

InPost S.A. publie les résultats financiers consolidés du quatrième trimestre et de l'exercice 2021 complet ainsi que le rapport annuel intégré.

Le groupe InPost a enregistré de solides performances financières malgré la tension des conditions de marché. Il a gagné des parts de marché et réalisé des gains de marges en Pologne et a poursuivi sa stratégie d'automatisation du dernier kilomètre du commerce électronique en Europe après l'acquisition de Mondial Relay.

La société a accéléré ses investissements dans le déploiement des lockers, ce qui améliore la proximité avec les consommateurs et crée un effet d'entraînement sur la commodité, la satisfaction et l'intensité d'utilisation pour les consommateurs. Cela améliore les taux de croissance pour les commerçants partenaires actuels et futurs d'InPost. Cet élan a entraîné une croissance de 45,6 % des volumes de colis automatisés d'InPost en 2021.

FAITS MARQUANTS DE L'EXERCICE 2021

- InPost a finalisé l'acquisition de Mondial Relay le 1^{er} juillet. InPost devient ainsi la première solution hors domicile d'Europe pour le commerce électronique avec 609 millions de colis pro-forma¹ livrés en 2021. Mondial Relay fournit une large base de consommateurs européens hors domicile qui est bien positionnée pour bénéficier de l'automatisation qui a déjà transformé le marché polonais.
- Accélération du déploiement des lockers sur tous les marchés d'InPost. Le nombre total de lockers automatisés (APM) a augmenté de 66 % sur une année glissante pour atteindre 20 367 avec 2,6 millions de lockers déployés (+70 % d'une année à l'autre). En Pologne, InPost a représenté 90 % des ajouts de lockers sur le marché en 2021.
- Les revenus du groupe pour l'exercice 2021 ont augmenté de 82 % pour atteindre 4 602 millions de PLN. Dans cette croissance, 43 points proviennent de l'acquisition de Mondial Relay. Grâce à une augmentation de la part de marché du B2C en Pologne, qui passe de 44 % à 48 % le taux de croissance du chiffre d'affaires hors Mondial Relay atteint 39 % en 2021.
- L'EBITDA ajusté du groupe a augmenté de 63,7 % en 2021 pour atteindre

¹ Pro-forma y compris les volumes de Mondial Relay pour la période Jan-Juin avant la prise de contrôle de Mondial Relay par InPost.

1 626 millions de PLN.

- L'acquisition de Mondial Relay a représenté 15,6 points dans cette croissance, tandis que le reste d'InPost a permis une croissance organique de l'EBITDA ajusté de 48,1 % en 2021. La marge d'EBITDA ajusté d'InPost, hors Mondial Relay, a augmenté de 230 points de base en 2021 pour atteindre 41,8 %, tandis que la consolidation de Mondial Relay, qui est une activité à marge structurellement plus faible, a entraîné une dilution de la marge publiée de 400 points de base pour atteindre 35,3 %.
- Les dépenses d'investissement du Groupe ont augmenté de 74 % par rapport à l'année précédente pour atteindre 935,6 millions de PLN, principalement portées par la dynamique d'expansion du réseau d'APM en Pologne et au Royaume-Uni, ainsi que des investissements dans l'infrastructure logistique en Pologne. Les CAPEX en Pologne ont augmenté de 41 % par rapport à l'année précédente et ont représenté 76 % du total des dépenses d'investissement du Groupe.
- Le flux de trésorerie disponible après paiement des loyers a augmenté de 73 % par rapport à l'année précédente pour atteindre 131,6 millions de PLN.

FAITS MARQUANTS DU T4 DE 2021

- Le chiffre d'affaires du groupe InPost a augmenté de 96,9 % au quatrième trimestre de 2021 par rapport au quatrième trimestre de 2020, pour atteindre 1 677 mPLN. Sur ce chiffre, 73 points de pourcentage proviennent de l'acquisition de Mondial Relay, tandis que le taux de croissance du chiffre d'affaires d'InPost hors Mondial Relay était de 23,9% au T4.
- Au quatrième trimestre, l'EBITDA ajusté a augmenté de 46,7 % pour atteindre 523,1 millions de PLN, dont 29 points grâce à la consolidation de Mondial Relay et 17,7 % de croissance organique de l'EBITDA sur les marchés historiques d'InPost.

FAITS MARQUANTS ESG

- Les lockers InPost sont déjà la solution la plus durable pour le dernier kilomètre du commerce électronique du point de vue des émissions de CO₂, de la consommation de carburant et de la sécurité routière. En 2021, InPost a fait progresser son engagement en matière d'ESG pour toutes ses parties prenantes. InPost a établi des partenariats avec 21 villes clés en Pologne dans le cadre du programme « Green City », et s'est concentré sur une palette d'initiatives environnementales innovantes, notamment la première solution d'énergie renouvelable pour les APM en Pologne. InPost a reçu 4 notations ESG, a signé le Pacte mondial des Nations Unies pour la Pologne et s'est engagé à atteindre la neutralité carbone d'ici 2040 selon la méthodologie SBTi.

