



żabka group

Prezentacja wyników za II kwartał i I półrocze 2026 r.

31 lipca 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 wynikać 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. Niniejszej Prezentacji nie należy w żadnym zakresie 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 tego, jak kształtować się będą jej wyniki w przyszłości. 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, które nie mają swojej definicji 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.

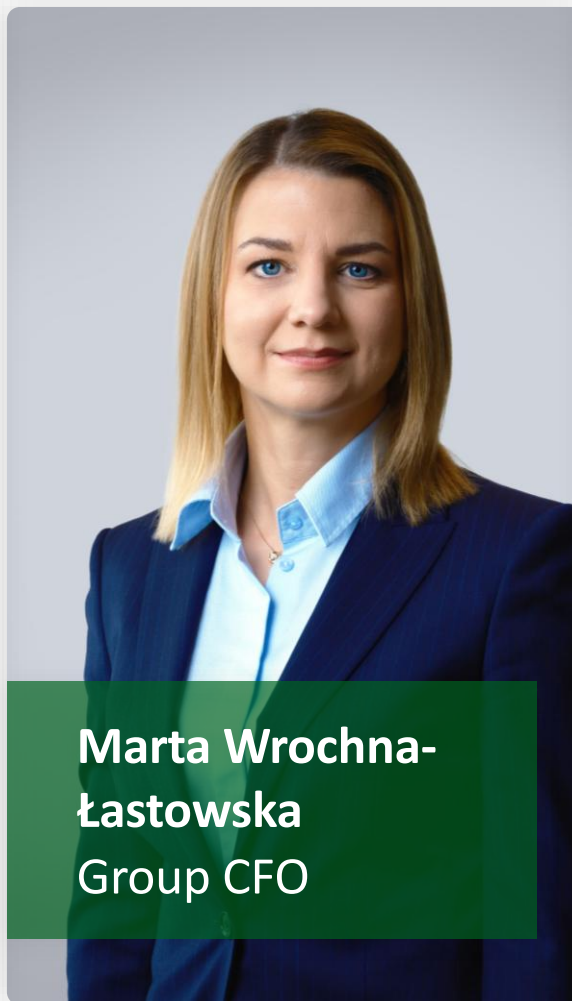
Zawarte w niniejszej prezentacji APM obejmują między innymi: sprzedaż do klienta końcowego (SKK), skorygowany wynik EBITDA, skorygowany wynik finansowy (zysk netto, nakłady inwestycyjne (CAPEX), wolne przepływy pieniężne (ang. Free Cash Flow – „FCF”) oraz wskaźnik długu netto do skorygowanego wyniku 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 23 („APM – skróty i definicje”).

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.



Tomasz Suchański
Group CEO,
Chairman of the
Board



**Marta Wrochna-
Łastowska**
Group CFO



Tomasz Blicharski
Group Chief Strategy
& Development
Officer



Najistotniejsze informacje

II kwartał 2026: Dalszy wzrost, poprawa marż i wysokie przepływy pieniężne dzięki konsekwentnej realizacji strategii

Sprzedaż do klienta końcowego*
w II kw. 2026

9,2 mld PLN
+13,2% r/r



Wzrost LfL* w II kw. 2026

+4,0%



Liczba sklepów¹ na 30.06.2026

13 063
+1 368 r/r

Nowo otwarte sklepy
brutto²



Skoryg. EBITDA* za II kw. 2026

**1 228 mln
PLN**
+16,2% r/r



Skoryg. marża EBITDA³ za II kw.
2026

13,3%
+0,3 p.p. r/r



Dług netto/skoryg. EBITDA* w II
kw. 2026

0,7x
-0,5x r/r



Źródło: dane Spółki.

Przypisy: (1) Obejmuje sklepy pod szyldem Nano i sklepy w Rumunii. (2) Liczba nowo otwartych sklepów brutto w okresie ostatnich 12 miesięcy (LTM). (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].



Skutecznie realizujemy strategię, pozostając na dobrej drodze do osiągnięcia wyznaczonych celów

Otoczenie w II kw. 2026

Mimo stopniowej poprawy nastrojów konsumenci pozostawali ostrożni w obliczu utrzymującej się niepewności makroekonomicznej i geopolitycznej...



...co przełożyło się na ograniczoną dynamikę wzrostu handlu detalicznego artykułami spożywczymi i szybkozbywalnymi, a niższa inflacja cen żywności oznaczała mniej sprzyjające otoczenie rynkowe względem poprzednich okresów.



... przy czym wzrost Żabki pozostał solidny mimo braku korzystnych warunków atmosferycznych m.in. dzięki dalszemu zwiększaniu udziału w rynku, wysokiej dynamice sprzedaży kluczowych kategorii oraz skutecznej realizacji zaplanowanych działań.



II kw. 2026: +1 368¹ nowo otwartych sklepów brutto (LTM)

Realizacja zgodna z celem zakładającym 1 300+ otwarć rocznie w Polsce i Rumunii.

Wzrost LfL na poziomie +4,0% w II kw.

Całoroczny cel wzrostu w przedziale od średnich do wysokich wartości jednocyfrowych pozostaje bez zmian, ponieważ największy wpływ na wynik roczny ma okres letni.

Dalsza ekspansja w Rumunii:

W czerwcu 2026 r. sieć Froo liczyła 240 sklepów, co oznacza istotny postęp w porównaniu z poprzednim rokiem.

Oferta cyfrowa:

Nowe usługi, w tym Żappka Pay oraz 170+ automatów vendingowych w Polsce i Niemczech, tworzą podstawy do dalszego wzrostu.

