

Grupa Eurocash

Prezentacja wyników za 2 kwartał 2025 roku

28 sierpnia 2025

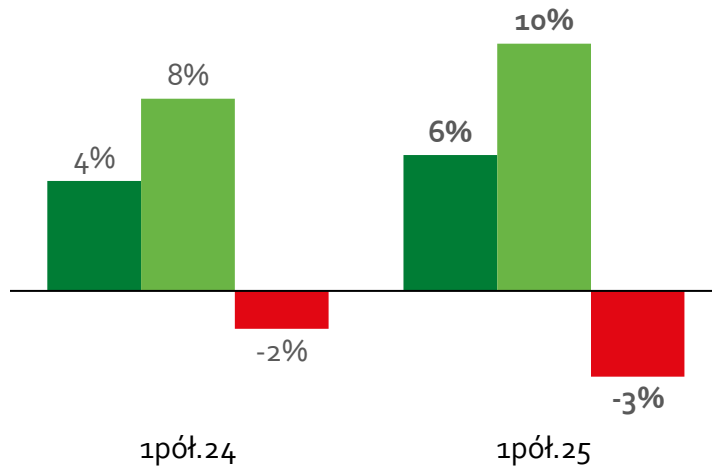


- W 2 kw. '25 warunki rynkowe pozostały wymagające, z istotnie słabszą dynamiką w kategoriach piwa, alkoholu i wyrobów tytoniowych z powodu zmian w zachowaniach konsumentów oraz podwyżek akcyzy.
- **Rynek hurtowy** istotny dla Eurocash (WRM) spadł o 3,5% r/r, podczas gdy przychody Grupy obniżyły się jedynie o 1,2% r/r (pod presją formatów C&C i Delikatesów Centrum, ale wspierane przez Eurocash Serwis), co potwierdza odporność Grupy.
- **Silna dyscyplina kosztowa** przełożyła się na wzrost EBIT o 24% r/r do 82 mln PLN. Lojalność sklepów franczyzowych nadal rośnie, z poprawą o blisko +1,5 p.p. w 1 pół. '25.
- **Rentowność:** Skorygowana marża EBITDA wzrosła do 3,0% (z 2,7% w 2Q'24), wsparta oszczędnościami kosztowymi w wysokości 52 mln PLN w 1 pół. '25, pomimo utrzymującej się presji wzrostu kosztów pracy.
- **Kapitał obrotowy:** Znacząca poprawa w zakresie zapasów, potwierdzająca postępy w realizacji planu optymalizacji kapitału obrotowego.
- **Platformy wzrostu (Frisco i Duży Ben)** kontynuują ograniczanie strat krok po kroku i po raz pierwszy w historii segmentu osiągnęły próg rentowności. Frisco pozostaje na dobrej drodze do osiągnięcia rentowności w przyszłym roku.
- **Miękka Franczyza:** Dodatnia dynamika LFL na poziomie +1,1% w całej sieci franczyzowej w 2 kw. '25, przy stabilnym udziale w rynku całkowitym (ok. 8%) oraz rosnącym udziale w WRM (31,6% w 2 kw. '25 wobec 28,8% w 2Q'24). W 1 pół. '25 liczba sklepów sieci w miękkiej franczyzie wzrosła o 428 wobec końca 2024 roku.
- **Publikacja strategii – listopad 2025 r.** – uważamy, że biorąc pod uwagę postępy Frisco w kierunku osiągnięcia progu rentowności, wyniki Eurocash Serwis oraz silne generowanie gotówki w naszym modelu franczyzowym, obecna kapitalizacja rynkowa nie odzwierciedla w pełni rzeczywistej wartości Grupy w ujęciu sumy jej części.

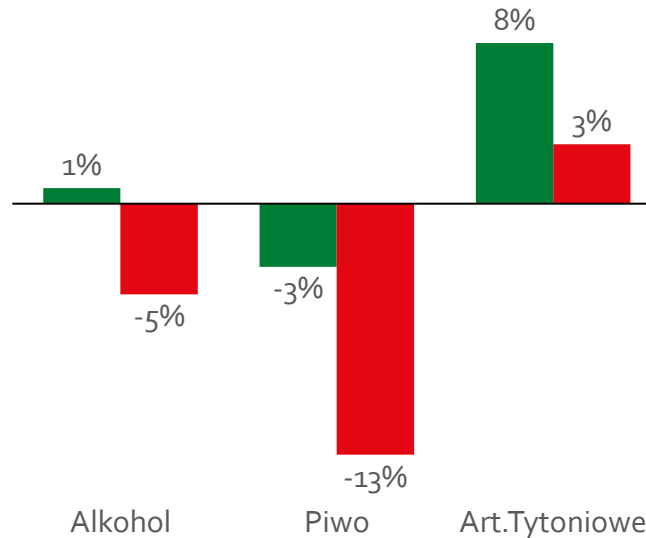
Otoczenie rynkowe

- Dynamika rynku FMCG:** Rynek FMCG wzrósł o 6% r/r w 1 pół.'25 (+6% r/r w 2 kw. '25), głównie dzięki dyskontom +10% r/r w 1 pół.'25 (+11% r/r w 2 kw. '25)
- Rynek hurtowy istotny dla Eurocash (WRM)** spadł o 3% r/r w 1 pół. '25 (-3,5% r/r w 2 kw. '25), pod wpływem niższej liczby transakcji wynikającej ze zmian w zachowaniach konsumentów oraz podwyżek akcyzy na alkohol i wyroby tytoniowe (1 pół. '25: piwo -3% r/r w TM i -13% r/r w WRM; alkohol (bez piwa) +1% r/r w TM i -5% r/r w WRM; wyroby tytoniowe – pomimo wzrostu cen o ok. +17% z tytułu akcyzy, TM wzrósł jedynie o 8% r/r, a WRM o +3% r/r)
- Sieci franczyzowe Eurocash:** udział rynkowy pozostał stabilny w rynku całkowitym, jednak udział WRM w rynku całkowitym stopniowo maleje

