



**żabka** group

## Prezentacja wyników za I kwartał 2026 r.

29 kwietnia 2026 r.

Niniejsza prezentacja („Prezentacja”) została sporządzona przez Zabka Group S.A. z siedzibą w Luksemburgu (dalej: „Spółka”, a wraz z podmiotami zależnymi – „Grupa”) w celu przedstawienia ogólnej sytuacji Spółki i Grupy na podstawie wybranych najistotniejszych danych i informacji. Prezentacja nie zawiera kompletnej ani kompleksowej analizy finansowej lub handlowej prowadzonej przez Grupę działalności ani też nie przedstawia jej sytuacji lub perspektyw w sposób kompletny bądź kompleksowy. Mimo dołożenia należytej staranności przy sporządzaniu niniejszej Prezentacji może ona zawierać niespójności lub pomijać niektóre informacje. Nie udziela się żadnych gwarancji ani nie składa żadnych zapewnień co do kompletności bądź rzetelności informacji zamieszczonych w niniejszej Prezentacji. Grupa ani żaden z członków jej organów, członków jej kadry kierowniczej, doradców bądź przedstawicieli nie ponosi odpowiedzialności za ewentualne szkody mogące wyniknąć z wykorzystania niniejszej Prezentacji, a jej treść w żadnym zakresie nie stanowi zobowiązania ani oświadczenia ze strony Grupy lub którejkolwiek z ww. osób.

Prezentacja nie stanowi oferty ani zaproszenia do sprzedaży, emisji bądź nabycia papierów wartościowych i nie należy jej traktować jako porady prawnej, podatkowej lub finansowej. W żadnym zakresie niniejszej Prezentacji nie należy uznawać za poradę inwestycyjną lub zachętę do dokonania inwestycji, niezależnie od jurysdykcji. Ponadto nie ma ona na celu zapewnienia podstaw do podjęcia jakiejkolwiek decyzji i nie należy jej tak interpretować. Nie należy jej również interpretować jako oferty, zaproszenia lub nakłaniania do zakupu, zagwarantowania emisji, objęcia, zapisu lub nabycia na innej zasadzie instrumentów finansowych Grupy. Osoby lub podmioty rozważające inwestycję w instrumenty finansowe Grupy powinny przeprowadzić własną, niezależną analizę oraz podjąć inne działania, jakie uznają za niezbędne, opierając się wyłącznie na informacjach ujawnionych przez Grupę w oficjalnych raportach sporządzonych i opublikowanych zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa.

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. 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 oddziaływania wielu istotnych 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 ani prognoz Grupy odnośnie do jej oczekiwanych wyników w przyszłości. Niniejsza Prezentacja nie stanowi prognozy przyszłych wyników Grupy i nie powinna być traktowana jako taka prognoza, w związku z czym nie należy nadmiernie polegać na zawartych w niej stwierdzeniach dotyczących przyszłości. Grupa wyraźnie oświadcza, że nie jest zobowiązana do publikowania aktualizacji ani zweryfikowanych wersji jakichkolwiek stwierdzeń dotyczących przyszłości, z zastrzeżeniem przypadków, w których jest to wymagane przez obowiązujące przepisy prawa.

Powielanie niniejszej Prezentacji lub jej rozpowszechnianie wśród innych osób, w tym jej przesyłanie pocztą bądź przekazywanie w inny sposób, może w niektórych jurysdykcjach podlegać ograniczeniom wynikającym z przepisów prawa, a osoby, które mogą otrzymać lub otrzymały niniejszą Prezentację, powinny zapoznać się z odnośnymi ograniczeniami i ich przestrzegać, gdyż ich nieprzestrzeganie może zostać uznane za naruszenie prawa.



Niniejsza prezentacja zawiera pewne wskaźniki finansowe, które nie są zdefiniowane ani określone w MSSF i w związku z tym stanowią tzw. Alternatywne Pomiar Wyników (ang. Alternative Performance Measures – „APM”) zgodnie z Wytycznymi ESMA w sprawie alternatywnych pomiarów wyników (ESMA/2015/1415). APM mają na celu umożliwienie lepszego zrozumienia podstawowych wyników operacyjnych i sytuacji finansowej Grupy. Nie należy ich jednak rozpatrywać w oderwaniu od wskaźników wynikających z zastosowania MSSF ani traktować jako ich substytutu.

APM stanowią istotny element komunikacji finansowej danej jednostki oraz istotne uzupełnienie informacji prezentowanych w sprawozdaniu finansowym. Są to wskaźniki finansowe niedefiniowane w mających zastosowanie przepisach w zakresie sprawozdawczości finansowej. To, czy dany wskaźnik stanowi APM, zależy zatem od ram regulacyjnych, zgodnie z którymi jednostka ustala i prezentuje swoje wyniki finansowe. Na potrzeby ustalenia wskaźników będących APM w przypadku Grupy przyjęto perspektywę jednostki sporządzającej sprawozdanie finansowe zgodnie z MSSF, lecz bez uwzględnienia wymogów obowiązujących w poszczególnych jurysdykcjach, których zastosowanie może dodatkowo wpływać na to, jakie miary finansowe kwalifikują się jako APM.

Zawarte w niniejszej prezentacji APM obejmują między innymi: sprzedaż do klienta końcowego (SKK), skorygowany wynik EBITDA, skorygowany wynik finansowy (zysk netto), nakłady inwestycyjne (CAPEX), wolne przepływy pieniężne (ang. Free Cash Flow – „FCF”) oraz wskaźnik długu netto do skorygowanego wyniku EBITDA. Dla każdego z tych wskaźników przedstawiono: (i) precyzyjną definicję, (ii) wyjaśnienie jego znaczenia dla oceny wyników Grupy oraz (iii) opis metodologii jego obliczania zgodnie z Wytycznymi ESMA. Pełne definicje oraz uwagi metodologiczne dotyczące wszystkich zawartych tu APM można znaleźć na slajdzie 22 („Definicje i metodologia obliczania APM”).

APM mogą różnić się od podobnych mierników stosowanych przez inne jednostki i nie można ich bezpośrednio porównywać z miernikami zgodnymi z MSSF. O ile Grupa uważa, że APM dostarczają inwestorom użytecznych informacji uzupełniających, należy pamiętać o nieodłącznie związanych z nimi ograniczeniach oraz konieczności zachowania ostrożności przy ich interpretacji. APM należy rozpatrywać łącznie ze zbadanym sprawozdaniem finansowym sporządzonym zgodnie z MSSF oraz z informacjami dodatkowymi do niego.

W celu ułatwienia odbioru niektóre oznaczenia na poszczególnych slajdach (np. „\*”) odsyłają do wyjaśnień APM zawartych w załączniku „Definicje i metodologia obliczania APM”. Grupa nie może udzielić gwarancji, że użyte tu APM będą obliczane w taki sam sposób za kolejne okresy sprawozdawcze, ani nie zobowiązuje się do aktualizacji ich definicji, chyba że będzie to wymagane przez obowiązujące przepisy prawa.





**Najistotniejsze informacje**

# 1Q 2026: skuteczna realizacja dalszej ekspansji sieci i stabilne wyniki operacyjne

Sprzedaż do klienta końcowego\*  
w 1Q 26

**7,4 mld PLN**  
+12,0% r/r



Wzrost LfL\* w 1Q 26

**+3,2%**



Liczba sklepów<sup>1</sup> na 31.03.2026

**12 750**  
+1 393 r/r

Liczba nowo otwartych sklepów  
brutto<sup>2</sup>



Skoryg. EBITDA\* za 1Q 26

**674 mln PLN**  
+13,1% r/r



Skoryg. marża EBITDA<sup>3</sup> za 1Q 26

**9,1%**  
+0,1 p.p. r/r



Dług netto/skoryg. EBITDA\*  
w 1Q 26

**1,1x**  
-0,4x r/r



Źródło: dane Spółki.