Źródło: dane Spółki.

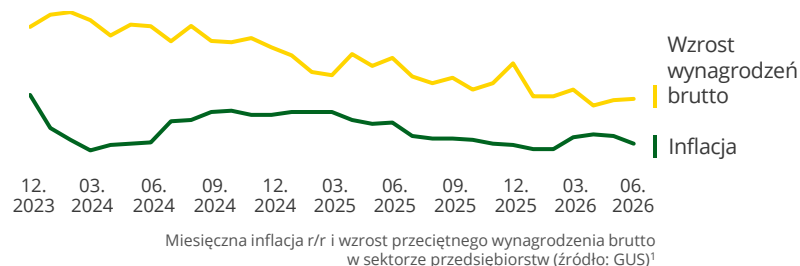
Przypisy: (1) Razem w Polsce i Rumunii. (*) Definicje i objaśnienia wszystkich Alternatywnych Pomiarów Wyników użytych w niniejszej prezentacji można znaleźć na slajdzie 22 „Skróty i definicje APM”.

Otoczenie rynkowe i realizacja strategii

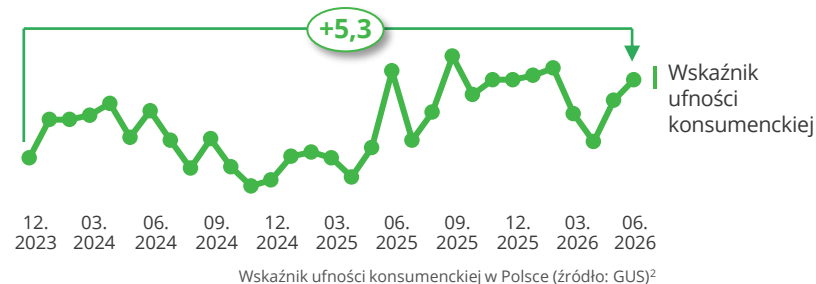
Stopniowa poprawa wskaźników konsumenckich wraz ze stabilizacją otoczenia gospodarczego

Podstawowe dane dotyczące konsumpcji pozostają stabilne pomimo niejednoznacznej sytuacji rynkowej...

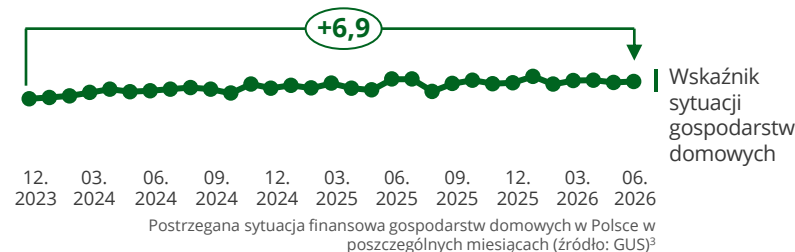
— Inflacja CPI w kluczowych kategoriach utrzymywała się w II kw. 2026 na umiarkowanym poziomie, a dynamika wzrostu wynagrodzeń nadal wyhamowywała. W rezultacie realne dochody w dalszym ciągu sprzyjały konsumpcji, a wzrost LfL Żabki przewyższał tempo wzrostu rynku.



— Zaufanie konsumentów zmalało w I kw. 2026, co odzwierciedla wzrost ostrożności w zakresie wydatków uznaniowych. Najnowsze odczyty wskazują jednak na stabilizację, a wartość wskaźnika na koniec okresu sugeruje pobudzenie konsumpcji gospodarstw domowych.

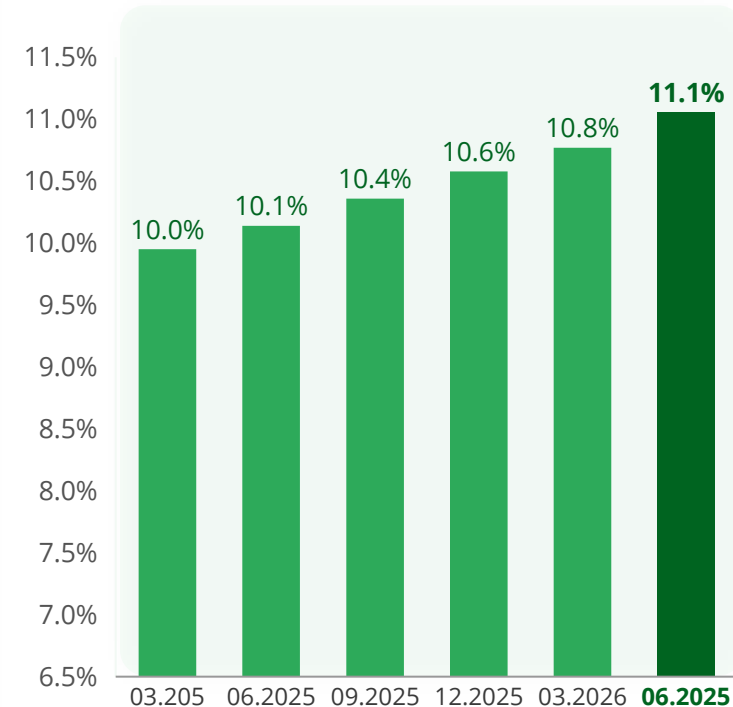


— Ocena własnej sytuacji finansowej przez konsumentów pozostaje pozytywna, co tworzy zasadniczo sprzyjające warunki dla konsumpcji gospodarstw domowych w kolejnych okresach.



