

Grupa Eurocash

Aktualizacja realizacji strategii 2026–27 oraz wyniki za II kwartał i I półrocze 2026 r.

27 sierpnia 2026 r.

■ Grupa Eurocash – najważniejsze informacje za II kwartał i I półrocze 2026 r.



SKORYGOWANA EBITDA W II KW. 2026

251 mln PLN

Wynik raportowany w II kw. 2026: 202 mln PLN
wobec 229,5 mln PLN w II kw. 2025 r.

ZABEZPIECZONE OSZCZĘDNOŚCI

279 mln PLN

200 mln PLN zrealizowane; 79 mln PLN w
aktywnej realizacji / z planowanych 400 mln PLN

SKORYGOWANE OPERACYJNE PRZEPŁYWY PIENIĘŻNE

343 mln PLN

Skorygowane o 30 mln PLN wpływów
pieniężnych związanych z restrukturyzacją; wobec
242,9 mln PLN w II kw. 2025 r.

SKORYGOWANY DŁUG NETTO / EBITDA

1,6x

wobec 1,8x na koniec I kw. 2026 r.

REALIZACJA STRATEGII

- **Inicjatywy odpowiadające za 69% celu oszczędnościowego w wysokości 400 mln PLN zostały już zrealizowane lub są w aktywnej fazie wdrożenia**, co odpowiada 279 mln PLN rocznego wpływu na EBIT.

SPRZEDAŻ

- **Na łączną sprzedaż** wpływ miały deflacja (126 mln PLN), sytuacja na rynku hurtowym (430 mln PLN), a także działania zarządcze związane z realizacją strategii oraz zdarzenia jednorazowe (100 mln PLN).

SEGMENTY

- **Detal:** rentowność bazowa uległa poprawie w wyniku przyspieszonych zamknięć sklepów i konwersji na franczyzę.
- **Hurt:** wyniki były przejściowo obciążone realizacją strategii, w tym optymalizacją portfela klientów.
- **Platformy Wzrostu:** Frisco utrzymało dwucyfrową dynamikę wzrostu i osiągnęło dodatni wynik EBITDA.

RENTOWNOŚĆ I PRZEPŁYWY PIENIĘŻNE

- **Skorygowana EBITDA wyniosła 251 mln PLN**, po wyłączeniu zdarzeń jednorazowych związanych z procesem restrukturyzacji Grupy, które obniżyły raportowaną EBITDA o 49 mln PLN.
- **Skorygowane operacyjne przepływy pieniężne w wysokości 343 mln PLN**, wsparte poprawą kapitału obrotowego netto.
- **Skorygowany dług netto/EBITDA spadł do 1,6x**, z 1,8x na koniec I kw. 2026 r.

SYTUACJA RYNKOWA

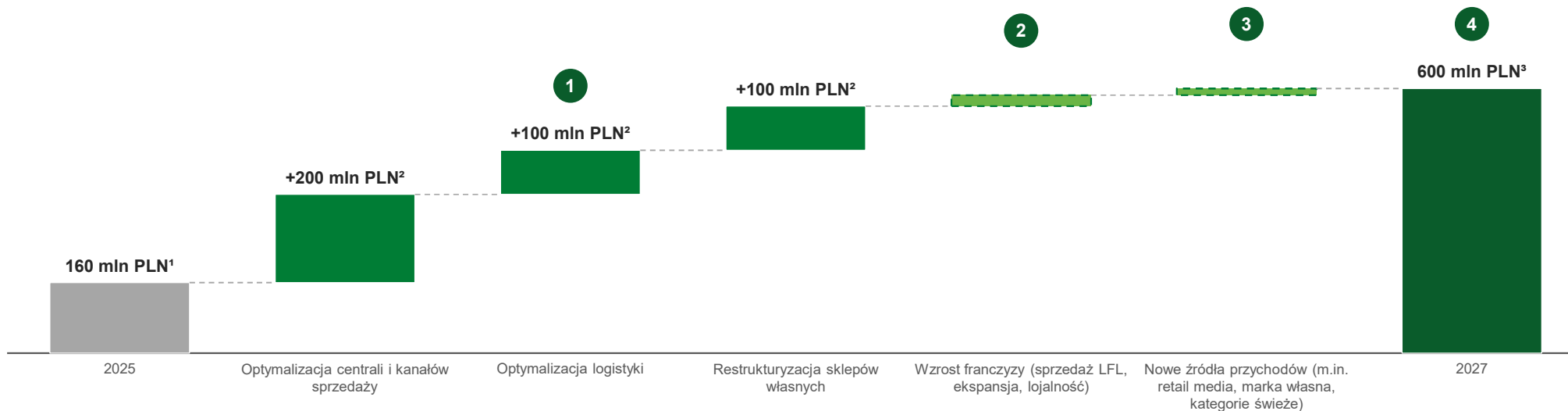
- **Wzrost rynku wyhamował do 0,5% r/r** w II kw. 2026 r. (1,6% r/r w I półroczu), wobec 5,9% rok wcześniej, co odzwierciedla postępującą deflację i słabszą dynamikę sprzedaży LFL.
- **Deflacja** istotnie obciążyła kilka kluczowych kategorii Eurocash, w tym produkty świeże i tłuszcze (wpływ na sprzedaż w wysokości 126 mln PLN).
- **Sprzedaż LFL w sieciach franczyzowych zasadniczo odpowiadała trendom rynkowym**, wspierając strategiczne przejście w kierunku modelu opartego na franczyzie.

■ Realizacja strategii 2026–27

Celem Grupy jest czterokrotny wzrost wyniku EBIT w ciągu najbliższych dwóch lat, do 600 mln PLN EBIT w 2027 r.



Kluczowe etapy finansowe na drodze do 600 mln PLN EBIT (przed MSSF 16)



1 OSZCZĘDNOŚCI KOSZTOWE

400 mln PLN²

Łączna redukcja kosztów dzięki strategicznym inicjatywom restrukturyzacyjnym

2 WZROST SPRZEDAŻY LFL W FRANCZYZIE

Niski jednocyfrowy wzrost

Wynikający z programów cenowo-promocyjnych, usprawnień asortymentowych i doskonałości operacyjnej na poziomie lokalnym

2 PRZYROST SIECI SKLEPÓW NETTO

1000+²

W latach 2026–2027, we wszystkich formatach, poprzez rekrutację franczyzobiorców

3 NOWE ŹRÓDŁA EBIT

70 mln PLN²

Oparte na retail media, monetyzacji danych oraz przychodach z usług niezależnych od sprzedaży produktów

4 CEL EBIT

600 mln PLN³

Ambitny cel wyznaczający strategię i priorytety operacyjne Grupy

1) Wartość z wyłączeniem MSSF 16 oraz odpisów związanych z restrukturyzacją; 2) Na podstawie szacunków Spółki; 3) EBIT w wysokości 600 mln PLN stanowi cel Zarządu określony w ramach Programu Opcji Menedżerskich (MSOP), zatwierdzonego przez ZWZ Eurocash SA w dniu 15 maja 2025 r. Źródło: dane wewnętrzne i analizy Eurocash.

Zrealizowane kluczowe etapy restrukturyzacji Grupy

Jedna organizacja, jeden model operacyjny — kluczowe zmiany wdrożone w całej Grupie



OBSZAR	PRZED	PO	EFEKT
1 Zakupy	5 odrębnych działów zakupów w różnych jednostkach biznesowych i sztyldach detalicznych (ECD, ECC, DC, DB, ECSP)	Jedna, ogólnogrupowa organizacja zakupowa konsolidująca negocjacje z dostawcami, nadzór i odpowiedzialność za kategorie	Redukcja zatrudnienia w obszarze zakupów o ok. 35%, ograniczenie dublowania struktur organizacyjnych
2 Operacje	5 odrębnych struktur operacyjnych w różnych jednostkach biznesowych, powielone procesy i szczeble zarządzania (WH, DC, DB, FW, ECSP)	Jeden wspólny model operacyjny ze standaryzowanymi procesami, jasnym podziałem odpowiedzialności i scentralizowanym wsparciem operacyjnym	Redukcja etatów operacyjnych o 20%; wyższa efektywność organizacyjna i bardziej efektywna struktura zarządzania
3 Logistyka	15 magazynów logistycznych – gęsta sieć logistyczna z nakładającym się zasięgiem obsługi	10 magazynów logistycznych – sieć dopasowana wielkością do regionalnego popytu i wymaganego poziomu obsługi	5 zamkniętych centrów dystrybucji (4 w 2026 r., 1 w 2025 r.); niższe koszty stałe i mniej etatów, zobowiązania z tytułu wynajmu w toku wygaszania
4 Asortyment (SKU)	Szeroki asortyment liczący 13 000 SKU na magazyn, generujący istotną złożoność długiego ogona asortymentowego	Długi ogon asortymentowy zredukowany do średnio 10 800 SKU na magazyn, co wspiera wyższą produktywność kompletacji i niższą złożoność operacyjną	Redukcja liczby unikalnych SKU o 20–25%; wyższa produktywność kompletacji i niższe koszty personelu operacyjnego
5 Konsument	Brak scentralizowanego działu konsumenckiego – kompetencje marketingowe i zarządzania kategoriami rozproszone w 5 jednostkach biznesowych (WH, DC, DB, ECSP, FW)	Jedna zintegrowana funkcja Konsument i Kategorie, wyznaczająca strategię kategorii i agendę konsumencką w skali całej Grupy	Jeden głos konsumencki i spójna strategia kategorii w całej Grupie
6 Centrala	6 odrębnych centrali (WH, DC, ECSP, FW, DB) z nakładającymi się funkcjami zarządczymi i wsparcia	Jedna centrala Grupy działająca w ramach wspólnego modelu zarządzania	118 mln PLN oszczędności w kosztach ogólnych; redukcja zatrudnienia w funkcjach wsparcia o ~30%, z czego 600 z 2100 stanowisk zostało już zlikwidowanych
7 Ekspansja	4 odrębne zespoły ekspansji (WH, ECSP, DC, DB), niezależnie realizujące rozwój sieci	Jedna zintegrowana platforma ekspansji wykorzystująca wspólną analitykę rynkową i kompetencje w wyborze lokalizacji	Wzrost liczby etatów o 50%, jeden usprawniony proces obejmujący cały portfel sztyldów
8 Działalność sklepów własnych	330 sklepów wskazanych do przekazania lub zamknięcia z powodu strukturalnie słabych wyników i rozdrobnionej ekonomiki sieci	Istotna redukcja sieci sklepów własnych poprzez przekazanie franczyzobiorcom (53 zrealizowane w 1H 2026 r.) oraz zamknięcie strukturalnie słabych lokalizacji (69 w 2025 r. i 106 w 2026 r. dotychczas)	~73% programu zamknięć zrealizowane; dostarczono ~80 mln PLN poprawy EBITDA
9 Optymalizacja Cash & Carry	167 sklepów C&C, w tym lokalizacje o niskiej produktywności	14 nierentownych lokalizacji zamkniętych z 16 planowanych na 2026 r. (sty–lip 26), sieć C&C dopasowana do wielkości, dalsza optymalizacja planowana na 2027 r. (23 lokalizacje wskazane do zamknięcia)	22 mln PLN zrealizowanej redukcji kosztów, przy zachowaniu ~60–70% odzysku sprzedaży poprzez migrację klientów do kanału dystrybucyjnego

