

Grupa Żabka po trzech kwartałach 2025: wzrost powyżej rynku, dalsze przyspieszenie ekspansji i znaczący wzrost rentowności

Solidny wzrost sprzedaży i dynamiczny rozwój sieci, wspierany efektywnością operacyjną, napędza wzrost rentowności netto oraz skuteczną redukcję zadłużenia.

Grupa Żabka utrzymuje wysokie tempo rozwoju. Na koniec trzeciego kwartału 2025 r. liczba sklepów sieci w Polsce i Rumunii wyniosła 12 099, co stanowi wzrost o prawie 11% w porównaniu do roku poprzedniego. W ramach przyspieszenia ekspansji, w 2025 r. Grupa planuje otworzyć ponad 1 300 nowych placówek w Polsce i Rumunii.

Pomimo niesprzyjających warunków pogodowych, sprzedaż porównywalna (LfL) zwiększyła się o 5,5% w pierwszych dziewięciu miesiącach br. Dodatkowo, wzrost sprzedaży Grupy wspierany był przez dynamiczny rozwój sieci w Polsce i Rumunii oraz rozwój biznesów cyfrowych. W efekcie, o 14,1% rok do roku wzrosły zarówno sprzedaż do klienta końcowego - osiągając blisko 23,27 mld zł, jak i skonsolidowane przychody Grupy, które wyniosły 20,23 mld zł.

Skorygowany wynik EBITDA wzrósł o 16,5% do 2,93 mld zł narastająco na koniec września br., co było efektem rozwoju sieci, wzrostu LfL oraz dyscypliny kosztowej. Marża skorygowanego EBITDA wzrosła o 0,3 p.p., osiągając poziom 12,6%. Z kolei korygowany zysk netto w okresie trzech kwartałów 2025 r. wyniósł 649 mln zł, co oznacza wzrost o 54,6% w porównaniu do poprzedniego roku. Przełożyło się to na wzrost marży skorygowanego zysku netto do 2,8% (wobec 2,1% rok wcześniej).

Dzięki stabilnemu generowaniu gotówki oraz konsekwentnemu obniżaniu zadłużenia, wskaźnik finansowego długu netto do skorygowanego wyniku EBITDA post-rent obniżył się o 0,4x r/r do 1,0x na koniec trzeciego kwartału 2025 r., czyli do poziomu umożliwiającego rekomendowanie wypłaty dywidendy zgodnie ze zaktualizowaną strategią Grupy.

Tomasz Suchański, CEO Grupy Żabka, komentuje:

Rezultaty osiągnięte po trzech kwartałach 2025 roku dowodzą, że komunikowana podczas IPO strategia przynosi wymierne efekty i pozwala nam z determinacją oraz konsekwencją zwiększać wartość Grupy Żabka. Utrzymujemy stabilny wzrost we wszystkich kluczowych obszarach działalności, wykorzystując synergie między rozwojem sieci, cyfryzacją i innowacjami produktowymi. Dynamicznie przyspieszamy ekspansję – jesteśmy na dobrej drodze do przekroczenia zaktualizowanego celu ponad 1 300 nowych otwarć w tym roku oraz do osiągnięcia celu około 16 tysięcy sklepów w Polsce i Rumunii do końca 2028 roku. Konsekwentnie wzmacniamy pozycję Grupy

Żabka jako nowoczesnego i efektywnego ekosystemu modern convenience, który odpowiada na codzienne potrzeby klientów, wspiera zrównoważony rozwój i buduje długoterminową wartość dla akcjonariuszy.

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

Efektywny model biznesowy pozwala nam konsekwentnie umacniać pozycję i zwiększać udział w rynku, który według firmy Nielsen wyniósł 10,7% na koniec września 2025 roku. Utrzymujemy wysokie tempo ekspansji, korzystając z dużej dostępności atrakcyjnych lokalizacji, wykorzystując potencjał konwersji handlu tradycyjnego na nowoczesny format convenience. Nasz model biznesowy jest atrakcyjny na rynku, co skutecznie przekłada się na zainteresowanie kandydatów na franczyzobiorców. W Rumunii sieć Froo dynamicznie zwiększa skalę działalności, stając się jednym z najszybciej rozwijających się formatów convenience na rynku. Wzrost sprzedaży porównywalnej (LfL) wspierają m.in. jeszcze lepsze dostosowywanie formatu naszych sklepów do preferencji klientów oraz inicjatywa SprzedawcaPRO, w ramach której m.in. sprzedawcy promują wybrane produkty przy kasach. Dodatkowo przyspieszamy rozwój DCO poprzez własne usługi kurierskie, uruchomienie usługi z obszaru fintech, oraz rozszerzając dostępność naszych usług e-grocery o nowe miasto - Wrocław.