...podkreślając zdolność Żabki do dalszego zwiększania udziałów rynkowych

Zmiany udziału rynkowego Żabki w ujęciu kroczącym w okresach 12-miesięcznych⁴ (2025–2026)



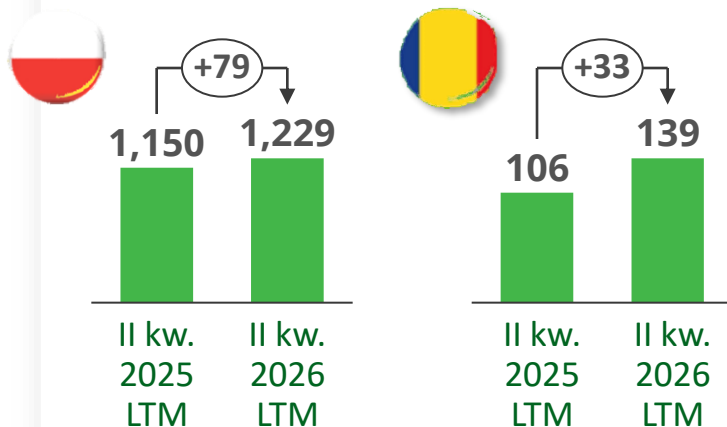
Źródło: GUS

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); (4) Zgodnie z przekształconymi danymi Nielsen. Wskaźnik Total LTM Jun 26 odnosi się do udziału w rynku z ostatnich dwunastu miesięcy zakończonych w czerwcu 2026 r., tj. od czerwca 2025 r. do czerwca 2026 r., w odniesieniu do całego rynku w Polsce, w koszyku obejmującym produkty spożywcze w opakowaniach, chemia/kosmetyki oraz wyroby tytoniowe, według wartości sprzedaży.

Postępy w realizacji strategii



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



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



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

Rozwój QMS dzięki wprowadzeniu konceptu „Cukiernia”

- rozbudowa oferty o wysokiej jakości ciasta i desery w domowym stylu.

Bardzo dobre wyniki początkowe, przekraczające wewnętrzne założenia; planowane jest dalsze wdrażanie konceptu.



Oferta śniadaniowa - odpowiedź

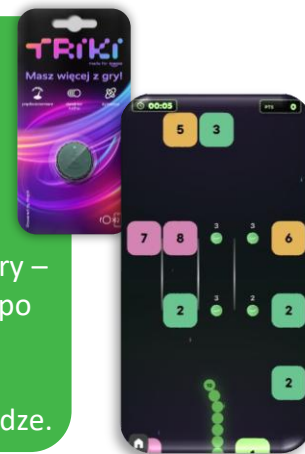
na poranne potrzeby zakupowe w postaci asortymentu ciepłych i zimnych produktów śniadaniowych w godz. 6.00–9.00.

Ta inicjatywa pomogła nam zwiększyć sprzedaż oferty śniadaniowej o 50% w tych godzinach.



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

Triki – wprowadzenie najmniejszego na świecie kontrolera do gier, zaprojektowanego specjalnie dla Żabki. Oferta obejmuje różnorodne gry – od klasyków, takich jak Snake, po pokoje gier tworzone we współpracy z dostawcami. Żappsy umożliwiają udział w Lidze.



Pilotaż nowego formatu dostaw

Żabka Jush w Kołobrzegu – testowanie

dostaw w 15 minut bezpośrednio ze sklepu w średniej wielkości miastach. W tym sezonie planowane są pilotaże w kolejnych miejscowościach turystycznych.



Dane finansowe

Kluczowe dane finansowe: rentowny wzrost dzięki odporności operacyjnej, wysokim przepływowi pieniężnym i dalszemu wzmocnieniu bilansu

Sprzedaż do klienta końcowego w II kw. 26

Sprzedaż do klienta końcowego osiągnęła **9,2 mld PLN** (+13,2% r/r), do czego przyczyniło się przyspieszenie wzrostu LfL w porównaniu z poprzednim kwartałem oraz dalszy rozwój sieci sprzedaży.

Dobre wyniki nowych sklepów potwierdzają skalowalność obranego modelu ekspansji i przyczyniają się do utrzymania dwucyfrowego wzrostu w całej sieci.



Wzrost LfL w II kw. 26

Wzrost LfL przyspieszył do **4,0% w II kwartale** (I kwartał: 3,2%).

Na wzrost ten wpływ miało dalsze zwiększanie udziału w rynku oraz dobre wyniki kategorii strategicznych, zwłaszcza QMS i napojów, mimo ograniczonego wsparcia ze strony czynników zewnętrznych.



Rozwój stacjonarnej sieci sprzedaży

W Polsce i Rumunii w II kw. 26 otwarto **343 nowe sklepy**, co zwiększyło łączną liczbę placówek do 13 063. Liczba otwarć w okresie ostatnich 12 miesięcy utrzymała się na wysokim poziomie 1 368 sklepów.

Utrzymujące się wysokie tempo otwierania nowych sklepów potwierdza zdolność Grupy do realizacji rocznego celu przekraczającego 1 300 nowych lokalizacji, którą wspiera stabilny napływ nowych franczyzobiorców.



EBITDA w II kw. 26

Skoryg. EBITDA na poziomie **1 228 mln PLN**, przy wzroście marży do 13,3% (2Q 25: 13,0%), co świadczy o wysokiej odporności modelu operacyjnego oraz dalszej poprawie efektywności dzięki usprawnieniom procesów logistycznych, skutecznej kontroli kosztów na poziomie sklepów i korzyściom skali.

Raportowana EBITDA na poziomie **1 163 mln PLN** (+16,1% r/r), z uwzględnieniem kosztów niepieniężnych w wysokości 51 mln PLN dotyczących LTIP.



