

## Grupa Żabka po I kwartale 2026: Ekspansja na pełnych obrotach wsparta wzrostem rentowności

W I kwartale 2026 r. sprzedaż do klienta końcowego (StEC) Grupy Żabka zwiększyła się o 12% rok do roku, osiągając poziom 7,4 mld zł. Dynamika sprzedaży porównywalnej (LfL), która wyniosła 3,2%, pozostawała pod istotnym wpływem wyjątkowo niekorzystnych warunków pogodowych w styczniu i lutym br., kiedy niskie temperatury oraz opady śniegu ograniczały ruch klientów. Wraz z poprawą pogody, w kolejnych tygodniach kwartału obserwowano wyraźny wzrost ruchu w sklepach oraz poprawę dynamiki sprzedaży.

Skorygowany wynik EBITDA wyniósł 674 mln zł i był wyższy o 13,1% rok do roku. Dzięki dalszej ekspansji sieci, wzrostowi LfL oraz konsekwentnej optymalizacji kosztów marża skorygowanego wyniku EBITDA wzrosła do 9,1% z 9,0% rok wcześniej. Skorygowana strata netto zmniejszyła się do 51 mln zł, co oznacza poprawę o 25 mln zł rok do roku, głównie dzięki dalszemu wzrostowi wyników operacyjnych oraz obniżeniu kosztów finansowych. Warto podkreślić sezonowy charakter działalności Grupy – pierwszy kwartał, co do zasady, ma najmniejszy wpływ na całoroczny wynik, ze względu na warunki pogodowe ograniczające ruch klientów, a także mniej korzystny miks produktowy. W tym kontekście osiągnięte wyniki potwierdzają odporność modelu biznesowego Grupy oraz tworzą dobrą podstawę dla rozwoju w kolejnych okresach roku.

Grupa, tworząca największy ekosystem modern convenience w Europie, otworzyła w pierwszym kwartale 435 nowych sklepów w Polsce i Rumunii. Utrzymujące się wysokie tempo ekspansji pozwala Grupie pewnie zmierzać w kierunku realizacji celu ponad 1 300 nowych placówek w całym 2026 roku. Rozwój sieci wspierany jest przez stały napływ nowych franczyzobiorców, co potwierdza trafność przyjętej strategii rozwoju oraz wysoką atrakcyjność modelu franczyzowego i propozycji współpracy z Żabką.

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

*W pierwszym kwartale konsekwentnie realizowaliśmy nasze zamierzenia strategiczne. Przed wszystkim utrzymujemy wysokie tempo ekspansji sieci i uruchomiliśmy aż 435 nowych placówek w Polsce i Rumunii, co odpowiada średnio blisko pięciu otwarciom dziennie. Silne zainteresowanie ze strony franczyzobiorców oraz intensywny rozwój na obu rynkach potwierdzają naszą zdolność do dalszego skalowania biznesu i stawiają nas na dobrej drodze do realizacji celu ponad 1 300 nowych otwarć w 2026 roku. W pierwszym kwartale 2026 r. utrzymaliśmy równowagę między wzrostem sprzedaży w istniejących placówkach a dalszą ekspansją sieci, przy zachowaniu stabilnej*

rentowności. Było to możliwe dzięki konsekwentnej kontroli kosztów i odpowiedzialnemu zarządzaniu wydatkami. Pomimo najchłodniejszej zimy od ponad 10 lat, odnotowaliśmy dwucyfrowy wzrost przychodów oraz dynamikę sprzedaży porównywalnej (LfL) na poziomie 3,2%. Rosnąca skala działalności, konsekwentna dyscyplina kosztowa oraz inwestycje w technologie i infrastrukturę tworzą solidne fundamenty dla dalszego rozwoju i wzrostu sprzedaży w kolejnych, sezonowo dla nas silniejszych, kwartałach.

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

*Pierwszy kwartał 2026 r. dobrze pokazał co wyróżnia Żabkę na tle rynku: zdolność do elastycznego reagowania na wyzwania płynące z otoczenia oraz skutecznego dostosowywania oferty do oczekiwań klientów nowoczesnego formatu convenience. Nasza szybkość adaptacji wynika z połączenia analityki danych, wykorzystania rozwiązań opartych na AI oraz wysokiej elastyczności operacyjnej, co pozwala nam sprawnie wprowadzać na rynek innowacyjne produkty i usługi. Doskonałym przykładem jest kampania „Obiady czwartkowe”, która okazała się dużym sukcesem – sprzedaż dań gotowych wzrosła o ponad 30% wartościowo i ponad 40% wolumenowo. W każdy czwartek sprzedajemy już ponad pół miliona dań. Równolegle konsekwentnie rozwijamy biznesy cyfrowe. Wszystkie te inicjatywy odzwierciedlają nasze konsekwentne podejście do rozwoju: wykorzystujemy naszą podstawową platformę convenience, jednocześnie selektywnie rozszerzając działalność na pokrewne obszary, zwiększając dostępność naszej oferty.*

