

28.8.24

אלקטרה מוצרי צריכה מציגה תוצאות חזקות עם שיפור דרמטי ב-Carrefour ברבעון השני של שנת 2024:

- הרווח התפעולי ברבעון השני זינק פי 37 לכ-63.5 מיליון שקל לעומת 1.7 מיליון שקל ברבעון המקביל אשתקד
- הכנסות הקבוצה צמחו ב-17% לשיא של כ-1.77 מיליארד שקל ברבעון השני וב-18.2% לכ-3.5 מיליארד שקל בחציון
- הרווח הנקי לבעלי המניות במחצית הסתכם בכ-18.7 מיליון שקל
- ה-EBITDA זינק בכ-177% לכ-150 מיליון שקל ברבעון ויותר מהוכפל לכ-315 מיליון שקל בחציון, בין היתר בהשפעת השיפור החד בתוצאות Carrefour
- הרווח התפעולי של Carrefour זינק דרמטית ברבעון בכ-252% לכ-31 מיליון שקל לעומת הפסד של כ-20 מיליון שקל ברבעון המקביל אשתקד.
- זינוק במכירות בחנויות זהות: כ-33.7% במגזר קמעונאות חשמל, כ-33% ב-Adidas וכ-16% במחזור המכירות בסניפי Carrefour.

צביקה שווימר, מנכ"ל אלקטרה מוצרי צריכה: "מגמת הצמיחה ממשויה ברבעון השני עם תוצאות חזקות שהן תולדה של התחזקות מגזר המזון, קמעונאות חשמל, ו-Adidas Columbia אשר רשמו גידול בהכנסות. Carrefour מציגה שיפור דרמטי כתוצאה מהפעולות שביצענו, בין היתר, הסבת 102 סניפים ל-Carrefour והמשך הסבת סניפים נוספים תוך המשך שיפור הרווח הגולמי, הגדלת המכירות והקטנת ההוצאות. במהלך הרבעון השלמנו את איחוד הפעילות של מגזר מוצרי צריכה חשמליים, המאחד את פעילויות הסחר, הלקוחות והמיזוג על מנת לממש את פוטנציאל הסינרגיה בין המגזרים, הורדת עלויות ולמקד אותנו בהמשך הצמיחה".

עיקרי תוצאות רבעון שני והחציון הראשון של 2024

הכנסות קבוצת אלקטרה מוצרי צריכה ברבעון השני ובחציון הראשון של 2024 טיפסו בכ-17% לכ-1.77 מיליארד שקל, ובכ-18.2% לכ-3.5 מיליארד שקל לעומת התקופות המקבילות אשתקד, בהתאמה. העלייה נבעה בעיקר מגידול בהכנסות מגזר קמעונאות חשמל, מגידול בהכנסות במגזר המזון, בעיקר הודות לתרומת סניפים שהוסבו לרשת Carrefour ומגידול



במכירות מגזר ספורט ופנאי, בעיקר מגידול במכירות חברת סער, בין היתר כתוצאה מגידול במכירות לסיטונאים כפועל יוצא של מלחמת "חרבות ברזל", מגידול במכירות למטר בחנויות ומפתיחת סניפים חדשים וכן גידול במכירות המותג Adidas כתוצאה מרכישת 26 חנויות שאוחדו החל מינואר 2024, ומגידול במכירות למטר בסניפי הרשת.

הרווח התפעולי ברבעון השני של 2024 זינק פי 37 לכ- 63.5 מיליון שקל לעומת 1.7 מיליון שקל.

הרווח הגולמי ברבעון השני ובחציון הראשון של 2024 עלה לכ-519 מיליון שקל לעומת כ-405 מיליון שקל ולכ-1.03 מיליארד שקל לעומת כ-835 מיליון שקל, בהתאמה, **גידול בשיעור של כ-28% ושל כ-23.8% לעומת התקופות המקבילות אשתקד, בהתאמה.**

ה-EBITDA ברבעון השני ובחציון הראשון של 2024 זינק לכ-150 מיליון שקל, לעומת כ-54 מיליון שקל ברבעון המקביל אשתקד **ולכ-315 מיליון שקל** לעומת כ-155 מיליון שקל בחציון אשתקד, בין היתר בהשפעת השיפור החד בתוצאות של Carrefour.

