

17 grudnia 2025

Pepco Group N.V.

Wyniki wstępne za okres 12 miesięcy zakończony 30 września 2025 r.

Realizacja strategii przynosi solidne wyniki finansowe w roku transformacji

Pepco Group, wiodąca ogólnoeuropejska sieć dyskontowych sklepów wielobranżowych, publikuje dziś swoje wstępne, niezaudytowane wyniki finansowe działalności kontynuowanej (z wyłączeniem Poundland) za okres 12 miesięcy zakończony 30 września 2025 r.¹

PODSUMOWANIE

- Implementacja nowej strategii postępuje w dobrym tempie, z silną koncentracją na tworzeniu wartości w sposób zrównoważony, przy bardzo pozytywnej reakcji klientów na poprawioną ofertę Pepco i najlepsze na rynku ceny
- Strategiczny powrót do głównego modelu opartego na odzieży i towarach codziennego użytku w roku obrotowym 2025. Pełne wyjście z towarów szybkozbywalnych w Pepco, a także sprzedaż Poundland. Początek procesu wyjścia z Dealz spodziewany jest na 2026 r.
- W roku obrotowym 2025 przychody wzrosły o 8,7% do 4 523 mln euro, a w ujęciu porównywalnym (LFL) wróciły do pozytywnej dynamiki w wysokości 2,6% (po wyłączeniu produktów szybkozbywalnych – do poziomu 4,0%)
- Bazowa EBITDA w roku obrotowym 2025 wzrosła o 10,3% do poziomu 865 mln euro, odzwierciedlając wzrost marży brutto o 100 pkt. bazowych rdr.
- Bazowy zysk netto w roku obrotowym 2025 wzrósł o 19,7% do 219 mln euro, co oddaje skupienie się na poprawie konwersji wyniku EBITDA. Ten wynik osiągnięto mimo jednorazowej utraty wartości przed opodatkowaniem odpisanej zgodnie z MSSF w wysokości 38 mln euro.
- Skuteczne refinansowanie kredytów bankowych oraz emisja obligacji poprawiły elastyczność finansową Grupy i wydłużyły zapadalności długu
- Koncentracja na zwrotach dla akcjonariuszy: mocne generowanie gotówki, w wysokości 334 mln euro, umożliwia zwiększenie wypłaty dywidendy do poziomu 25% (z 20%) zysku, co prowadzi do wzrostu dywidendy o 57% w roku obrotowym 2025 do 9,6 eurocenta (w roku obrotowym 2024: 6,2 eurocenta), jako uzupełnienie do skupu akcji o wartości EUR 50 mln i obecnie realizowanego drugiego programu skupu akcji, również o wartości EUR 50 mln.
- Podtrzymanie oczekiwanego wzrostu bazowej EBITDA w roku obrotowym 2026 na poziomie przynajmniej 9% rdr; spodziewany wzrost bazowego zysku netto powinien przekroczyć 25%
- Oczekiwania w średnim terminie podtrzymane w zakresie przychodów i EBITDA oraz jednoczesnym podwyższeniem spodziewanego poziomu marży brutto i niezlewarowanych wolnych przepływów pieniężnych. Grupa spodziewa się obecnie osiągnąć przynajmniej 15% CAGR dla bazowego zysku netto.

Wyniki finansowe (w mln EUR)	r.obr 2025 (niezaudytowany)	r.obr 2024 (raportowany)	Wzrost (raportowany)
Przychody ²	4 523	4 160	8,7%
Wzrost przychodów LFL ³	2,6%	(3,0)%	-560 p.b.
Marża zysku Brutto	48,0%	47,0%	100 p.b.
Bazowa EBITDA (MSSF 16) ⁴	865	784	10,3%
Bazowa EBITDA (przed MSSF 16) ⁴	531	480	10,6%
Bazowy zysk po opodatkowaniu ⁵	219	183	19,7%
Bazowy zysk na akcję (w eurocentach)	38,0	27,7	37,2%

¹ Patrz Noty Objasniające na str. 6

Raportowany zysk na akcję (w eurocentach)	29,8	22,1	34,8%
Zadłużenie netto (przed MSSF 16)⁶	161	257	-
Wolne przepływy pieniężne (niezlewarowane)	334	287	16,4%
Dywidenda na akcję (DPS) (w eurocentach)	9,6	6,2	54,8%

Uwaga: Dane dotyczą działalności kontynuowanej. Wszystkie powyższe dane (w tym dane porównawcze dot. zysku i strat) nie obejmują Poundland. Wyjaśnienia przypisów znajdują się w sekcji Noty Objasniające na str. 6.

PODSUMOWANIE STRATEGICZNE

- Sprzedaż Poundland została pomyślnie sfinalizowana 12 czerwca 2025 r., co znacząco uprościło strukturę Grupy
- Zakończono wyjście Pepco z segmentu FMCG, w tym konwersję większości sklepów Pepco Plus na Półwyspie Iberyjskim, co dało zachęcające efekty
- Poprawa wyników w Polsce dzięki ukierunkowanym inicjatywom; silny wzrost liczby sklepów w Europie Zachodniej rok do roku został dodatkowo potwierdzony
- Przyspieszenie transformacji cyfrowej – nowa strona internetowa, aplikacja oraz program lojalnościowy gotowe do uruchomienia w I kwartale 2026 r.
- Dealz jest obecnie w pełni niezależny; rozpoczęcie procesu dezinwestycji planowane jest w 2026 r., a Grupa bada dalsze opcje strategiczne dla tej marki

PODSUMOWANIE FINANSOWE

- Przychody Grupy wyniosły 4,5 mld euro, wzrost o 8,7% r/r, napędzane przez wzrost LFL w wysokości 2,6% oraz otwarcia nowych sklepów
 - Przychody Pepco w wysokości 4,184 mln euro, +8,6%; przychody Dealz Poland w wysokości 339 mln euro, +10,4%
 - Przychody LFL sieci Pepco wzrosły o 2,7% (bez towarów szybkozbywalnych o 4,1%), z pozytywnym wynikiem w każdym kwartale
 - Przychody LFL Dealz Poland wzrosły o 1,9%
- Grupa otworzyła 247 nowych sklepów netto w roku obrotowym 2025 (w roku obrotowym 2024: 379), co na koniec roku daje łącznie 4 359 sklepów
- Marża brutto Grupy wzrosła o 100 punktów bazowych do 48,0%, napędzana poprawą wydajności operacyjnej oraz wyjściem z rynku towarów szybkozbywalnych
 - Marża brutto sieci Pepco wyniosła 48,6% (w roku obrotowym 47,7%); Dealz Poland: 33,1% wobec 30,4% rok wcześniej)
- Bazowa EBITDA (MSSF 16) wzrosła o 10,3% do 865 mln euro, napędzana marżą brutto, mimo wyższych kosztów sklepów za sprawą wolumenów rosnących znacznie szybciej niż przychody, co oddaje naszą koncentrację na dostarczanie bardziej konkurencyjnych cen dla klientów
 - Silny wzrost EBITDA Pepco o 10,1% do 874 mln euro; EBITDA Dealz wzrosła o 92,3% do 25 mln euro
- Redukcja kosztów odsetkowych i zauważalnie niższa efektywna stopa podatkowa przyczyniły się do mocnej poprawy bazowego zysku po opodatkowaniu do poziomu 219 mln euro, tj. wzrost o 19,7%. Zawiera się w tym jednorazowa kwota przed opodatkowaniem w wysokości 38 mln euro związana odpisem z tytułu utraty wartości sklepów oraz korekty danych za poprzedni rok po wdrożeniu ulepszanego narzędzia księgowego
- Silny bilans oraz profil płynnościowy, przy zapasie gotówki w wysokości 464 mln euro na koniec roku; zadłużenie netto przed MSSF 16 zredukowane do 161 mln euro (dźwignia na poziomie 0,3x). Pełne refinansowanie zadłużenia Grupy przeprowadzono w IV kw. roku obrotowego 2025 oraz I kw. roku obrotowego 2026, znacząco wydłużając profil zapadalności, a także redukując średnie koszty odsetek z 6,4% do 3,9%

Komentując wyniki, Stephen Borchert, prezes Pepco Group, powiedział:

Rok 2025 był prawdziwym punktem zwrotnym dla Grupy. Po tym, gdy w marcu przedstawiliśmy nowy ramowy plan strategiczny Grupa zaczęła realizować go w wyjątkowo szybkim tempie, osiągając istotne postępy w krótkim czasie. Decyzja o ponownym skoncentrowaniu się na marce Pepco oraz wyłącznie na naszych kluczowych kategoriach — odzieży i artykułach ogólnego użytku — ma potwierdzenie w bardzo dobrych wynikach, w szczególności widocznie w poziomie marży brutto oraz przepływach wolnych środków pieniężnych, które były lepsze od pierwotnych oczekiwań.

Uruchomiliśmy 247 nowych sklepów netto, poprawiając efektywność sklepów i zwrot z kapitału dla Pepco we wszystkich regionach, realizując przy tym nasz zdyscyplinowany plan otworzyć nowych sklepów zarówno w Europie Zachodniej, jak i Europie Środkowo-Wschodniej. Wyniki Europy Zachodniej stały się wyraźnym motorem wzrostu, przekraczając nasze początkowe oczekiwania. Jest oczywiste, że region ten jest obecnie gotów na dalsze przyspieszenie wzrostu.

Równolegle skoncentrowaliśmy się na stałym udoskonalaniu naszej oferty dla klientów, w czym zawiera się zarówno poprawa jakości produktów w wielu kategoriach, jak również stałe utrzymywanie wiodących na rynku cen dla całej naszej oferty. Wprowadziliśmy również znaczące ulepszenia w całym łańcuchu dostaw, zapewniając stabilność dostaw, dostępność produktów i poprawiając efektywność operacyjną. Rozwój naszych cyfrowych zdolności przebiega zgodnie z planem i jesteśmy na dobrej drodze do ich uruchomienia w pierwszym kwartale 2026 roku.

Wzmocniliśmy Zarząd Grupy, mamy odpowiednią strategię, a silna dynamika działalności Pepco pokazuje, że jesteśmy na dobrej drodze. Biorąc to pod uwagę, podnosimy dziś nasze średnioterminowe oczekiwania dla niektórych wskaźników z uwagi na nasze rosnące przekonanie co do perspektywy dla Grupy. Dzięki utrzymującej się wysokiej generacji gotówki, możemy skupić się na dalszym budowaniu wartości dla akcjonariuszy, czego wyrazem jest istotny wzrost dywidendy za rok obrotowy 2025 o 55% oraz skup akcji o wartości ponad 75 mln euro w bieżącym roku kalendarzowym.

Chcę podziękować wszystkim naszym pracownikom za ich ciężką pracę i zaangażowanie w realizację transformacji w całej firmie w tym roku. Jesteśmy wciąż na wczesnym etapie drogi rozwoju, jednak przed nami są ogromne możliwości.

BIEŻĄCE WYNIKI HANDLOWE

W pierwszym, trwającym kwartale obrotowym (od 1 października do 13 grudnia 2025 r.), przychody LFL Pepco wzrosły o 3,9% nie licząc towarów szybkozbywalnych (przychody LFL wzrosły o 0,3% po uwzględnieniu tej kategorii towarów). Pepco zanotowało mocne otwarcie kwartału w październiku pod względem przychodów LFL, które częściowo zostało zrównoważone słabszym (tak jak dla całego sektora) listopadem, podczas gdy w grudniu ponownie obserwowaliśmy wzrost, przy wyraźnej poprawie wyników LFL w okresie ostatnich trzech tygodni, na poziomie 7,0% nie licząc towarów szybkozbywalnych (wzrost o 3,5% wliczając te towary). Marża brutto w tym kwartale również uległa poprawie.