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

*Pierwszy kwartał 2026 roku potwierdził, że skutecznie łączymy dalszy wzrost skali działalności z dyscypliną kosztową, co pozostaje jednym z fundamentów realizowanej strategii finansowej. Kontynuowaliśmy optymalizację kosztów operacyjnych, w tym usprawnienia w logistyce oraz działania poprawiające efektywność energetyczną, co przełożyło się na wzrost marży skorygowanego wyniku EBITDA rok do roku. Pomimo sezonowo najmniej istotnego kwartału, negatywnego kapitału obrotowego i otwarcia aż 435 nowych sklepów, wygenerowaliśmy pozytywne przepływy pieniężne, co jest kolejnym dowodem na znakomitą zdolności generowania przepływów przez nasz biznes. Jednocześnie wskaźnik zadłużenia uległ dalszemu obniżeniu w ujęciu rok do roku, osiągając 1,1x. Patrząc na kolejne okresy, podtrzymujemy nasze oczekiwanie średniego do wysokiego jednocyfrowego wzrostu sprzedaży porównywalnej (LfL) w 2026 roku oraz w średnim terminie. Zakładamy również utrzymanie marży skorygowanej EBITDA w górnej części przedziału 12–13%, przy jednoczesnej stopniowej poprawie marży zysku netto w kierunku około 4,5% w średnim okresie.*

## Kluczowe informacje nt. wyników Grupy Żabka po I kwartale 2026 roku

- Sprzedaż do klienta końcowego (StEC) wyniosła 7 411 mln zł i była wyższa o 12% rok do roku. StEC obejmuje segment Ultimate Convenience (sklepy Żabka) oraz Nowe Silniki Rozwoju (NGE), w tym działalność w Rumunii i Biznesy Cyfrowe (DCO). Całkowity wzrost StEC w I kwartale 2026 r. w ujęciu rocznym był napędzany przez ekspansję sieci (64%), wzrost LfL (25%) oraz NGE (11%).
- Skonsolidowane przychody zwiększyły się w rok do roku o 15,9% do poziomu 6 565 mln zł.
- Na poprawę wyników sprzedażowych wpłynęły wyższa sprzedaż porównywalna (LfL) oraz szybki rozwój sieci sklepów.
- Grupa Żabka otworzyła w pierwszym kwartale 435 nowych sklepów w Polsce i Rumunii, co dało 12 750 placówek na koniec marca 2026 r. (+11,3 rdr). Skuteczne zarządzanie siecią doprowadziło do spadku wskaźnika zamknięć do 0,2% całkowitej liczby sklepów, z 0,4% w I kwartale 2025 r. W Rumunii, gdzie sieć rozwija się pod marką Froo, liczba sklepów wzrosła do 204 placówek, w tym 32 zostały otwarte w I kwartale 2026 r. Ekspansję wspiera rekordowe 2 742 nowych franczyzobiorców pozyskanych w ciągu ostatnich 12 miesięcy, co zapewnia stabilność i dalszy rozwój sieci. Grupa jest na dobrej drodze do realizacji celu ponad 1 300 nowych sklepów w 2026 r. Na koniec 2028 r. sieć ma liczyć około 16 tys. sklepów, czyli o 1 500 więcej niż pierwotnie zakładano podczas debiutu na GPW.
- Pomimo niekorzystnych warunków pogodowych w styczniu i lutym, przekładających się na mniejsze natężenie ruchu w sklepach, sprzedaż porównywalna LfL wzrosła o 3,2%. Jednocześnie w cieplejszych okresach I kwartału 2026 r. LfL osiągał poziom średnio- do wysokiej jednocyfrowej dynamiki.
- Skorygowany wynik EBITDA wzrósł o 13,1% do 674 mln zł, a jego marża wyniosła 9,1% wobec 9,0% w I kwartale 2025 r. Poprawa marży skorygowanej EBITDA wynikała przede wszystkim ze wzrostu w segmencie Ultimate Convenience, wspieranego ekspansją sieci i wzrostem sprzedaży LfL, oraz z poprawy efektywności kosztowej dzięki optymalizacji logistyki i oszczędnościom w zużyciu energii. Grupa Żabka kontynuuje również inwestycje w cyfrowe usługi dla klientów.
- Sprzedaż do klienta końcowego w segmencie NGE zwiększyła się o 25,7% do 439 mln zł. W ramach innowacyjnych inicjatyw uruchomiono ponad 40 urządzeń vendingowych, głównie w fabrykach i biurach. Internetowy supermarket Delio, rozwijany przez Lite e-Commerce z Grupy Żabka, przekroczył próg 1 mln zamówień.
- Skorygowana strata netto wyniosła 51 mln zł, co przekłada się na poprawę o 25 mln zł rok do roku, przede wszystkim dzięki solidnym wynikom operacyjnym i efektywnemu refinansowaniu ograniczającemu koszty finansowe.
- Marża skorygowanego wyniku netto w 2025 r. odnotowała poprawę do -0,7% z poziomu -1,2% przed rokiem.

