



żabka group

Prezentacja wyników za III kwartał 2026 r.

27 października 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. 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 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”).

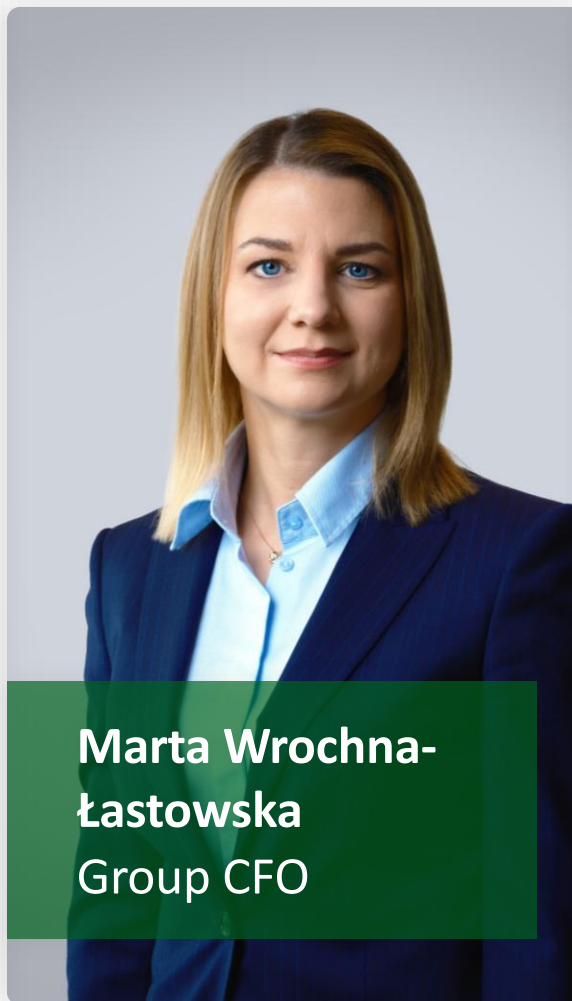
APM mogą różnić się od podobnych mierników stosowanych przez inne jednostki i nie można ich bezpośrednio porównywać z miernikami zgodnymi z MSSF. O ile Grupa uważa, że APM dostarczają inwestorom użytecznych informacji uzupełniających, należy pamiętać o nieodłącznie związanych z nimi ograniczeniach oraz 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
strategiczne i otoczenie rynkowe**

III kwartał 2026 r.: Wzrost sprzedaży i rentowności oraz wysokie przepływy pieniężne dzięki skutecznej realizacji strategii

Sprzedaż do klienta końcowego*
w III kw. 26

9,6 mld PLN
+12,3% r/r



Wzrost LfL* w III kw. 26

+3,5%



Liczba sklepów¹ na 30.09.2026

13 405
+1 410 r/r

Nowo otwarte sklepy
brutto²



Skoryg. EBITDA* za III kw. 26

**1 489 mln
PLN**
+16,5% r/r



Skoryg. marża EBITDA³ za III kw.
26

15,6%
+0,6 p.p. r/r



Dług netto/skoryg. EBITDA* w III
kw. 26

0,7x
-0,4x r/r



Źródło: dane Spółki.

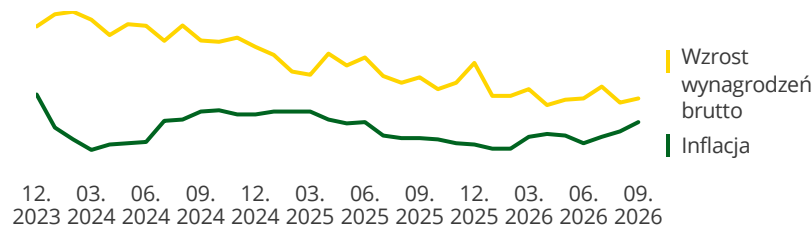
Przypisy: (1) Obejmuje sklepy pod szyldem Nano i sklepy w Rumunii. (2) Liczba nowo otwartych sklepów brutto w okresie ostatnich 12 miesięcy (LTM). (3) Obliczona jako % SKK. (*) Definicje i objaśnienia wszystkich Alternatywnych Pomiarów Wyników użytych w niniejszej prezentacji można znaleźć na slajdzie 21 „APM – skróty i definicje”, np. SKK [1]; skoryg. EBITDA [2]; skoryg. zysk netto [3]; wzrost LfL [4] oraz wskaźnik długu netto do skoryg. EBITDA [5].



