeste, iar multe din restricții încă în vigoare, dar suntem încrezuți că societățile puternice ca a noastră vor ieși și mai puternice din această criză prelungită”, a comentat Victor Bostan, Director General al Purcari Wineries.

Puncte cheie

- **România:** vânzările au continuat creșterea +24% față de 9 luni 2020 și +55% față de 9 luni 2019. Brandul Purcari rămâne motorul creșterii cu +29% an de an. Bardar +68%, deși de la o bază de comparație mai mică. Canalele de comerț modern și tradițional au continuat să evolueze puternic.
- **Moldova:** revenirea puternică post-pandemică, vânzările fiind doar cu -4% față de nivelul din 2019. Brandurile Purcari și Bardar conduc creșterea, ambele cu peste 80%, urmate de Bostavan cu +48%.
- **Polonia:** venituri în scădere, influențate de competiția puternică a prețurilor în piață și prioritizarea noastră a marginalității față de volum. Brandurile premium, Purcari și Bardar, au crescut cu 13% și 51% respectiv, dar de la o bază de comparație mai mică. Ne concentrăm pe trimestrul 4, fiind unul crucial, cu activități de marketing personalizate, inclusiv cu lansarea gamei noastre Nocturne pentru HoReCa și campanii comerciale în rețele.
- **Asia:** vânzările în creștere cu +17% an la an, totuși încă semnificativ în urma nivelului din 2019; vânzările din trimestrul 3 influențate de restricții COVID și unele amânări ale vânzărilor. Lansarea site-ului web Purcari și colaborare stânsă cu partenerii locali pentru construirea corectă a imaginii de brand.

- **Cehia și Slovacia:** vânzări în scădere cu 3% an de an. Competiția intensă, efectele negative de la restructurarea TESCO și restricțiile pandemice prelungite au afectat rezultatele la 9 luni. Brandul Purcari înregistrând creșteri dublă, deși de la o bază de comparație mai mică.
- **Ucraina:** lansarea oficiului de vânzări local pentru a susține creșterea. Concentrarea pe canalul de comerț modern, prin creșterea distribuției numerice a brandului Purcari, fiind foarte popular în rândul consumatorilor ucraineni.

Informații financiare selectate

	Tr. 3 2021	Tr. 3 2020	Δ Tr. 3	9 luni 2021	9 luni 2020	Δ 9 luni
Venituri	59,908,834	53,430,027	12%	166,439,683	138,322,411	20%
Profit brut	31,626,149	27,384,745	15%	84,937,175	68,256,070	24%
% Marja Bruta	53%	51%	2 pp	51%	49%	2 pp
EBITDA	23,055,027	15,891,875	45%	58,159,950	44,190,808	32%
% Marja EBITDA	38%	30%	9 pp	35%	32%	3 pp
Profit Net	19,413,080	10,021,515	94%	39,786,982	25,595,535	55%
% Marja Profit Net	32%	19%	14 pp	24%	19%	5 pp

Conferința telefonică pentru investitori

Conferința telefonică pentru discuții și prezentarea rezultatelor financiare pentru 9 luni 2021 va avea loc pe 16 noiembrie, ora 15:00 PM EET, 14:00 PM CET. Anexate sunt Rezultatele financiare pentru perioada de nouă luni încheiată la 30 septembrie 2021 și Prezentarea pentru conferința telefonică.

Despre Purcari

Purcari Wineries Plc (brandurile Purcari, Crama Ceptura, Bostavan și Bardar) este unul dintre cele mai mari grupuri de vinuri și brandy din Europa Centrală și de Est. Grupul gestionează circa 1,300 de hectare de podgorii și operează patru platforme de producție în România și Moldova. Grupul este lider în segmentul de vinuri premium din România, cu o cotă de circa 25% și cel mai mare exportator de vin din Moldova, livrând în peste 30 de țări. Fondată în 1827, Purcari este cea mai premiată vinărie din Europa Centrală și de Est, la Decanter Londra 2015-2021 și printre cele mai bine poziționate pe Vivino, cu un scor mediu de 4.1 din 5.0, bazat pe mai mult de 59,000 de recenzii. Din februarie 2018, Grupul este listat la Bursa de Valori București (simbol WINE). Grupul e condus de Victor Bostan, un veteran de peste 30 de ani în businessul vinicol și susținut de investitori de top ca Horizon Capital, Fiera Capital, Conseq, East Capital, Franklin Templeton și SEB.

Informații

Investor.relations@purcari.wine

Declarație generală privind răspunderea

Acest document poate conține anumite declarații anticipative care se bazează pe estimări și previziuni. Prin natura lor, aceste declarații de perspectivă sunt supuse unor riscuri și incertitudini importante și factori care nu țin de controlul sau de capacitatea noastră de a prezice. Aceste declarații de perspectivă nu ar trebui considerate ca o garanție a performanței viitoare, rezultatele efective ar putea să difere semnificativ de cele exprimate sau implicate de acestea. Declarațiile anticipative reflectă doar punctul de vedere al Grupului de la data prezentului document, iar Grupul nu se angajează să revizuiască sau să actualizeze aceste declarații anticipative. Declarațiile anticipative ar trebui să fie utilizate cu prudență și atenție și în nici un caz Grupul și conducerea acestuia nu pot fi trase la răspundere pentru nicio investiție sau altă decizie bazată pe astfel de declarații. Informațiile din acest document nu constituie o ofertă de vânzare sau o invitație de a cumpăra acțiuni în cadrul Grupului sau o invitație sau un stimulent pentru a se angaja în alte activități de investiții.