Przychody LFL Grupy (w tym Dealz) wzrosły o 3,0% nie licząc towarów szybkozbywalnych (spadek LFL o 0,3% wliczając te towary). Taki wynik Grupy odzwierciedla obciążenie jakim jest Dealz oraz słabszą sprzedaż w IV kw. roku obrotowego 2025, która widoczna była również na początku kolejnego roku obrotowego, co odzwierciedla wymagające warunki handlowe we wszystkich kategoriach, szczególnie w segmencie health & beauty.

PERSPEKTYWY

Oczekiwania Zarządu na rok obrotowy 2026

Grupa spodziewa się osiągnąć w roku obrotowym 2026 wzrost przychodów między 6% a 8%. Na łączne przychody wpłynęła sytuacja związana z wyjściem z rynku towarów szybkozbywalnych, co zgodnie z naszymi szacunkami w roku obrotowym 2026 spowoduje pomniejszenie wzrostu przychodów o około 2 pkt. proc. Wpływ ten będzie szczególnie widoczny w pierwszej połowie roku obrotowego, ze spodziewaną odbudową w trakcie całego roku. W zakresie marży

brutto w roku obrotowym 2026 oczekujemy osiągnięcia co najmniej poziomu 48% jeszcze przed uwzględnieniem pozytywnego efektu wyjścia z segmentu FMCG, co odzwierciedla korzystniejszy kurs walutowy, częściowo równoważony skupianiem się na utrzymaniu wiodących na rynku cen dla klientów. Oczekuje się, że wyjście z kategorii towarów szybkozbywalnych dodatkowo poprawi marżę brutto o około 40 punktów bazowych na poziomie całej Grupy.

Naszym celem jest uruchomienie 250 nowych sklepów netto w ramach całej Grupy w roku obrotowym 2026, z koncentracją na regionie Europy Środkowo-Wschodniej, ale przy jednoczesnym przyspieszeniu otwarć sklepów w Europie Zachodniej, gdzie planujemy uruchomić 75 nowych sklepów, szczególnie na Płw. Iberyjskim i we Włoszech. Nie spodziewamy się uruchamiania nowych sklepów Dealz w roku obrotowym 2026, przed wyjściem z tej działalności.

Zakładany wzrost bazowego wyniku EBITDA (wg MSSF 16) za cały rok wyniesie co najmniej 9% r/r, dzięki dalszym usprawnieniom operacyjnym i poprawie oferty dla klientów w najważniejszych kategoriach towarów, pomimo poniesienia kosztów transformacji w wysokości 25–35 mln euro, obejmujących m.in. przyspieszenie rozwoju naszych kompetencji cyfrowych i w obszarze analizy danych, utworzenie centrum technologicznego w Porto, usprawnienie naszej platformy IT oraz dalsze zwiększanie efektywności procesów operacyjnych, finansowych i łańcucha dostaw.

Wzrost bazowego zysku netto będzie kontynuował silną dynamikę z roku obrotowego 2025 i zgodnie z oczekiwaniami przekroczy 25% rdr, co odzwierciedla powyżej wymienione czynniki oraz działania podjęte w celu obniżenia efektywnej stawki podatkowej, refinansowania naszego zadłużenia przy niższych kosztach odsetkowych oraz dostosowanie polityki amortyzacyjnej tak, aby lepiej odpowiadała rzeczywistym okresom trwania umów najmu sklepów.

Oczekujemy, że w roku obrotowym 2026 wolne przepływy pieniężne, bez uwzględnienia dźwigni finansowej, przekroczą 200 mln euro, po uwzględnieniu nakładów inwestycyjnych na poziomie górnego przedziału naszego średnioterminowego zakresu oczekiwań wynoszących 160–180 mln euro rocznie, co w dużej mierze odzwierciedla harmonogram wydatków w obszarze technologii oraz inwestycje w sklepy w roku obrotowym 2026.

W przypadku Dealz prace nad przekształceniem działalności w samodzielny podmiot po sprzedaży Poundland zostały pomyślnie zakończone. Pozwoli to kierownictwu Dealz w pełni skoncentrować się na poprawie wyników handlowych, a także rozpocząć proces dezinvestycji na początku 2026 r. (kalendarzowego).

Średnioterminowe oczekiwania Zarządu

Zarząd podnosi dziś niektóre oczekiwania dla wskaźników w średnim terminie z uwagi na nasze rosnące przekonanie co do perspektywy dla Grupy. W okresie do 2030 r. spodziewamy się wzrostu przychodów w tempie co najmniej 7% CAGR (bez zmian) oraz marży brutto na poziomie co najmniej 48,5% (poprzednio 48,0%). Oczekujemy, że zyski będą rosły szybciej niż przychody, ponieważ koszty inwestycji związanych z transformacją będą z czasem maleć. W związku z tym spodziewamy się wzrostu EBITDA o co najmniej 9% CAGR (bez zmian), zaś zysk netto ma rosnąć o co najmniej 15% CAGR w tym okresie – co jest nowym średnioterminowym celem finansowym Grupy. W założeniu doprowadzi to do utrzymywania wolnych przepływów pieniężnych bez dźwigni finansowej na poziomie co najmniej 250 mln euro rocznie (poprzednio 200 mln euro), przy nakładach inwestycyjnych zgodnych z naszym poprzednim celem wynoszącym od 160 mln euro do 180 mln euro rocznie.

Priorytetem kierownictwa jest zapewnienie stałego wzrostu przychodów w ujęciu porównywalnym, dalsza poprawa łańcucha dostaw, a także kontynuacja inwestycji w technologie cyfrowe i obszar analizy danych w celu zwiększenia zaangażowania klientów. Dzięki tym fundamentom, a także ciągłemu skupianiu się na dyscyplinie w zakresie inwestycji w celu zapewnienia generowania wolnych przepływów pieniężnych, spodziewamy się dalszych strategicznych i finansowych postępów w nadchodzących latach.

ALOKACJA KAPITAŁU

Nadrzędnym celem założeń dotyczących alokacji kapitału Grupy jest zwiększenie wartości dla akcjonariuszy, w tym utrzymanie silnego bilansu i zapewnienie odpowiedniego poziomu płynności finansowej. Kluczowym elementem tej

strategii jest generowanie solidnych wolnych przepływów pieniężnych, które Grupa zamierza osiągnąć poprzez usprawnienia operacyjne, w tym poprawę wyników sprzedaży LFL, zwiększenie marży brutto oraz ściślejszą kontrolę kosztów operacyjnych. Ponadto rygorystyczne skupianie się na efektywności kapitału obrotowego netto i optymalizacji podatków gotówkowych powinno dodatkowo wzmacniać wolne przepływy pieniężne.

W przypadku wygenerowania nadwyżki gotówki Grupa będzie nadal priorytetowo traktować inwestycje mające na celu rozwój działalności, zapewniające atrakcyjny zwrot z kapitału. Jednakże rozpoznawana z czasem nadwyżka kapitału może być przekazywana akcjonariuszom w formie regularnych bądź specjalnych dywidend i/lub wykupu akcji, zgodnie z decyzją Zarządu i (w stosownych przypadkach) po zatwierdzeniu przez akcjonariuszy. Średnioterminowym celem Grupy Pepco jest generowanie co najmniej 250 mln euro wolnych przepływów pieniężnych rocznie. Grupa będzie nadal dążyć do osiągnięcia wskaźnika dźwigni finansowej netto (przed MSSF 16) na poziomie nie więcej niż 1,5x, co ma zapewnić elastyczność finansową przy jednoczesnym utrzymaniu silnego bilansu.

Większy nacisk na zdyscyplinowane inwestycje kapitałowe poprawił generowanie gotówki w roku obrotowym 2025. Nakłady inwestycyjne wyniosły 108 mln euro (wobec 149 mln euro rok wcześniej). Wolne przepływy pieniężne całej Grupy wyniosły 334 mln euro (wobec 287 mln euro rok wcześniej). Dźwignia finansowa (zadłużenie netto przed MSSF 16) na koniec roku obrotowego 2025 wyniosła 0,3x, co podkreśla utrzymywanie solidnego bilansu.

Dywidenda

W ubiegłym roku Grupa rozpoczęła wypłatę dywidendy, opartą na wskaźniku wypłaty wynoszącym 20% rocznego zysku netto. Biorąc pod uwagę nacisk na zwiększanie zwrotu z kapitału dla akcjonariuszy oraz po udanym refinansowaniu i wzmocnieniu bilansu, wskaźnik wypłaty dywidendy zostanie zwiększony do 25% rocznego zysku netto. Zarząd nadal oczekuje, że bezwzględna kwota dywidendy pozostanie na stabilnym poziomie lub będzie stopniowo rosła w ujęciu rocznym, z zastrzeżeniem możliwości wystąpienia istotnych czynników wewnętrznych lub zewnętrznych, które mogą mieć wpływ na wysokość wypłacanej dywidendy.

W związku z tym zarząd zamierza, pod warunkiem uzyskania ostatecznych zaudytowanych danych, zarekomendować wypłatę dywidendy za cały rok w wysokości 9,6 centów euro na akcję (wobec 6,2 centów euro za rok obrotowy 2024), pod warunkiem jej zatwierdzenia przez akcjonariuszy na walnym zgromadzeniu, które odbędzie się 11 marca 2026 r. Dalsze szczegóły, w tym terminy wypłat, zostaną podane we właściwym terminie.

Program skupu akcji własnych

Podczas Dnia Inwestora w marcu 2025 r. zarząd zatwierdził możliwość skupu akcji własnych o wartości do 200 mln euro w latach obrotowych 2025–2027. Priorytetami są optymalizacja wolnych przepływów pieniężnych i przemyślana alokacja kapitału w czasie, w tym zwroty dla akcjonariuszy w celu zwiększania tworzonej wartości. Grupa zrealizowała pierwszą transzę skupu akcji o wartości 50 mln euro w okresie od lipca do sierpnia 2025 r., a następnie w październiku 2025 r. rozpoczęła drugą transzę o wartości 50 mln euro, która ma zostać zakończona do połowy stycznia 2026 r. Zarząd będzie nadal oceniać możliwości przyszłych zwrotów dla akcjonariuszy w celu zwiększenia wartości.

REFINANSOWANIE

W listopadzie 2025 r. Grupa Pepco zakończyła istotny proces refinansowania w wysokości 770 mln euro w ramach linii kredytowych udzielonych przez konsorcjum 10 banków. Nowe finansowanie obejmuje 3-letni kredyt terminowy w wysokości 235 mln euro z terminem zapadalności w listopadzie 2028 r., 5-letni kredyt terminowy w wysokości 235 mln euro z terminem zapadalności w listopadzie 2030 r. oraz 5-letni wielowalutowy kredyt odnawialny w wysokości 300 mln euro. Marże dla trzech nowych kredytów wahają się od 1,35% do 1,70% ponad EURIBOR.

Kredyty te zrefinansowały istniejące zadłużenie, w tym kredyt terminowy z terminem zapadalności w kwietniu 2026 r. (250 mln euro), kredyt odnawialny z terminem zapadalności w kwietniu 2027 r. (390 mln euro) oraz pozostałe zabezpieczone obligacje uprzywilejowane z terminem zapadalności w lipcu 2028 r. i oprocentowaniem 7,25% (200 mln

euro). Nowe finansowanie zostały zapewnione przez konsorcjum Citibank, ING Bank i J.P. Morgan Securities. W uzupełnieniu Grupa przeprowadziła emisję obligacji o wartości 600 mln zł (około 141 mln euro) w ramach programu emisji obligacji o łącznej wartości 2 mld zł. Obligacje zostały przekształcone za pomocą swapów walutowych w zobowiązania w euro oparte o stałą stopę wynoszącą 4,4%.

To dwutorowe refinansowanie wzmocniło strukturę kapitałową Grupy i zwiększyło jej elastyczność finansową, jednocześnie znacznie obniżając koszty finansowania.