Przypisy: (1) Obejmuje sklepy pod szyldem Nano i sklepy w Rumunii. (2) Liczba nowo otwartych sklepów brutto w 2026 r. (3) Obliczona jako % SKK. (\*) Definicje i objaśnienia wszystkich Alternatywnych Pomiarów Wyników użytych w niniejszej prezentacji można znaleźć na slajdzie 22 „Skróty i definicje APM”, np. SKK [1]; skoryg. EBITDA [2]; skoryg. zysk netto [3]; wzrost LfL [4] oraz wskaźnik długu netto do skoryg. EBITDA [5].



## Otoczenie w 1Q 26

Na początku 2026 roku nastroje konsumenckie pozostawały generalnie stabilne, przy czym w marcu odnotowano przejściowe osłabienie, wynikające ze zwiększonej niepewności geopolitycznej na Bliskim Wschodzie...



... oraz negatywnym wpływem opadów śniegu i niższych temperatur na ruch w sklepach w styczniu i lutym, a następnie powrocie do oczekiwanej dynamiki wzrostu w marcu.



### 1Q 26 +1 393<sup>1</sup> nowo otwarte sklepy brutto (LTM)

Grupa na dobrej drodze do realizacji celu na poziomie ok. 1 300+ otwarć rocznie w Polsce i w Rumunii.

### Wzrost LfL na poziomie +3,2% w 1Q 26

Grupa pozostaje na ścieżce realizacji całorocznego celu wzrostu na poziomie średnich do wysokich wartości jednocyfrowych.

### Dalsza ekspansja w Rumunii:

W marcu 2026 r. sieć Froo liczyła 204 sklepów, w tym otwarcia w dwóch nowych miastach.

### Oferta cyfrowa (DCO):

Wdrożenie innowacyjnych usług i rozwiązań wspierających przyspieszenie wzrostu w najbliższych kwartałach.

Źródło: dane Spółki.

Przypisy: (1) Razem w Polsce i Rumunii. (\*) Definicje i objaśnienia wszystkich Alternatywnych Pomiarów Wyników użytych w niniejszej prezentacji można znaleźć na slajdzie 22 „Skróty i definicje APM”, np. SKK [1] i wzrost LfL [4].

## Otoczenie rynkowe i realizacja strategii

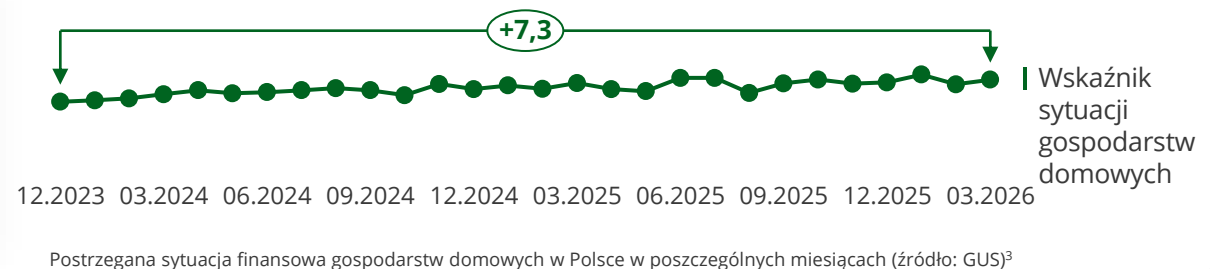
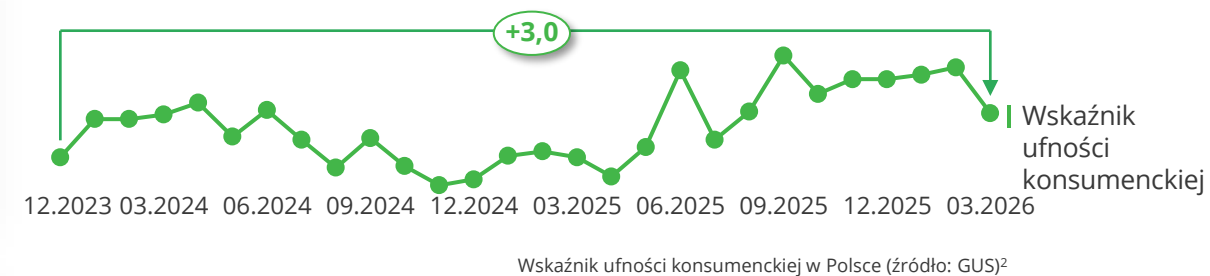
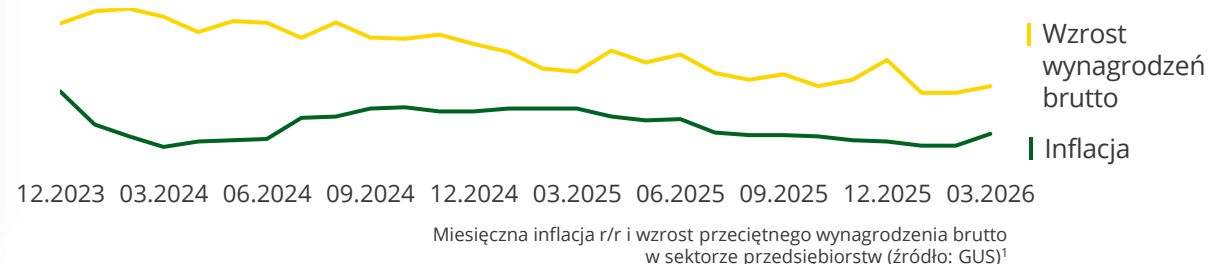
# Wpływ otoczenia gospodarczego na działalność Grupy pozostaje zasadniczo neutralny

## Na rynku widać zarówno oznaki optymizmu, jak i niepewności

Mimo przejściowych napięć na rynku energii, skutkujących nieznacznym wzrostem inflacji do 3% na początku 2026 r., dodatnia dynamika płac – mimo normalizacji – wspierała realne dochody rozporządchalne.

Pomimo utrzymującego się trendu wzrostowego, nastroje konsumenckie na początku 2026 r. odznaczały się krótkoterminową zmiennością, z przejściowymi spadkami związanymi z niepewnością geopolityczną na Bliskim Wschodzie.

Zgodnie ze wskaźnikiem sytuacji gospodarstw domowych GUS ocena własnej sytuacji finansowej przez konsumentów pozostawała pozytywna i zasadniczo stabilna w ciągu całego 2025 r. oraz na początku 2026 r.