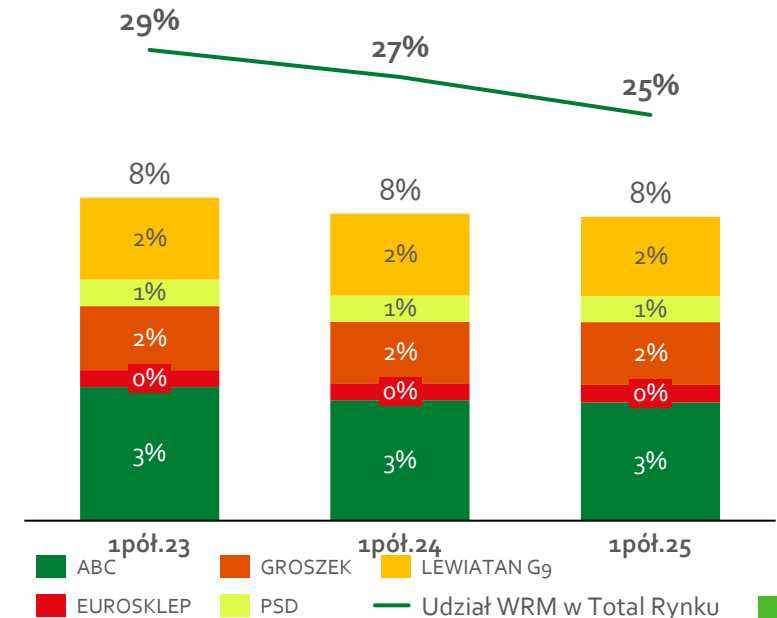
Dynamika rynku według kanałów



Dynamika sprzedaży kategorii w 1H'25 WRM vs Rynek ogółem



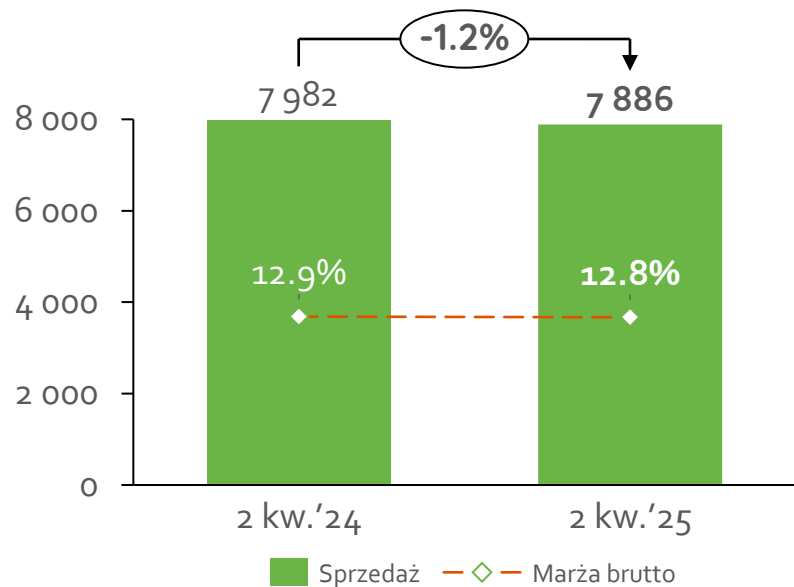
Udział sieci miękkiej franczyzy i WRM w Ryunku Ogółem



Podsumowanie wyników za 2kw.'25

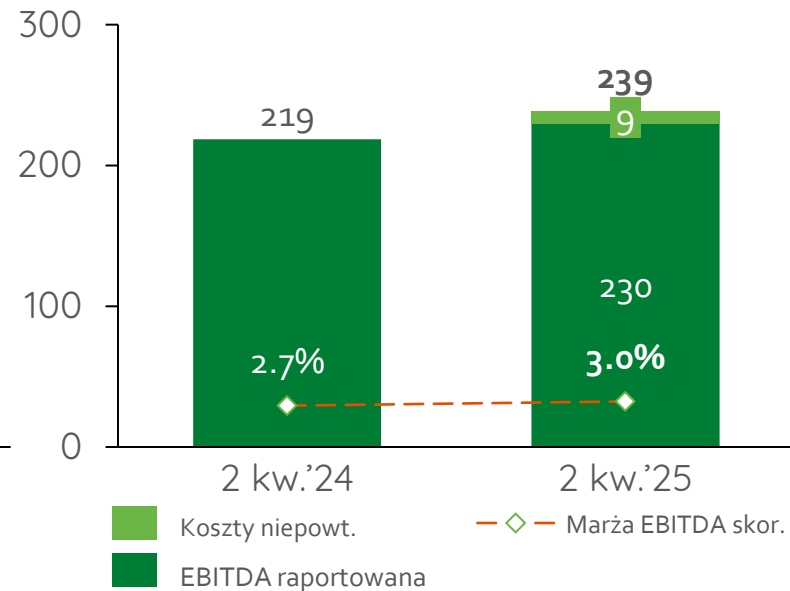
- Sprzedaż:** W 2 kw. '25 sprzedaż Eurocash spadła o 1,2% r/r, głównie z powodu słabszych wyników sklepów C&C i Delikatesy Centrum, wynikających przede wszystkim ze spadków w kluczowych kategoriach (piwo, alkohole wysokoprocentowe) oraz zmian w zachowaniach konsumentów
- EBITDA:** Skorygowana marża EBITDA poprawiła się o 20 p.p. r/r, wsparta oszczędnościami kosztowymi, częściowo skompensowanymi przez koszty jednorazowe związane z zamykaniem sklepów
- Zdarzenia jednorazowe:** Jednorazowy wpływ w wysokości 9,0 mln PLN z działań optymalizacyjnych związanych z zamknięciem nierentownych sklepów Delikatesy Centrum (19 w 2 kw. '25, oprócz 16 w 1Q'25). Oczekiwane roczne oszczędności na poziomie ok. 19 mln PLN, w tym dodatkowa korzyść 8,6 mln PLN z zamknięć zrealizowanych w 2 kw. '25
- Zysk netto:** Pozostał stabilny r/r, potwierdzając odporność wyników na poziomie netto mimo czynników zewnętrznych. Zysk netto został obciążony negatywnym wpływem różnic kursowych w wysokości 4 mln PLN (związanych z IFRS16)

Sprzedaż i marża brutto



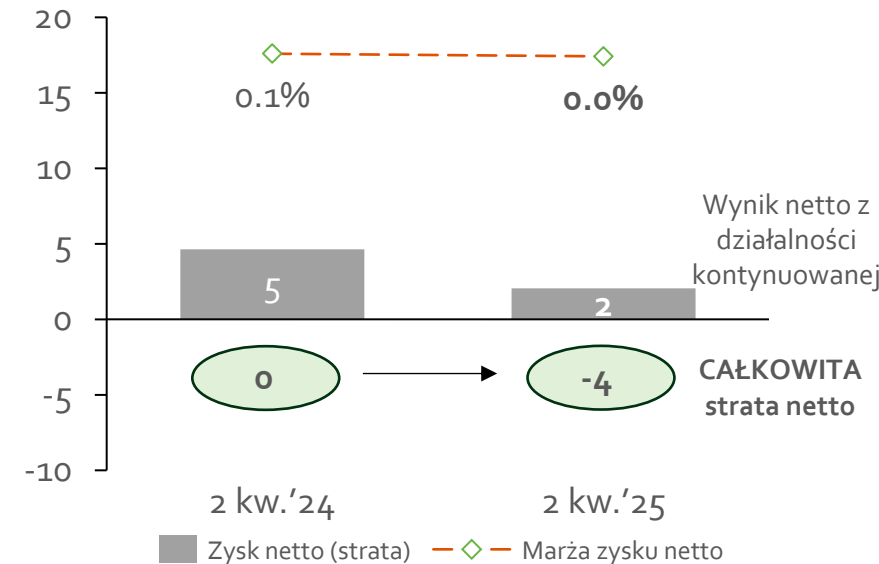
(PLNm)

Skorygowana EBITDA



(PLNm)