■ Transformacja przebiega szybciej niż plan: zabezpieczono 279 mln PLN, w tym 200 mln PLN zrealizowanych i 79 mln PLN w aktywnej realizacji

Oszczędności w I półroczu 2026 r. przekroczyły plan, wspierane przyspieszoną redukcją zatrudnienia i restrukturyzacją sklepów własnych



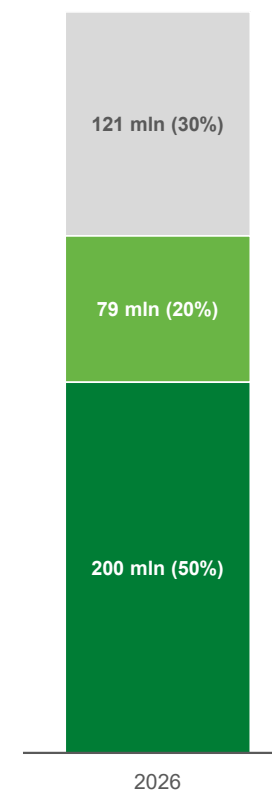
REALIZACJA OSZCZĘDNOŚCI

- Wszystkie główne inicjatywy strategiczne wdrożono zgodnie z harmonogramem; realizacja oszczędności w I półroczu 2026 r. przebiega szybciej niż plan.
- Zrealizowane oszczędności w wyniku P&L wyniosły 56 mln PLN w I półroczu 2026 r., o 4 mln PLN powyżej planu, co zabezpiecza ok. 200 mln PLN oszczędności w ujęciu rocznym. Kolejne 79 mln PLN jest w aktywnej realizacji, a zarząd jest przekonany o dostarczeniu ich zgodnie z harmonogramem.

KLUCZOWE ETAPY REALIZACJI W I PÓŁROCZU 2026 R.

- Rozwiązano 659 umów o pracę — 93% z 707 redukcji planowanych na cały 2026 r.
- Zamknięto 4 centra dystrybucji — pełna realizacja celu na 2026 r.
- Zamknięto 105 sklepów Delikatesy Centrum (70 w II kw.) — 31 więcej niż zakładał plan; 73% celu na 2026 r. wynoszącego 144.
- 53 sklepy przekazano partnerom franczyzowym (49 w II kw.) — zgodnie z planem; 37% celu na 2026 r. wynoszącego 145.
- 12 sklepów Cash & Carry zamknięto w I półroczu (+2 w lipcu) — 14 z 16 planowanych na 2026 r.

Zabezpieczone oszczędności roczne wobec celu na 2027 r. (mln PLN)
400 mln

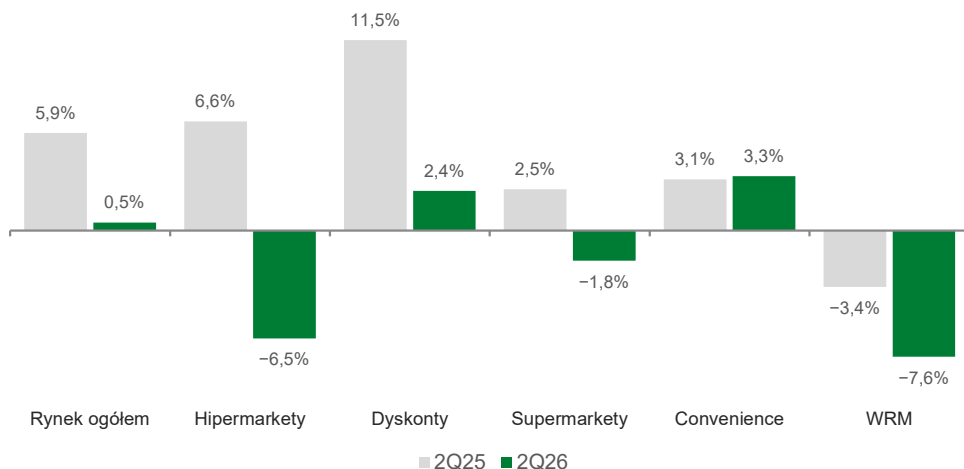


■ Aktualizacja wyników za II kwartał i I półrocze 2026 r.

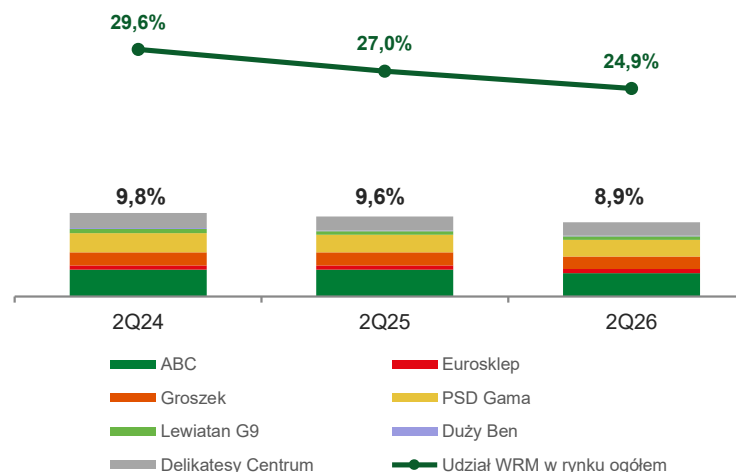
■ II kw. 2026 r.: Banery Eurocash zwiększyły udział w WRM mimo słabszej dynamiki rynku

- **Wzrost rynku ogółem wyhamował do 0,5% r/r w II kw. 2026 r. (1,6% r/r w I półroczu 2026 r.),** wobec 5,9% r/r rok wcześniej, co odzwierciedla postępującą dezinflację i słabszą dynamikę sprzedaży LFL w całym rynku.
- **Convenience pozostał najlepiej radzącym sobie kanałem, rosnąc o 3,3% r/r w II kw. 2026 r. (3,6% r/r w I półroczu 2026 r.),** a za nim dyskonty ze wzrostem o 2,4% r/r (4,1% r/r), podczas gdy hipermarkety wróciły do spadku na poziomie -6,5% r/r (-2,7% r/r).
- **Istotny rynek hurtowy Eurocash (WRM) skurczył się o 7,6% r/r w II kw. 2026 r. (-6,0% r/r w I półroczu 2026 r.),** pod wpływem zamknięć sklepów i negatywnych trendów sprzedaży LFL, pogłębionych przez zmiany w zachowaniach konsumentów, podwyżki akcyzy na alkohol oraz wdrożenie systemu kaucyjnego (DRS).
- **Sieci franczyzy miękkiej Eurocash nadal radziły sobie lepiej niż kurczący się WRM:** ich udział w rynku ogółem zmniejszył się jedynie o 0,9 p.p. między II kw. 2024 r. i II kw. 2026 r., w porównaniu ze spadkiem WRM o 4,7 p.p., zwiększając swój szacowany udział w WRM o +2,5 p.p. od II kw. 2024 r.

Wzrost rynku w II kw. według kanałów (% r/r)



Sieci franczyzy miękkiej Eurocash nadal zwiększają udział w WRM (% rynku ogółem)

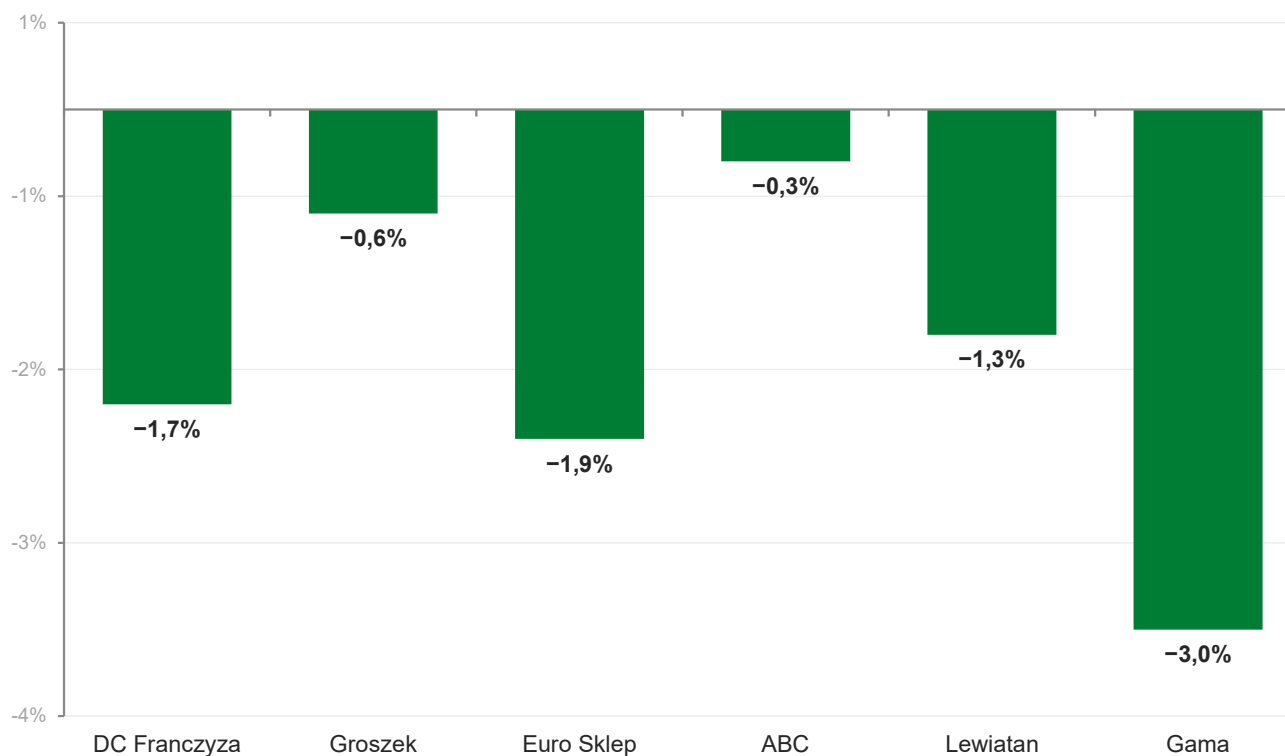


Udział EC w WRM:
33,2% → 35,7%

Źródło: Eurocash na podstawie panelu CMR.

