



See the Czech translation below/Český překlad viz níže

Preliminary 2008 Unaudited Consolidated Financial Results of AAA AUTO Group N.V.

Prague / Budapest 26th March 2009 – According to the preliminary 2008 financial results, AAA AUTO Group N.V. reported a total turnover of EUR 364.3 mil. on the back of 60,557 cars sold in five countries of the Czech Republic, Slovakia, Hungary, Poland¹ and Romania. Due to the difficult economic situation and the relative underperformance in the Group, the company decided to temporarily retreat from Hungary as at the end of March 2009. As a result, the company had to book a bulk of accounting charges which substantially influenced the Group's financial results in the 4Q08 but had zero cash-flow impact. The operating loss (EBITDA) for the full year 2008 amounted to EUR 15.2m of which EUR 10.4m were write-offs for discontinued operations, while the net loss came at EUR 28.0m of which EUR 12.3m were write-offs and other accounting charges.

AAA AUTO Group N.V. has decided to temporarily retreat from all foreign markets and focus on its main market of the Czech Republic and Slovakia during the time of the economic crisis. The two countries have been outperforming other countries in the Group throughout the year 2008 in terms of both the sales performance and overall profitability.

Due to the worsening economic situation in Hungary and the currently very low demand in the used-car sector, the Board of Directors of AAA AUTO Group N.V. approved at its meeting yesterday the management's recommendation to temporarily close down operations in Hungary. The company does not intend to delist its shares from the Budapest Stock Exchange and plans to come back to the Hungarian market in 2 to 3 years time when the economic situation recovers.

A month ago the company signed a contract with a local partner SIXT New Kopel about a joint venture in Romania. AAA AUTO Group will hold 5% in the Romanian company with an option to increase its stake up to 49%. The company withdrew from Poland already at the end of June 2008. Thus, the company opted for a strategy to focus during the times of the economic crisis only on its core markets where it controls the strongest position and whose local economies have been outperforming the CE region. The company intends to return and tap the potential of foreign markets as soon as the local market situation improves.

Preliminary unaudited consolidated financial results for the full year 2008

¹ AAA AUTO Group closed down its division in Poland as at the end of June 2008

- Total revenues of EUR 364.3m (-22.5% year-on-year)
- Despite the challenging market conditions profit margins grew steadily throughout 2008 (to 19.6% from 17.0% in 2007) including the seasonally very weak 4Q08 (up by 3.6%)
- Penetration of number of cars sold on credit or leasing somewhat eroded in 4Q08 (by 4%) in line with expectations, however for the whole year 2008 increased to a very strong level of 53% from 48% in 2007
- Contribution of financial services and up-sale products which yield high profit margins grew to a combined 59.5% of the Group's gross profit in 2008 from 55.8% in 2007
- Gross profit on sales of EUR 71.2m (-11.1% yoy)
- Total operating expenses (OPEX) of EUR 80.2m² maintained flat (+2% yoy) despite the significantly higher average number of employees and branches in 2008 compared to 2007
- EBITDA loss reached EUR 15.2m, while EBITDA adjusted for write-offs amounted to a loss of EUR 4.8m, compared to an EBITDA profit of EUR 4.0m in 2007
- Net loss of EUR 28.0m, when adjusted for write-offs and other charges amounted to EUR 15.6m, compared to a net loss of EUR 4.8m in 2007

The main factors that influenced the financial results of AAA AUTO Group in 2008 were the core-business performance, cost-cutting program and accounting charges for discontinued operations.

Core-business performance

The year 2008 proved to be one of the most challenging years in the retail automotive history. The world economic crises resulted in extremely cautious consumer sentiment and increasing price pressure from new-car dealers in the attempt to attain the diminishing demand on the market, impacts which culminated at the turn of 2008 and 2009.

In reaction AAA AUTO Group employed in 2008 the following strategy:

- ✓ Focus on car stock – the company holds only the best-selling car models, has reduced stock and increased turnover – this proved to be an efficient strategy in times of low demand and decreasing market prices. In many cases the competition failed to follow suit in time.
- ✓ Focus on high profit margin financial services and up-sale products – the company strong foothold in the used-car credit market in the CR and Slovakia proves to be its significant competitive advantage.
- ✓ Focus on costs & efficiency – the company have changed its business model – more efficient branches, more efficient processes; has implemented a strict cost control system and has been downsized at all levels.