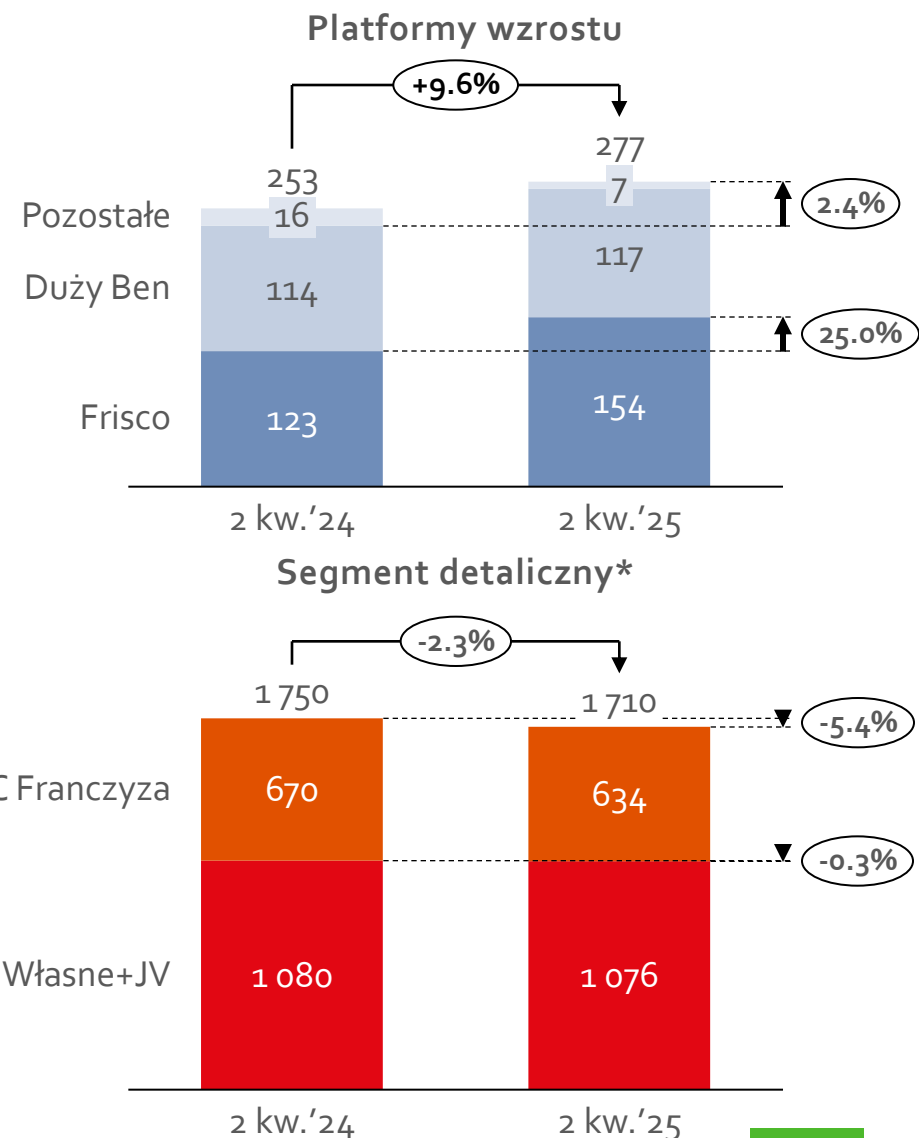
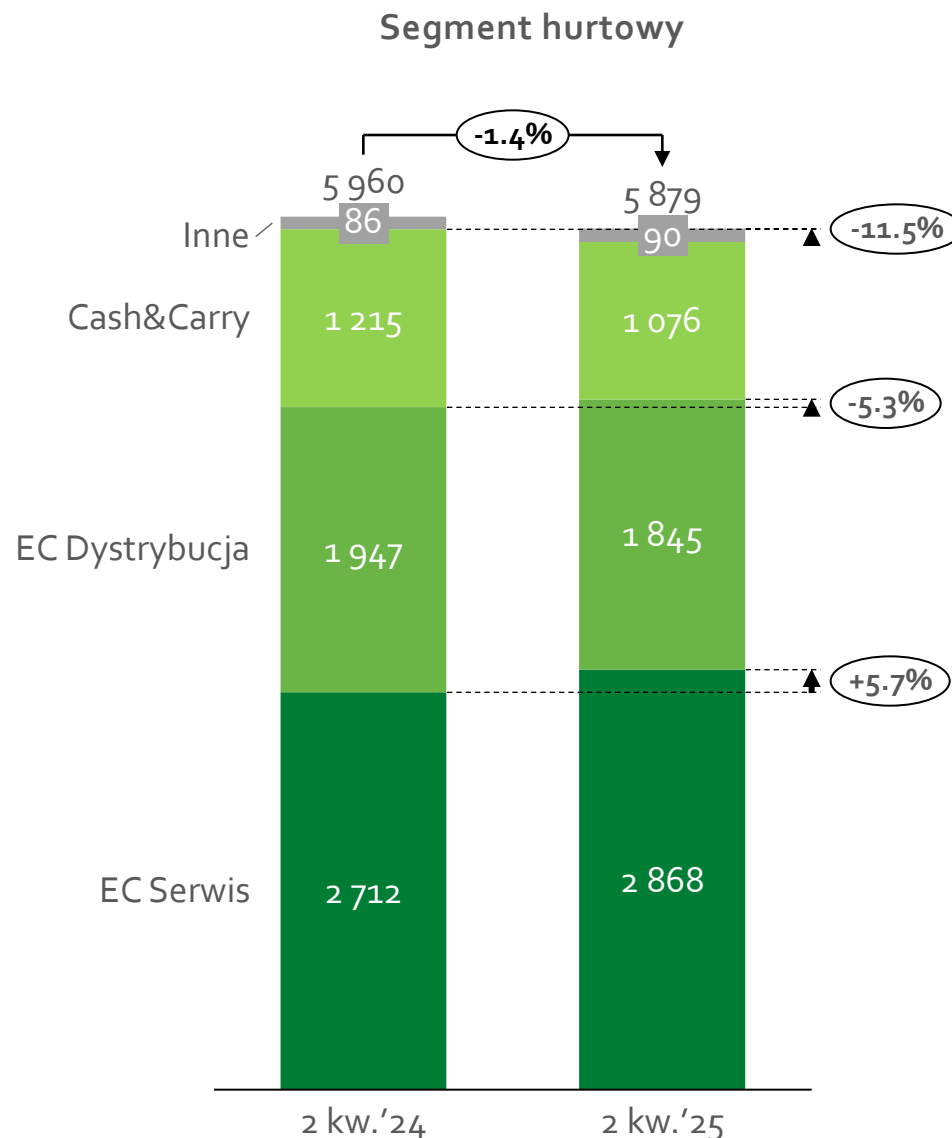
Wynik netto





Dynamika sprzedaży w 2 kw. 2025 wg Segmentów i Jednostek Biznesowych

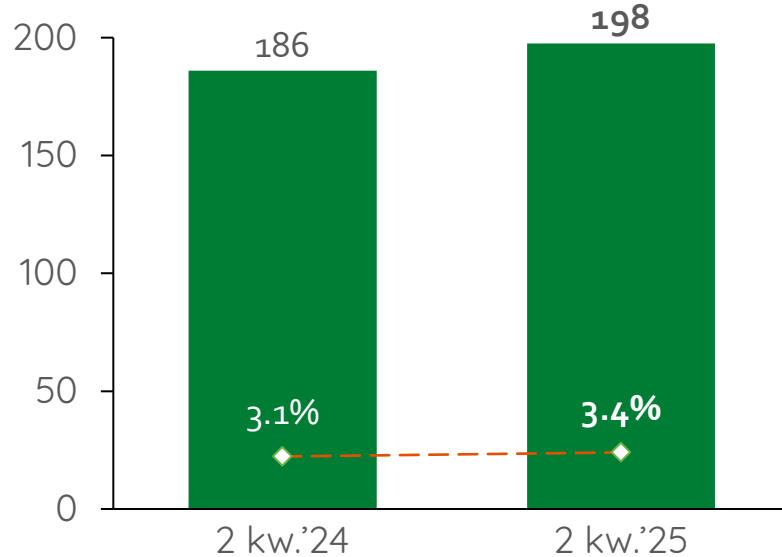
- **Hurt:** sprzedaż spadła o 1,4% r/r w 2 kw. '25. EC Serwis wzrósł o 5,7% r/r, do czego przyczyniła się wyższa sprzedaż wyrobów tytoniowych w związku z podwyżką akcyzy. Na sprzedaż C&C i EC Dystrybucja negatywny wpływ miały jednak warunki rynkowe i niekorzystna konsumpcja, szczególnie w kategorii piwa
- **Detal*:** sprzedaż spadła o 2,3% r/r. Sklepy własne i JV odnotowały płaską sprzedaż, podczas gdy sprzedaż LFL w sklepach własnych wzrosła o 3,1%, wyprzedzając JV i sklepy franczyzowe
- **Platformy Wzrostu:** sprzedaż wzrosła o +9,6% r/r, do czego przyczyniły się Frisco (+25% r/r) oraz Duży Ben (+2,4% r/r). Ich ogólny wkład w sprzedaż Grupy pozostaje ograniczony



