

Grupa Żabka po I półroczu 2026: wzrost szybszy niż rynek, poprawa rentowności i silne przepływy pieniężne

Grupa Żabka kontynuowała dwucyfrowy wzrost sprzedaży do klienta końcowego, umacniając swoją pozycję i zwiększając udziały rynkowe. Dobre wyniki osiągnęte przez nowe sklepy po raz kolejny potwierdzają skalowalność modelu ekspansji i wspierają utrzymanie trwałego, dwucyfrowego wzrostu w całej sieci. W II kwartale dynamika LfL przyspieszyła do 4,0% wobec 3,2% w I kwartale, odzwierciedlając atrakcyjność oferty oraz efektywność działań operacyjnych. Wyższa dynamika LfL oraz dobre wyniki nowych sklepów przełożyły się, w pierwszym półroczu 2026 roku, na wzrost sprzedaży do klienta końcowego (StEC) do 16 616 mln zł, czyli o 12,6% rok do roku.

Grupa poprawiła rentowność, zwiększając skorygowany wynik EBITDA do 1 903 mln zł, czyli o 15,1% rok do roku. Dyscyplina kosztowa oraz korzyści skali wynikające z rozwoju sieci pozwoliły wypracować marżę skorygowanego wyniku EBITDA na poziomie 11,5%, wobec 11,2% rok wcześniej.

Ekspansja sieci pozostaje jednym z kluczowych motorów wzrostu. W I półroczu 2026 r. Grupa Żabka otworzyła 778 nowych sklepów w Polsce i Rumunii. Na koniec czerwca br. sieć liczyła 13 063 lokalizacji, o 10,8% więcej niż przed rokiem. Utrzymujące się tempo rozwoju przybliży Grupę do realizacji celu ponad 1 300 nowych placówek w 2026 r.

Silna generacja przepływów pieniężnych oraz poprawa wyników operacyjnych przełożyły się na dalsze umocnienie pozycji finansowej Grupy. Wskaźnik długu netto do skorygowanego wyniku EBITDA po uwzględnieniu czynszów (z wyłączeniem zobowiązań leasingowych) spadł do 0,7x na koniec II kwartału 2026 r. wobec 1,2x rok wcześniej, wspierany wzrostem skorygowanego wyniku EBITDA oraz pozytywnym wpływem kapitału obrotowego. Jednocześnie dług finansowy netto (bez leasingów) zmniejszył się o 989 mln zł, czyli 30% rok do roku, do 2 306 mln zł, potwierdzając silną pozycję finansową Grupy.

Zgodnie z przyjętą we wrześniu 2025 roku polityką alokacji kapitału akcjonariusze Spółki zdecydowali o przeznaczeniu na wypłatę dywidendy 530,8 mln zł (czyli 50% zysku za 2025 rok), czyli 0,53 zł na akcję. Dywidenda zostanie wypłacona 31 lipca br.

Tomasz Suchański, CEO Grupy Żabka, komentuje:

W pierwszym półroczu po raz kolejny potwierdziliśmy siłę i odporność modelu biznesowego Grupy Żabka. Osiągnęliśmy dwucyfrowy wzrost sprzedaży do klienta końcowego, w samym II kwartale przyspieszyliśmy tempo wzrostu sprzedaży porównywalnej (LfL), powiększyliśmy naszą sieć zgodnie z założeniami oraz kontynuowaliśmy poprawę rentowności. Szczególnie cieszą nas bardzo dobre wyniki nowo otwieranych sklepów, które potwierdzają atrakcyjność naszego modelu biznesowego i dają solidne podstawy do kontynuowania dalszej ekspansji. Jednocześnie konsekwentne ograniczanie zadłużenia pokazuje siłę naszego biznesu i stabilną sytuację finansową Grupy. Jesteśmy dumni, że już po pierwszym pełnym roku notowań na GPW mamy możliwość podzielenia się zyskiem z naszymi akcjonariuszami. Tym samym Żabka dołącza do elitarnego grona liderów rynku, którzy skutecznie łączą dynamiczny wzrost z dzieleniem się wypracowanymi zyskami z akcjonariuszami.

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

Pierwsze półrocze 2026 r. pokazało, że potrafimy jednocześnie utrzymywać wysoką dynamikę wzrostu, skutecznie odpowiadać na zmieniające się potrzeby klientów i konsekwentnie wyznaczać kierunki rozwoju rynku convenience. Cieszy nas pozytywny odbiór nowych conceptów, czego przykładem są sklepy z szerszym wyborem produktów świeżych, takich jak warzywa i owoce czy punkty z rozbudowaną ofertą wysokiej jakości ciast i deserów. Jednocześnie stale poszukujemy nowych obszarów wzrostu i sposobów zwiększania wygody zakupów, czego przykładem jest pilotaż usługi szybkich dostaw realizowany przez Żabka Jush w Kołobrzegu. Wprowadziliśmy na rynek Triki, najmniejszy na świecie kontroler do gier mobilnych, który w unikalny sposób łączy świat rozrywki, handlu i programu lojalnościowego. To kolejny przykład rozwiązań wzmacniających zaangażowanie użytkowników i rozwijających ekosystem cyfrowy Żabki, a zarazem najlepsze z możliwych świadectwo innowacyjności wpisanej w nasze DNA. W bardzo dobrym tempie zbliżamy się do realizacji celu otwarcia ponad 1 300 nowych placówek w 2026 r., dzięki otwarciu 778 nowych sklepów w pierwszej połowie roku, w tym 706 w Polsce i 72 w Rumunii.