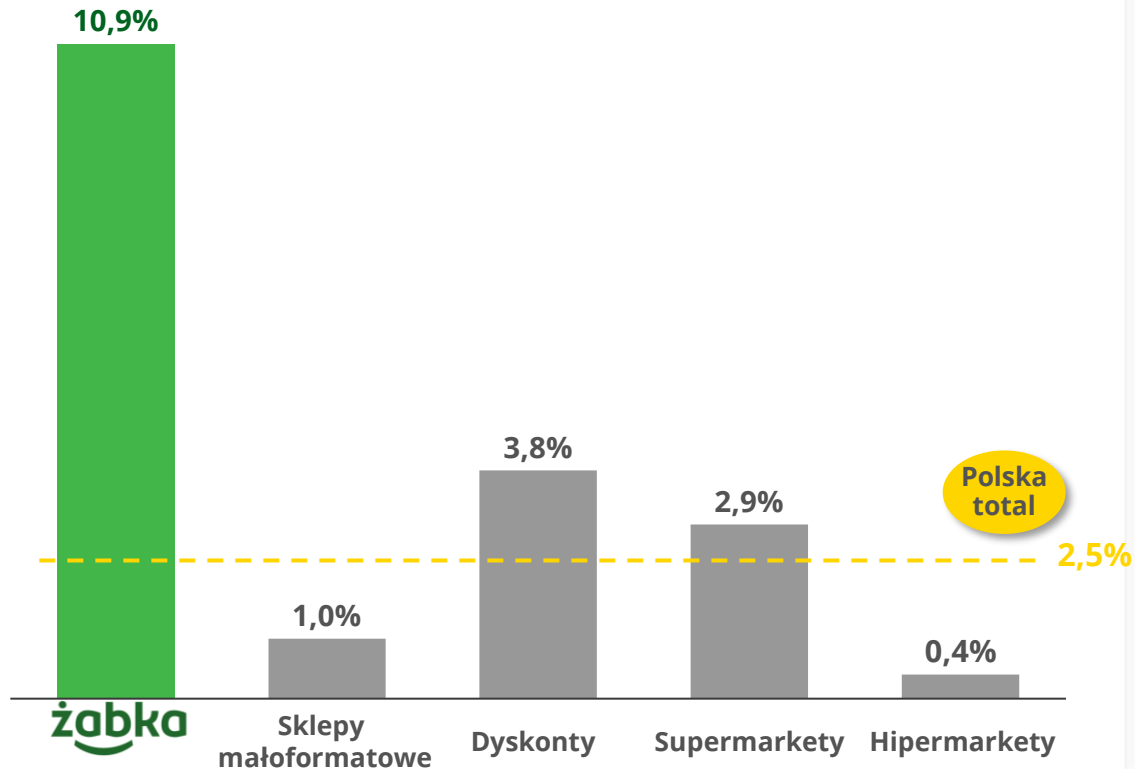
Źródło: GUS

Przypisy: (1) W cenach stałych. (2) Wskaźnik ufności konsumenckiej może przybierać wartości w zakresie od -100 do +100. Wartość dodatnia oznacza przewagę konsumentów o nastawieniu optymistycznym nad konsumentami o nastawieniu pesymistycznym, a wartość ujemna – sytuację odwrotną. (3) Syntetyczny wskaźnik odzwierciedlający bieżące postrzeganie 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 nadal rośnie szybciej niż rynek

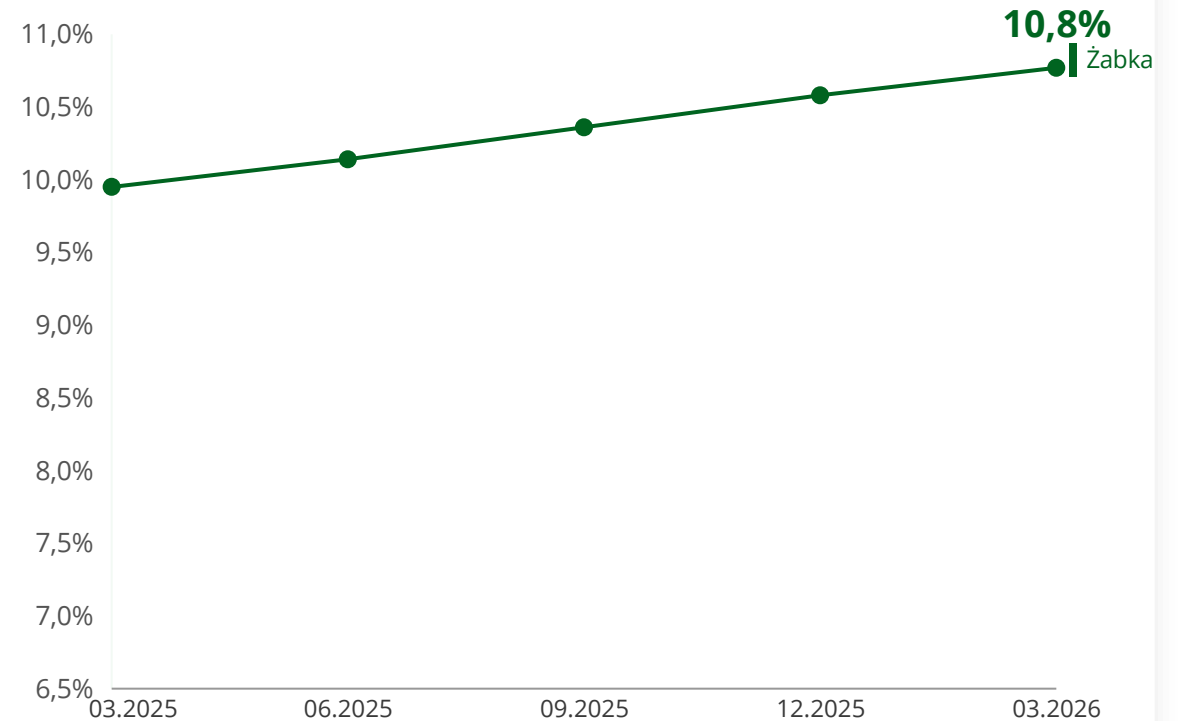
## Format Żabki zdecydowanie wyprzedził konkurencję...

Łączny wzrost polskiego rynku stacjonarnych zakupów spożywczych (z uwzględnieniem powierzchni) wg kanału sprzedaży<sup>1</sup> (1Q 26)



## ...czego efektem jest stale rosnący udział w rynku.

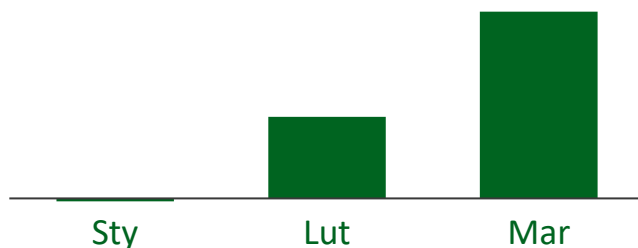
Zmiany udziału rynkowego Żabki w ujęciu kroczącym w okresach 12-miesięcznych<sup>2</sup> (2025–2026)



Źródło: Na podstawie danych NielsenIQ, które nie uwzględniają produktów świeżych nieoznaczonych kodem EAN, oraz danych Spółki

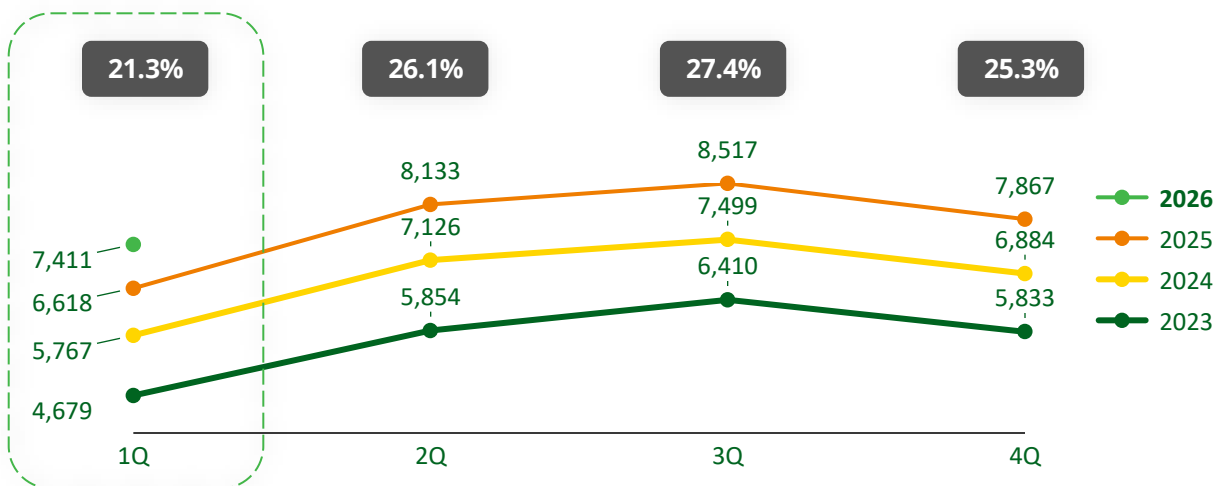
Przypisy: (1) Żabka Polska, sklepy małoformatowe, dyskonty, supermarkety i hipermarkety – wzrost r/r w okresie 12 miesięcy 2025 r. na podstawie koszyka obejmującego artykuły spożywcze w opakowaniach, chemia/kosmetyki i wyroby tytoniowe, według wartości sprzedaży. (2) Zgodnie z przekształconymi danymi Nielsen. Wskaźnik Total LTM Mar 26 odnosi się do udziału w rynku z ostatnich dwunastu miesięcy zakończonych w marcu 2026 r., tj. od marca 2025 r. do marca 2026 r., w odniesieniu do całego rynku w Polsce, w koszyku obejmującym produkty spożywcze w opakowaniach, chemia/kosmetyki oraz wyroby tytoniowe, według wartości sprzedaży.

