



żabkagroup

Prezentacja wyników za III kwartał 2025 r.

29 października 2025 r.



Najistotniejsze informacje

Wzrost rentowności netto i dalsze obniżenie zadłużenia dzięki dobrym wynikom operacyjnym oraz optymalizacji kosztów finansowych w III kw. 2025 r.

Sprzedaż do klienta
końcowego w III kw.

8,5 mld PLN
+14% r/r



Zysk brutto za III kw.

1 514 mln PLN
+13% r/r



Skoryg. EBITDA za III kw.

1 279 mln PLN
+14% r/r



Skoryg. zysk netto za III kw.

505 mln PLN
+48% r/r



Wzrost sprzedaży LfL
w III kw.

+4,5%
+5,5% narastająco



Liczba sklepów¹ na
30.09.2025

12 099
+1 296 LTM
Nowo otwarte
sklepy brutto



Wzrost skoryg. marży
EBITDA w Ekosystemie
Convenience w III kw.

+0,2 p.p.



Dług netto/
skoryg. EBITDA² w III kw.

1,0x
(0,4x) r/r



Przypisy: 1. Obejmuje sklepy pod szyldem Nano i sklepy w Rumunii. 2. Wskaźnik obliczony jako zadłużenie netto (z wył. zobowiązań z tyt. umów najmu nieruchomości) do skorygowanego wyniku EBITDA za ostatnie 12 miesięcy (po uwzględnieniu czynszów z tyt. najmu).



Realizujemy naszą strategię pomimo niekorzystnych warunków pogodowych

Stabilne otoczenie rynkowe w III kw.

Obecna sytuacja konsumentów pozostaje neutralna. Sygnały dotyczące kondycji ekonomicznej polskich gospodarstw domowych są niejednoznaczne, choć najnowsze odczyty wskaźnika nastrojów konsumenckich wskazują na odbicie.



**Nowo uruchomione sklepy: +323 w III kw.¹
+1 127 w okresie 9M 2025¹**

Zgodna z planem realizacja podwyższonego celu na 2025 r.: **ponad 1 300 nowych sklepów w Polsce i Rumunii**

Sprzedaż LfL w III kw. 2025: +4,5%

Sprzedaż LfL w 9M2025: +5,5%

Niekorzystne warunki pogodowe w okresie najwyższej sezonowej sprzedaży w miesiącach letnich obniżyły wyniki o 1–2 p.p.

Rozwój działalności w Rumunii:

122 sklepy funkcjonujące na koniec III kw., wzrost rozpoznawalności marki, odpowiedzialność stopniowo zbliża się do poziomu notowanego w Polsce.

Oferta cyfrowa (DCO):

Dynamiczny wzrost sprzedaży do klienta końcowego r/r o **22% w III kw.**

Otoczenie rynkowe i realizacja strategii

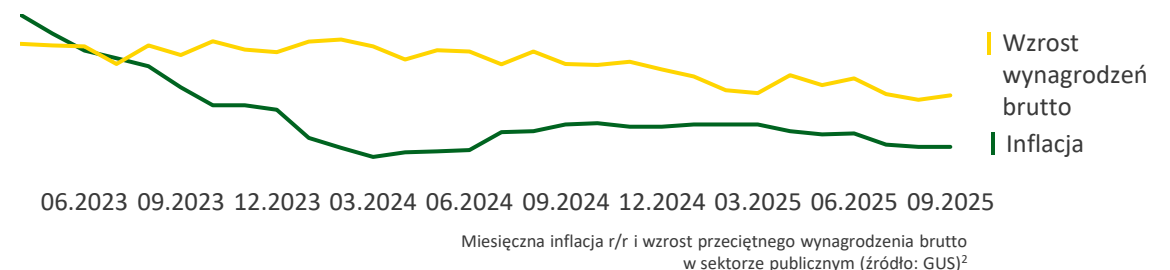
Zróznicowane sygnały rynkowe – połączenie pozytywnych i niepewnych nastrojów

Na rynku widać zarówno oznaki optymizmu, jak i niepewności

W okresie ostatnich 12 miesięcy nominalne płace brutto **rosły szybciej od inflacji**, co skutkowało znacznym wzrostem płac realnych, chociaż w 2025 r. tempo tego wzrostu osłabło przy stabilnym wskaźniku CPI

Od początku 2024 roku nastroje konsumentów utrzymywały się na stosunkowo stabilnym poziomie, jednak okresy poprawy były systematycznie przerywane spadkami, wynikającymi z **powracających obaw związanych z sytuacją geopolityczną w 2025 r.**

Nastroje konsumentów w zakresie ich sytuacji finansowej pozostają **optymistyczne**, o czym świadczy poziom wskaźnika sytuacji gospodarstw domowych publikowanego przez GUS