PERSPECTIVES 2022

- Le déclenchement de la guerre en Ukraine, les pics de prix de l'énergie qui en découlent et l'accélération de l'inflation déjà en hausse représentent des défis tant du point de vue de la demande que des coûts en 2022, entraînant des niveaux élevés d'incertitude concernant la demande des consommateurs et les conditions d'exploitation.
- InPost prévoit de surpasser la croissance du marché dans toutes nos principales zones géographiques et d'augmenter sa part de marché en volume, porté par notre avantage stratégique en termes de commodité et de durabilité, ainsi qu'à davantage de réductions de coûts pour les commerçants dans un contexte de forte inflation. En raison de la pression accrue sur les coûts des concurrents du secteur de la livraison à domicile, l'avantage concurrentiel structurel d'InPost devrait encore s'accroître et nous devrions continuer à gagner des parts de marché.
- Pourtant, les ajustements de prix étant à la traîne des augmentations de coûts, la pression sur les marges se matérialisera en 2022. Les tendances en matière de dépenses d'investissement refléteront l'opportunité d'améliorer l'expérience du consommateur français grâce à l'automatisation.

WEBCAST AUDIO ET RAPPORT ANNUEL

- Rafal BRZOSKA (fondateur et CEO), Michael ROUSE (CEO International) et Adam ALEKSANDROWICZ (CFO Groupe) tiendront une conférence téléphonique pour les analystes et les investisseurs le jeudi 31 mars 2022 à 10 h 00 CET via le lien suivant :
<https://webcasting.brrmedia.co.uk/broadcast/6225e488969a0548ac0c34b1>
- InPost a publié aujourd'hui son rapport annuel intégré 2021 sur son site web www.inpost.eu/investors

POLOGNE : UN FOSSÉ CONCURRENTIEL FORT POUR LES APM ET UNE PART DE MARCHÉ EN HAUSSE

- La croissance polonaise d'InPost a dépassé celle du marché dans tous les principaux segments de clientèle. Cela reflète une adoption toujours croissante de la part des consommateurs et une croissance incrémentale positive provenant de la couverture supplémentaire de la population par les APM. Dans l'ensemble, la part de volume B2C d'InPost en Pologne a augmenté de manière significative en 2021.
- Les volumes des lockers automatisés d'InPost ont augmenté de 44 % en 2021, contre 19 % pour l'ensemble du marché des colis. La part de marché B2C d'InPost est ainsi passée de 44 % en 2020 à 48 % en 2021. Les gains de parts de marché se sont poursuivis au T4, les volumes des APM d'InPost ayant augmenté de 25 % sur une année glissante au cours du trimestre,

contre une croissance du marché de l'ordre de 10 à 15 %.

- La croissance du chiffre d'affaires des APM pour l'exercice 2021 a atteint 44,6 % entraînant une hausse de 53 % de l'EBITDA ajusté sur l'ensemble de l'année par rapport à 2020. La marge d'EBITDA ajusté d'InPost en Pologne a augmenté de manière significative passant de 41,3 % en 2020 à 46,1 % en 2021.
- Les 16 445 automates d'InPost en Pologne disposent en moyenne de plus de lockers que les APM concurrents. En 2021, le nombre total de cases InPost en Pologne est passé de 1,48 million à 2,41 millions. Cette augmentation représente 90 % de tous les ajouts nets de lockers sur le marché, laissant InPost avec 96 % de tous les lockers existants en Pologne à fin 2021. En termes de volume de colis, InPost estime que sa part de marché dans les lockers atteint 98 % en 2021.
- Les APM d'InPost se trouvent désormais à moins de 7 minutes de marche pour 56 % de la population polonaise, contre 50 % en 2021. L'analyse de l'entreprise montre que les consommateurs ont clairement tendance à augmenter l'intensité de leur utilisation à mesure que leur proximité avec les lockers InPost s'améliore. Cela alimente une adoption plus large par les commerçants et génère des gains d'efficacité plus importants. Le renforcement de cet avantage concurrentiel a permis d'augmenter la base de commerçants d'InPost en Pologne de 27 % en 2021. InPost compte désormais plus de 38 000 commerçants partenaires qui bénéficient des améliorations d'efficacité et de satisfaction clients qu'offre le réseau d'APM.
- Le NPS, qui mesure l'appréciation des clients pour les services de retrait dans les APM, s'est encore amélioré, atteignant un nouveau niveau record de 75 en Pologne. En outre, une étude récente a montré qu'InPost est le service de livraison du dernier kilomètre préféré pour une grande majorité de consommateurs en Pologne. À l'échelle internationale, les lockers InPost obtiennent déjà de très bons NPS, tant de la part des commerçants que des consommateurs.
- InPost comptait plus de 9,2 millions d'utilisateurs actifs de l'application à la fin de l'année 2021², soit une augmentation de 41 % sur l'année. L'application mobile InPost est devenue la deuxième application commerciale la plus téléchargée en Pologne. Cela favorise l'engagement des utilisateurs et leur fidélité à la marque. La pénétration de l'application permet à InPost de stimuler les innovations en matière de services, notamment l'ouverture des lockers à distance, la redirection des colis d'un coursier vers un locker, l'envoi sans étiquette et son nouveau service d'épicerie InPost Fresh.

