

**InPost w II kw. - wzrost przychodów o 97,8%
do 1 696,5 mln zł oraz wzrost zysku EBITDA o 41%
do 511 mln zł**

Rekordowy kwartał Grupy na wszystkich kluczowych rynkach

InPost - lider wśród platform dostaw dla e-commerce w Europie – zanotował w II kwartale wzrost przychodów o 97,8% do 1 696,5 mln zł. Pomimo presji inflacyjnej skorygowany zysk EBITDA wzrósł o 41% do 511 mln zł. InPost zanotował także rekordowy wzrost wolumenów - znacznie powyżej rynku we wszystkich kluczowych krajach, dostarczając w II kwartale 179,9 mln przesyłek, więcej o 73%.

Kluczowe informacje:

- **W Polsce Grupa zanotowała wysoki, aż 36% r/r wzrost wolumenów w kanale poza platformą Allegro oraz 6% na samej platformie.**
- **W II kwartale w Polsce Grupa osiągnęła całkowity wzrost wolumenów o 20% - przy wzroście rynku o 7%, we Francji wzrost wyniósł 7% – przy spadku rynku aż o 24%, natomiast w Wielkiej Brytanii wzrost wolumenów wyniósł aż 225% – przy szacowanym spadku rynku na poziomie 7%.**
- **InPost we wszystkich krajach intensywnie rozwijał swoją sieć maszyn, w II kwartale zainstalowanych zostało prawie 2 000 nowych urządzeń i na koniec kwartału było ich ponad 24 tys., w tym: 18 418 w Polsce (+12% w porównaniu do końca 2021 roku), 1 012 (+223% w porównaniu do końca 2021 roku) we Francji i 3 935 (+25% w porównaniu do końca 2021 roku) w Wielkiej Brytanii. W Polsce uruchomiono pierwszy Paczkomat® bezekranowy, a we Francji postawiono pierwszy Paczkomat® InDoor.**

- We Francji przeprowadzono także relaunch marki **Mondial Relay odświeżając całościowo jej wizerunek**, zapowiedziano **wprowadzenie aplikacji mobilnej wzorowanej na InPost Mobile** oraz zakomunikowano plan wdrożenia dostaw D+1 pod nazwą Mondial Relay Express (dostawa D+1), a także utworzono i odnowiono 5 oddziałów regionalnych.
- W **Wielkiej Brytanii wprowadzono zwroty bez etykiet, które zaowocowały skokowym wzrostem wyników sprzedaży na tym rynku** – wolumeny łącznie wzrosły o +225% r/r.

Na koniec II kwartału poprzez **Paczkomat® InPost przesyłki w Polsce odbiera już prawie połowa dorosłej populacji kraju, czyli 15,8 mln osób**. Oznacza to wzrost liczby użytkowników o 14% w porównaniu do tego samego okresu roku ubiegłego. W Polsce już prawie **połowa klientów ma swój Paczkomat® InPost w odległości zaledwie siedmiominutowego spaceru**. Na rodzimym rynku Grupa nadal na **bardzo wysokim poziomie utrzymuje wskaźnik lojalności klientów – NPS – to 75 punktów przy średniej dla sektora w Polsce na poziomie -2**.



Rafał Brzoska, założyciel i prezes zarządu InPost

Mogę z dumą powiedzieć, że są to jedne z najlepszych wyników kwartalnych w naszej historii. Odnotowaliśmy wzrost udziału na wszystkich naszych głównych rynkach, co jest szczególnie istotne w przypadku Wielkiej Brytanii i Francji, gdzie InPost obsłużył znacznie więcej przesyłek, pomimo że rynki te odnotowały spadki wolumenów. We Francji i Wielkiej Brytanii kontynuujemy obecnie pracę nad wdrożeniem dostaw następnego dnia – będzie to nowa jakość, która powinna wzmocnić naszą obecność w segmencie przesyłek B2C. W Polsce liczba paczek wysyłanych poprzez nasze urządzenia wzrosła o 20%, przy wzroście rynku na poziomie 7%. Tak dobre wyniki udało nam się osiągnąć mimo rosnącej konkurencji, co świadczy o tym, że kluczowym czynnikiem decydującym o wyborze naszych urządzeń przez konsumentów jest lojalność do marki InPost, wygoda i satysfakcja, a nie jedynie cena.

Poprzez rozbudowę sieci maszyn i punktów odbioru InPost zwiększamy wygodę, satysfakcję i intensywność korzystania z naszych usług. Na naszym rodzimym rynku, w Polsce, ponad 48% dorosłych mieszkańców korzysta z usług InPost, przy czym 58% populacji znajduje najbliższy dla siebie Paczkomat® w odległości 7 minut spacerem, a 47% w odległości zaledwie 5 minut. To właśnie dzięki tej bliskości i wygodzie InPost jest wiodącym dostawcą usług wspierających e-commerce, co przekłada się na wysoki poziom satysfakcji i rekordowo wysoki poziom wskaźnika NPS.