² The amount of OPEX is net of write-offs of EUR 10.38 million for discontinued operations booked in 4Q 2008

AAA AUTO Group reported total revenues of EUR 364.3m on 60,557 cars sold in 2008 compared to EUR 470.1m on 79,871 cars sold in 2007. Besides the decreasing demand, the main reason for the drop in overall sales was the company's decision to close down a number of unprofitable branches.

The company also recorded a shift in demand to cheaper cars in 2008 which, coupled with lower prices on the used-car market, resulted in a drop in the Group's car sales especially in the 4Q08. The total car sales amounted to EUR 318.4m in 2008 compared to EUR 422.7m in 2007 (-25% yoy).

On the other hand, the gross profit margin per car sold (metal margin) grew significantly in 4Q08 (to 16.4%) as cheaper cars, where the consumer preference shifted, yield higher profit margins. For the full year 2008 the metal margin grew to 9.1% from 8.4% in 2007.

On the contrary, the sale of financial services and up-sale products which were the profitability drivers throughout the year were depressed in the last quarter due to three main factors: the shift in consumer preference to cheaper cars, an increasingly cautious approach of consumers to take credit and the tightening by banks of retail credit scoring. As a result, the financial penetration (number of cars sold on credit or leasing) was somewhat eroded in 4Q08 (by 4%) in line with expectations. However, for the whole year 2008 the Group's financial penetration increased to a very strong level of 53%, up from 48% in 2007. The total revenues from financial services amounted to EUR 37.5m in 2008, down by 9% yoy which implies a strong outperformance compared to revenues from cars which decreased by 25% yoy. AAA AUTO's strong foothold in the used-car credit market in the CR and Slovakia has proved to be one of the company's strongest competitive advantages.

Also the strong performance of up-sale products visible throughout the year was weakened in the last quarter on the back of lower unit sales, lower sales of financial services - which up-sale products are more easily bundled with than with a cash sale - and finally, the fact that cheaper cars yield normally less sophisticated and thus less expensive up-sale products. However, the sale of up-sale products has been the company's strategic focus and despite the decreasing overall car sales the company has managed to increase the amount of up-sale products per car sold by 85% to EUR 139 in 2008 from EUR 75 in 2007. This was mainly thanks to the introduction of wide range of attractive products and the offer of discounted product packages. The total revenues from up-sale products grew by 40% yoy to EUR 8.4m in 2008 from EUR 6.0m in 2007.

As a result, the Group's total gross profit margin on sales grew to a strong 19.6% in 2008 from 17.0% in 2007, while the absolute amount of gross profit on sales reached the amount of EUR 71.2m, down 11% compared to 2007.

Cost-cutting program

In 2008 AAA AUTO Group undergone a substantial restructuring program with the aim to bring the company back to profit in 2009. As the world financial crisis affected the used-car retail market as one of the first sectors - the first impact was seen already in 4Q07 when AAA AUTO's expansionary policy peaked - the company was forced to employ a stringent cost-cutting program in early 2008. By the end of the year when the crisis fully hit the CE region, the company has been significantly downsized and made more cost efficient.

The company successfully met all operating targets set to be achieved at the end of 2008. The number of employees of AAA AUTO Group has been lowered to 1,440³ by end 2008 from 3,834 employees at end 2007 when the company was realizing strong expansionary plans. This implies a headcount reduction of

³ The number of employees for 2008 includes approx. 150 employees on a maternity leave

62% yoy. This measure brought about a substantial cost savings as the personnel expenses account for around 50% of the overall operating expenses of the Group.

The car stock has been lowered during the year by 44% yoy to 5,024 cars from 9,049 cars at end 2007, while the company's key strategy was to focus only on the 15 top best-selling car models. This helped to increase the stock turnover and profitability per car sold. The car stock reduction also lowered the strain on capital requirements and translated into savings in interest expense.

The company also met most of its financial targets. The management implemented a strict control system of every cost category with weekly reviews during the whole of 2008. As a result, the personal costs were reduced by 27% yoy (on a quarterly basis 4Q08 vs. 4Q07), marketing costs by 36% and other OPEX by 68% translating into a reduction of total operating expenses by 43% yoy. (All costs are net of the write-offs booked in 4Q08.)

Part of the restructuring program was also branch network optimisation under which if a branch failed to meet its performance targets it was closed down. At the end of 2008, AAA AUTO Group had 35 car centres in 4 countries down from 45 centres in 5 countries at end 2007. After the company's decision to retreat from its foreign markets, the Group will have 30 branches in the Czech Republic (20) and Slovakia (10) as at the end of March 2009.