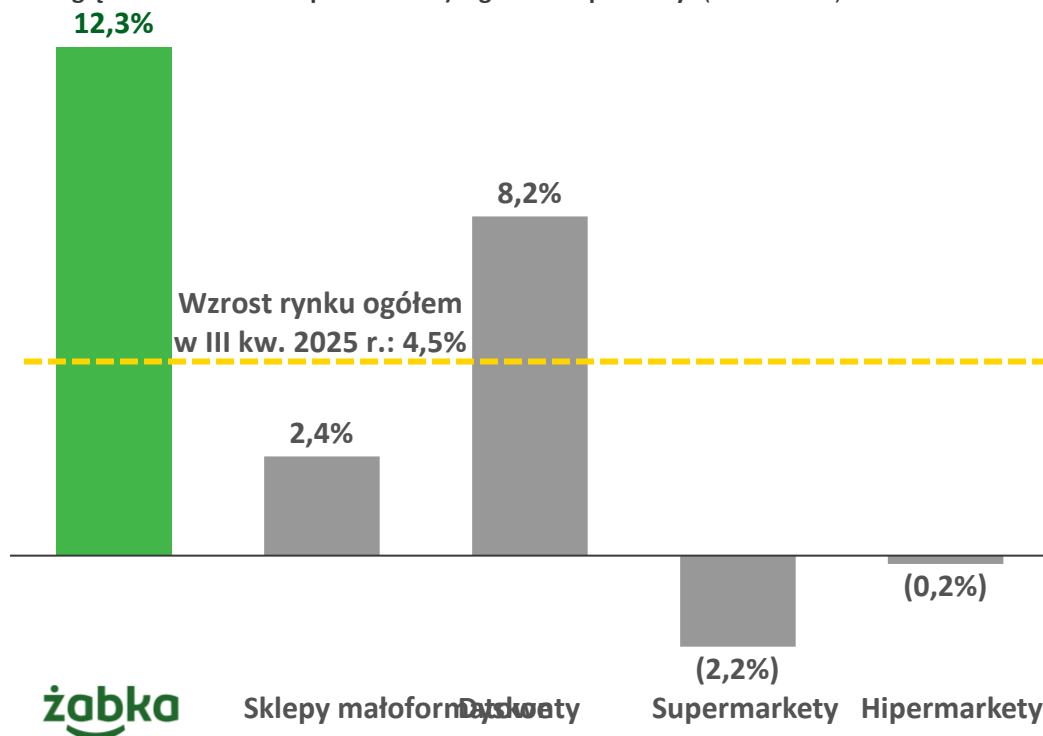
Przypisy:

1. 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).
2. W cenach stałych (źródło: GUS)

Wzrost udziału rynkowego Żabki napędzany rozwojem sieci sprzedaży

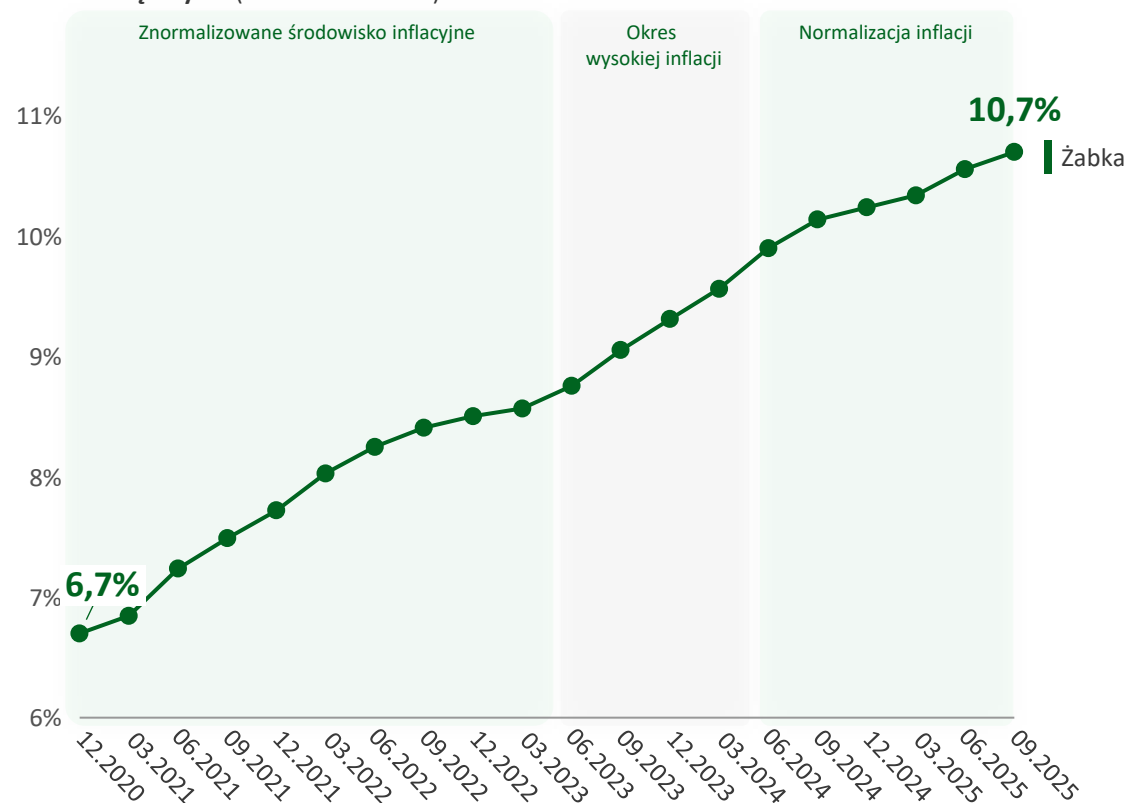
Stała przewaga nad resztą rynku doprowadziła do...

Łączny wzrost polskiego rynku stacjonarnych zakupów spożywczych (z uwzględnieniem wzrostu powierzchni) wg kanału sprzedaży¹ (III kw. 2025)



... systematycznego wzrostu udziału w rynku

Zmiany udziału rynkowego Żabki w ujęciu krocącym w okresach 12-miesięcznych² (12.2020–09.2025)



Przypisy: 1. Żabka Polska, mały format, dyskonty, supermarkety, hipermarkety, III kw. 2025 r/r, na podstawie koszyka obejmującego artykuły spożywcze, leki i wyroby tytoniowe, według wartości sprzedaży.

2. Całkowity udział rynkowy LTM na wrzesień 2025 oznacza udział w rynku za okres 12 miesięcy od września 2024 r. do września 2025 r., w odniesieniu do całego rynku w Polsce, w koszyku obejmującym produkty spożywcze, leki oraz wyroby tytoniowe, według wartości sprzedaży.