IBEX GROUP WYDŁUŻA DZIAŁALNOŚĆ INWESTYCYJNĄ NA KOLEJNE LATA

Główny udziałowiec Grupy Pepco, Ibex Group, ogłosił dziś, że wydłuży okres działania platformy inwestycyjnej IBEX do grudnia 2028 r., z możliwością dalszego przedłużenia do grudnia 2030 r. Ta zmiana to kolejny sygnał poparcia Ibex dla strategii transformacji Pepco oraz przekonania co do możliwości dalszego tworzenia wartości przez Grupę Pepco przez okres wielu lat.

Pełna treść dzisiejszego ogłoszenia Ibex Group znajduje się na stronie: <https://www.ibexholdings.co.za/index.php>

TELEKONFERENCJA

Pepco Group zorganizuje telekonferencję dla analityków i inwestorów w celu omówienia wstępnych wyników za rok obrotowy 2025 w środę 17 grudnia 2025 r. o godz. 8:30 czasu BST (9:30 CET). Inwestorzy i analitycy, którzy chcieliby wziąć udział w sesji pytań i odpowiedzi, proszeni są o połączenie z niżej numerem telefonu +44 (0) 33 0551 0200 i powołanie się na „Pepco”.

Istnieje również możliwość wysłuchania transmisji na żywo, dostępnej pod linkiem:

https://brrmedia.news/PCO_FY_25

TERMINY PUBLIKACJI KOLEJNYCH INFORMACJI

Grupa planuje opublikować następujące informacje w najbliższym czasie:

- Komunikat nt. wybranych wyników operacyjnych za I kw. roku obrotowego 2026: 15 stycznia 2026 r.
- Raport roczny za rok obrotowy 2025: 15 stycznia 2026 r.

ZAPYTANIA

Inwestorzy i analitycy

Tej Randhawa, Relacje Inwestorskie +44 (0) 203 735 9210

Media

Krzysztof Kokoszczyński +48 453 030 170

Maciej Szczepaniak +48 514 985 845

NOTY OBJAŚNIAJĄCE

1. Dane finansowe Grupy zostały sporządzone na podstawie danych niezbadanych przez biegłego rewidenta za okres 12 miesięcy zakończony 30 września 2025 r. W tym kontekście segmenty ‘Pepco’ oraz ‘Dealz Poland’ prezentują wyniki w oparciu o miesiące kalendarzowe w ramach okresu 12 miesięcy zakończonego 30 września 2025 r.
2. Odchylenia walutowe przy stałym kursie walutowym przekształcają dane za bieżący rok według kursów walutowych z poprzedniego roku, tak aby wyeliminować wpływ kursów walutowych w ujęciu rok do roku (wszystkie pozostałe dane, w tym odchylenia walutowe rzeczywiste, są przeliczane według średniego kursu walutowego z miesiąca, w którym zostały sporządzone).

3. Wzrost przychodów LFL jest przeliczany przy stałym kursie walutowym i definiowany jako wzrost przychodów rok do roku („rdr”) dla sklepów działających dłużej niż rok od momentu otwarcia.
4. Bazowa EBITDA jest definiowana jako zysk z działalności podstawowej (z wyłączeniem pozycji nadzwyczajnych) z wyłączeniem amortyzacji, kosztów finansowych i podatków. Należy pamiętać, że EBITDA przed MSSF 16 różni się od EBITDA według MSSF 16, aby odzwierciedlić koszty wynajmu uwzględnione w wyniku EBITDA.
5. Bazowy zysk przed opodatkowaniem nie obejmuje pozycji nadzwyczajnych.
6. Zadłużenie netto (przed MSSF 16) obejmuje kredyty zaciągnięte w instytucjach kredytowych i zobowiązania z tytułu leasingu finansowego (przed MSSF 16) pomniejszone o środki pieniężne i salda bankowe.

PRZEGLĄD DZIAŁALNOŚCI W ROKU OBROTOWYM 2025

Mocne wyniki Pepco przełożyły się na rentowność Grupy w całym roku obrotowym

- Przychody Pepco w roku obrotowym 2025 wzrosły o 8,6% do 4,2 mld euro, dzięki wzrostowi LFL o 2,7% i otwarciu nowych sklepów
- Uruchomiono 234 nowe sklepy netto, z czego 200 otwarto w Europie Środkowo-Wschodniej, a 34 w Europie Zachodniej
- Odwrócenie trendu w Polsce, przywrócenie wzrostu LFL w drugiej połowie roku obrotowego 2025 (+4,0% po wyłączeniu towarów szybkozbywalnych)
- Znaczny postęp w Europie Zachodniej, gdzie wzrost LFL wyniósł 6,8% z uwzględnieniem towarów szybkozbywalnych i 14,1% bez uwzględnienia tej kategorii.
- Marża brutto Pepco wyniosła 48,6%, co oznacza wzrost o 90 punktów bazowych w ujęciu rok do roku, dzięki skupieniu się na wysokomarżowej odzieży i towarach codziennego użytku.
- Podstawowa EBITDA Pepco za rok obrotowy 2025 (MSSF 16) wzrosła o 10,1% rdr do 874 mln euro.

Dealz Polska poczyniło znaczące postępy, jednak w IV kwartale odnotowano spowolnienie w handlu

- Przychody Dealz wzrosły o 10,4% do 339 mln euro dzięki ekspansji sieci sklepów
- Przychody Dealz LFL w roku obrotowym 2025 wzrosły o 1,9%, przy czym wzrost odnotowano w kategoriach towarów szybkozbywalnych i towarów codziennego użytku
- Liczba sklepów wzrosła o 13 nowych placówek netto, osiągając łącznie 344 sklepy w całej Polsce
- EBITDA Dealz (MSSF 16) wzrosła o 92,3% do 25 mln euro, a marża brutto poprawiła się do 33,1% (wzrost o 270 punktów bazowych rdr)
- Słabe wyniki Dealz w czwartym kwartale odzwierciedlały trudną sytuację w segmencie health & beauty oraz słabszą sprzedaż napojów bezalkoholowych podczas wyjątkowo chłodnego lata w Polsce

Nowe sklepy w podziale na marki

	Pepco	Dealz	Razem
Liczba sklepów na koniec roku obrotowego 2024	3 781	331	4 112
Nowe sklepy	260	19	279
Przeniesienia	16	-	16
Zamknięcia	(42)	(6)	(48)
Liczba sklepów na koniec roku obrotowego 2025	4 015	344	4 359
<i>Nowe sklepy netto</i>	<i>234</i>	<i>13</i>	<i>247</i>

Sprzedaż Poundland

12 czerwca 2025 r. Grupa ogłosiła, że zakończyła proces sprzedaży Poundland firmie Gordon Brothers, w ramach strategicznego upraszczania struktury Grupy i zwiększania wartości dla akcjonariuszy, zgodnie z zapowiedziami złożonymi podczas Dnia Inwestora w marcu 2025 r. Wyłączenie Poundland ze struktury Grupy pozytywnie wpływa na wzrost przychodów Grupy oraz przyczynia się do osiągnięcia wyższej rentowności i marż, a także do silniejszej generacji gotówki.

W wyniku sprzedaży działalność Poundland jest obecnie traktowana jako działalność zaniechana i dlatego została wyłączona ze wszystkich danych zawartych w niniejszej informacji dotyczącej wyników, która koncentruje się wyłącznie na bieżącej działalności w ramach „Nowej Grupy Pepco”. Pełne informacje na temat wpływu Poundland na

działalność zaniechaną będą dostępne w naszym raporcie rocznym za rok obrotowy 2025, który zostanie opublikowany 15 stycznia 2026 r. (czwartek).

Podsumowanie wg segmentów

w mln EUR	r.obr. 2025	r.obr. 2024	% r/r (raportowany)	% r/r (stały kurs walutowy)
PRZYCHODY				
GRUPA	4 523	4 160	8,7%	8,4%
- Pepco	4 184	3 853	8,6%	8,4%
- Dealz	339	307	10,4%	8,5%
WZROST SPRZEDAŻY W UJĘCIU PORÓWNYWALNYM – LFL (%)				
GRUPA	2,6%	(3,0%)	560 p.b.	
- Pepco	2,7%	(2,8%)	550 p.b.	
- Dealz	1,9%	(4,8%)	670 p.b.	
WZROST SPRZEDAŻY W UJĘCIU PORÓWNYWALNYM – BEZ FMCG				
GRUPA	4,0%	b.d.	b.d.	
- Pepco	4,1%	b.d.	b.d.	
- Dealz	b.d.	b.d.	b.d.	
MARŻA BRUTTO (%)				
GRUPA	48,0%	47,0%	100 p.b.	
- Pepco	48,6%	47,7%	90 p.b.	
- Dealz	33,1%	30,4%	270 p.b.	
BAZOWA EBITDA (MSSF 16)				
GRUPA	865	784	10,3%	10,4%
- Pepco	874	794	10,1%	10,1%
- Dealz	25	13	92,3%	85,0%
- koszty centrali	(34)	(23)		
BAZOWA EBITDA (przed MSSF 16)				
GRUPA	531	480	10,6%	11,0%
- Pepco	567	513	10,5%	10,9%
- Dealz	(1)	(8)	87,5%	91,7%
- koszty centrali	(35)	(24)		
BAZOWY ZYSK OPERACYJNY (MSSF 16)				
GRUPA	371	367	1,1%	1,7%
- Pepco	423	412	2,7%	3,1%
- Dealz	(17)	(20)	15,0%	19,0%
- koszty centrali	(35)	(25)		

ZAŁOŻENIA STRATEGICZNE

Nasze strategiczne założenia dla Pepco koncentrują się wokół pięciu filarów, przedstawionych poniżej:

1. Uproszczenie i usprawnienie portfolio Grupy
2. Wzrost przychodów poprzez kontrolowaną ekspansję w Europie Środkowo-Wschodniej (CEE)
3. Osiąganie sukcesów w Europie Zachodniej
4. Odnowienie i cyfryzacja wartościowej oferty dla klientów Pepco
5. Modernizacja naszej głównej platformy operacyjnej

1) Uproszczenie i usprawnienie portfolio Grupy

Wchodząc w rok obrotowy 2025, prowadziliśmy działalność w ramach trzech marek: Pepco, Poundland oraz Dealz. Pepco specjalizuje się w odzieży oraz artykułach ogólnego przeznaczenia (GM), natomiast Poundland i Dealz koncentrowały się na szybkozbywalnych dobrach konsumpcyjnych (FMCG). W niedawnej przeszłości, pod poprzednim kierownictwem, Grupa dążyła do integracji działalności Pepco, Poundland i Dealz w celu stworzenia jednolitej oferty dla klientów oraz jednej strategii zakupowej. W założeniu miało to przynieść korzyści zarówno w postaci efektu skali, jak i zwiększonej efektywności. Jednak stało się jasne, że cel ten nie zostanie osiągnięty, zaś integracja naszych marek nie przynosiła oczekiwanych rezultatów ani klientom, ani akcjonariuszom.

Obszary działalności oparte o sprzedaż towarów kategorii FMCG obciążały wyniki finansowe Grupy – charakteryzowały się niższym wzrostem przychodów, niższymi marżami brutto, wyższymi kosztami operacyjnymi, a w konsekwencji niższą rentownością. Po przeprowadzeniu przeglądu strategicznego na początku roku obrotowego 2025 uznaliśmy, że w najlepszym interesie każdej z marek, Grupy, naszych klientów oraz akcjonariuszy jest rozdzielenie tych trzech marek i uproszczenie struktury Grupy poprzez wyjście z segmentu FMCG, poprzez sprzedaż Poundland i Dealz, oraz dalszy rozwój Pepco jako jedynej marki Grupy. Działaliśmy szybko – już kilka miesięcy później, w czerwcu 2025 r., sfinalizowaliśmy sprzedaż Poundland, co stanowiło istotny krok w kierunku realizacji celu Grupy, jakim jest zaprzestanie sprzedaży w segmencie FMCG.