Accounting charges for discontinued operations

Due to the decision to discontinue operations in Hungary, Poland and Romania the company had to book a bulk of accounting charges for write-offs and fair-value adjustments of assets, in line with the IFRS requirements. Also the new-car sales division was closed down at the end of 2008 so that the company can focus on its core business of used cars sales, which triggered similar write-off charges.

The total amount of the write-offs which were booked under EBITDA in 4Q08 amounted to EUR 10.4m. The main items of the write-offs were against the value of car stock in the foreign operations; the office, IT and operating equipment of the closed-down branches and other write-offs associated with the closure of the discontinued operations; and finally the fair-value adjustment of the BV of property the company holds in Hungary and Poland. The amount of the operating loss (EBITDA) for 2008 adjusted for the impact of these write-offs was EUR 4.8m compared to the EBITDA profit of EUR 4.0m in 2007.

At the level of financial income and taxes there were other accounting charges at the value of EUR 2 mil. All of the above mentioned write-offs and the other accounting charges booked in the 4Q08 had zero cash-flow impact. The net loss for the full year 2008 adjusted for these charges amounted to EUR 15.6m compared to a net loss of EUR 4.8m in 2007.

Outlook 2009

While the whole of 2008 the markets showed a persistently declining trend, AAA AUTO has been experiencing a revival in sales in the 1Q 2009. As Anthony James Denny, CEO of AAA AUTO Group, commented: *"This is a more standard seasonal development known from previous years. In 2008, the strongest season which usually begins in March or April and lasts throughout the second quarter did not arrive at all."* The year 2008 was influenced by non-standard factors which distorted demand and seasonality on the used-car market.

In the first quarter 2009 among the main factors that helped to revive demand have been: slowly increasing prices of new cars, prices of used cars fell to record low levels, people finally realizing car purchases which they have been postponing and the establishment of the emission tax in the CR.

Despite the current seasonal revival the company maintains its cautious outlook for the market development in 2009 and expects even more challenging year than in 2008.

Guidance

One of the primary aims of the strict cost-cutting and efficiency program was to lower the break-even point of the Group to the level where the company can be profitable even during an economic downturn. Anthony James Denny commented: *„It will be easier for us to return to profit when operating only on our main markets of the Czech Republic and Slovakia which have also been the most profitable ones. Moreover, after the elimination of the losses incurred from foreign operations, the break-even point of the Group has been lowered significantly. We reiterate our guidance that we want to achieve profit on the Net Income level in 2009, while our target is to break even in the second quarter of the year provided that there are no further extraordinary influences in the market.“* And added: *„These targets are based on the core business performance net of the income from potential property sales in 2009.“*

Contact:

Vladan Crha
Group Communications Director
AAA AUTO • Dopraváků 723 • 184 00 Prague 8 • Czech Republic
Tel.: +420 283 068 227
Email: vladan.crha@aaaauto.cz

Lucie Tůmová
IR Manager
AAA AUTO • Dopraváků 723 • 184 00 Prague 8 • Czech Republic
Tel.: + 420 283 068 238
Email: lucie.tumova@aaaauto.cz

AAA AUTO



AAA AUTO Group has been in operation for 16 years and gradually expanded its branch network across the Czech Republic and Slovakia. At present, it operates a network of 30 branches. In September 2007, the Netherlands-based parent company AAA Auto Group N.V. entered the stock exchanges in Prague and Budapest. AAA AUTO Group sold over 60 500 used cars in 2008 and according to the preliminary financial results it recorded a turnover of EUR 364m. According to market research by Ernst & Young, AAA AUTO Group placed among the top ten largest vehicle distributors in Europe in 2007.