Wynik netto za II kw. 26

Skorygowany wynik netto na poziomie **366 mln PLN** (+65,8% r/r) 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 **322 mln PLN**, co oznacza poprawę o 67,6% r/r, głównie dzięki lepszym wynikom operacyjnym.



FCF i dźwignia finansowa w II kw. 26

Dodatknie FCF na poziomie **1 214 mln PLN**, odzwierciedlające silną strukturę bilansu, opartą m.in. na wysokiej dyscyplinie w zakresie uznaniowych nakładów inwestycyjnych oraz efektywnym zarządzaniu kapitałem obrotowym.

Wskaźnik długu netto do skoryg. EBITDA na poziomie **0,7x** dzięki wysokim przepływom pieniężnym i wysokiej dyscyplinie finansowej.



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) [8]. Dane wg stanu na 30 czerwca 2026 r.

Stabilny wzrost i dalsza poprawa efektywności pozwalają konsekwentnie realizować cele w zakresie rentowności

Kluczowe wskaźniki finansowe

Wybrane KPI	II kw.			Narastająco		
	II kw. 26	II kw. 25	Δ r/r	I poł. 26	I poł. 25	Δ r/r
Liczba sklepów (na koniec okresu) ¹	13 063	11 793	10,8%	13 063	11 793	10,8%
LFL ²	4,0%	6,1%	(2,1 p.p.)	3,6%	6,1%	(2,4 p.p.)
Marża franczyzobiorców (%) ³	16,7%	17,0%	(0,3 p.p.)	17,7%	17,6%	0,1 p.p.
Wybrane wskaźniki finansowe						
Sprzedaż do klienta końcowego ⁴	9 205	8 133	13,2%	16 616	14 751	12,6%
Przychody ze sprzedaży ⁵	8 101	7 124	13,7%	14 666	12 791	14,7%
Koszt własny sprzedaży	(6 556)	(5 798)	13,1%	(12 162)	(10 650)	14,2%
Zysk brutto	1 545	1 327	16,4%	2 504	2 141	17,0%
Marża zysku brutto	16,8%	16,3%	0,5 p.p.	15,1%	14,5%	0,6 p.p.
Skorygowana EBITDA ⁶	1 228	1 057	16,2%	1 903	1 654	15,1%
Skorygowana marża EBITDA	13,3%	13,0%	0,3 p.p.	11,5%	11,2%	0,2 p.p.
Amortyzacja	(522)	(468)	11,5%	(1 025)	(907)	13,0%
Przychody i koszty finansowe netto	(219)	(290)	(24,3%)	(430)	(517)	(16,8%)
Skorygowany zysk netto	366	221	65,8%	315	144	118,2%
Marża skorygowanego zysku netto	4,0%	2,7%	1,3 p.p.	1,9%	1,0%	0,9 p.p.
Raportowana EBITDA	1 163	1 002	16,1%	1 812	1 547	17,1%
Raportowana marża EBITDA	12,6%	12,3%	0,3 p.p.	10,9%	10,5%	0,4 p.p.
Zysk netto	322	192	67,6%	249	67	272,9%
Marża zysku netto	3,5%	2,4%	1,1 p.p.	1,5%	0,5%	1,0 p.p.

Korzystna struktura wzrostu organicznego, obejmująca poprawę dynamiki LfL w porównaniu z I kwartałem oraz ekspansję sieci o 343 nowe sklepy, w tym 303 w Polsce i 40 w Rumunii. W I półroczu 2026r. otwarto łącznie 778 nowych sklepów, w tym 706 w Polsce i 72 w Rumunii.

Marża franczyzobiorców w relacji do SKK obniżyła się w II kwartale z 17,0% do 16,7% głównie w związku z przesunięciami kosztów pomiędzy kwartałami. W ujęciu narastającym koszty wzrosły w związku z dalszymi inwestycjami we wzmacnianie relacji z franczyzobiorcami.

Marża skorygowanej EBITDA Grupy Żabka w II kwartale wzrosła o 34 pb r/r, a marża skorygowanej EBITDA narastająco od początku roku była wyższa o 24 pb względem pierwszego półrocza 2025 r. Wzrost ten był efektem naszej zdolności do zwiększania efektywności operacyjnej - wspieranej przede wszystkim przez bardzo dobre wyniki działalności w Polsce, gdzie poprawa marży była napędzana korzyściami skali oraz wzrostem efektywności. Wyniki te potwierdzają, że Grupa pozostaje na dobrej drodze do realizacji całorocznego celu w zakresie rentowności.

