



**żabka** group

## Prezentacja wyników za 2024 r.

25 marca 2025 r.

**Najistotniejsze informacje**

# Najważniejsze wydarzenia w 2024 r.

⊗ Tytuł Retailer of the Year – szósty raz z rzędu



⊗ Otwarcie pierwszego sklepu pod szyldem Froo w Rumunii



⊗ Najwyższe, platynowe, odznaczenie w ratingu zrównoważonego rozwoju EcoVadis – po raz trzeci



⊗ Debiut na GPW



⊗ Osiągnięcie rentowności na poziomie EBITDA w biznesach cyfrowych



## I kw.

## II kw.

## III kw.

## IV kw.



⊗ Nabycie DRIM Daniel Distribuție



⊗ Nagroda Gallup Exceptional Workplace Award 2024



⊗ Uruchomienie kampanii promującej street food w Żabce



⊗ 2. miejsce w rankingu Top 100 Global Most Loved Workplaces 2024



⊗ Strategiczne partnerstwo z Microsoft w zakresie AI



⊗ Uruchomienie nowej aplikacji Żabka

# Dane finansowe za 2024 r. – dalszy wzrost dzięki dobrym wynikom sprzedaży, zgodnym z oczekiwaniami i celami

Sprzedaż do klienta końcowego w 2024 r.

**27,3 mld** PLN  
+20% r/r



Skorygowana EBITDA za 2024 r.

**3,5 mld** PLN  
+24% r/r



Skorygowany zysk netto za 2024 r.

**714 mln** PLN  
+66% r/r



Wzrost LFL w 2024 r.

**+8,3%**



Sieć sklepów<sup>1</sup> – 31 grudnia 2024 r.

**11 069**  
+1,166

Otwarcie sklepów brutto<sup>2</sup>



Dług netto / skorygowana EBITDA<sup>3</sup>  
– grudzień 2024 r.

**1,5x**  
(0,8x) r/r

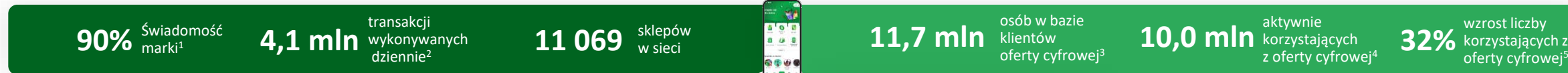




# Oparty na zaawansowanych technologiach ekosystem *convenience*, dostępny dla konsumentów o dowolnej porze

## Kanały stacjonarne

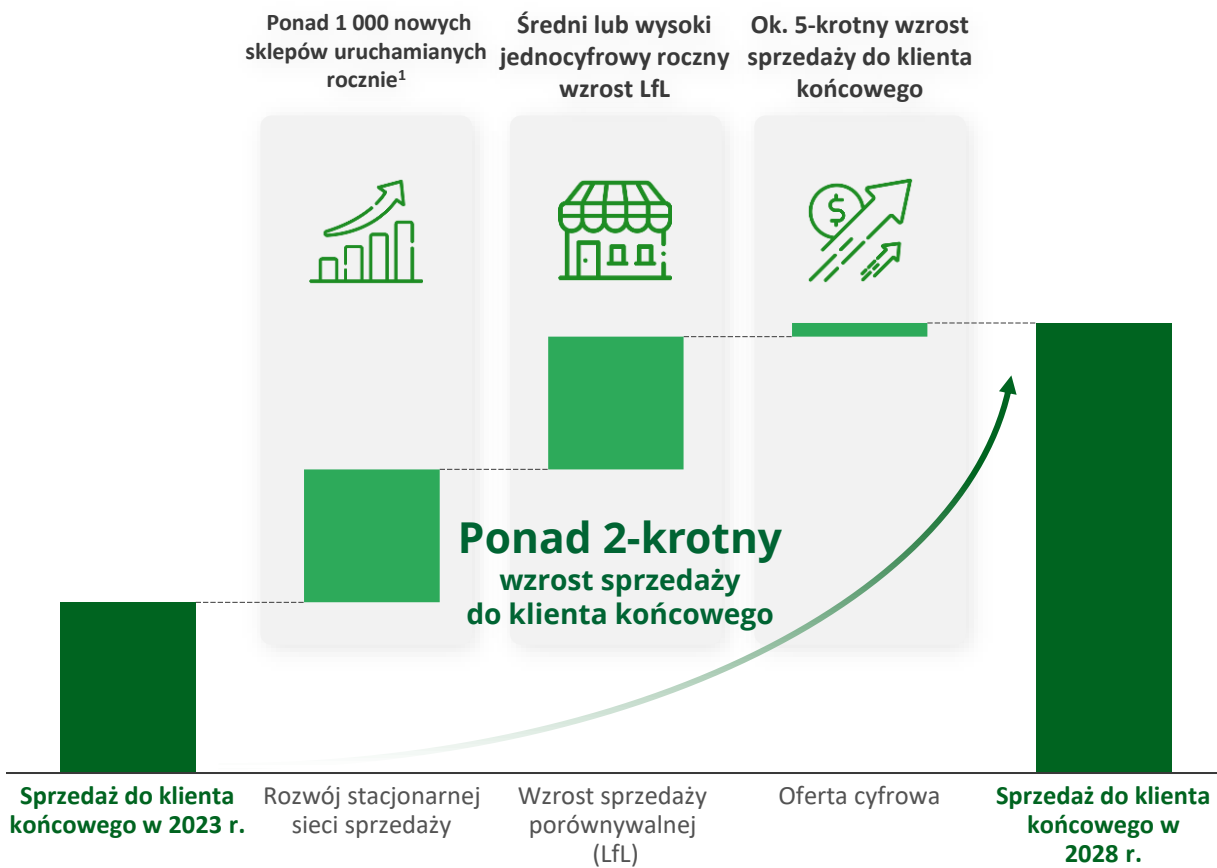
## Kanały cyfrowe



Źródło: dane Spółki, analiza OC&C; kurs wymiany: 1 PLN = 0,23314 EUR. <sup>1</sup> Stan na koniec 2024 r. <sup>2</sup> Średnia z 2024 r. <sup>3</sup> Aktywni użytkownicy w ujęciu rocznym wg stanu na grudzień 2024 r. <sup>4</sup> Aktywnie korzystający w ujęciu rocznym (klienci, którzy dokonali transakcji w ciągu ostatnich 12 miesięcy) wg stanu na grudzień 2024 r. <sup>5</sup> Wzrost liczby aktywnie korzystających w okresie rocznym od IV kw. 2023 r. do IV kw. 2024 r. <sup>6</sup> Dane dla całego ekosystemu.

# Żabka zgodnie z planem realizuje długoterminowy cel strategiczny podwojenia sprzedaży do klienta końcowego w latach 2023–2028

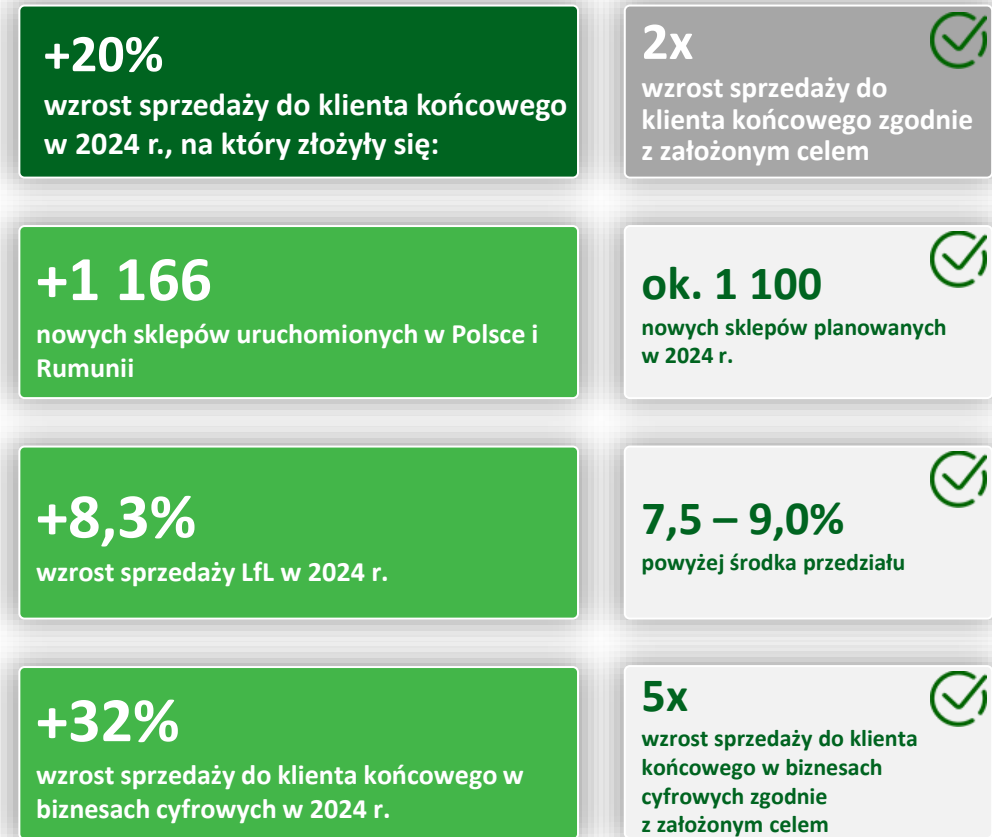
## Cele strategiczne



## Realizacja strategii zgodnie z oczekiwaniami podczas IPO

### Wykonanie

### Oczekiwania z IPO



# Skuteczna realizacja strategii w 2024 r. m.in. dzięki wykorzystaniu pozytywnych trendów konsumenckich, wynikających z dobrej sytuacji makroekonomicznej

## Korzystne warunki rynkowe

Utrzymujące się sprzyjające otoczenie konsumenckie



Według danych firmy Nielsen polski rynek zakupów spożywczych nadal notuje wzrost, a Żabka ma w nim rosnący udział



**1 166** nowo otwartych sklepów w ujęciu brutto w 2024 r.

Oczekiwania opublikowane przy IPO: ok. 1 100 nowych sklepów w 2024 r. – zrealizowane

**Wzrost LfL o 8,3% w 2024 r.**

Nieco powyżej środka przedziału wzrostu LfL na 2024 r.

**Kontynuacja pilotażowego uruchamiania sklepów w Rumunii:**

60 punktów sprzedaży wg stanu na grudzień 2024 r.; pozytywne początkowe reakcje ze strony klientów

**Oferta cyfrowa:**

Wzrost sprzedaży do klienta końcowego o 32% r/r w 2024 r. Osiągnięcie progu rentowności EBITDA w biznesach cyfrowych

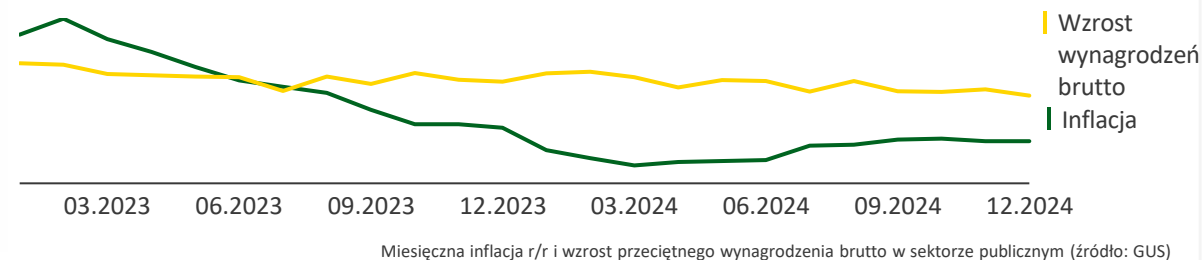
# Otoczenie makroekonomiczne



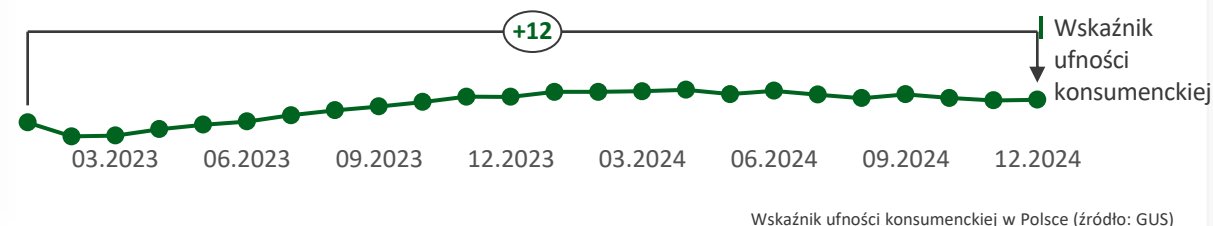
# Postrzegana sytuacja finansowa gospodarstw domowych w Polsce ulega stałej poprawie, m.in. dzięki znacznemu wzrostowi płac realnych

## Sytuacja finansowa konsumentów w Polsce

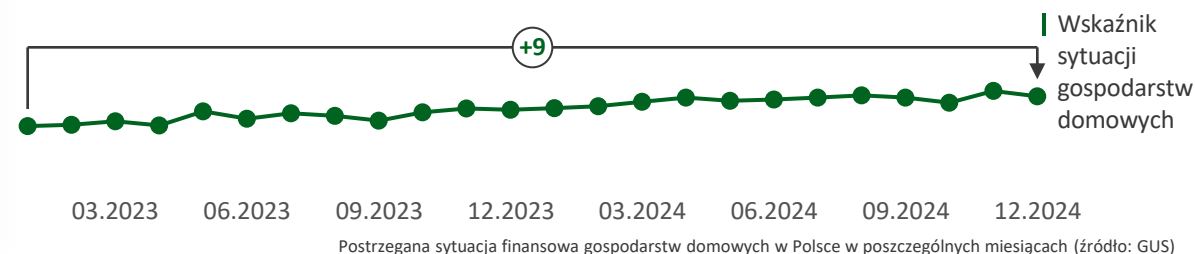
W okresie ostatnich 12 miesięcy nominalne płace brutto **rosły szybciej od inflacji**, co skutkowało znacznym wzrostem płac realnych w tym samym czasie