TISKOVÁ ZPRÁVA

Předběžné neauditované konsolidované finanční výsledky

společnosti AAA AUTO Group N.V. za rok 2008

Praha / Budapešť, 26. března 2008 – Podle dnes zveřejněných předběžných finančních výsledků společnost AAA AUTO Group N.V. v roce 2008 dosáhla celkového obrátu 364,3 milionu eur při 60.557 prodaných vozech v České republice, na Slovensku, v Maďarsku, Polsku⁴ a Rumunsku. Kvůli zhoršující se hospodářské situaci v Maďarsku se společnost rozhodla, že ke konci března 2009 tento trh opustí. Důsledkem toho společnost musela zaúčtovat značný objem opravných položek, které významným způsobem ovlivnily výsledky skupiny ve čtvrtém čtvrtletí 2008. Tyto opravné položky měly nulový dopad na peněžní toky skupiny. Provozní ztráta za rok 2008 dosáhla výše 15,2 mil. eur, z čehož 10,4 mil. eur činily opravné položky za ukončené provozy. Čistá ztráta skupiny AAA AUTO za rok 2008 dosáhla výše 28,0 mil. eur, z čehož opravné a další účetní položky činily 12,3 mil. eur.

AAA AUTO Group N.V. se rozhodla dočasně se stáhnout ze zahraničních trhů a soustředit se v období hospodářské krize na své hlavní trhy v České republice a na Slovensku. Tyto dvě země vykazovaly v průběhu roku 2008 nejsilnější výkonnost ve skupině jak z pohledu prodejních, tak celkových hospodářských výsledků.

Kvůli zhoršující se hospodářské situaci v Maďarsku a velmi slabé poptávce na místním trhu ojetých automobilů představenstvo společnosti AAA AUTO Group N.V. na svém zasedání schválilo návrh vedení společnosti provoz v Maďarsku dočasně uzavřít. Společnost neplánuje stáhnout akcie z obchodování na budapešťské burze ale naopak zamýšlí se do Maďarska během dvou až tří let vrátit po tom, co se ekonomická situace zlepší.

⁴ Skupina AAA AUTO opustila polský trh ke konci června 2008

Před měsícem společnost podepsala smlouvu s rumunským partnerem SIXT New Kopel o založení společného podniku v Rumunsku. Skupina AAA AUTO bude v rumunské společnosti držet 5% podíl s opcí na budoucí navýšení až na 49 %. Společnost se ke konci června 2008 již také stáhla z polského trhu. Společnost se tak rozhodla pro strategii zameřit se v období ekonomické krize na své hlavní trhy, kde si vybudovala nejsilnější pozici a jejichž ekonomiky podávaly silný výkon ve srovnání se zbytkem střední Evropy. Společnost hodlá se na zahraniční trhy vrátit a využít jejich potenciálu ihned poté, co se situace na těchto trzích zlepší.

Předběžné neauditované konsolidované finanční výsledky za rok 2008

- Celkové výnosy 364.3 milionu eur (meziroční pokles o 22,5 %)
- Přes náročné tržní podmínky rostla hrubá zisková marže v průběhu celého roku – za celý rok 2008 stoupla na 19,6% z 17,0% v roce 2007, a to včetně slabého čtvrtého čtvrtletí (+3,6 %)
- Penetrace leasingových a úvěrových produktů na prodané auto se, dle očekávání, ve čtvrtém čtvrtletí mírně snížila (o 4 %), za rok 2008 se ale celkově zvýšila na velmi silnou úroveň 53 % oproti 48 % v roce 2007
- Podíl vysoce ziskových finančních služeb a dalších doplňkových produktů v roce 2008 vzrostl na 59,5 % hrubého zisku skupiny z 55,8 % v roce 2007
- Hrubý zisk z prodejů 71.2 milionu eur (meziroční pokles o 11,1 %)
- Celkové provozní výdaje, které činily 80,2⁵ milionu eur, se za rok 2008 udržely na téměř stejné úrovni (+2 %) i přes významně vyšší průměrný počet zaměstnanců a poboček v roce 2008 oproti roku 2007
- Provozní ztráta (EBITDA) dosáhla výše 15,2 milionu eur, zatímco provozní ztráta očištěná o opravné položky činila 4,8 milionu eur, oproti provoznímu zisku ve výši 4,0 milionu eur v roce 2007
- Čistá ztráta dosáhla 28,0 milionu eur, zatímco čistá ztráta očištěná o opravné a další účetní položky činila výše 15,6 milionu eur, oproti čisté ztrátě ve výši 4,8 milionu eur v roce 2007

Hlavními faktory, které ovlivnily hospodářské výsledky skupiny AAA AUTO za rok 2008, byly výkonnost hlavní podnikatelské činnosti skupiny, program na úsporu nákladů, který společnost zavedla na začátku roku 2008, a účetní opravné položky za ukončené provozy.