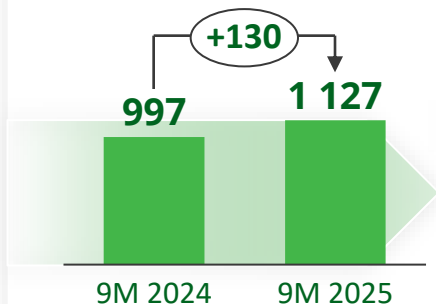
Na podstawie danych NielsenIQ, które nie uwzględniają produktów świeżych nieoznaczonych kodem EAN, oraz danych Spółki



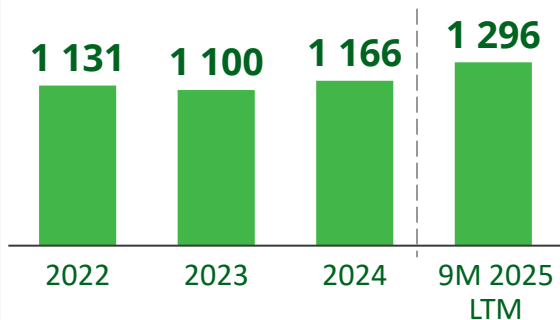
Skuteczna realizacja zaktualizowanego celu 1 300 nowych sklepów

żabka group

Szybki rozwój dzięki wysokiej dostępności atrakcyjnych lokalizacji w Polsce i przyspieszenie ekspansji na rynku rumuńskim...



Liczba nowych sklepów brutto w Polsce i Rumunii

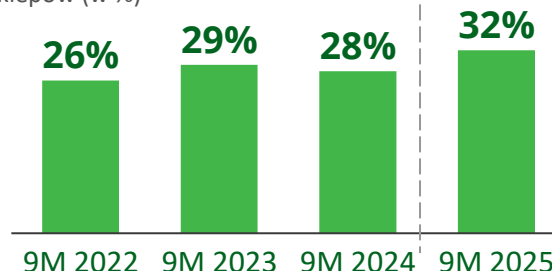


12 099
sklepów¹

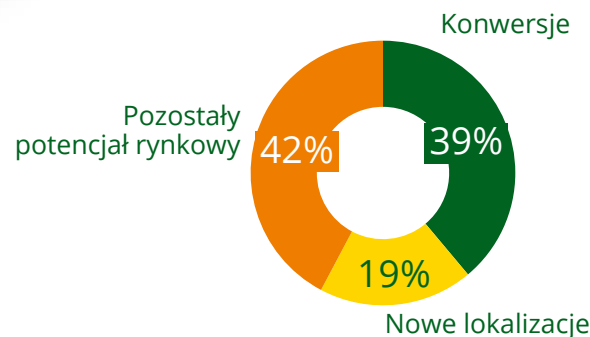
+1 296
LTM²

... przy rosnącym udziale konwersji, zwłaszcza w mniejszych miejscowościach...

Udział konwersji w łącznej liczbie nowo otwieranych sklepów (w %)



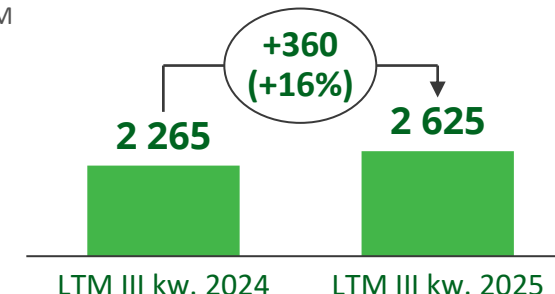
Analiza rozwoju sieci w małych miastach w 2025 r. wg sposobu pozyskania lokalizacji



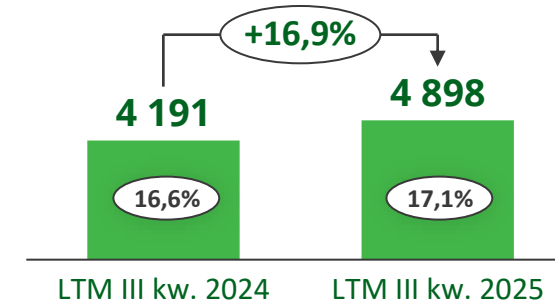
W Polsce działa jeszcze ok. 50 tys. małych sklepów niezależnych

...oraz stabilnym napływie franczyzobiorców, wspieranym przez atrakcyjne marże

Liczba pozyskanych franczyzobiorców; dane w ujęciu LTM



Marża franczyzobiorcy (w mln PLN) i % sprzedaży do klienta końcowego; LTM³



Źródło: Dane Spółki. Liczba nowych sklepów w ujęciu brutto. 1. W tym sklepy pod szyldem Nano oraz sklepy w Rumunii. 2. Nowo otwarte sklepy w ujęciu brutto, LTM, w tym sklepy pod szyldem Nano oraz sklepy w Rumunii. 3. Marża franczyzobiorcy stanowi kwotę uzyskiwaną przez franczyzobiorców ze sprzedaży produktów powiększoną o wynagrodzenie motywacyjne otrzymywane od Żabki; marża podzielona przez sprzedaż sklepów Żabka Polska.