■ II kw. 2026 r.: Sieci franczyzowe zasadniczo w linii z rynkiem

Sieci franczyzowe Eurocash – sprzedaż LFL w II kw. 2026 r. (%)

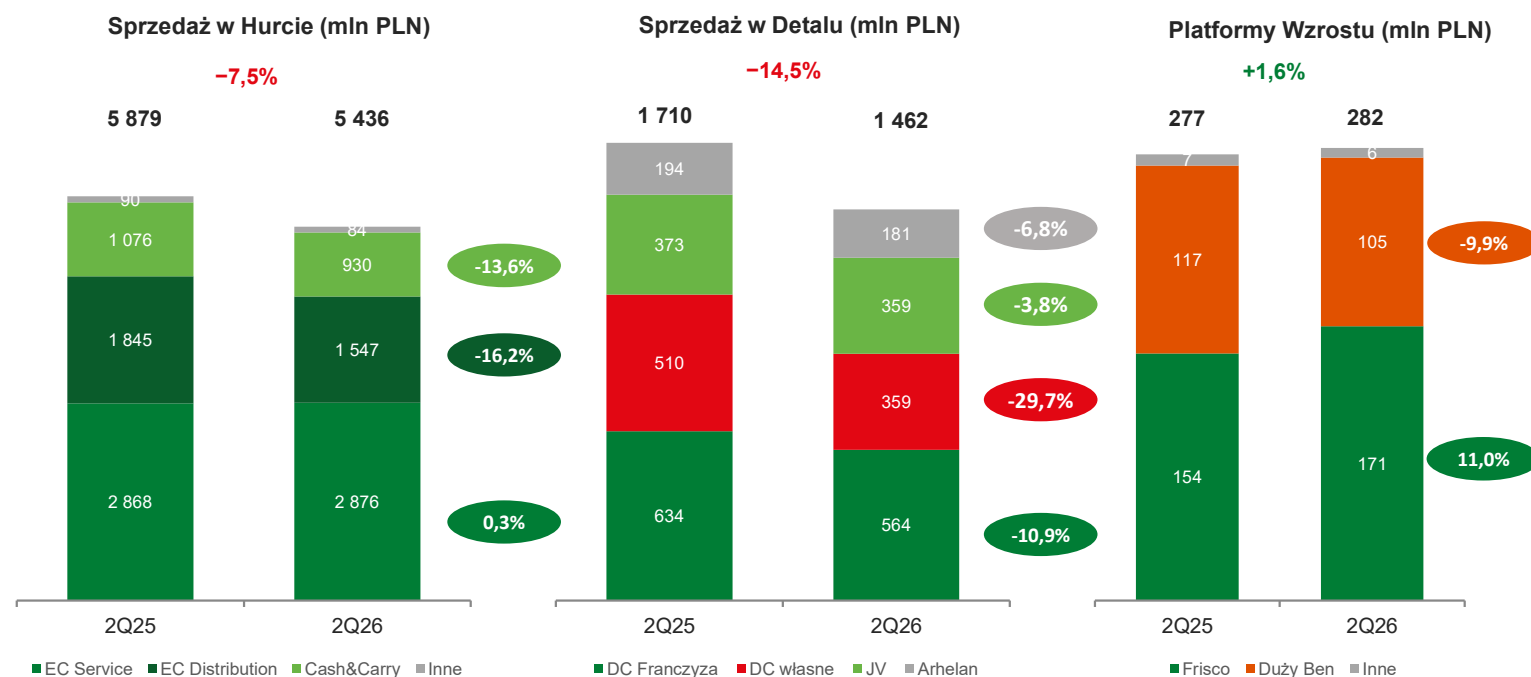


JAK CZYTAĆ WSKAŹNIKI LFL

- Sprzedaż LFL sieci franczyzowych wahała się od **-0,3% do -3,0% w II kw. 2026 r.**, co zasadniczo odzwierciedla słabszą dynamikę rynku i presję deflacyjną w kategoriach świeżych, na którą formaty convenience są relatywnie bardziej eksponowane.
- Sklepy franczyzowe DC znacząco przewyższyły wynikami portfel sklepów własnych, odnotowując sprzedaż LFL na poziomie **-1,7% r/r**.

■ II kw. 2026 r.: Segmenty i jednostki biznesowe Grupy Eurocash

- **Hurt:** sprzedaż spadła o 7,5% r/r, ponieważ stabilna sprzedaż EC Service (+0,3% r/r) została więcej niż zniwelowana przez spadki w EC Dystrybucja (–16,2% r/r) i Cash & Carry (–13,6% r/r, przy LFL na poziomie –10,9%).
- **Detal:** sprzedaż spadła o 14,5% r/r, głównie w wyniku kontynuowanej optymalizacji sieci sklepów własnych, gdzie sprzedaż spadła o 29,7% r/r. Sprzedaż spadła o 3,8% w spółkach zależnych (JV), o 10,9% w DC Franczyza i o 6,8% w Arhelan.
- **Platformy Wzrostu:** sprzedaż wzrosła o 1,6% r/r, ponieważ kontynuowany wzrost w Frisco (+11,0% r/r) więcej niż zniwelował słabszą sprzedaż w Dużym Benie (–9,9% r/r).



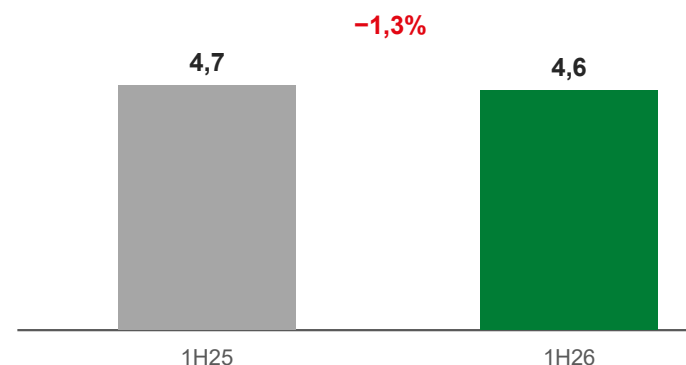
Zmiany r/r według formatów — Hurt: EC Service +0,3%, EC Distribution –16,2%, Cash&Carry –13,6%, Inne –7,2%. Detal: DC Franczyza –10,9%, DC własne –29,7%, JV –3,8%, Arhelan –6,8%. Wzrost: Frisco +11,0%, Duży Ben –9,9%.

■ I półrocze 2026 r.: Nowa strategia skoncentrowana na stabilnym rdzeniu franczyzowym

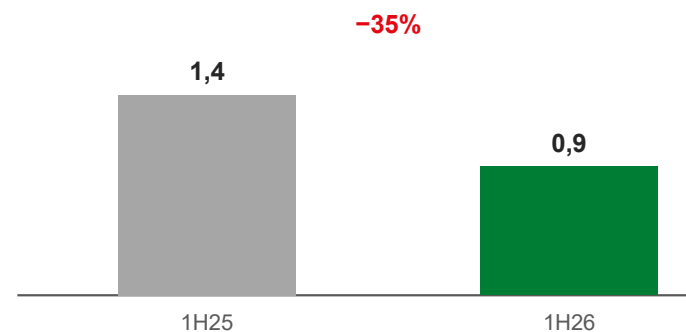


- W I półroczu 2026 r. sprzedaż do kluczowych klientów franczyzowych Eurocash (ABC, Delikatesy Centrum Franczyza, Euro Sklep, Groszek, Lewiatan i PSD) **spadła jedynie o 1,3% r/r (łącznie).**
- **Sprzedaż sklepów własnych Delikatesy Centrum spadła o 24,4% r/r**, głównie w wyniku konwersji na franczyzę i zamknięć sklepów realizowanych w ramach trwającego programu restrukturyzacji – w oparciu o decyzję strategiczną.
- **Sprzedaż Eurocash do klientów niezależnych spadła o 35% r/r**, głównie w wyniku strategicznej optymalizacji portfela klientów niezależnych – w oparciu o decyzję strategiczną.
- Strategia Eurocash koncentruje się na wzmacnianiu stabilnego i rentownego „rdzenia” franczyzowego, **przy zachowaniu ok. 50% wybranych klientów niezależnych** jako potencjalnego zasobu do przyszłej konwersji na franczyzę.

Sprzedaż hurtowa do kluczowych partnerów franczyzowych
I półrocze 2025 r. wobec I półrocza 2026 r. (mld PLN)



Sprzedaż hurtowa do klientów niezależnych
I półrocze 2025 r. wobec I półrocza 2026 r. (mld PLN)



■ Bridge sprzedaży I półrocze 2026 r.: ~59% spadku wyniku ze świadomych działań zarządczych



Sprzedaż Grupy EC według efektów rynkowych i decyzji zarządczych, I półrocze 2025 r. → I półrocze 2026 r. (mln PLN)

DECYZJE ZARZĄDCZE (-533 mln)

