

## Grupa Żabka skutecznie realizuje strategię w I kwartale

Kontynuacja dynamicznego rozwoju sieci sklepów, wzrostu sprzedaży porównywalnej (LFL) oraz poprawa efektywności działalności w Polsce.

Grupa Żabka utrzymała silny trend wzrostu sprzedaży w pierwszym kwartale 2025 roku, który wynikał z dalszego rozwoju sieci sklepów (na koniec marca br. liczyła ona już 11 460 placówek), zwiększenia sprzedaży porównywalnej (LFL) o 6,0%, oraz wzrostu sprzedaży w kanałach cyfrowych i rozwoju działalności w Rumunii. Nowo otwarte sklepy w Polsce charakteryzowały się wyższą dzienną liczbą transakcji w porównaniu do sklepów otwieranych w poprzednich okresach. W efekcie sprzedaż do klienta końcowego wzrosła rok do roku o prawie 15%, osiągając wartość 6,6 mld zł.

Skorygowany wynik EBITDA Grupy wyniósł 596 mln zł, co oznacza wzrost o 15% w porównaniu do roku ubiegłego. Tak znacząca poprawa jest wynikiem zwiększenia skali działalności oraz poprawy rentowności EBITDA podstawowego biznesu w Polsce o 0,4 punktu procentowego, która w efekcie pozwoliła na utrzymanie solidnych marż na poziomie Grupy, w kontekście kontynuacji inwestycji w Rumunii. W I kwartale 2025 roku marża skorygowanego wyniku EBITDA wyniosła 9%, czyli kształtowała się na poziomie zbliżonym do osiągniętego rok wcześniej.

**Tomasz Suchański, CEO Grupy Żabka, komentuje:**

*Wyniki za I kwartał 2025 roku są zgodne z naszymi zapowiedziami i potwierdzają skuteczność długofalowej strategii rozwoju całej Grupy. Odnotowaliśmy wzrost sprzedaży we wszystkich obszarach naszej działalności i kontynuujemy dynamiczną ekspansję, otwierając średnio blisko 150 sklepów miesięcznie. Obecnie sieć Żabka liczy już ponad 11 460 placówek i jesteśmy na dobrej drodze, aby otworzyć w tym roku sklep nr 12 tys. W tym miesiącu z sukcesem przeprowadziliśmy emisję obligacji o łącznej wartości 1 mld zł, która spotkała się z ogromnym zainteresowaniem rynku. Pozytywnie wpłynie to na dywersyfikację struktury finansowania oraz pozwoli nam to skoncentrować się na dalszym rozwoju w Polsce i za granicą.*

**Tomasz Blicharski, Group Chief Strategy & Development Officer, dodaje:**

*W pierwszym kwartale 2025 roku kontynuowaliśmy rozwój oferty gastronomicznej, instalując piece w kolejnych niemal 2 tys. sklepów. Zgodnie z naszymi deklaracjami, obecnie oferta street food jest dostępna już w ponad 90% placówek naszej sieci. Kategoria QMS pozostaje najszybciej rosnącą w całej naszej ofercie - już teraz sprzedajemy ok. 4 mln dań obiadowych miesięcznie. Od początku roku skupialiśmy się na wdrażaniu działań wspierających wzrost sprzedaży porównywalnej, zarówno w zakresie naszej oferty produktowej, jak i uruchamianiu nowych mechanizmów promocyjnych w ekosystemie digitalowym. Przełożyło się to na dalszy wzrost udziału w rynku oraz LFL na poziomie 6%, a także na wzrost sprzedaży w kanałach cyfrowych o 23%. Tak udany początek roku pozwala nam z optymizmem patrzeć na realizację strategicznego celu podwojenia wartości sprzedaży do klienta końcowego w latach 2023–2028.*