² Selon Gemius, Wyniki badania Mediapanel za grudzień 2021, <https://www.gemius.pl/reklamodawcy-aktualnosci/wyniki-badania-mediapanel-za-grudzien-2021.html>

Rafal Brzoska, fondateur et PDG d'InPost

// En 2021, nous avons enregistré une nouvelle année de forte croissance et d'expansion des marges en Pologne, grâce à une amélioration de l'utilisation par les consommateurs portée par la proximité accrue de nos lockers. Nous continuons à investir pour améliorer l'expérience consommateur, la meilleure de sa catégorie, afin d'aider nos commerçants à maximiser leurs ventes et la satisfaction de leurs clients. Il n'est pas anodin qu'aujourd'hui 56 % de la population polonaise dispose d'un de nos lockers à moins de 7 minutes de marche de son domicile. Nous avons gagné de nouvelles parts de marché non seulement en plaçant 9 fois plus de lockers que tous nos concurrents réunis en 2021, mais aussi grâce à notre engagement opérationnel et à notre expertise en tant que spécialiste mondial des distributeurs automatiques de colis. J'ai le plaisir d'annoncer que les tendances d'utilisation et de rentabilisation des nouvelles machines sont plus fortes que celles de toutes les cohortes des années précédentes, à l'exception de 2020, marquée par le Covid. En Pologne, nous avons maintenant au total 2,4 millions de lockers, ce qui représente 96 % de tous les lockers sur l'ensemble du marché. Le Net Promoter Score (NPS) de notre service d'APM s'est encore amélioré, atteignant un nouveau // record de 75. Une étude récente a montré que nous sommes le service de livraison du dernier kilomètre le plus apprécié des consommateurs en Pologne. Notre objectif est de déclinier cette expérience client élevée au niveau paneuropéen, accélérée par notre acquisition de Mondial Relais.

MONDIAL RELAY : TRANSFORMER LE DERNIER KILOMÈTRE EN EUROPE

L'acquisition, pour un montant de 513 millions d'euros, de Mondial Relay, leader français de la livraison de colis e-commerce hors domicile (Points Relais®), a été annoncée en mars 2021. Depuis la signature de juillet, InPost a considérablement avancé dans l'intégration managériale et opérationnelle, conformément aux plans initiaux. L'entreprise se concentre désormais sur l'amélioration de l'expérience consommateur de Mondial Relay, à la fois par le biais du réseau Points Relais® existants et par l'automatisation.

- Sur une base 2020 élevée, les volumes de colis de Mondial Relay pour l'exercice 2021 ont augmenté de 36 %, entraînant une croissance du chiffre d'affaires de 29 % en année glissante. L'EBITDA ajusté pro-forma³ a atteint 404 millions de PLN avec une marge de 17,7 %.
- En 2021, Mondial Relay aura déployé plus de 300 distributeurs automatiques de colis en France, en plus de ses >11 000 points Points Relais® existants. Les

premiers résultats montrent une forte adoption précoce de la solution APM par les consommateurs français, avec une amélioration substantielle des temps de retrait par rapport aux Points Relais®.

- La société a également accéléré ses efforts pour améliorer la densité du réseau logistique, notamment en créant une nouvelle plateforme logistique à Réau et en investissant dans l'automatisation du tri. Cela renforce la capacité de croissance et permet de réduire considérablement les délais de livraison. Associé à un réseau d'APM en pleine expansion, cela devrait permettre à Mondial Relay d'améliorer son offre de produits pour les e-commerçants, d'accroître la satisfaction client et de renforcer la marque Mondial Relay.
- Mondial Relay fait également des progrès significatifs sur le pipeline pour accélérer le déploiement du réseau d'APM. En 2022, l'entreprise vise à lancer 2 000 à 3 000 nouveaux APM.
- Grâce à l'amélioration de la logistique et des délais d'exécution, ainsi qu'aux déploiements d'APM, la société est en bonne voie pour dégager un EBITDA supplémentaire de 100 à 150 millions d'euros à moyen terme, comme annoncé lors de l'acquisition.