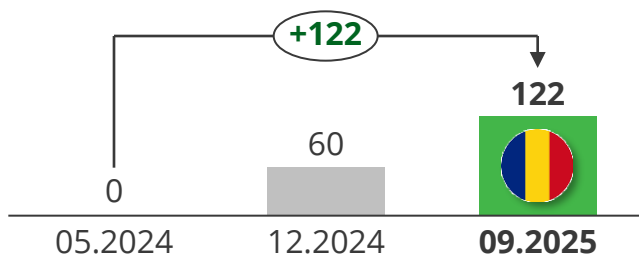
Po roku działalności w Rumunii prowadzimy ponad 120 sklepów i jesteśmy liderem segmentu convenience na rynku lokalnym

żabka group

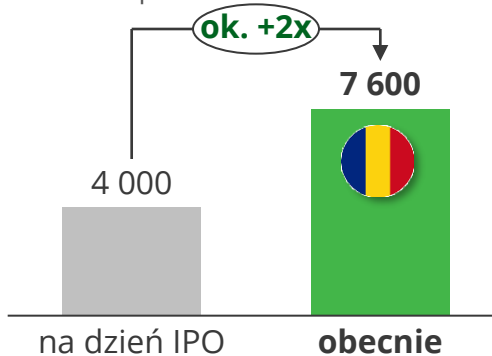


Format został bardzo dobrze przyjęty przez rumuńskich konsumentów, co umożliwia nam podniesienie szacunków długoterminowego potencjału rozwoju sieci...

Liczba sklepów w okresie 05.2024–09.2025, na koniec okresu

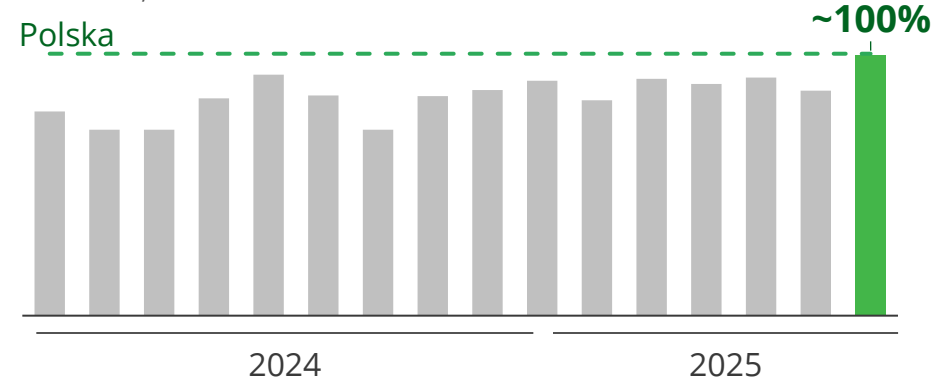


Długoterminowy potencjał rozwoju sieci, liczba sklepów



... przy utrzymującym się wysokim tempie rozwoju działalności w Rumunii i stopniowym zmniejszaniu dystansu względem rynku polskiego

Średnia dzienna liczba transakcji w Rumunii jako % transakcji w Polsce, 06.2024–09.2025



30%+
udział
QMS¹

44%+
świadomość
marki
w Bukareszcie

Dalsza poprawa wyników dzięki:

- rozbudowie sieci sklepów i wzrostowi rozpoznawalności marki
- odpowiedniemu dopasowaniu asortymentu i cen
- wprowadzeniu nowych usług



Innowacje produktowe i technologiczne są podstawą naszego unikalnego formatu

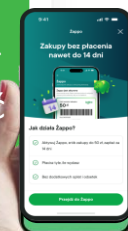
żabka group

Żabka Flex oraz sprzedaż wspierana przy PoS to nowe inicjatywy, przyczyniające się dalszej poprawy wyników

- Planowane jest **szerokie zróżnicowanie formatów sklepów** pod względem planogramów i asortymentu, aby jeszcze precyzyjniej odpowiadać na potrzeby zakupowe klientów
- Celem jest **zwiększenie sprzedaży oraz liczby klientów** poprzez dopasowanie oferty produktowej i układu sklepu do lokalnych potrzeb zakupowych
- Sprzedaż wspierana przy PoS** umożliwia franczyzobiorcom dalszy wzrost przychodów
Rozwiązanie zostało ostatnio wdrożone w segmencie słodkich przekąsek ze względu na specyfikę decyzji zakupowych podejmowanych przez klientów w naszym formacie sklepów, różniącą się od innych sieci handlowych
- W efekcie odnotowano **dwucyfrowy wzrost sprzedaży porównywalnej** w tym segmencie w III kwartale roku, znacząco powyżej wyników konkurencji

Nowe obszary działalności budowane w oparciu o platformę DCO

- Po udanym **rozpoczęciu działalności we Wrocławiu** projekty Jush i delio supermarket notują obecnie około 25-procentowy tygodniowy wzrost sprzedaży
- Trwają przygotowania do **uruchomienia usługi Izidrop**, wykorzystującej rozbudowaną platformę logistyczną Grupy do świadczenia konkurencyjnej cenowo usługi dostarczania przesyłek
- Kontynuowana jest współpraca z **kluczowymi podmiotami** z sektora e-commerce, z kolejnymi partnerstwami w przygotowaniu
- Żabka rozszerza działalność o **fintech** – uruchomiono test funkcjonalności „kup teraz, zapłać później”
- Wysoki poziom wykorzystania funkcjonalności już na starcie – **5x więcej użytkowników** vs. przeciętna funkcjonalność na tym etapie oraz **2x wyższa wartość transakcji**



Dane finansowe

Najważniejsze informacje finansowe: przyspieszenie tempa rozwoju sieci, poprawa rentowności, wysoka zdolność generowania gotówki i wzmocnienie bilansu

Przychody i sprzedaż do klienta końcowego w III kw. 2025

Sprzedaż do klienta końcowego osiągnęła poziom **8.5 mld PLN** czyli o **14% więcej r/r**, co oznacza solidny wzrost w analizowanym okresie.

Przychody wzrosły o **13% r/r** dzięki zwiększeniu sprzedaży LfL.



Sprzedaż LfL w III kw. 2025

Wzrost sprzedaży LfL o 4,5% pomimo wyjątkowo niskich temperatur – dobry wynik został osiągnięty dzięki **poprawie asortymentu**, tym w szczególności dzięki **rozwojowi oferty błyskawicznych dań i przekąsek** oraz zwiększeniu udziału produktów premium.