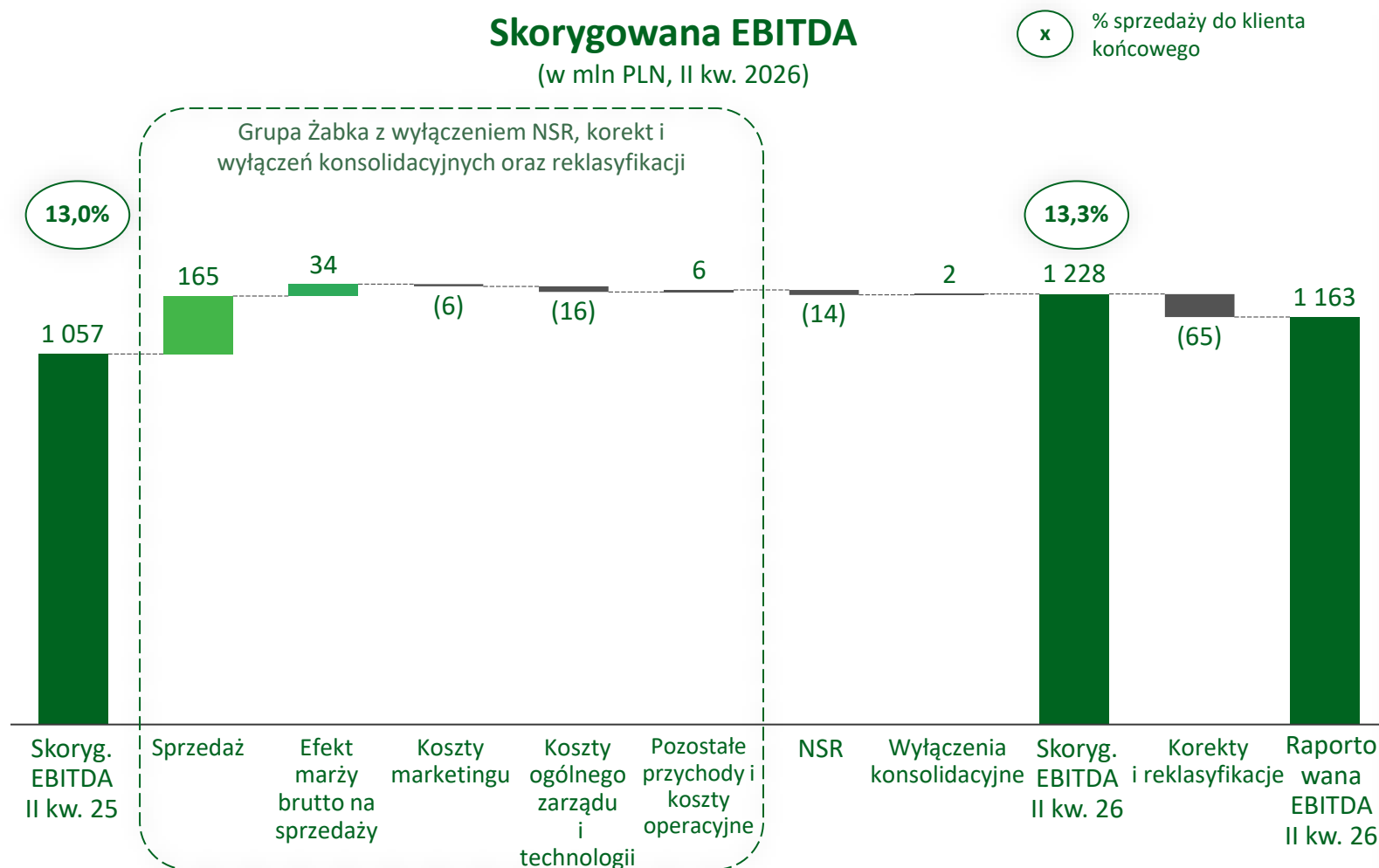
Korekty i reklasyfikacje EBITDA wyniosły 65 mln PLN w II kwartale oraz 91 mln PLN w I półroczu 2026 roku. Kwota kwartalna obejmuje 51 mln PLN niegotówkowych kosztów związanych z programem LTIP oraz 14 mln PLN reklasyfikacji kosztów dotyczących zbycia środków trwałych i podatku minimalnego w Rumunii.

Obniżenie dźwigni finansowej wraz z korzystniejszym oprocentowaniem głównych instrumentów dłużnych 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 niekorzystny wpływ różnic kursowych.

Skorygowany zysk netto wyniósł 366 mln PLN w II kwartale, co oznacza wzrost o 65,8% r/r. Grupa identyfikuje potencjał w zakresie dalszej poprawy tego wyniku, w tym poprzez zdyscyplinowane zarządzanie kosztami nieuwzględnianymi w wyniku EBITDA.

Źródło: dane Spółki; (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 (w Polsce), które działały w danym dniu zarówno w okresie sprawozdawczym, jak i okresie porównawczym. (3) W odniesieniu do SKK Żabka Polska. (4) 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 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. Marżę obliczono w stosunku do sprzedaży do klienta końcowego. (*) Definicje i objaśnienia wszystkich Alternatywnych Pomiarów Wyników użytych w niniejszej prezentacji można znaleźć na slajdzie 22 „Skróty i definicje APM”.

Wysoki skorygowany wynik EBITDA dzięki wzrostowi sprzedaży oraz rosnącej rentowności w Polsce

