

Pepco accelereaza expansiunea retelei sale de magazine

Pepco Group, care detine marcile Pepco, Poundland si Dealz, a anuntat ca va accelera programul de expansiune al magazinelor sale, cererea pentru produsele companiei ramânând solida, în pofida incertitudinilor economice, transmite Reuters.

Grupul, care s-a listat anul trecut la Bursa de la Varsovia, are acum ca obiectiv deschiderea a 550 de noi magazine în anul financiar 2022-2023, inclusiv intrarea brandului Pepco pe pietele din Grecia si Portugalia. În anul financiar 2021-2022 a deschis 516 magazine, ajungând în prezent la 3.961.

"Acceleram strategia noastra pentru a capitaliza oportunitatile disponibile pentru noi în aceste conditii volatile de pe piata", a afirmat directorul general Trevor Masters.

Grupul vrea ca pe termen lung sa ajunga la 20.000 de magazine.

"Acesta este un numar foarte mare, dar este unul în care credem în mod absolut si speram sa realizam în timp acest obiectiv", a afirmat directorul financiar Mat Ankers pentru Reuters.

Accelerarea programului de expansiune va însemna o crestere a cheltuielilor anuale de capital pâna la 400 de milioane de euro, în timp ce analistii se asteapta la 225 de milioane de euro.

Pentru anul care s-a încheiat la 30 septembrie 2022, Pepco estimeaza un nivel al câstigurilor de baza la un curs de schimb constant între 735 si 750 milioane de euro, în linie cu estimarile.

În urma deschiderii de noi magazine, veniturile Pepco la un curs de schimb constant au urcat cu 17,4%, la 4,82 miliarde de euro. Vânzarile la magazinele deschise de peste un an au urcat în septembrie cu 15%, ceea ce sporeste încrederea în rezultatele financiare ale companiei.

Pepco a subliniat ca cererea ramâne solida pentru gama sa de produse, în pofida incertitudinilor politice si economice.

În Europa, inflatia ramâne la un nivel record, dar Pepco a precizat ca pe pietele sale cheie din Polonia, Ungaria si România cresterea preturilor la îmbracaminte si încaltaminte este la doar o treime din rata inflatiei de baza.

Atât îmbracamintea, cât si încaltamintea ramân categorii reziliente în sectorul de retail din Polonia si pe ansamblul Europei Centrale si de Est, a apreciat compania, adaugând ca perspectivele din Marea Britanie ramân "dificile".

"Consumatorii cauta acum valoare mai mult ca niciodata. Absorbim si reducem costurile pentru a proteja consumatorii de cresterea preturilor", a declarat Ankers, adaugând ca firma a mentinut anul acesta preturile si o va face si anul viitor, în pofida efectelor asupra marjei de profit.

Miercuri, actiunile Pepco înregistrau un avans de 2,1%.