EBITDA za 2 kw. 2025 w podziale na segmenty działalności

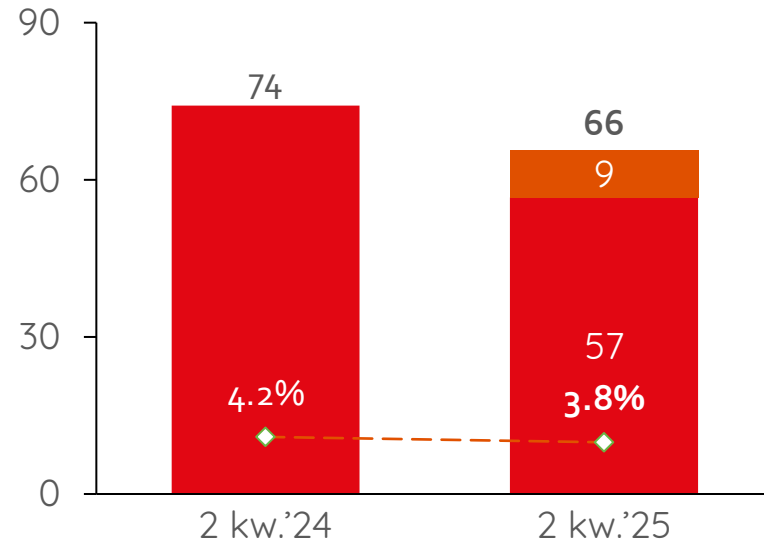
- **Hurt:** w 2 kw.'25 marża EBITDA wzrosła o 30 pb r/r do 3,4%, pomimo niższych wyników sprzedaży. Poprawa ta była wspierana przez silny nacisk na zarządzanie marżą i dyscyplinę kosztową
- **Detal:** Negatywny wpływ na EBITDA w segmencie detalicznym miała optymalizacja portfela sklepów, co skutkowało jednorazowym wpływem w wysokości 9,0 mln zł w 2 kw.'25 (i 16,1 mln w 1 pół.'25)
- **Segment Platform Wzrostowych** po raz pierwszy odnotował dodatni wynik, a EBITDA poprawiła się do +2 mln zł w 2 kw.'25 z poziomu -5 mln zł w 2 kw.'24

EBITDA hurtowa w 2Q 2025



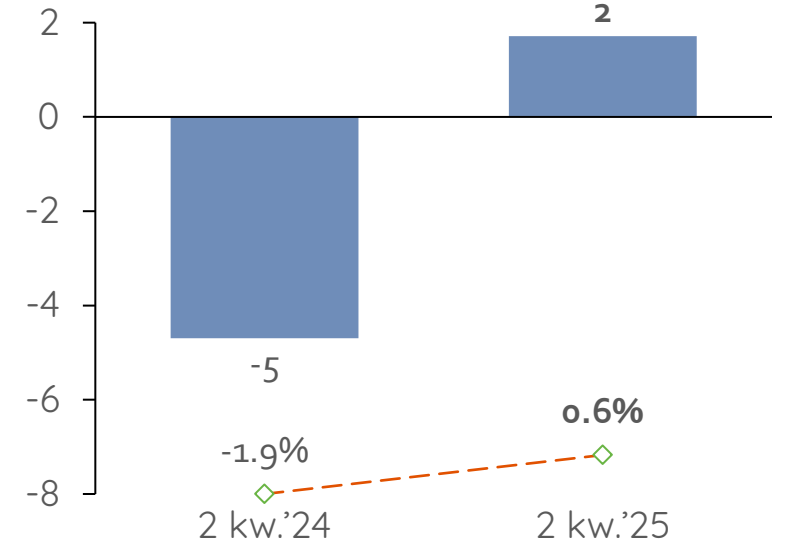
■ EBITDA
—◇— Marża EBITDA %

EBITDA detaliczna w 2Q 2025



■ Koszty niepowtarzalne
■ EBITDA
—◇— Marża EBITDA skor.

EBITDA platform wzrostu w 2Q 2025



■ EBITDA
—◇— Marża EBITDA %

Segment Platform Wzrostu: pierwszy w historii dodatni wynik EBITDA

EBITDA: Ujemna kontrybucja poprawiła się w porównaniu z ubiegłym rokiem, osiągając wartość dodatnią w 2 kw.'25

frisco.

↑ Sprzedaż 2 kw. '25: **+25% y/y** ↑ Aktywni klienci: **+11% y/y**
Zamówienia **+12% y/y**

↑ Średni koszyk w 2 kw.'25: **+8% y/y**

- **Frisco:** Wzmacnianie **lojalności** i **pozyskiwanie** klientów w celu optymalizacji działania nowego magazynu w Warszawie.

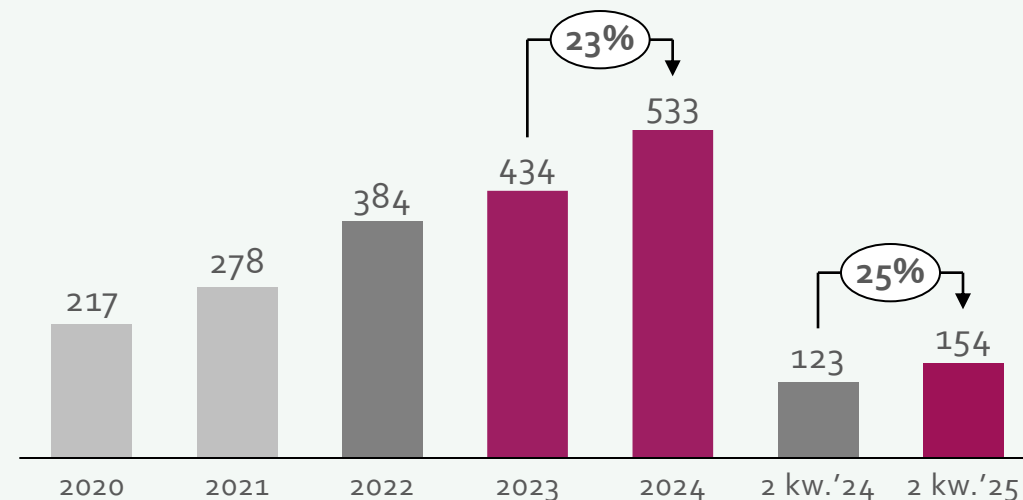


↑ Sprzedaż 2 kw.'25: **+2% y/y** ↑ LFL 2 kw.'25: **+6%**

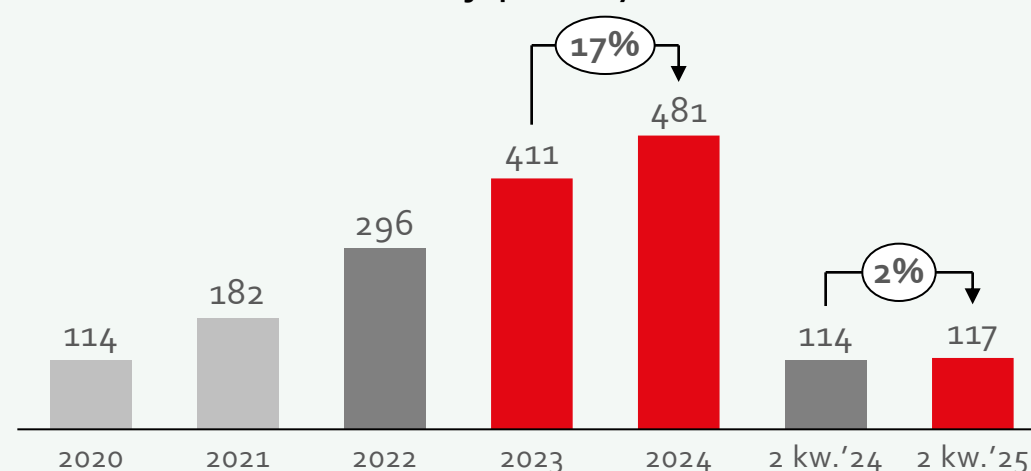
- ↓ #395 Sklepów w 2 kw.25: -24 sklepów netto r/r
- 1kw. '25 40 zamknięć / 6 otwarć
 - 2 kw. '25 1 zamknięcie / 4 otwarcia