ה-EBITDA בנטרול השפעות IFRS 16 ברבעון השני של שנת 2024 עמד על כ-63 מיליון שקל, לעומת הפסד של כ-22 מיליון שקל בתקופה המקבילה אשתקד.

הוצאות המימון, נטו ברבעון השני של 2024, הסתכמו בכ-64.3 מיליון שקל, לעומת כ-57.1 מיליון שקל ברבעון המקביל אשתקד.

ההון העצמי של החברה ליום 30.6.2024 הסתכם לסך של כ-1.01 מיליארד שקל.

הרווח הנקי המיוחס לבעלי המניות במחצית הראשונה של 2024 עלה לכ-18.7 מיליון שקל, לעומת הפסד המיוחס לבעלי מניות החברה של כ-31.9 מיליון שקל במחצית המקבילה אשתקד וברבעון השני הסתכם הרווח הנקי לבעלי המניות לסך של כ-0.1 מיליון שקל, לעומת הפסד של כ-21.4 מיליון שקל ברבעון המקביל אשתקד. עיקר השינוי ברווח הנקי המיוחס לבעלי המניות נבע משיפור בתוצאות מגזר המזון בהמשך ליישום תוכנית התייעלות ב-Carrefour- ומעלייה ברווחי המגזרים קמעונאות חשמל וספורט ופנאי.

הרווח הנקי המיוחס לבעלי המניות בחציון הראשון של 2024, בניטרול מגזר המזון, שנמצא בתהליך צמיחה משמעותי, עלה לכ-47.7 מיליון שקל, לעומת כ-36.3 מיליון שקל בתקופה המקבילה אשתקד וברבעון השני בכ-11.5 מיליון שקל, לעומת כ-12.4 מיליון שקל ברבעון המקביל אשתקד.

תוצאות המגזרים:

במגזר קמעונאות חשמל במסגרתו מפעילה החברה את הרשתות מחסני חשמל, שקם אלקטריק ושקם דינטי פרי, טיפסו ההכנסות ברבעון השני בכ-33% לכ-610 מיליון שקל, לעומת

כ-460 מיליון שקל ברבעון המקביל אשתקד. זאת, בשל הגידול במכירות בחנויות זהות, ולמרות ההשפעה השלילית של מלחמת "חרבות ברזל" על פעילות החברה בנתב"ג.

המכירות בחנויות זהות אשר פעלו באופן מלא ברבעון השני, גדלו בכ-34% ביחס לתקופה המקבילה אשתקד. בנטרול מכירות חנויות הדייטי פרי, גדלו המכירות בחנויות הזהות אשר פעלו באופן מלא בשיעור של כ-40.5% בהשוואה לתקופה המקבילה אשתקד. קצב הגידול במכירות האונליין ברבעון השני זינק בכ-79% ביחס לרבעון המקביל אשתקד. הרווח המגזרי לפני הוצאות אחרות נטו עלה בכ-107% לכ-29 מיליון שקל, לעומת כ-14 מיליון שקל ברבעון המקביל אשתקד.

במגזר קמעונאות מזון, ההכנסות ברבעון השני הסתכמו בכ-812 מיליון שקל, לעומת כ-756 מיליון שקל ברבעון המקביל אשתקד, **גידול של כ-7.4%**. המכירות בסניפים שהוסבו ל-Carrefour **עלו בשיעור של כ-16%** ביחס לרבעון המקביל אשתקד **ובכ-38%** ביחס לחציון המקביל אשתקד.

הרווח הגולמי ברבעון השני הסתכם בכ-252 מיליון ש"ח בהשוואה לכ-194 מיליון ש"ח ברבעון המקביל אשתקד, עליה בשיעור של כ-30%. שיעור הרווח הגולמי ברבעון עלה לכ-31% לעומת כ-26% ברבעון המקביל אשתקד. הגידול בשיעור הרווח הגולמי נובע מהמשך הסבת סניפים נוספים ל-Carrefour ומגידול בפדיון של הסניפים המוסבים לצד קיטון בעלויות שונות כתוצאה ממהלכי התייעלות שהובילה הנהלת החברה.

