

METRO Group incrementa sus ventas en un 7,1% en el primer semestre del 2008

- Las ventas del Grupo ascienden a 31.700 millones de euros
- Las ventas en Alemania crecen en un 1,6% hasta alcanzar los 12.500 millones de euros, a pesar de la venta de las tiendas de Real
- Las ventas internacionales crece un 11,1% hasta alcanzar los 19.200 millones de euros
- La cuota de ventas internacional supera el 60% por primera vez
- El EBIT crece un 10,2% hasta los 482 millones de euros sin extraordinarios
- Real Alemania inicia con éxito su campaña de marketing – las ventas crecen un 5% en el segundo trimestre respecto al mismo periodo del año anterior
- Se confirma la previsión para el 2008

METRO Group mantiene el ritmo de crecimiento durante los primeros seis meses de 2008. Las ventas del Grupo crecieron un 7,1% hasta alcanzar los 31.700 millones de euros. Por primera vez, METRO Group supera la cuota de ventas internacional del 60%. Las ventas durante el segundo trimestre crecieron un 6,9% hasta alcanzar los 16.100 millones de euros.

"En términos generales METRO Group ha completado un primer semestre satisfactorio. Hemos logrado mantener nuestro fuerte crecimiento en un entorno económico cada vez más difícil. Una vez más, Metro Cash & Carry junto con Media Markt y Saturn han vuelto a ser las unidades de negocio en el que se ha apoyado este crecimiento. También Real muestra mejoras", comentó Dr. Eckhard Cordes, CEO de METRO Group. "Las medidas iniciadas muestran ya los primeros resultados. Real se está volviendo más atractivo para los clientes."

En Alemania, las ventas crecieron un 1,6% hasta los 12.500 millones de euros en el primer semestre de 2008 (segundo trimestre de 2008: 2,3% alcanzando los 6.200 millones de euros). Este crecimiento en las ventas se logró a pesar de la reducción de la red de tiendas de Real, tal y como estaba planificado.

Las ventas internacionales crecieron un 11,1% hasta los 19.200 millones de euros durante el primer semestre de 2008 (segundo trimestre de 2008: 10,1% hasta 9.800 millones de euros). Las ventas en Europa Occidental (excluyendo Alemania) crecieron un 4,1% hasta los 9.800 millones de euros. El negocio en Europa del Este presenta un desarrollo dinámico creciendo

significativamente, un 20% hasta los 8.300 millones. En Asia y África, las ventas crecieron notablemente, un 15,8% hasta los 1.000 millones. Sin tener en cuenta el efecto del tipo de cambio, las ventas crecieron un 22,7%.

EBIT del primer semestre de 2008 ascendió a 482 millones de euros, un crecimiento del 10,2% en relación al año anterior. Con extraordinarios, EBIT de METRO Group disminuye 130 millones de euros, frente a los 437 millones del primer semestre de 2007 (segundo trimestre de 2008: -282 millones frente a los 303 millones de euros del segundo trimestre de 2007). Este dato incluye 237 millones de euros en gastos, resultantes de la reducción de los almacenes Real.

Durante el primer semestre de 2008, se abrieron 37 almacenes – 20 de ellos en el segundo trimestre de 2008.

METRO Group planea continuar rigurosamente con su rentable ritmo de crecimiento. Basándose en la evolución de la situación económica actual, las tendencias del sector y en las previsiones de ventas, la compañía proyecta un desarrollo comercial positivo en el 2008.

METRO Group proyecta un crecimiento de las ventas superior al 6% para el Grupo durante el actual ejercicio económico 2008. El Grupo planea abrir alrededor de 40 nuevos almacenes Metro Cash & Carry al año, más de 70 almacenes Media Markt y Saturn y alrededor de 15 hipermercados Real. El EBIT, sin extraordinarios, se prevé que crezca un 6-8%.

Las inversiones de METRO Group superarán posiblemente las del año anterior.