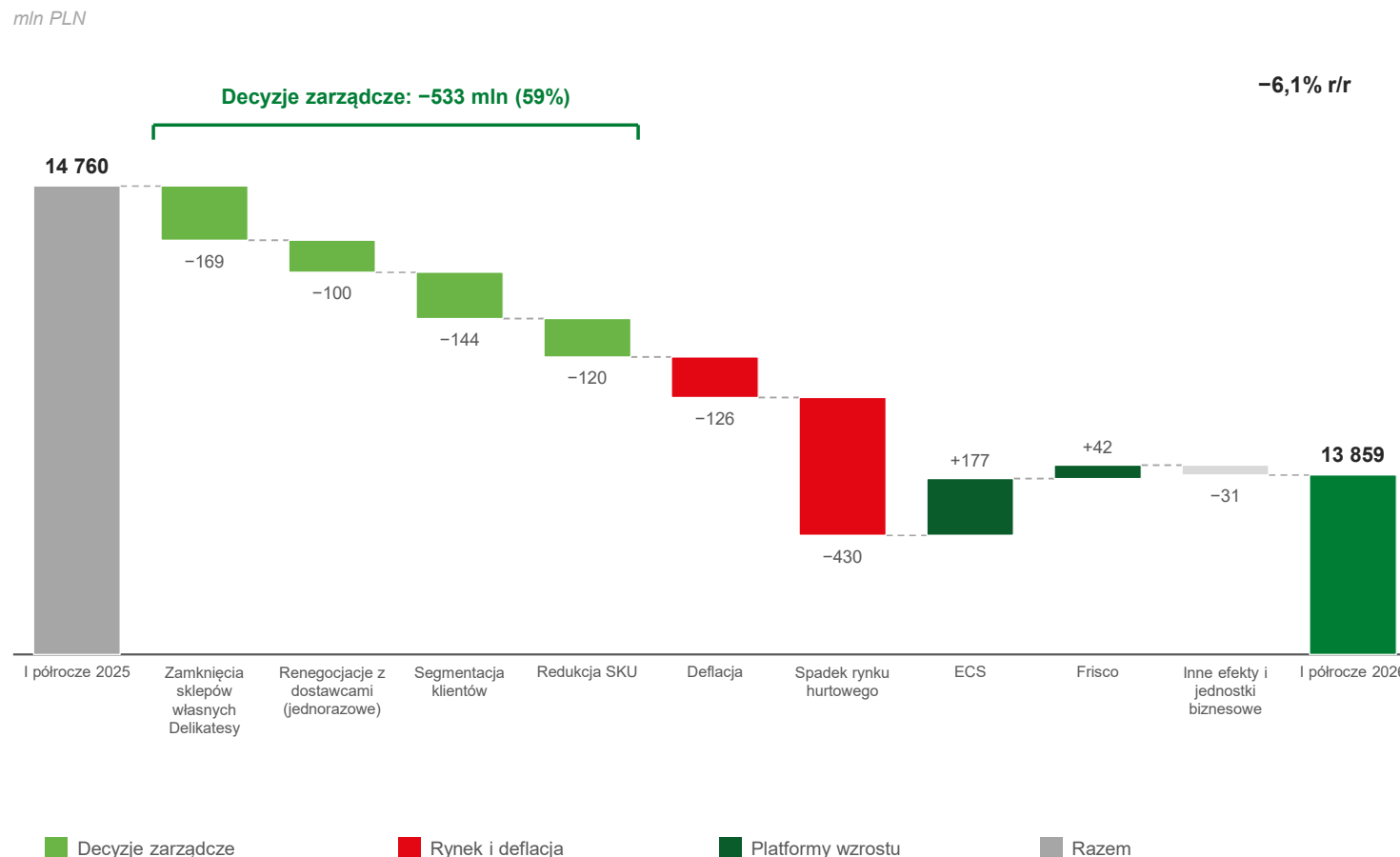
- Zamknięcie nierentownych sklepów własnych Delikatesy (-169 mln) — wyjście z detalu zgodnie ze strategią.
- Jednorazowe renegocjacje z dostawcami w II kw. (-100 mln).
- Segmentacja klientów o niskiej marży wśród klientów niezależnych (-144 mln).
- Racjonalizacja SKU (-120 mln) — reset asortymentu.

RYNEK (-556 mln)

Deflacja -126 mln; spadek wolumenu rynku hurtowego, związany ze spadkiem liczby punktów sprzedaży (PoS) tradycyjnego kanału (TT) -430 mln — zgodnie z kurczącym się istotnym rynkiem hurtowym.

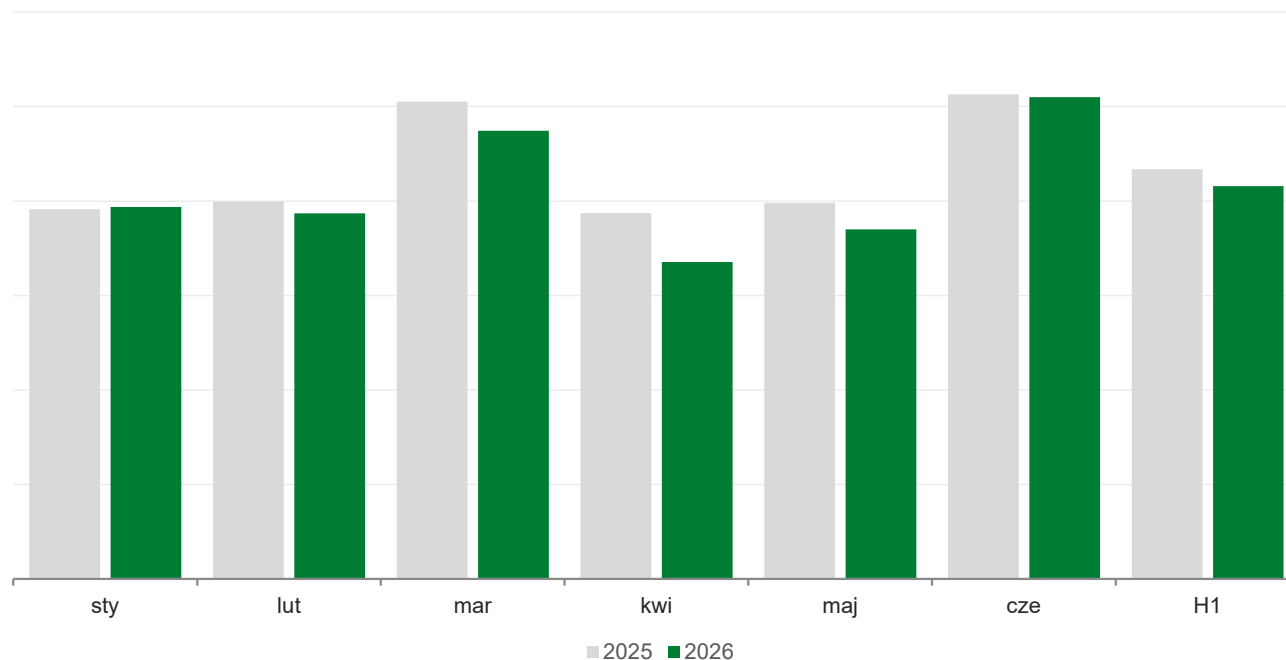
WZROST (+188 mln)

ECS +177 mln i Frisco +42 mln nadal rosną w trakcie transformacji (inne efekty i jednostki biznesowe -31 mln).



Trajektoria marży w kształcie litery V: marża pokrycia odbiła się po zaburzeniach z kwietnia, wracając w czerwcu blisko poziomu z ubiegłego roku

Integrated One Firm – miesięczna marża pokrycia dla podstawowej działalności franczyzowej (%)



Δ r/r (p.p.)

+0,07

-0,38

-0,93

-1,54

-0,85

-0,09

-0,54

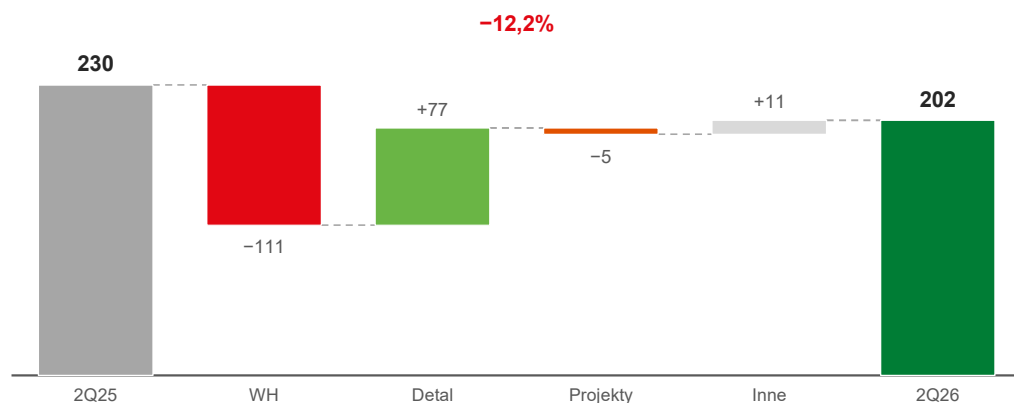
KSZTAŁT LITERY V MÓWI WSZYSTKO

- Marża pokrycia osiągnęła najniższy poziom w kwietniu, 1,54 p.p. poniżej poziomu z ubiegłego roku, co odzwierciedla przejściowe efekty związane z integracją handlową, w tym zmiany asortymentowe.
- Odbicie było szybkie – różnica r/r zmniejszyła się do 0,85 p.p. w maju i jedynie 0,09 p.p. w czerwcu.
- Marża pokrycia w czerwcu była zasadniczo zbliżona do poziomu z ubiegłego roku, co potwierdza ocenę zarządu, że efekt miał charakter przejściowy, a nie strukturalny.
- 36,4 mln PLN niedoboru w I półroczu (25 mln PLN w II kw.) wynikało ze zdarzeń jednorazowych związanych z integracją handlową.
- Dodatkowo zamknięcie sklepów własnych obniżyło marżę pokrycia o 20 mln PLN.