Marta Wrochna-Łastowska, CFO Grupy Żabka, powiedziała:

Jesteśmy zadowoleni z naszych wyników za pierwsze dziewięć miesięcy tego roku, które zostały osiągnięte dzięki utrzymującym się dobrym rezultatom osiąganym w ramach podstawowej działalności. Nasza efektywność operacyjna oraz rygorystyczne zarządzanie kosztami pozwoliły nam poprawić skorygowaną marżę EBITDA, pomimo niekorzystnych warunków pogodowych. Utwierdza nas to w przekonaniu o możliwości osiągnięcia umiarkowanej poprawy skorygowanej rocznej marży EBITDA w górnym zakresie przedziału 12–13%. Znacząco wzmocniliśmy również naszą strukturę kapitałową i obniżyliśmy koszty finansowania. Po udanej emisji obligacji w maju br., we wrześniu poprawiliśmy warunki finansowania poprzez wydłużenie terminów zapadalności i obniżenie marż kredytowych. W połączeniu z korzyściami podatkowymi pozwoliło nam to osiągnąć marżę zysku netto po pierwszych 9 miesiącach br. na poziomie 2,8%. Ten kierunek rozwoju dobrze pozycjonuje nas do realizacji naszych oczekiwań, z marżą skorygowanego zysku netto zbliżającą się do naszego celu 3% już w 2025 roku.

Kluczowe informacje nt. wyników Grupy Żabka po 9M 2025 roku:

- Przychody ze sprzedaży w trzech kwartałach 2025 r. zwiększyły się o 14,1%, do 20,23 mld zł. Tylko w trzecim kwartale wyniosły 7,44 mld zł, co oznacza poprawę o 13,1%. Wzrost był efektem rozwoju organicznego, napędzanego solidną dynamiką LfL i rozbudową sieci sklepów Żabka w Polsce oraz dobrymi wynikami Nowych Silników Wzrostu (NGE), czyli działalności Grupy w Rumunii i kanałów cyfrowych (DCO).

- Sprzedaż do klienta końcowego po dziewięciu miesiącach 2025 r. kształtowała się na poziomie około 23,27 mld zł, czyli o 14,1% wyższym niż rok wcześniej. W trzecim kwartale wzrosła o 13,6%, do niemal 8,52 mld zł.
- Pomimo niesprzyjających warunków pogodowych w 2025 roku, sprzedaż porównywalna LfL wzrosła o 5,5%, a w samym trzecim kwartale zwiększyła się o 4,5%. Dynamikę wspierały ulepszona oferta produktowa, szczególnie w segmencie dań gotowych (QMS).
- Dzięki utrzymującemu się dynamicznemu wzrostowi sprzedaży oraz wdrożonym programom efektywności kosztowej, skorygowany wynik EBITDA w trzecim kwartale zwiększył się o 14,3% rok do roku, do poziomu 1,28 mld zł. W ciągu dziewięciu miesięcy br. wynik ten wzrósł o 16,5%, do 2,93 mld zł. Marża skorygowanego wyniku EBITDA wzrosła do 15% w trzecim kwartale (wobec 14,9% rok wcześniej) oraz 12,6% po trzech kwartałach (12,3% rok wcześniej).
- Grupa Żabka zwiększyła udziały rynkowe, umacniając pozycję największej sieci convenience w Europie. W ciągu dziewięciu miesięcy 2025 r. otwarto 1 127 nowych sklepów, o 130 więcej niż w tym samym okresie 2024 r. W efekcie na koniec września działało już 12 099 placówek w Polsce i Rumunii, o 11% więcej niż przed rokiem. Zgodnie ze zaktualizowanymi planami ekspansji, Grupa Żabka ocenia potencjał połączonych rynków polskiego i rumuńskiego na blisko 27 000 sklepów.
- Segment NGE, obejmujący biznesy cyfrowe oraz działalność w Rumunii, osiągnął w okresie 9 miesięcy 2025 r. sprzedaż do klienta końcowego w wysokości około 1,12 mld zł, co oznacza wzrost o 42,5% w ujęciu rocznym. Od startu w maju 2024 r. do końca września br. sieć Froo rozwinęła się do 122 placówek, z czego 67 sklepów otwartych zostało w trzech kwartałach 2025 r. Biznesy DCO osiągnęły dodatni wynik EBITDA, głównie dzięki lepszym результатам w obszarach e-grocery i cateringu dietetycznego (D2C).
- Skorygowany zysk netto w trzech kwartałach 2025 r. wyniósł 649 mln zł, co oznacza wzrost o 54,6% w porównaniu do poprzedniego roku. W trzecim kwartale kształtował się na poziomie 505 mln zł wobec 341 mln zł rok wcześniej (+48%).
- Wolne przepływy pieniężne utrzymały się na solidnym poziomie 1,8 mld zł, nieznacznie (o 5,4%) zmniejszając się rok do roku. W trzecim kwartale br. wyniosły 639 mln zł wobec 647 mln zł przed rokiem (-1,2%).
- Nakłady inwestycyjne (CAPEX) w okresie dziewięciu miesięcy 2025 r. wyniosły 1,08 mld zł, co oznacza wzrost o 3,1% r/r. Inwestycje objęły rozbudowę sieci oraz rozwój oferty DCO, w tym Maczfit, Dietly.pl, Nano, Żabka Jush i delio.
- W ciągu roku Grupa Żabka zmniejszyła wskaźnik zadłużenia netto do skorygowanego EBITDA post-rent o 0,4x do poziomu 1,0x na koniec września 2025 r., wspierana solidnymi przepływami pieniężnymi i wzrostem skorygowanej EBITDA.