Pepco jest zdecydowanie głównym motorem wzrostu Grupy, generującym silne wyniki LFL przy konsekwentnie utrzymywanych wysokich marżach. Marka Pepco posiada również jasną i unikalną ofertę dla klientów, jako wiodący cenowo detalista dyskontowy o szerokim asortymencie, a rozpoznawalność marki przekraczająca 90% czyni ją naturalnym punktem, wokół którego będzie skupiać się aktywność Grupy. Kontynuowanie działalności w oparciu o jedną, zintegrowaną markę sprawia, że Grupa staje się bardziej zwinna i dynamiczna, co wspiera szybszy oraz bardziej rentowny wzrost.

Sprzedaż Poundland

Sprzedaż Poundland zrealizowana 12 czerwca 2025 r. stanowiła istotny krok w realizacji naszego strategicznego celu, jakim jest prowadzenie działalności wyłącznie pod marką Pepco oraz wyjście z segmentu FMCG, w celu skoncentrowania się na bardziej marżowych kategoriach odzieży i artykułów ogólnego przeznaczenia. Dzięki sprzedaży Poundland korzystamy z efektów poprawy wzrostu przychodów, wyższych marż oraz silniejszego generowania gotówki. Transakcja ta potwierdza nasze jednoznaczne ukierunkowanie na budowanie wartości dla akcjonariuszy, nasze zaangażowanie w transformację Grupy, a także znacząco przyspiesza realizację strategii i dynamikę wzrostu.

Warunki transakcji – Udziały w Poundland zostały sprzedane spółce Gordon Brothers za symboliczną wartość, przy jednoczesnym udzieleniu przez Pepco zabezpieczonej pożyczki w wysokości 30 mln funtów. Część niezabezpieczonych pożyczek pomiędzy Pepco Group a Poundland początkowo pozostała w mocy, w tym linia kredytowa w rachunku bieżącym do kwoty 30 mln funtów. Jednak po zatwierdzeniu proponowanego planu restrukturyzacji przez Wysoki

Trybunał Anglii i Walii w dniu 26 sierpnia 2025 roku, niezabezpieczone pożyczki zostały przekształcone w mniejszościowy pakiet udziałów w Poundland Limited, co umożliwi Pepco Group udział w potencjalnych korzyściach wynikających z udanej restrukturyzacji Poundland.

Aktualizacja informacji nt. Dealz

Po solidnych pierwszych dziewięciu miesiącach roku obrotowego, wyniki osiągane przez Dealz osłabły w trakcie czwartego kwartału. Odzwierciedlały one trudną sytuację w segmencie health & beauty, będącej następstwem intensywniejszych promocji, a także słabszą sprzedaż napojów bezalkoholowych podczas nietypowo chłodnego lata w Polsce. Mimo to podstawowy wynik EBITDA (MSSF16) niemal podwoił się w tym roku, rosnąc o 12 mln euro do poziomu 25 milionów euro. (FY24: 13 mln euro), napędzany przez wzrost marży o 270 punktów bazowych, do poziomu 33,1%. Sieć Dealz powiększyła się o 13 sklepów (netto) w tym okresie, osiągając liczbę 344 sklepów działających obecnie w Polsce.

Dealz nadal umacnia swoją silną reputację jako sprzedawca międzynarodowych, markowych produktów FMCG w najlepszych cenach. Oferuje 3 000 produktów w 18 kategoriach i cieszy się rosnącą rozpoznawalnością marki wśród młodszej grupy wiekowej 18–45 lat. Obecnie działalność jest w pełni niezależna od Pepco pod względem zarówno zespołu zarządzającego jak i łańcucha dostaw.

Podczas Dnia Rynków Kapitałowych w marcu 2025 r. Grupa ogłosiła, że może zarządzać Dealz z myślą o maksymalizacji wartości, jednocześnie analizując strategiczne opcje dla tego biznesu dostępne w średnim terminie, w tym potencjalną dezinwestycję, jako element strategicznego celu wyjścia z segmentu FMCG. Grupa spodziewa się rozpoczęcia realizacji planu dezinwestycji w 2026 r. i zakłada, że sama dezinwestycja może nastąpić w roku kalendarzowym 2026.

2) Wzrost przychodów dzięki kontrolowanej ekspansji w Europie Środkowo-Wschodniej

Europa Środkowo-Wschodnia (CEE) jest kluczowym regionem działalności Grupy, z niemal 100-procentową rozpoznawalnością marki w tym obszarze. W ostatnich latach nasze wyniki uciierpiały wskutek zbyt szybkiej ekspansji, braku należytego skupienia na dyscyplinie operacyjnej co skutkowało erozją naszej wiodącej na rynku polityki cenowej. Niemniej jednak rynek pozostaje atrakcyjny i nadal oferuje znaczące możliwości wzrostu. Ugruntowana obecność regionalna zapewnia nam solidną platformę oraz wiele możliwości dalszego napędzania wzrostu i powiększania udziałów rynkowych.

Działalność Pepco w regionie CEE pozostaje kluczowym motorem napędowym Grupy, generującym najwyższe stopy zwrotu w całej sieci. Pepco działa w 13 krajach Europy Środkowo-Wschodniej, przy czym największą liczbę sklepów posiada w Polsce. W analizowanym okresie Pepco otworzyło 234 nowych sklepów netto, z czego nieco ponad 80% w regionie CEE, a pozostałe w krajach Europy Zachodniej. W Polsce otwarto 58 nowych sklepów netto, co sumuje się łącznie do 1 397 sklepów na koniec roku. Poza Polską większość nowych otwarć w regionie CEE miała miejsce w Bośni, Rumunii, Serbii oraz Bułgarii.

Najważniejszym celem w roku obrotowym 20Y25 było przywrócenie wzrostu LFL w całym regionie CEE, a w szczególności w Polsce. Aby to osiągnąć, skoncentrowaliśmy się na odbudowie naszej wiodącej na rynku oferty cenowej, tak aby klienci zawsze znajdowali atrakcyjne ceny, jakich oczekują podczas wizyty w naszych sklepach. Równolegle usprawniliśmy łańcuch dostaw oraz strategię uzupełniania zapasów, aby zapewnić niezawodną dostępność produktów i rozmiarów. Skierowaliśmy także szczególną uwagę na 20% sklepów w Polsce z najgorszymi wynikami, które obniżały wyniki LFL w tym kraju. Nasze portfolio sklepów jest strategicznie zlokalizowane w bliskiej odległości od klientów, maksymalizując wygodę zakupów. Połączenie tego z ponownym skoncentrowaniem się na wiodącej pozycji cenowej oraz jakości produktów, tworzy atrakcyjną propozycję wartości dla klientów, która stanowi

podstawę zarówno wzrostu przychodów, jak i udziałów rynkowych. Dzięki tym działaniom strategicznym przywróciliśmy wzrost LFL w Polsce w III i IV kw., osiągając wzrost o 2,4% w II połowie roku obrotowego 2025, natomiast region Europy Środkowo-Wschodniej powrócił do wzrostu LFL w I kw. i utrzymał go przez cały rok obrotowy 2025, notując wzrost o 1,9% w skali całego roku.

Wciąż istnieje istotny potencjał do dalszego wzrostu wyników LFL oraz całkowitych przychodów. Choć nasze sklepy już dziś stanowią atrakcyjne miejsce zakupów oferujące odzież dziecięcą w doskonałej relacji jakości do ceny, możemy generować dodatkowy wzrost poprzez pozyskiwanie nowych klientów, zwiększanie wartości koszyka oraz zachęcanie do częstszych wizyt dzięki skutecznemu cross-sellingowi pomiędzy kategoriami odzieżowymi i artykułami z segmentu non-food. Aby to osiągnąć, ponownie koncentrujemy się na wzornictwie, jakości, dostępności oraz świeżości oferty, tak aby nasze produkty konsekwentnie spełniały oczekiwania klientów. Wzmocnienie oferty odzieży dla dorosłych stanowi prostą i naturalną szansę na poprawę ogólnego doświadczenia zakupowego, zwiększenie wygody klientów oraz wsparcie dla dalszego wzrostu. W bieżącym roku poczyniliśmy pierwsze postępy, których efekty są zachęcające, jednak pełny efekt tych inicjatyw spodziewany jest w przyszłym roku.

Dostrzegamy istotny potencjał dalszej ekspansji sieci sklepów, z możliwością otwarcia w długim okresie ok. 850 dodatkowych sklepów Pepco na rynkach Europy Środkowo-Wschodniej. Nasze podejście pozostaje zrównoważone i zdyscyplinowane, oparte na szczegółowym planie rozwoju, który w pierwszej kolejności koncentruje się na rynkach już ugruntowanych, takich jak Polska. Nowo otwarte placówki odnotowują wysoką liczbę odwiedzin oraz atrakcyjne stopy zwrotu z kapitału, osiągając wyniki zgodne z naszym progiem IRR na poziomie 30%. Z czasem będziemy rozszerzać ten wzrost na nowe rynki, takie jak Macedonia Północna, wykorzystując dodatkowe możliwości w całym regionie. Dzięki ponownemu skoncentrowaniu się na dźwigni operacyjnej oraz odświeżonej strategii jesteśmy dobrze przygotowani do realizacji naszych planów ekspansji. Jednocześnie aktywnie ulepszymy istniejącą sieć sklepów. Przebudowy, relokacje, powiększenia oraz zamknięcia rozpoczęły się w roku FY25 i będą kontynuowane w FY26, w celu optymalizacji naszej sieci, po to by zapewnić jak najlepsze doświadczenia klientów oraz zwiększyć efektywność operacyjną. Realizując przemyślaną strategię wzrostu w regionie CEE — na rynku, który doskonale znamy — odzyskaliśmy pewność w zakresie dostarczania stabilnego, rentownego wzrostu przy atrakcyjnych stopach zwrotu.

3) Sukcesy w Europie Zachodniej

Zachodnia Europa, a zwłaszcza Płw. Iberyjski (Hiszpania i Portugalia) prezentują atrakcyjne możliwości. To rosnący rynek z ograniczoną liczbą konkurentów i szerokim polem do ekspansji (white spaces), co razem tworzy znaczące szanse rozwoju dla marki Pepco.

Podczas naszej początkowej ekspansji w Europie Zachodniej dokonaliśmy kilku nietrafnych decyzji, które utrudniły nam osiągnięcie sukcesu. Zasadniczo nie uwzględniliśmy odpowiednio różnic w dynamice między klientami z Europy Zachodniej i Europy Środkowo-Wschodniej. Aby zapewnić sobie sukces w przyszłości, przyjęliśmy nowe, lepiej dostosowane do lokalnych warunków podejście, bardziej wyważony plan ekspansji oraz wzmocniliśmy zespół, zapewniając mu doświadczenie i wiedzę niezbędną do realizacji celów. Pod nowym kierownictwem regionalnym nasza działalność odnotowała znaczną poprawę wyników, osiągając dwucyfrowy wzrost LFL na Półwyspie Iberyjskim i we Włoszech oraz zwiększoną rentowność sklepów.

W ciągu roku otworzyliśmy 34 nowych sklepów netto Pepco w Europie Zachodniej, koncentrując się na Grecji (+15 nowych sklepów) i Włoszech (+9 nowych sklepów). Pod koniec roku obrotowego 2025 Pepco prowadziło 583 sklepy w całej Europie Zachodniej, generując przychody w wysokości 695 mln euro (15% sprzedaży Grupy). Otwarcie nowego centrum dystrybucyjnego w Madrycie w Hiszpanii we wrześniu 2024 r. stanowiło ważny krok w kierunku realizacji właściwego modelu ekonomicznego dla naszej działalności na Półwyspie Iberyjskim. Wcześniej towary były transportowane na odległość ponad 3 000 km z naszego centrum dystrybucyjnego na Węgrzech. Nowe centrum dystrybucyjne pozwoliło zatem strukturalnie obniżyć wysokie koszty transportu i dystrybucji, a jednocześnie skrócić czas realizacji zamówień i poprawić dostępność produktów w sklepach.