Výkonnost hlavní podnikatelské činnosti skupiny

Rok 2008 se ukázal jako jeden z nejnáročnějších v historii automobilového průmyslu. Světová hospodářská krize vyústila v mimořádně opatrné spotřebitelské chování a rostoucí tlak na tržní ceny ze strany prodejců nových automobilů ve snaze získat co nejvíce z ubývajících zákazníků na trhu, což byly vlivy, jež kulminovaly na přelomu roku 2008 a 2009.

⁵ Částka provozních výdajů je očištěná o opravné položky za ukončené provozy ve výši 10,38 milionu eur zaúčtované ve čtvrtém čtvrtletí 2008

V reakci na to skupina AAA AUTO v roce 2008 přijala následující strategii:

- ✓ Zásoby automobilů – společnost drží pouze nejprodávanější modely, snížila zásobu aut na skladě a zvýšila obrátku zásob – toto se ukázalo jako vysoce efektivní strategie v době nízké poptávky a klesajících tržních cen. V mnoha případech konkurence nestihla včas zareagovat.
- ✓ Finanční služby a doplňkové produkty s vysokou ziskovou marží – potvrzuje se, že silná pozice na trhu úvěrového financování ojetých automobilů v České republice a na Slovensku je významnou konkurenční výhodou společnosti.
- ✓ Náklady a výkonnost – společnost změnila svůj podnikatelský model a založila ho na nákladově úspornějších a výkonnějších pobočkách a interních procesech, přijala přísný systém kontroly nákladů a byla celkově zeštíhlena na všech úrovních.

Skupina AAA AUTO vykázala za rok 2008 celkové výnosy ve výši 364,3 milionu eur při 60 557 prodaných vozech oproti celkovým výnosům ve výši 470,1 milionu eur a 79 871 vozech prodaných v roce 2007. Kromě klesající poptávky bylo hlavním důvodem propadu celkových prodejů rozhodnutí společnosti uzavřít řadu neziskových poboček.

Společnost v roce 2008 také zaznamenala posun v poptávce k levnějším vozům, což spolu s nižšími cenami na trhu ojetých automobilů vyústilo v propad výnosů z prodeje automobilů, především ve čtvrtém čtvrtletí roku. Celkové výnosy z prodeje automobilů dosáhly v roce 2008 výše 318,4 milionu eur oproti 422,7 milionu eur v roce 2007 (meziroční pokles o 25 %)

Na druhé straně hrubá zisková marže na prodané auto (tzv. metal marže) ve čtvrtém čtvrtletí významně vzrostla (na 16,4 %), neboť levnější auta, k nimž se posunula poptávka zákazníků, nesou vyšší procentuelní ziskovou marži na auto. Za celý rok 2008 tak metal marže vzrostla na 9,1 % z 8,4 % v roce 2007.

Oproti tomu prodej finančních služeb a doplňkových produktů, které táhly ziskovost v průběhu roku, v posledním čtvrtletí vázl, což bylo ovlivněno zejména těmito faktory: posun poptávky spotřebitelů k levnějším vozům, opatrnější přístup spotřebitelů k půjčkám a zpřísnění podmínek, za kterých banky poskytují úvěry drobným klientům. Finanční penetrace (počet prodaných automobilů financovaných úvěrem nebo leasingem) ve čtvrtém čtvrtletí proto poněkud klesla (o 4 %), což bylo v souladu s očekáváním. Za celý rok 2008 se však finanční penetrace skupiny zvýšila na velmi silnou úroveň 53% z 48% v roce 2007. Celkové výnosy z finančních služeb v roce 2008 dosáhly 37,5 milionů eur, což znamená meziroční pokles o 9 % a výrazně lepší výsledek než u výnosů z prodeje automobilů, které meziročně klesly o 25 %. Ukázalo se tak, že silná pozice společnosti AAA AUTO na trzích úvěrového financování ojetých automobilů v České republice a na Slovensku je jednou z jejích největších konkurenčních výhod.

Také doplňkové produkty, které si v průběhu roku vedly dobře, si v posledním čtvrtletí pohoršily kvůli nižšímu počtu prodaných aut, nižšímu prodeji finančních služeb - k nimž se doplňkové produkty vážou

snadněji, než k prodeji za hotové - a dále kvůli tomu, že s levnějšími auty se zpravidla prodávají jednodušší a tím pádem levnější doplňkové produkty. Nicméně prodej doplňkových produktů je strategickým zaměřením společnosti a přes snižující se celkové prodeje automobilů se společností v roce 2008 podařilo zvýšit prodej doplňkových produktů na prodané auto o 85 % na 139 eur z 75 eur v roce 2007. Toho firma dosáhla především díky zavedení množství atraktivních produktů a nabídkou balíčků za výhodnější ceny. Celkový výnos z doplňkových produktů v roce 2008 vzrostl meziročně o 40% na 8,4 milionu eur z 6,0 milionu eur v předchozím roce.