Nowo uruchomione sklepy

1 127 nowych sklepów w Polsce i Rumunii w 9M 2025 – **wzrost o 130 placówek w stosunku do 9M 2024**. Utrzymujące się wysokie tempo otwierania sklepów potwierdza zdolność Grupy do realizacji celu ponad 1 300 nowych lokalizacji rocznie, wspieranego przez stabilny napływ franczyzobiorców.



EBITDA za III kw. 2025

Skorygowany wynik EBITDA na poziomie **1 279 mln PLN** i wzrost marży o **9bps** dzięki ścisłej kontroli kosztów.

Raportowana EBITDA na poziomie **1 226 mln PLN**, co oznacza wzrost o **+12% r/r**. Kwota obejmuje koszty niepieniężne w wysokości 51 mln PLN dotyczące Nagrody Związanej z IPO oraz programu LTIP.



Zysk netto w III kw. 2025

Skorygowany zysk netto na poziomie **505 mln PLN (+48% r/r)**, przy marży na poziomie 5,9%.

Zysk netto wyniósł **463 mln PLN (+45% r/r)**, wsparty dobrymi wynikami operacyjnymi oraz jednorazowymi, niegotówkowymi przychodami finansowymi z tytułu nowego finansowania oraz wyceny według zamortyzowanego kosztu.



Wolne przepływy pieniężne i zadłużenie w III kw. 2025

Wolne przepływy pieniężne wyniosły **639 mln PLN (-1% r/r)** uzyskane dzięki dyscyplinie inwestycyjnej, optymalizacji kosztów, wyższej rentowności i marginalnemu wpływowi kapitału obrotowego.

Dług netto/EBITDA **1,0x**. Wysoka zdolność generowania gotówki oraz wzrost EBITDA przyczyniły się do **dalszego zmniejszenia** wskaźnika długu netto do EBITDA o **0,4x**.



Silny wzrost przychodów i poprawa rentowności

Kluczowe wskaźniki finansowe

Wybrane KPI	III kw.			I-III kw.		
	III kw. 2025	III kw. 2024	Δ r/r	9M 2025	9M 2024	Δ r/r
Liczba sklepów (na koniec okresu) ¹	12 099	10 906	10,9%	12 099	10 906	10,9%
LFL ²	4,5%	6,0%	(1,5 p.p.)	5,5%	8,6%	(3,2 p.p.)
Marża franczyzobiorców (%) ³	16,3%	15,7%	0,6 p.p.	17,1%	16,7%	0,4 p.p.
Wybrane wskaźniki finansowe						
Sprzedaż do klienta końcowego ⁴	8 517	7 499	13,6%	23 268	20 392	14,1%
Revenue ⁵	7 440	6 578	13,1%	20 230	17 726	14,1%
Koszt własny sprzedaży	(5 925)	(5 233)	13,2%	(16 575)	(14 552)	13,9%
Zysk brutto	1 514	1 345	12,6%	3 655	3 174	15,2%
Marża brutto	17,8%	17,9%	(0,1 p.p.)	15,7%	15,6%	0,1 p.p.
Skorygowany wynik EBITDA ⁶	1 279	1 119	14,3%	2 932	2 518	16,5%
Marża skorygowanej EBITDA	15,0%	14,9%	0,1 p.p.	12,6%	12,3%	0,3 p.p.
Amortyzacja	(483)	(429)	12,7%	(1 391)	(1 233)	12,7%
Skorygowany wynik z działalności operacyjnej (EBIT)	796	667	19,3%	1 539	1 265	21,7%
Wynik finansowy netto	(147)	(226)	(35,1%)	(662)	(710)	(6,8%)
Skorygowany zysk netto	505	341	48,0%	649	420	54,6%
Marża skorygowanego zysku netto	5,9%	4,5%	1,4 p.p.	2,8%	2,1%	0,7 p.p.
Raportowany wynik EBITDA	1 226	1 093	12,2%	2 773	2 472	12,2%
Marża raportowanej EBITDA	14,4%	14,6%	(0,2 p.p.)	11,9%	12,1%	(0,2 p.p.)
Zysk netto	463	319	45,2%	530	377	40,5%
Marża zysku netto	5,4%	4,2%	1,2 p.p.	2,3%	1,8%	0,4 p.p.

Korzystna struktura wzrostu organicznego, wspieranego **wysokim wzrostem sprzedaży LfL** oraz **ekspansją** sieci sprzedaży – łącznie 1 127 nowych sklepów, w tym 1 060 w Polsce i 67 w Rumunii w okresie dziewięciu miesięcy 2025 r.

Marża franczyzobiorców jako % sprzedaży do klienta końcowego wzrosła z 16,7% do 17,1% w okresie dziewięciu miesięcy. Było to przede wszystkim wynikiem działań Grupy na rzecz umacniania relacji z franczyzobiorcami.

Część kosztów programów opartych na akcjach (koszty LTIP i Nagrody Związanej z IPO) została ujęta przed obliczeniem zysku brutto ze sprzedaży. **Obniżyło to marżę brutto o 0,2 p.p.** (z poziomu 18,0% na 17,8% w obecnym kwartale).