Kluczowym krokiem w roku obrotowym 2025 było wycofanie się z rynku towarów szybkozbywalnych (FMCG), co zrealizowaliśmy poprzez przeformatowanie sklepów „Pepco Plus”. Na początku roku obrotowego 2025 prowadziliśmy 123 sklepy „Pepco Plus”, wszystkie zlokalizowane w Hiszpanii i Portugalii. Format „Pepco Plus” został wprowadzony w 2023 r. jako sieć większych sklepów, które oprócz naszego podstawowego asortymentu odzieży i artykułów codziennego użytku oferowały również szeroki wybór produktów FMCG. Koncentracja na tej kategorii towarów oznaczała, że sklepy te osiągały znacznie niższe marże i nie pasowały do naszej strategii. Jednak ich lokalizacja była odpowiednia, a silna demografia i wysoka liczba klientów odwiedzających sklepy stwarzały przekonującą możliwość zmiany formatu.

Zgodnie z planem, do sierpnia 2025 r. pomyślnie zakończyliśmy zmianę formatu 117 naszych sklepów „Pepco Plus” na nasze podstawowe sklepy Pepco, a także wycofaliśmy się z sześciu sklepów, które nie były odpowiednie do zmiany formatu. Nakłady inwestycyjne niezbędne do przekształcenia tych sklepów były niewielkie i wyniosły około 40 tys. euro na sklep, a wynikający z tego wzrost wydajności przekroczył początkowe założenia, przy wzroście marży EBITDA o 12,1 pkt. proc. dla przekształconych sklepów w ujęciu zannualizowanym.

W całej Europie Zachodniej, podobnie jak we wszystkich sklepach Pepco, skupiamy się na zapewnieniu klientom jak najlepszych wrażeń. Priorytetem jest utrzymywanie naszej wiodącej na rynku oferty cenowej, zapewniamy także standaryzację formatów naszych sklepów, aby klienci wiedzieli, czego mogą się spodziewać, odwiedzając nasze sklepy. Pomoże to również budować świadomość marki i zaufanie klientów, ponieważ pracujemy zwiększaniem rozpoznawalności marki i satysfakcji, jaką osiągnęliśmy już w Europie Środkowo-Wschodniej, zapewniając jednocześnie poprawę wyników LFL. W roku obrotowym 2025 osiągnęliśmy silny wzrost LFL na poziomie 6,2% z uwzględnieniem FMCG i 14,3% bez uwzględnienia tej kategorii.

W roku obrotowym 2025 świadomość marki wzrosła o 6 punktów bazowych w Hiszpanii do 59% i o 6 punktów bazowych we Włoszech do 38%. Koncentrujemy się również na naszym modelu biznesowym, zwracając uwagę na dystrybucję i łańcuch dostaw, aby zapewnić dostępność zapasów i zwiększyć wydajność w miarę postępów w realizacji naszego planu kontrolowanej ekspansji sklepów.

Przegląd strategiczny w Pepco Germany

Strategiczny przegląd działalności Pepco Germany, ogłoszony podczas Dnia Inwestora w marcu 2025 r., został zakończony. Pepco prowadzi obecnie 64 sklepy w Niemczech, ale podjęliśmy strategiczną decyzję o zamknięciu 28 placówek. Niemcy nadal dają solidne możliwości biznesowe, ale działalność ta charakteryzuje słabszym poziomem przychodów oraz najwyższymi kosztami operacyjnymi w całym portfolio sklepów Pepco. Dzięki racjonalizacji naszej obecności na tym rynku i koncentracji na najbardziej dochodowych sklepach, zachowamy możliwość dalszego rozwoju w tym kraju w przyszłości.

4) Odnowienie i cyfryzacja oferty Pepco dla klientów

Kiedy myślimy o ulepszeniach naszej oferty dla klientów, pierwszym krokiem jest umiejscowienie jej w tym, co czyni Pepco unikalnym i atrakcyjnym dla osób robiących zakupy w naszych sklepach, czyli dostarczaniu jakościowych produktów w najlepszych na rynku cenach, w dogodnie zlokalizowanych sklepach. Krok drugi to cyfryzacja naszej oferty, przy wykorzystaniu technologii i analizy danych, w celu poprawy doświadczeń klientów.

W roku obrotowym 2025 byliśmy skoncentrowani na utrzymaniu naszej wiodącej na rynku strategii cenowej. Jednocześnie poprawialiśmy dostępność i jakości naszych towarów, tak by były zawsze dostępne w odpowiednich rozmiarach i oczekiwanej przez klientów jakości. Jest to kluczowe dla naszego sukcesu, co oznacza, że logistyka łańcucha dostaw oraz uważny nadzór nad zapasami są niezbędne. Zoptymalizowaliśmy również rozkład naszych

sklepów, zracjonalizowaliśmy kody produktowe oraz poprawiliśmy działania marketingowe w celu zachęty do powtórnych odwiedzin oraz zwiększenia przyrostu nowych klientów.

Przykładowo w lipcu uruchomiliśmy pilotaż programu „Kupon przy kasie” w 20 sklepach w Polsce. W jego ramach klienci otrzymują kupon po dokonaniu zakupów w oparciu o wielkość ich koszyka. Po solidnych pierwszych wynikach, w tym stopie realizacji kuponów oraz przekraczającym cele wzroście sprzedaży, pilotaż został rozszerzony na 350 sklepów do końca września, a do końca listopada – na całą Polskę. Wciąż zbyt wcześnie na wyciąganie pełnych wniosków, niemniej dynamika jest obiecująca.

W tym roku poczyniliśmy również znaczące kroki w obszarze cyfryzacji, która historycznie była niedoinwestowana, ale w której tkwi potencjał do przemiany naszej działalności. Pepco dotychczas operowało wyłącznie w przestrzeni fizycznej z ograniczoną obecnością online. Potrzeba będzie więc czasu, by zaimplementować tworzone od podstaw zmiany, ale potencjał jest znaczący, a plan zmian jest jasno nakreślony. Kluczową zmianą dla klientów będzie uruchomienie naszej aplikacji mobilnej w 2026 r. Zapewni ona użytkownikom płynne działanie oraz wysokiej jakości funkcjonalność, dzięki której będą oni mogli przeglądać ofertę produktową oraz znajdować sklepy w pobliżu, co ma zwiększać tym samym sprzedaż wspieraną kanałami cyfrowymi. W aplikacji będzie również wbudowany program lojalnościowy, umożliwiający klientom zdobywanie nagród i jednocześnie pozwoli nam na bezpośrednie przedstawianie klientom spersonalizowanych ofert.

Cyfryzacja naszej oferty pozwoli nam na przyciągnięcie większej liczby klientów, zwiększenie częstotliwości ich odwiedzin oraz na zachęcenie ich do spędzania z nami większej ilości czasu za sprawą większego wykorzystania technologii i analizy danych. Pozwoli nam to również na wykorzystanie naszej unikalnej wiedzy w miarę gromadzenia bardziej spersonalizowanych, przypisanych danych dotyczących zakupów, które wykorzystamy do lepszego zrozumienia naszych klientów i ich indywidualnych decyzji zakupowych.

5) Modernizacja naszej głównej platformy operacyjnej

Inwestowanie w nowoczesną platformę operacyjną oraz jej wdrażanie ma kluczowe znaczenie dla naszego długoterminowego sukcesu i stanowi fundament wszystkich naszych filarów strategicznych. Nasz model działalności koncentruje się na efektywnym planowaniu, zakupach, transporcie oraz sprzedaży produktów. Jednak na nasze operacje wpłynął okres istotnych niedoinwestowań w niektóre kluczowe platformy operacyjne. W rezultacie nasze procesy są niestandardowe i często realizowane manualnie, co może prowadzić do nieefektywności.

Nasze działania skupiają się w pierwszej kolejności na modernizacji dwóch kluczowych obszarów: łańcucha dostaw oraz cyfrowego doświadczenia klienta. Pozwoli nam to działać w sposób bardziej efektywny, co jest kluczowym czynnikiem umożliwiającym utrzymanie naszej wiodącej na rynku oferty cenowej oraz wspierającym generowanie wolnych przepływów pieniężnych.

Nasz łańcuch dostaw jest już zintegrowany poprzez Pepco Global Sourcing (PGS), naszą jednostkę odpowiedzialną za pozyskiwanie produktów, rozwój oraz usługi techniczne. Jest to nasza kluczowa przewaga, która pozwala oferować lepsze ceny naszym klientom. Prowadzimy również działania w celu usprawnienia całej naszej sieci dystrybucyjnej poprzez partnerstwa, które pozwolą nam działać szybciej, bardziej elastycznie i wydajniej. Mamy wieloletnią umowę z DHL, wiodącą firmą w branży zarządzania logistyką łańcucha dostaw, obejmującą trzy z naszych centrów dystrybucyjnych. W tym roku została do niej dołączona Rawa Mazowiecka w Polsce, a z kolei Gyal na Węgrzech zostanie dodany w styczniu 2026 r. Partnerstwo z DHL umożliwia nam uproszczenie naszych działań, zmniejszenie liczby pracowników oraz poprawę wydajności. Poza tym koncentrujemy się na wdrożeniu dwutorowego modelu

łańcucha dostaw, obejmującego dwa centra rozdzielcze do roku obrotowego 2027, a także na uruchomieniu nowych centrów dystrybucyjnych, aby skrócić czas realizacji dostaw i poprawić alokację zapasów.

Uruchomimy również nowe systemy informatyczne, które zwiększą dokładność planowania i sterowania działalnością, a także stopień automatyzacji, dzięki czemu wydajność operacyjna ulegnie poprawie. Wprowadzimy nowy system ERP, zintegrowane planowanie zapasów oraz globalną platformę technologiczną POS, a także ulepszone narzędzia do zarządzania danymi oraz narzędzia cyfrowe, dzięki którym znacząco poprawimy nasze działania na rzecz zaangażowania klientów.

Nasze tegoroczne inwestycje w obszar cyfrowy pozwoliły stworzyć niezbędną infrastrukturę do prowadzenia nowoczesnych kanałów cyfrowych – strony internetowej, aplikacji mobilnej, programów lojalnościowych oraz spersonalizowanych doświadczeń klientów – wdrażanych w bardzo krótkim czasie. Zbudowaliśmy solidną i niezawodną architekturę, która integruje kluczowe systemy, takie jak system zarządzania informacją o produktach, system zarządzania treścią, mechanizm lojalnościowy, aplikację mobilną oraz nową stronę internetową. Elementy te są obecnie połączone za pomocą stabilnej warstwy integracyjnej, co pozwala nam szybciej i bardziej niezawodnie dostarczać usługi cyfrowe oraz elastycznie skalować je wraz z rozwojem naszej działalności.

Istotną częścią tych inwestycji było stworzenie fundamentów nowego repozytorium danych (Data Lake), które umożliwi Pepco znacznie lepsze wykorzystanie posiadanych danych. Obejmuje to większą dokładność informacji o produktach i klientach, lepsze wsparcie decyzji biznesowych oraz możliwość oferowania klientom bardziej spersonalizowanych i trafnych doświadczeń. Te prace podstawowe mają kluczowe znaczenie — tworzą one infrastrukturę cyfrową, która stanowi podstawę dalszego wzrostu.