Według mierzonego przez GUS wskaźnika ufności konsumenckiej<sup>1</sup> zaufanie konsumentów w Polsce **zasadniczo utrzymywało się na stabilnym poziomie w 2024 r.**



W omawianym okresie nastąpiła **poprawa nastrojów konsumentów w zakresie ich sytuacji finansowej**, o czym świadczy poziom wskaźnika sytuacji gospodarstw domowych publikowanego przez GUS



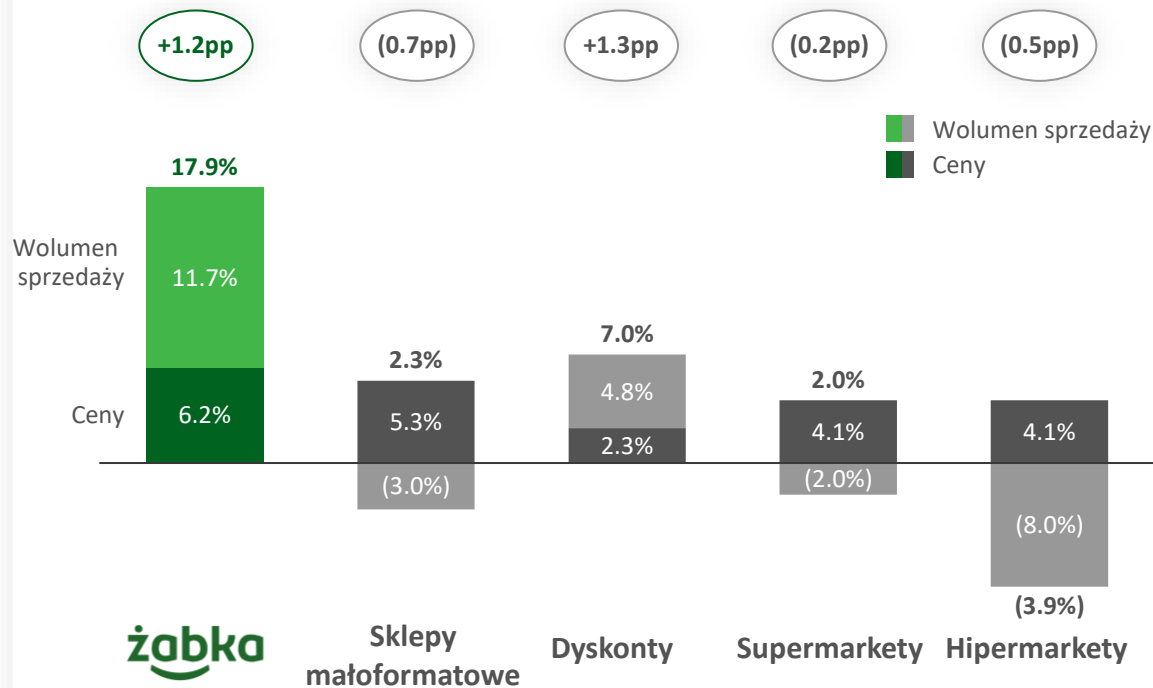
Przypisy: 1. Syntetyczny wskaźnik odzwierciedlający bieżące postrzeżenie przez konsumentów sytuacji materialnej ich gospodarstw domowych (wskaźnik może przybierać wartości w zakresie od -100 do +100 w zależności od stosunku liczby opinii pozytywnych do liczby opinii negatywnych).

# Żabka zwiększa udziały w rynku dzięki lepszym od innych formatów wynikom w zakresie wartości koszyka i wolumenu sprzedaży

## Wyniki osiągnięte przez Żabkę były znacznie lepsze od innych formatów...

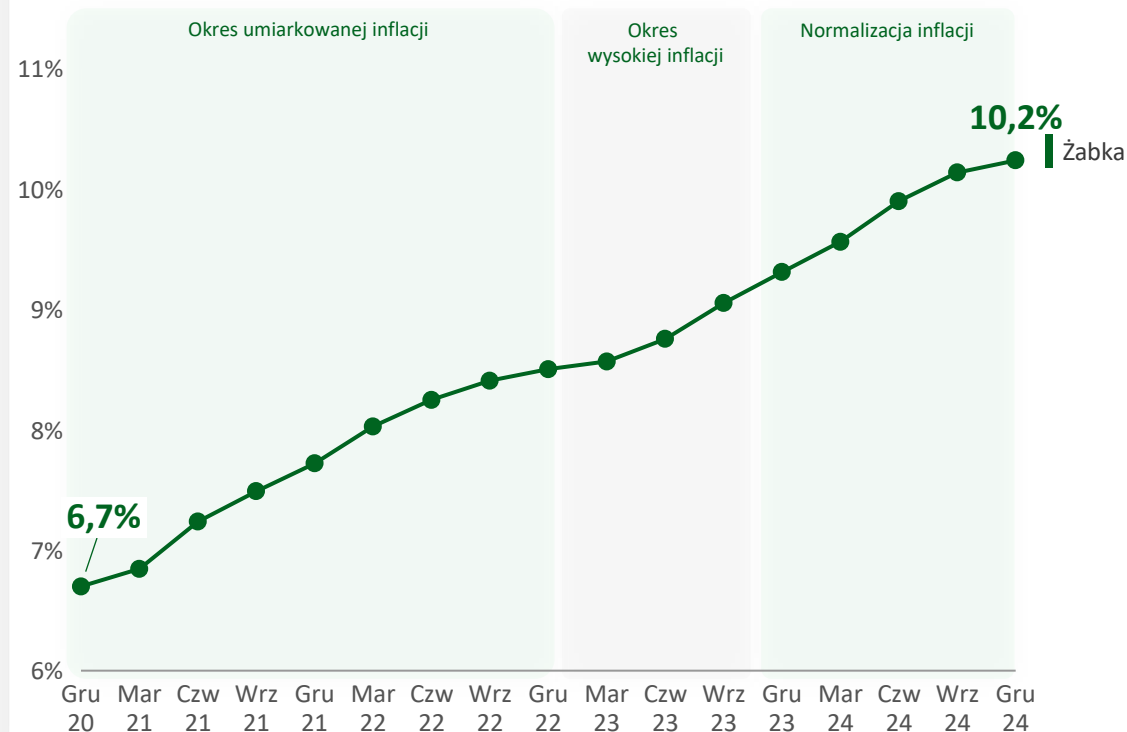
Łączny wzrost polskiego rynku stacjonarnych zakupów spożywczych (z uwzględnieniem powierzchni) wg kanału sprzedaży<sup>1</sup> (2024 r.)

Zmiana udziału w rynku w pp. (2024 r., r/r)



## ...przyczyniając się do ciągłego wzrostu udziału rynkowego

Dynamika udziału rynkowego Żabki w ujęciu za okres ostatnich 12 miesięcy<sup>2</sup> (grudzień 2020 – grudzień 2024)



Przypisy: 1 Żabka Polska, sklepy małaformatowe, dyskonty, supermarkety i hipermarkety – wzrost r/r w okresie 12 miesięcy 2024 r. na podstawie koszyka obejmującego artykuły spożywcze, leki i papierosy, według wartości sprzedaży.

2 Udział w rynku za ostatnie 12 miesięcy wg stanu na 12.2020 odnosi się od do udziału w okresie 12 miesięcy zakończonym w grudniu 2020 r., tj. w okresie styczeń–grudzień 2020 r. Cała Polska – udział obliczony na podstawie koszyka obejmującego artykuły spożywcze, leki i papierosy, według wartości sprzedaży.

Na podstawie danych NielsenIQ, które nie uwzględniają produktów świeżych nieoznaczonych kodem EAN oraz danych spółki

## **Realizacja strategii**

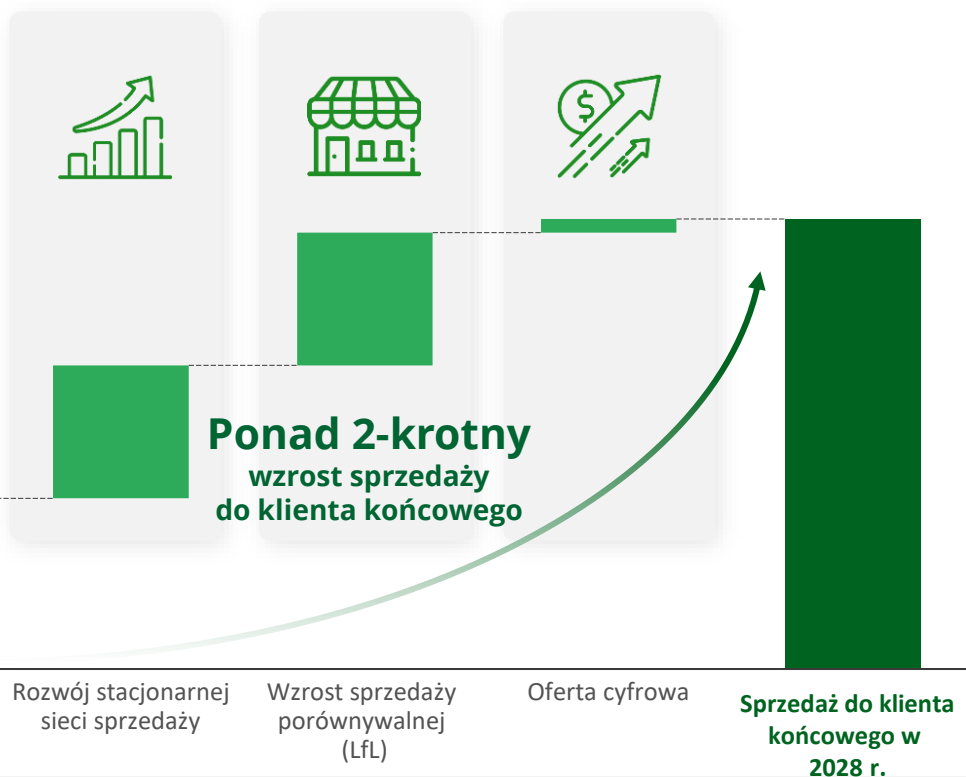
# Żabka zgodnie z planem realizuje długoterminowy cel strategiczny podwojenia sprzedaży do klienta końcowego w latach 2023 – 2028

## Cele strategiczne

1 000+ nowych sklepów uruchamianych rocznie<sup>1</sup>

Średni lub wysoki jednocyfrowy roczny wzrost LfL

Ok. 5-krotny wzrost sprzedaży do klienta końcowego



## Realizacja strategii zgodnie z oczekiwaniami podczas IPO

### Wykonanie

**+20%**  
wzrost sprzedaży do klienta końcowego w 2024 r., na który złożyły się:

**+1 166**  
nowych sklepów uruchomionych w Polsce i Rumunii

Realizacja modelu szybkiej ekspansji sieci z wykorzystaniem narzędzi AI, gwarantujących rentowność nowych lokalizacji

**+8,3%**  
wzrost sprzedaży LfL w 2024 r.

Istotne zwiększenie sprzedaży LfL za sprawą zrównoważonego wzrostu wolumenu i wartości koszyka w 2024 r., pozytywnie wpływające na rentowność

**+32%**  
wzrost sprzedaży do klienta końcowego w biznesach cyfrowych w 2024 r.

Biznesy cyfrowe osiągające rentowność na poziomie EBITDA, któremu towarzyszy dynamiczny wzrost organiczny wspierane przez transformacje aplikacji Żabka

### Oczekiwania z IPO

**2x**  
wzrost sprzedaży do klienta końcowego zgodnie z założonym celem

**Ok. 1 100**  
nowych sklepów planowanych w 2024 r.

**7,5 – 9,0%**  
powyżej średnia przedziału

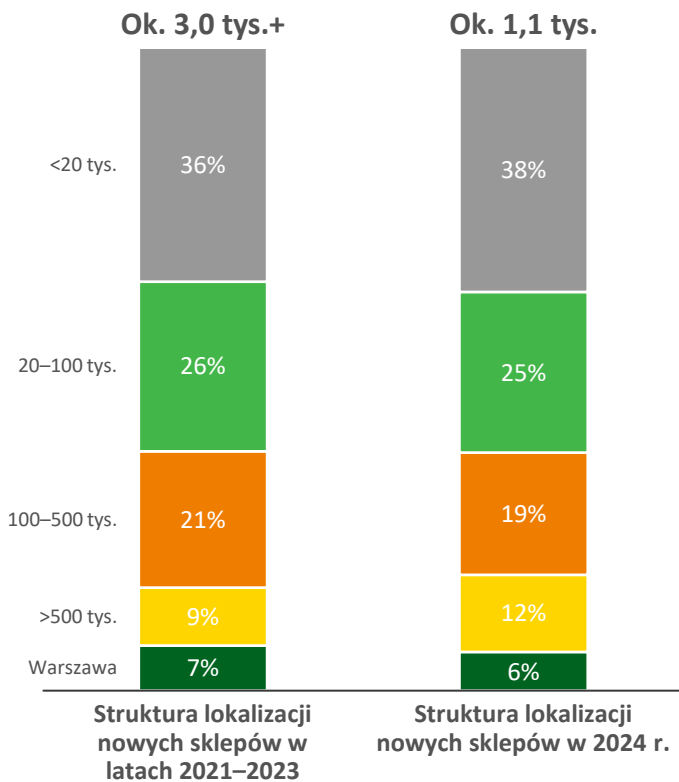
**5x**  
wzrost sprzedaży do klienta końcowego w biznesach cyfrowych zgodnie z założonym celem



# Znaczący potencjał whitespace uzasadnia dalsze plany rozbudowy sieci sklepów w Polsce

## Format sklepów Żabka sprawdza się we wszystkich rodzajach lokalizacji...

Liczba nowo otwartych sklepów w Polsce, wg wielkości miejscowości (2021–2024)



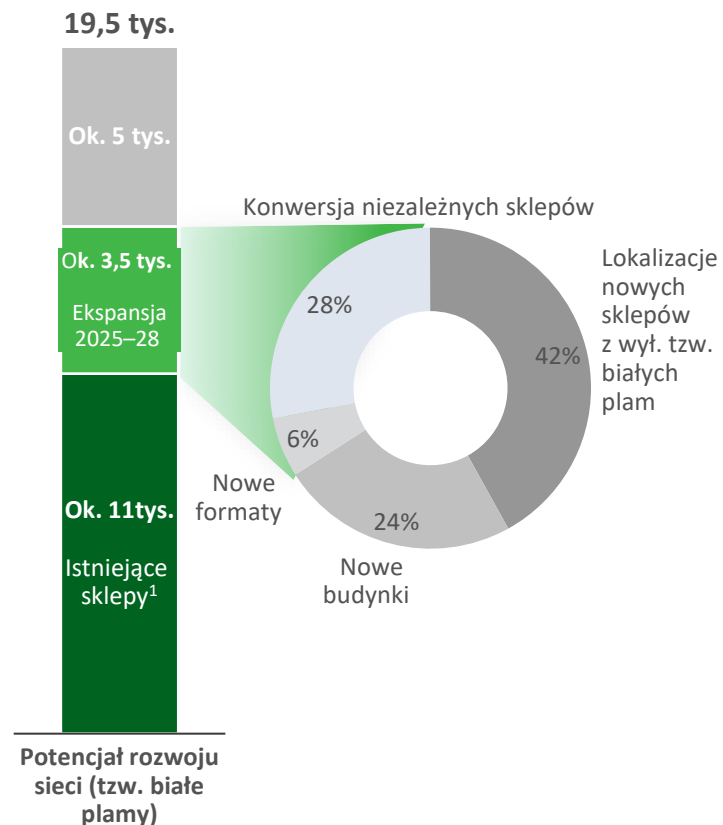
## ... a sukces procesu ekspansji wspiera sprawdzony model oparty na AI...