## Ewolucja LfL w I kwartale



Chłodniejszy okres od stycznia do połowy lutego, w którym występowały obfite opady śniegu, **znaczaco wpłynął na ruch w sklepach**, a tym samym na dynamikę LfL. W dniach, w których temperatury były równe lub wyższe niż w roku ubiegłym, **wzrost LfL utrzymywał się w przedziale średnich do wysokich wartości jednocyfrowych** – dni te stanowiły jednak zaledwie 30% kwartału. 70% dni w 1Q 26 było chłodniejszych niż rok wcześniej. Wraz z poprawą pogody pod koniec lutego odnotowaliśmy wyraźną poprawę dynamiki na zakończeniu kwartału.

## Sprzedaż do klienta końcowego (w mln PLN) oraz udział w rocznej sprzedaży do klienta końcowego na podstawie wartości z 2025 r. (%)



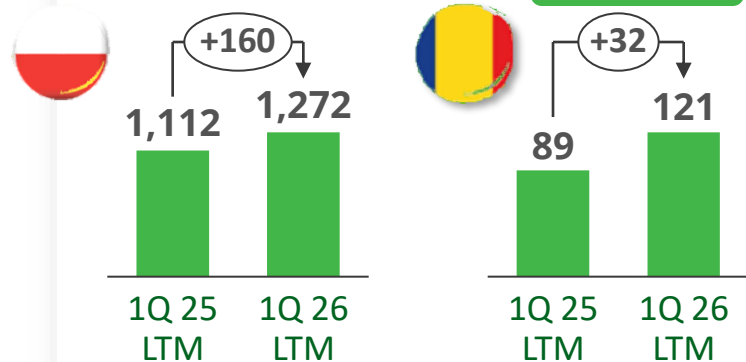
Działalność Grupy charakteryzuje się wyższą **sezonowością** niż w przypadku większości sieci handlu detalicznego – **na wyniki wpływają przede wszystkim warunki pogodowe** i związany z nimi poziom ruchu w sklepach, a w mniejszym stopniu okresy świąteczne. W efekcie pierwszy kwartał roku (zazwyczaj najchłodniejszy) ma zwykle **najmniejszy udział w rocznych wynikach sprzedaży**, podczas gdy trzeci kwartał (najcieplejszy) w największym stopniu kształtuje wyniki całoroczne.

Źródło: dane Spółki. Przypisy: (1) Szerokość słupka odpowiada liczbie dni w danej kategorii. (\*) Definicje i objaśnienia wszystkich Alternatywnych Pomiarów Wyników użytych w niniejszej prezentacji można znaleźć na slajdzie 22 „Skróty i definicje APM”, np. SKK [1] i wzrost LfL [4].

# Postępy w realizacji strategii



Liczba nowo otwartych sklepów pozostaje zgodna ze zaktualizowanym celem...



2 nowe miasta – Krajowa i Braşów

... co przekłada się na wyjątkowy zasięg sieci w Europie Środkowo-Wschodniej



... działania na rzecz wzrostu LfL przynoszą wymierne rezultaty ...



Kampania promująca gotowe dania: **Obiady Czwartkowe**

**30%+** wzrost sprzedaży r/r oraz **40%+** wzrost wolumenu<sup>1</sup>

**3** dodatkowych klientów na sklep dziennie

**500k+** dań gotowych sprzedawanych w czwartki



... a Nowe Silniki Rozwoju wprowadzają innowacyjne rozwiązania i usługi

## Automaty vendingowe

– ponad 40 urządzeń, ulokowanych głównie w fabrykach i biurach, notujących miesięczny wzrost sprzedaży na urządzenie o średnio 10% oraz wzrost liczby transakcji na urządzenie o 11%



Lite

delio supermarket online

Przekroczony próg **1 mln** zamówień

**8 mln** zamówień

Współpraca Maczfit z Jamie Oliverem



**Dane finansowe**

# Kluczowe dane finansowe: stabilny wzrost i rentowność oraz utrzymanie wydajności operacyjnej

## Sprzedaż do klienta końcowego w 1Q 26

Sprzedaż do klienta końcowego osiągnęła **7,4 mld PLN** (+12% r/r), co oznacza solidny wzrost w omawianym kwartale.



## Wzrost LfL w 1Q 26

Wzrost LfL na poziomie **3,2%**, przy poprawiającej się dynamice w trakcie kwartału oraz stabilnym wzroście w przedziale od średnich do wysokich jednocyfrowych wartości w dniach neutralnych pogodowo.



## Rozwój stacjonarnej sieci sprzedaży

**435** nowych sklepów w Polsce i Rumunii w 1Q 26. Utrzymujące się wysokie tempo otwierania nowych sklepów potwierdza zdolność Grupy do realizacji rocznego celu przekraczającego 1 300 nowych lokalizacji, czemu ponadto sprzyja stabilny napływ nowych franczyzobiorców.



## EBITDA za 1Q 26

Skoryg. EBITDA na poziomie **674 mln PLN**, przy wzroście marży do 9,1% (z 9,0% w 1Q 25), świadczącym o odporności modelu operacyjnego.

Raportowana EBITDA na poziomie **648 mln PLN** (+19% r/r), z uwzględnieniem kosztów niepieniężnych w wysokości 26 mln PLN dotyczących LTIP.



## Wynik netto za 1Q 26

Skorygowany wynik netto na poziomie **(51) mln PLN** – kolejny rok z mniejszą stratą za 1Q dzięki poprawie wyników operacyjnych, w tym zwiększeniu marży EBITDA, oraz efektywniejszej strukturze finansowania, która przełożyła się na spadek kosztów finansowych r/r.

Wynik netto na poziomie **(73) mln PLN**, co oznacza poprawę o ponad 50 mln PLN r/r, głównie dzięki lepszym wynikom operacyjnym.



## FCF i dźwignia finansowa w 1Q 26

Dodatknie FCF na poziomie **28 mln PLN**, odzwierciedlające wysoką dyscyplinę inwestycyjną oraz skuteczne zarządzanie kosztami, osiągnięte pomimo niekorzystnych zmian kapitału obrotowego związanych z zatowarowaniem sklepów.

Wskaźnik długu netto do EBITDA na poziomie **1,1x** świadczący o zachowaniu silnej struktury bilansu także w w słabszym 1Q oraz przy zaangażowaniu kapitału obrotowego.



Źródło: dane Spółki.

Przypisy: Marże obliczane jako % SKK\*. (\*) Definicje i objaśnienia wszystkich Alternatywnych Pomiarów Wyników użytych w niniejszej prezentacji można znaleźć na slajdzie 22 „Skróty i definicje APM”, np. wzrost LfL [4]; SKK [1]; skoryg. EBITDA [2]; skoryg. zysku netto [3]; wskaźnik długu netto do skoryg. EBITDA [5]; wolne przepływy pieniężne [6] oraz nakłady inwestycyjne (CAPEX) [7]. Dane wg stanu na 31 marca 2026 r.