Choć wychodzimy z relatywnie niskiego poziomu rozwoju cyfrowego, stanowi to jednocześnie istotną przewagę strategiczną. Rozpoczynanie od podstaw pozwala nam sięgnąć po najnowsze technologie, wykorzystać doświadczenia całej branży oraz zbudować prostsze, bardziej intuicyjne i łatwiejsze do skalowania fundamenty, które będą służyć firmie przez wiele lat. Mając już wdrożone te podstawowe elementy, Pepco jest gotowe, aby w 2026 roku z pełnym przekonaniem uruchomić kanały cyfrowe, wzmacniając zaangażowanie klientów, sprzedaż, efektywność operacyjną oraz długoterminową wartość dla akcjonariuszy.

Modernizacja naszej kluczowej platformy to coś więcej niż wdrażanie nowych technologii. Równie ważne jest dostosowanie organizacji i wzmocnienie kompetencji naszych pracowników, aby w pełni wykorzystać potencjał działalności. Poprzez dopasowanie ról, procesów i umiejętności zapewniamy zespołom możliwość pełnego wykorzystania oferowanych narzędzi w celu zwiększenia efektywności, współpracy i innowacyjności. Takie podejście, skoncentrowane na ludziach, sprawia, że nowe technologie stają się realnym wsparciem dla osiągania celów biznesowych i pozwalają nam dostarczać klientom większą wartość. Inwestycje zarówno w technologię, jak i w projektowanie organizacji potwierdzają nasze zaangażowanie w zrównoważony rozwój oraz doskonałość operacyjną.

KADRY

W trakcie raportowanego okresu miało miejsce kilka zmian w Radzie Dyrektorów (Board of Directors). W czerwcu 2025 r., Paul Soldatos, Andy Bond oraz Neil Brown złożyli rezygnacje ze swoich stanowisk dyrektorów niewykonawczych. Rada wyraża swoją wdzięczność wobec wszystkich tych osób, w tym dla Andy'ego Bonda za jego wysiłek na stanowiskach wykonawczych i niewykonawczych w trakcie jego 13 lat pracy dla Grupy.

Następnie Rada ogłosiła nominacje trzech obserwatorów Rady, których kandydatury zostaną poddane formalnemu zatwierdzeniu na stanowiska Dyrektorów Grupy Pepco na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy w marcu 2026 r. Dwóch z nich dołączyło jako nominaci IBEX Group: Dirk Van den Berghe w lipcu 2025 r. oraz Sander van der Laan we wrześniu

2025 r. Dirk wnosi do Rady bogate doświadczenie zdobyte na wysokich stanowiskach w wielu dużych przedsiębiorstwach detalicznych, w tym jako dyrektor generalny Walmart Asia, dyrektor Walmart Global Sourcing oraz na kluczowych stanowiskach kierowniczych w Delhaize Group. Sander posiada wyjątkową wiedzę specjalistyczną w zakresie działalności detalicznej w sektorze dyskontowym, strategii i tworzenia wartości, którą zdobył pełniąc obecne i poprzednie funkcje kierownicze w trzech dużych paneuropejskich przedsiębiorstwach detalicznych, w tym jako dyrektor generalny Action.

W listopadzie 2025 r. Rada ogłosiła nominację Nicolò Galante na stanowisko Dyrektora niezależnego. Nicolò Galante posiada bogate doświadczenie w zakresie strategii i działań operacyjnych, analizy danych i analiz dotyczących klientów oraz transformacji biznesowej i cyfrowej. Był prezesem Arcaplanet (Włochy) oraz Central Department Stores, a wcześniej pełni rolę Senior Partner w McKinsey, kierując działem z obszaru europejskiego handlu detalicznego oraz doskonałości cyfrowej.

Willem Eelman został powołany na stanowisko dyrektora finansowego Grupy (Group CFO) w lutym 2025 roku, zastępując Neila Gallowaya. Willem jest bardzo doświadczonym dyrektorem finansowym o europejskim doświadczeniu — przez 11 lat pracował w firmie GrandVision, w tym przez część tego czasu współpracując bezpośrednio z dyrektorem generalnym Stephanem Borchertem, a wcześniej pełnił również funkcje w C&A Europe oraz Unilever. W ciągu tego roku wzmocniliśmy także zespół kierowniczy, by zapewnić najlepsze możliwości realizacji strategii Grupy. Obsadzono stanowiska dyrektora ds. finansowych (CFO) marki Pepco, dyrektora ds. zasobów ludzkich (Chief Human Resources Officer), dyrektora ds. IT (Chief Information Officer) oraz dyrektora operacyjnego na Europę Zachodnią (Chief Operating Officer Western Europe).

AKTUALIZACJA DOT. ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

W 2025 r. rozwinęliśmy naszą strategię zrównoważonego rozwoju „Where Growth Meets Care”, która odzwierciedla nasze przekonanie, że wzrost i troska wzajemnie się wzmacniają — troska sprawia, że wzrost jest trwały, a wzrost zwiększa naszą zdolność do dbania o innych. Kierując się naszymi wartościami — troską o ludzi, dążeniem do doskonałości oraz koncentracją na klientach — strategia ta opiera się na przeprowadzonej w 2025 roku podwójnej ocenie istotności i koncentruje się na kluczowych zagadnieniach ESG w trzech filarach: Ludzie, Łańcuch Wartości oraz Klienci. Wspierana przez solidne ramy ładu korporacyjnego oraz nasze podejście do zrównoważonego rozwoju, strategia ta wbudowuje troskę i odpowiedzialność w całej organizacji — od łańcucha dostaw i transformacji energetycznej po zaangażowanie pracowników.

W 2025 r. osiągnęliśmy znaczący postęp, zwiększając wykorzystanie energii odnawialnej. Z przyjemnością informujemy, że wszystkie nasze działania w Pepco w Polsce są obecnie w 100% zasilane energią odnawialną, w tym wszystkie sklepy, centra dystrybucji i biura. Osiągnęliśmy to dzięki umowie na zakup energii odnawialnej, która zapewnia 5000 megawatogodzin energii słonecznej oraz dzięki dalszemu zakupowi gwarancji pochodzenia energii odnawialnej. Ponieważ nasza działalność w Polsce odpowiada za największą pojedynczą część emisji dwutlenku węgla w zakresie Scope 1 i 2, zakup energii ze źródeł odnawialnych stanowi istotny krok w realizacji naszego celu redukcji emisji o 50% do 2030 r. Ograniczanie emisji dwutlenku węgla jest kluczowym elementem spowalniania zmian klimatycznych i ochrony planety.

W ramach programu Future at Heart współpracujemy z renomowanymi organizacjami pozarządowymi, inwestując ponad 3 miliony euro rocznie w edukację, docierając do ponad 90 000 młodych ludzi każdego roku.

CONTINUING OPERATIONS FINANCIAL REVIEW

Pepco Group continuing operations unaudited condensed financial statements for the 12-month period ending 30 September 2025 are shown on page 25 onwards.

On 12 June 2025, the Group completed the sale of its entire shareholding in Poundland to Gordon Brothers, reflecting our strategy to simplify the Group's structure, focus on its core Pepco-branded operations and drive shareholder value, as outlined at the Capital Markets Day. In the FY25 financial statements, Poundland will be presented as a discontinued operation in line with IFRS 5 in the consolidated income statement, and comparative figures have been restated accordingly. Full discontinued operations disclosures to the financial statements will be available in the Annual Report.

Profit and Loss (€m)	FY25	FY24 (restated)	YoY (reported)	YoY (constant)
Revenue	4,523	4,160	8.7%	8.4%
Like-for-like revenues (%)	2.6%	-3.0%	-	-
Gross profit	2,172	1,953	11.2%	10.9%
Gross profit margin (%)	48.0%	47.0%	100 bps	110 bps
Operating costs	(1,307)	(1,170)	11.7%	11.3%
Operating costs %	28.9%	28.1%	80 bps	70 bps
Underlying EBITDA	865	784	10.3%	10.4%
Underlying EBITDA margin	19.1%	18.8%	30 bps	30 bps
Underlying EBITDA (pre-IFRS 16)	531	480	10.6%	11.0%
Underlying EBITDA margin (pre-IFRS 16)	11.7%	11.5%	20 bps	30 bps
Depreciation, amortisation & impairment	(494)	(417)	18.5%	18.1%
Underlying EBIT (IFRS 16)	371	367	1.1%	1.7%
Net financial expense	(68)	(89)	(23.6%)	(22.6%)
Underlying profit before tax	303	278	9.0%	9.4%
Underlying profit after tax	219	183	19.7%	20.3%
Underlying EPS (cents)	38.0	27.7	37.2%	
Exceptional items	(51)	(44)	15.9%	15.4%
Reported profit before tax	251	234	7.3%	8.3%
Tax	(80)	(107)	25.2%	24.5%
Reported profit after tax	171	127	34.6%	35.8%
Reported EPS (cents)	29.8	22.1	34.8%	

NOTE:

- Numbers above based on continuing operations and according to IFRS 16 unless stated otherwise.
- Poundland is classified as a discontinued operation, therefore all numbers above (including comparatives) exclude Poundland.
- All foreign currency revenues and costs are translated at the average rate for the month in which they are made.
- The Directors assess the performance of the Group using a variety of performance measures; some are IFRS Accounting Standards and some are adjusted and therefore termed 'non-GAAP' measures or Alternative Performance Measures (APMs). The Directors principally discuss the Group's results on an underlying basis excluding exceptional material, unusual or other items, and for some measures (such as Underlying EBITDA and net debt) on a 'pre-IFRS' basis given this is how financial performance is measured by management and reported to the Board. A reconciliation of these non-GAAP measures to the nearest measure prepared in accordance with IFRS Accounting Standards will be provided in the Annual Report.

Revenue

Revenue grew by 8.4% on a constant currency basis to €4,523 million (FY24 restated €4,160 million), supported by 247 net new store openings (an increase of 6%), a return to growth in Poland and resilient demand in core markets such as Romania.

Revenue growth % (reported)	Pepco	Dealz	Continuing operations
Q1 Total	8.5%	18.9%	9.2%
Q2 Total	10.5%	8.0%	10.3%
Q3 Total	7.4%	12.2%	7.7%
Q4 Total	8.3%	1.0%	7.7%
FY Total	8.6%	10.4%	8.7%

The Group delivered positive trading momentum throughout the year, with like for like growth accelerating from 2.3% in the first half to 2.9% in the second half, resulting in full year like for like growth of 2.6% (FY24 down 3.0%).

Positive like for like growth was achieved by both Pepco (up 2.7%) and Dealz (up 1.9%) largely driven by volume reflecting improved availability and a renewed focus on price leadership of the best-selling items and investments in stock freshness and price.

LFL growth %	Pepco	Dealz	Continuing operations
Q1	1.4%	6.6%	1.8%
Q2	3.6%	-1.7%	3.2%
Q3	2.4%	5.8%	2.6%
Q4	3.8%	-3.8%	3.2%
FY LFL	2.7%	1.9%	2.6%

Gross Margin %

Gross margin increased by 100bps to 48.0% (FY24 restated: 47.0%), driven by expansion in Pepco of 90bps and supported by Dealz up 270bps. In Pepco, gross margin progression was driven by improved category mix reflecting our exit from FMCG categories during the year, with sales shifting into higher margin clothing and homewares.

Margin also benefited from improved buying negotiations which offset an increased level of markdown to clear older stock. As part of strengthening our operating platform, during the year we outsourced all our distribution centre management to DHL which will deliver efficiency savings going forward.