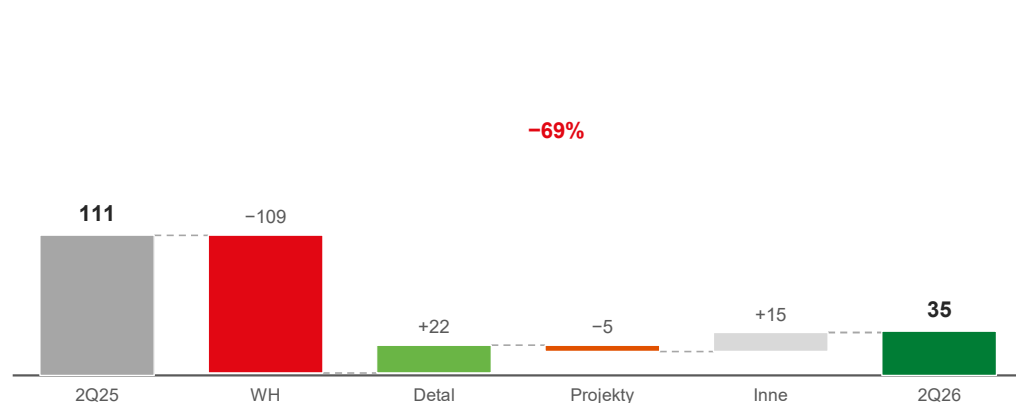
■ II kw. 2026 r.: Transformacja Hurtu obciążyła EBITDA, częściowo zniwelowana poprawą w Detalu i kosztach centralnych

- **Raportowana EBITDA (po MSSF 16) spadła o 12,2% r/r do 202 mln PLN**, co odzwierciedla transformację modelu biznesowego Hurtu i realizację strategii w II kw. oraz utrzymującą się presję w Dużym Benie. Zostało to częściowo skompensowane w Segmencie Projektów przez poprawę EBITDA w Frisco, bazową poprawę w Detalu i niższe koszty w Segmencie Innym. Wynik obejmował efekt MSSF w wysokości 59 mln PLN.
- **Hurt: EBITDA spadła o 111 mln PLN r/r**. Ok. 40% spadku wynikało ze strategicznej redukcji sprzedaży do klientów niezależnych, a pozostała część głównie z przejściowego zaburzenia marży brutto w trakcie integracji organizacji zakupowych oraz redukcji zatrudnienia o ok. 30%. Wyniki uległy normalizacji pod koniec kwartału, choć oszczędności kosztów stałych będą materializować się z opóźnieniem.
- **Detal: EBITDA wzrosła o 77 mln PLN r/r**, w tym jednorazowy wpływ z MSSF 16 w wysokości 59 mln PLN wynikający z szybszej niż zakładano redukcji zobowiązań leasingowych po przyspieszonych zamknięciach sklepów. Działania te mają przynieść ok. 110 mln PLN łącznych oszczędności czynszowych w przyszłych okresach, co odpowiada ok. 6 mln PLN kwartalnie. Po wyłączeniu zdarzenia jednorazowego, EBITDA wzrosła o 18 mln PLN, a pierwsze efekty zamknięć sklepów i konwersji na franczyzę stają się widoczne.
- **Platformy Wzrostu: EBITDA spadła o 5 mln PLN r/r**. Frisco poprawiło EBITDA o 3,6 mln PLN r/r i pozostaje na dobrej drodze do osiągnięcia progu rentowności w 2026 r., natomiast Duży Ben odczuł utrzymującą się słabość w kategoriach alkoholowych – EBITDA spadła o 7,3 mln PLN.
- **Inne: EBITDA wzrosła o 11 mln PLN r/r**, co odzwierciedla usprawnienie struktury organizacyjnej i niższe koszty centrali.

Raportowana EBITDA (po MSSF 16) według segmentów (mln PLN)



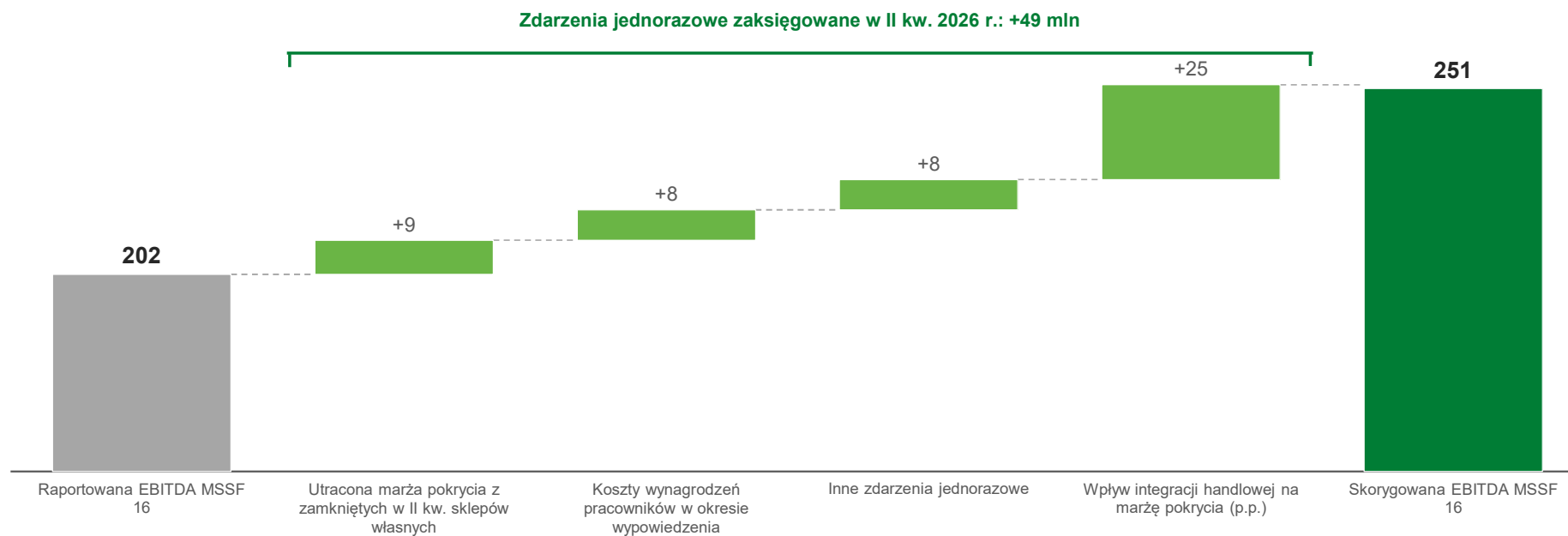
Raportowana EBITDA (przed MSSF 16) według segmentów (mln PLN)



■ EBITDA za II kw. 2026 r. skorygowana o zdarzenia jednorazowe związane z restrukturyzacją

Skorygowana EBITDA nie obejmuje zdarzeń jednorazowych związanych z restrukturyzacją, rozpoznanych w II kw. 2026 r. i nieobjętych wcześniej utworzonymi rezerwami

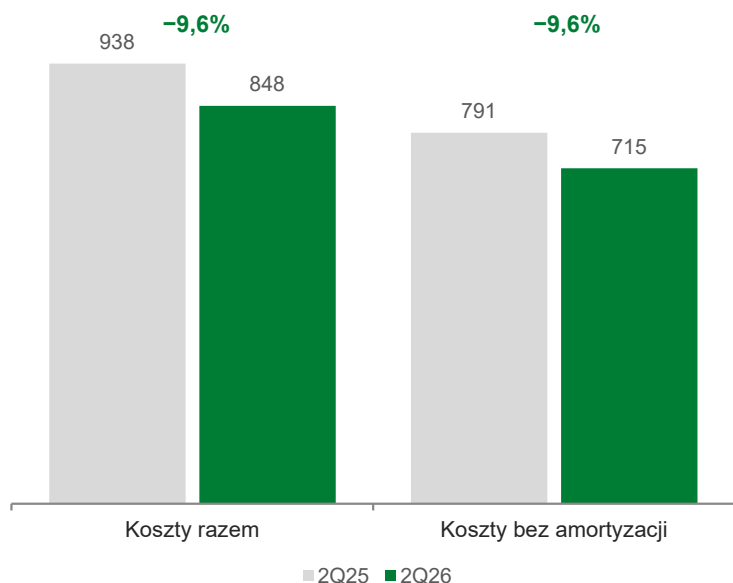
mln PLN



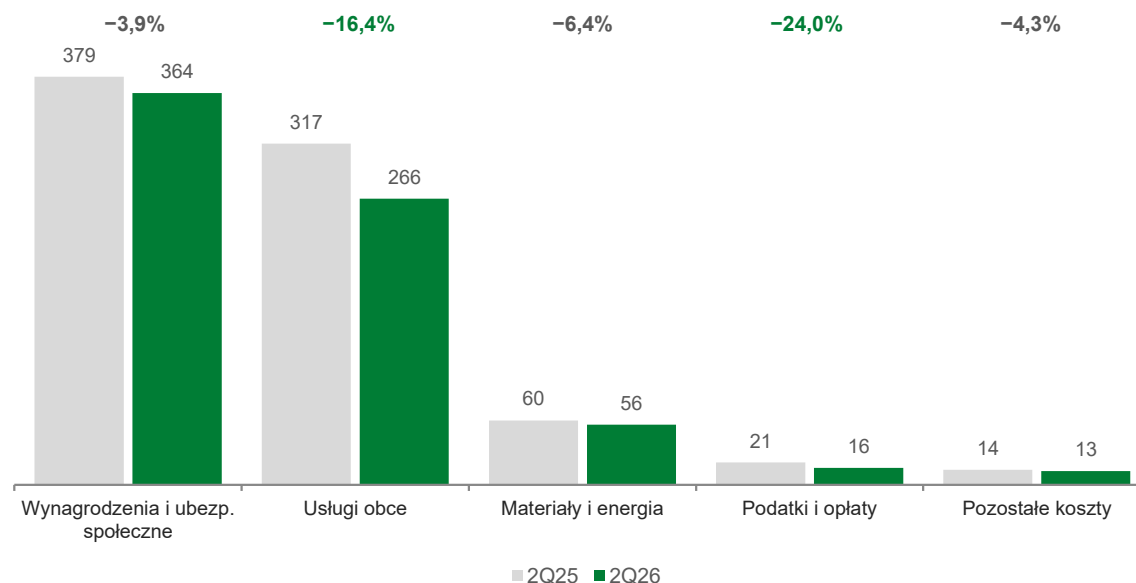
■ II kw. 2026 r.: Kontynuacja optymalizacji kosztowej widoczna w wynikach

- Łączne koszty raportowane spadły o 9,6% r/r (wobec 10,1% r/r w I kw.), głównie w wyniku: usług obcych – spadek o 16,4% r/r, przy czym zdecydowana większość redukcji kosztów wynika z zamknięć sklepów własnych i optymalizacji logistycznej.