**Marta Wrochna-Łastowska, CFO Grupy Żabka, powiedziała:**

Skorygowany wynik EBITDA w pierwszym kwartale wzrósł o 15% względem poprzedniego roku. Poprawa rentowności działalności w ramach Żabka Polska i pozytywny wynik EBITDA z kanałów cyfrowych pozwoliły nam kontynuować rozwój biznesu w Rumunii bez uszczerbku dla dynamiki marży EBITDA, a spadek kosztów finansowania przyczynił się do poprawy skorygowanego wyniku netto. Regularnie rosnący wynik EBITDA i wysoki poziom konwersji wolnych przepływów pieniężnych umożliwiły nam dalsze zmniejszenie zadłużenia, co dodatkowo wzmocniło sytuację finansową. Wskaźnik długu netto do EBITDA spadł do 1,6x na koniec marca 2025, co stanowi spadek o 0,5x rok do roku. Biorąc pod uwagę wyniki w pierwszym kwartale 2025, podtrzymujemy nasze oczekiwania krótko- i średnioterminowe w zakresie liczby otwarć sklepów, wzrostu sprzedaży porównywalnej LFL oraz poziomu skorygowanej marży EBITDA.

**Kluczowe informacje nt. wyników Grupy Żabka po 1Q 2025 roku:**

- Skorygowany wynik EBITDA wzrósł o 15% rok do roku, osiągając poziom 596 mln zł, dzięki zwiększeniu skali działalności, wzrostowi sprzedaży LFL, efektywnemu zarządzaniu kosztami oraz utrzymaniu osiągniętej w 2024 r. rentowności EBITDA w biznesach cyfrowych (DCO).
- Sprzedaż do klienta końcowego wyniosła 6 618 mln zł, co oznacza wzrost o 14,8% w porównaniu do roku poprzedniego.
- Wzrost wyników sprzedażowych był efektem zarówno ekspansji sieci sklepów i wzrostu sprzedaży porównywalnej (LFL), jak i rosnącej sprzedaży w kanałach cyfrowych i w Rumunii.
- Na koniec marca 2025 r. sieć sklepów Grupy Żabka – będąca największą siecią convenience w Europie – liczyła w Polsce i Rumunii łącznie 11 460 lokalizacji, w porównaniu do 10 370 na koniec 1Q 2024 r. Bazując na założeniach z IPO, Grupa ocenia potencjał rynku na blisko 19 500 sklepów w Polsce oraz ok. 4 000 sklepów w Rumunii, co wskazuje na znaczne możliwości ekspansji na obu tych rynkach.
- Sprzedaż LFL wzrosła o 6,0%, co było efektem wyższego wolumenu sprzedaży na sklep, wspieranego unikalną i dobrze zdywersyfikowaną ofertą produktową. Istotnym czynnikiem wspierającym ten wzrost była także rosnąca oferta street food, dostępna na koniec marca 2025 r. w ponad 90% sklepów sieci w Polsce.
- Szybki organiczny wzrost, wspierany transformacją aplikacji Żappka, przyczynił się do zwiększenia przychodów w biznesach cyfrowych (DCO) o 23%. Pozwoliło to zbliżyć się do realizacji założeń z IPO o pięciokrotnym zwiększeniu przychodów DCO do 2028 r.
- Skorygowany wynik netto wyniósł -77 mln zł wobec -97 mln zł rok wcześniej.
- Wolne przepływy pieniężne (FCF) osiągnęły poziom 91 mln zł wobec 321 mln zł przed rokiem. Głównym czynnikiem spadku był efekt wysokiej bazy z roku 2024, spowodowany jednorazowym przesunięciem uwolnienia kapitału obrotowego pomiędzy końcówką 2023 a początkiem 2024. Poziom generacji FCF w pierwszym kwartale 2025 był zgodny z historycznie obserwowanymi trendami sezonowości.
- Nakłady inwestycyjne (CAPEX) wyniosły 325 mln zł, rosnąc rok do roku o 19%. Większość nakładów inwestycyjnych została przeznaczona na otwarcia nowych sklepów, modernizację istniejących placówek oraz rozwój konceptu Żabka Café 2.0.
- Grupa skutecznie realizowała strategię redukcji zadłużenia, zmniejszając wskaźnik długu do skorygowanego wyniku EBITDA do 1,6x z poziomu 2,1x w 1Q 2024 r.