Gross margin %	Pepco	Dealz	Continuing operations
Q1	46.2%	33.7%	45.8%
Q2	48.9%	33.8%	48.6%
Q3	49.5%	34.3%	49.0%
Q4	49.3%	30.4%	48.2%
FY25	48.6%	33.1%	48.0%
YoY improvement	90bps	270bps	100bps

Operating costs

Store costs

Store operating costs as a percentage of revenue increased by 150bps to 20.7% of sales (FY24 restated 19.2% of sales). Despite the improvement momentum in like-for-like growth, store labour costs increased on account of ongoing elevated wage inflation in the Group's operating territories, particularly in Central and Eastern Europe, along with the need to service a higher volume of sales. We expect this increase to moderate in the future through exiting FMCG, which is more costly to serve and replenish, and seeking further in-store operating efficiencies.

SG&A costs

Group SG&A costs remained flat year on year, at €370 million in FY25 (FY24 restated €370 million).

Underlying EBITDA

Underlying EBITDA (IFRS 16) was €865 million for FY25, up 10.3% on the prior year (FY24 restated €784 million), largely driven by sales growth and continued improvement in gross margin (up 100bps) as a result of better contracting with suppliers and sales mix shifting towards higher margin categories following the exit of FMCG ranges during the year. Despite continuing inflationary pressures on costs, underlying EBITDA margin increased 30bps to 19.1% (FY24 restated 18.8%).

On a pre-IFRS basis, FY25 underlying EBITDA was €531m, an increase of 10.6% versus the prior year (FY24: €480m).

Underlying EBIT

Underlying EBIT (IFRS 16) was €371 million in FY25, up 1.1% on FY24 (restated) €367 million.

Significant non-cash impairments of €38 million were booked in FY25, up €33 million on FY24 (restated) of €5 million. As part of the focus on upgrading financial processes, we have revised our approach to the allocation of central costs in the impairment review of store assets, and this resulted in an incremental €10m impairment charge in the year. In Pepco, an additional €10 million right of use impairment was recognised reflecting more unprofitable stores and €8 million of PPE impairments were booked (which included writing off assets for closed stores). A further €5 million of the increase reflected Dealz stores reaching sufficient maturity to be included in the assessment.

Excluding the non-cash impairments booked in both years, Underlying EBIT (IFRS 16) would have increased by 9.9% rather than 1.1%.

Continuing operations (€m)	FY25	IFRS16 Impact	FY25 (pre-IFRS 16)	FY24 (restated)	IFRS16 Impact	FY24 (restated) (pre-IFRS 16)
Underlying EBITDA	865	(334)	531	784	(304)	480
Underlying EBIT	371	(9)	362	367	(36)	331
Underlying profit before tax	303	30	333	278	8	285
Reported profit after tax	171	34	206	127	7	134
Exceptional items	48	(9)	39	55	0	55
Underlying profit after tax	219	26	245	183	7	190
Net Debt/(cash)	1,227	(1,066)	161	1,679	(1,422)	257

Taxation

The Group's statutory profit before tax increased by 7.3% year on year, to €251 million (FY24 restated: €234 million). On an underlying basis, profit before tax increased by 9.0% to €303 million (FY24 restated: €278 million).

Our effective tax rate is significantly distorted by exceptional items and the residual consolidation of intercompany trade with Poundland up to the date of disposal. On an underlying basis, the ETR was 27.6% which was a 6.6 ppt improvement on the prior year (FY24 restated of 34.2%).

In the medium term, our expectation is that the underlying effective tax rate will be between 22% and 24% as a result of initiatives to optimise the Group's capital structure.

	FY25			FY24 (restated)		
	Underlying	Exceptional	Reported	Underlying	Exceptional	Reported
Profit/ (loss) before taxation	303	(51)	251	278	(44)	234
Taxation	(84)	4	(80)	(95)	(12)	(107)
Profit/ (loss) after taxation	219	(48)	171	183	(55)	127
Effective tax rate%	27.6%	6.9%	31.8%	34.2%	-26.5%	45.6%

Exceptional items

Exceptional items constitute material, infrequent, unusual and other items. In determining whether events or transactions are treated as exceptional items, management considers quantitative as well as qualitative factors such as the frequency or predictability of occurrence.

In FY25 exceptional items totalled €25 million at EBITDA (FY24: €46m), including:

- Restructuring costs of €17 million relating to
 - Pepco's exit from the FMCG category, which involved the closure of stores in Iberia and the conversion of 'Pepco Plus' stores to the standard Pepco format;
 - Pepco Germany insolvency costs, as part of plans to reorganise the store network and better meet customer demand;
 - Redundancy costs associated with the new target operating model; and
- €8 million relating to ERP Software-as-a-Service (SaaS) costs which is considered to be an unusual and material cost by nature

In addition to the above, we incurred exceptional impairment costs of €17 million across fixed assets and right of use assets, of which

- €14 million related to the Pepco Germany insolvency and closure of stores; and
- €3.0 million as a result of the announced exit of the FMCG category in Pepco and the closure and conversion of stores in Iberia

Exceptional costs impacting EBITDA in FY24 (restated) were €46 million. Additional categories not present in FY25 were:

- €16 million relating to the fraudulent phishing attack in Hungary in February 2024; and
- €1million relating to the Value Creation Plan (VCP) scheme that has now ceased.

The prior year reported results included the non-cash impairment of Poundland (primarily goodwill), which has now been reclassified to discontinued operations in both FY24 (restated) and FY25.

Prior Year adjustments

As part of setting up efficient infrastructure and a solid platform to support future growth, we are focusing on upgrading the core financial systems and internal control processes within Finance. During the year this has included:

- appointing EY as the external auditor for the Group to bring a fresh perspective and enhance the robustness of our assurance process;
- implementing a new lease management software tool in Pepco to streamline lease administration and ensure compliance with IFRS 16 reporting requirements;
- performing a deep dive on the balance sheet for each operating company to ensure compliance with the Group accounting policy manual, with special focus on aged items, the approach to store impairments, and provisions for dilapidations and stock; and
- establishing tax efficient financing across the Group and assessing the Group's legal structure and balance sheet structure to actively manage the effective tax rate going forward.

As a result, we identified a number of restatements to the financial statements for FY24, which primarily relate to correcting errors in accounting for leases under IFRS 16 identified by the new tool, the revised approach to the allocation of central costs in the impairment review of store assets (as explained above) and establishing dilapidations provisions for restoration or dismantling obligations. These are set out in Note 7 to the Consolidated Condensed Financial Statements (Restatement note).

SEGMENTAL REPORTING

Geographic segments

In our core Poland and Central European (CEE) markets, energy price shocks and food supply disruptions resulting from the conflict in Ukraine have driven up inflation in recent years. However, this is now easing, with the exception of Romania and Hungary which still face elevated rates, partly linked to these shocks.

In Poland, revenue grew by 4.1% on a constant currency basis to €1.7 billion, driven by new store openings (71 net new stores covering both Pepco and Dealz, an increase of 4.3%). Like-for-like (LFL) revenue growth was flat for the full year; however Pepco Poland returned to growth in the second half, with LFL growth of 2.4% (versus a decline of 3.1% in H1) driven by strong growth of 4.8% in Q4. Excluding the impact of the exit of FMCG, LFL growth improved to 6.6% in Q4. The turnaround in Pepco Poland was delivered through enhanced frontline sales execution, more local and intensified marketing campaigns to strengthen our competitive position, improved stock freshness and more targeted promotions.

Revenue growth in CEE excluding Poland was strong at 9.3% (on a constant currency basis), reaching €2.1 billion, driven by the expansion of the store estate (store numbers up 7.5%) and supported by LFL growth of 3.6%. Like for like growth was driven by Pepco's second-largest market of Romania (up 7.6%), where Pepco marked a decade of operations with the opening of its 500th store.

Western Europe delivered particularly strong revenue growth of 17.3%, with like for like growth of 6.8% (cycling a decline of 6.5% in the prior year) driven by Spain and Italy, and store numbers increasing by 6.2% (with the majority of openings in Greece and Italy). In line with the strategy to simplify the business and move away from the FMCG category, all 'Pepco Plus' stores (which operated across Iberia) were either closed or converted to the standard Pepco format by the end of the year. Performance has been strong on an underlying basis (excluding FMCG from the base) with LFL growth of 14.1% for the region and 19.3% in Spain where momentum accelerated quarter on quarter, to LFL growth of 24.2% in Q4.

With consumers still under pressure to manage their spend, our markets were highly competitive throughout the period, with the trading environment in Germany particularly challenging. This contributed to our decision to restructure our business in Germany and in July we filed for a company-led insolvency process in order to realign the store network for the German market, with a smaller store portfolio, focused on more profitable locations where Pepco's proposition is most attractive to local shoppers.

Revenue (€m)	FY25	FY24 (restated)	YoY (reported)	YoY (constant)
Poland	1,713	1,618	5.9%	4.1%
CEE excluding Poland	2,116	1,950	8.5%	9.3%
Western Europe	695	592	17.3%	17.3%
Total Continuing Operations	4,523	4,160	8.7%	8.4%

Like-for-like revenue	FY25	FY24 (restated)
Poland	0.0%	-3.6%
CEE excluding Poland	3.6%	-1.7%
Western Europe	6.8%	-6.5%
Total Continuing Operations	2.6%	-3.0%
<i>Memo: Western Europe excluding FMCG</i>	14.1%	n/a

The Group opened 247 net new stores, a 6.0% increase in store numbers, in line with guidance. Store expansion continued, but at a slower pace reflecting increased financial governance to focus on locations that generate the highest returns. As a result, Pepco opened 234 net new stores during the year, down from 331 in FY24. These were focused in the CEE region, concentrated in Poland (64), Serbia (30), Romania (28) and Bosnia and Czechia (15 each), together with 34 in Western Europe reflecting our growth strategy in select Western European markets. In September, Pepco opened its milestone 4,000th store in Europe, located in Madrid, and ended the year with a total network of 4,015 stores (FY24: 3,781). The 26 store closures included 11 in Spain, in line with the strategy to exit the 'Pepco Plus' format, and 6 in Poland.

Store numbers (#)	Pepco	Dealz	Continuing Operations
Store numbers at start of FY25	3,781	331	4,112
New Openings	260	19	279
Relocations	16	0	16
Closures	(42)	(6)	(48)
Store numbers at end of FY25	4,015	344	4,359
Net new stores	234	13	247
YoY	6.2%	3.9%	6.0%

Store numbers (#)	Poland	CEE excl. Poland	Western Europe	Continuing Operations
Store numbers at start of FY25	1,670	1,893	549	4,112
New Openings	84	150	45	279
Relocations	8	7	1	16
Closures	(21)	(15)	(12)	(48)
Store numbers at end of FY25	1,741	2,035	583	4,359
Net new stores	71	142	34	247
YoY	4.3%	7.5%	6.2%	6.0%

Trading segments

Segmental performance is reported after the apportionment of attributable head office services costs. Following the disposal of Poundland, Pepco now represents c.93% of Group revenue and over 100% of Group operating profit.

Underlying EBIT (€m)	FY25	FY24	YoY (reported)	YoY (constant)
Pepco	423	412	2.7%	3.1%
Dealz	(17)	(20)	15.0%	19.0%
Corporate & central entities	(35)	(25)	(40.0%)	(47.2%)
Total Continuing Operations	371	367	1.1%	1.7%

Pepco

Pepco's FY25 sales increased by 8.6% to €4,184 million (FY24: €3,853 million), driven by new store openings (net 234 stores) and supported by LFL growth of 2.7% on a reported basis (with growth of 3.8% in the fourth quarter).

LFL revenues excluding the impact of the FMCG exit grew 4.1% for the year, with sequential improvement quarter on quarter to 7.5% in Q4, resulting in strong growth of 6.1% in the second half. LFL momentum was driven by improved availability, a renewed focus on price leadership of the best-selling items, and an enhanced product offer. Investments in stock freshness and price supported LFL growth of 2.5% in the Clothing category (FY24: down 4.5%), and General Merchandise (GM) rebounded to 6.6% LFL growth (FY24: down 2.5%).