Dynamika łącznych kosztów w II kw. 2026 r. (mln PLN)



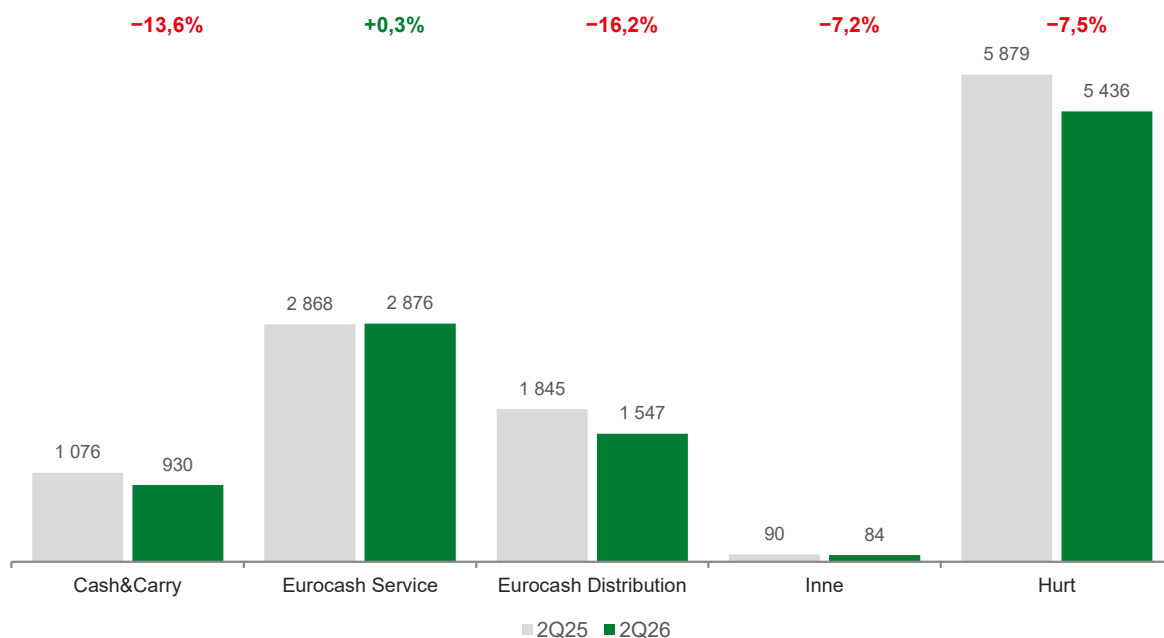
Analiza kosztów w II kw. 2026 r. według rodzaju (mln PLN)



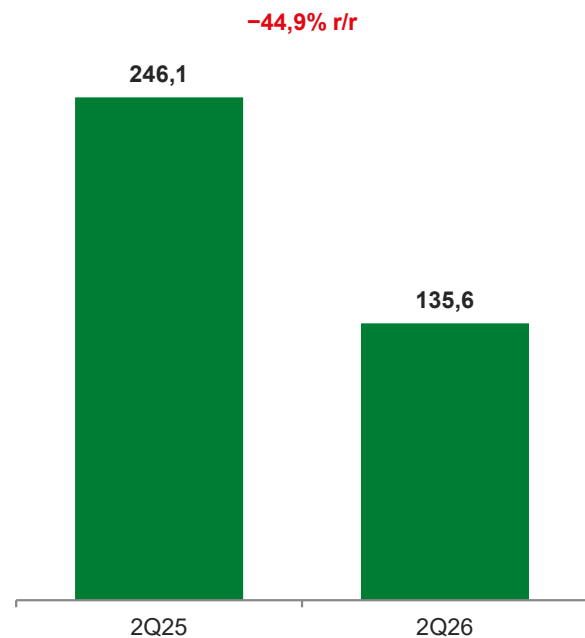
■ II kw. 2026 r.: Hurt pod wpływem trwającej optymalizacji, przy odpornej kategorii wyrobów tytoniowych



Sprzedaż według formatów (mln PLN)



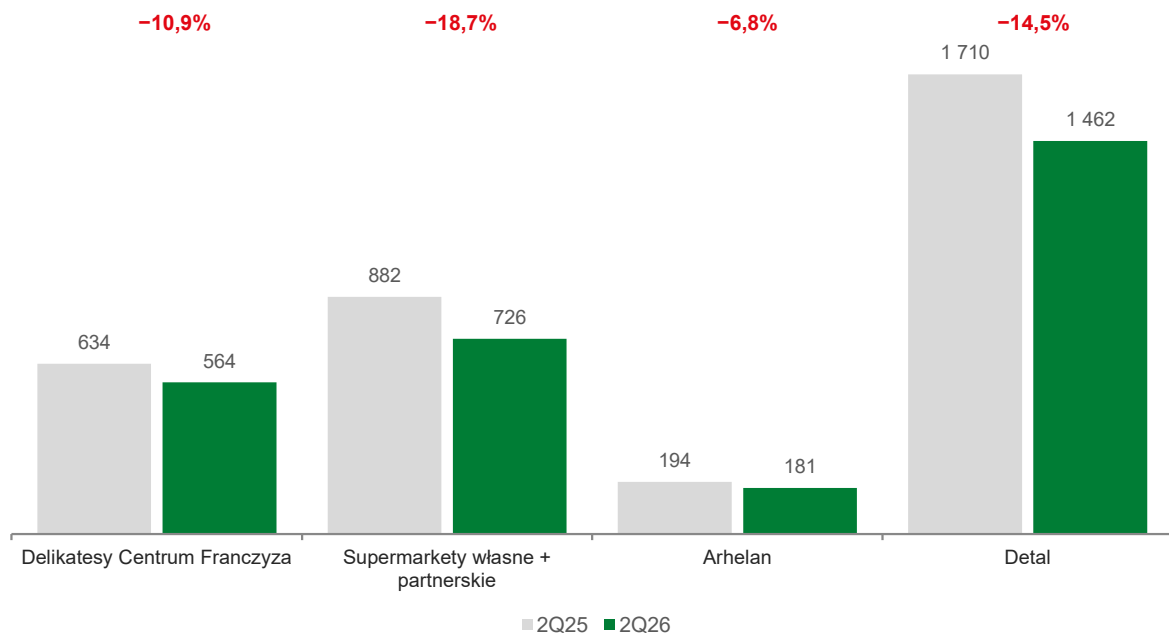
Raportowana EBITDA (MSSF16) (mln PLN)



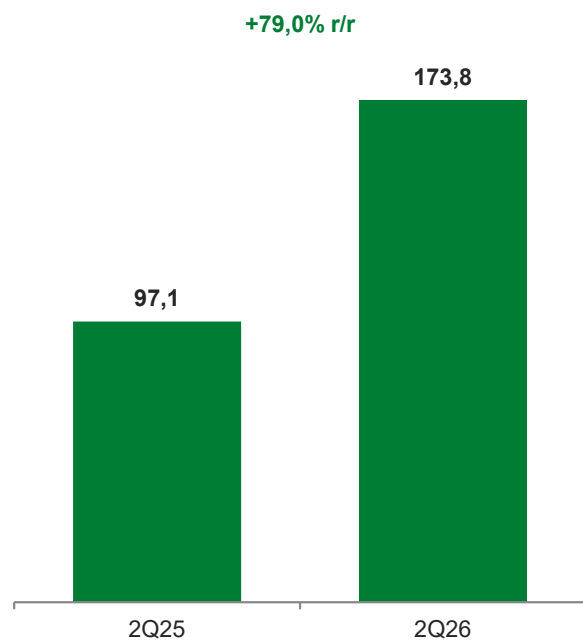
- W II kw. 2026 r. sprzedaż w Hurcie spadła o 443 mln PLN r/r (-7,5% r/r), głównie w Dystrybucji (-298 mln PLN), w wyniku optymalizacji nierentownego portfela klientów, oraz w Cash & Carry (-146 mln PLN), z powodu trwającej optymalizacji sieci (-8 sklepów C&C r/r; -12 w I półroczu) i mniejszej liczby obsługiwanych sklepów ABC. Eurocash Service pozostał odporny (+8 mln PLN).
- Raportowana EBITDA spadła o 110,5 mln PLN r/r (-44,9% r/r) do 135,6 mln PLN, co odzwierciedla niższą sprzedaż (ok. 40% spadku), przejściowy efekt marży brutto (ok. 45%), wyższy udział sprzedaży tytoniu o niższej marży oraz słabsze wyniki w foodservice. EBITDA przed MSSF16 spadła o 109 mln PLN r/r do 87,9 mln PLN z 196,6 mln PLN w II kw. 2025 r.

■ II kw. 2026 r.: Segment Detal – optymalizacja portfela zmniejszyła sprzedaż, ale poprawiła rentowność

Sprzedaż według formatów (mln PLN)



Raportowana EBITDA (MSSF16) (mln PLN)



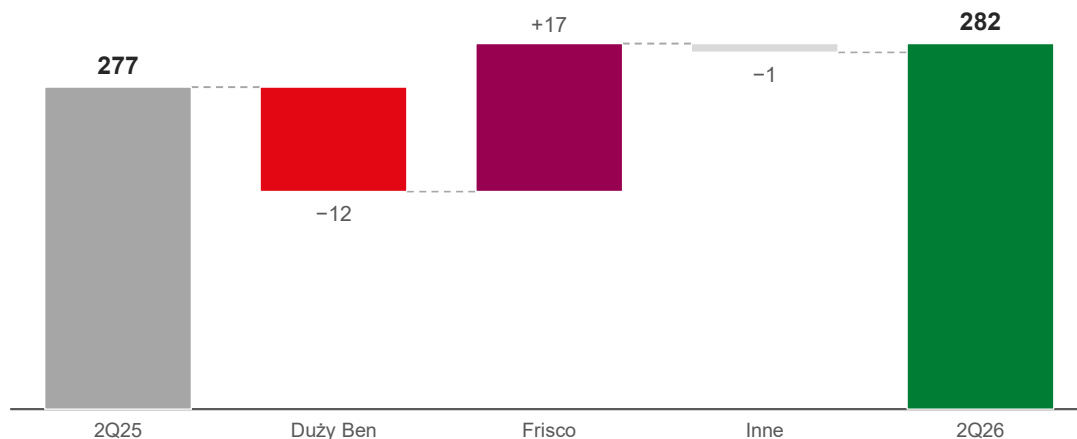
- **W II kw. 2026 r. sprzedaż w Detalu spadła o 248 mln PLN r/r (-14,5% r/r)**, w wyniku zamknięcia nierentownych supermarketów własnych (70 sklepów zamkniętych w II kw. 2026 r.; 105 w I półroczu 2026 r.; -136 sklepów r/r), a także dalszej optymalizacji sieci Delikatesy Centrum Franczyza (35 sklepów mniej r/r). Arhelan pozostał na niezmiennym poziomie r/r.
- **Raportowana marża EBITDA wzrosła o 6,2 p.p. do 11,9% (174 mln PLN) wobec 5,7% (97 mln PLN) rok wcześniej.** EBITDA w Detalu wzrosła o 77 mln PLN r/r, w tym 59 mln PLN jednorazowego efektu MSSF. Po wyłączeniu tej pozycji, EBITDA wzrosła o 18 mln PLN r/r, a pierwsze efekty zamknięć sklepów i konwersji na franczyzę stają się widoczne. EBITDA przed MSSF16 wzrosła do 66 mln PLN z 43 mln PLN rok wcześniej (+23 mln PLN r/r).