PARTENARIATS TRANSFRONTALIERS PANEUROPÉENS ET POPULATION CLÉ

Les partenariats paneuropéens avec de grands clients européens permettent une coopération transfrontalière et facilitent l'uniformisation des expériences des consommateurs sur de nombreux marchés tout en optimisant les coûts des flux de volumes transfrontaliers pour les commerçants. L'élargissement des partenariats est au cœur de la stratégie européenne d'InPost. En 2021, InPost a conclu un partenariat de 5 ans sur tous ses marchés avec Vinted, la première place de marché C2C. Ce partenariat permettra non seulement de soutenir les volumes au fur et à mesure de l'expansion internationale de l'entreprise, mais aussi d'aligner l'entreprise sur une population jeune axée sur le développement durable, qui est au cœur de la base de consommateurs de mode d'occasion de Vinted. À mesure que les consommateurs européens de Vinted découvriront la commodité de l'offre d'InPost, ils deviendront probablement non seulement des consommateurs fidèles à vie mais aussi des défenseurs de lockers plus écologiques.

GAINS SIGNIFICATIFS AU ROYAUME-UNI AVEC DES PROPRIÉTAIRES CLÉS ET DES E-COMMERÇANTS DANS LA MODE

Le Royaume-Uni est le plus grand marché européen du commerce électronique avec une valeur d'environ 113 milliards de livres sterling. Au sein de ce marché, le secteur de la mode en ligne, qui connaît une croissance rapide, présente des niveaux de retour élevés, ce qui est très inefficace et coûteux pour les commerçants. La proposition de lockers d'InPost, qui est le premier réseau d'APM disponible pour tous les e-commerçants, est non seulement très économique pour

les commerçants, mais elle offre également une expérience de retour beaucoup plus simple pour leurs clients.

- En 2021, InPost a établi des relations commerciales sur les retours sans étiquette avec Asos, Missguided, SuperDry, boohoo, JD Sports et bien d'autres détaillants. Cela a permis à InPost de servir des millions de consommateurs.
- Au Royaume-Uni, la société a augmenté de 284 % les volumes totaux pour atteindre à 8,2 millions de colis pour l'exercice 2021. Le chiffre d'affaires au Royaume-Uni a augmenté de 332 % pour l'année 2021, et de 304 % au T4 de 2021 par rapport au T4 de 2020.
- InPost a développé des partenariats à fort trafic avec Transport for London, Tesco, Morrisons, Lidl et WHSmith. La société a ajouté 2 016 nouveaux APM, ce qui porte le total à 3 150. Pour optimiser la proximité avec les consommateurs, ces APM se concentrent principalement sur Londres, Birmingham et Manchester.

Grâce à la force d'InPost R-U dans le domaine des retours et du C2C, la densité croissante signifie que les opérations approchent une échelle et un niveau d'adoption par les commerçants qui devrait conduire l'engagement des consommateurs à s'étendre de manière significative vers le B2C.

LES MEILLEURS PRODUITS DURABLES ET L'INTÉGRATION DE L'ESG DANS TOUTE L'ENTREPRISE

En 2021, InPost a aligné sa stratégie ESG sur les objectifs de développement durable des Nations Unies, et est devenu membre du Pacte mondial des Nations Unies. La stratégie ESG est en cours d'intégration dans l'ensemble du Groupe, à tous les niveaux. Elle est un élément clé du modèle économique d'InPost et intègre les tendances en matière d'e-commerce, les risques et les opportunités identifiés par l'entreprise, et les domaines dans lesquels une approche plus structurée est requise de la part des parties prenantes.

- L'entreprise s'est engagée à atteindre la neutralité climatique d'ici 2040, conformément au SBTi, tout en s'engageant à être neutre sur le plan climatique (Scope 1 et 2) d'ici 2025.
- D'ici 5 ans, InPost a l'intention de fermer complètement le cycle des matières premières dans ses propres activités.
- La société a signé le Pacte mondial des Nations unies pour la Pologne. Après avoir achevé l'intégration de Mondial Relay, elle l'étendra à tous les marchés internationaux.
- InPost partage sa mission plus largement, à travers le programme InPost Green City, qui a été lancé en 2020 dans 21 villes de Pologne. InPost mène des initiatives pour minimiser son impact sur l'environnement, par exemple

en passant à une flotte de véhicules électriques et en installant des bornes de rechargement.

- La société a également obtenu sa première notation ESG de la part des agences de notation, ce qui la place dans le 2e quartile parmi ses pairs (sur la base de la publication de la notation ISS).
- InPost est conscient que son rôle de leader entraîne une grande responsabilité sociale, surtout en cette période géopolitique difficile. InPost a organisé des transports gratuits pour fournir des ressources à la frontière afin d'aider les citoyens ukrainiens qui fuient la guerre. Elle s'est également associée à des entreprises pour organiser l'hébergement et la garde d'enfants pour les réfugiés ukrainiens qui se réfugient en Pologne. La société a également lancé récemment une version ukrainienne de l'application afin de faciliter la transition pour les millions de réfugiés ukrainiens qui résident désormais en Pologne.