Proces rozwoju sieci sklepów



## ...wskazujący na potencjał whitespace: ok. 19,5 tys. sklepów w Polsce spełniających nasze kryteria w zakresie zwrotu z inwestycji

Planowana ekspansja (2025–2028)



Źródło: dane Spółki.. Liczba nowych sklepów podana jest w ujęciu netto. 1 W tym sklepy pod szyldem Nano oraz sklepy w Rumunii.

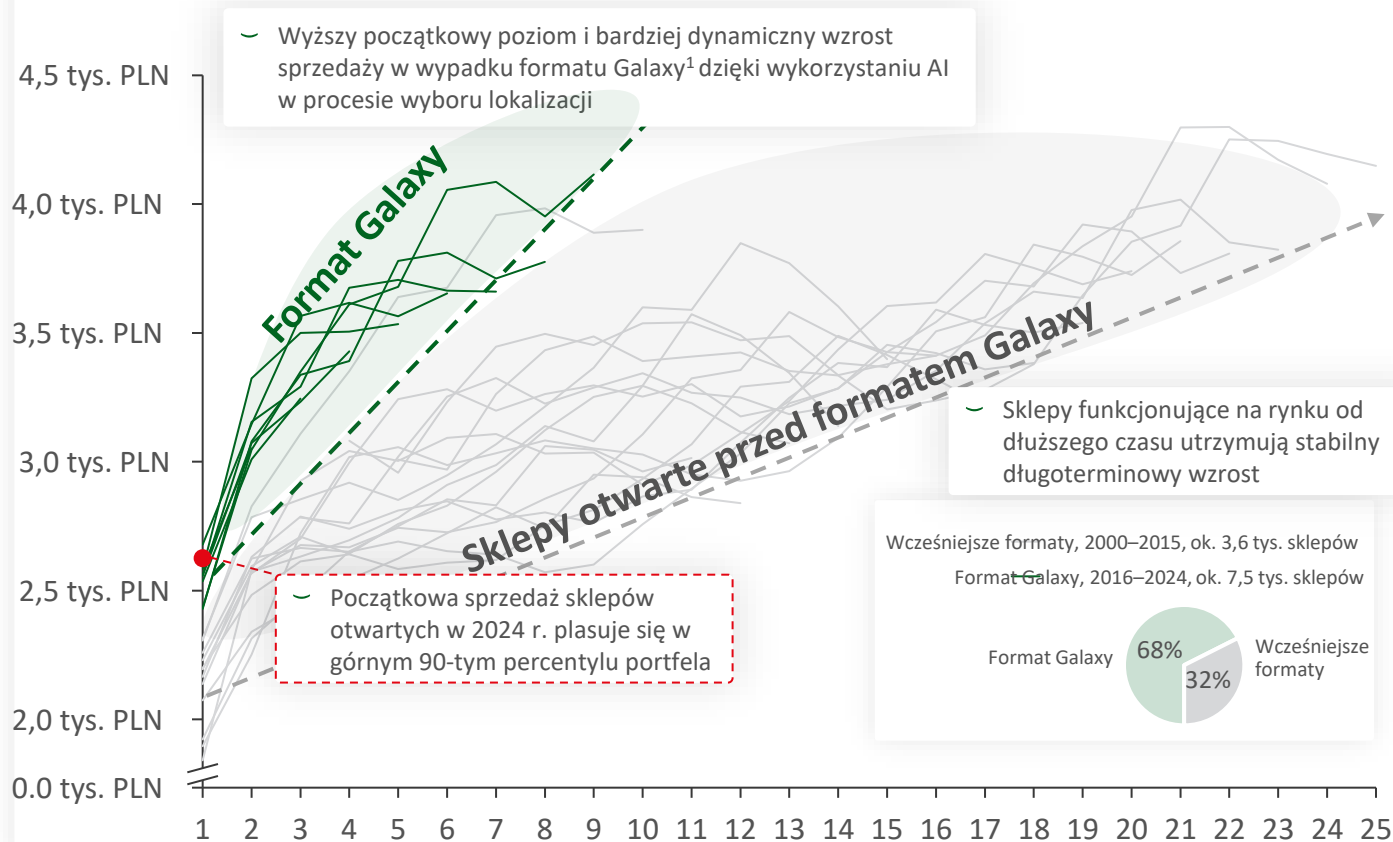




# Trwała tendencja wzrostowa sprzedaży w sklepach Żabka

## Silna koncentracja na jakości nowo otwieranych sklepów...

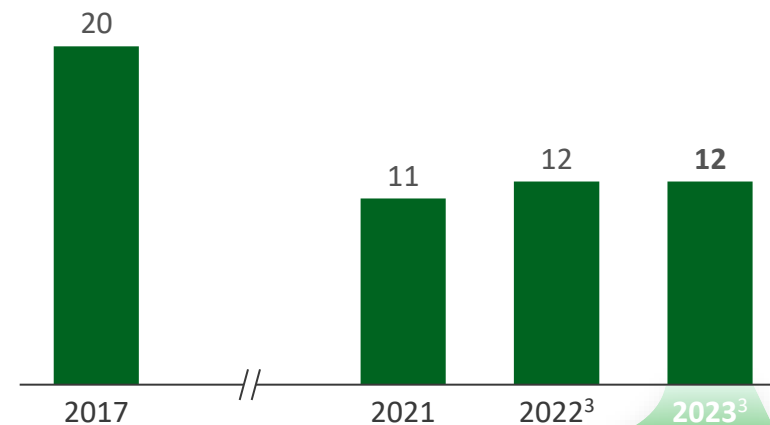
Średnia sprzedaż na sklep w podziale na kohorty roku otwarcia sklepu w przeliczeniu na m<sup>2</sup>, przy założeniu stałych cen (format Galaxy vs wcześniejsze formaty) (2000–2024, PLN/mies.)



Lata funkcjonowania sklepu na rynku

## ... skutkująca atrakcyjnym profilem zwrotu z inwestycji

Okres zwrotu<sup>2</sup> (2017–2023, liczba miesięcy)



Okresy zwrotu według wielkości miasta<sup>4</sup> (2023 r., liczba miesięcy)



Źródło: dane Spółki.. 1 Po 2016 r. 2 Zwrot z inwestycji obliczony na podstawie łącznego udziału sklepu po uwzględnieniu czynszu z tytułu najmu i kosztów franczyzy oraz szacunkowego wpływu na kapitał obrotowy netto. 3 Okres zwrotu dla lat 2022–2023 nie obejmuje nakładów na montaż pieców MerryChef, z wyłączeniem niewielkiej liczby sklepów, które nie osiągnęły jeszcze pełnej dojrzałości. 4 Małe miasta: <50 tys. mieszkańców; średnie miasta: 50–300 tys. mieszkańców; duże miasta: Poznań, Kraków, Łódź, Śląsk, Trójmiasto, Warszawa, Wrocław.



# Bazując na dotychczasowych doświadczeniach, chcemy powtórzyć sukces formatu opracowanego w Polsce na rynku rumuńskim

**W 2024 r. rozszerzyliśmy działalność o rynek rumuński – drugi co do wielkości rynek konsumencki w regionie CEE – uruchamiając sieć sklepów stacjonarnych pod szyldem Froo...**

02. 2024

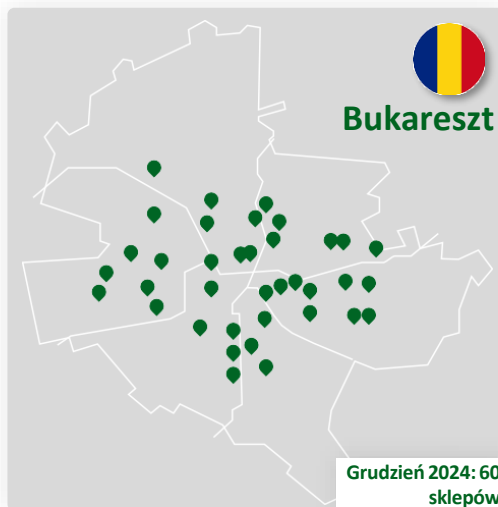
Żabka nabywa większościowy udział w spółce DRIM, będącej czołowym dystrybutorem artykułów szybkozbywalnych i posiadającej znaczący udział w rynku w Bukareszcie i południowej Rumunii

05. 2024

Korzystając z zasobów logistycznych DRIM, uruchomiliśmy nowy format sklepów *convenience* pod szyldem Froo; projekt jest obecnie na etapie skalowania

12. 2024

Do końca 2024 r. otwartych zostało 60 sklepów, głównie w Bukareszcie – obecnie są one na etapie testowania formatu; nowa sieć spotkała się z przychylnym przyjęciem ze strony konsumentów



**... ponieważ jesteśmy głęboko przekonani o trafności tego kierunku strategicznego inwestycji**

- **Podobieństwa pomiędzy rynkiem polskim a rumuńskim:** 19 mln mieszkańców (7. kraj UE pod względem liczby ludności), spodziewany wysoki wzrost realnego PKB w latach 2024–2029 (5. kraj UE pod względem tempa wzrostu<sup>1</sup>)
- **Zbliżone profile konsumentów w Polsce i Rumunii:** zwiększający się poziom dochodów rozporządzalnych, postępująca urbanizacja, coraz dłuższe godziny pracy oraz rosnąca skłonność do przedkładania oszczędności czasu nad oszczędność finansową<sup>2</sup>
- **Rumunia notuje ok. pięcioletnie opóźnienie względem Polski** pod względem wzrostu wydatków na artykuły spożywcze, **co daje potencjał około 40- procentowego zwiększenia** kwoty wydatków na żywność na mieszkańca<sup>3</sup>
- **Wartość rynku adresowalnego w Rumunii już jest znacząca** (179 mld PLN), a na kolejne lata **prognozuje się wysoką dynamikę jego wzrostu** (7% CAGR w okresie 2023–2028), któremu będzie sprzyjała malejąca popularność tradycyjnego formatu sklepów<sup>3</sup> (podobnie jak w Polsce)



# Wzrost LfL w 2024 r. napędzany realizacją inicjatyw strategicznych był zgodny z oczekiwaniami podanymi przy IPO

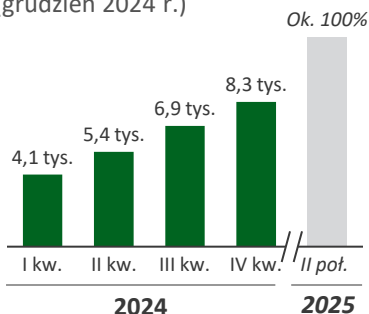
## Żabka Café 2.0 i mała gastronomia

8 275

działających pieców do przygotowywania dań *street food* w sklepach Żabka wg stanu na grudzień 2024 r.

- Nieustannie wzbogacamy ofertę szybkiej gastronomii w ramach projektu #PROSTOzPIECA
- Inwestycje w wyposażenie sklepów Żabka w piece konwekcyjno-mikrofalowe oraz **rozwijanie asortymentu marek własnych** to kluczowe elementy naszej strategii
- **Podjęmowane działania przyczyniają się do wzrostu wielkości sprzedaży** również w powiązanych kategoriach, takich jak napoje, **korzystnie wpływając na rentowność**

Liczba sklepów wyposażonych w działające piece (grudzień 2024 r.)



## Rozszerzona oferta wygodnych usług

Ponad 20 usług dostępnych w sklepach Żabka

- Aktualnie dostępne usługi: nadawanie i odbiór paczek, usługi pocztowe, sprzedaż kuponów loteryjnych, usługi wypłaty i deponowania gotówki, możliwość opłacenia rachunków i zakupu starterów GSM
- Testujemy także możliwość świadczenia usługi drukowania dokumentów w sklepie oraz **wprowadzamy usługi związane z transportem i komunikacją**



## Ciągłe innowacje produktowe

614 nowych produktów Dostępnych wyłącznie w sklepach Żabka, wprowadzonych w 2024 r.