Otoczenie zewnętrzne było bardziej zróżnicowane w III kw., z poprawą nastrojów konsumentów kontrastującą z ograniczonym popytem na żywność.

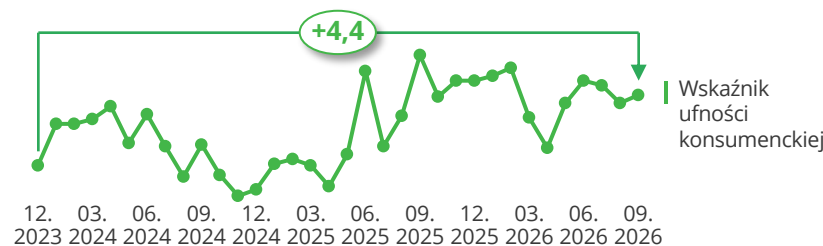
Mieszane otoczenie makroekonomiczne przełożyło się na fundamenty konsumenckie...

- Presja inflacyjna wzrosła w III kw. 26, częściowo za sprawą wyższych cen paliw, natomiast dynamika płac realnych uległa spowolnieniu, choć nadal pozostała dodatnia.



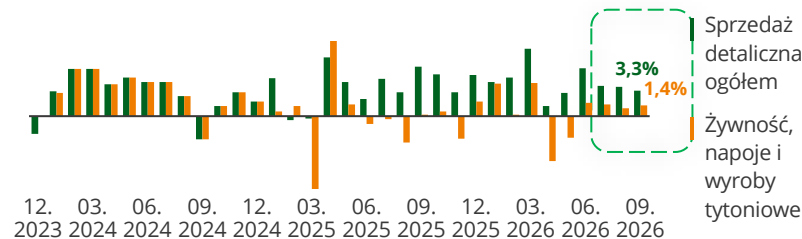
Miesięczna inflacja r/r i wzrost przeciętnego wynagrodzenia brutto w sektorze przedsiębiorstw (źródło: GUS)¹

- Nastroje konsumentów pozostały relatywnie odporne w III kw. 26, a ostatnie odczyty sygnalizują stopniową poprawę.



Wskaźnik ufności konsumenckiej w Polsce (źródło: GUS)²

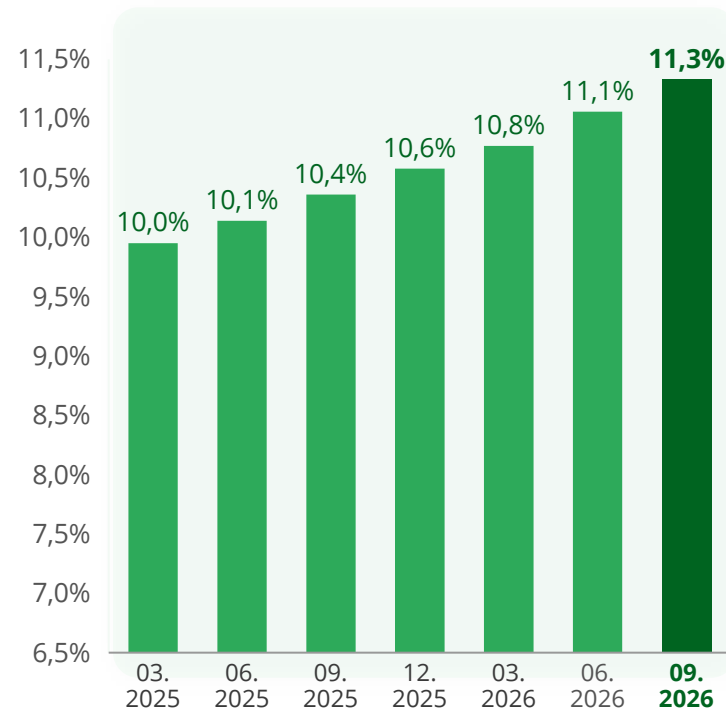
- Pomimo tego, nie znalazło to jeszcze odzwierciedlenia w silniejszym popycie detalicznym, a dynamika kategorii spożywczych pozostawała ograniczona przy utrzymującym się konkurencyjnym otoczeniu konsumenckim.