# Dwucyfrowy wzrost przychodów i utrzymana rentowność

## Kluczowe wskaźniki finansowe

### Wybrane KPI

	1Q		
	1Q 26	1Q 25	Δ r/r
Liczba sklepów (na koniec okresu) <sup>1</sup>	12 750	11 460	11,3%
LFL <sup>2</sup>	3,2%	6,0%	(2,9 p.p.)
Marża franczyzobiorców (%) <sup>3</sup>	18,9%	18,3%	0,5 p.p.

### Wybrane wskaźniki finansowe

<b>Sprzedaż do klienta końcowego<sup>4</sup></b>	<b>7 411</b>	<b>6 618</b>	<b>12,0%</b>
Przychody ze sprzedaży <sup>5</sup>	6 565	5 666	15,9%
Koszt własny sprzedaży	(5 606)	(4 852)	15,5%
<b>Zysk brutto</b>	<b>959</b>	<b>814</b>	<b>17,8%</b>
Marża zysku brutto	12,9%	12,3%	0,6 p.p.
<b>Skorygowana EBITDA<sup>6</sup></b>	<b>674</b>	<b>596</b>	<b>13,1%</b>
Skorygowana marża EBITDA	9,1%	9,0%	0,1 p.p.
Amortyzacja	(503)	(439)	14,6%
Przychody i koszty finansowe netto	(210)	(227)	(7,3%)
<b>Skorygowany zysk netto</b>	<b>(51)</b>	<b>(77)</b>	<b>(33,0%)</b>
Marża skorygowanego zysku netto	(0,7%)	(1,2%)	0,5 p.p.
Raportowana EBITDA	648	545	19,0%
Raportowana marża EBITDA	8,7%	8,2%	0,5 p.p.
Zysk netto	(73)	(125)	(41,8%)
Marża zysku netto	(1,0%)	(1,9%)	0,9 p.p.

Korzystna struktura wzrostu organicznego, oparta na **dynamicznym wzroście LfL** oraz **ekspansji sieci stacjonarnej** – łącznie 435 nowych sklepów, w tym 403 w Polsce i 32 w Rumunii.

**Marża franczyzobiorców nieznacznie wzrosła w odniesieniu do sprzedaży do klienta końcowego r/r**, kompensując wpływ nieco słabszego otoczenia zewnętrznego. Do wzrostu przyczyniła się również rezerwa ujęta na koszty związane z franczyzą w odniesieniu do sprzedaży towarów dostarczonych pod koniec marca.

Niewielka poprawa rok do roku w marży skorygowanej EBITDA, napędzaną silnymi wynikami sklepów w Polsce, wspieranymi przez wyższy zysk brutto oraz dalsze wzrosty efektywności operacyjnej.

W stosunku do wartości sprzedaży do klienta końcowego **amortyzacja nieznacznie wzrosła r/r**, co wynika m.in. z faktu, że 1Q ma najniższy udział w sprzedaży rocznej.

Obniżenie oprocentowania głównych kredytów wykorzystywanych przez Grupę przełożyło się na spadek kosztów finansowych netto. Pozytywny efekt został częściowo zniwelowany przez wyższe koszty odsetkowe związane z najmem lokali sklepowych oraz brakiem korzystnego wpływu kursów walutowych, jaki wystąpił rok wcześniej.

**Raportowany wynik EBITDA oraz raportowany wynik netto zostały obciążone kosztami o charakterze niepieniężnym z tytułu LTIP.**

Źródło: Dane Spółki.

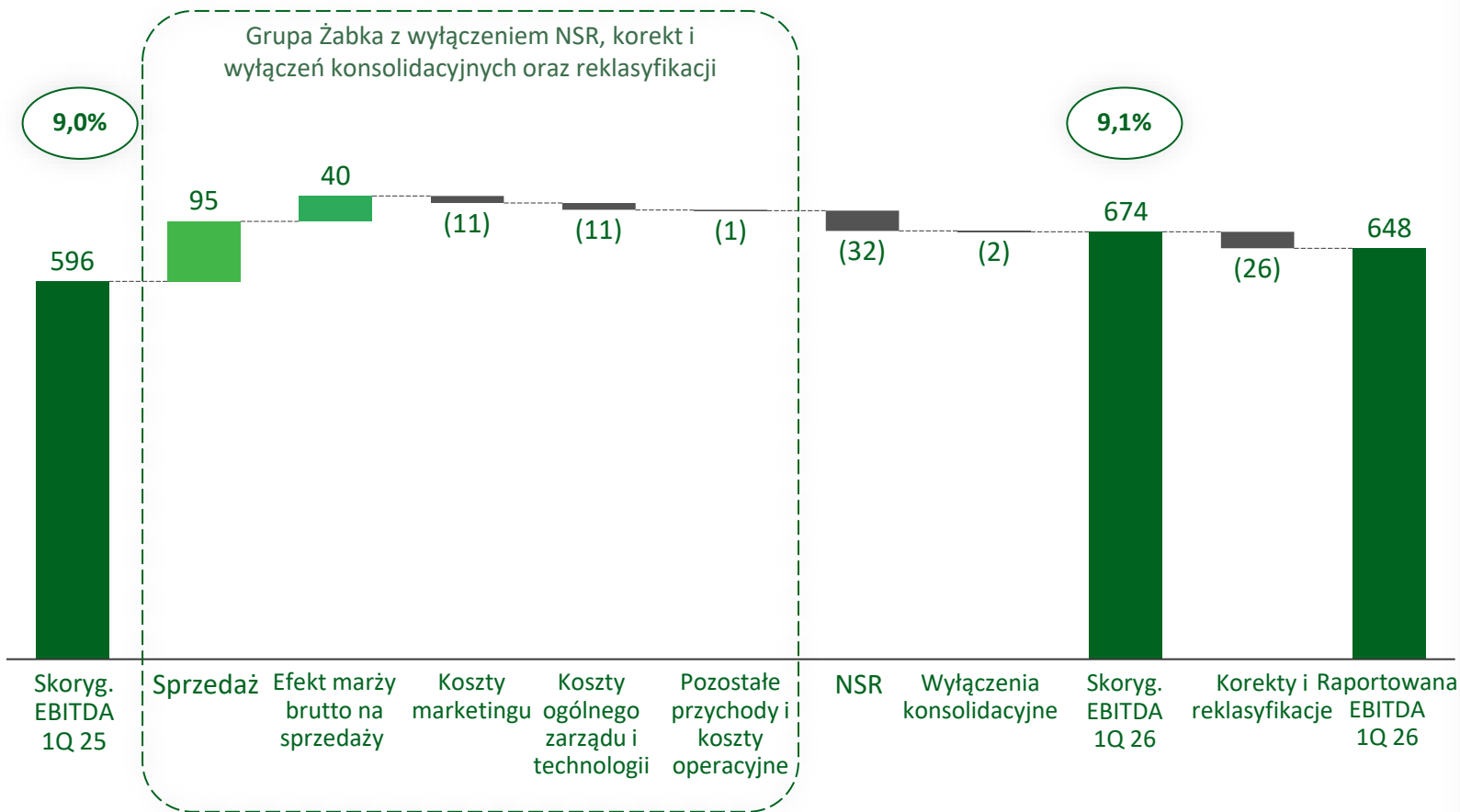
Przypisy: (1) Obejmuje sklepy pod szyldem Nano i sklepy w Rumunii. (2) Wzrost LfL rozumiany jako porównanie dziennej sprzedaży do klienta końcowego zrealizowanej przez sklepy Żabka, które działały w danym dniu zarówno w okresie sprawozdawczym, jak i okresie porównawczym. (3) W odniesieniu do SKK Żabka Polska. (4) Sprzedaż realizowana przez sklepy działające pod szyldem Żabka oraz przez Nowe Silniki Rozwoju. Wartość nie jest tożsama ze skonsolidowanymi przychodami ze sprzedaży. (5) Pozycja obliczona zgodnie z przepisami o rachunkowości. (6) Skoryg. EBITDA odpowiada wynikowi EBITDA przed uwzgl. czynszów z tyt. najmu, skorygowanemu o pozycje jednorazowe. Marże obliczono w stosunku do sprzedaży do klienta końcowego.