- W 2024 r. **wprowadziliśmy 148 nowych produktów marek własnych** i 466 innowacyjnych produktów markowych
- **Innowacje produktowe wyróżniają naszą ofertę i zwiększają liczbę wizyt klientów w sklepach** poprzez wzbogacanie asortymentu



## Zwiększanie odwiedzalności oraz wartości koszyka

465 mln

Transakcji w 2024 r., z użyciem mechanizmu promocyjnego

- Koncentracja na **kampaniach sprzedażowych promujących produkty z kategorii impulsowych**
- Oferty typu „więcej za mniej”, czyli tzw. wielosztuki, opcje zwrotu butelek, możliwość korzystania z własnych kubków, możliwość korzystania z wielokrotnego użytku, akcje promocyjne z wykorzystaniem aplikacji



## Nowa, ulepszona aplikacja Żappka

10,9 mln

aktywnych użytkowników aplikacji Żappka wg stanu na grudzień 2024 r.

- Nowa aplikacja Żappka **zwiększa skuteczność cross-sellingu** poprzez spersonalizowane oferty, komunikaty promocyjne oraz programy lojalnościowe
- **Strategiczne zwiększenie świadomości i zaangażowania klientów**





# W 2024 r. przybliżyliśmy się do realizacji celu 5-krotnego zwiększenia sprzedaży w biznesach cyfrowych do 2028 r., osiągając w nich rentowność na poziomie EBITDA



**35 mln**  
Liczba dostarczonych posiłków

- W 2024 r. osiągnęliśmy imponujący wynik, sprzedając 7,4 mln diet pudełkowych i tym samym dostarczając blisko 35 mln posiłków, co oznacza wzrost o ok. 23% r/r. Jednocześnie w sklepach Żabka rozpoczęła się sprzedaż pierwszych produktów Maczfit
- W efekcie optymalizacji kosztów zaopatrzenia i produkcji względem poprzedniego roku znacząco zwiększyliśmy rentowność
- Dalsza rozbudowa zakładu w Szymanowie zwiększyła jego moce produkcyjne, ugruntowując naszą pozycję lidera rynku cateringu dietetycznego



**390 tys.**  
Liczba obsługiwanych klientów

- W 2024 r. klienci zamówili za pośrednictwem platformy internetowej Dietly aż 112 mln posiłków, czyli o blisko 23% więcej niż w poprzednim roku.
- Ekosystem tworzony przez Masterlife obsłużył w tym czasie prawie 390 tys. klientów, co stanowi wzrost o ponad 10% r/r
- W 2024 r. firma rozpoczęła również tworzenie aplikacji white-label na rzecz swoich największych klientów, umacniając tym samym swoją pozycję kluczowego dostawcy technologii dla branży cateringu dietetycznego



**4 tys.**  
Liczba jednostek asortymentowych w Jush!

- Odnotowaliśmy wzrost sprzedaży o ponad 60% r/r i umocniliśmy pozycję lidera segmentu q-commerce
- Dodatkowo znacząco poszerzyliśmy ofertę (do 4 tys. artykułów w wypadku Jush, kategoria Merrychef oraz leki sprzedawane bez recepty), a także zacieśniliśmy współpracę z partnerami biznesowymi



**52**  
Liczba sklepów według stanu na grudzień 2024 r.

- Obecnie format NANO jest wdrażany w nowych lokalizacjach, takich jak zakłady pracy, kampusy uniwersyteckie czy biurowce
- W ramach rozwoju modelu biznesowego Żabka Polska zaczęły funkcjonować pierwsze prowadzone na zasadzie franczyzy sklepy autonomiczne (Nano i Żabki hybrydowe)

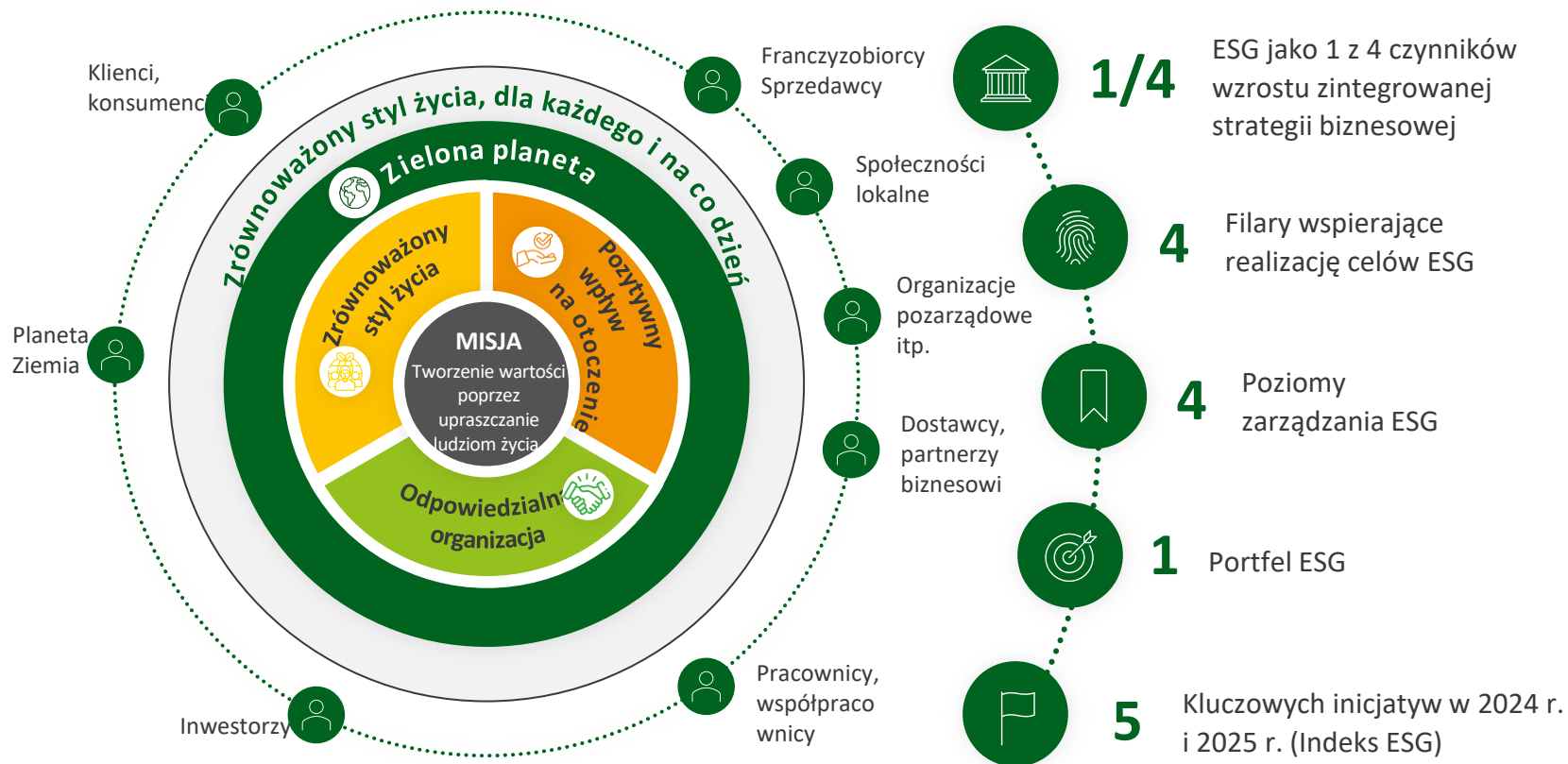


**Dodatni  
wynik EBITDA  
w 2024 r.**





# ESG jako czynnik wzrostu naszej strategii biznesowej



## Program ESG realizowany w ramach całej organizacji

**10**  
ramowych polityk dotyczących działań z zakresu ESG realizowanych na poziomie Grupy, w tym Ramowa Polityka ESG

**Osiągnięcie indeksu ESG powyżej zakładanego targetu**  
Indeks ESG za 2024 r. na poziomie 1.1

**Przyjęcie standardów CSRD zanim stały się obowiązkowe**  
Sporządzając raport zrównoważonego rozwoju za 2024 r., Grupa dobrowolnie zastosowała się do wymogów dyrektywy CSRD i standardów ESRS

**Tworzymy wartość poprzez upraszczanie ludziom życia i uwalnianie ich czasu, jednocześnie zachęcając każdego do prowadzenia odpowiedzialnego stylu życia na co dzień**



## **Dane finansowe**

Sprzedaż w 2024 r.

**27,3 mld PLN**

sprzedaż do klienta końcowego

Sprzedaż do klienta końcowego na poziomie 27,3 mld PLN – poprawa o 20% r/r dzięki rozbudowie sieci (1 055 nowych sklepów w ujęciu netto), wzrostowi sprzedaży porównywalnej LfL (+8,3%), rozwojowi oferty cyfrowej i rozpoczęciu działalności w Rumunii



EBITDA w 2024 r.

**3,5 mld PLN / marża 12,8%**

Skorygowany wynik EBITDA w wysokości 3 505 mln PLN i wzrost marży o 40% p.b. r/r, będące pochodną zwiększenia sprzedaży, normalizacji cen energii, realizacji programów optymalizacji kosztów oraz osiągnięcia rentowności na poziomie EBITDA w biznesach cyfrowych



Zysk netto i zysk na akcję w 2024 r.

**714 mln PLN / marża 2,6%**

Skorygowany zysk netto za 2024 r. w wysokości 714 mln PLN i marża na poziomie 2,6% sprzedaży do klienta końcowego – wzrost o 70 p.b. r/r.

Wzrost zysku na akcję o 77%, do o 0,62 PLN w 2024 r.



Free Cash Flow w 2024 r.<sup>1</sup>

**1,5 mld PLN FCF**

FCF na poziomie 1,5 mld PLN, wygenerowane dzięki uwolnieniu znaczącego kapitału obrotowego netto (+ 557 mln PLN), wzrostowi EBITDA po uwzgl. czynszów z tyt. najmu (+26% r/r) oraz kontroli nad dyskrecyjnymi nakładami inwestycyjnymi



Zadłużenie w 2024 r.<sup>2</sup>

**1,5x** Dług netto / skorygowany wynik EBITDA

Obniżenie wskaźnika DN/EBITDA<sup>2</sup> do 1,5x, z 2,3x w ubiegłym roku, dzięki wypracowaniu wysokich przepływów pieniężnych i wzrostowi skorygowanego wyniku EBITDA



Nowe Silniki Rozwoju

**Dodatni wynik EBITDA w biznesach cyfrowych**

Osiągnięcie progu rentowności EBITDA w biznesach cyfrowych, głównie za sprawą zwiększenia liczby dostarczonych i zamówionych posiłków oraz umocnienia pozycji w segmencie usług q-commerce



## Kluczowe wskaźniki finansowe

Wybrane KPI	2024	2023	Δ r/r
Liczba sklepów (na koniec okresu) <sup>1</sup>	11,069	10,014	1,055
Wzrost LfL <sup>2</sup>	8.3%	10.8%	-
Sprzedaż do klienta końcowego <sup>3</sup>	27,277	22,775	19.8%
<b>RZS (w mln PLN)</b>			
Przychody ze sprzedaży	23,797	19,806	20.2%
Koszty własne sprzedaży	(19,406)	(16,273)	19.3%
Zysk brutto	4,391	3,533	24.3%
Raportowana EBITDA	3,363	2,740	22.7%
Korekty	142	94	-
Skorygowana EBITDA <sup>4</sup>	3,505	2,834	23.7%
Skorygowana marża EBITDA	12.8%	12.4%	0.4pp
EBIT	1,659	1,380	20.2%
Zysk netto	593	356	66.4%
Marża zysku netto	2.2%	1.6%	0.6pp
Skorygowany zysk netto <sup>5</sup>	714	430	64.8%
Marża skorygowanego zysku netto	2.6%	1.9%	0.7pp

### Silny wzrost sprzedaży do klienta końcowego

- Zrównoważone połączenie wzrostu organicznego (wynikającego m.in. z poprawy nastrojów konsumenckich oraz unikalnego i zróżnicowanego asortymentu), rozwoju stacjonarnej sieci sprzedaży oraz dobrych wyników osiągniętych dzięki Nowym Silnikom Rozwoju



### Wzrost wyniku EBITDA i marż

- Wzrost skorygowanego wyniku EBITDA w 2024 r. o 24% w związku z rosnącą skalą działalności, w tym uruchamianiem kolejnych sklepów, zwiększeniem sprzedaży i poprawą marż
- Wzrost skorygowanej marży EBITDA w 2024 r. o 40 p.b. dzięki poprawie efektywności kosztowej i spadkowi cen energii



### Zysk netto

- Wzrost skorygowanej marży zysku netto o 70 p.b. do 2,6%, dzięki:
  - dobremu wynikowi operacyjnemu
  - niższym kosztom finansowym (3,1% sprzedaży do klienta końcowego w 2024 r. vs 3,8% w 2023 r.)
  - poprawie efektywnej stawki podatkowej (26% w 2024 r. vs 30% w 2023 r.)