■ **II kw. 2026 r.: Sprzedaż Platform Wzrostu wzrosła o 1,6%, a segment utrzymał dodatnią EBITDA mimo presji w Dużym Benie**

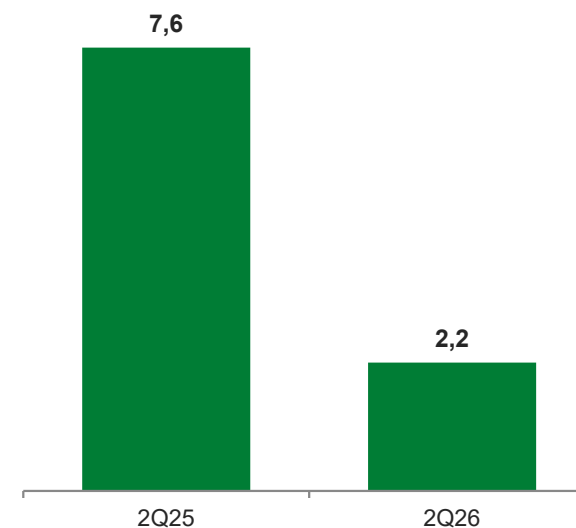


Sprzedaż według formatów (mln PLN)

+1,6% r/r



Raportowana EBITDA (po MSSF16) (mln PLN)



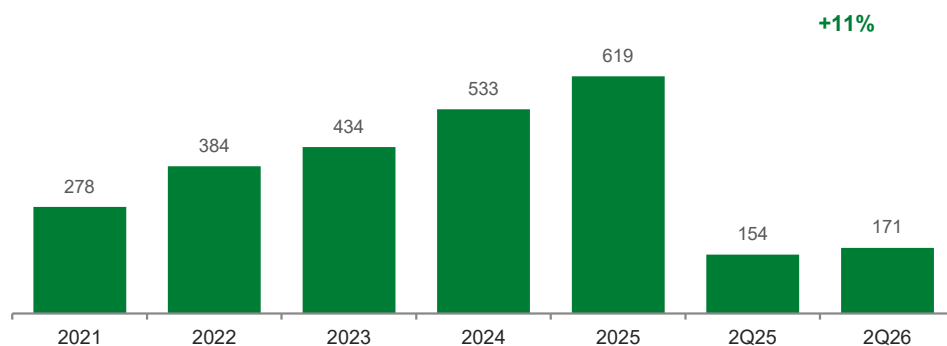
- **Sprzedaż segmentu wzrosła o 4,5 mln PLN, tj. o 1,6% r/r, do 282 mln PLN**, ponieważ kontynuowany wzrost w Frisco (+11% r/r) więcej niż zniwelował słabszą sprzedaż w Dużym Benie (-9,9%) oraz nieznaczny spadek w pozostałej działalności.
- **Raportowana EBITDA pozostała dodatnia na poziomie 2,2 mln PLN w II kw. 2026 r.**, wobec 7,6 mln PLN w II kw. 2025 r.
- **EBITDA Frisco poprawiła się o 3,6 mln PLN r/r do 1,5 mln PLN**, z 2,1 mln PLN straty w II kw. 2025 r., wspierana kontynuowanym wzrostem sprzedaży i poprawiającą się dźwignią operacyjną.
- **Strata EBITDA Dużego Bena pogłębiła się o 7,3 mln PLN r/r do 11,3 mln PLN**, z 4,0 mln PLN w II kw. 2025 r., co odzwierciedla utrzymującą się presję w kategorii alkoholowej — pogłębianą przez styczniową podwyżkę akcyzy o 5% w 2026 r. oraz wdrożenie systemu kaucyjnego (DRS) w październiku 2025 r.
- Strata EBITDA przed MSSF16 pogłębiła się o 4,7 mln PLN r/r do 11,8 mln PLN (7,1 mln PLN w II kw. 2025 r.).

■ II kw. 2026 r.: Frisco utrzymało dwucyfrowy wzrost i osiągnęło dodatnią EBITDA, podczas gdy Duży Ben pozostał pod presją



frisco.

Rozwój sprzedaży Frisco (mln PLN)



Sprzedaż w II kw. 2026 r.: +11% r/r

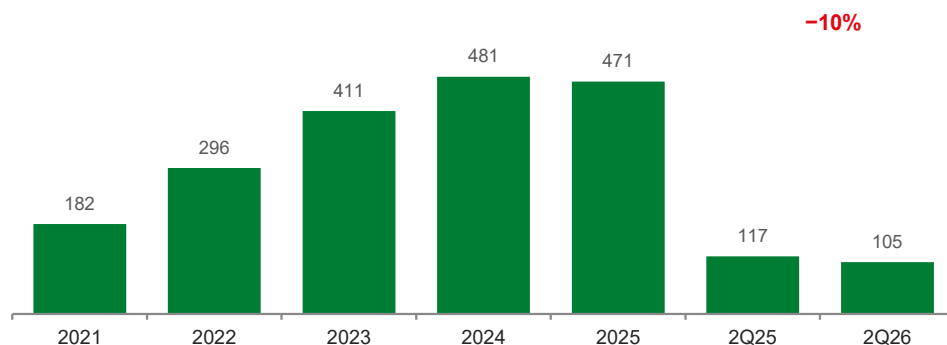
Aktywni klienci: +2% r/r; Zamówienia
+9% r/r

Średni koszyk w II kw. 2026 r.: +2%
r/r do 343 PLN

Frisco: dwucyfrowy wzrost sprzedaży wynikał z wyższej częstotliwości zamówień i większego średniego koszyka, wspieranych optymalizacją asortymentu, ekspansją w nowe kategorie produktowe i głębszą penetracją klientów.



Rozwój sprzedaży Duży Ben (mln PLN)



Sprzedaż w II kw. 2026 r.: -9,9% r/r

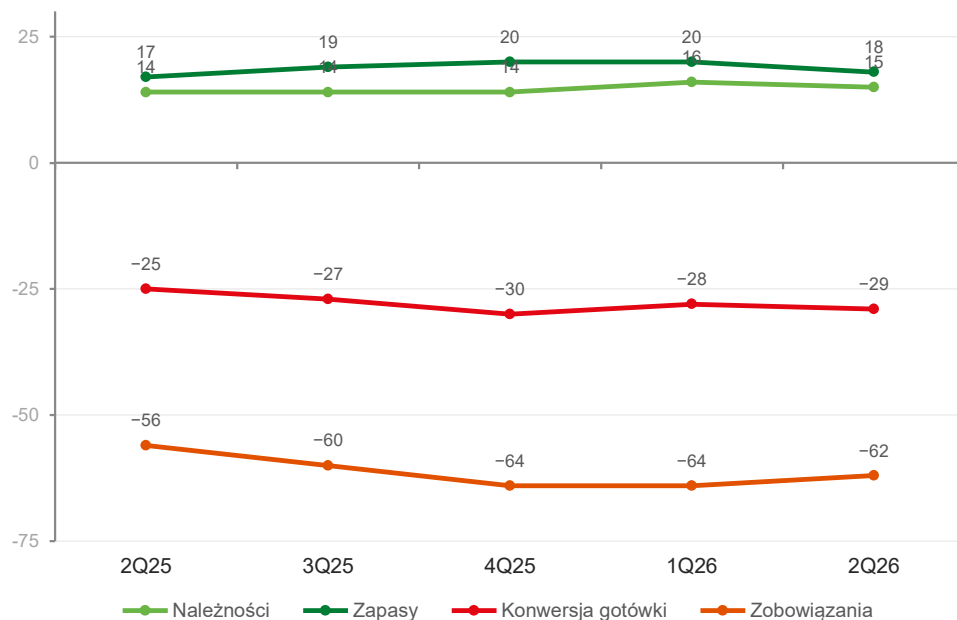
LFL w II kw. 2026 r.: -8,9% r/r

388 sklepów, o 9 mniej r/r

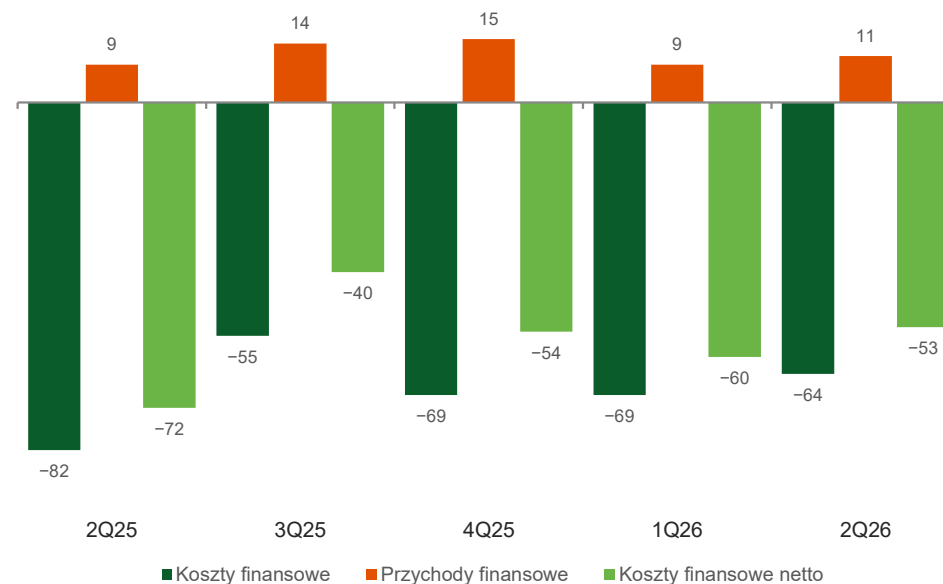
Duży Ben: wyniki pozostały pod presją z powodu utrzymującej się słabości rynku alkoholowego, szczególnie w kategorii piwa, pogłębionej przez trwającą transformację w kierunku modelu opartego na franczyzie.

■ II kw. 2026 r.: Zdrowy cykl konwersji gotówki i niższe koszty finansowe netto

Cykl konwersji gotówki (w dniach)



Koszty finansowe netto (mln PLN)



- **Cykl konwersji gotówki pozostał dobrze zarządzany r/r i wyniósł 29 dni**, co odzwierciedla dalszą koncentrację spółki na optymalizacji kapitału obrotowego.