Miesięczna dynamika sprzedaży detalicznej w Polsce r/r (Źródło: Główny Urząd Statystyczny - GUS)³

...co tym bardziej uwypukla zdolność Żabki do zwiększania udziału w rynku bez względu na otoczenie

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



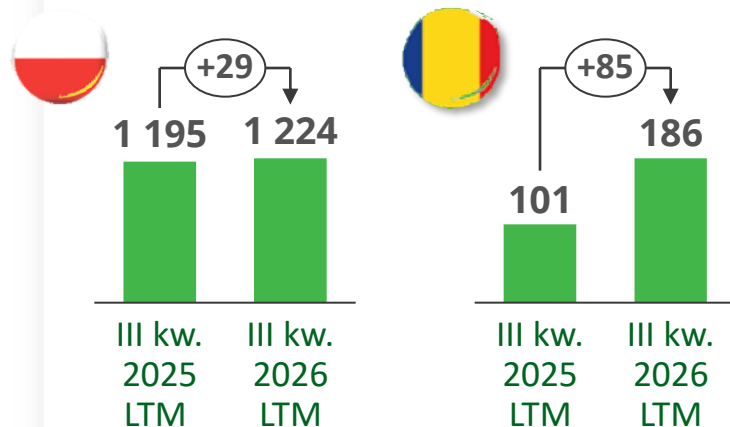
Źródło: GUS

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) Miesięczna dynamika sprzedaży detalicznej w cenach stałych (r/r), prezentowana dla sprzedaży detalicznej ogółem oraz kategorii żywność, napoje i wyroby tytoniowe. Wyróżnione wartości odnoszą się do września 2026 r. (4) Zgodnie z przekształconymi danymi Nielsen. Wskaźnik Total LTM Wrz 26 odnosi się do udziału w rynku z ostatnich dwunastu miesięcy zakończonych we wrześniu 2026 r., tj. od września 2025 r. do września 2026 r., w odniesieniu do całego rynku w Polsce, w koszyku obejmującym produkty spożywcze w opakowaniach, chemię/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...

13 405

sklepów

w Polsce i Rumuni

+1 410
LTM



... budowanie zaangażowania klientów z wykorzystaniem danych przekłada się na wzrost LfL...



Model angażowania klientów **Customer Growth Loop** pozwala na zastosowanie w warunkach handlu stacjonarnego metod zarządzania relacjami z klientami wykorzystywanych w e-commerce. Wybieramy grupę docelową i angażujemy ją w całym ekosystemie – poprzez aplikację, ekrany reklamowe i sklepy. Personalizujemy oferty i komunikujemy je odpowiednim kanałem, a skuteczność działań oceniamy w porównaniu z grupą kontrolną.

- Wyodrębniamy grupę docelową na podstawie danych z ACIT 2.0.
- Kierujemy do niej dopasowaną ofertę i spersonalizowaną komunikację.
- Aktywnie angażujemy klientów, zwiększając ich lojalność i wartość relacji z nimi.



... a Nowe Silniki Rozwoju docierają do coraz szerszego grona klientów

Triki – Po udanym wdrożeniu ogólnopolskim koncept kontynuuje skalowanie działalności, osiągając sprzedaż blisko **200 tys. kontrolerów**, a zaangażowanie klientów wspiera unikalna propozycja łącząca handel detaliczny i rozrywkę.



Jush i delio – Ekspansja na Śląsk poprzez uruchomienie działalności w Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii rozszerzyła pełną ofertę e-commerce do czterech regionów w Polsce. Silna dynamika przychodów utrzymuje się, a **przychody YTD wzrosły o 64 mln PLN (+43% r/r)**.



Automaty vendingowe – Rok po uruchomieniu koncept został rozwinięty do **275 maszyn** w całej Grupie, a wysoka adopcja przez klientów przełożyła się na **blisko 1 mln transakcji** na koniec września 2026 r.