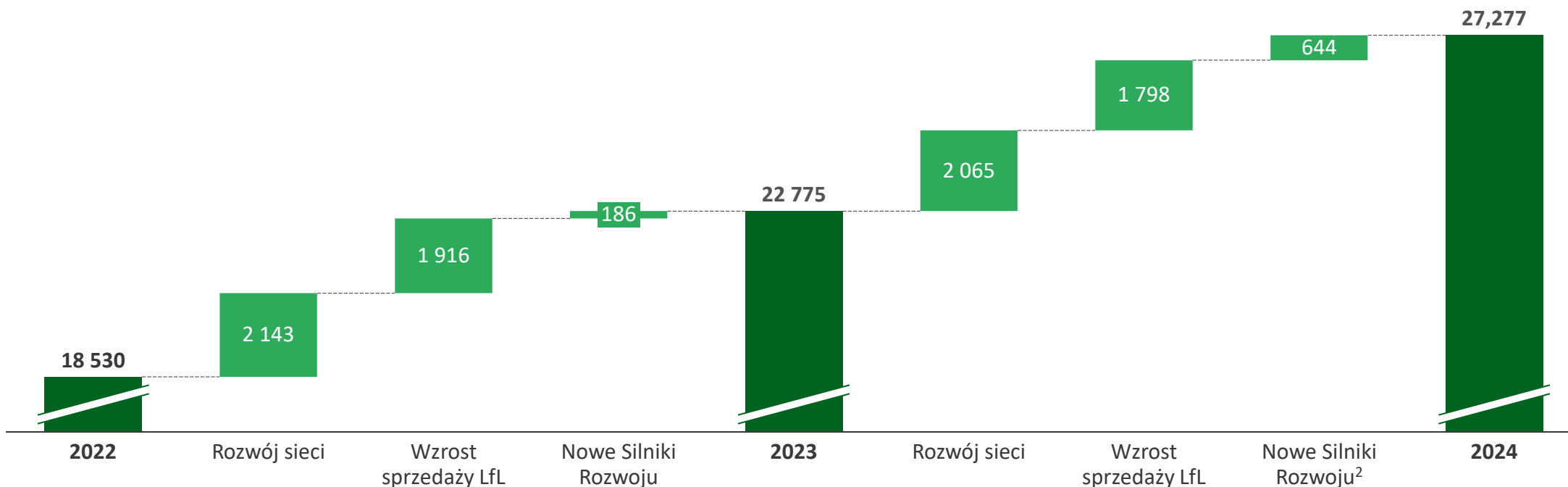


Źródło: dane Spółki.

1 Uwzględniając sklepy Nano i sklepy w Rumunii. 2 Sprzedaż porównywalna (LfL) rozumiana jako porównanie dziennej sprzedaży do klienta końcowego zrealizowanej przez sklepy Żabka, które działały w danym dniu zarówno w okresie sprawozdawczym, jak i okresie porównawczym. 3 Odpowiada sprzedaży sieci Żabka do klienta końcowego oraz sprzedaży Maczfit, Dietly, Drim Daniel, Froo i marek q-commerce. Nie jest to wartość tożsama z wykazywanymi przez Spółkę przychodami. 4 Skorygowany wynik EBITDA obliczony jako EBITDA przed uwzględnieniem czynszów z tytułu najmu i marż obliczonych na podstawie sprzedaży do klienta końcowego. 5 Skorygowany zysk netto obejmuje zysk netto powiększony o korekty EBITDA (głównie koszty IPO w 2024 r.) po uwzględnieniu efektu podatkowego.

# Zrównoważone połączenie rozwoju sieci sklepów i wzrostu sprzedaży porównywalnej (LfL)

## Sprzedaż do klienta końcowego<sup>1</sup> (w mln PLN)



**Całkowity wzrost sprzedaży wynikał w 46% z rozwoju sieci sklepów i w 40% ze zwiększenia LfL**

Zródło: dane Spotki.

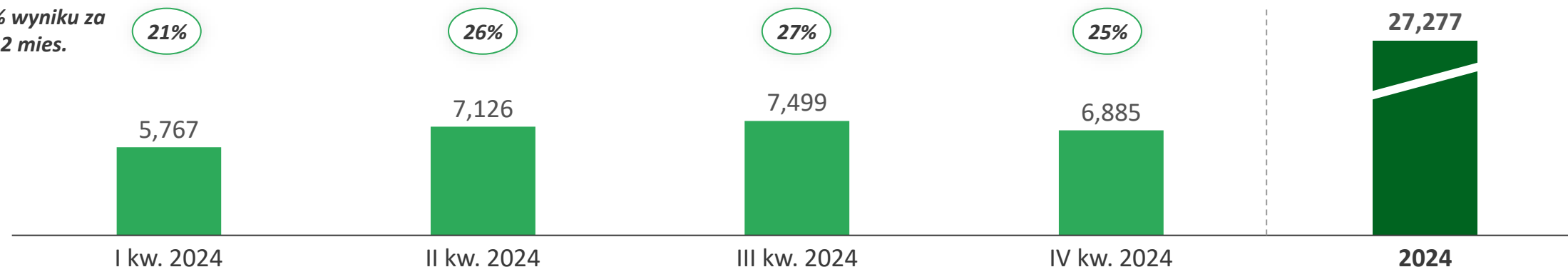
Przypisy: Baza sklepów obejmuje wpływ otwarcia nowych sklepów i wykorzystania istniejących punktów sprzedaży. Termin „sprzedaż” oznacza sprzedaż do klienta końcowego, a nie przychody ze sprzedaży.

1 Odpowiada sprzedaży sieci Żabka do klienta końcowego oraz sprzedaży Maczfit, Dietly i marek q-commerce, Drim Daniel i Froo. Nie jest to wartość tożsama z wykazywanymi przez Spółkę przychodami. 2 Obejmuje sprzedaż Maczfit, Dietly i marek q-commerce oraz sprzedaż w pierwszym roku działalności sklepów w Rumunii.

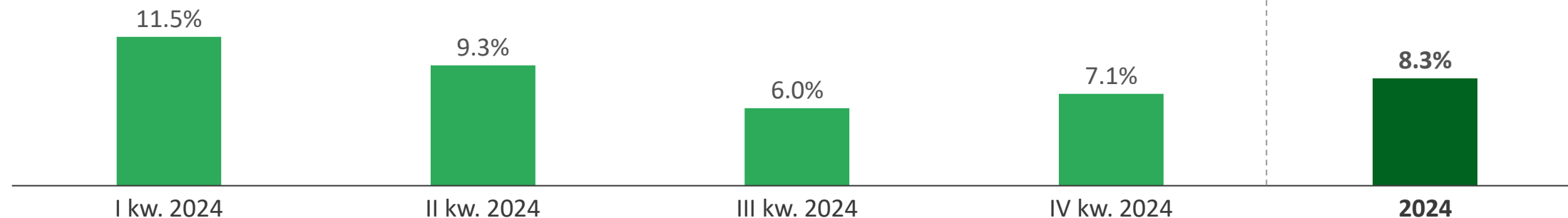
# Stały wzrost sprzedaży do klienta końcowego na przestrzeni 2024 r. i świetne wyniki w II i III kw.; wzrost sprzedaży porównywalnej skorelowany ze spadkiem wskaźnika CPI

## Sprzedaż do klienta końcowego<sup>1</sup> (w mln PLN)

% wyniku za 12 mies.



## Wzrost LfL (%)





# Atrakcyjny poziom marży franczyzobiorców przekłada się na stabilny poziom wskaźnika NPS oraz zapewnia kontrolę nad rotacją franczyzobiorców

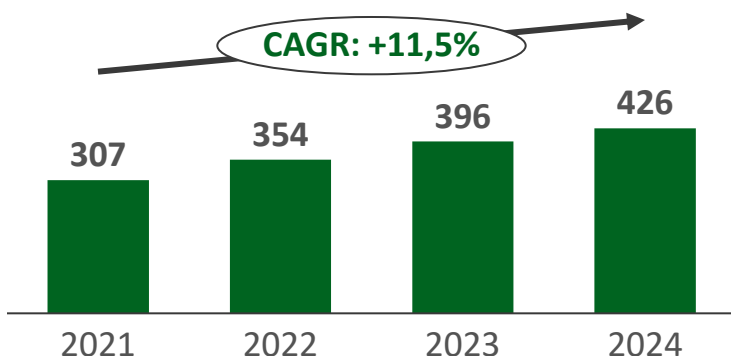
## Marża franczyzobiorców<sup>2</sup>

w mln PLN	Rok	
	2023	2024
Sprzedaż do klienta końcowego <sup>1</sup>	22 305	26 167
Marża franczyzobiorców <sup>2</sup>	(3 679)	(4 373)
% sprzedaży do klienta końcowego	16,5%	16,7%

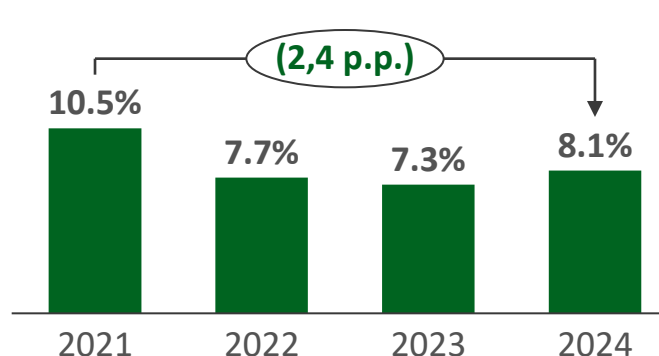
## Marża franczyzobiorców pod kontrolą

- Wzrost marży franczyzobiorców z 16,5% w 2023 r. do poziomu 16,7% w 2024 r., głównie na skutek podwyższenia płacy minimalnej, które zostało w dużej mierze zrekomensowane większą produktywnością sklepów
- Atrakcyjny poziom marży franczyzobiorców na tle konkurencyjnych ofert i średniej wysokości wynagrodzeń w Polsce
- System wynagrodzeń przyczyniający się do wzrostu produktywności i jednocześnie zapewniający satysfakcjonujące warunki finansowe dla franczyzobiorców, wspierany przez postępującą automatyzację procesów
- Stabilny poziom wskaźnika NPS franczyzobiorców w ostatnich latach; wynik ostatniego badania z 2024 r. to +14 pkt
- Ponad 2,4 tys. nowych franczyzobiorców, którzy dołączyli do sieci Żabka w 2024 r., odzwierciedlający atrakcyjność oferowanych przez nas warunków

## Średnia marża franczyzobiorcy<sup>2</sup> na sklep (w tys. PLN)<sup>3</sup>



## Odsetek dobrowolnych odejść franczyzobiorców (%)

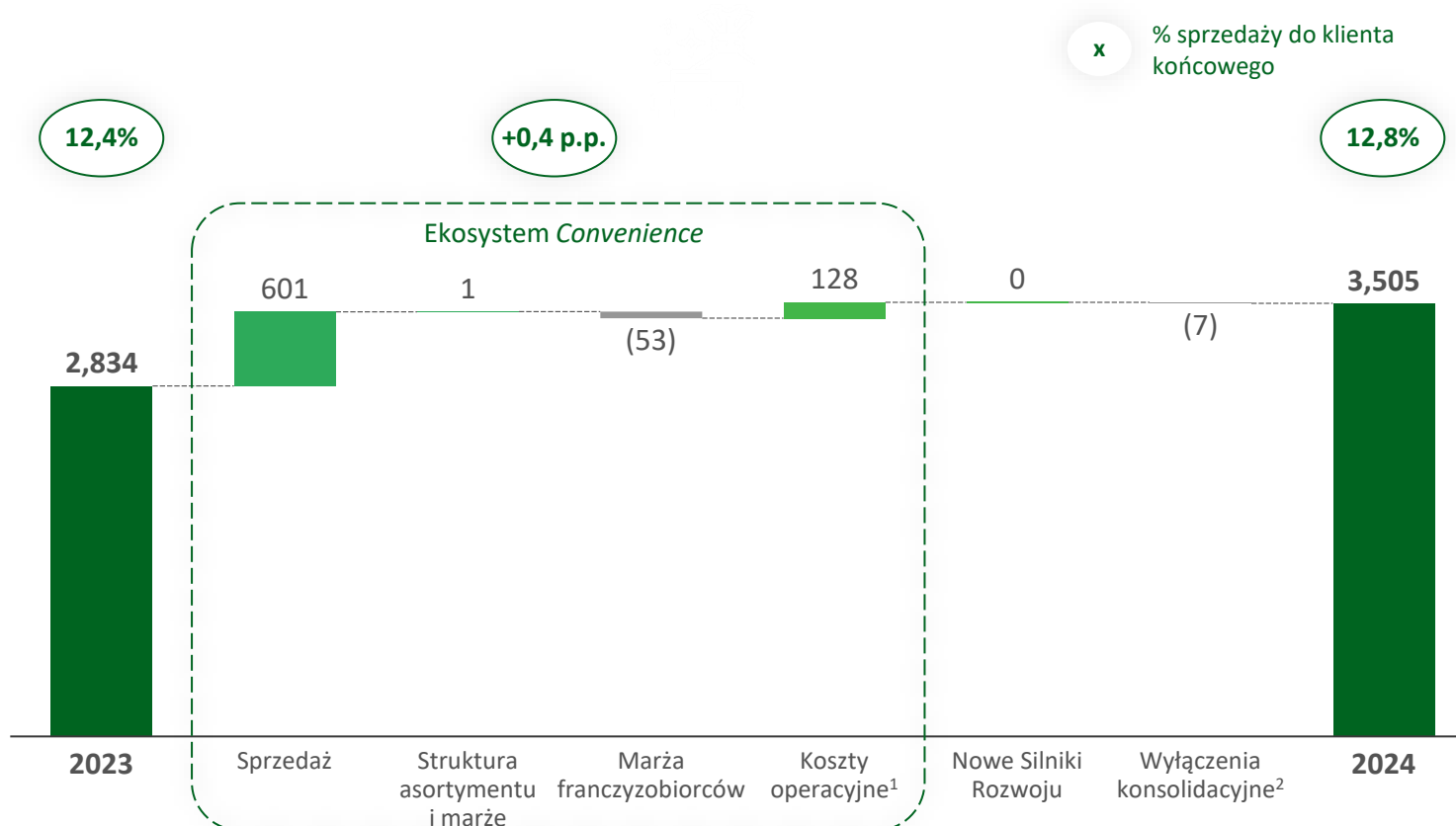


Źródło: dane Spółki.

1 Odpowiada sprzedaży sieci Żabka do klienta końcowego, z wyłączeniem nowych silników wzrostu. Nie jest to wartość tożsama z wykazywanymi przez Spółkę przychodami. 2 Marża franczyzobiorcy stanowi kwotę uzyskiwaną przez franczyzobiorców ze sprzedaży produktów powiększoną o wynagrodzenie motywacyjne otrzymywane od Żabki. 3 Marża franczyzobiorcy podzielona przez liczbę średnich funkcjonujących sklepów.