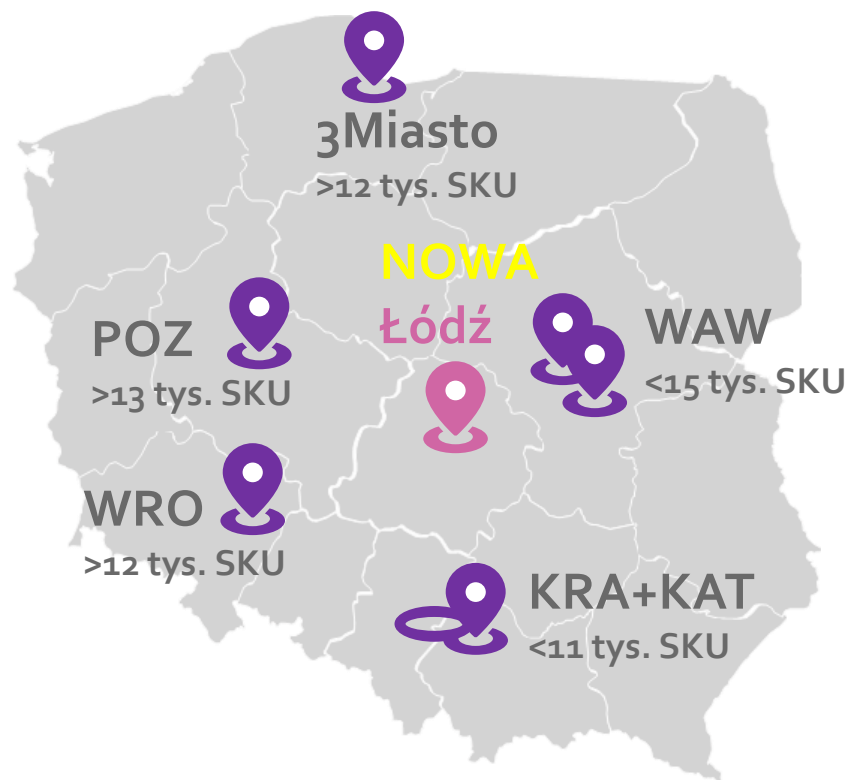
- **Duży Ben:** Zwiększanie sprzedaży i optymalizacja **rentowności** sklepów.

Rozwój sprzedaży (mln zł)



Rozwój sprzedaży (mln zł)





- Ekspansja na obszar aglomeracji łódzkiej i okolice:
 - Setki tysięcy nowych potencjalnych klientów
 - Dostawa przez cały dzień, 6 dni w tygodniu, z asortymentem blisko 15 000 SKU
- Stabilny wzrost Frisco w 1H'25:

SPRZEDAŻ

+19% r/r
1pół'25/1pół.24

AOV

+3% r/r
1pół'25/1pół.24

NPS

+5% r/r
1pół'25/1pół.24

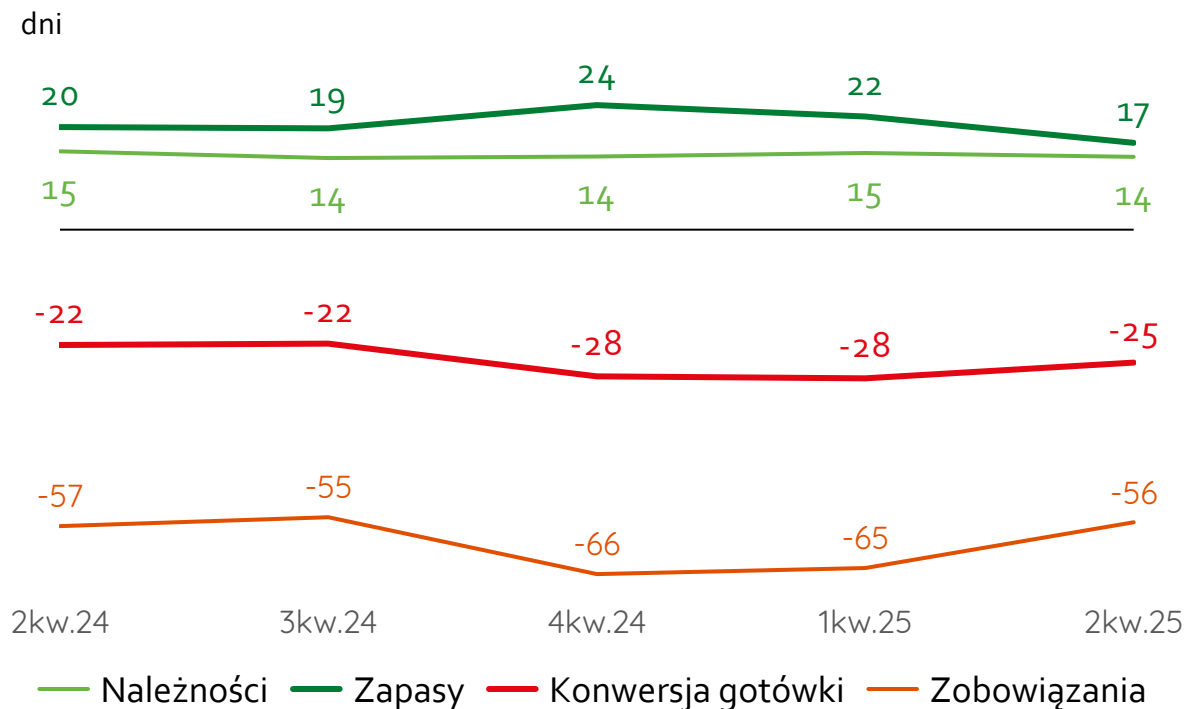
Na dobrej drodze do osiągnięcia
rentowności!





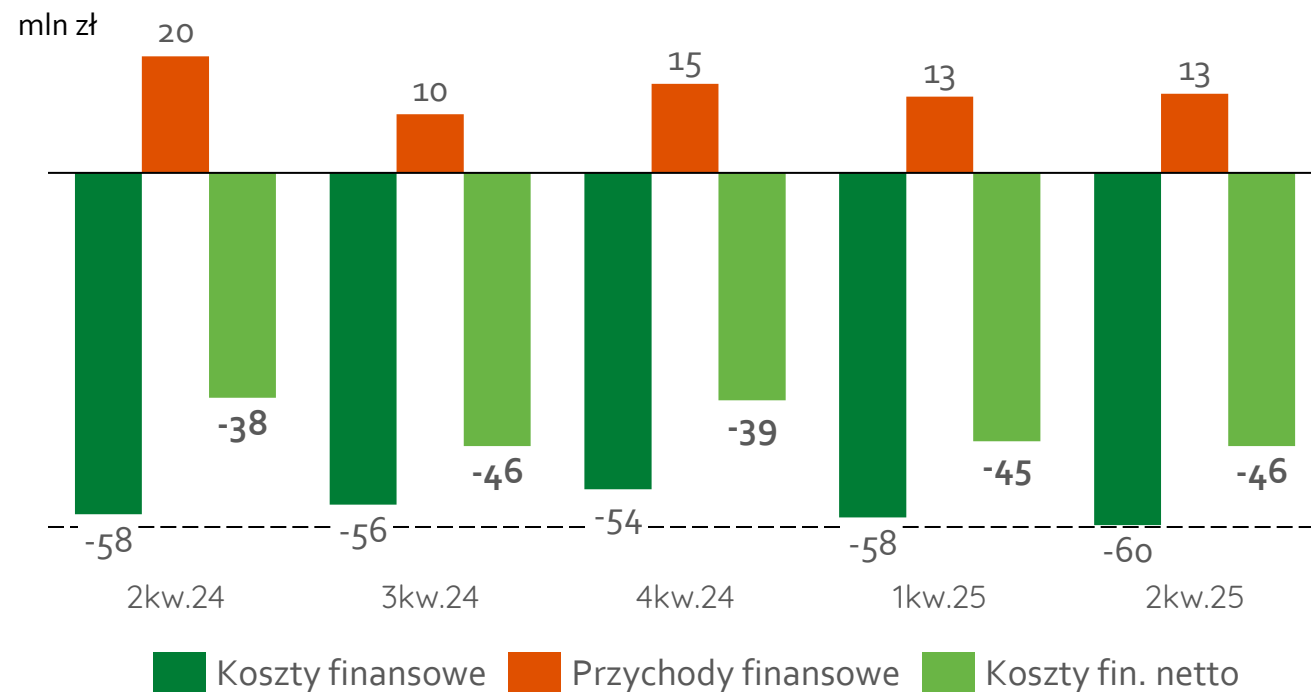
Cykl konwersji gotówki oraz koszty finansowe netto