Dane finansowe

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

Sprzedaż do klienta końcowego w III kw. 26

Sprzedaż do klienta końcowego osiągnęła **9,6 mld PLN** (+12,3% r/r), do czego przyczynił się kwartalny wzrost LfL na poziomie zbliżonym do dynamiki odnotowywanej od początku roku 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 III kw. 26

Wzrost LfL wyniósł **3,5%**, kształtując się na poziomie zbliżonym do inflacji CPI.

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 III kw. 26 otwarto **365 nowych sklepów**, co zwiększyło łączną liczbę placówek do 13 405. Liczba otwarć w okresie ostatnich 12 miesięcy utrzymała się na wysokim poziomie i wyniosła 1 410 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 III kw. 26

Skoryg. EBITDA na poziomie **1 489 mln PLN**, przy wzroście marży do 15,6% (III kw. 25: 15,0%), 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 **1 438 mln PLN** (+17,2% r/r), z uwzględnieniem kosztów niepieniężnych w wysokości 36 mln PLN dotyczących LTIP.



Wynik netto za III kw. 26

Skorygowany wynik netto na poziomie **572 mln PLN** (+13,2% 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 **528 mln PLN**, co oznacza poprawę o 14,1% r/r, głównie dzięki lepszym wynikom operacyjnym.



FCF i dźwignia finansowa w III kw. 26

Dodatknie FCF na poziomie **736 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 21 „APM – skróty i definicje”, np. wzrost LfL [4]; SKK [1]; skoryg. EBITDA [2]; skoryg. zysk netto [3]; wskaźnik długu netto do skoryg. EBITDA [5]; wolne przepływy pieniężne [6] oraz nakłady inwestycyjne (CAPEX) [8]. Dane wg stanu na 30 września 2026 r.

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

Kluczowe wskaźniki finansowe

Wybrane KPI	III kw.			Narastająco		
	III kw. 26	III kw. 25	Δ r/r	I-III kw. 26	I-III kw. 25	Δ r/r
Liczba sklepów (na koniec okresu) ¹	13 405	12 099	10,8%	13 405	12 099	10,8%
LFL ²	3,5%	4,5%	(1,0 p.p.)	3,6%	5,5%	(1,9 p.p.)
Marża franczyzobiorców (%) ³	16,7%	16,3%	0,4 p.p.	17,3%	17,1%	0,2 p.p.
Wybrane wskaźniki finansowe						
Sprzedaż do klienta końcowego ⁴	9 564	8 517	12,3%	26 180	23 268	12,5%
Przychody ze sprzedaży ⁵	8 463	7 440	13,8%	23 129	20 230	14,3%
Koszt własny sprzedaży	(6 687)	(5 925)	12,9%	(18 849)	(16 575)	13,7%
Zysk brutto	1 776	1 514	17,3%	4 279	3 655	17,1%
Marża zysku brutto	18,6%	17,8%	0,8 p.p.	16,3%	15,7%	0,6 p.p.
Skorygowana EBITDA ⁶	1 489	1 279	16,5%	3 392	2 932	15,7%
Marża skorygowanego wyniku EBITDA	15,6%	15,0%	0,6 p.p.	13,0%	12,6%	0,4 p.p.
Amortyzacja	(537)	(483)	11,2%	(1 563)	(1 391)	12,4%
Przychody i koszty finansowe netto	(223)	(147)	51,3%	(653)	(664)	(1,7%)
Skorygowany zysk netto	572	505	13,2%	886	649	36,6%
Marża skorygowanego zysku netto	6,0%	5,9%	0,0 p.p.	3,4%	2,8%	0,6 p.p.
Raportowana EBITDA	1 438	1 226	17,2%	3 249	2 773	17,2%
Raportowana marża EBITDA	15,0%	14,4%	0,6 p.p.	12,4%	11,9%	0,5 p.p.
Zysk netto	528	463	14,1%	777	530	46,7%
Marża zysku netto	5,5%	5,4%	0,1 p.p.	3,0%	2,3%	0,7 p.p.

