PODSUMOWANIE

- Przychody na poziomie 3,2 mld zł (+11% rdr, w tym offline +25%, online -4%).
- Dynamiczny wzrost sprzedaży LFL o 9% rdr (w tym HalfPrice +10%, CCC +4%), przy wysokim tempie rozwoju powierzchni handlowej (+33%).
- Poprawa marży brutto o 5,5 p.p., głównie za sprawą dobrej oferty produktowej, znacząco zoptymalizowanych zapasów w poprzednich kwartałach oraz wysokiej sprzedaży w cenach pierwszych.
- Dynamika kosztów związana głównie z ekspansją – istotnie niższa od tempa rozwoju powierzchni handlowej.
- EBITDA skorygowana (o zdarzenia jednorazowe i wynik na działalności nieporównywalnej) wyższa o 48% rdr.
- Konsekwentna poprawa wyników worldbox w ujęciu kdk.
- Udany debiut ShockPrice – pozytywne odczyty podstawowych parametrów operacyjnych.
- Obniżenie poziomu zapasów w szyldach CCC i Modivo.com łącznie o 300 mln zł rdr (-11%).

WYNIKI MODIVO PLATFORM

MODIVO PLATFORM [mln PLN]	**Q3 2025* (VIII'25 – X'25)**	**Q3 2026 (VIII'26 – X'26)**	**Δ Q3'26-Q3'25**	**RDR**
Przychody	2 883	3 199	317	11%
Zysk brutto ze sprzedaży	1 324	1 644	320	24%
marża brutto [%]	*45,9%*	*51,4%*		5,5 p.p.
Koszty sprzedaży i administracji	1 187	1 455	267	23%
wsk. kosztów [%]	*41,2%*	*45,5%*		4,3 p.p.
PPO/PKO i odpisy	3	-69	-71	
EBIT	139	120	-19	-14%
marża EBIT [%]	*4,8%*	*3,8%*		-1,0 p.p.
EBITDA	323	372	49	15%
marża EBITDA [%]	*11,2%*	*11,6%*		0,4 p.p.
Skorygowana** EBITDA	304	450	146	*48%*
skorygowana marża EBITDA [%]	*10,5%*	*14,1%*		3,6 p.p.

* Dane porównawcze uwzględniają przypadającą na Q3 korektę ujętą przy zamknięciu roku 2025
** EBITDA skorygowana o saldo PPO/PKO, działalność nieporównywalną rdr i zdarzenia jednorazowe

- Przychody MODIVO PLATFORM na poziomie 3,2 mld zł, tj. wyższe rdr o 11%. LFL +9% rdr. Sprzedaż sklepów stacjonarnych wyższa o 25% rdr – dynamika nieznacznie niższa od tempa rozwoju powierzchni handlowej (naturalne przy dojrzewaniu sieci sprzedaży i dużej liczbie otwarć na przestrzeni kwartału). Sprzedaż e-commerce niższa o 4% rdr, głównie za sprawą kontynuowanej zmiany modelu biznesowego Modivo.com, ukierunkowanej na poprawę rentowności tego segmentu w perspektywie strategicznej.
- Poprawa marży brutto o 5,5 p.p., głównie za sprawą dobrej oferty produktowej, znacząco zoptymalizowanych zapasów w poprzednich kwartałach oraz wysokiej sprzedaży w cenach pierwszych.
- Dynamika kosztów sprzedaży i administracji (23%) istotnie niższa od tempa rozwoju powierzchni handlowej (33%).
- Wynik operacyjny pod silnym, negatywnym wpływem salda PPO/PKO (-69 mln zł vs +3 mln zł w ubiegłym roku) – głównie efekt różnic kursowych (niezależne od decyzji biznesowych Spółki).
- EBITDA grupy, skorygowana o zdarzenia jednorazowe i wynik na działalności nieporównywalnej, wyższa o 48% rdr. Wyłączenia obejmują głównie saldo PPO/PKO (różnice kursowe), znacząco ograniczoną działalność hurtową oraz worldbox.
- Wyniki worldbox kolejny kwartał z rzędu uległy poprawie za sprawą wysokiego udziału marek licencyjnych, dzięki czemu operacyjna marża brutto worldbox wzrosła o 4 p.p. kdk do poziomu 54%. Wpływ worldbox na raportowany wynik EBITDA grupy -9 mln zł (vs -50 mln zł w Q1'26 oraz -15 mln zł w Q2'26).
- W Q3'26 uruchomiono 9 sklepów ShockPrice. ShockPrice osiąga zgodne z założeniami parametry operacyjne na starcie konceptu – w szczególności w zakresie sprzedaży/m2, konwersji, UPT (sztuki na paragonie) oraz rotacji zapasami.