Cykl konwersji gotówki w latach 2024-2025



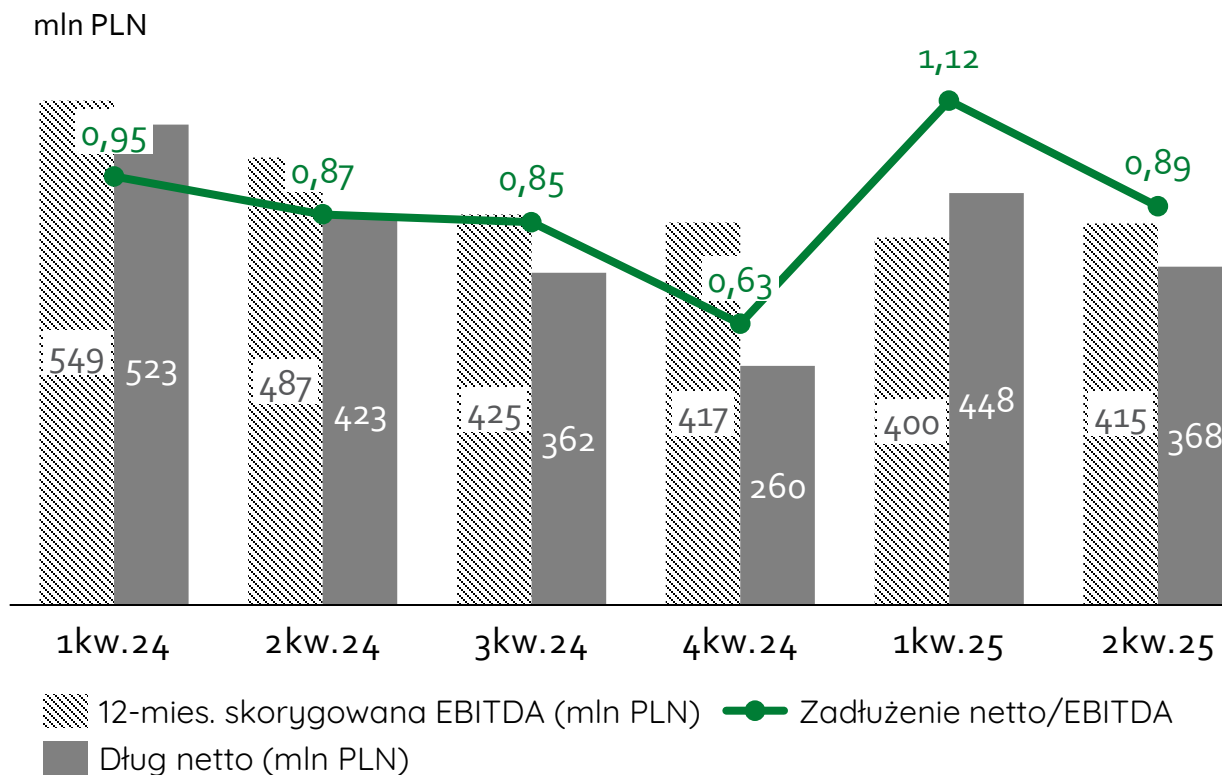
Cykl konwersji gotówki poprawił się r/r, zgodnie ze strategią optymalizacji kapitału obrotowego. Dodatkowe zapasy zbudowane przed podwyżką akcyzy w 4Q'24 i 1Q'25 zostały sfinansowane poprzez wydłużone terminy płatności.

Koszty finansowe netto w okresie 2 kw.24 do 2 kw. 25 (Pre-MSSF16)

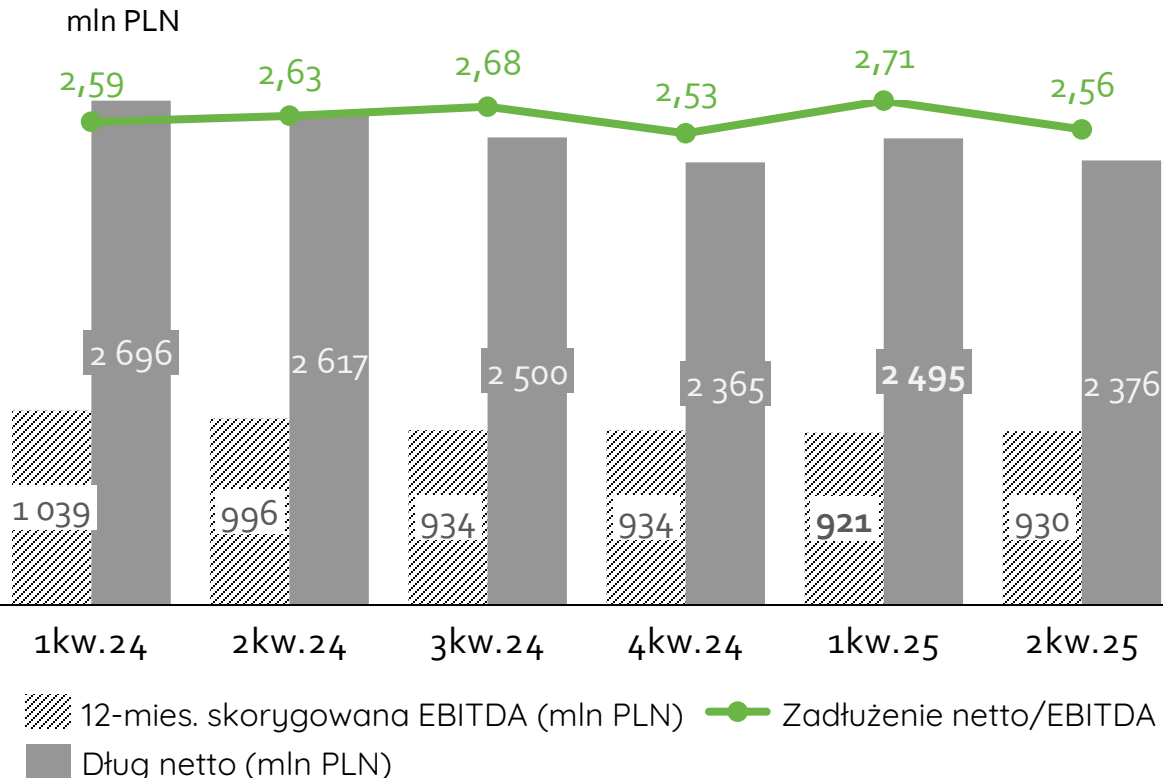


Koszty finansowe netto są zasadniczo zgodne z trendami historycznymi, odzwierciedlają sezonowe wahania kapitału obrotowego i utrzymują się w oczekiwanym poziomie.

Zadłużenie netto/EBITDA (przed MSSF 16)



Zadłużenie netto/EBITDA (po MSSF 16)



- **Wskaźnik Zadłużenia Netto / EBITDA: 0,89x przed IFRS16 i 2,56x po IFRS16 w 2 kw. '25**, co pokazuje poprawę w porównaniu do 1Q'25 (1,12x / 2,71x). Oba wskaźniki pozostają na komfortowym poziomie.
- **Mocny Bilans:** utrzymano solidną dyscyplinę finansową, z zadłużeniem netto obniżonym do 368 mln PLN przed IFRS16 (2 376 mln PLN po IFRS16), wspieraną skutecznym zarządzaniem kapitałem obrotowym.