Korzystna struktura wzrostu organicznego, obejmująca wzrost LfL zasadniczo zgodny z inflacją CPI oraz ekspansję sieci. W samym III kw. otwarto 365 sklepów: 302 w Polsce i 63 w Rumunii, a w okresie pierwszych dziewięciu miesięcy odpowiednio 1 008 i 135 sklepów.

Marża franczyzobiorców w relacji do SKK wzrosła z 16,3% do 16,7% w III kw. W ujęciu narastającym koszty wzrosły z 17,1% do 17,3% w związku z dalszymi inwestycjami we wzmacnianie relacji z franczyzobiorcami.

Marża skorygowanej EBITDA Grupy Żabka w III kw. wzrosła o 56pb r/r, a narastająco od początku roku była wyższa o 35pb względem okresu pierwszych dziewięciu miesięcy 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 51 mln PLN w III kw. oraz 142 mln PLN w okresie pierwszych dziewięciu miesięcy 2026 r. Kwota kwartalna obejmuje 36 mln PLN niegotówkowych kosztów związanych z programem LTIP.

Obniżenie dźwigni finansowej wraz z korzystniejszym oprocentowaniem głównych instrumentów dłużnych wykorzystywanych przez Grupę przełożyło się na spadek kosztów finansowych netto w okresie pierwszych dziewięciu miesięcy 2026 r. Pozytywny efekt został częściowo zniwelowany przez wyższe koszty odsetkowe związane z najmem lokali sklepowych, a także przez wysoką bazę porównawczą związaną z ujętym w roku ubiegłym zyskiem z tytułu modyfikacji kredytu oraz przez niekorzystny wpływ różnic kursowych. W III kw. 2025 r. Spółka ujęła zysk z modyfikacji warunków finansowania, wykazany w pozostałych przychodach finansowych.

Po pierwszych dziewięciu miesiącach marża skorygowanego zysku netto wzrosła o 0,6 p.p. do 3,4%, odzwierciedlając solidny postęp na ścieżce do osiągnięcia średnioterminowego celu 4,5% do 2028 r.

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. Marże obliczono w stosunku do sprzedaży do klienta końcowego.
(*) Definicje i objaśnienia wszystkich Alternatywnych Pomiarów Wyników użytych w niniejszej prezentacji można znaleźć na slajdzie 21 „APM – skróty i definicje”.

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

III kw. 2025

(mln PLN)

Skorygowana EBITDA

1 279

Czynsze z tytułu najmu

(277)

Skorygowany wynik EBITDA po uwzgl. czynszów z tytułu najmu

1 001

Nakłady inwestycyjne z wył. Property Fund

(310)

Pozostałe¹

(34)

Zmiany stanu kapitału obrotowego i rezerw

(17)

Wolne przepływy pieniężne

639

Wskaźnik konwersji wolnych przepływów pieniężnych²

63,8%

I–III kw. 25:
1 804

III kw. 2026

(mln PLN)

1 489

(313)

1 176

(373)

100

(167)

736

62,5%

I–III kw. 26:
1 977

Czynnikami kształtującymi wysokie przepływy pieniężne były:

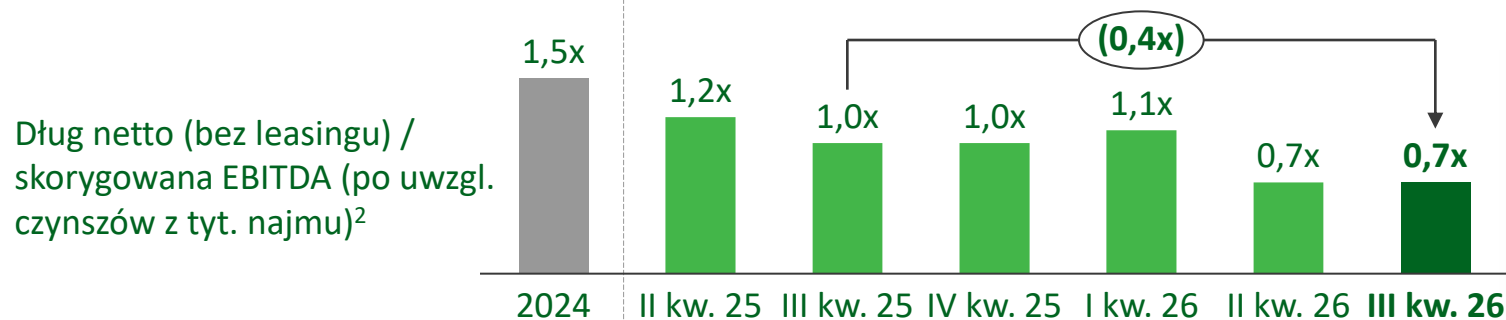
- Wzrost skorygowanego wyniku EBITDA, pozwalający utrzymać ogólne tempo rozwoju;
- Wzrost nakładów inwestycyjnych w III kw. 2026 r. wynikał z konsekwentnej realizacji inwestycji w poszczególnych obszarach działalności, w tym w zakresie ekspansji zagranicznej.
- Pozytywny wpływ częściowej realizacji transakcji leasingu zwrotnego na poziom gotówki.
- Ujemny wpływ zmian kapitału obrotowego odzwierciedla sezonowy odpływ środków związany z regulowaniem zobowiązań po letnim szczycie sprzedaży. Wyższy odpływ rok do roku wynikał przede wszystkim z harmonogramu zakupów zapasów oraz związanych z nimi rozliczeń gotówkowych.



Źródło: dane Spółki.

Przypisy: (1) Bieżące nakłady oraz wpływy ze sprzedaży związane z przedsięwzięciami obejmującymi transakcje 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 21 „APM – skróty i definicje”, np. 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 (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	3 567
Środki pieniężne	(750)	(1 565)	(1 284)	(1 079)	(844)	(1 624)	(1 307)
Dług netto (bez leasingu)²	3 799	3 295	2 942	3 069	3 302	2 306	2 260
Zobowiązania z tyt. leasingu	4 855	5 089	5 166	5 301	5 541	5 668	5 853
Zadłużenie netto	8 654	8 384	8 108	8 370	8 843	7 974	8 113

- Wskaźnik zadłużenia netto do EBITDA obniżył się z 1,0x do 0,7x r/r i pozostał stabilny względem II kw. 2026 pomimo wypłaty dywidendy, wspierany przez silną generację gotówki.
- Towarzyszył temu spadek zadłużenia finansowego netto (bez zobowiązań leasingowych) o 682 mln PLN (-23%) r/r, do 2 260 mln PLN na koniec III kw. 2026 r.
- Ze względu na bardzo dobrą sytuację płynnościową Grupa podjęła decyzję o przedterminowej spłacie części kwoty kredytu SFA w wysokości 400 mln PLN.



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 21 „APM – skróty i definicje”, 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 lub wysokiego jednocyfrowego wzrostu LfL w perspektywie średnioterminowej.** W 2026 r. oczekujemy wzrostu LfL bliższego średniemu jednocyfrowemu poziomowi.

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%



- **Jesteśmy na dobrej drodze do osiągnięcia naszego średnioterminowego celu,** jakim jest marża skorygowanego zysku netto na poziomie 4,5%





żabkagroup

PYTANIA I ODPOWIEDZI

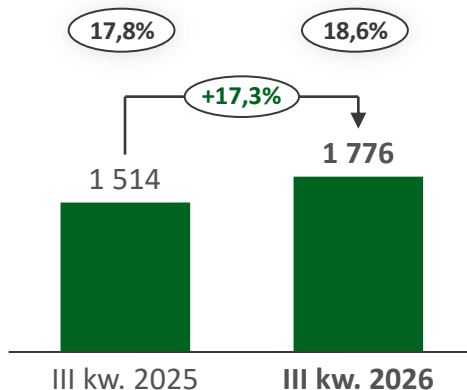
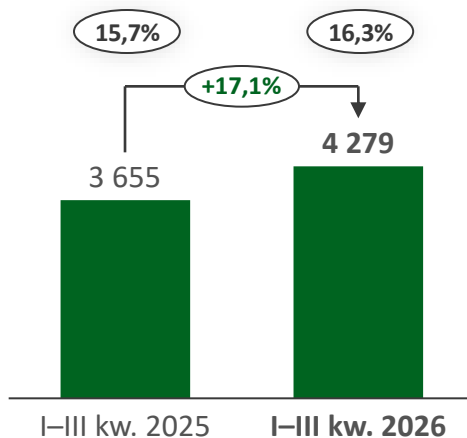