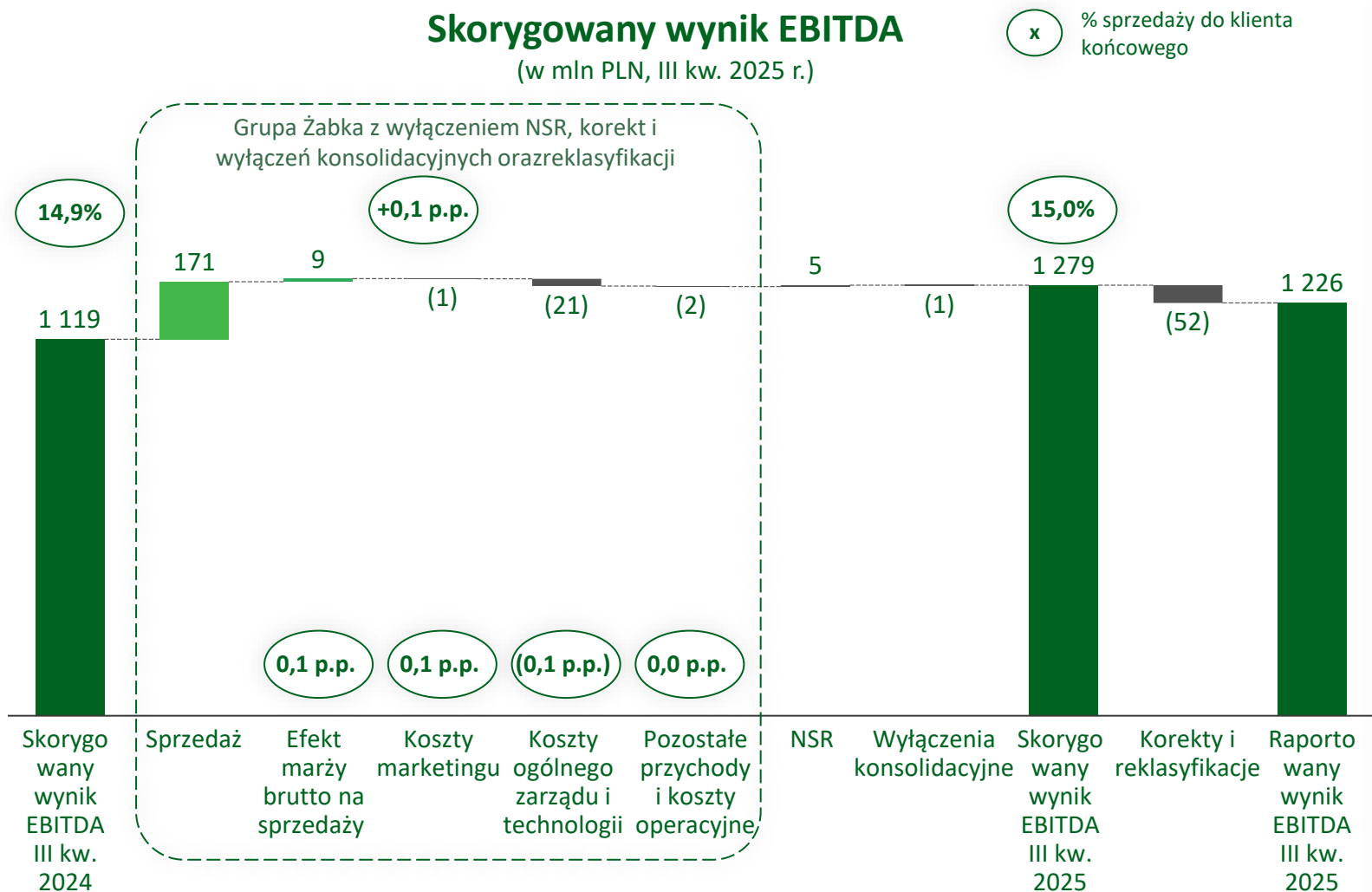
Poprawa marży skorygowanego wyniku EBITDA Grupy Żabka w III kw. o 9 p.b. r/r, świadcząca o zdolności Spółki do zwiększania efektywności operacyjnej i osiągnięta głównie dzięki dobremu wynikowi w polskich sklepach (+24 p.b.), wynikającemu z efektu skali i poprawy efektywności. Jesteśmy na dobrej drodze do realizacji przyjętego rocznego celu w zakresie rentowności. Skorygowana marża EBITDA od początku roku wzrosła o 26 p.b. r/r.

Kwota korekt wyniku EBITDA i i reklasyfikacji wyniosła 52 mln PLN w III kw. i 159 mln PLN w okresie dziewięciu miesięcy roku, z czego ok. 150 mln PLN to korekty dotyczące programów płatności w formie akcji (LTIP i Nagrody Związanej z IPO).

Skorygowany zysk netto za III kw. wyniósł 505mln PLN i był o 48,0% wyższy niż w analogicznym okresie ubiegłego roku. Wzrost wynikał przede wszystkim z niższych kosztów finansowych netto w rezultacie realizacji programu refinansowania i niższej efektywnej stawki podatkowej (22,3% wobec 27,2% w III kw. 2024 r.).

Źródło: Dane Spółki; Przypisy: 1. Z uwzględnieniem sklepów Nano i sklepów w Rumunii. 2. Sprzedaż porównywalna LfL rozumiana 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 sprzedaży do klienta końcowego 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. 5. Wg przepisów podatkowych. 6 Skorygowany wynik EBITDA obliczony jako EBITDA przed uwzględnieniem czynszów z tytułu najmu i marż obliczonych na podstawie sprzedaży do klienta końcowego.