# Wysoki poziom skorygowanego wyniku EBITDA dzięki wzrostowi sprzedaży oraz rosnącej rentowności w Polsce

## Skorygowana EBITDA

(w mln PLN, 1Q 26)

x % sprzedaży do klienta końcowego



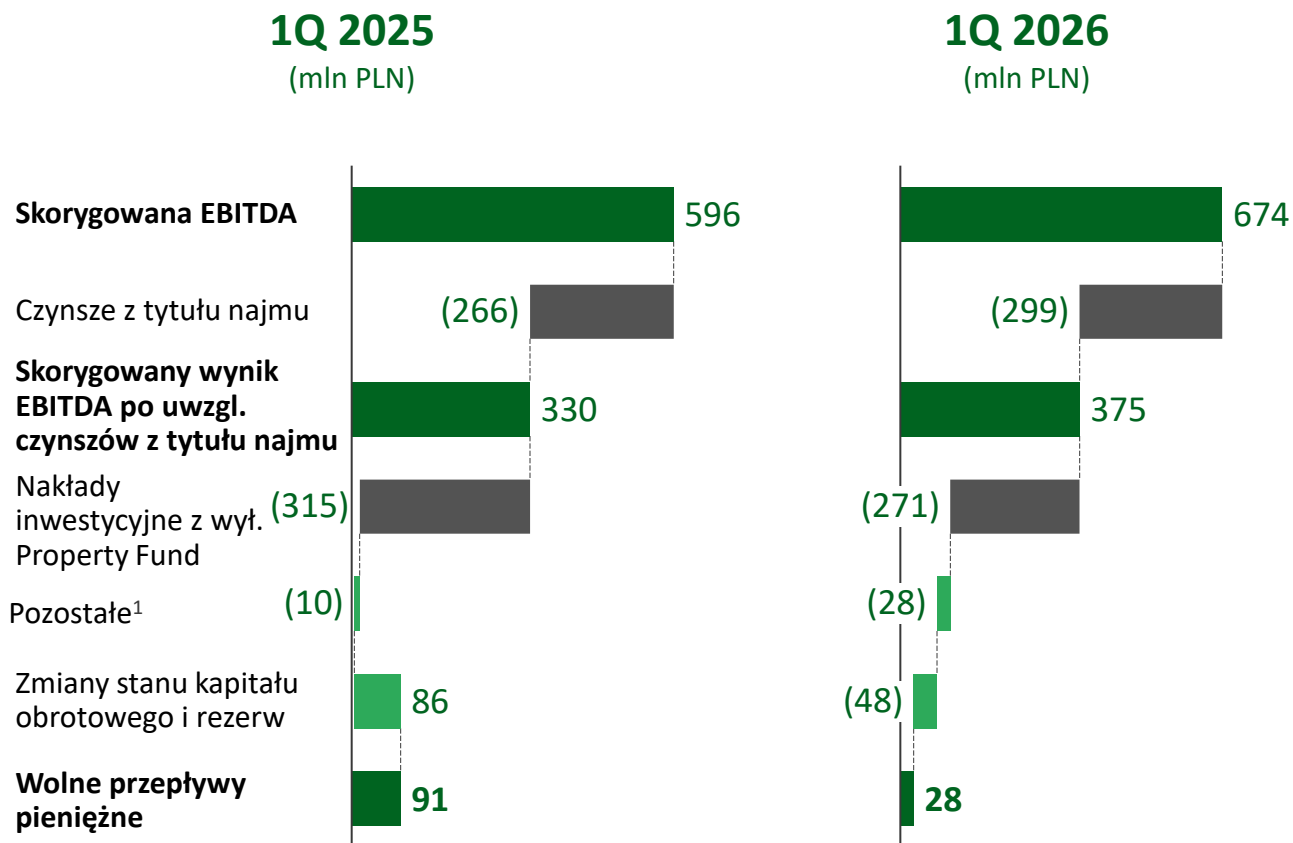
- Dalsza poprawa skorygowanej marży EBITDA pomimo trudnego otoczenia w 1Q 26.
- Wzrost wydatków na marketing, technologię i koszty ogólnego zarządu (G&A) odzwierciedla przede wszystkim dalsze skalowanie działalności, a także rozłożenie kosztów pomiędzy kwartały, częściowo wynikające ze zwiększonych działań marketingowych i promocyjnych w I kwartale 2026 roku.
- Dynamika skoryg. EBITDA segmentu NSR<sup>1</sup> nadal odzwierciedla wczesny etap rozwoju działalności w Rumunii, która pozostaje w fazie inwestycyjnej i wywiera przejściowy wpływ na wyniki segmentu.
- Korekty EBITDA dotyczyły niemal wyłącznie kosztów niepieniężnych związanych z LTIP (26 mln PLN).

Źródło: Dane Spółki.

Przypisy: Wykres sporządzony na podstawie sprzedaży netto Spółki. Marże obliczane jako % SKK\*. (1) Nowe Silniki Rozwoju (NSR) obejmują biznesy cyfrowe oraz działalność w Rumunii. (\*) Definicje i objaśnienia wszystkich Alternatywnych Pomiarów Wyników użytych w niniejszej prezentacji można znaleźć na slajdzie 22 „Skróty i definicje APM”, np. skoryg. EBITDA [2]; wzrost LfL [4] oraz SKK [1]



# Generowanie dodatnich przepływów pieniężnych przy jednoczesnej kontynuacji inwestycji we wzrost...



Wskaźnik konwersji wolnych przepływów pieniężnych<sup>2</sup>

27,5%

7,5%

Na generowanie dodatnich przepływów pieniężnych wpływ miały:

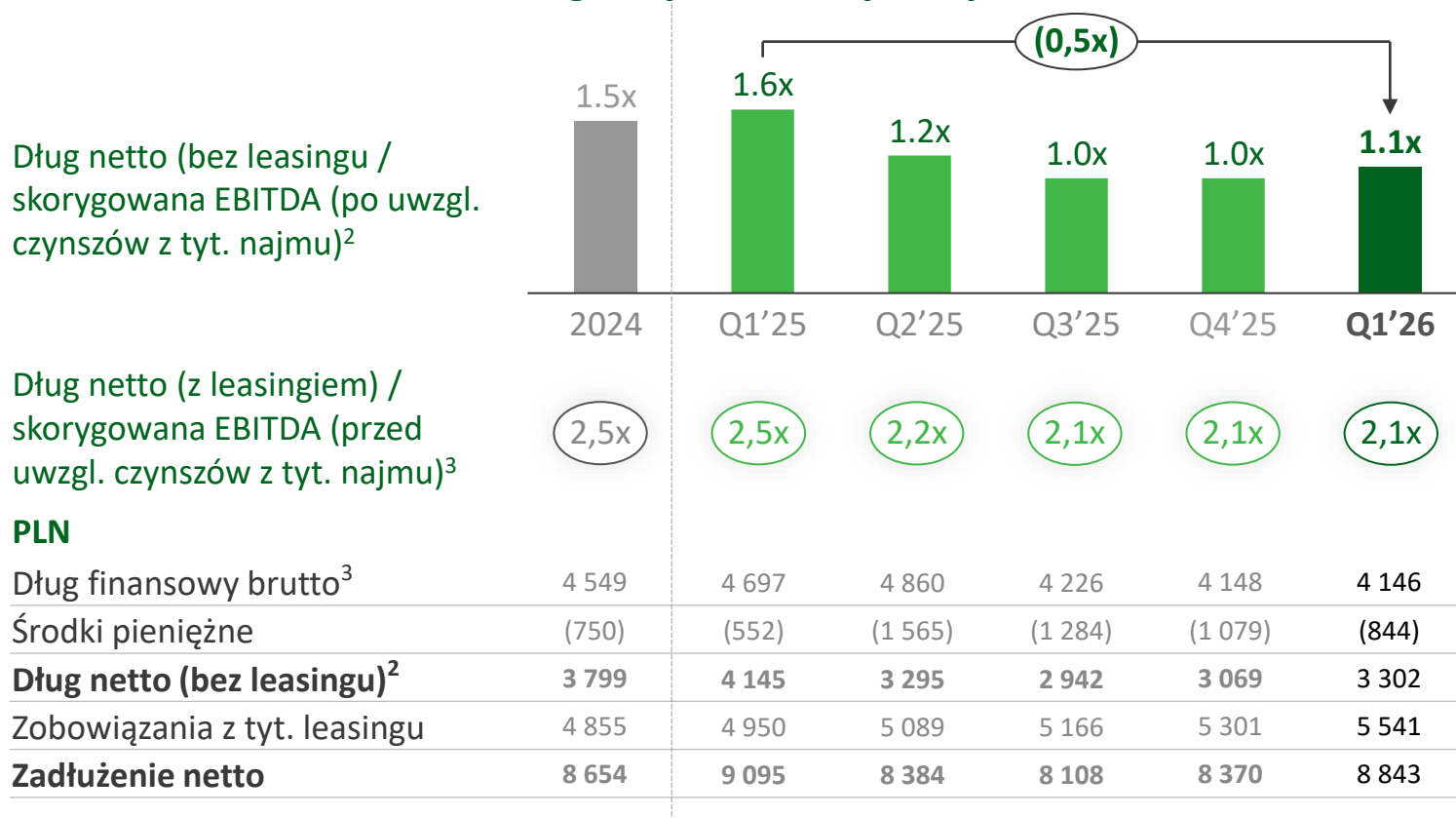
- Skorygowana EBITDA utrzymuje **solidne i stabilne tempo wzrostu**.
- **Wysoka dyscyplina inwestycyjna przyniosła korzyści** w pierwszym kwartale 2026 r., czego odzwierciedleniem jest ścisła kontrola poziomu nakładów w przeliczeniu na sklep.
- Niższy napływ kapitału obrotowego stanowi efekt intensywniejszej aktywności promocyjnej przed Świętami Wielkanocnymi oraz świadomego zwiększenia poziomu zapasów w sieci sklepów.



Źródło: Dane Spółki.

Przypisy: (1) Bieżące nakłady związane z inicjatywami prowadzącymi do zawarcia transakcji sprzedaży i leasingu zwrotnego. (2) Wolne przepływy pieniężne z wyłączeniem wpływu Property Fund. (2) Wskaźnik konwersji FCF oznacza stosunek wolnych przepływów pieniężnych do skorygowanej EBITDA po uwzględnieniu czynszów z tytułu najmu. (\*) Definicje i objaśnienia wszystkich Alternatywnych Pomiarów Wyników użytych w niniejszej prezentacji można znaleźć na slajdzie 22 „Skróty i definicje APM”, np. Skoryg. EBITDA [2]; skoryg. EBITDA po uwzgl. czynszów z tyt. najmu [8]; nakłady inwestycyjne (CAPEX) [9], wolne przepływy pieniężne (FCF) [6] i kapitał obrotowy netto [11].

## Wskaźnik zadłużenia netto<sup>1</sup>: dług netto (bez leasingu)<sup>2</sup> / skoryg. EBITDA po uwzgl. czynszów z tyt. najmu<sup>\*</sup>



- Wskaźnik zadłużenia\* uległ obniżeniu z poziomu **1,6x na koniec marca 2025 r.** do **1,0x na koniec grudnia 2025 r.**, a następnie nieznacznie wzrósł do **1,1x na koniec pierwszego kwartału 2026 r.** w związku z sezonowo wyższym zaangażowaniem kapitału obrotowego, zgodnym z tendencją odnotowywaną w 1Q także w ubiegłych latach.
- Równolegle dług finansowy netto (z wyłączeniem leasingu) uległ obniżeniu o **843 mln PLN**, tj. **20,3% r/r**, do stanu **3 302 mln PLN** na koniec 1Q 26.
- Pomimo wyższych zobowiązań leasingowych, wynikających z rozwoju sieci oraz indeksacji czynszów o inflację, wskaźnik uległ poprawie (w porównaniu z 1Q i 2Q 25), potwierdzając skuteczny proces redukcji zadłużenia



Źródło: dane Spółki.

Przypisy: (1) W odniesieniu do skoryg. EBITDA. (2) Bez efektu MSSF 16. (3) Zadłużenie brutto jest definiowane jako suma zobowiązań krótkoterminowych i długoterminowych z tytułu kredytów, pożyczek i obligacji. (\*) Definicje i objaśnienia wszystkich Alternatywnych Pomiarów Wyników użytych w niniejszej prezentacji można znaleźć na slajdzie 22 „Skróty i definicje APM”, np. wskaźnik zadłużenia [5].

# Podtrzymujemy nasze średnioterminowe oczekiwania

Planowana liczba nowych sklepów  
w 2026 r.

**ok. 1 300+**



– **Naszym celem jest otwarcie ponad 1 300 nowych sklepów w 2026 r.** i utrzymanie tego tempa rozwoju sieci w perspektywie średnioterminowej w Polsce i Rumunii

Wzrost LfL w 2026 r.

**wzrost w przedziale średnich  
do wysokich wartości  
jednocyfrowych**



– **Spodziewamy się średniego do wysokiego jednocyfrowego wzrostu LfL w roku 2026 r.** (zakładając wahania pomiędzy poszczególnymi kwartałami) i w perspektywie średnioterminowej

Skorygowana marża EBITDA  
**górną granicą przedziału  
12-13%**



– **Oczekujemy, że marża pozostanie na stabilnym poziomie** w perspektywie krótko- i średnioterminowej

Marża skorygowanego zysku netto w  
średnim okresie

**ok. 4,5%**



– **Spodziewamy się stopniowej poprawy marży skorygowanego zysku netto do zakładanego poziomu ok. 4,5% w perspektywie średnioterminowej** oraz jej stabilizacji w perspektywie krótkoterminowej po zdecydowanym wzroście w 2025 r. (marża na poziomie 3,2% wobec zakładanego 3,0%).





**żabka**group

## **PYTANIA I ODPOWIEDZI**

Niniejszy slajd zawiera definicje, objaśnienia oraz uwagi metodologiczne dotyczące obliczania wszystkich Alternatywnych Pomiarów Wyników („APM”), do jakich odnosi się niniejsza Prezentacja. Nie zostały one zdefiniowane w MSSF i w związku z tym są prezentowane zgodnie z Wytycznymi ESMA w sprawie alternatywnych pomiarów wyników. Poniższe informacje mają na celu umożliwienie użytkownikom zrozumienia podstawy, celu i ograniczeń każdego APM oraz zapewnienie ich przejrzystości, spójności oraz porównywalności pomiędzy kolejnymi okresami sprawozdawczymi.