Díky tomu se v roce 2008 zvýšila celková hrubá zisková marže z prodeje na silnou úroveň 19,6 % ze 17,0 % v roce 2007, zatímco v absolutním vyjádření hrubý zisk z prodeje poklesl oproti roku 2007 o 11% na 71,2 milionu.

Program pro snižování nákladů

Společnost AAA AUTO Group v roce 2008 prošla významnou restrukturalizací s cílem vrátit se v roce 2009 do černých čísel. Protože světová finanční krize zasáhla trh s ojetými automobily jako jeden z prvních, přičemž první důsledky byly vidět již ve čtvrtém čtvrtletí roku 2007 kdy vrcholila expanze společnosti AAA AUTO, byla firma na začátku roku 2008 nucena přistoupit k tvrdému snižování nákladů. Do konce roku, kdy krize plně zasáhla region střední Evropy, společnost výrazně zeštíhlila a zefektivnila na straně nákladů.

Společnosti se podařilo splnit všechny provozní cíle stanovené na rok 2008. Počet zaměstnanců v AAA AUTO Group se do konce roku 2008 snížil na 1,440⁶ z 3,834 pracovníků na konci roku 2007 kdy společnost silně expandovala. Snižování pracovní síly meziročně o 62 % přineslo výraznou úsporu nákladů vzhledem k tomu, že výdaje na zaměstnance představují zhruba 50 % celkových provozních výdajů skupiny.

Zásoba aut na skladě se během roku snížila meziročně o 44 % na 5,024 vozů z 9,049 vozů na konci roku 2007. Strategií firmy je zaměřit se na 15 nejlépe prodávaných modelů. To pomohlo zvýšit obrát zásob a ziskovost na prodané auto. Snižování zásob vozů také snížilo tlak na kapitálové požadavky a promítlo se do úspor v úrokových výdajích.

Společnost také splnila většinu svých finančních cílů. Vedení zavedlo přísnou kontrolu ve všech kategoriích nákladů, kde se prováděly týdenní přehledy po celý rok 2008. Díky tomu se snížily personální výdaje meziročně o 27 % (srovnání 4. čtvrtletí 2008 a 4. čtvrtletí 2007), marketingové výdaje o 36 % a další provozní výdaje o 68 %, což se promítlo do meziročního poklesu celkových provozních nákladů o 43% (náklady očištěné o odpisy zaúčtované v posledním čtvrtletí 2008.).

⁶ Počet zaměstnanců za rok 2008 zahrnuje zhruba 150 zaměstnanců na mateřské dovolené

Součástí restrukturalizace byla optimalizace pobočkové sítě, kdy byly uzavřeny pobočky, které nesplnily cíle hospodaření. Na konci roku 2008 měla AAA AUTO Group 35 poboček ve čtyřech zemích v porovnání se 45 centry v pěti zemích na konci roku 2007. Poté, co se společnost rozhodla stáhnout ze zahraničních trhů, bude skupina ke konci března 2009 provozovat celkem 30 poboček v České republice (20) a na Slovensku (10).

Opravné položky za ukončené provozy

Kvůli svému rozhodnutí ukončit provoz v Maďarsku, Polsku a Rumunsku musela společnost v souladu s požadavky dle IFRS zaúčtovat řadu opravných položek a odpisů vůči hodnotě aktiv ukončených provozů. Také divize nových automobilů byla uzavřena ke konci roku 2008 tak, aby se společnost mohla zaměřit pouze na svou hlavní činnost prodeje ojetých automobilů, což si také vyžádalo zaúčtování opravných položek.

Celková hodnota opravných položek, jež byla zaúčtována na úrovni provozního zisku (EBITDA) ve čtvrtém čtvrtletí roku, činila 10,4 milionu eur. Hlavními položkami byly odpisy vůči hodnotě zásob automobilů na skladě zahraničních provozů; kancelářské, IT a provozní zařízení uzavřených poboček a další odpisy spojené s ukončením provozů; a také tržní přecenění účetní hodnoty nemovitostí, které skupina vlastní v Maďarsku a Polsku. Výše provozní ztráty (EBITDA) za rok 2008 očištěná o tyto odpisy činila 4,8 milionu eur oproti provoznímu zisku ve výši 4,0 milionu eur v roce 2007.