WYNIKI SEGMENTÓW

CCC [mln PLN]	**Q3 2025 (VIII'25 – X'25)**	**Q3 2026 (VIII'26 – X'26)**	**Δ Q3'26-Q3'25**	**RDR**
Przychody	1 057	1 226	169	16%
Zysk brutto ze sprzedaży	551	736	185	34%
Marża brutto [%]	*52,2%*	*60,1%*		7,9 p.p.
Koszty sprzedaży i administracji	531	633	102	19%
wsk. kosztów [%]	*50,2%*	*51,6%*		1,4 p.p.
PPO/PKO i odpisy	20	-65	-86	
EBIT	41	38	-3	-7%
marża EBIT [%]	*3,9%*	*3,1%*		-0,8 p.p.
EBITDA	194	167	-27	-14%
marża EBITDA [%]	*18,3%*	*13,6%*		-4,7 p.p.
Skorygowana* EBITDA	174	232	59	*34%*
skorygowana marża EBITDA [%]	*16,4%*	*19,0%*		2,6 p.p.

* EBITDA skorygowana o saldo PPO/PKO i zdarzenia jednorazowe

- Przychody w segmencie CCC na poziomie ponad 1,2 mld zł, wyższe rdr o 16% (w tym LFL +4%). Dynamika sprzedaży wyższa od tempa rozwoju powierzchni handlowej (+9%).
- Marża brutto na poziomie 60,1%, wyższa rdr o 7,9 p.p. Wysoki poziom marży brutto odzwierciedla efekty prac nad optymalizacją zapasów w szyldzie CCC w poprzednich kwartałach oraz wyższy poziom sprzedaży w cenach pierwszych.
- Dynamika kosztów sprzedaży i administracji zbieżna z tempem wzrostu przychodów.
- Wynik operacyjny pod silnym, negatywnym wpływem salda PPO/PKO (-65 mln zł vs +20 mln zł w ubiegłym roku) – głównie efekt różnic kursowych (niezależne od decyzji biznesowych Spółki).
- EBITDA skorygowana o wpływ salda PPO/PKO wyższa o 34% rdr. Poprawa marży EBITDA o blisko 3 p.p. do poziomu 19%.

HalfPrice [mln PLN]	**Q3 2025 (VIII'25 – X'25)**	**Q3 2026 (VIII'26 – X'26)**	**Δ Q3'26-Q3'25**	**RDR**
Przychody	569	802	233	41%
Zysk brutto ze sprzedaży	283	408	125	44%
marża brutto [%]	*49,7%*	*50,9%*		1,2 p.p.
Koszty sprzedaży i administracji	265	341	76	29%
wsk. kosztów [%]	*46,5%*	*42,5%*		-4,0 p.p.
PPO/PKO i odpisy	-4	3	6	
EBIT	14	70	56	393%
marża EBIT [%]	*2,5%*	*8,7%*		6,2 p.p.
EBITDA	67	137	70	105%
marża EBITDA [%]	*11,7%*	*17,1%*		5,4 p.p.
Skorygowana* EBITDA	71	135	64	*90%*
skorygowana marża EBITDA [%]	*12,4%*	*16,8%*		4,4 p.p.