FAITS MARQUANTS FINANCIERS ET OPÉRATIONNELS CONSOLIDÉS 2021 ET T4

- Les revenus du groupe pour l'exercice 2021 ont augmenté de 82,0 % pour atteindre 4 602 millions de PLN. Sur cette croissance, 43 points de proviennent de l'acquisition de Mondial Relay. Le taux de croissance des revenus hors Mondial Relay atteint 39 % en 2021.
- Le chiffre d'affaires du groupe InPost a augmenté de 96,9 % au quatrième trimestre. Sur ce total, 73 points proviennent de l'acquisition de Mondial Relay, tandis que le taux de croissance du chiffre d'affaires d'InPost hors Mondial Relay était de 23,9 % au quatrième trimestre.
- L'EBITDA ajusté du groupe a augmenté de 63,7 % en 2021 pour atteindre 1 626 millions de PLN. L'acquisition de Mondial Relay a représenté 15,6 points dans cette croissance, tandis que le reste d'InPost a fait croître l'EBITDA ajusté de 48,1 % en 2021. Au quatrième trimestre, la croissance consolidée de l'EBITDA ajusté s'est élevée à 46,7 %, dont 29 points dus à la consolidation de Mondial Relay, et 17,7 % à la croissance de l'EBITDA sur les marchés historiques d'InPost.
- Avec l'acquisition de Mondial Relay, dont la marge est plus faible, la marge d'EBITDA ajusté du groupe est tombée de 39,3 % à 35,3 % pour l'ensemble de l'année 2021. Au quatrième trimestre de 2020, la marge d'EBITDA ajusté était de 41,9 % sans Mondial Relay, et elle est tombée à 31,2 % au quatrième trimestre de 2021 avec la consolidation de Mondial Relay. Sans Mondial Relay la marge d'EBITDA ajustée d'InPost serait passée de 39,3 % à 41,8 % pour l'exercice 2021 complet. Au quatrième trimestre 2021, la marge EBITDA ajustée sans Mondial Relay aurait été de 39,8 % contre 41,9 % au quatrième trimestre 2020. Cette baisse est due à des volumes de pointe plus faibles qui ont réduit l'impact positif du levier d'exploitation.

- Avec l'accélération du déploiement en Pologne et l'expansion à l'international, les dépenses d'investissement sont passées de 536 millions de PLN à 936 millions de PLN. Sur une base déclarée, les dépenses d'investissement sont passées de 21 % des revenus en 2020 à 20 % des revenus en 2021.
- Avec seulement un semestre de contribution de Mondial Relay à l'EBITDA ajusté, la dette nette de fin d'année par rapport à l'EBITDA ajusté ressort à 3,3x. En intégrant l'EBITDA ajusté de Mondial Relay pour l'année 2021, ce chiffre tomberait à 2,9x. Cette dette est de longue durée, alors qu'InPost conserve une marge de manœuvre considérable dans son bilan pour assurer une croissance organique prudente, tout en gérant cette période d'incertitude en termes de macroéconomie et de taux d'intérêt.

Rafal Brzoska, fondateur et PDG d'InPost

” Le déclenchement de la guerre en Ukraine, la flambée des prix de l'énergie qui en découle et l'accélération d'une inflation déjà en hausse, sont autant de difficultés et d'enjeux. Les défis en matière de coûts qui nous attendent sont très clairs pour toutes les entreprises de livraison de colis. Pourtant, je pense que la différenciation structurelle associée à notre proposition de lockers automatisés ne devient que plus importante dans des périodes comme celle-ci. L'écart entre la livraison à domicile, plus coûteuse, et notre proposition de lockers automatisés va sans aucun doute augmenter dans cet environnement inflationniste. En outre, les sanctions associées à la guerre ont rendu l'objectif de réduction de la consommation d'énergie à la fois socialement urgent et pertinent du point de vue des coûts des e-commerçants et du pouvoir d'achat des consommateurs. Nos lockers automatisés présentant une efficacité énergétique supérieure et un coût plus avantageux, notre statut de solution de dernier kilomètre la plus durable pour le e-commerce va encore se renforcer en 2022.

”

OBJECTIFS STRATÉGIQUES 2022

Dans une année 2022 pleine de défis, InPost continuera à se concentrer sur une croissance durable, en s'appuyant sur les relations existantes et en cultivant de nouvelles opportunités. En 2022, les priorités de l'entreprise sont les suivantes :

- Tirer parti de l'accélération de son expansion en Pologne et continuer à augmenter de manière sélective la densité de son réseau urbain d'APM, couplé à une expansion rurale. Cela permettra de maintenir la différenciation concurrentielle et de faciliter l'utilisation accrue de la base croissante de commerçants partenaires d'InPost. InPost s'attend à ce que 2022 soit l'année de la poursuite de la croissance de sa part de marché, alors que sa position de leader sur le marché polonais des colis B2C se solidifie.
- Accélérer la transformation de Mondial Relay en une expérience client de premier ordre au sein du réseau de Points Relais®, et enchanter ses clients par la simplicité et la commodité de ses distributeurs automatiques de colis.
- Développer prudemment les activités au Royaume-Uni en ciblant les jeunes passionnés de mode qui sont cohérents avec un grand nombre de ses partenaires commerciaux. Conscient de la priorité de maintenir un bilan solide en période de volatilité, InPost restera très discipliné dans son expansion.
- Continuer à intégrer la stratégie ESG dans l'ensemble de l'entreprise afin de devenir non seulement un produit de premier ordre, mais aussi figurer parmi les meilleures entreprises de sa catégorie en matière d'ESG.