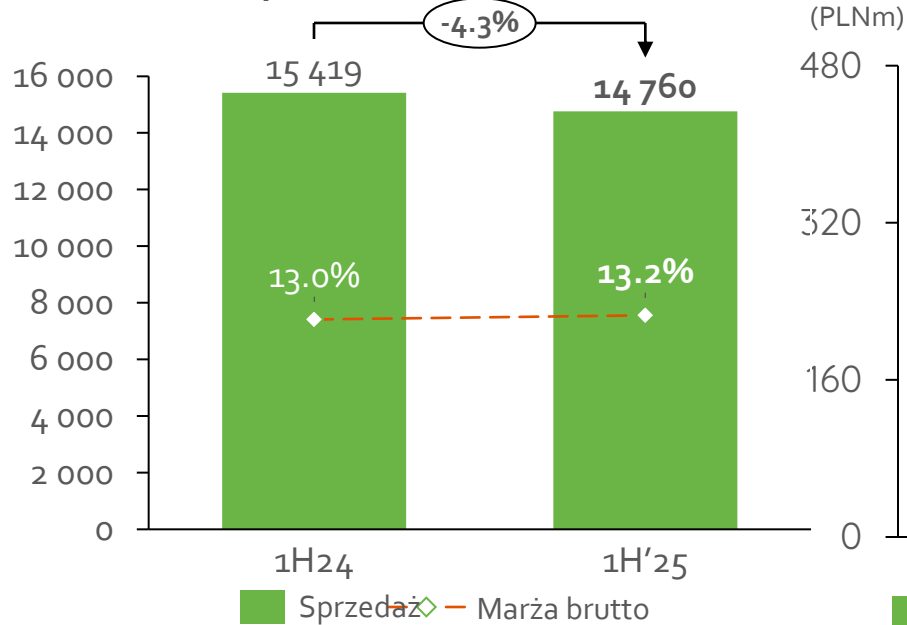
Podsumowanie wyników za 2 kw. 2025 r.

PLN million	2Q 2025	2Q 2024	Change %*
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	7 886,48	7 982,31	-1,20%
Zysk brutto ze sprzedaży	1 012,67	1 029,44	-1,63%
Rentowność brutto na sprzedaży	12,84%	12,90%	-0,06 p.p.
EBITDA	229,54	218,62	5,00%
Marża EBITDA (%)	2,91%	2,74%	0,17 p.p.
EBITDA skorygowana	238,54	218,62	9,11%
Marża EBITDA (%)	3,02%	2,74%	0,29 p.p.
EBIT	82,41	66,65	23,66%
Marża EBIT (%)	1,05%	0,83%	0,21 p.p.
Zysk brutto	9,67	6,86	40,92%
Zysk (strata) netto z działalności kontynuowanej	2,06	4,63	-55,60%
Marża zysku z działalności kontynuowanej (%)	0,03%	0,06%	-0,03 p.p.
Zysk (strata) netto z działalności zaniechanej	(6,42)	(4,50)	-42,46%
Zysk (strata) netto	(4,36)	0,13	-

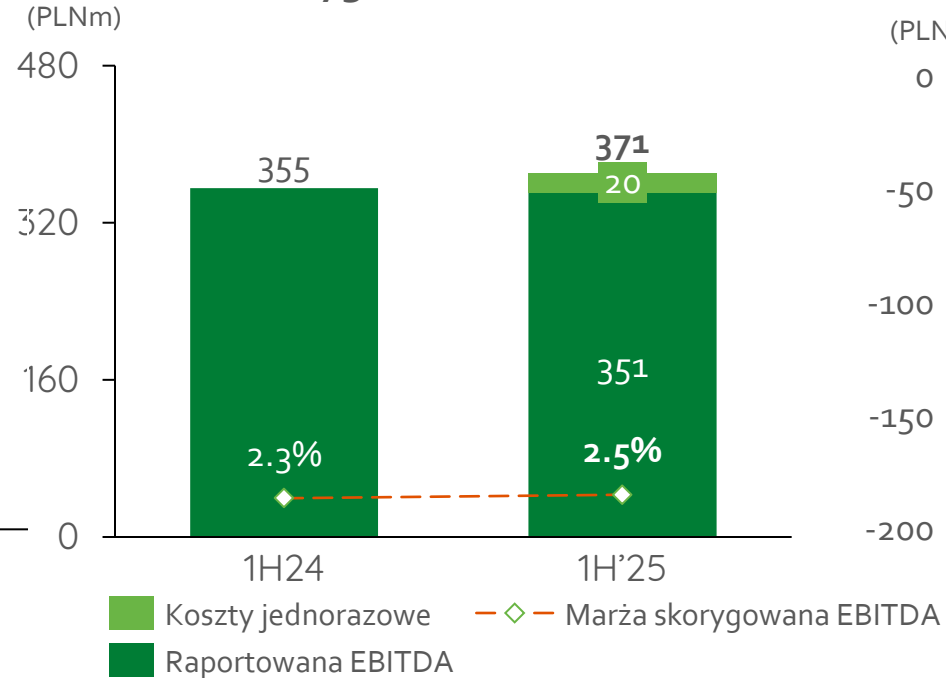
Podsumowanie wyników za 1 półrocze 2025

- **Sprzedaż:** Sprzedaż Eurocash w 1 pół. '25 spadła o 4,3% r/r, głównie z powodu zmian w zachowaniach konsumentów oraz podwyżek akcyzy na alkohol i tytoń, które spowodowały spadek wolumenu w tych kategoriach.
- **EBITDA:** Skorygowana marża EBITDA pozostała stabilna, wspierana przez poprawę marży brutto i odporność operacyjną, częściowo zrekompensowaną kosztami jednorazowymi związanymi z zamknięciem sklepów.
- **Zdarzenia jednorazowe:** Jednorazowy wpływ w wysokości 20,1 mln PLN związany z zamknięciem 35 sklepów Delikatesy Centrum oraz 40 sklepów Duży Ben w 1 pół. '25. Wyniki Inmedio wyłączone po de-konsolidacji.
- **Zysk (strata) netto:** Strata netto zgodna z rokiem poprzednim, odzwierciedlająca stabilne wyniki netto pomimo zewnętrznych trudności.

