



Purcari încheie în forță 2020 – profit anual net în creștere cu 49%

București, 26 februarie 2021

Purcari Wineries Plc (“Grupul”), una din cramele de frunte din Europa Centrală și de Est, a anunțat astăzi rezultatele financiare preliminare consolidate pentru 2020. Veniturile au înregistrat o creștere cu 2%, la 203.4 milioane RON, cu EBITDA și Profitul Net atingând 60 și 60.4 milioane RON corespunzător. Profitul Net a crescut semnificativ, cu 49% față de anul trecut, fiind impulsionat inclusiv de câștigurile generate de vânzarea participației în Glass Container Company (GCC) către Vetropack în Decembrie 2020.

Performanța Grupului are o tendință accentuată de recuperare, veniturile crescând cu 7% în trimestrul 4 față de aceeași perioadă a anului trecut, accelerând de la creșterea de 5% în trimestrul 3. Creșterea anuală a fost susținută de rezultate foarte bune pe canalul de comerț modern, în țări precum România +24%, Polonia +13%, Ucraina +11%, Țările Baltice +19%, ce au compensat evoluțiile modeste în Moldova (-38%) și China (-44%).

Grupul a încheiat anul cu un bilanț foarte puternic, îmbunătățit și de vânzarea participației în GCC, precum și de disciplină strictă implementată la nivelul costurilor și a fluxurilor de numerar. Soldul contului de numerar a crescut la 50.7 milioane RON, în timp ce coeficientul Datoriei Nete raportat la EBITDA a scăzut la minimul istoric de 0.77.

“Sunt mândru de rezultatele demonstrate de echipă, care au lucrat non-stop în acest an, pe fundalul unor provocări operaționale extraordinare cauzate de pandemie. Într-o industrie atât de fragmentată ca cea a vinului, orice criză oferă o multitudine de oportunități pentru jucătorii puternici și bine-capitalizați, precum Purcari. Sunt convins că ieșim într-o poziție mult mai puternică din această pandemie”, a comentat Victor Bostan, Director General al Purcari Wineries.

Puncte cheie

- **România:** Creștere forte în trimestrul 4 cu 20% față de perioada similară a anului trecut, înregistrând +24% anual. Brandul lider, Purcari, a condus creșterea cu +31%. Evoluția puternică a canalului de comerț modern a compensat vânzările mai modeste în HoReCa.
- **Moldova:** Activitatea comercială s-a îmbunătățit semnificativ în trimestrul 4, dar vânzările rămân încă sub nivelul celor din 2019. Trimestrul 4 a fost cel mai puternic trimestru în 2020 pentru toate brandurile, reprezentând 43% pentru Bardar, 37% pentru Purcari și 32% pentru Bostavan din

vânzările întregului an ale fiecărui brand. Moldova ramâne a fi piața cea mai dependentă de HoReCa și Duty-Free în universul Grupului, fiind cea mai afectată de pandemie.

- **Polonia:** Creștere susținută de îmbunătățirea mixului de produse, majorarea prețului mediu, suplimentată de listări noi de produse. Creștere puternică pe segmentul premium: +77% an la an pentru brandul Purcari, +18% pentru Bardar, deși de la o bază de calcul mai mică.
- **Asia:** Vânzările din trimestrul 4 au crescut puternic în comparație cu trimestrele precedente, înregistrând o cădere de doar -6% față de aceeași perioadă a anului trecut. Bardar a avut cea mai buna performanță de +69% în vânzări, deși de la o bază mai mică.
- **Cehia și Slovacia:** Recuperarea a continuat, trimestrul 4 reprezentând 29% din vânzările întregului an. Rezultatele bune din campaniile cu principalii parteneri comerciali au diminuat parțial efectele pandemiei și impactul de la restructurarea TESCO.
- **Ucraina:** brandul lider Purcari a crescut cu 18% atingând la nivel anual 54% din vânzările întregului Grup în această piață, devenind din ce în ce mai popular în rândul consumatorilor și al formatorilor de opinie locali

Informații financiare selectate

	Tr. IV 2019	Tr. IV 2020	Δ Tr.4	2019	2020	Δ
Venituri	60,540,154	65,042,459	7%	199,099,390	203,364,870	2%
Profit brut	29,601,103	30,133,915	2%	98,945,975	98,389,985	-1%
% Marja Bruta	49%	46%	(3 pp)	50%	48%	(2 pp)
EBITDA	19,126,975	15,822,619	-17%	65,360,842	60,013,426	-8%
% Marja EBITDA	32%	24%	(8 pp)	33%	30%	(3 pp)
Profit Net	11,051,779	34,850,116	215%	40,463,475	60,445,651	49%
% Marja Profit Net	18%	54%	+35 pp	20%	30%	+10 pp

Conferința telefonică pentru investitori

Conferința telefonică pentru discuții și prezentarea rezultatelor financiare preliminare 2020 va avea loc pe 1 martie, ora 15:00 PM EET, 14:00 PM CET. Anexate sunt Rezultatele financiare preliminare pentru 2020 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 în jur de 1,400 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 30% 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 2015-2020 și printre cele mai bine poziționate pe Vivino, cu un scor mediu de 4.1 din 5.0, bazat pe mai mult de 48,000 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 Fiera Capital, Conseq, East Capital, SEB, Franklin Templeton, Aberdeen Standard și Horizon Capital.

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.