Solidny poziom skorygowanego wyniku EBITDA, wsparty wzrostem sprzedaży oraz poprawą rentowności w Polsce



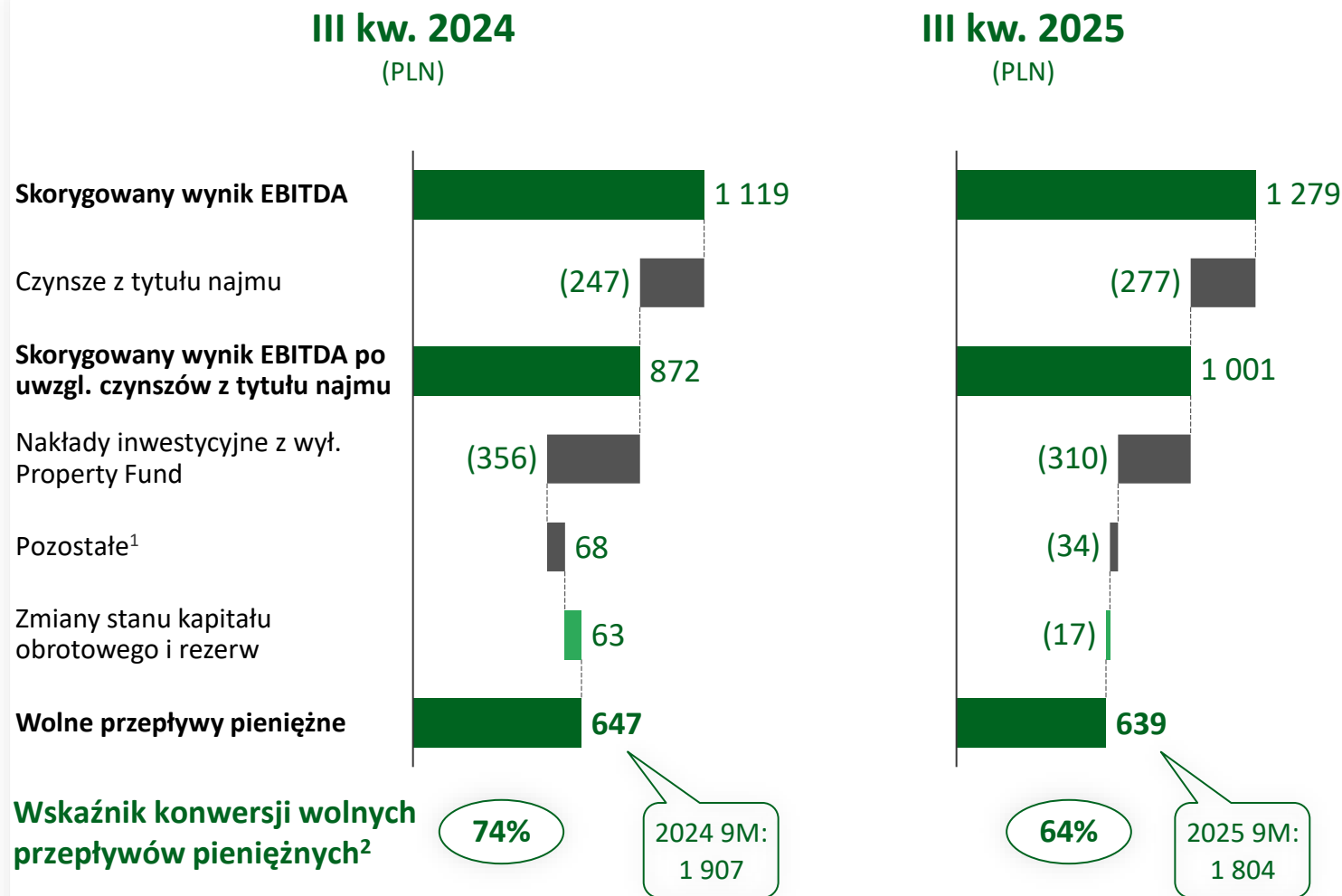
– Dalsza poprawa skorygowanej marży EBITDA, pomimo wyjątkowo trudnego otoczenia w III kw. 2025 r.

– Koszty ogólnego zarządu i koszty technologii wykazały nieco wyższą dynamikę, głównie z powodu efektu nadrabiania zaległości po niższym poziomie wydatków w II kw. 2025 roku

Poziom skorygowanego wyniku EBITDA w segmencie Nowe Silniki Rozwoju (NSR) odzwierciedla wczesny etap rozwoju działalności w Rumunii. Natomiast segment DCO nadal generuje dodatni wynik EBITDA dzięki dojrzałości operacyjnej i powtarzalności wyników.

Korekty EBITDA obejmują głównie: Koszty niepieniężne z tytułu Nagrody Związanej z IPO (20 mln PLN), która zostanie przyznana franczyzobiorcom Żabki, pracownikom oraz osobom samozatrudnionym współpracującym z Grupą, a także koszty programu LTIP (31 mln PLN)

Generowanie dodatnich przepływów pieniężnych przy jednoczesnej kontynuacji inwestycji we wzrost



Generowanie dodatnich przepływów pieniężnych dzięki:

- Skorygowana EBITDA utrzymuje **solidne i stabilne tempo wzrostu**
- **Ostrożne podejście do nakładów inwestycyjnych przyniosło korzyści** w trzecim kwartale 2025 r., co przełożyło się na ścisłą kontrolę poziomu nakładów w przeliczeniu na jeden sklep. Począwszy od trzeciego kwartału, wydatki na modernizację sklepów stopniowo maleją, również w wyniku zakończenia procesu wdrażania pieców konwekcyjnych do oferty street food w czerwcu 2025 r.
- W związku z tym, że ostatni dzień czerwca 2024 r. przypadał w niedzielę, relatywnie duża część należności została spłacona w trzecim kwartale, co pozytywnie wpłynęło na wyniki za ubiegły rok.
- Sezonowo, **trzeci kwartał jest neutralny pod względem generowania gotówki**, przy niewielkim odpływie środków z kapitału obrotowego netto.

Źródło: Dane Spółki. Przypisy: 1. Bieżące wydatki związane z projektami prowadzącymi do transakcji sprzedaży i leasingu zwrotnego. 2. Wskaźnik stanowiący stosunek wolnych przepływów pieniężnych do skorygowanego wyniku EBITDA po uwzględnieniu czynszów z tytułu najmu.

