



Vânzările Purcari scad cu 3% în primul semestru 2020, în timp ce creșterea în România a atins 24%, pe fondul unei expansiuni puternice a cotei de piață

București, 20 August 2020

Purcari Wineries Plc (“Grupul”), una din cramele de frunte din Europa Centrală și de Est, a anunțat astăzi rezultatele financiare pentru primul semestru 2020. Veniturile au înregistrat o diminuare cu 3%, ajungând la 84.9 milioane RON, cu EBITDA și Profitul Net în scădere la 6% și 9% respectiv. Marja EBITDA și a Profitului Net s-a menținut bine considerând circumstanțele, atingând 33% și 18% respectiv.

Declinul veniturilor a fost determinat în principal de performanțele modeste în China și Moldova, ultima fiind într-o mai mare măsură dependentă de segmentele HoReCa și Duty Free, precum și vânzările de turism ale Chateau Purcari, care au fost puternic afectate de carantină. În contrast, performanța pe piața din România, cea mai mare pentru Grup, a fost foarte puternică cu venituri în creștere cu 24% și o majorare a cotei de piață pentru brandul lider Purcari cu 5 puncte procentuale în segmentul premium. Grupul a mai înregistrat performanțe solide și în alte piețe principale din ECE, inclusiv Țările Baltice, Cehia, Polonia, Slovacia și Ucraina.

Cererea pentru produsele noastre a început să prezinte semne de îmbunătățire, astfel, vânzările în iulie au revenit pe creștere an la an la nivelul Grupului, în timp ce comenzile din august au continuat această tendință.

Datoriile nete ale Grupului au scăzut cu 10% la 30.06.2020 în comparație cu sfârșitul lui 2019, iar raportul Datoriei nete la EBITDA pentru ultimele 12 luni s-a îmbunătățit la 1.4 ori. De asemenea, Grupul a înregistrat o creștere a soldului de numerar cu 26%, pe marginea unei gestionări mai stricte a lichidității și a cheltuielilor. Bilanțul puternic plasează Purcari într-o poziție bună pentru ca Grupul să poată înfrunta eventuale deteriorări ale contextului macroeconomic.

“Fiind o companie obișnuită să crească de mai mulți ani cu rate înalte de două cifre, nu acceptăm cu ușurință rezultatele trimestrului doi. Acestea fiind spuse, echipa noastră a depus un efort enorm pentru a face față numeroaselor provocări generate de pandemie și doresc să-mi exprim profunda recunoștință tuturor pentru munca și dedicația depusă. Credem că orice criză deschide și oportunități, iar creșterea puternică a cotei de piață înregistrată de Grup este un testament al forței brandurilor și canalelor noastre de distribuție. Noi am continuat investițiile pentru a ne pregăti de revenirea iminentă a consumului și suntem bine poziționați pentru a ieși învingători din aceasta criză” a comentat Victor Bostan, Director General al Purcari Wineries.

Puncte cheie

- **România:** Vânzările au crescut cu 24% în pofida măsurilor restrictive dictate de Covid-19. Performanță puternică pentru brandul Purcari în primul semestru, creștere a vânzărilor +29%. Crama Ceptura în creștere +18% susținută de îmbunătățirea calității și un marketing mai activ; Bardar +51%, deși de la o bază mai mică. Provocările din HoReCa au fost compensate de tracțiunea foarte puternică în canalul comerțului modern, în special în conturile cheie.
- **Moldova:** Veniturile au scăzut cu 49%, considerând cea mai mare expunere din Grup pentru această piață la segmentele HoReCa și Duty Free. De asemenea, considerând carantina și alte măsuri restrictive, Grupul practic nu a înregistrat venituri din activitatea de turism la Chateau Purcari (ceea ce reprezintă ~2% din vânzări). Un plan de acțiuni detaliat a fost adoptat pentru semestrul doi. Estimăm o recuperare lentă a vânzărilor, considerând că acțiunile planificate sunt cu efect pe termen mediu și lung și prioritizăm menținerea valorii brandurilor.
- **Polonia:** Creșterea de 6% a fost susținută de îmbunătățirea mixului de produse, vânzări mai mari pe segmentul mediu de preț, noi listări. Anumite livrări au fost transferate în iulie. Dublarea vânzărilor pe segmentul premium cu brandurile Purcari și Bardar, dar de la o bază mai mică.
- **Asia:** Veniturile au scăzut cu 70%, pandemia afectând activitatea comercială a tuturor jucătorilor mari din domeniul vinului în China. Vânzările au început să-și revină modest, dar departe de nivelul de dinaintea pandemiei. Purțăm discuții active cu parteneri noi și existenți pentru recuperarea nivelului de vânzări.
- **Cehia și Slovacia:** Veniturile s-au redus cu 4%, fiind influențate de un impact negativ mai puternic al Covid-19 în primul trimestru, în timp ce veniturile au revenit pe creștere în trimestrul 2. O dinamică pozitivă în colaborarea cu principalii partenerii ne poziționează pentru o performanță globală decentă în 2020.
- **Ucraina:** Venituri în creștere cu 51%. Purcari înregistrând +90%, devenind din ce în ce mai popular în rândul consumatorilor și al formatorilor de opinie locali, oferind un raport calitate preț foarte bun în piață.

Ghidajul 2020

Considerând gradul înalt de incertitudine ca urmare a Covid-19, Grupul a suspendat din 21 aprilie 2020 ghidajul anual prezentat anterior. Vom reveni cu un eventual update al ghidajului când vizibilitatea apropo de dinamica consumului va deveni mai clară.

Informații financiare selectate

	Trimestrul II			Semestrul 1		
	2019	2020	Δ Tr. 2	2019	2020	Δ S1
Venituri	45,576,104	38,532,603	-15%	87,794,126	84,892,384	-3%
Profit brut	23,018,800	17,280,913	-25%	43,221,331	40,871,325	-5%
<i>% Marja brută</i>	<i>51%</i>	<i>45%</i>	<i>(6 pp)</i>	<i>49%</i>	<i>48%</i>	<i>(1 pp)</i>
EBITDA	16,172,883	10,939,613	-32%	30,110,613	28,298,933	-6%
<i>% Marja EBITDA</i>	<i>35%</i>	<i>28%</i>	<i>(6 pp)</i>	<i>34%</i>	<i>33%</i>	<i>(1 pp)</i>
Profit net	8,449,846	7,540,988	-11%	17,118,073	15,574,020	-9%
<i>% Marja Profit Net</i>	<i>19%</i>	<i>20%</i>	<i>+1 pp</i>	<i>19%</i>	<i>18%</i>	<i>(1 pp)</i>

Conferința telefonică pentru investitori

Conferința telefonică pentru discuții și prezentarea rezultatelor pentru primul semestru 2020 va avea loc pe 21 august ora 15:00 PM EEST, 14:00 PM CEST. Anexate sunt Rezultatele Financiare pentru primul semestru 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 2015-2019 și printre cele mai bine poziționate pe Vivino, cu un scor mediu de 4.1 din 5.0, bazat pe mai mult de 41,000 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 implicite 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.