

PODSUMOWANIE

- Rekordowy poziom przychodów ze sprzedaży – po raz pierwszy w historii przekroczone 3 mld zł.
- Dynamiczny wzrost sprzedaży LFL o 13% rdr (w tym HalfPrice +23%, CCC +4%), przy wysokim tempie rozwoju powierzchni handlowej (+36%).
- Poprawa marży brutto o 1,2 p.p., głównie za sprawą rosnącego udziału marek licencyjnych w sprzedaży wszystkich linii biznesowych.
- Dynamika kosztów związana głównie z ekspansją – istotnie niższa od tempa rozwoju powierzchni handlowej.
- Wzrost skorygowanej EBITDA (o zdarzenia jednorazowe i wynik na działalności nieporównywalnej) o 2% rdr.
- Znacząca poprawa wyników worldbox w ujęciu kdk.
- Skokowe obniżenie poziomu zapasów/m2 o 16% rdr (w tym o 23% w segmencie CCC).

WYNIKI MODIVO PLATFORM

MODIVO PLATFORM [mln PLN]	Q2 2025 (V'25 – VII'25)	Q2 2026 (V'26 – VII'26)	Δ Q2'26- Q2'25	RDR
Przychody	2 961	3 046	85	3%
Zysk brutto ze sprzedaży	1 466	1 543	77	5%
<i>marża brutto [%]</i>	49,5%	50,7%		1,2 p.p.
Koszty sprzedaży i administracji	1 135	1 408	273	24%
<i>wsk. kosztów [%]</i>	38,3%	46,2%		7,9 p.p.
PPO/PKO i odpisy	3	-24	-27	
EBIT	331	111	-220	-66%
<i>marża EBIT [%]</i>	11,2%	3,6%		-7,5 p.p.
EBITDA	497	340	-157	-32%
<i>marża EBITDA [%]</i>	16,8%	11,2%		-5,6 p.p.
Skorygowana* EBITDA	384	390	6	2%
<i>skorygowana marża EBITDA [%]</i>	13,0%	12,8%		-0,2 p.p.

* EBITDA skorygowana o saldo PPO/PKO, działalność nieporównywalną rdr i zdarzenia jednorazowe

- Najwyższy w historii grupy poziom przychodów, po raz pierwszy przekraczający 3 mld PLN. Sprzedaż wyższa rdr o 3%. Dynamika offline +31%, online -9%. Sprzedaż LFL +13% rdr.
- Poziom marży brutto wyższy rdr o ponad 1 p.p. - głównie za sprawą rosnącego udziału marek licencyjnych we wszystkich sztydach.
- Dynamika kosztów sprzedaży i administracji (24%) niższa od tempa rozwoju powierzchni handlowej (36%).
- EBITDA grupy, skorygowana o zdarzenia jednorazowe i wynik na działalności nieporównywalnej, wyższa o 2% rdr. Wyłączenia obejmują głównie saldo PPO/PKO (różnice kursowe), znacząco ograniczoną działalność hurtową oraz worldbox.
- Wyniki worldbox uległy znaczącej poprawie w ujęciu kdk za sprawą istotnie wyższego udziału marek licencyjnych, dzięki czemu poziom operacyjnej marży brutto worldbox uległ podwojeniu i wyniósł ok. 50%. Wpływ worldbox na raportowany wynik EBITDA grupy -26 mln zł (-50 mln zł w Q1'26).

WYNIKI SEGMENTÓW

CCC* [mln PLN]	Q2 2025 (V'25 – VII'25)	Q2 2026 (V'26 – VII'26)	Δ Q2'26- Q2'25	RDR
Przychody	1 112	1 253	142	13%
Zysk brutto ze sprzedaży	663	696	33	5%
<i>Marża brutto [%]</i>	59,7%	55,5%		-4,2 p.p.
Koszty sprzedaży i administracji	535	587	52	10%
<i>wsk. kosztów [%]</i>	48,2%	46,9%		-1,3 p.p.
PPO/PKO i odpisy	-14	-22	-8	58%
EBIT	114	87	-27	-24%
<i>marża EBIT [%]</i>	10,2%	6,9%		-3,3 p.p.
EBITDA	206	195	-11	-5%
<i>marża EBITDA [%]</i>	18,5%	15,6%		-3,0 p.p.
Skorygowana** EBITDA	220	217	-3	-1%
<i>skorygowana marża EBITDA [%]</i>	19,8%	17,3%		-2,5 p.p.

*Począwszy od Q1 2026 segment CCC obejmuje wyłączenie działalności omnichannel szyldu (retail i online). Do 2026 r. w ramach szyldu ujmowano również wyniki m.in. Szopex i Boardriders

** EBITDA skorygowana o saldo PPO/PKO i zdarzenia jednorazowe

- Przychody w segmencie CCC na poziomie blisko 1,3 mld zł, wyższe rdr o 13%. Sprzedaż LFL +4%.
- Marża brutto na poziomie ok. 56%, pod wpływem zrealizowania zaplanowanych działań ukierunkowanych na optymalizację kapitału obrotowego. Poziom zapasów w szyldzie CCC został zredukowany o 16% w ujęciu rdr i jest niższy o przeszło 300 mln zł. Zapasy w przeliczeniu na m2 niższe o 23% rdr.
- Dynamika kosztów sprzedaży i administracji (10%) proporcjonalna do tempa rozwoju powierzchni handlowej (10%).
- Wynik operacyjny pod wpływem salda PPO/PKO (-22 mln zł vs -14 mln zł w ubiegłym roku).
- EBITDA skorygowana o wpływ salda PPO/PKO na poziomie porównywalnym rdr.