Podsumowanie wyników za 3Q 2025 i 9M2025

W mln PLN	3Q 2025	3Q 2024	Zmiana	9M 2025	9M 2024	Zmiana
Przychody ze sprzedaży	7 440	6 578	+13,1%	20 230	17 726	+14,1%
Zysk brutto ze sprzedaży	1 514	1 345	+12,6%	3 655	3 174	+15,2%
EBITDA	1 226	1 093	+12,2%	2 773	2 472	+12,2%
Skorygowany wynik EBITDA*	1 279	1 119	+14,3%	2 932	2 518	+16,5%
Wynik netto	463	319	+45,2%	530	377	+40,5%
Skorygowany wynik netto**	505	341	+48,0%	649	420	+54,6%

Wybrane KPI i mierniki efektywności

(wszystkie marże obliczone na podstawie sprzedaży do klienta końcowego)

	3Q 2025	3Q 2024	Zmiana	9M 2025	9M2024	Zmiana
Skonsolidowana sprzedaż do klienta końcowego, w mln PLN***	8 517	7 499	+13,6%	23 268	20 392	+14,1%
Liczba sklepów na koniec okresu w tym Rumunia				12 099	10 906	+10,9%
Wzrost sprzedaży porównywalnej (LFL)	4,5%	6,0%	-1,5 p.p.	5,5%	8,6%	-3,2 p.p.
Nowo uruchomione sklepy (brutto) w tym Rumunia				1 127	997	+13%
Marża EBITDA	14,4%	14,6%	-0,2 p.p.	11,9%	12,1%	-0,2 p.p.
Marża skorygowanego wyniku EBITDA*	15,0%	14,9%	+0,1 p.p.	12,6%	12,3%	+0,3 p.p.
Marża zysku netto	5,4%	4,2%	+1,2 p.p.	2,3%	1,8%	+0,4 p.p.
Marża skorygowanego zysku netto**	5,9%	4,5%	+1,4 p.p.	2,8%	2,1%	0,7 p.p.

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

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

***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.

Aktualizacja strategii

Zgodnie z aktualizacją strategii opublikowaną 30 września br., Grupa Żabka planuje znaczące przyspieszenie rozwoju sieci sklepów. Cel otworzyć na lata 2025–2028 został podniesiony do ponad 1 300 placówek wobec 1 300 w 2025 roku oraz 1 000 na lata 2026 - 2028 w dotychczasowych planach. W efekcie na koniec 2028 r. sieć będzie liczyła około 16 tys. sklepów, czyli o około 1 500 więcej, niż zakładano podczas debiutu na GPW. Podstawą strategii wzrostu pozostaje rozwój organiczny. Nie wyklucza to jednak fuzji i przejęć wzmacniających pozycję Grupy lub umożliwiających jej wejście na nowe rynki.

Ponadto Rada Dyrektorów zamierza rekomendować dywidendę w wysokości 50% zysku netto za rok 2025, a w kolejnych latach - dywidendę w wysokości od 50 do 70% zysku netto, w zależności od sytuacji rynkowej i planów inwestycyjnych. W dłuższym terminie Grupa nie wyklucza także programów skupu akcji własnych.

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 modern convenience działającą pod marką Żabka oraz działającą w Rumunii sieć spod marką Froo, które na koniec września 2025 r. obejmowały łącznie 12 099 sklepów. 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. 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

ir@zabkagroup.com

M+G

Magda Kołodziejczyk

+48 501 16 88 07

Przemysław Satek

+48 514 044 194

zabka@mplusg.com.pl