Na úrovni finančních nákladů a daní byly zaúčtovány další účetní položky ve výši 2 milionu eur. Všechny výše zmíněné odpisy a stejně tak tyto další účetní položky, jež byly zaúčtované ve čtvrtém čtvrtletí, měly nulový dopad na peněžní toky společnosti za rok 2008. Čistá ztráta za rok 2008 očištěná o tyto odpisy a další účetní položky činila 15,6 milionu eur oproti čisté ztrátě ve výši 4,8 milionu eur v roce 2007.

Výhled na rok 2009

Zatímco trhy v roce 2008 vykazovaly téměř nepřetržitý sestupný vývoj, AAA AUTO v prvním čtvrtletí roku 2009 zaznamenává oživení prodeje. Anthony James Denny, generální ředitel skupiny AAA AUTO, k tomu řekl: „*To, co nyní vidíme, je typický sezónní vývoj, na který jsme byli zvyklí z minulých let. V roce 2008 nejsilnější sezóna, která většinou začíná v březnu či dubnu a trvá celé druhé čtvrtletí, ale vůbec nepřišla.*“ Rok 2008 byl ovlivněn řadou nestandardních faktorů, které pokřivily poptávku a sezónnost na trhu ojetých automobilů.

Mezi hlavní faktory, které pomohly oživit poptávku v prvním čtvrtletí roku 2009, patřily: postupně se zvyšující ceny nových automobilů, ceny ojetých automobilů spadly na rekordně nízkou úroveň, lidé začali konečně realizovat koupě vozů, jež doposud odkládali, a konečně zavedení emisní daně v České republice.

I přes současné sezónní oživení společnost zachovává svůj opatrný výhled na tržní vývoj v roce 2009 a očekává, že tržní podmínky budou ještě náročnější, než v roce 2008.

Očekávání ziskovosti

Společnost v roce 2008 zavedla přísný restrukturalizační program. Jeho hlavním cílem bylo snížit bod zvratu skupiny na takovou úroveň, na které by byla společnost zisková i v období ekonomické krize.

K tomu Anthony James Denny, generální ředitel skupiny AAA AUTO, dodává: „Bude pro nás jednodušší dosáhnout opět zisku, pokud budeme aktivní pouze na našich hlavních trzích v České republice a na Slovensku, které byly doposud také nejziskovější. Navíc po eliminaci ztrát plynoucích ze zahraničního provozu se bod zvratu společnosti významně snížil. Opakujeme náš výhled, že za rok 2009 dosáhneme čistého zisku s tím, že naším cílem je dosáhnout bodu zvratu, tj. Hospodařen bez ztráty, již ve druhém čtvrtletí tohoto roku za předpokladu, že tržní podmínky zůstanou stejné, bez mimořádných vlivů.“ A na závěr dodal: „Tyto cíle jsou založeny na výkonnosti hlavní podnikatelské činnosti skupiny, bez započítání výnosu z případného prodeje nemovitostí v roce 2009.“

Kontakt:

Vladan Crha
Ředitel komunikace skupiny
AAA AUTO • Dopraváků 723 • 184 00 Praha 8
• Česká republika
Tel.: +420 283 068 227
Email: vladan.crha@aaaauto.cz

Lucie Tůmová
Manažer pro vztahy s investory
AAA AUTO • Dopraváků 723 • 184 00 Praha 8
• Česká republika
Tel.: + 420 283 068 238
Email: lucie.tumova@aaaauto.cz

AAA AUTO

Skupina AAA AUTO působí na trhu již 16 let. V současné době provozuje síť 30 poboček v České republice a na Slovensku. V září 2007 vstoupila nizozemská mateřská společnost AAA Auto Group N.V. na burzu cenných papírů v Praze a Budapešti. V roce 2008 prodala skupina AAA AUTO celkem 60 557 automobilů a dle předběžných hospodářských výsledků její obrat dosáhl 364 milionu eur. Podle studie společnosti Ernst & Young, se skupina AAA AUTO v roce 2007 dostala do první desítky největších distributorů automobilů v Evropě.