- Wolne przepływy pieniężne (FCF) wyniosły 28 mln zł (-69% rdr). Spadek wynikał z niższego napływu kapitału obrotowego, będącego efektem intensywniejszej aktywności promocyjnej oraz świadomego zwiększenia poziomu zapasów w magazynach własnych i sieci franczyzowej. Grupa koncentrowała się na wspieraniu sprzedaży i utrzymaniu marżowości.
- Poziom wydatków inwestycyjnych (CAPEX) był konsekwentnie kontrolowany. W I kwartale 2026 r. wyniosły one 299 mln zł, co oznacza spadek o 8% rok do roku. Kluczowe inwestycje obejmowały otwarcia nowych sklepów oraz modernizację istniejących placówek.
- Dzięki silnej generacji gotówki oraz wzrostowi skorygowanej EBITDA wskaźnik długu netto do skorygowanej EBITDA po uwzględnieniu czynszów (z wyłączeniem zobowiązań leasingowych) spadł na koniec I kwartału 2026 do 1,1x z 1,6x na koniec I kwartału 2025r. W porównaniu do końca 2025 r. był wyższy o 0,1x ze względu na sezonowo wyższe zaangażowanie kapitału obrotowego.

### Podsumowanie wyników za 1Q2026

W mln PLN	1Q 2026	1Q 2025	Zmiana
Przychody ze sprzedaży	6 565	5 666	+15,9%
Zysk brutto ze sprzedaży	959	814	+17,8%
EBITDA	648	545	+19,0%
Skorygowany wynik EBITDA	674	596	+13,1%
Wynik netto	(73)	(125)	+41,8%
Skorygowany wynik netto	(51)	(77)	+33,0%

### Wybrane KPI i mierniki efektywności

*(wszystkie marże obliczone na podstawie sprzedaży do klienta końcowego)*

	1Q 2026	1Q 2025	Zmiana
Skonsolidowana sprzedaż do klienta końcowego, w mln PLN	7 411	6 618	+12,0%
Liczba sklepów na koniec okresu	12 750	11 460	+11,3%
<i>w tym Rumunia</i>	<i>204</i>	<i>87</i>	<i>+134,5%</i>
Wzrost sprzedaży porównywalnej (LFL)	3,2%	6,0%	(2,9pp)
Nowo uruchomione sklepy (brutto)	435	436	(0,2%)
<i>w tym Rumunia</i>	<i>32</i>	<i>29</i>	<i>+10,3%</i>
Marża EBITDA	8,7%	8,2%	+0,5pp
Marża skorygowanego wyniku EBITDA	9,1%	9,0%	+0,1pp
Marża zysku netto	(1,0%)	(1,9%)	+0,9pp
Marża skorygowanego zysku netto	(0,7%)	(1,2%)	+0,5pp

## 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. Uzupełnia je sieć bezobsługowych sklepów autonomicznych pod szyldem Żabka Nano, umożliwiających robienie zakupów przez całą dobę w dowolny dzień tygodnia. Cała sieć na koniec marca 2026 r. obejmowała 12 750 sklepów.

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 Przewężnikowska

[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

Sara Borys

+48 797 314 587

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

Tabela poniżej 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.

No.	APM	Skrót	Definicja	Znaczenie
1.	<b>Sprzedaż do klienta końcowego</b>	<b>SKK, StEC</b>	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.	<b>Skorygowany wynik operacyjny powiększony o odsetki, podatki i amortyzację</b>	<b>Skorygowana (skoryg.) EBITDA</b>	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.	<b>Skorygowany zysk netto</b>	<b>Skoryg. zysk netto</b>	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.	<b>Wzrost sprzedaży porównywalnej (Like-for-Like)</b>	<b>Wzrost LfL</b>	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.	<b>Wskaźnik zadłużenia (dług netto / skorygowany wynik operacyjny powiększony o odsetki, podatki i amortyzację)</b>	<b>Wskaźnik zadłużenia (dług netto / skoryg. EBITDA)</b>	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.	<b>Wolne przepływy pieniężne</b>	<b>FCF</b>	FCF (ang. free cash flow) oznacza wolne przepływy pieniężne obliczane jako skorygowana EBITDA po uwzględnieniu	FCF wskazuje zdolność Grupy do konwersji rentowności operacyjnej na środki pieniężne

			czynszów z tytułu najmu, pomniejszona o nakłady inwestycyjne i powiększona o efekt transakcji leasingu zwrotnego oraz o zmianę stanu kapitału obrotowego i rezerw.	i odzwierciedla elastyczność finansową, dyscyplinę kapitałową oraz zdolność do samofinansowania wzrostu.
7.	<b>Marża franczyzobiorców</b>	---	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.	<b>Nakłady inwestycyjne</b>	<b>CAPEX</b>	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 „Funkcje centralne i pozostała działalność” (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.
9.	<b>Skorygowany wynik operacyjny powiększony o odsetki, podatki i amortyzację (po uwzględnieniu czynszów z tytułu najmu)</b>	<b>Skoryg. EBITDA (po uwzgl. czynszów z tyt. najmu)</b>	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.