## Podsumowanie wyników finansowych i operacyjnych za 1Q 2025

(wszystkie marże obliczone na podstawie sprzedaży do klienta końcowego)

Kluczowe dane finansowe (w mln PLN)	1Q 2025	1Q 2024
Skonsolidowana sprzedaż do klienta końcowego*	6 618	5 767
Przychody	5 666	5 015
EBITDA	545	513
Skorygowany wynik EBITDA**	596	518
Marża skorygowanego wyniku EBITDA**	9%	9%
Wynik netto	(125)	(99)
Skorygowany wynik netto***	(77)	(97)

Wybrane KPI	1Q 2025	1Q 2024
Liczba sklepów na koniec okresu	<b>11 460</b>	10 370
w tym Rumunia	<b>87</b>	-
Wzrost sprzedaży porównywalnej (LFL)	<b>6%</b>	11,5%
Nowo uruchomione sklepy	<b>436</b>	401

\*Sprzedaż realizowana przez sklepy działające pod szyldem Żabka, a także przez tzw. Nowe Silniki Rozwoju. Wielkość ta nie jest tożsama z przychodami ze sprzedaży Spółki.

\*\* Skorygowany wynik EBITDA obliczony jako EBITDA przed uwzględnieniem czynszów z tytułu najmu i marż obliczonych na podstawie sprzedaży do klienta końcowego

\*\*\* Skorygowany zysk netto obejmuje zysk netto powiększony o korekty EBITDA, po uwzględnieniu efektu podatkowego

## Program Emisji Obligacji dla inwestorów kwalifikowanych

W maju 2025 r. Grupa Żabka wyemitowała 1 mln sztuk obligacji powiązanych ze zrównoważonym rozwojem (sustainability-linked bonds, SLB), zgodnie ze standardami International Capital Market Association (ICMA), zabezpieczonych poręczeniem spółki Żabka Polska, o wartości nominalnej 1 mld zł.

Oprocentowanie obligacji jest zmienne, ustalane w oparciu o stopę bazową WIBOR 6M, powiększoną o marżę w wysokości 150 punktów bazowych. Termin zapadalności wynosi pięć lat od daty emisji, z terminem wykupu w maju 2030 roku. Obligacje zostaną wprowadzone do obrotu w Alternatywnym Systemie Obrotu Catalyst, prowadzonym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A.

Emisja obligacji w ramach ustanowionego uprzednio Programu Emisji Obligacji nie powoduje zwiększenia poziomu zadłużenia netto Grupy.

## O Grupie Żabka

Grupa Żabka to kompleksowy ekosystem convenience, którego misją jest tworzenie wartości poprzez upraszczanie codziennego życia klientów.

Grupa obsługuje rosnącą liczbę konsumentów szukających wygodnych rozwiązań, promując przy tym odpowiedzialne podejście wobec klientów, franczyzobiorców, dostawców oraz szeroko pojętego środowiska, w tym dbałość o zrównoważone korzystanie z produktów i opakowań.

Ekosystem Grupy Żabka obejmuje wiodącą w Polsce sieć sprzedaży detalicznej w formacie convenience liczącą na koniec marca 2025 r. ponad 11.400 sklepów działających na zasadzie franczyzy. Uzupełnia ją sieć bezobsługowych sklepów autonomicznych pod szyldem Żabka Nano, umożliwiających robienie zakupów przez całą dobę w dowolny dzień tygodnia. Grupa dysponuje również zaawansowaną, stale rozwijaną ofertą cyfrową. Należąca do niej marka Maczfit, powstała z myślą o osobach szukających zdrowej i jednocześnie wygodnej diety, dostarcza restauracyjnej jakości gotowe posiłki prosto do domu klienta. Platforma Dietly to z kolei wiodąca porównywarka dostawców cateringu dietetycznego. Działalność w zakresie internetowych zakupów spożywczych Grupa realizuje zaś za pośrednictwem marek Jush! i Delio. W 2024 r. Grupa Żabka rozpoczęła działalność na rynku rumuńskim poprzez przejęcie spółki DRIM, lidera dystrybucji FMCG. Uruchomiła również w Rumunii nową sieć sklepów modern convenience pod marką Froo.

Od października 2024 r. akcje Spółki notowane są na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.

## Kontakt dla mediów

### Grupa Żabka

Filip Paszke

Wojciech Zengteler

Katarzyna Przewężikowska

[biuro.prasowe@zabka.pl](mailto:biuro.prasowe@zabka.pl)

[ir@zabkagroup.com](mailto:ir@zabkagroup.com)

### M+G

Magda Kołodziejczyk

+48 501 16 88 07

Przemysław Sałek

+48 514 044 194

[zabka@mplusg.com.pl](mailto:zabka@mplusg.com.pl)