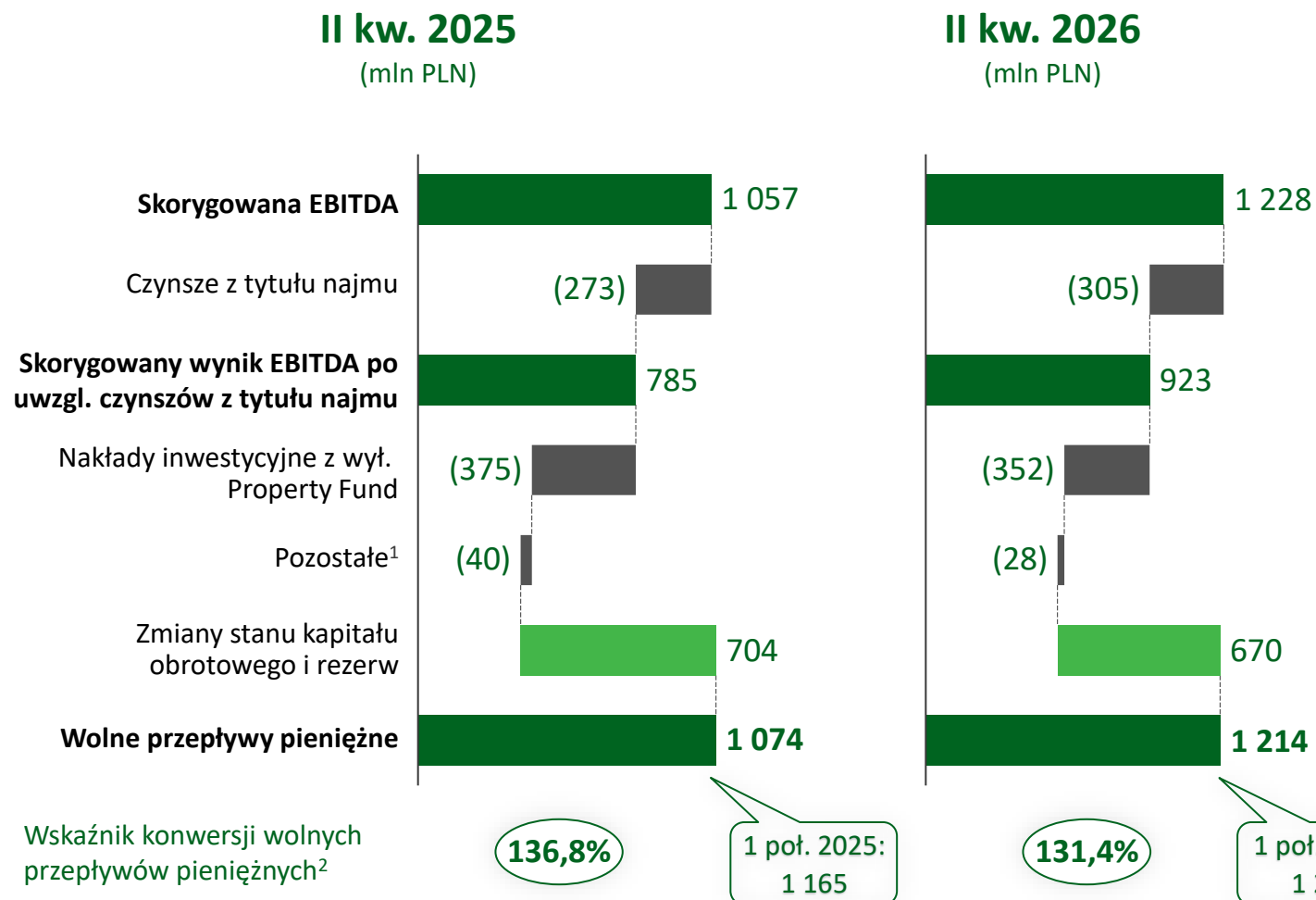


- Dalszy wzrost marży skorygowanej EBITDA, świadczący o poprawie efektywności operacyjnej.
- Wzrost kosztów marketingu, kosztów ogólnego zarządu i technologii odzwierciedla przede wszystkim dalsze skalowanie działalności. Koszty te rosną zasadniczo zgodnie z dynamiką sprzedaży, częściowo w związku ze zwiększoną aktywnością marketingową i promocyjną w II kwartale 26.
- Dynamika skorygowanego wyniku EBITDA segmentu NSR¹ nadal odzwierciedla fazę inwestycyjną działalności w Rumunii, której wczesny etap rozwoju przejściowo obciąża rentowność segmentu.
- Korekty EBITDA obejmują niegotówkowe koszty związane z programem LTIP (51 mln PLN), natomiast reklasyfikacje kosztów (14 mln PLN) dotyczą zbycia środków trwałych oraz podatku minimalnego w Rumunii.

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]

Wypracowane po raz kolejny wysokie przepływy pieniężne potwierdzają jakość i odporność modelu biznesowego Grupy...



Czynnikami kształtującymi wysokie przepływy pieniężne były:

- wzrost skorygowanego wyniku EBITDA, pozwalający utrzymać ogólne tempo rozwoju;
- zachowana ścisła dyscyplina inwestycyjna w 2Q 2026, oznaczająca koncentrację nakładów na przedsięwzięciach o największym potencjale tworzenia wartości i najkorzystniejszym okresie zwrotu;
- dalszy korzystny wpływ struktury kapitału obrotowego na generowanie wolnych przepływów pieniężnych, odpowiadający wpisanej w model biznesowy Grupy zdolności do wypracowywania środków pieniężnych.

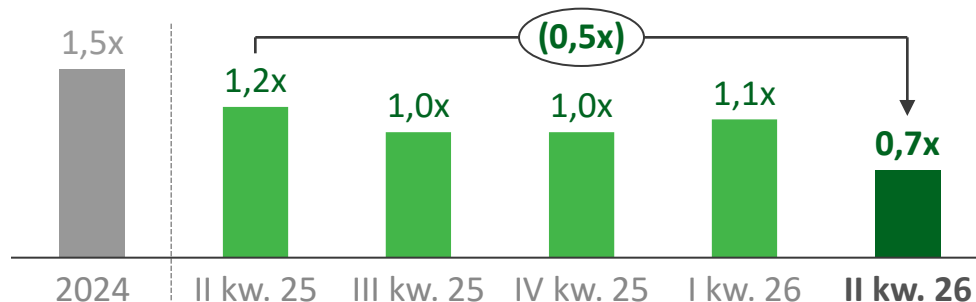


Źródło: dane Spółki.

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 [9]; nakłady inwestycyjne (CAPEX) [8], wolne przepływy pieniężne (FCF) [6] i kapitał obrotowy netto [11].