HalfPrice [mln PLN]	Q2 2025 (V'25 – VII'25)	Q2 2026 (V'26 – VII'26)	Δ Q2'26- Q2'25	RDR
Przychody	499	769	270	54%
Zysk brutto ze sprzedaży	237	386	149	63%
<i>marża brutto [%]</i>	47,5%	50,2%		2,7 p.p.
Koszty sprzedaży i administracji	221	319	98	44%
<i>wsk. kosztów [%]</i>	44,3%	41,5%		-2,8 p.p.
PPO/PKO i odpisy	5	2	-4	
EBIT	22	69	47	219%
<i>marża EBIT [%]</i>	4,3%	8,9%		4,6 p.p.
EBITDA	67	129	61	91%
<i>marża EBITDA [%]</i>	13,5%	16,7%		3,3 p.p.
Skorygowana* EBITDA	62	127	65	105%
<i>skorygowana marża EBITDA [%]</i>	12,4%	16,5%		4,1 p.p.

* EBITDA skorygowana o saldo PPO/PKO i zdarzenia jednorazowe

- Przychody wyższe o 54% rdr. Przyspieszająca kdk dynamika sprzedaży HalfPrice, wyższa od tempa rozwoju powierzchni handlowej. Sprzedaż LFL +23%.
- Marża brutto na poziomie 50,2%, wyższa o blisko 3 p.p. rdr, m.in. dzięki rosnącemu udziałowi wysokomarżowych produktów licencyjnych w sprzedaży – do poziomu 22% (+14 p.p. rdr). Spodziewany pozytywny wpływ rosnącego udziału marek licencyjnych na marżę brutto HalfPrice w kolejnych kwartałach w związku z rosnącym wolumenem produkcji własnej odzieży.
- Dynamika kosztów sprzedaży i administracji proporcjonalna do tempa rozwoju powierzchni handlowej.
- Blisko dwukrotnie wyższy rdr wynik EBITDA - na poziomie 129 mln zł. Rentowność EBITDA segmentu HalfPrice za ostatnie 12 miesięcy na poziomie 17% – wysokim na tle globalnej branży off-price.

Modivo.com* [mln PLN]	Q2 2025 (V'25 – VII'25)	Q2 2026 (V'26 – VII'26)	Δ Q2'26- Q2'25	RDR
Przychody	931	806	-125	-13%
Zysk brutto ze sprzedaży	385	369	-16	-4%
marża brutto [%]	41,3%	45,8%		4,5 p.p.
Koszty sprzedaży i administracji	353	364	11	3%
wsk. kosztów [%]	37,9%	45,1%		7,2 p.p.
PPO/PKO i odpisy	-2	-4	-3	
EBIT	30	1	-29	-96%
marża EBIT [%]	3,3%	0,2%		-3,1 p.p.
EBITDA	58	37	-21	-36%
marża EBITDA [%]	6,2%	4,5%		-1,6 p.p.
Skorygowana** EBITDA	59	41	-18	-31%
skorygowana marża EBITDA [%]	6,4%	5,1%		-1,3 p.p.

* Sztydy eobuwie i MODIVO łącznie

** EBITDA skorygowana o saldo PPO/PKO i zdarzenia jednorazowe

- Przychody Modivo.com na poziomie 806 mln zł. Dynamika sprzedaży Modivo.com przejściowo pod wpływem kontynuowanej zmiany modelu biznesowego polegającej na:
 - zmianie portfolio produktowego w kierunku wyższego udziału wysokomarżowych marek własnych i licencyjnych;
 - obniżeniu wydatków na performance marketing i zastępowaniu go organicznym generowaniem ruchu, głównie za sprawą rozwijanego z sukcesem programu lojalnościowego MODIVOclub.

Zmiana modelu biznesowego Modivo.com ukierunkowana jest na znaczące umocnienie jego rentowności w perspektywie strategicznej.

- Marża brutto Modivo.com na poziomie 46% - wyższa o przeszło 4 p.p. rdr. Powyższe związane jest głównie ze wzrostem udziału marek licencyjnych i własnych w sprzedaży sztydu do poziomu 21% (+12 p.p. rdr). Przewidywane dalsze umocnienie marży brutto w kolejnych okresach w związku z szerszym wprowadzeniem marek licencyjnych i własnych do oferty Modivo.com.
- Koszty na zbliżonym rdr poziomie. Kontynuowana optymalizacja kosztów działalności e-commerce (-11% rdr), głównie za sprawą redukcji kosztów performance marketingu o 24% (większa efektywność). Koszty sklepów stacjonarnych eobuwie wyższe o 46% rdr – proporcjonalnie do tempa rozwoju sieci sprzedaży. W drugim kwartale Modivo.com poniosło jednorazowy, nieporównywalny rdr koszt kampanii wizerunkowej promującej marki własne dostępne we wszystkich sztyldach MODIVO PLATFORM (ok. 30 mln zł).
- Wynik EBIT i EBITDA na poziomie odpowiednio 1 i 37 mln zł.