InPost wmacnia swoją pozycję pioniera w zakresie zrównoważonego rozwoju w swoim sektorze dzięki nowym, przełomowym inicjatywom mającym na celu zmniejszenie zużycia energii, surowców i odpadów elektronicznych. Firma rozwija sztanndarowe programy takie jak np. Green City, w którym we współpracy z władzami miast w sposób zrównoważony rozwija swoją sieć. Dziś w tym programie uczestniczy już ponad 40 miast. InPost ostatnio wdrożył także między innymi EkoBox, czyli opakowanie wielokrotnego użytku na dostawy do skrytek oraz funkcję natychmiastowych, bezetykietowych zwrotów z urządzeń Paczkomat® poprzez aplikację mobilną. Spółka zainstalowała również pierwsze bezekranowe urządzenia Paczkomat®, zmniejszające zużycie energii i wymagające mniejszej ilości komponentów.



Rafał Brzoska

Tak dobre wyniki w drugim kwartale wypracowaliśmy pomimo bardzo trudnego otoczenia rynkowego. Dlatego, jeśli chodzi o krótkoterminowe perspektywy dla polskiego rynku w obecnych warunkach makroekonomicznych, jesteśmy ostrożnymi optymistami. Według naszych prognoz możemy dalej zwiększać udział w rynku oraz łagodzić wpływ inflacji przez dostosowywanie cen, co powinno być widoczne w wynikach w drugim półroczu tego roku. Pozytywna jest także perspektywa długoterminowa, a to dlatego, że coraz więcej konsumentów i partnerów e-commerce wybiera Paczkomat® InPost jako najszybszą, konkurencyjną cenowo oraz najbardziej ekologiczną formę dostawy. Wierzymy

też mocno w adaptację polskiego modelu dostaw ostatniej mili na innych wiodących, europejskich rynkach i uzyskanie efektu skali.

Disclaimer

Niniejszy tekst stanowi fragment informacji prasowej opublikowanej przez InPost S.A. w dniu 1 września 2022 r., dotyczącej wyników za okres sześciu miesięcy zakończony 30 czerwca 2022 r. ("**Informacja prasowa**"), która jest dostępna na stronie internetowej InPost pod adresem <https://inpost.eu/investors/financial-results>. W przypadku jakiegokolwiek sprzeczności lub rozbieżności pomiędzy niniejszym fragmentem a Informacją Prasową, decydująca jest treść Informacji Prasowej. Informacja Prasowa zawiera informacje poufne dotyczące Spółki w rozumieniu art. 7 ust. 1 Rozporządzenia UE w sprawie nadużyć na rynku (MAR).

Niniejszy fragment Informacji Prasowej zawiera sformułowania odnoszące się do przyszłości. Poza raportowanymi wynikami finansowymi i informacjami historycznymi, wszystkie stwierdzenia zawarte w niniejszym fragmencie Informacji Prasowej, w tym między innymi dotyczące naszej sytuacji finansowej, strategii biznesowej oraz planów i celów zarządu w zakresie przyszłej działalności, są lub mogą być uznane za informacje dotyczące przyszłości, które odzwierciedlają aktualne poglądy Spółki w odniesieniu do przyszłych zdarzeń oraz wyników finansowych i operacyjnych. Te sformułowania dotyczące przyszłości mogą charakteryzować się występowaniem wyrażen dotyczących przyszłości, w tym zwrotów „uważa”, „szacuje”, „planuje”, „przewiduje”, „spodziewa się”, „zamierza”, „może”, „będzie” czy „powinno” lub ich zaprzeczeń bądź innych odmian lub odpowiedników, a także zawierać omówienie strategii, planów, celów, przyszłych zdarzeń lub zamiarów. Te sformułowania dotyczące przyszłości oparte są na przekonaniach, założeniach i oczekiwaniach Spółki dotyczących przyszłych zdarzeń i trendów mających wpływ na przyszłe wyniki Spółki, z uwzględnieniem wszystkich informacji aktualnie dostępnych dla Spółki i jako takie nie stanowią gwarancji przyszłych wyników. Ze względu na swój charakter, informacje dotyczące przyszłości wiążą się z ryzykiem i niepewnością, ponieważ odnoszą się do zdarzeń i zależą od okoliczności, które mogą, ale nie muszą wystąpić w przyszłości, a Spółka nie może zagwarantować dokładności i kompletności informacji dotyczących przyszłości. Szereg istotnych czynników, z których nie wszystkie są znane Spółce lub znajdują się pod jej kontrolą, może spowodować, że rzeczywiste wyniki lub rezultaty będą się istotnie różnić od tych wyrażonych w jakimkolwiek oświadczeniu dotyczącym przyszłości, w wyniku ryzyka i niepewności, przed którymi stoi Spółka. Ostrzega się czytelników, aby nie polegali nadmiernie na tych informacjach dotyczących przyszłości, które są aktualne wyłącznie w dniu publikacji niniejszego fragmentu Informacji Prasowej i mogą ulec zmianie bez uprzedzenia. Poza przypadkami wymaganymi przez obowiązujące prawo lub obowiązujące zasady każdej giełdy, na której nasze papiery wartościowe mogą być przedmiotem obrotu, nie mamy zamiaru ani obowiązku aktualizowania informacji dotyczących przyszłości.

Raportowane wyniki finansowe są przedstawione w polskich złotych (PLN), a wszystkie wartości są zaokrąglone do milionów, chyba że zaznaczono inaczej. W związku z tym zaokrąglone kwoty mogą nie sumować się do zaokrąglonej całości we wszystkich przypadkach.