# Znaczny wzrost skorygowanego wyniku EBITDA dzięki zwiększeniu sprzedaży i wyższym marżom

## Skorygowany wynik EBITDA (w mln PLN)



### Wzrost skorygowanego wyniku EBITDA o 24% r/r

- Zwiększenie **sprzedaży** w związku z rozwojem sieci sklepów oraz wysokim wzrostem sprzedaży porównywalnej LfL o 8,3%, do którego przyczynił się wzrost wolumenu, pomimo spadku wskaźnika CPI
- Na **wzrost marży franczyzobiorców** wpłynęła przede wszystkim znaczna podwyżka płacy minimalnej oraz inne koszty, w tym ubezpieczeń społecznych
- Poziom **kosztów operacyjnych i pozostałych** wynika głównie z obniżenia kosztów logistycznych dzięki efektywniejszemu wykorzystaniu palet oraz niższych kosztów funkcjonowania sklepów, spowodowanych spadkiem cen surowców i optymalizacją zużycia energii. Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu (z wyłączeniem pozycji jednorazowych, głównie związanych z IPO i transakcją nabycia DRIM) stanowiły 1,4% łącznych kosztów zarówno w 2023 r., jak w 2024 r.
- **NSR**: Efekt wzrostu w biznesach cyfrowych został ograniczony przez wpływ rozwoju działalności na rynku rumuńskim

Źródło: dane Spółki.

Przypisy: 1 Koszty operacyjne obejmują koszty ogólnego zarządu, technologii, marketingu i inne koszty operacyjne (uwaga: koszty centrali oblicza się jako różnicę bezwzględną). 2 Wyłączenia konsolidacyjne i pozostałe obejmują korekty konsolidacyjne oraz Property Fund.

# W 2024 r. odnotowaliśmy strukturalną poprawę zysku netto i spodziewamy się, że będzie ona postępować w perspektywie krótko- i średnioterminowej

1

## Obniżenie marży kredytowej o 100 p.b. i niższe koszty odsetek dzięki redukcji zadłużenia



- Obniżenie marży kredytowej o 100 p.b. oraz zmiany wprowadzone w głównej umowie kredytowej **zapewniają nam większą elastyczność** pod względem **struktury finansowania**, zabezpieczeń i przepływów środków pomiędzy podmiotami Grupy
- Umowa refinansowania została podpisana grudniu 2024 r., a więc **efekt niższej marży kredytowej będzie w pełni widoczny** dopiero w 2025 r. Istnieje możliwość dalszej poprawy w wypadku zmiany polityki pieniężnej

- Na skutek **postępującego spadku wskaźnika zadłużenia** na przestrzeni 2024 r. (2,3x w grudniu 2023 r., 1.7x w czerwcu 2024 r., 1.5x w grudniu 2024 r.) koszty odsetkowe spadły, a **średnia marża kredytowa w 2024 r. była o około 50 p.b. niższa** niż w 2023 r. (na podstawie przewidzianego w umowie mechanizmu dostosowywania marży kredytowej)

2

## Poprawa efektywności podatkowej

ok. 4 p.p.

*obniżenie r/r efektywnej stawki podatkowej w 2024 r.*



- Obniżenie efektywnej stawki podatkowej do 26% z poziomu 30% w ubiegłym roku, głównie za sprawą **spłaty zadłużenia niestanowiącego kosztu uzyskania przychodu**
- Na obniżenie efektywnej stawki podatkowej wpłynęła także wykazana **korzyść podatkowa** z tytułu działalności nowego centrum dystrybucyjnego zlokalizowanego w specjalnej strefie ekonomicznej (10 mln PLN)

+

## Potencjalna emisja obligacji

do 1,000 mln PLN

*maksymalna dopuszczalna wielkość emisji*



- Potencjalna emisja złotówkowych niezabezpieczonych obligacji w 2025 r. **znacząco zwiększy naszą elastyczność w zakresie kształtowania struktury kapitału**, zapewni możliwość **dywersyfikacji form finansowania** i przyczyni się do dalszej poprawy oprocentowania naszego zadłużenia.

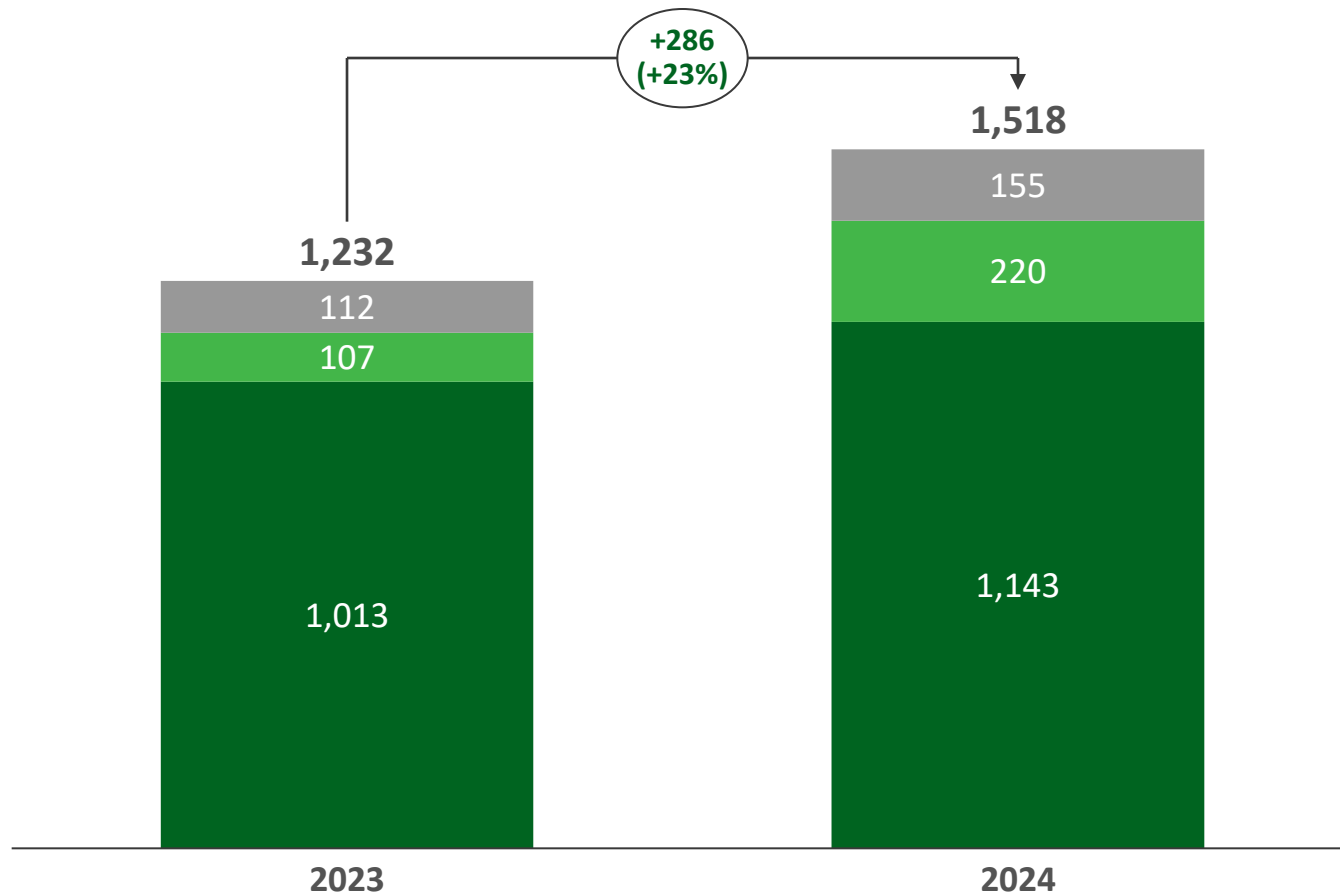
2,6%

Skorygowana  
marża zysku  
netto w 2024 r.

# Nakłady inwestycyjne mają w dużej mierze charakter dyskrecyjny, ich celem jest głównie finansowanie rozwoju działalności

## Struktura nakładów inwestycyjnych w podziale na segmenty (w mln PLN)

■ Ekosystem Convenience<sup>1</sup> ■ Nowe Silniki Rozwoju ■ Funkcje Korporacyjne i pozostała działalność



### Wzrost nakładów inwestycyjnych o 23% r/r

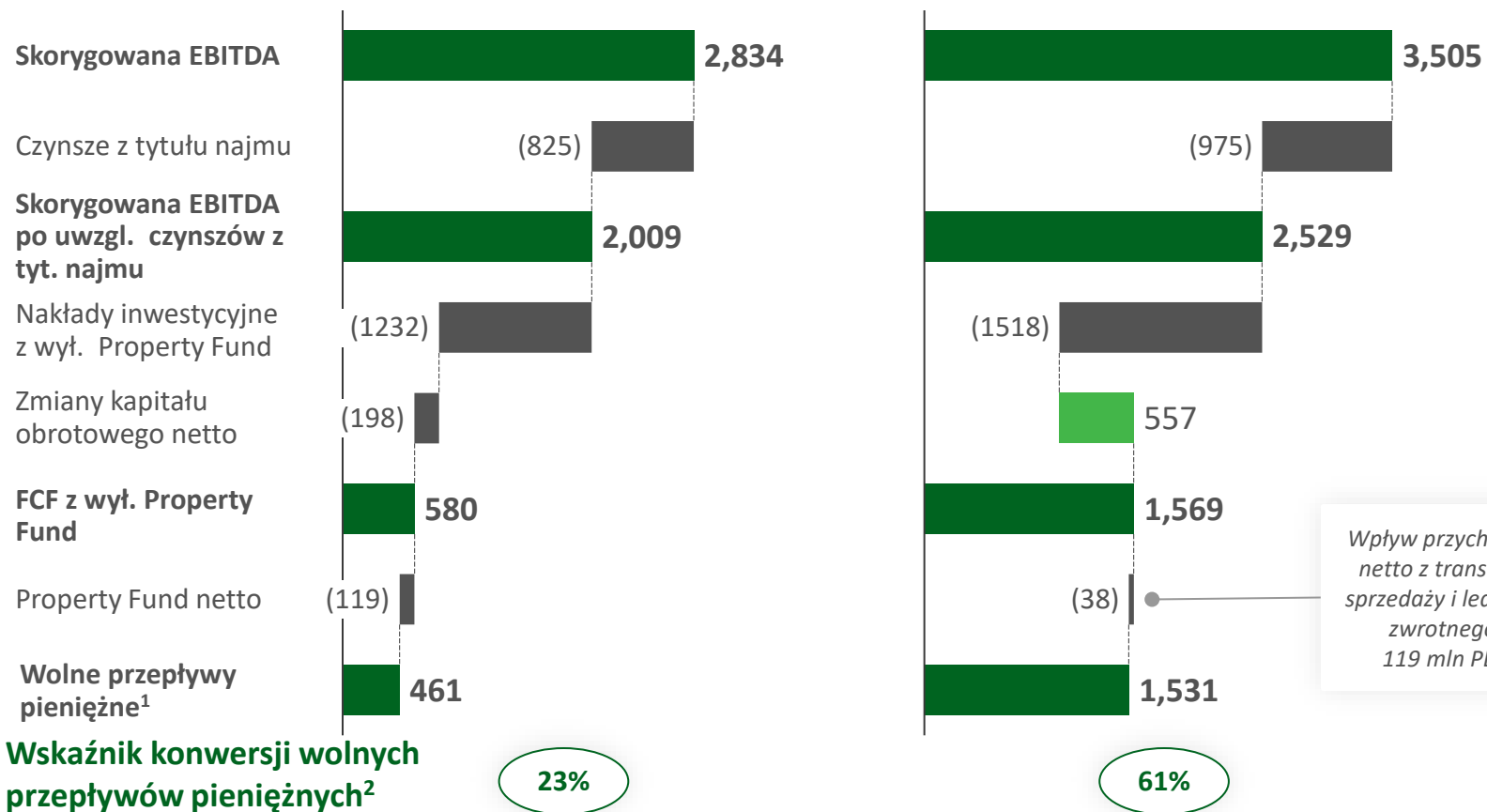
- W segmencie „*Ekosystem Convenience*” nakłady inwestycyjne mają zasadniczo charakter dyskrecyjny i są ukierunkowane na rozwój działalności. W 2024 r. największe kwoty przeznaczono na (i) otwarcie nowych sklepów (502 mln PLN), (ii) modernizację sklepów, w tym montaż pieców do przygotowywania dań *street food* (301 mln PLN) oraz (iii) logistykę (40 mln PLN)
- Nakład inwestycyjny na otwarcie sklepu pozostał na niezmiennym poziomie w stosunku do ubiegłego roku i wyniósł 0,45 mln PLN
- W segmencie „*Nowe Silniki Rozwoju*” nakłady inwestycyjne obejmują nakłady na: (i) **biznesy cyfrowe** (zwiększenie potencjału istniejących rozwiązań) oraz (ii) **ekspansję zagraniczną** (przede wszystkim otwarcie sklepów Froo)
- Nakłady inwestycyjne w segmencie „*Funkcje korporacyjne i pozostała działalność*” dotyczą głównie wydatków na **licencje IT i projekty technologiczne** realizowane w ramach Grupy



# Wysoki poziom wypracowanych przepływów pieniężnych (FCF)...

## 2023 (w mln PLN)

## 2024 (w mln PLN)



### Wysoki wskaźnik konwersji przepływów pieniężnych m.in. dzięki:

- znacznemu wzrostowi skorygowanego wyniku EBITDA i wyniku EBITDA po uwzględnieniu czynszów z tytułu najmu
- kontroli nad dyskrecyjnymi nakładami inwestycyjnymi
- przychodom z transakcji sprzedaży i leasingu zwrotnego lokali mieszczących sklepy
- istotnej poprawie struktury kapitału obrotowego