Marta Wrochna-Łastowska, CFO Grupy Żabka, dodaje:

W pierwszym półroczu 2026 r. dalsza poprawa efektywności operacyjnej oraz wyższa marża brutto przełożyły się na utrzymanie zdolności do generowania gotówki. Marża skorygowanego wyniku EBITDA wzrosła o 0,2 punktu procentowego rok do roku, co potwierdza skuteczność działań ukierunkowanych na zwiększanie efektywności biznesu. Jednocześnie utrzymaliśmy dyscyplinę kosztową i skutecznie zarządzaliśmy nakładami inwestycyjnymi, co pozwoliło nam kontynuować rozwój sieci przy zachowaniu silnych dodatnich przepływów pieniężnych. Wskaźnik długu netto do skorygowanej EBITDA (post-rent) spadł do 0,7x na koniec II kwartału 2026 r., z 1,2x rok wcześniej — potwierdzając dalsze umacnianie bilansu Grupy. Dzięki obniżonemu zadłużeniu i silnemu bilansowi z przekonaniem patrzymy na pierwszą w historii Grupa Żabka wypłatę dywidendy dla akcjonariuszy, zaplanowaną na 31 lipca. Podtrzymujemy oczekiwanie, że marża skorygowanego wyniku EBITDA

utrzyma się w górnej części przedziału 12–13%, a marża skorygowanego zysku netto będzie stopniowo zbliżać się do poziomu około 4,5% w średnim terminie.

Kluczowe informacje nt. wyników Grupy Żabka po I półroczu 2026 roku

- Sprzedaż do klienta końcowego (StEC) wyniosła 16 616 mln zł i była wyższa o 12,6% rok do roku. StEC obejmuje segment Ultimate Convenience (sklepy Żabka) oraz Nowe Silniki Rozwoju (NGE), w tym działalność w Rumunii i Biznesy Cyfrowe (DCO). W samym II kwartale br. StEC wyniosła 9 205 mln zł (+13,2% rdr).
- Skonsolidowane przychody zwiększyły się w rok do roku o 14,7% do poziomu 14 666 mln zł.
- Wyniki sprzedażowe rosły powyżej rynku dzięki połączeniu rosnącej z kwartału na kwartał br. dynamiki sprzedaży porównywalnej (LfL) oraz konsekwentnej ekspansji sieci.
- Grupa Żabka otworzyła w I półroczu 2026 r. 778 nowe sklepy, w tym 706 w Polsce i 72 w Rumunii, zwiększając liczbę placówek na koniec czerwca 2026 r. do 13 063 (+10,8% r/r). W samym II kwartale uruchomiono 343 nowe sklepy, 303 w Polsce i 40 w Rumunii. Jednocześnie udziały zamkniętych placówek zmalały do 0,4% z 0,7% w pierwszej połowie 2025 r. Utrzymujące się wysokie tempo otwarć potwierdza, że Grupa jest na dobrej drodze do realizacji celu ponad 1 300 nowych placówek w 2026 r., wspieranego przez stały napływ nowych franczyzobiorców. Zgodnie z długoterminowym planem rozwoju, do końca 2028 r. sieć ma liczyć około 16 tys. sklepów, czyli o 1 500 więcej niż zakładano w momencie debiutu na GPW.
- W I półroczu sprzedaż porównywalna (LfL) wzrosła o 3,6% rok do roku. W II kwartale dynamika LfL przyspieszyła do 4,0% wobec 3,2% w I kwartale. Wzrost był napędzany dalszym zwiększaniem udziałów rynkowych oraz silnymi wynikami strategicznych kategorii, w szczególności QMS i napojów.
- W całym 2026 r. LfL wspierana nowymi inicjatywami produktowymi powinna rosnąć w tempie od średnich do wysokich jednocyfrowych wartości procentowych, z naturalnymi wahaniami pomiędzy kwartałami. Podobne tempo wzrostu oczekiwane jest również w średnim terminie.
- Skorygowany wynik EBITDA wzrósł o 15,1% do 1 903 mln zł, a jego marża wyniosła 11,5% wobec 11,2% przed rokiem. W II kwartale był na poziomie 1 228 mln zł (+16,2% rdr), przy marży na poziomie 13,3% (+0,3 pp rdr). Poprawa marży skorygowanego wyniku EBITDA wynikała przede wszystkim ze wzrostu w segmencie Ultimate Convenience, wspieranego efektem skali, wzrostem sprzedaży LfL oraz dalszej poprawie efektywności działania. Grupa podtrzymuje oczekiwanie, że marża skorygowanego wyniku EBITDA za cały 2026 r. znajdzie się bliżej górnej granicy przedziału 12–13%. Sprzyjają temu korzyści skali oraz skuteczna kontrola kosztów.
- Wspierany innowacjami segment NGE kontynuował wzrost, zwiększając sprzedaż do klienta końcowego o 27,7% do 943 mln zł w pierwszej połowie 2026 r. Grupa wprowadziła na rynek

Triki, najmniejszy na świecie kontroler do gier, stworzonego specjalnie dla Żabki. Oferuje on dostęp do szerokiej biblioteki gier, od kultowego Snake'a po dedykowane pokoje gier przygotowane we współpracy z partnerami. Równocześnie uruchomiono pilotaż nowego formatu Żabka Jush w Kołobrzegu, testując model dostaw realizowanych bezpośrednio ze sklepów w miastach średniej wielkości.