żabka group

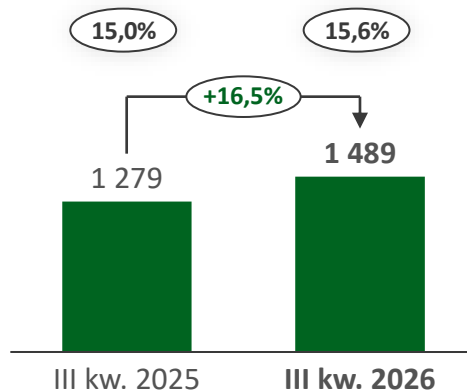
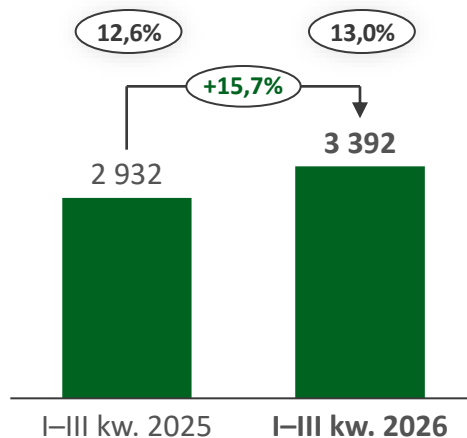
Załącznik

Dobre wyniki w III kwartale i po dziewięciu miesiącach 2026 r. we wszystkich kluczowych obszarach

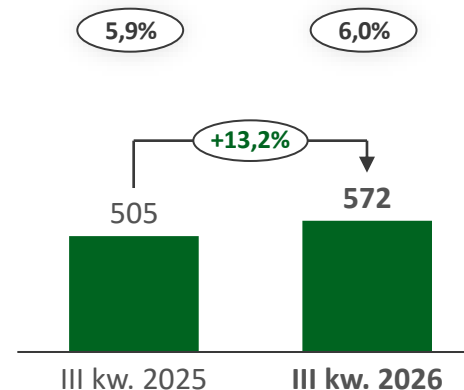
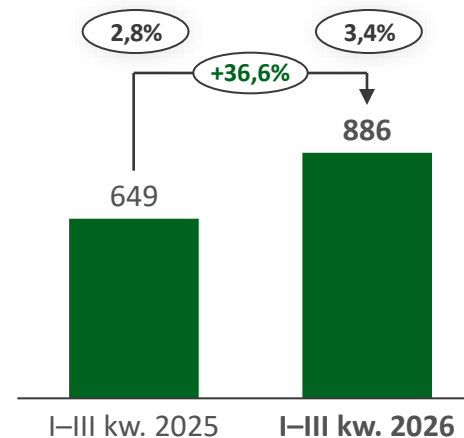
Zysk brutto i marża (mln PLN / %)



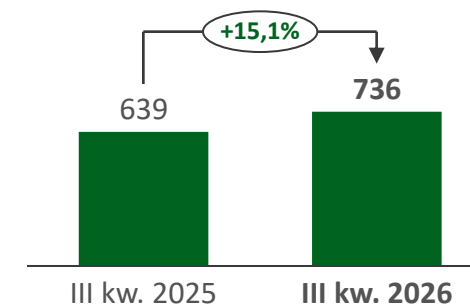
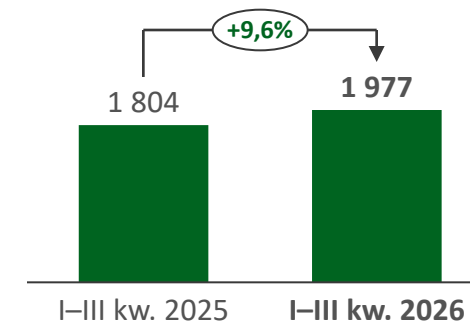
Skoryg. EBITDA¹ i marża (mln PLN / %)



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 21 „APM – skróty i definicje”.

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 popytu generowanego 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 zwykłe, podzielony przez średnią ważoną liczbę akcji 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.

Dziękujemy