Wskaźnik zadłużenia netto¹: dług netto (bez leasingu)² / skoryg. EBITDA po uwzgl. czynszów z tyt. najmu^{*}

Dług netto (bez leasingu) / skorygowana EBITDA (po uwzgl. czynszów z tyt. najmu)²



Dług netto (z leasingiem) / skorygowana EBITDA (przed uwzgl. czynszów z tyt. najmu)³



mIn PLN

Dług finansowy brutto ³	4 549	4 860	4 226	4 148	4 146	3 930
Środki pieniężne	(750)	(1 565)	(1 284)	(1 079)	(844)	(1 624)
Dług netto (bez leasingu)²	3 799	3 295	2 942	3 069	3 302	2 306
Zobowiązania z tyt. leasingu	4 855	5 089	5 166	5 301	5 541	5 668
Zadłużenie netto	8 654	8 384	8 108	8 370	8 843	7 974

- Wskaźnik zadłużenia obniżył się z 1,2x do 0,7x r/r dzięki wzrostowi skorygowanego wyniku EBITDA oraz korzystnym zmianom kapitału obrotowego, które przełożyły się na znaczące dodatnie przepływy pieniężne netto.
- Jednocześnie dług finansowy netto (z wyłączeniem leasingu) uległ obniżeniu o 989 mln PLN, tj. 30% r/r, do stanu 2 306 mln PLN na koniec II kw. 2026.
- Ze względu na bardzo dobrą sytuację płynnościową Grupa podjęła decyzję o przedterminowej spłacie raty kredytu SFA w kwocie 100 mln PLN, pierwotnie przypadającej w IV kwartale 2026.
- Pomimo wyższych zobowiązań leasingowych, wynikających z rozwoju sieci oraz indeksacji czynszów o inflację, wskaźnik uległ znacznej poprawie, 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.

W przedziale średnich do wysokich wartości jednocyfrowych



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

Skorygowana marża EBITDA

Górna granica 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%).





żabkagroup

PYTANIA I ODPOWIEDZI

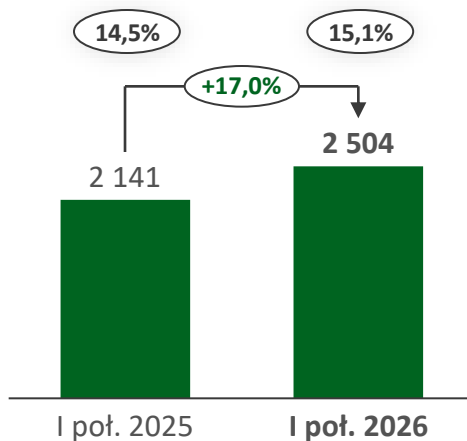
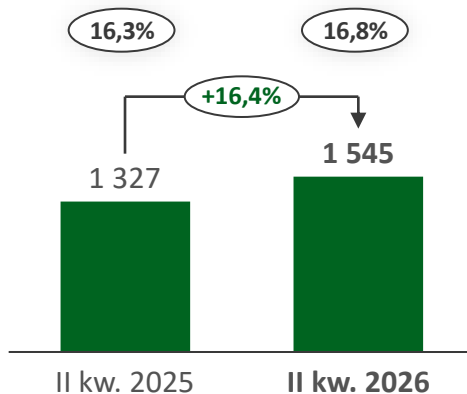


żabka group

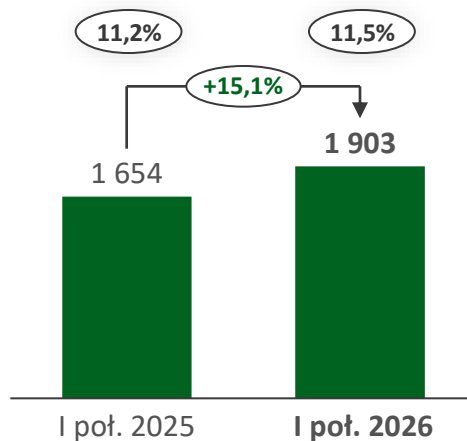
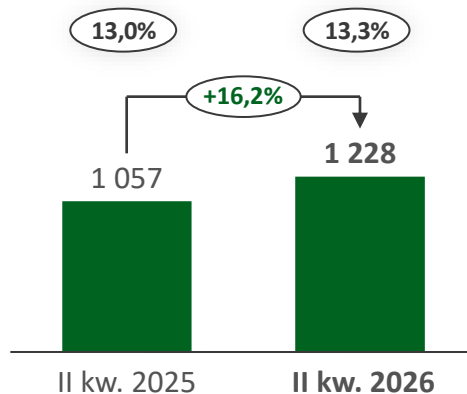
Załącznik

Dobre wyniki w II kwartale oraz I półroczu 2026 we wszystkich kluczowych obszarach

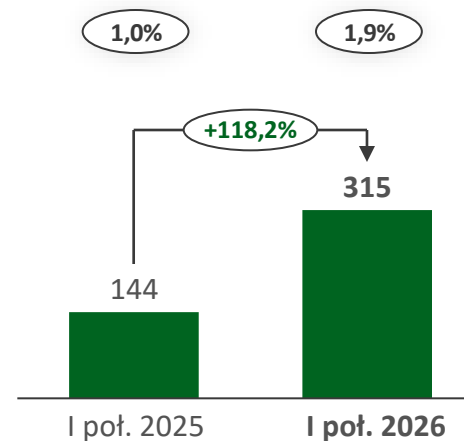
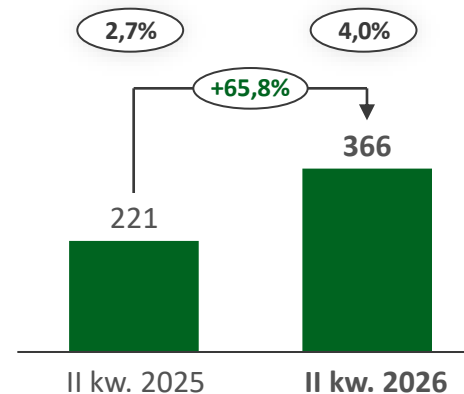
Zysk brutto i marża (mln PLN / %)