FAITS MARQUANTS FINANCIERS EXERCICE 2021

En millions de PLN sauf indication contraire	12M 2021	12M 2020	Croissance en année glissante
Revenu	4 602,2	2 528,1	82,0 %
dont Pologne	3 453,4	2 510,4	37,6 %
dont International (R-U + IT)	68,8	17,7	288,7 %
dont Mondial Relay	1 080,0	-	-
EBITDA ajusté	1 626,4	993,7	63,7 %
dont Pologne	1 592,2	1 037,8	53,4 %
dont International (R-U + IT)	(120,5)	(44,1)	-
dont Mondial Relay	154,7	-	-
Marge d'EBITDA ajusté	35,3 %	39,3 %	-400 bps
Éléments non récurrents	(190,3)	(10,1)	1 784 %
EBITDA opérationnel	1 436,1	983,6	46,0 %
D&A	(609,7)	(356,1)	71,2 %
EBIT	826,4	627,5	31,7 %
Coût financier net	(113,6)	(164,4)	(30,9 %)
Bénéfice avant impôts	712,8	463,1	53,9 %
Impôts sur le revenu	(221,5)	(111,6)	98,5 %
Bénéfice net des activités poursuivies	491,3	351,5	39,8 %
Bénéfices par action	0,98	0,69	

FAITS MARQUANTS FINANCIERS T4 2021

En millions de PLN sauf indication contraire	T4 2021	T4 2020	Croissance en année glissante
Revenu	1 677,0	851,6	96,9 %
dont Pologne	1 023,3	843,5	21,3 %
dont International (R-U + IT)	31,6	8,1	290,1 %
dont Mondial Relay	622,1	-	-
EBITDA ajusté	523,1	356,5	46,7 %
dont Pologne	465,2	370,9	25,4 %
dont International (R-U + IT)	(45,6)	(14,4)	-
dont Mondial Relay	103,5	-	-
Marge d'EBITDA ajusté	31,2 %	41,9 %	-1 070 bps
Éléments non récurrents	(48,2)	(7,0)	588,6 %
EBITDA opérationnel	474,9	349,5	35,9 %
D&A	(201,0)	(113,7)	76,8 %
EBIT	273,9	235,8	16,2 %
Coût financier net	(40,4)	(48,0)	(15,8 %)
Bénéfice avant impôts	233,5	187,8	24,3 %
Impôts sur le revenu	(59,3)	(43,8)	35,4 %
Bénéfice net des activités poursuivies	174,2	144,0	21,0 %
Bénéfice par action	0,35	0,29	-

INFORMATIONS FINANCIÈRES CONSOLIDÉES

Les tableaux suivants présentent des informations financières consolidées sélectionnées d'InPost S.A. aux dates et pour la période indiquées

Compte d'exploitation consolidé et autres revenus

En millions de PLN sauf indication contraire	12M 2021	12M 2020
Revenu	4 581,9	2 513,8
Autres produits d'exploitation	20,3	14,3
Amortissements et dépréciations	609,7	356,1
Matières premières et consommables	89,2	43,5
Services externes	2 407,6	1 228,1
Taxes et charges	9,8	2,1
Paie	493,1	200,5
Sécurité sociale et autres prestations	100,4	44,8
Autres dépenses	30,2	12,5
Coût des marchandises et matériaux vendus	14,3	10,2
Autres charges d'exploitation	15,1	6,7
Gain/(perte) de valeur sur créances commerciales et autres créances	6,4	(3,9)
Total des charges d'exploitation	3 775,8	1 900,6
Résultat d'exploitation	826,4	627,5
Revenus financiers	16,1	0,1
Coûts financiers	129,7	164,5
Résultat avant impôts	712,8	463,1
Charges d'impôts sur le revenu	221,5	111,6
Bénéfice des activités poursuivies	491,3	351,5
Bénéfice (perte) des activités abandonnées	0,3	(1,3)
Bénéfice net	491,6	350,2
Autres éléments du résultat global		
Différences de change résultant de la conversion des activités à l'étranger, nettes d'impôt - Élément susceptible d'être reclassé dans le compte de résultat	(31,0)	(0,4)
Autres éléments du résultat global, nets d'impôts	(31,0)	(0,4)
Résultat global total³	460,6	349,8
Bénéfice net (perte nette) attribuable aux propriétaires :		
Des activités poursuivies :	491,3	351,5
Des activités abandonnées :	0,3	(1,3)
Résultat global total attribuable aux propriétaires :		
Des activités poursuivies :	454,6	357,3
Des activités abandonnées :	6,0	(7,5)
Résultat de base/dilué par action (en PLN)	0,98	0,69
Résultat de base/dilué par action (en PLN) – Activités poursuivies	0,98	0,69
Résultat de base/dilué par action (en PLN) – Activités abandonnées	0,00	0,00

³ Le bénéfice net de la période et le résultat global total sont attribuables aux propriétaires uniquement.