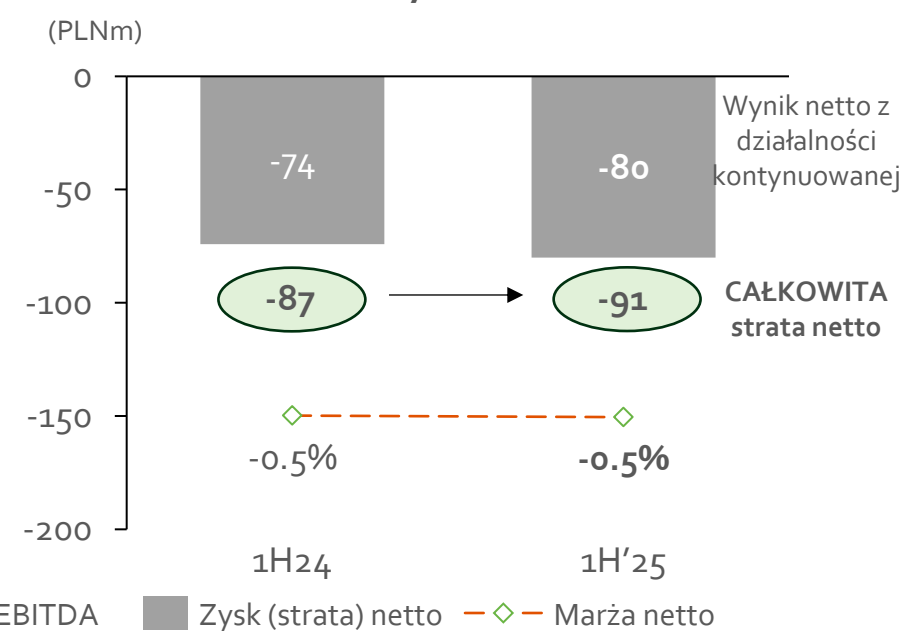
Sprzedaż i marża brutto



Skorygowana EBITDA



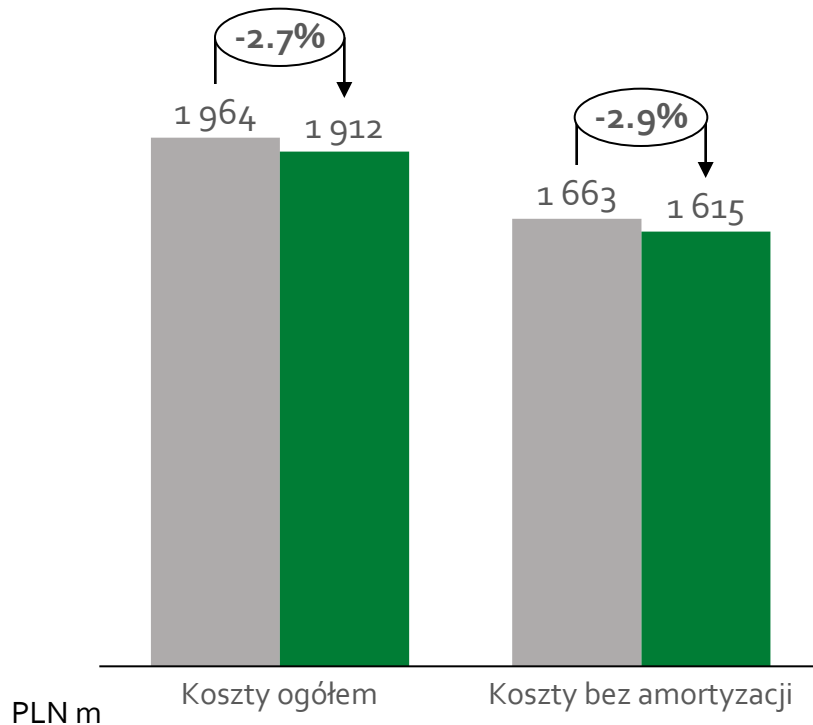
Wynik netto



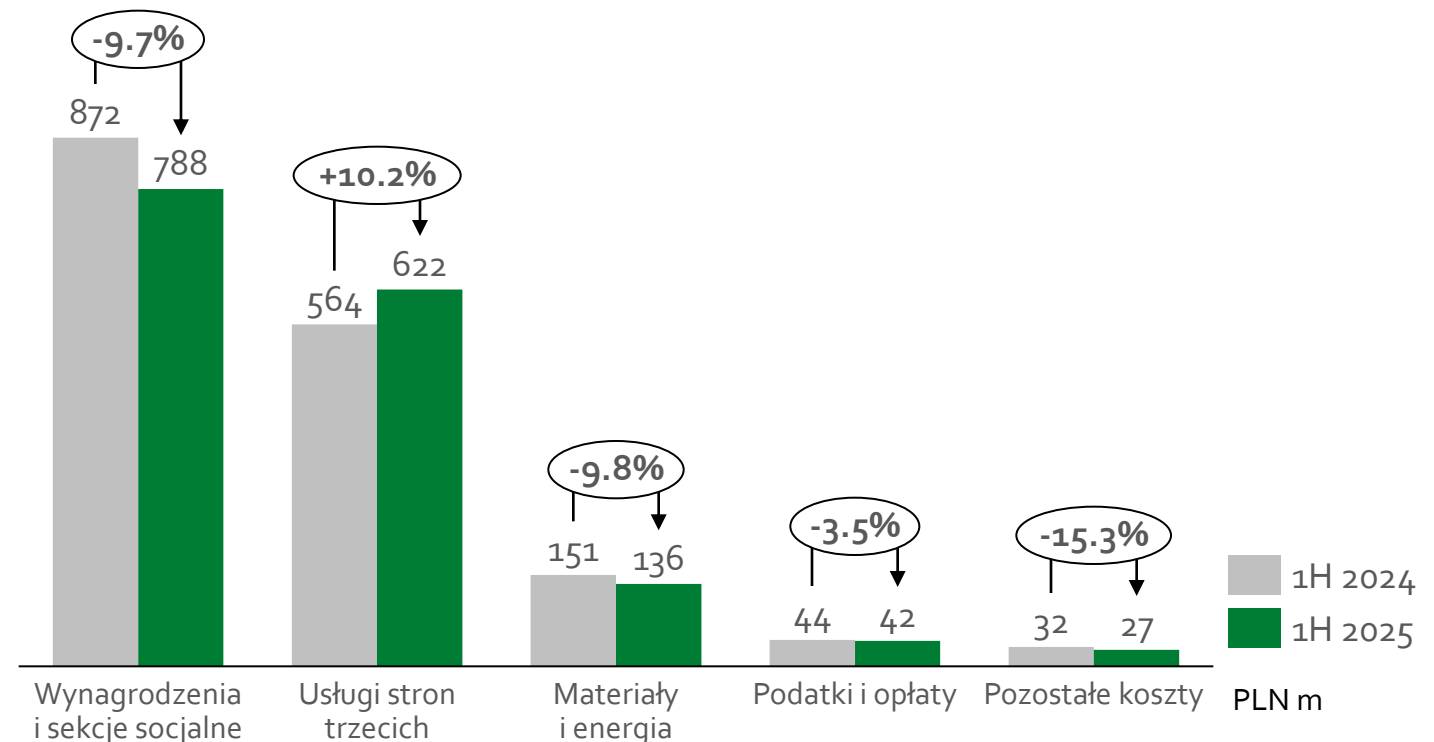
Analiza kosztów: 1 półroczu 2025

- Całkowite koszty: Całkowite koszty spadły o 2,7% r/r (w 1H'25 o 52 mln zł niższe koszty r/r), głównie za sprawą:
 - Spadku kosztów wynagrodzeń -9,7% r/r, w wyniku inicjatyw zwiększających efektywność oraz konwersji sklepów własnych do modelu agencyjnego
 - Usługi obce +10,2% r/r, wzrost kosztów w wyniku konwersji sklepów własnych do modelu agencyjnego (Delikatesy Centrum)
 - Pozostałe kategorie kosztów objęte ścisłą dyscypliną

1 pół. 2025 - Dynamika kosztów całkowitych



1 pół. 2025 – Analiza kosztów według rodzaju



Podsumowanie wyników za 1 półrocze 2025 r.

mln zł	1 półrocze 2025	1 półrocze 2024	Zmiana %*
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	14 760,26	15 418,80	-4,27%
Zysk brutto ze sprzedaży	1 952,44	2 000,07	-2,38%
Rentowność brutto na sprzedaży	13,23%	12,97%	0,26 p.p.
EBITDA	350,62	355,14	-1,27%
Marża EBITDA (%)	2,38%	2,30%	0,07 p.p.
EBITDA skorygowana	370,68	355,14	4,38%
Marża EBITDA (%)	2,51%	2,30%	0,21 p.p.
EBIT	53,54	54,13	-1,10%
Marża EBIT (%)	0,36%	0,35%	0,01 p.p.
Zysk brutto	(81,24)	(69,27)	-17,28%
Zysk (strata) netto z działalności kontynuowanej	(80,05)	(74,05)	-8,09%
Marża zysku z działalności kontynuowanej (%)	-0,54%	-0,48%	-0,06 p.p.
Zysk (strata) netto z działalności zaniechanej	(11,45)	(13,10)	12,63%
Zysk (strata) netto	(91,50)	(87,16)	-4,98%



Q

&

A



**Dziękujemy
za uwagę**