## Tabela APM – skróty i definicje (1/2)

Lp.	APM	Skrót	Definicja	Znaczenie
1.	Sprzedaż do klienta końcowego	SKK	Sprzedaż realizowana przez sklepy działające pod szyldem Żabka, a także przez tzw. Nowe Silniki Rozwoju. Wartość ta nie jest tożsama z przychodami ze sprzedaży Spółki.	Stanowi miarę wyników podstawowej działalności handlowej Grupy oraz popyt generowany na poziomie klienta, wykraczającą poza przychody ze sprzedaży wykazywane zgodnie z MSSF.
2.	Skorygowany wynik operacyjny powiększony o odsetki, podatki i amortyzację	Skorygowana (skoryg.) EBITDA	Skorygowana EBITDA oznacza wynik EBITDA skorygowany o (i) wydatki poniesione na zapewnienie ciągłości działalności w wypadku wystąpienia nieprzewidzianych zdarzeń w otoczeniu Grupy, ochronę pracowników, franczyzobiorców i społeczeństwa, (ii) koszty reorganizacji Grupy, (iii) koszty związane ze zmianą struktury właścicielskiej i pozyskaniem finansowania, (iv) koszty związane z transakcjami łączenia i przejęć przedsiębiorstw, (v) koszty programów motywacyjnych i dodatkowego wynagrodzenia wypłacanego w związku z zakończeniem współpracy z kluczowymi pracownikami oraz (vi) wynik ze zbycia rzeczowych aktywów trwałych i aktywów z tytułu prawa do użytkowania.	Zapewnia lepszy obraz rentowności operacyjnej jednostki w czasie poprzez wyłączenie jednorazowych pozycji, niezwiązanych z bieżącą działalnością, których wpływ na wynik charakteryzuje duża zmienność.
3.	Skorygowany zysk netto	Skorygowany (skoryg.) Zysk netto	Zysk netto skorygowany o pozycje jednorazowe i niepieniężne, wyłączone z obliczeń skorygowanej EBITDA oraz o pozycje poniżej wiersza EBITDA.	Zapewnia większą porównywalność wyników poprzez eliminację zniekształceń spowodowanych pozycjami jednorazowymi lub niezwiązanymi z podstawową działalnością.
4.	Wzrost sprzedaży porównywalnej (Like-for-Like)	Wzrost LfL	Oznacza wzrost sprzedaży w ujęciu porównywalnym, tj. stanowi porównanie między okresami sprzedaży do klienta końcowego zrealizowanej wyłącznie przez te sklepy Żabka, które działały w danym dniu zarówno w okresie sprawozdawczym, jak i w okresie porównawczym.	Stanowi podstawowy wskaźnik organicznych wyników sprzedaży, eliminujący wpływ ekspansji sieci oraz zmian strukturalnych, przez co umożliwia użytkownikom ocenę dynamiki wzrostu porównywalnej bazy punktów sprzedaży.
5.	Wskaźnik zadłużenia (dług netto / skorygowany wynik operacyjny powiększony o odsetki, podatki i amortyzację)	Wskaźnik zadłużenia (dług netto / skoryg. EBITDA)	Wskaźnik zadłużenia (tzw. dźwigni finansowej), odpowiadający stosunkowi długu finansowego netto do skorygowanej EBITDA, tj. iloraz długu netto i skorygowanej EBITDA za poprzednie dwanaście miesięcy.	Stanowi kluczowy miernik dźwigni finansowej, rezerwy płynnościowej i zdolności do obsługi zadłużenia.
6.	Wolne przepływy pieniężne	FCF	FCF (ang. free cash flow) oznacza wolne przepływy pieniężne obliczane jako skorygowana EBITDA po uwzględnieniu czynszów z tytułu najmu, pomniejszona o nakłady inwestycyjne i powiększona o efekt transakcji leasingu zwrotnego oraz o zmianę stanu kapitału obrotowego i rezerw.	FCF wskazuje zdolność Grupy do konwersji rentowności operacyjnej na środki pieniężne i odzwierciedla elastyczność finansową, dyscyplinę kapitałową oraz zdolność do samofinansowania wzrostu.
7.	Marża franczyzobiorców	---	Marża franczyzobiorców stanowi kwotę uzyskiwaną przez franczyzobiorców ze sprzedaży produktów powiększoną o wynagrodzenie motywacyjne otrzymywane od Żabki.	Odzwierciedla kondycję finansową i trwałość sieci franczyzowej, ukazując wyniki finansowe oraz efektywność operacyjną na poziomie franczyzobiorcy.
8.	Nakłady inwestycyjne	CAPEX	Oznacza sumę zwiększeń stanu innych wartości niematerialnych oraz rzeczowych aktywów trwałych ujętych w skonsolidowanym sprawozdaniu z przepływów pieniężnych Grupy. Dzieli się na: inwestycje rozwojowe (oznaczają CAPEX pomniejszony o inwestycje odtworzeniowe) oraz inwestycje odtworzeniowe, [które oznaczają nakłady poniesione zasadniczo w związku z utrzymaniem istniejącej bazy aktywów, w szczególności wymianą wyposażenia sklepów oraz aktywami logistycznymi innymi niż nowe centra dystrybucji, oraz inwestycje w segmencie „Przywództwo strategiczne i funkcje centralne (o ile nie dotyczą przedsięwzięć rozwojowych lub związanych ze znaczną ekspansją)].	Wskazuje podstawowy poziom inwestycji niezbędnych do utrzymania działalności oraz zapewnienia jej rozwoju i ekspansji, a ponadto odzwierciedla stałe zapotrzebowanie na środki pieniężne.

Tabela APM – skróty i definicje (2/2)

Lp.	APM	Skrót	Definicja	Znaczenie
9.	Skorygowany wynik operacyjny powiększony o odsetki, podatki i amortyzację (po uwzględnieniu czynszów z tytułu najmu)	Skoryg. EBITDA (po uwzgl. czynszów z tyt. najmu)	Oznacza skorygowaną EBITDA pomniejszoną o kwotę czynszów z tytułu najmu (tj. koszty najmu nieruchomości ujmowane w wysokości, w jakiej są ponoszone).	Zapewnia lepszy obraz regularnie wypracowywanych przez Grupę wyników operacyjnych poprzez uwzględnienie wpływu kosztów najmu przy jednoczesnym wyłączeniu pozycji jednorazowych lub niezwiązanych z podstawową działalnością. Stanowi kluczowy wskaźnik efektywności operacyjnej i zdolności do generowania środków pieniężnych w sieciach handlowych ponoszących znaczące koszty najmu.
10.	Zysk na akcję	EPS	EPS (ang. earnings per share) oznacza wynik finansowy jednostki przypadający akcjonariuszom posiadającym akcje zwykłe, podzielony przez średnią ważoną liczbę wyemitowanych i nieumorzonych akcji zwykłych. Stanowi miarę zysku przypadającego na jedną akcję i jest powszechnie stosowany przez inwestorów do oceny rentowności jednostki i jej zdolności do tworzenia wartości w przeliczeniu na akcję.	EPS stanowi kluczowy wskaźnik zdolności jednostki do tworzenia wartości dla akcjonariuszy, świadczący o skuteczności, z jaką Grupa przekształca zysk netto w zwroty dla akcjonariuszy. Umożliwia użytkownikom ocenę rentowności w przeliczeniu na akcję oraz porównanie wyników z innymi spółkami i oczekiwaniami rynkowymi.
11.	Kapitał obrotowy netto	NWC	Kapitał obrotowy netto odpowiada różnicy pomiędzy aktywami obrotowymi a zobowiązaniami krótkoterminowymi jednostki. Stanowi miarę płynności krótkoterminowej oraz kapitału niezbędnego do finansowania bieżącej działalności operacyjnej. Choć jego składowe wynikają z pozycji ujmowanych zgodnie z MSSF, NWC jako skonsolidowany miernik nie jest zdefiniowany w ramach MSSF i w związku z tym jest prezentowany jako APM. Dodatnia wartość NWC oznacza, że aktywa obrotowe przewyższają zobowiązania krótkoterminowe, zwiększając zdolność Grupy do regulowania zobowiązań krótkoterminowych i finansowania bieżącej działalności.	NWC zapewnia wgląd w efektywność cyklu operacyjnego oraz poziom kapitału ulokowanego w zapasach oraz należnościach i zobowiązaniach handlowych. Stanowi kluczowy czynnik kształtujący wolne przepływy pieniężne, odzwierciedlający dyscyplinę w zarządzaniu kapitałem obrotowym oraz zdolność Grupy do generowania i utrzymywania płynności finansowej.



**Thank you**