הרווח התפעולי זינק דרמטית ברבעון השני בכ-252% לכ-31 מיליון שקל לעומת הפסד של כ-20 מיליון שקל ברבעון המקביל אשתקד.

הרווח התפעולי לפני הכנסות אחרות ברבעון השני גדל לכ-24 מיליון שקל לעומת הפסד של כ-50 מיליון שקל ברבעון המקביל אשתקד, **גידול של כ-148%**.

ה-EBITDA ברבעון השני של 2024 זינק לכ-81 מיליון שקל לעומת כ-5 מיליון שקל ברבעון המקביל אשתקד.

בתקופת הדוח ועד מועד פרסומו פתחה החברה 25 סניפים של Carrefour וממשיכה בימים אלו בהסבת סניפים נוספים ל-Carrefour. נכון לסוף רבעון שני הוסבו 97 סניפים, ולמועד הדוח הוסבו 102 סניפים. החברה פועלת להגדלת הרווחיות ולביצוע פעולות התייעלות בכלל התחומים. כמו כן, החזירה החברה את כלל פעילות האון ליין לחזקתה, ביצעה שיפור בהוצאות לוגיסטיקה ובניהול הפחיתים והאובדנים ופועלת לצמצום נרחב של כוח אדם ועלויות בתחום זה.

במגזר ספורט ופנאי (Columbia ו-Adidas), הכנסות המגזר ברבעון השני יותר מהוכפלו לכ-103 מיליון שקל, לעומת כ-47 מיליון שקל ברבעון המקביל אשתקד. הגידול נבע מהמשך

הרחבת פעילותה של חברת סער (Columbia) באמצעות פתיחת סניפים חדשים, מגידול במכירות סיטונאות, בעיקר כפועל יוצא של מלחמת "חרבות ברזל", וכן מהרחבת פעילותה של Adidas באמצעות פתיחת 26 סניפים חדשים החל מהרבעון הראשון של 2024 ומגידול במכירות למטר.

המכירות בחנויות זהות במגזר בחברת סער, אשר פעלו באופן מלא ברבעון השני, עלו בכ- 16% בהשוואה לרבעון המקביל אשתקד, **המכירות בחנויות זהות של Adidas עלו בכ-33% בהשוואה לרבעון המקביל אשתקד.**

הרווח המגזרי לפני הכנסות אחרות, נטו ברבעון השני לשנת 2024 צמח לכ-2 מיליון שקל, לעומת הפסד של כ-6.5 מיליון שקל ברבעון המקביל אשתקד.

במגזר מוצרי צריכה חשמליים הסתכמו ההכנסות ברבעון השני בכ-286 מיליון שקל, לעומת כ-288.5 מיליון שקל ברבעון המקביל אשתקד. השינוי נבע מקיטון במכירות לייצוא מערכות חימום כתוצאה משינוי רגולציה אשר גרמו לירידה בביקושים למוצרים מבוססי אינוורטר וזאת בקיזוז חלקי עם גידול במכירות בתחום סחר מותגים. יצוין באשר לשוק המזגנים המקומי, כי על אף עלייה משמעותית של כ-47% בכמות המזגנים שנמכרה ברבעון השני של השנה, מחזור המכירות עלה בכ-1.4% בלבד וזאת לאור שינוי תמהיל המכירות בין מזגנים עיליים למזגני מיני מרכזי VRF, ושאר המערכות הגדולות. השינוי בתמהיל המזגנים נובע מהתחזקות של החברה במכירות מזגנים עיליים מצד אחד אך מקיטון במכירות מזגנים גדולים בשל עיכובים בפרויקטים כתוצאה ישירה של מלחמת "חרבות ברזל".

הרווח המגזרי לפני הוצאות אחרות, נטו הסתכם ברבעון השני של שנת 2024 בכ-11.7 מיליון שקל, לעומת כ-17 מיליון שקל ברבעון המקביל אשתקד. הקיטון נבע מסיום מלאי מזגני ON/OFF עיליים שביצעה החברה ברבעון זה.