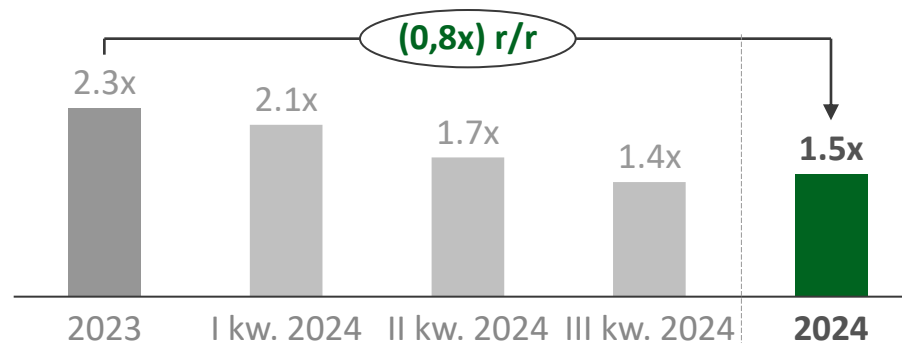


Źródło: dane Spółki. Przypisy: 1 Wolne przepływy pieniężne obejmują nakłady inwestycyjne, a nie faktyczne wydatki pieniężne. Kwota wolnych przepływów pieniężnych różni się od kwot ujętych w księgach rachunkowych ze względu na zmiany stanu zobowiązań dotyczących nakładów inwestycyjnych. 2 Stosunek wolnych przepływów pieniężnych do skorygowanego wyniku EBITDA po uwzględnieniu czynszów z tytułu najmu



## Wskaźniki poziomu zadłużenia finansowego DN/EBITDA

**Dług netto (bez leasingu) / skoryg. EBITDA po uwzgl. czynszów z tyt. najmu<sup>1</sup>**



**Dług netto / skoryg. EBITDA bez uwzgl. czynszów z tyt. najmu<sup>2</sup>**



**w mln PLN**

Dług finansowy <sup>3</sup>	5,218	5,493	5,038	5,063	4,549
Środki pieniężne	(649)	(1,051)	(1,156)	(1,571)	(750)
<b>Dług netto (bez leasingu)</b>	<b>4,569</b>	<b>4,442</b>	<b>3,882</b>	<b>3,492</b>	<b>3,799</b>
Zobowiązania z tyt. leasingu	4,013	4,404	4,500	4,709	4,855
<b>Dług netto</b>	<b>8,582</b>	<b>8,847</b>	<b>8,381</b>	<b>8,201</b>	<b>8,654</b>

- **Zmniejszenie poziomu zadłużenia finansowego** dzięki wypracowaniu wysokich przepływów pieniężnych i wzrostowi skorygowanego wyniku EBITDA
- Dług netto do EBITDA na koniec 2024 r. na poziomie 1,5x bez uwzględniania zobowiązań z tytułu leasingu oraz 2,5x z uwzględnieniem zobowiązań z tytułu skapitalizowanego leasingu



Źródło: dane Spółki. Przypisy: 1. Wskaźnik obliczany na podstawie skorygowanego wyniku EBITDA po uwzględnieniu czynszów z tytułu najmu za ostatnie 12 miesięcy. 2 Wskaźnik obliczany na podstawie skorygowanego wyniku EBITDA przed uwzględnieniem czynszów z tytułu najmu za ostatnie 12 miesięcy. 3 Suma zobowiązań krótkoterminowych i długoterminowych z tytułu kredytów i pożyczek, bez leasingu

# Najważniejsze informacje niefinansowe: w 2024 r. zrealizowaliśmy zakładane cele w zakresie ESG



## Zrównoważony styl życia

Zobowiązanie do 2026 r.

Zwielokrotnienie sprzedaży produktów marek własnych promujących zrównoważony styl życia (w PLN)

Realizacja w 2024 r.

**1,8 mld**



## Pozytywny wpływ na otoczenie

Zobowiązanie do 2026 r.

100% partnerów biznesowych zapoznanych z Kodeksem Postępowania

Realizacja w 2024 r.

**82%**



## Zaangażowanie pracowników

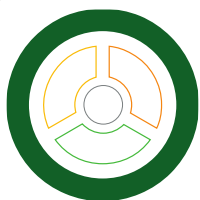
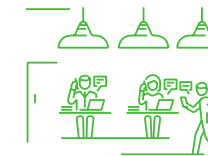
Zobowiązanie do 2026 r.

Uplasowanie się wśród 25% najlepszych pracodawców na świecie wg badania Instytutu Gallupa

Realizacja w 2024 r.

**83. percentyl**

(4,54)



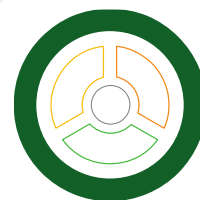
## Obieg zamknięty zasobów

Zobowiązanie do 2026 r.

Zmniejszenie udziału pierwotnych tworzyw sztucznych w masie opakowań produktów marek własnych

Realizacja w 2024 r.

**33,5%**



## Obniżanie emisyjności

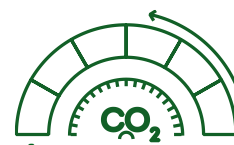
Zobowiązanie do 2026 r.

Ograniczenie całkowitych emisji gazów cieplarnianych w zakresie 1 i 2 (%) (bez offsetu) o 25% (rok bazowy 2020)

Realizacja w 2024 r.

**-31,2%**

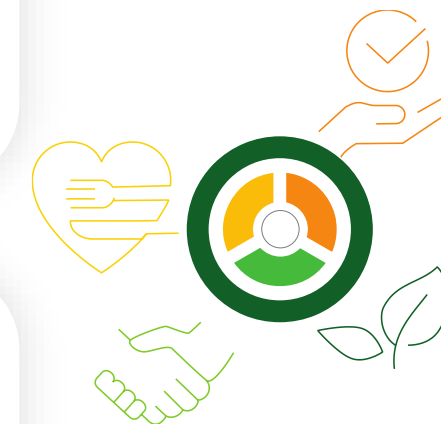
16 701 tCO2e



## Medal EcoVadis

Platynowy medal EcoVadis otrzymany po raz trzeci

Miejsce w gronie **1% najlepszych firm** na świecie



# Wyniki za 2024 r. uzasadniają podtrzymanie celów średnioterminowych opublikowanych przy okazji IPO

Planowana liczba nowych sklepów w 2025 r.  
ok. **1,100**



- **Zamierzamy w 2025 r. otworzyć ponad 1,100 nowych sklepów.** Naszym celem średnioterminowym pozostaje uruchamianie ponad 1,000 nowych sklepów rocznie w Polsce i Rumunii

Wzrost LfL w 2025 r.  
**Średni lub wysoki jednocyfrowy wzrost**



- **Spodziewamy się średniego lub wysokiego jednocyfrowego wzrostu LfL (mid-to-high single digit) za pełne 12 miesięcy 2025 r.** (zakładając pewne wahania pomiędzy poszczególnymi kwartałami) i w perspektywie średnioterminowej

Skorygowana marża EBITDA  
**Górna granica przedziału 12-13%**



- **Oczekujemy, że marża będzie się utrzymywać na poziomie górnej granicy docelowego przedziału 12%–13%** w perspektywie krótko- i średnioterminowej

Skorygowana marża zysku netto w krótkim okresie  
ok. **3%**



- **Spodziewamy się dalszej poprawy skorygowanej marży zysku netto do poziomu 3%** w krótkim terminie, a następnie kontynuacji jej wzrostu aż do zakładanego celu średnioterminowego w wysokości ok. 4.5%

Aktualna sytuacja handlowa  
**Oczekiwany LfL w Q1 na poziomie średnim jednocyfrowym %**



- **Notujemy dobre wyniki sprzedaży.** W Q1 oczekujemy, że % wzrost LfL wyniesie średni jednocyfrowy poziom w wyniku wpływu sezonowości i efektu wysokiej bazy



## Kontynuacja dobrych wyników



- Zgodnie z oczekiwaniami w 2024 r. Żabka **po raz kolejny wypracowała dobre wyniki finansowe i operacyjne, w tym osiągnęła wzrost LfL na poziomie 8.3%, czyli nieco powyżej środka docelowego przedziału 7,5-9,0%, o którym informowaliśmy przy okazji IPO**
- **Uzyskaliśmy poprawę wskaźników rentowności, w tym skorygowanej marży EBITDA i marży zysku netto, co przełożyło się na wysoki poziom generowanych wolnych przepływów pieniężnych oraz pozwoliło na dalsze zmniejszenie wskaźników zadłużenia**

## Filary wzrostu



- **Zakładane tempo rozwoju sieci sklepów zostało utrzymane w 2024 r. – uruchomiliśmy 1 166 nowych punktów sprzedaży (w tym 60 w Rumunii), czyli więcej niż oczekiwania podane przy IPO**
- Kontynuowaliśmy **dynamiczne wdrażanie oferty małej gastronomii** – już ok. 8,3 tys. sklepów zostało wyposażone w piece do przygotowywania dań *street food*
- W 2024 r. koncentrowaliśmy się na **dalszym rozwoju biznesów cyfrowych**, co znalazło odzwierciedlenie we wzroście sprzedaży o +32% i **osiągnięciu progu rentowności na poziomie wyniku EBITDA**

## Oczekiwania krótko i średnioterminowe



- **Naszym celem pozostaje osiągnięcie w 2025 r. średniego lub wysokiego jednocyfrowego wzrostu LfL**
- Spodziewamy się **dalszej poprawy skorygowanej marży zysku netto do poziomu 3%** w krótkim okresie
- Oczekujemy, że w perspektywie krótko- i średnioterminowej **marże będą się utrzymywać na poziomie górnej granicy docelowego przedziału 12%–13% przyjętego dla skorygowanej marży EBITDA**





**Załącznik**



# Najważniejsze dane finansowe – wyniki zgodne z oczekiwaniami, zapowiadające pomyślną realizację całorocznych celów

## Sprzedaż w IV kw. 2024 r.

Sprzedaż do klientów końcowych wyniosła 6,9 mld PLN (+18% r/r), do czego przyczyniły się skuteczny plan marketingowy i wyższa inflacja

Wzrost sprzedaży porównywalnej (Lfl) na poziomie 7.1% jest zgodny z oczekiwaniami. Wzrost ten wynikał głównie ze zrównoważonego zwiększenia wolumenów sprzedaży, jak i cen, będącego pochodną wdrożenia nowych inicjatyw, w tym rozszerzenia oferty małej gastronomii Żabka Café 2.0



## EBITDA i zysk netto za IV kw. 2024 r.

Skorygowany wynik EBITDA wzrósł do 987 mln PLN (+18% r/r) dzięki poprawie marży bezpośredniej i efektywności kosztowej. Marża na niezmiennym poziomie 14,3%

Skorygowany Zysk netto<sup>1</sup> wyniósł 294 mln PLN, tj. wzrost o +28%, przy pozytywnym wpływie dźwigni operacyjnej, niższych kosztów finansowych i obniżenia efektywnej stawki podatkowej, który częściowo zniwelowały jednorazowe koszty IPO



## Wolne przepływy pieniężne i zadłużenie w IV kw. 2024 r.

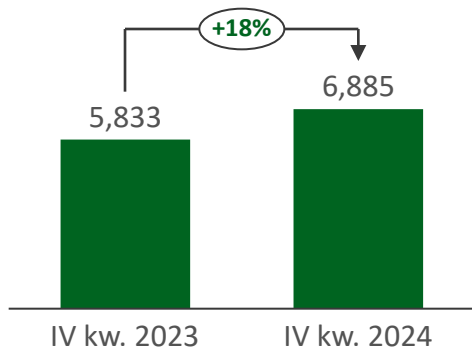
W IV kw. 2024 r. wolne przepływy pieniężne wyniosły (377 mln) PLN i były o ok. 12% wyższe niż w ubiegłym roku dzięki wysokiemu wynikowi EBITDA po uwzględnieniu czynszów z tytułu najmu

W rezultacie wskaźnik długu netto do skorygowanego wyniku EBITDA po uwzględnieniu czynszów z tytułu najmu za ostatnie 12 miesięcy spadł do 1,5x z poziomu 2,3x rok wcześniej

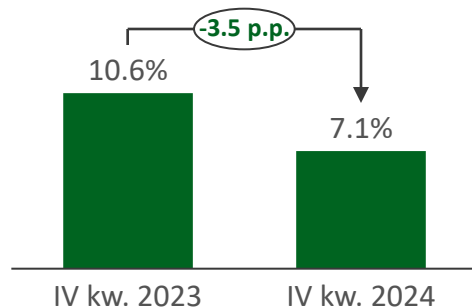


# Dobre wyniki za IV kw. 2024 r. odzwierciedlone we wszystkich kluczowych wskaźnikach

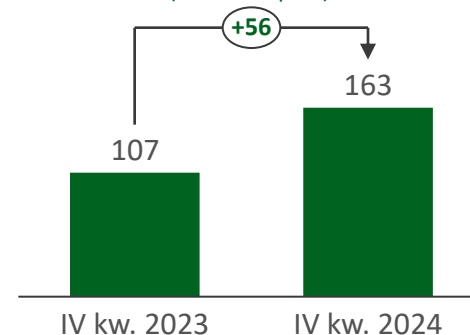
**Sprzedaż do klienta końcowego<sup>1</sup>**  
(w mln PLN)



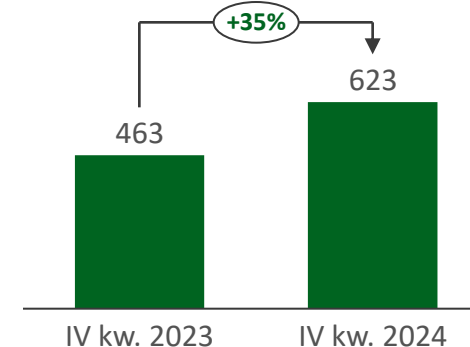
**Wzrost LFL<sup>2</sup>**  
(%)