* EBITDA skorygowana o saldo PPO/PKO i zdarzenia jednorazowe

- Przychody HalfPrice wyższe o 41% rdr. Dynamika sprzedaży HalfPrice, wyższa od tempa rozwoju powierzchni handlowej (34%). Sprzedaż LFL +10%.
- Marża brutto na poziomie 50,9%, wyższa o ponad 1 p.p. rdr. Optymalny poziom marży brutto HalfPrice przy dobrym poziomie rotacji zapasami w sklepach.
- Dynamika kosztów sprzedaży i administracji (29%) niższa od tempa rozwoju powierzchni handlowej (34%).
- 5-krotnie wyższy rdr wynik operacyjny HalfPrice i poprawa rentowności EBIT o przeszło 6 p.p. Widoczny efekt dźwigni operacyjnej - stabilny poziom kosztów ogólnego zarządu oraz malejący udział nowych sklepów w liczbie sklepów ogółem przy dojrzewającej sprzedaży/m2 (+5% rdr).
- Ponad dwukrotnie wyższy rdr wynik EBITDA - na poziomie 137 mln zł – rentowność EBITDA wyższa o przeszło 5 p.p. Marża EBITDA segmentu HalfPrice za ostatnie 12 miesięcy na poziomie 18,2% – ponadprzeciętnie wysokim na tle globalnej branży off-price.

Modivo.com [mln PLN]	**Q3 2025 (VIII'25 – X'25)**	**Q3 2026 (VIII'26 – X'26)**	**Δ Q3'26-Q3'25**	**RDR**
Przychody	1 007	943	-64	-6%
Zysk brutto ze sprzedaży	428	405	-22	-5%
marża brutto [%]	*42,5%*	*43,0%*		0,5 p.p.
Koszty sprzedaży i administracji	348	351	3	1%
wsk. kosztów [%]	*34,6%*	*37,2%*		2,6 p.p.
PPO/PKO i odpisy	-16	-1	15	
EBIT	63	53	-10	-16%
marża EBIT [%]	*6,3%*	*5,6%*		-0,7 p.p.
EBITDA	94	83	-11	-11%
marża EBITDA [%]	*9,3%*	*8,8%*		-0,5 p.p.
Skorygowana** EBITDA	110	84	-25	-23%
skorygowana marża EBITDA [%]	*10,9%*	*9,0%*		-1,9 p.p.

* EBITDA skorygowana o saldo PPO/PKO i zdarzenia jednorazowe

- Przychody Modivo.com na poziomie 943 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 43% - nieznacznie wyższym rdr. Przewidywane umocnienie marży brutto w kolejnych okresach w związku z szerszym wprowadzeniem marek licencyjnych i własnych do oferty Modivo.com, a także efektami kontynuowanej optymalizacji zapasów.
- Koszty na zbliżonym rdr poziomie. Kontynuowana optymalizacja kosztów działalności e-commerce (-5% rdr), głównie za sprawą redukcji kosztów performance marketingu o 19% (większa efektywność). Koszty sklepów stacjonarnych eobuwie wyższe o 19% rdr – dynamika niższa od tempa rozwoju sieci sprzedaży.
- Wynik EBIT i EBITDA na poziomie odpowiednio 53 mln zł i 83 mln zł.
- Wynik Modivo.com na działalności e-commerce wyższy rdr o 5%. Wynik EBITDA (4-wall) sklepów stacjonarnych eobuwie na poziomie -14 mln zł – planowana poprawa wraz z rozwojem segmentacji w obrębie marek własnych i licencyjnych oraz skokowego zwiększenia ich udziału w ofercie, do poziomu 50%+.