ROZWÓJ KANAŁÓW SPRZEDAŻY OFFLINE MODIVO PLATFORM

	31.07.2025	31.07.2026	Δ 31.07.2026-31.07.2025	RDR
Powierzchnia [m ²], w tym:	933 215	1 270 192	336 977	36%
CCC	539 076	592 932	53 856	10%
eobuwie	31 976	41 594	9 618	30%
HalfPrice	352 309	497 346	145 037	41%
worldbox (w tym kaes)	4 222	129 474	125 252	
Liczba sklepów, w tym:	1 101	1 561	460	42%
CCC	842	932	90	11%
eobuwie	52	80	28	54%
HalfPrice	179	241	62	35%
worldbox (w tym kaes)	7	280	273	

- Rozwój powierzchni handlowej MODIVO PLATFORM zgodny z zapowiedzianą strategią ekspansji – wzrost powierzchni grupy o 36% rdr.
- Strategiczna koncentracja na rozwoju biznesu off-price.
- Kontynuacja konserwatywnego podejścia do rozwoju powierzchni handlowej worldbox do momentu pełnego potwierdzenia podstawowych założeń biznesowych.

ŹRÓDŁA FINANSOWANIA

MODIVO PLATFORM [mln PLN]	30.04.2026	31.07.2026	Δ 31.07.2026-30.04.2026	KDK
Zadłużenie brutto	2 182	2 076	-106	-5%
(-) Gotówka	509	459	-50	-10%
Zadłużenie finansowe netto	1 673	1 617	-56	-3%
(+) Faktoring odwrotny	1 461	1 134	-327	-22%
Ekspozycja netto	3 134	2 751	-383	-12%

- Spadek zadłużenia brutto o 106 mln zł (-5%) kdk, zgodnie z przyjętą strategią delewarowania biznesu, przy jego jednoczesnym, dynamicznym rozwoju.
- Zmniejszone wykorzystanie faktoringu odwrotnego o 327 mln zł (-22%) kdk w wyniku zaplanowanych działań ukierunkowanych na optymalizację struktury finansowania kapitału obrotowego, w tym większe wykorzystanie kredytu kupieckiego i ograniczenie ekspozycji finansowej.

KAPITAŁ OBROTOWY

	31.07.2025	31.07.2026	Δ 31.07.2026-31.07.2025	RDR
Zapasy [mln PLN], w tym:	4 065	4 292	227	6%
CCC	1 966	1 651	-315	-16%
HalfPrice	813	1 285	472	58%
Modivo.com	1 211	950	-261	-22%
worldbox	0	276	276	

* Zawiera towary w drodze, nabywane na warunkach FOB (towary na morzu)

	30.04.2026	31.07.2026	Δ 31.07.2026-30.04.2026	KDK
Zapasy [mln PLN], w tym:	4 097	4 292	195	5%
CCC	1 593	1 651	59	4%
HalfPrice	1 081	1 285	204	19%
Modivo.com	1 086	950	-136	-13%
worldbox	210	276	66	32%

* Zawiera towary w drodze, nabywane na warunkach FOB (towary na morzu)

- Zapasy 3 głównych linii biznesowych (CCC, HalfPrice, Modivo.com) niższe o 3% rdr. Po uwzględnieniu nowych linii biznesowych (worldbox, Szopex, Boardriders) zapas MODIVO PLATFORM wyższy o 6% rdr, przy powierzchni handlowej rosnącej o 36% rdr. Zapasy/m2 na poziomie grupy niższe o 16% rdr.
- Ograniczenie poziomu zapasów w szyldzie CCC o przeszło 300 mln zł (-16% rdr), przy wzroście powierzchni handlowej o 10%. Zapas/m2 niższy rdr o 23%. Widoczne efekty planowej optymalizacji poziomu zapasów.
- Ograniczenie poziomu zapasów w szyldzie Modivo.com o ponad 260 mln zł (-22% rdr). Widoczne efekty planowej optymalizacji zapasów, w tym głównie znaczącego zredukowania liczby marek partnerskich w ofercie i koncentracji na najbardziej rentownych brandach. Zapasy Modivo.com niższe także w ujęciu kdk, pomimo sezonowego towarowania nową kolekcją oraz dalszego rozwoju powierzchni sieci sklepów stacjonarnych eobuwie.
- Zmiana zapasów w segmencie HalfPrice wraz z rozwojem powierzchni handlowej. Zapas HalfPrice obejmuje także towar potrzebny do funkcjonowania kilkudziesięciu sklepów ShockPrice, których otwarcia rozpoczną się w drugiej połowie sierpnia br.