- Skorygowany zysk netto w I półroczu wyniósł 315 mln zł, co oznacza wzrost o 118,2% rdr, przede wszystkim dzięki lepszym wynikom operacyjnym, w tym wzrostowi marży EBITDA, oraz bardziej efektywnej strukturze finansowania, która przełożyła się na spadek kosztów finansowych w ujęciu rok do roku. W samym II kwartale br. skorygowany zysk netto był na poziomie 366 mln zł (+65,8% rdr).
- Marża skorygowanego wyniku netto wyniosła 1,9% wobec 1,0% rok wcześniej. W II kwartale było to 4,0% (+1,2 pp rdr).
- Grupa wygenerowała dodatnie przepływy pieniężne (FCF) na poziomie 1 242 mln zł wobec 1 165 mln zł w I półroczu 2025 r., co odzwierciedla jej silną pozycję bilansową, wspieraną przez utrzymanie dyscypliny inwestycyjnej oraz sprawne zarządzanie kapitałem obrotowym.
- Wydatki inwestycyjne (CAPEX) w I półroczu 2026 r. wyniosły 679 mln zł, czyli o 8,2% mniej niż rok wcześniej. Inwestycje koncentrowały się przede wszystkim na rozwoju sieci oraz modernizacji istniejących sklepów.
- Silna generacja gotówki oraz wzrost skorygowanego wyniku EBITDA wspierały dalsze umacnianie pozycji finansowej Grupy. Pomimo wzrostu zobowiązań leasingowych związanego z ekspansją sieci oraz indeksacją czynszów do inflacji, wskaźnik długu netto do skorygowanego wyniku EBITDA po uwzględnieniu czynszów (z wyłączeniem zobowiązań leasingowych) spadł na koniec II kwartału 2026 r. do 0,7x z 1,2x rok wcześniej. Poprawie wskaźników zadłużenia towarzyszyła redukcja długu finansowego netto (bez leasingów) o 989 mln zł, tj. o 30% rok do roku, do 2 306 mln zł na koniec II kwartału 2026 r.

Podsumowanie wyników za 2Q 2026 i IH 2026

W mln PLN	2Q 2026	2Q 2025	Zmiana	1H 2026	1H 2025	Zmiana
Przychody ze sprzedaży	8 101	7 124	+13,7%	14 666	12 791	+14,7%
Zysk brutto ze sprzedaży	1 545	1 327	+16,4%	2 504	2 141	+17,0%
EBITDA	1 163	1 002	+16,1%	1 812	1 547	+17,1%
Skorygowany wynik EBITDA	1 228	1 057	+16,2%	1 903	1 654	+15,1%
Wynik netto	322	192	+67,6%	249	67	+272,9%
Skorygowany wynik netto	366	221	+65,8%	315	144	+118,2%

Wybrane KPI i mierniki efektywności

(wszystkie marże obliczone na podstawie sprzedaży do klienta końcowego)

	2Q 2026	2Q 2025	Zmiana	1H 2026	1H 2025	Zmiana
Skonsolidowana sprzedaż do klienta końcowego, w mln PLN	9 205	8 133	+13,2%	16 616	14 751	+12,6%

Liczba sklepów na koniec okresu				13 063	11 793	+10,8%
w tym Rumunia				240	109	+120,2%
Wzrost sprzedaży porównywalnej (LFL)	4,0%	6,1%	-2,1 p.p.	3,6%	6,1%	-2,4 p.p.
Nowo uruchomione sklepy (brutto)	343	368	-6,8%	778	804	-3,2%
w tym Rumunia	40	22	+81,8%	72	51	+41,2%
Marża EBITDA	12,6%	12,3%	+0,3 p.p.	10,9%	10,5%	+0,4 p.p.
Marża skorygowanego wyniku EBITDA	13,3%	13,0%	+0,3 p.p.	11,5%	11,2%	+0,2 p.p.
Marża zysku netto	3,5%	2,4%	+1,1 p.p.	1,5%	0,5%	+1,0 p.p.
Marża skorygowanego zysku netto	4,0%	2,7%	+1,2 p.p.	1,9%	1,0%	+0,9 p.p.

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 czerwca 2026 r. obejmowała 13 063 sklepy.

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

Sara Borys

+48 797 314 587



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.	Sprzedaż do klienta końcowego	SKK, StEC	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.	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	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.	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 „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.	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.