ROZWÓJ KANAŁÓW SPRZEDAŻY OFFLINE MODIVO PLATFORM

	31.10.2025	31.10.2026	Δ 31.10.2026-31.10.2025	RDR
Powierzchnia [m^2], w tym:	991 362	1 321 685	330 323	33%
CCC	552 738	604 363	51 580	9%
eobuwie	33 345	42 765	9 420	28%
HalfPrice	391 365	523 226	131 861	34%
Pozostałe*	13 869	151 330	137 462	991%
Liczba sklepów, w tym:	1 156	1 596	440	38%
CCC	869	951	82	9%
eobuwie	57	82	25	44%
HalfPrice	195	252	57	29%
Pozostałe*	35	311	276	789%

* W segmencie Pozostałe ujęte są sklepy Boardriders, sklepy grupy Szopex, ShockPrice, BHPC, kaes oraz sklepy własne worldbox

- Rozwój powierzchni handlowej MODIVO PLATFORM zgodny z zapowiedzianą strategią ekspansji – wzrost powierzchni grupy o 33% rdr.
- Strategiczna koncentracja na rozwoju biznesu off-price – ponad 60% ekspansji powierzchni handlowej w Q3'26 związane z tym kanałem sprzedaży.
- Kontynuacja konserwatywnego podejścia do rozwoju powierzchni handlowej worldbox do momentu pełnego potwierdzenia podstawowych założeń biznesowych.

ŹRÓDŁA FINANSOWANIA

MODIVO PLATFORM [mln PLN]	31.07.2026	31.10.2026	Δ 31.10.2026-31.07.2026	KDK
Zadłużenie brutto	2 084	1 939	-145	-7%
(-) Gotówka	467	629	162	35%
Zadłużenie finansowe netto	1 617	1 310	-307	-19%
(+) Faktoring odwrotny	1 134	1 665	531	47%
Ekspozycja netto	2 752	2 975	224	8%

- Spadek zadłużenia brutto i zadłużenia finansowego netto w związku z poprawą wyniku oraz działaniami mającymi na celu optymalizację kapitału obrotowego netto, w tym wydłużaniem terminów płatności.
- Wzrost wykorzystania faktoringu odwrotnego w ramach dostępnych limitów związany z optymalizacją kosztów finansowych i sezonowym towarowaniem pod rozwój kanału off-price.

KAPITAŁ OBROTOWY

	31.10.2025	31.10.2026	Δ 31.10.2026-31.10.2025	RDR
Zapasy [mln PLN], w tym:	3 799	4 581	782	21%
CCC	1 652	1 543	-109	-7%
HalfPrice	931	1 677	746	80%
Modivo.com	1 094	909	-185	-17%
Pozostałe	123	453	330	268%

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

	31.07.2026	31.10.2026	Δ 31.10.2026-31.07.2026	KDK
Zapasy [mln PLN], w tym:	4 266	4 581	315	7%
CCC	1 649	1 543	-106	-6%
HalfPrice	1 185	1 677	492	41%
Modivo.com	942	909	-33	-3%
Pozostałe	490	453	-37	-8%

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

- Zapasy 3 głównych linii biznesowych (CCC, HalfPrice, Modivo.com) wyższe o 12% rdr. Po uwzględnieniu nowych linii biznesowych (worldbox, Szopex, Boardriders oraz BHPC) zapas MODIVO PLATFORM wyższy o 21% rdr, przy powierzchni handlowej rosnącej o 33% rdr.
- Ograniczenie poziomu zapasów w szyldzie CCC o przeszło 100 mln zł (-7% rdr), przy wzroście powierzchni handlowej o 9%. Zapas/m2 niższy rdr o 19%. Widoczne efekty planowej optymalizacji poziomu zapasów.
- Ograniczenie poziomu zapasów w szyldzie Modivo.com o blisko 200 mln zł (-17% rdr). Widoczne efekty planowej optymalizacji zapasów, w tym głównie znaczącego zredukowania liczby marek partnerskich w ofercie i koncentracji na najbardziej rentownych brandach.
- Zmiana zapasów w segmencie HalfPrice wraz z rozwojem powierzchni handlowej. Zapas HalfPrice obejmuje też zapas dla sklepów ShockPrice – 10 już istniejących i kilkudziesięciu kolejnych, które zostaną otwarte w najbliższych miesiącach.