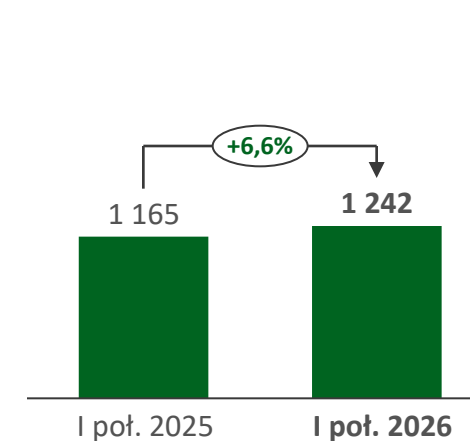
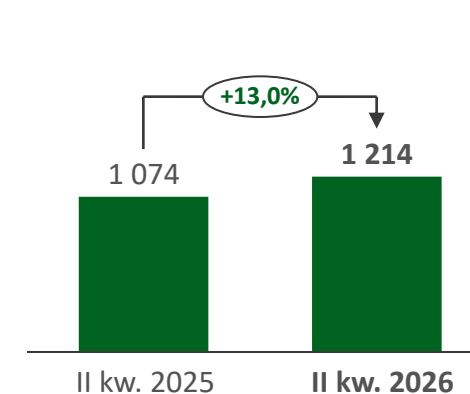
Skoryg. EBITDA¹ i marża (mln PLN / %)



Skoryg. zysk netto i marża (mln PLN / %)



Wolne przepływy pieniężne (mln PLN)



Źródło: dane Spółki.

Przypisy: (1) Skoryg. EBITDA odpowiada wynikowi EBITDA przed uwzgl. czynszów z tyt. najmu, skorygowanemu o pozycje jednorazowe. Marże obliczono w stosunku do sprzedaży do klienta końcowego. (*) Definicje i objaśnienia wszystkich Alternatywnych Pomiarów Wyników użytych w niniejszej prezentacji można znaleźć na slajdzie 22 „Skróty i definicje APM”.

Program skupu akcji własnych na potrzeby LTIP – aktualizacja warunków

Program skupu akcji własnych służy realizacji zobowiązań Grupy Żabka wynikających z długoterminowego programu motywacyjnego (LTIP) na lata 2025–2027. Program został wprowadzony w związku z IPO i przewiduje coroczne nagrody powiązane z wynikami w zakresie długoterminowego tworzenia wartości, w tym ze wzrostem EBITDA, sprzedażą do klienta końcowego oraz wskaźnikami ESG.

- Żabka poczyniła istotne postępy w realizacji programu skupu akcji na potrzeby LTIP. Do 29 maja 2026 r. nabyto 7,78 mln akcji, co odpowiada ok. 90% zaktualizowanego limitu wynoszącego 8,6 mln akcji.

Parametry programu skupu

Harmonogram

- Program uruchomiono w sierpniu 2025 r., po zakończeniu okresu zamkniętego; pierwotnie miał obowiązywać do 30 kwietnia 2026 r.
- Następnie program przedłużono do 30 kwietnia 2027 r.
- Akcje są nabywane na rynku regulowanym w ramach wyłączenia przewidzianego w art. 5 MAR.

Wolumen

- 28 kwietnia 2026 r. maksymalną liczbę akcji objętych programem zwiększono z 4,2 mln do 8,6 mln, a jego budżet ze 130 mln PLN do 273 mln PLN.
 - łącznie nabyto dotychczas 7,78 mln akcji \ w ramach zaktualizowanego upoważnienia pozostaje 0,82 mln akcji. \ Na 29 maja 2026 r. Spółka posiadała 5,56 mln akcji własnych, po wydaniu 2,22 mln akcji w związku z realizacją uprawnień za pierwszy rok LTIP.

Cena

- Na podstawie zgody udzielonej przez NWZ w dniu 10 października 2024 r. cena nabycia akcji własnych powinna być nie niższa niż wartość nominalna akcji i nie wyższa niż większa z następujących wartości:
 - (i) 105% średniej ceny rynkowej z ostatnich 5 dni notowań;
 - (ii) wyższej z następujących wartości: ceny z ostatniej niezależnej transakcji oraz oferowanej ceny kupna na rynku, na którym ma być przeprowadzony skup.

Podmiot pośredniczący

- Skup realizuje Trigon Dom Maklerski jako pośrednik podejmujący decyzje o nabyciu akcji na rynku regulowanym niezależnie od Spółki.

Nabyto już 90% z 8,6 mln akcji objętych programem.



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	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 w zakresie zarządzania kapitałem 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 zwykle, podzielony przez średnią ważoną liczbę pozostających w obrocie. 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.

Nadchodzące publikacje wyników:

Online | 27 października

Publikacja wybranych skonsolidowanych informacji

finansowych za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2026 r.

Dziękujemy

Kontakt dla inwestorów:

ir@zabkagroup.com

**Więcej informacji o spotkaniach z
inwestorami:**

<https://zabkagroup.com/investors/#calendar>

Dziękujemy