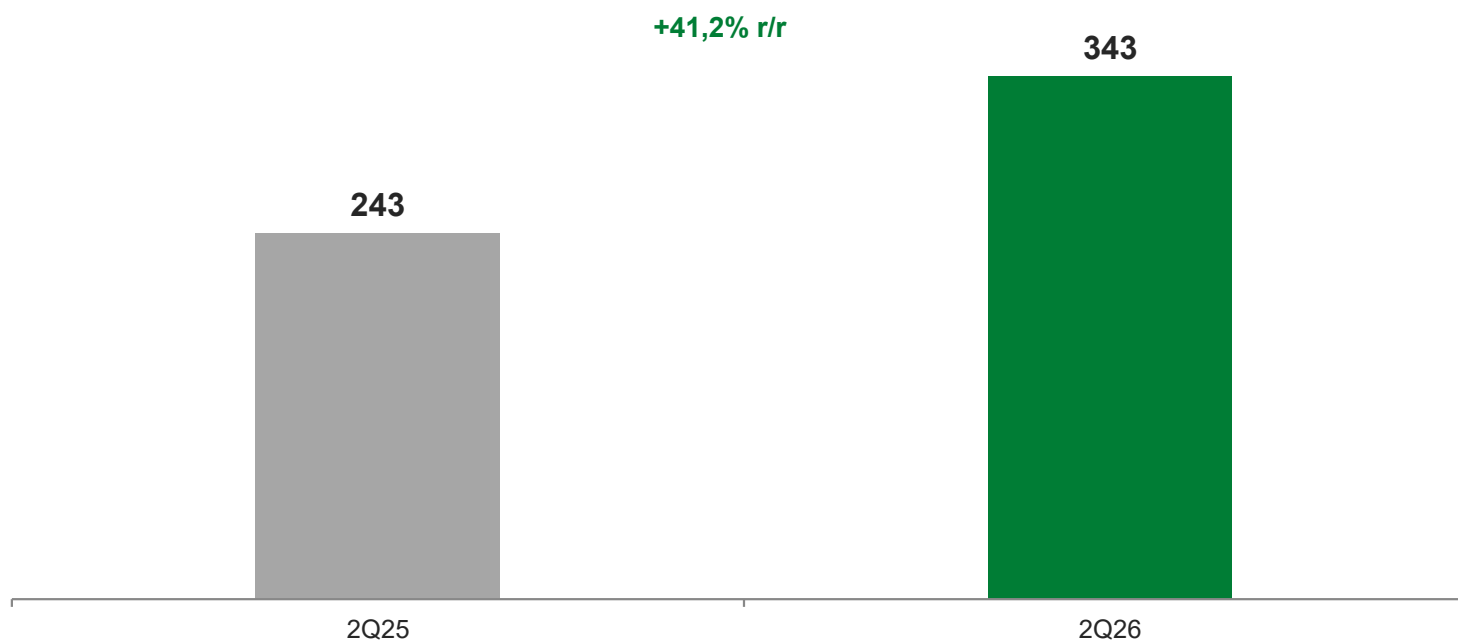
- **Koszty finansowe netto spadły r/r**, wspierane niższymi stopami procentowymi i niższą sprzedażą.

■ **Silna generacja gotówki w II kw. 2026 r. – skorygowane operacyjne przepływy pieniężne wzrosły o 43% r/r do 343 mln PLN**



Uwolnienie zapasów o wartości 140 mln PLN w podstawowej działalności franczyzowej zostało częściowo skompensowane wyższymi zapasami w Eurocash Serwis

Skorygowane operacyjne przepływy pieniężne, II kw. 2025 r. wobec II kw. 2026 r. (mln PLN)

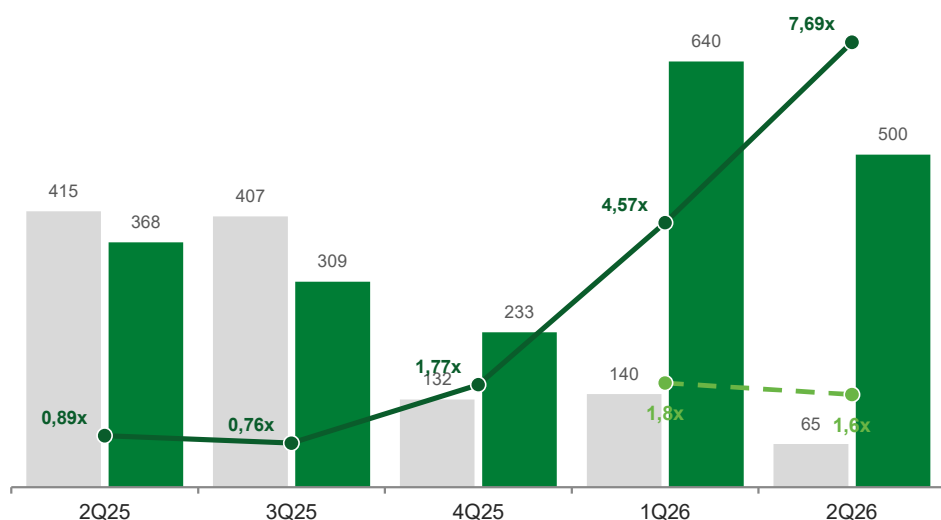


Uwaga: skorygowane operacyjne przepływy pieniężne nie obejmują 30 mln PLN wpływów pieniężnych związanych z restrukturyzacją, rozpoznanych w II kw. 2026 r.

■ II kw. 2026 r.: Niższa sprzedaż w II kw. wpłynęła na wskaźnik dług netto / EBITDA

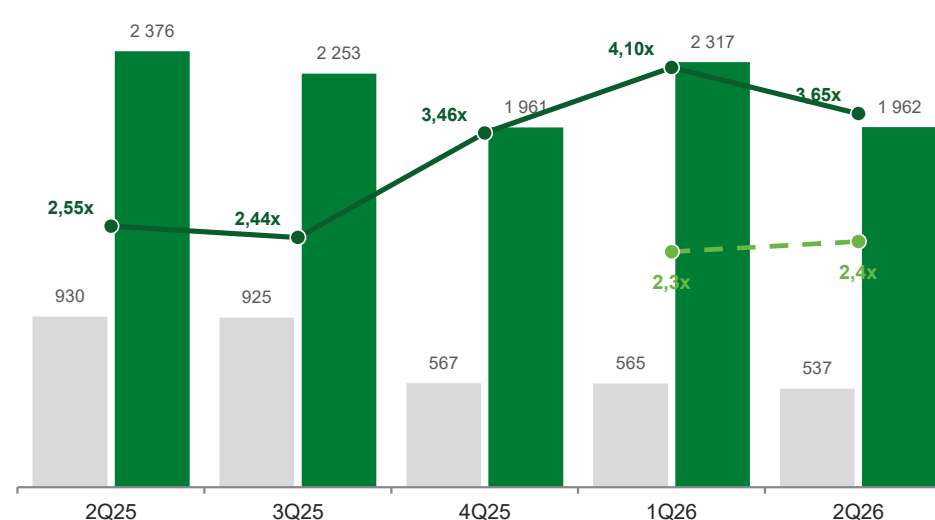
Dług netto/EBITDA (przed MSSF16) (mln PLN)

skorygowany: 1,8x → 1,6x



Dług netto/EBITDA (po MSSF16) (mln PLN)

skorygowany: 2,3x → 2,4x



■ EBITDA raportowana za 12M ■ Dług netto — DN/EBITDA (raportowany) - - DN/EBITDA (skorygowany)

■ EBITDA raportowana za 12M ■ Dług netto — DN/EBITDA (raportowany) - - DN/EBITDA (skorygowany)

- Dług netto/EBITDA (przed MSSF16) skorygowany o rezerwy restrukturyzacyjne i zdarzenia jednorazowe poprawił się do 1,6x (z 1,8x w I kw. 2026 r.).
- Dług netto/EBITDA po MSSF16 skorygowany o rezerwy restrukturyzacyjne i zdarzenia jednorazowe pozostał stabilny na poziomie 2,4x.
- Dług netto przed MSSF zmniejszył się do 500 mln PLN, a dług netto po MSSF16 również spadł do 1 962 mln PLN.

Dług netto (przed MSSF16) = kredyty i pożyczki + pozostałe zobowiązania finansowe + leasing finansowy – środki pieniężne, w tym aktywa przeznaczone do sprzedaży; po MSSF16 dodatkowo uwzględnia skapitalizowany leasing operacyjny.

■ II kw. 2026 r.: Wyniki finansowe (wg MSSF16)

mIn PLN	II kw. 2025	II kw. 2026	Zmiana %*
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	7 886,48	7 202,27	-8,68%
Zysk brutto ze sprzedaży	1 012,67	849,28	-16,13%
Rentowność brutto ze sprzedaży	12,84%	11,79%	-1,05 p.p.
Skorygowana EBITDA MSSF 16	229,54	250,60	+9,20%
Raportowana EBITDA MSSF 16	229,54	201,60	-12,17%
(marża EBITDA MSSF 16 %)	2,91%	2,80%	-0,11 p.p.
Raportowany EBIT MSSF 16	82,41	67,94	-17,57%
(marża EBIT MSSF 16 %)	1,05%	0,94%	-0,1 p.p.
EBT	9,66	14,82	+53,4%
Zysk netto z działalności kontynuowanej	2,06	10,29	+400,2%
Działalność zaniechana	-6,42	-3,54	n.m.
Zysk netto	-4,36	6,75	n.m.
(marża zysku netto %)	-0,05%	0,09%	+0,15 p.p.

* Zmiana obliczona na danych nieprzybliżonych. n.m. = wskaźnik nieistotny.

■ I półrocze 2026 r.: Wyniki finansowe (wg MSSF16)

mIn PLN	I półrocze 2025	I półrocze 2026	Zmiana %*
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	14 760,26	13 859,07	-6,11%
Zysk brutto ze sprzedaży	1 952,43	1 713,68	-12,24%
Rentowność brutto ze sprzedaży	13,23%	12,37%	-0,86 p.p.
Skorygowana EBITDA MSSF 16	350,65	383,41	+9,34%
Raportowana EBITDA MSSF 16	350,65	323,01	-7,88%
(marża EBITDA MSSF 16 %)	2,38%	2,33%	-0,04 p.p.
Raportowany EBIT MSSF 16	53,54	56,26	+5,08%
(marża EBIT MSSF 16 %)	0,36%	0,41%	+0,05 p.p.
EBT	-81,24	-56,72	n.m.
Zysk netto z działalności kontynuowanej	-80,05	-72,52	n.m.
Zysk netto z działalności zaniechanej	-11,45	-10,13	n.m.
Zysk netto	-91,50	-82,64	n.m.
(marża zysku netto %)	-0,62%	-0,60%	+0,02 p.p.

* Zmiana obliczona na danych nieprzybliżonych. n.m. = wskaźnik nieistotny.

■ Pytania i odpowiedzi

■ **Dziękujemy**