

## Szanowni Państwo, drodzy Pracownicy, Akcjonariusze

W 2016 roku sieć marketów Dino powiększyła się o 117 placówek i na 31 grudnia 2016 liczyła łącznie 628 sklepów. Był to kolejny rok, w którym przyspieszyliśmy nasz rozwój i potwierdziliśmy zdolności szybkiej ekspansji sieci Dino w oparciu o budowanie własnych sklepów. Rekordowemu wzrostowi powierzchni sprzedaży, ze 192 tys. m<sup>2</sup> na koniec 2015 r. do 238 tys. m<sup>2</sup> w 2016 r.,

towarzyszyła dwucyfrowa, wysoka dynamika poprawy wyników finansowych zarówno na poziomie jednostkowym jak i skonsolidowanym. Przychody Grupy Dino ze sprzedaży wzrosły o 30,1% do 3,37 mld zł, czemu towarzyszył silny wzrost sprzedaży w sklepach porównywalnych (like-for-like), o 11,3%. Rosnące korzyści skali i dźwigni operacyjnej powodują stały wzrost rentowności.

Dzięki szybkiej ekspansji sieci i ponadrynkowemu wzrostowi sprzedaży like-for-like wynik EBITDA na poziomie skonsolidowanym wyniósł 288 mln zł (po korekcie o zdarzenia jednorazowe), co oznacza wzrost o 37% w stosunku do 2015 r. Jest to także zasługą dużej dyscypliny w zarządzaniu kosztami, które, choć rosną w ślad za rozwojem całej Grupy, to jednak wolniej niż rosną przychody ze sprzedaży.

W 2016 r. otworzyliśmy nowe, trzecie centrum dystrybucyjne w Jastrowiu, które pomaga optymalizować procesy logistyczne i wspiera rozwój Dino na północy kraju. Stale inwestujemy w rozwój bazy transportowej, unowocześniamy sieć sklepów i zwiększamy moce produkcyjne naszych zakładów mięsnych Agro-Rydzyna.

Obserwowany wzrost naszej sieci i całego rynku handlu detalicznego artykułami spożywczymi w Polsce to efekt sprzyjającej sytuacji makroekonomicznej, rosnącego dochodu rozporządzalnego i tym samym wzrostu wydatków na konsumpcję. Rządowy program 500+, spadający poziom bezrobocia oraz regularny wzrost płacy minimalnej wspierają konsumpcję indywidualną w Polsce. Odnotowujemy rosnącą liczbę klientów wydających więcej na zakupy w naszych sklepach, a dodatkowo od końca 2016 r. dynamika cen konsumpcyjnych wpływa na wzrost przychodów ze sprzedaży like-for-like.

Spodziewamy się utrzymania pozytywnych trendów makroekonomicznych w 2017 roku. Rosnąca inflacja, wzrost płacy minimalnej od stycznia bieżącego roku oraz kontynuacja programu 500+ powinny mieć pozytywny wpływ na rynek handlu detalicznego artykułami spożywczymi. W 2017 r. będziemy konsekwentnie realizować naszą strategię. Pracujemy nad utrzymaniem wysokiego wzrostu sprzedaży LFL. Wraz z dalszym wzrostem skali działalności i towarzyszącym temu dążeniami do zwiększania efektywności operacyjnej, będziemy stwarzać dobre warunki do poprawy rentowności naszej działalności. Kluczowym elementem strategii Dino jest rozwój sieci sklepów. Mamy dalsze ambitne plany, zakładające zarówno zagęszczanie sieci sklepów w zachodniej części Polski, gdzie jesteśmy już obecni, jak i ekspansję na północ i wschód kraju. Cel, który sobie definiujemy to przekroczenie liczby 1200 sklepów na koniec 2020 r. Równoległe zakładamy dodatkowe inwestycje



wspierające otwieranie nowych sklepów, głównie związane z centrami dystrybucyjnymi i zakładem mięsnym prowadzonym przez Agro-Rydzynę.

W 2016 r., wspólnie z ówczesnymi akcjonariuszami, uznaliśmy, że obecny etap rozwoju to dobry moment na wprowadzenie Dino na Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie. Zwieńczeniem blisko rocznych przygotowań do nowej roli spółki publicznej był debiut na GPW w dniu 19 kwietnia 2017 r. W IPO, w związku z upływem zakładanego horyzontu inwestycyjnego, wszystkie posiadane akcje, stanowiące 49% w kapitale zakładowym Dino, sprzedał fundusz private equity Enterprise Investors, który wspierał nasz rozwój przez wcześniejszych blisko 7 lat.

Oferta publiczna Dino okazała się wielki sukcesem, zarówno pod względem wartości oferty – ok. 1,65 mld zł, jak i ogromnego zainteresowania, które przełożyło się na ustalenie ceny dla inwestorów instytucjonalnych na poziomie wyższym niż cena maksymalna. Cieszymy się z dużego popytu na akcje Spółki, zarówno ze strony renomowanych polskich i międzynarodowych instytucji finansowych jak i inwestorów indywidualnych w Polsce. Okazane przez inwestorów zaufanie dodatkowo motywuje nas do dalszej, intensywnej pracy mającej na celu realizację strategii i utrzymanie dynamicznego tempa rozwoju Dino.

Z wyrazami szacunku

Szymon Piduch

Prezes Zarządu Dino Polska S.A.