État consolidé de la situation financière

En millions de PLN sauf indication contraire	12M 2021	12M 2020
Actifs non courants	5 831,0	1 825,5
Goodwill	1 434,3	-
Actifs incorporels	1 036,6	141,5
Biens, installations et équipements	3 110,0	1 565,1
Autres créances	31,4	6,0
Actifs d'impôts différés	157,8	112,1
Autres actifs	60,9	0,8
Actifs courants	1 461,9	655,3
Stocks	10,9	5,7
Créances commerciales et autres créances	927,1	434,7
Actif d'impôt sur le revenu	3,7	0,3
Autres actifs	27,0	70,4
Liquidités et équivalents de liquidités	493,2	144,2
TOTAL ACTIF	7 292,9	2 480,8
Fonds propres		
Fonds propres attribuables aux propriétaires d'InPost	(6,9)	638,1
Capital social	22,7	0,1
Prime d'émission	35 122,4	-
Capital social et prime d'émission des entités se regroupant	-	686,8
Bénéfices non répartis/ (pertes cumulées)	435,6	(56,0)
Réserves	(35 587,6)	(7,2)
Participations ne donnant pas le contrôle	-	-
Participations ne donnant pas le contrôle	-	-
Fonds propres	(6,9)	638,1
Passif		
Passif à long terme	5 693,9	1 105,6
Prêts et emprunts	4 545,8	743,4
Avantages sociaux et autres provisions	33,2	14,0
Subventions gouvernementales	1,2	9,2
Passif d'impôt différé	278,6	35,0
Autres passifs financiers	835,1	304,0
Passif à court terme	1 605,9	737,1
Dettes commerciales et autres dettes	785,7	292,3
Prêts et emprunts	194,4	23,7
Subventions gouvernementales	-	4,2
Passifs d'impôts courants	43,7	22,4
Avantages sociaux et autres provisions	103,2	42,2
Autres passifs financiers	357,7	232,7
Autre passif	121,2	119,6
Total du passif	7 299,8	1 842,7
TOTAL DES FONDS PROPRES ET DU PASSIF	7 292,9	2 480,8

État consolidé des flux de trésorerie

En millions de PLN sauf indication contraire	12M 2021	12M 2020
Bénéfice net	491,6	350,2
Ajustements :	1 015,6	641,8
Charge d'impôt sur le revenu	221,5	111,6
(Coût)/produit financier	84,7	173,7
Gain/(perte) sur la vente de biens, d'installations et d'équipements	(2,6)	(7,6)
Amortissements et dépréciations	609,7	356,1
Pertes de valeur	7,1	(2,1)
Subventions	2,7	-
Paievements fondés sur des actions réglés par le Groupe	92,5	10,1
Variations du fonds de roulement :	(14,2)	(73,1)
Créances commerciales et autres créances	(166,2)	(228,0)
Stocks	(5,1)	(3,5)
Autres actifs	(6,5)	(2,5)
Dettes commerciales et autres dettes	164,2	45,6
Avantages sociaux, provisions et obligations contractuelles	(2,1)	25,9
Autre passif	1,5	89,4
Trésorerie générée par les activités opérationnelles	1 493,0	918,9
Intérêts et commissions payés	(150,0)	(74,7)
Impôt sur le revenu payé	(243,0)	(104,0)
Trésorerie nette des activités opérationnelles	1 100,0	740,2
Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement		
Achat de biens, d'installations et d'équipements	(849,6)	(483,7)
Achat d'actifs incorporels	(86,0)	(46,8)
Produits des contrats de location-financement	-	3,9
Acquisition d'une filiale, nette de la trésorerie acquise	(2 260,7)	-
Trésorerie nette provenant des activités d'investissement	(3 196,3)	(526,6)
Flux de trésorerie liés aux activités de financement		
Produits des prêts et emprunts	1 949,8	84,9
Remboursement de la partie capitale des prêts et emprunts	(658,9)	(8,8)
Produits des obligations	2 715,2	-
Paievement de la partie capitale de la dette de location	(302,0)	(204,2)
Paievement aux actionnaires	(1 238,1)	(73,1)
Retour des subventions gouvernementales	(18,7)	-
Produit des augmentations de capital	-	18,0
Trésorerie nette des activités de financement	2 447,3	(183,2)
Augmentation/(diminution) nette de la trésorerie et des équivalents de trésorerie	351,0	30,4
Trésorerie et équivalents de trésorerie au 1 ^{er} janvier	144,2	113,0
Effet des variations des taux de change sur la trésorerie détenue	(2,0)	0,8
Trésorerie et équivalents de trésorerie au 31 décembre	493,2	144,2

À propos d'InPost S.A.