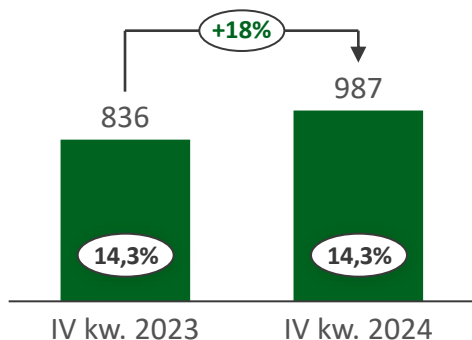
**Nowo otwarte sklepy w ujęciu netto**  
(liczba sklepów)



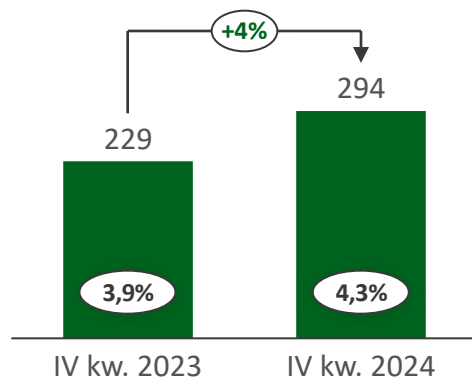
**Nakłady inwestycyjne**  
(w mln PLN)



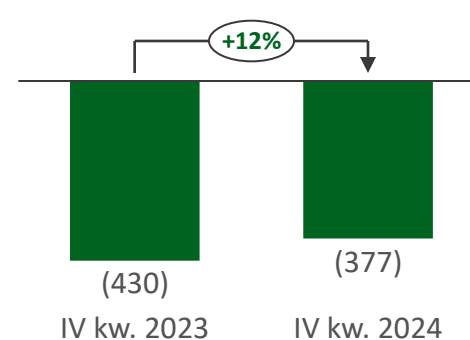
**Skorygowany wynik EBITDA i marża<sup>3</sup>**  
(w mln PLN / %)



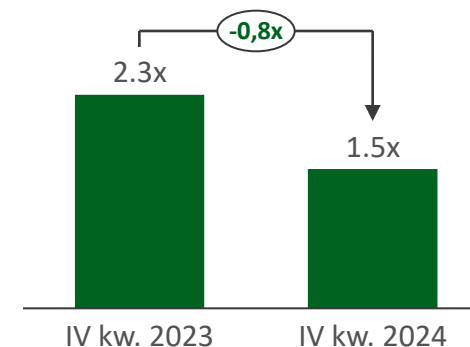
**Skorygowany Zysk netto i marża<sup>4</sup>**  
(w mln PLN)



**Wolne przepływy pieniężne<sup>5</sup>**  
(w mln PLN)



**Wskaźnik zadłużenia<sup>6</sup>**  
(x)



Źródło: dane Spółki.

1 Odpowiada sprzedaży sieci Żabka do klienta końcowego oraz sprzedaży Maczfit, Dietly, Drim Daniel, Froo i marek q-commerce. Nie jest to wartość tożsama z wykazywanymi przez Spółkę przychodami. 2 Sprzedaż porównywalna (Lfl) rozumiana jako porównanie dziennej sprzedaży do klienta końcowego zrealizowanej przez sklepy Żabka, które działały w danym dniu zarówno w okresie sprawozdawczym, jak i okresie porównawczym. 3 Skorygowana marża EBITDA obliczona na podstawie sprzedaży do klienta końcowego. 4 Po unettowaniu korektach do EBITDA. 5 Skorygowany wynik EBITDA (po uwzględnieniu czynszów z tytułu najmu), pomniejszony o nakłady inwestycyjne i powiększony o zmianę stanu kapitału obrotowego i rezerw. 6 Wskaźnik zadłużenia obliczany jako zadłużenie netto (z wyłączeniem zobowiązań z tytułu leasingu) / skorygowany wynik EBITDA po uwzględnieniu czynszów z tytułu najmu za ostatnie 12 miesięcy. Dane na dzień 31 grudnia 2024 r.



# Dobre wyniki za IV kw. 2024 r. odzwierciedlone we wszystkich kluczowych wskaźnikach

## Kluczowe wskaźniki finansowe

Wybrane KPI	IV kw. 2024	IV kw. 2023	Δ r/r
Liczba sklepów (na koniec okresu) <sup>1</sup>	11,069	10,014	1,055
Wzrost sprzedaży porównywalnej (Lfl) <sup>2</sup>	7.1%	10.6%	-
Sprzedaż do klienta końcowego <sup>3</sup>	6,885	5,833	18.0%
<b>RZS (w mln PLN)</b>			
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	<b>6,072</b>	<b>5,034</b>	<b>20.6%</b>
Koszty własne sprzedaży	(4,859)	(3,997)	21.6%
<b>Zysk brutto</b>	<b>1,212</b>	<b>1,037</b>	<b>16.9%</b>
<b>Raportowana EBITDA</b>	<b>891</b>	<b>804</b>	<b>10.8%</b>
Korekty	96	32	201.4%
<b>Skorygowany wynik EBITDA<sup>4</sup></b>	<b>987</b>	<b>836</b>	<b>18.0%</b>
Skorygowana marża EBITDA	14.3%	14.3%	0.0pp
<b>Skorygowany wynik EBIT</b>	<b>521</b>	<b>453</b>	<b>14.8%</b>
<b>EBIT</b>	<b>420</b>	<b>418</b>	<b>0.6%</b>
<b>Zysk netto</b>	<b>216</b>	<b>209</b>	<b>3.5%</b>
Marża zysku netto	3.1%	3.6%	(0.4pp)
<b>Skorygowany zysk netto<sup>5</sup></b>	<b>294</b>	<b>229</b>	<b>28.4%</b>
Marża skorygowanego zysku netto	4.30%	3.90%	0.4pp

Źródło: dane Spółki.

1 Uwzględniając sklepy Nano i sklepy w Rumunii. 2 Sprzedaż porównywalna (Lfl) rozumiana jako porównanie dziennej sprzedaży do klienta końcowego zrealizowanej przez sklepy Żabka, które działały w danym dniu zarówno w okresie sprawozdawczym, jak i okresie porównawczym. 3 Odpowiada sprzedaży sieci Żabka do klienta końcowego oraz sprzedaży Maczfit, Dietly, Drim Daniel, Froo i marek q-commerce. Nie jest to wartość tożsama z wykazywanymi przez Spółkę przychodami. 4 Skorygowany wynik EBITDA obliczony jako EBITDA przed uwzględnieniem czynszów z tytułu najmu i marż obliczonych na podstawie sprzedaży do klienta końcowego. 5 Skorygowany zysk netto obejmuje zysk netto powiększony o korekty EBITDA (głównie koszty IPO w 2024 r.) po uwzględnieniu efektu podatkowego.

# Korekty w 2024 r. dotyczą głównie procesu IPO, kosztów Programu LTIP i transakcji nabycia spółki DRIM

## Korekty wyniku EBITDA (w mln PLN)

Korekty	2024	2023
Koszty związane ze zmianami w strukturze właścicielskiej oraz pozyskiwaniem finansowania	81	16
Programy motywacyjne i dodatkowe wynagrodzenie z tytułu zakończenia współpracy z kluczowymi pracownikami	26	3
Wynik na zbyciu rzeczowych aktywów trwałych i prawa do użytkowania	15	4
Koszty reorganizacji Grupy i utworzenia nowych spółek	12	37
Przeklasyfikowanie minimalnego podatku obrotowego w Rumunii	5	0
Koszty związane z zapewnieniem ciągłości działania	2	32
Koszty transakcji połączeń i przejęć przedsiębiorstw	0	2
<b>Korekty razem</b>	<b>142</b>	<b>94</b>

# Bilans wg stanu na grudzień 2024 r. i dane porównywalne wg stanu na grudzień 2023 r.

## Bilans (w mln PLN)

	12.2024	12.2023	Δ r/r
Wartość firmy	3 439	3 387	1,5%
Rzeczowe aktywa trwałe	3 940	3 392	16,2%
Aktywa z tytułu prawa do użytkowania	4 527	3 728	21,4%
Pozostałe	1 281	1 305	(1,8%)
<b>Aktywa trwałe</b>	<b>13 188</b>	<b>11 812</b>	<b>11,6%</b>
Zapasy	1 092	775	40,9%
Należności z tytułu dostaw i usług	2 277	2 079	9,5%
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	750	649	15,6%
Pozostałe	261	255	2,4%
<b>Aktywa obrotowe</b>	<b>4 381</b>	<b>3 758</b>	<b>16,6%</b>
<b>Aktywa ogółem</b>	<b>17 569</b>	<b>15 571</b>	<b>12,8%</b>
Kredyty i pożyczki	4 219	5 045	(16,4%)
Zobowiązania z tytułu leasingu	4 090	3 368	21,4%
Pozostałe	305	137	122,6%
<b>Zobowiązania długoterminowe</b>	<b>8 614</b>	<b>8 550</b>	<b>0,7%</b>
Kredyty i pożyczki	330	173	90,8%
Zobowiązania z tytułu leasingu	764	644	18,6%
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług oraz pozostałe zobowiązania finansowe	5 871	4 742	23,8%
Pozostałe	601	564	6,6%
<b>Zobowiązania krótkoterminowe</b>	<b>7 566</b>	<b>6 123</b>	<b>23,6%</b>
<b>Zobowiązania ogółem</b>	<b>16 180</b>	<b>14 673</b>	<b>10,3%</b>
<b>Kapitał własny ogółem</b>	<b>1 389</b>	<b>898</b>	<b>54,7%</b>

## Aktywa

- Wzrost **aktywów trwałych** o 1 376 mln PLN (+11,6% r/r) **wynikał głównie z inwestycji** w nowe centrum logistyczne, modernizację sklepów, wyposażenie nowych sklepów i nowe umowy
- Aktywa obrotowe** zwiększyły się o 623 mln PLN (+16,6% r/r), co było związane ze **zwiększeniem skali działalności operacyjnej**



## Pasywa:

- Zobowiązania długoterminowe pozostały w 2024 r. na zasadniczo niezmiennym poziomie** w stosunku do roku 2023. Spadek wartości kredytów i pożyczek, wynikający z dodatniego wyniku EBITDA oraz spłaty zadłużenia, został częściowo skompensowany podpisaniem nowych umów leasingu
- Wraz z rosnącą skalą działalności nastąpił wzrost wartości **zobowiązań krótkoterminowych** o 1 129 mln PLN (+23,8% r/r), głównie ze względu na wyższą kwotę zobowiązań z tytułu dostaw i usług
- Kapitały własne Grupy** według stanu na grudzień 2024 r. **wynosiły 1 389 mln PLN**, co oznacza wzrost o 54,7% r/r, wynikający z osiągniętego zysku netto



Niniejsza prezentacja („Prezentacja”) została sporządzona przez Zabka Group, będącą spółką akcyjną (fr. *société anonyme*) zawiązaną i prowadzącą działalność zgodnie z prawem Wielkiego Księstwa Luksemburga, z siedzibą w Luksemburgu pod adresem rue Jean Monnet 2, L-2180 Luksemburg, Wielkie Księstwo Luksemburga, wpisaną do luksemburskiego Rejestru Handlowego (fr. *Registre de Commerce et des Sociétés*) pod numerem B263068 (dalej: „Spółka”), oraz przez jej jednostki zależne (dalej łącznie: „Grupa Kapitałowa” lub „Grupa”).

Żadnych informacji zawartych w niniejszym dokumencie nie należy traktować jako porady prawnej, podatkowej, inwestycyjnej, finansowej lub księgowej, ani też jako oferty akcji Spółki lub zaproszenia do inwestycji w Spółkę.

Prezentacja zawiera stwierdzenia dotyczące przyszłości. Stwierdzenia takie obejmują między innymi wypowiedzi odnoszące się do planów, celów i zamiarów, a także do założeń leżących u podstaw danych stwierdzeń. Słowa takie jak „może”, „będzie”, „oczekiwać”, „zamierzać”, „planować”, „szacować”, „przewidywać”, „uważać”, „kontynuować”, „prawdopodobieństwo”, „ryzyko” i inne podobne mają na celu wskazanie wypowiedzi stanowiących stwierdzenia dotyczące przyszłości, ale nie stanowią wyłącznego sposobu wskazywania takich stwierdzeń. Ze względu na swój charakter stwierdzenia dotyczące przyszłości obarczone są nieodłącznym ryzykiem i niepewnością zarówno na poziomie ogólnym, jak i szczegółów, w związku z czym zachodzi ryzyko nieziszczenia się określonych przewidywań, prognoz, założeń i innych stwierdzeń dotyczących przyszłości. Faktyczne wyniki osiągnięte przez Grupę mogą istotnie odbiegać od planów, celów, oczekiwań, szacunków i zamiarów wyrażonych w stwierdzeniach dotyczących przyszłości na skutek wielu ważnych czynników. Dotychczasowe wyniki Grupy nie stanowią wyznacznika jej przyszłych wyników.

Stwierdzenia dotyczące przyszłości są aktualne jedynie na dzień sporządzenia niniejszej Prezentacji. Stwierdzeń dotyczących przyszłości zawartych w niniejszej Prezentacji nie należy interpretować jako zapewnień lub prognoz Grupy odnośnie do jej oczekiwanych wyników w przyszłości. Niniejsza Prezentacja nie stanowi prognozy przyszłych wyników Grupy i nie powinien być traktowany jako taka prognoza, w związku z czym nie należy nadmiernie polegać na zawartych w niej stwierdzeniach dotyczących przyszłości. Spółka wyraźnie oświadcza, że nie jest zobowiązana do publikowania aktualizacji lub zweryfikowanych wersji jakichkolwiek stwierdzeń dotyczących przyszłości, z zastrzeżeniem sytuacji gdzie wymagają tego obowiązujące przepisy prawa lub regulacje. Żadne z zamieszczonych tu stwierdzeń nie ma w założeniu stanowić prognozy zysku.

Niektóre dane finansowe w niniejszej Prezentacji są prezentowane w zaokrągleniu, wobec czego sumy uzyskane poprzez dodanie liczb z poszczególnych wierszy lub kolumn mogą się różnić od podanych sum częściowych.