Wskaźnik zadłużenia netto: Dług netto¹ / skorygowany wynik EBITDA po uwzgl. czynszów z tyt. najmu²

	2,3x	1,5x	1,4x	1,0x
	2023	2024	III kw. 2024	III kw. 2025
Zadłużenie netto (z uwzgl. zobowiązań z tyt. leasingu) / skorygowany wynik EBITDA (bez uwzgl. czynszów z tyt. najmu) ³	3,0x	2,5x	2,4x	2,1x
PLNm				
Dług finansowy ⁴	5 218	4 549	5 063	4 226
Środki pieniężne	(649)	(750)	(1 571)	(1 284)
Dług netto¹	4 569	3 799	3 492	2 942
Zobowiązania z tyt. leasingu	4 013	4 855	4 709	5 166
Dług netto (z uwzgl. zobowiązań z tyt. leasingu)	8 582	8 654	8 201	8 108

- Redukcja wskaźnika zadłużenia o 0,4x we wrześniu 2025 r. względem września 2024 r. dzięki wysokiemu poziomowi wygenerowanych środków pieniężnych za ostatnie 12 miesięcy i zwiększeniu skorygowanego wyniku EBITDA
- Na koniec III kwartału wskaźnik zadłużenia wyniósł 1,0x przed uwzględnieniem zobowiązań z tyt. leasingu i 2,1x po uwzględnieniu skapitalizowanych zobowiązań z tytułu leasingu



Źródło: Dane Spółki. Przypisy: 1. Dług netto jest definiowany jako suma zobowiązań krótkoterminowych i długoterminowych z tytułu kredytów i pożyczek pomniejszona o wartość środków pieniężnych. 2. Obliczony na podstawie skorygowanego wyniku EBITDA za ostatnie 12 miesięcy po uwzględnieniu czynszów z tytułu najmu. 3. Obliczony na podstawie skorygowanego wyniku EBITDA za ostatnie 12 miesięcy przed uwzględnieniem czynszów z tytułu najmu, uwzględnia zobowiązania z tyt. leasingu. 4. Zadłużenie brutto jest definiowane jako suma zobowiązań krótkoterminowych i długoterminowych z tytułu kredytów i pożyczek.

Niedawno ogłoszona polityka alokacji kapitału łącząca dynamiczny rozwój z wypłatą dywidendy

1

Wzrost pozostaje naszym priorytetem

Prognoza tempa ekspansji sieci sprzedaży zwiększona z **1 000 do 1 300** sklepów rocznie¹ w latach 2026–2028

2

Zrównoważona dźwignia finansowa

1,0x docelowy wskaźnik zadłużenia²

3

Możliwość realizacji akwizycji (M&A)

Selektywne akwizycje o charakterze wzrostowym, w obszarach komplementarnych wobec działalności podstawowej w Polsce oraz na rynkach zagranicznych

4

Wypłata dywidendy

50–70% zysku netto³

Formalna polityka

- Docelowa struktura finansowa zakłada utrzymanie wskaźnika dług netto/EBITDA¹ na poziomie 1,0x oraz zachowanie ostrożnego, adekwatnego poziomu płynności finansowej.
- Zamierzamy rekomendować Walnemu Zgromadzeniu wypłatę dywidendy w wysokości 50% skonsolidowanego zysku netto Grupy za 2025 r., a w kolejnych latach w wysokości od 50% do 70% skonsolidowanego zysku netto Grupy za dany rok.
- Zakładamy możliwość wypłaty dodatkowej dywidendy w oparciu o jednorazowe zyski w przyszłych okresach. W przypadku realizacji dodatkowych inwestycji (w tym akwizycji), wypłata dywidendy może zostać czasowo ograniczona.

Zaktualizowane cele średnioterminowe: szybszy rozwój i wypłata dywidendy

Budowa długoterminowej wartości dla akcjonariuszy

WZROST	Rozwój sieci sklepów	Cel: 16 tys. sklepów ¹ do końca 2028 r. (+1,5 tys. wobec poprzedniej prognozy) Nowy cel: 1 300 sklepów rocznie (+300 wobec poprzedniej prognozy)
	Sprzedaż LfL	W perspektywie średnioterminowej na poziomie średnich do wysokich wartości jednocyfrowych LfL W 2025 r. oczekiwany wzrost sprzedaży LfL bliżej poziomu średniej wartości jednocyfrowej
RENTOWNOŚĆ	Skorygowana marża EBITDA	W 2025 r. oczekiwana lekka poprawa skorygowanej marży EBITDA rdr. w kierunku górnej granicy zakładanego przedziału 12–13%
	Skorygowana marża zysku netto	Perspektywa krótkoterminowa: skoryg. marża zysku netto w 2025 r. oczekiwana na 3,0% Perspektywa średnioterminowa: skoryg. marża zysku netto – ok. 4,5%
PRZEPŁYWY PIENIĘŻNE	Docelowy wskaźnik zadłużenia ²	1,0x dług netto/skorygowana EBITDA po uwzgl. czynszów z tyt. najmu
	Wypłata dywidendy	Wypłata 50–70% zysku netto ³ (i) +dodatkowe wypłaty zależne od zysków jednorazowych (ii) +czasowe ograniczenie w przypadku akwizycji lub innych inwestycji

1. W Polsce i Rumunii.

2. Wskaźnik zadłużenia = zadłużenie netto przed uwzględnieniem efektu MSSF 16 / skorygowana EBITDA po uwzgl. czynszów z tyt. najmu.

3. Dotyczy zysku netto bieżącego roku.



PYTANIA I ODPOWIEDZI

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

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

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

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

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

Thank you