InPost (Symbole Euronext Amsterdam : INPST) est la première plateforme de service e-commerce hors domicile en Europe. Fondée en 1999 par Rafal Brzoska en Pologne InPost fournit des services de livraison par le biais de son réseau de plus de 20 367 distributeurs automatiques de colis (« APM ») dont plus de 3 609 au Royaume-Uni et en Italie, ainsi que des services de messagerie et de traitement des commandes pour livraison à domicile pour les e-commerçants. Positionnée stratégiquement sur le marché en pleine expansion du commerce électronique, la stratégie d'InPost est renforcée par nos investissements dans la technologie, ainsi que par les avantages de l'effet d'entraînement qui offrent aux consommateurs, aux commerçants et à notre planète, un type de livraison du dernier kilomètre de premier ordre, moins coûteuse, plus pratique et durable. Grâce à nos services de livraison, InPost crée une solution plus écologique pour le commerce électronique, car les livraisons via APM réduisent les émissions de CO₂ de près de deux tiers par rapport aux livraisons à domicile dans les zones urbaines, et jusqu'à 90 % dans les zones rurales, tout en réduisant de manière significative la circulation et la pollution sonore,

Au cours des douze mois précédant le 31 décembre 2021, InPost a traité 518 millions de livraisons de colis (609 millions pro-forma) par le biais de ses réseaux en Pologne, en France, au Royaume-Uni, en Italie, au Benelux et en péninsule Ibérique, générant 4 602 millions de PLN de revenus et autres produits d'exploitation, et 1 626 millions de PLN d'EBITDA ajusté.

En juillet 2021, InPost a conclu avec succès l'acquisition de Mondial Relay pour créer la première solution automatisée hors domicile d'Europe pour l'e-commerce.

Avis de non-responsabilité

Le présent communiqué de presse contient des informations privilégiées relatives à la société au sens de l'article 7 paragraphe 1 du règlement de l'UE sur les abus de marché.

Ce communiqué de presse contient des déclarations prospectives. À l'exception des résultats financiers publiés et des informations historiques, toutes les déclarations incluses dans ce communiqué de presse, y compris, sans s'y limiter celles concernant notre situation financière, notre stratégie, commerciale et les plans et objectifs de la direction pour les opérations futures, sont, ou peuvent être considérées, comme des déclarations prospectives qui reflètent les opinions actuelles de la société en ce qui concerne les événements futurs et les performances financières et opérationnelles. Ces déclarations prospectives peuvent être identifiées par l'utilisation d'une terminologie prospective y compris les termes « croit », « estime », « prévoit », « projette », « anticipe », « s'attend », « à l'intention de », « peut », « sera » ou « devrait » ou dans chaque cas leur forme négative ou d'autres variations ou terminologie comparable ou par des discussions sur la stratégie, les plans, les objectifs, les buts, les événements futurs ou les intentions. Ces déclarations prospectives sont fondées sur les croyances, les hypothèses et les attentes de la société à l'égard d'événements et de tendances futurs qui influent sur le rendement futur de la société, compte tenu de tous les renseignements dont dispose actuellement la société, et ne constituent pas des garanties de rendement futur. De par leur nature, les déclarations prospectives comportent des risques et des incertitudes car elles se rapportent à des événements et dépendent de circonstances qui peuvent ou non se produire à l'avenir, et la société ne peut garantir l'exactitude et l'exhaustivité des déclarations prospectives. Un certain nombre de facteurs importants, qui ne sont pas tous connus de la société ou sous son contrôle, pourraient faire en sorte que les résultats réels diffèrent sensiblement de ceux exprimés dans toute déclaration prospective en raison des risques et des incertitudes auxquels la société est confrontée. Les lecteurs sont invités à ne pas accorder une confiance excessive à ces déclarations prospectives, qui ne sont valables qu'à la date du présent communiqué de presse et peuvent être modifiées sans préavis. À l'exception de ce qui est requis par la loi en vigueur ou les règles applicables de toute bourse sur laquelle nos titres peuvent être négociés, nous n'avons aucune intention ou obligation de mettre à jour les déclarations prospectives.

Les résultats financiers sont présentés en zloty polonais (PLN) et toutes les valeurs sont arrondies au million le plus proche, sauf indication contraire. Par conséquent, les montants arrondis peuvent ne pas correspondre au total arrondi dans tous les cas.

InPost S.A.

Mike Harris, Relations avec les investisseurs

mharris@inpost.eu

Wojciech Kądziołka, Porte-parole

wkadziolka@inpost.pl

+48 725 25 09 85