FY25 gross margin was 48.6% (FY24 restated: 47.7%), an increase of 90 bps. The exit of lower-margin FMCG products benefitted profitability, partly offset by increased markdown to exit FMCG stock and improved freshness in other categories. Despite a reduction in average unit prices from targeted investments in pricing, our focus on better buying and positive foreign exchange movements, maintained margins.

Underlying operating costs (IFRS 16) increased by 11.2% year-on-year and were 27.7% of sales, up 60bps on prior year (FY24: 27.1% of sales) driven by store costs increasing by 16.1%. Wage inflation in stores and DCs reached high single digits to remain competitive and attract and retain staff. Pepco continued to invest in process efficiencies and customer experience improvements, increasing the use of self-checkouts and rolling out the 'Full Potential' programme to standardise and streamline store processes across Western Europe.

FY25 underlying EBITDA (IFRS 16) grew by 10.1% to €874 million (FY24: €794 million). The underlying EBITDA margin increased to 20.9% (FY24: 20.6%), with gross margin improvements partly offset by operating cost headwinds. On a pre-IFRS 16 basis, FY25 underlying EBITDA was €567 million, up by 10.5% year on year (FY24: €513 million).

Pepco (Underlying)	FY25	FY24 (restated)	YoY (reported)	YoY (constant)
Revenue (€m)	4,184	3,853	8.6%	8.4%
LFL (%)	2.7%	-2.8%	-	-
Gross Profit (€m)	2,034	1,837	10.7%	10.6%
Gross Profit (%)	48.6%	47.7%	90 bps	100 bps
Operating Costs (€m)	(1,160)	(1,043)	11.2%	10.9%
Operating Costs (%)	27.7%	27.1%	60 bps	60 bps
EBITDA IFRS 16 (€m)	874	794	10.1%	10.1%
EBITDA IFRS 16 (%)	20.9%	20.6%	30 bps	30 bps
Underlying EBIT (€m)	423	412	2.7%	3.1%
Underlying EBIT (%)	10.1%	10.7%	(60) bps	(50) bps
Store numbers	4,015	3,781	234	
EBITDA pre-IFRS 16 (€m)	567	513	10.5%	10.9%
EBITDA pre-IFRS 16 (%)	13.5%	13.3%	20 bps	30 bps

Dealz

Dealz delivered revenue growth of 10.4% in FY25, driven predominantly by continued store expansion in Poland (net 13 new stores). Like-for-like sales increased 1.9%. Trading was strong across the first three quarters, but softened in Q4, reflecting a challenging performance in health & beauty due to elevated promotional intensity, weaker soft drink sales during an unseasonably cool summer in Poland, and underperformance of 'back to school' ranges.

Gross margin expanded by 270bps to 33.1% (FY24: 30.4%), supported by better supplier management for perishable goods, and change in mix towards higher margin FMCG products. Efficiencies from shifting supply away from Poundland-sourced ranges towards more local sourcing and helped reduce UK-related import costs, including duties and labelling. Margin in Q4 was impacted by an increased level of markdown as sales volumes weakened.

Operating costs grew broadly in line with revenue, with the ratio to sales improving 30bps to 25.8% (FY24: 26.1%), reflecting inflation and additional operating costs from new stores, partially offset by central cost savings.

At an IFRS 16 level, underlying EBITDA increased to €25m (FY24: €13m) as gross margin gains outpaced operating cost growth. EBITDA margin increased by 300bps to 7.3% (FY24: 4.3%).

Dealz (Underlying) (€m)	FY25	FY24 (restated)	YoY (reported)	YoY (constant)
Revenue (€m)	339	307	10.4%	8.5%
LFL (%)	1.9%	-4.8%	670 bps	
Gross Profit (€m)	112	93	20.4%	18.2%
Gross Profit (%)	33.1%	30.4%	270 bps	270 bps
Operating Costs (€m)	(88)	(80)	10.0%	7.3%
Operating Costs (%)	25.8%	26.1%	(30) bps	(30) bps
EBITDA IFRS 16 (€m)	25	13	92.3%	85.0%
EBITDA IFRS 16 (%)	7.3%	4.3%	300 bps	300 bps
Underlying EBIT	(17)	(20)	-15.0%	-19.0%
Underlying EBIT (%)	-4.9%	-6.6%	170 bps	170 bps
Store numbers (#)	344	331	13	
EBITDA pre-IFRS (€m)	(1)	(8)	91.6%	91.7%
EBITDA pre-IFRS (%)	-0.2%	-2.7%	250 bps	250 bps

CONTINUING OPERATIONS CASH FLOW

Operating cash flow and working capital

Operating cash flow was €773 million, up €33 million (4.5%) on the prior year, with strong operating cash conversion of 89.4% of Underlying IFRS 16 EBITDA.

Cash flow from working capital was a small net outflow of €2 million in the year. Markdown and sell-through of old inventory helped to improve stock freshness and drive stock days for the continuing business down to 137 at the year end from 147 in FY24. Trade payable days declined by 11 days to 99 at year end, from 110 in the prior year owing to delays in shipments through the Red Sea in FY24, as a result of conflict in the Middle East, and supported by the normalised payment schedule with partner suppliers in the current year.

Pepco Group (€m)	FY25	FY24 (restated)	YoY (reported)
Underlying EBITDA IFRS 16	865	784	81
Exceptional items	(25)	(46)	21
Reported EBITDA IFRS 16	840	738	102
Share based payments (non-cash)	12	7	5
Working capital	(2)	80	(82)
Cash generated by Operations	850	825	25
Tax paid	(77)	(85)	8
Operating cash flow	773	740	33
Capex	(108)	(149)	41
Rent paid	(332)	(304)	(28)
Free cash flow (unlevered)	334	287	47
Net debt: IFRS 16	1,227	1,679	(26.9%)
Leverage: IFRS 16	1.4x	2.1x	(0.7)x
Net debt: pre-IFRS 16	161	257	(37.4%)
Leverage: pre-IFRS 16	0.3x	0.5x	(0.2)x
Impact of IFRS 16 on leverage	1.1x	1.6x	

Capital expenditure

In FY25, capital expenditure (“capex”) represented 2.6% of revenues (FY24 restated 3.4%). We continued to take a more considered approach to investment spending, with store openings reduced versus previous years and more focus on operational improvements. As a result, capex was down to €108 million for the FY25, 27.5% lower than the €149 million invested in FY24, with the principal areas of expenditure as follows:

- €59m was invested in opening 295 gross new stores (FY24: 425 gross new stores)
- €14m was invested in store refits and enlargements, including the conversion of the remaining ‘Pepco Plus’ stores in Iberia to the standard format
- €14m was invested in IT, including the digital transformation of our operations; and
- the remaining €7m investment relates to other projects, including existing DCs, our Poznan Head Office and additional store hardware.

Capital investments are considered in alignment with our ESG strategy, to deliver its objectives and commitments, for example in energy efficiency and decarbonisation, as well as meeting financial thresholds.

Free cash flow

We delivered strong free cash flow conversion of 152% of Underlying PAT. Free cash flow was €334 million in FY25 (FY24 restated: €287 million), above our mid-term ambition for free cash flow of over €200 million per annum.

CAPITAL STRUCTURE AND FINANCING

Net debt

Net financial debt (i.e. pre IFRS 16 right of use lease liabilities) reduced by €87 million to €161 million at 30 September 2025 (FY24 restated: €257 million) with cash and cash equivalents increasing €101 million to €464 million (FY24 restated: €363 million). Including the impact of right of use lease liabilities, IFRS 16 net debt stood at €1,227 million a reduction of €452 million on prior year (FY24 restated: €1,679 million), broken down as follows:

Pepco Group (€m)	FY25	FY24 (restated)	YoY (reported)
Borrowings	625	625	-
Capitalised costs	(5)	(12)	7
Redemption premium	6	-	6
Finance leases	1	7	(6)
Gross debt	625	620	5
Cash and cash equivalents (net of overdrafts)	(464)	(363)	(101)
Net debt (pre IFRS 16)	161	257	(96)
IFRS 16 lease liabilities	1,066	1,422	(356)
Net debt (IFRS 16)	1,227	1,679	(452)
<i>Maturity of gross debt:</i>			
<i>Within one year</i>	<i>425*</i>	<i>-</i>	<i>250</i>
<i>Between one and two years</i>	<i>-</i>	<i>250</i>	<i>(250)</i>
<i>Between two and five years</i>	<i>200</i>	<i>375</i>	<i>-</i>

*As outlined on page 5, subsequent to the year end the Group completed a significant refinancing in November 2025, which extended maturities to November 2028 and beyond. The €425m shown as due within one year comprised the April 2026 term loan (€250 million) and the impact of calling €175 million of the senior secured notes prior to the year end (as part of the refinancing process).

Leverage ratios and liquidity headroom

The Term Loans and Polish Floating Rate Note contain a maximum leverage and a minimum interest cover covenant relative to EBITDA, which are both calculated on a pre-IFRS 16 basis and are assessed half-yearly.

Our pre-IFRS 16 leverage was only 0.3x as at 30 September 2025 (FY24 restated: 0.5x). This remains well within the debt covenants which are for a maximum leverage of 2.8x (Term Loans) up to 3.5x (Floating Rate Notes).

Pepco Group (€m)	FY25	FY24 (restated)	YoY (reported)
Net debt IFRS 16	1,227	1,679	-26.9%
Leverage IFRS 16: Net debt to EBITDA	1.4x	2.1x	(0.7)x
Net debt (pre IFRS 16)	161	257	-37.4%
Leverage (pre-IFRS 16): Net debt to EBITDA	0.3x	0.5x	(0.2)x
Impact of IFRS 16 on leverage	1.1x	1.6x	

Finance costs

Reported net financial expense decreased from €89 million in FY24 to €68 million in FY25. Net finance costs in the year included €12 million relating to the refinancing, with a further €10 million expense incurred after the year end.

The full cash impact of €22 million will be reflected in Q1 FY26. Excluding the impact of the refinancing costs, net financial expense in FY25 would have been €55 million, a year-on-year reduction of €34 million.

The effective interest rate being charged on borrowings by credit institutions decreased to 6.4% (FY24: 6.9%), reflecting a fall in the EURIBOR rate. The post year-end refinancing of our bond and term loan, which achieved significantly lower interest rates (3.9% weighted average interest cost for total funded debt), will enhance financial flexibility and improve profit conversion going forward.

Interest cover increased to 18.3x times from 10.6 times in the prior year. There is significant headroom versus the debt covenant for a minimum interest cover of 3.5x on a pre-IFRS 16 basis.

Pepco Group (€m)	FY25	FY24 (restated)	YoY (reported)
Financial income	57	20	-185.0%
Financial expense	(126)	(109)	-15.6%
Net financial expense	(68)	(89)	23.6%
Exclude interest in lease liabilities	(41)	(44)	6.8%
FX monetary items revaluation	2	(0)	0.0%
Net financial expense pre-IFRS 16	(29)	(45)	35.6%
Interest cover ratio (pre-IFRS 16)	18.3x	10.6x	7.7x
<i>Effective interest rate</i>	<i>6.3%</i>	<i>6.9%</i>	<i>-60bps</i>

Credit Ratings

Our credit ratings have remained stable and similar to our key peers. At 30 September 2025, the rating agencies rated us as shown below. Post year end, Moody's have upgraded Pepco Group to Ba2.

Agency	Rating @30 Sept 2025
Fitch	BB
Moody's	Ba3
S&P Global	BB-

Hedging and foreign exchange

The Group does not hedge the translation impact of profits generated in non-Euro countries. Currency movements during the period resulted in a negligible impact of FX translation to FY25 underlying EBITDA. The average and period end exchange rates relative to the Group were as follows:

	Average rate		Period-end rate	
	FY25	FY24	FY25	FY24
EUR/PLN	4.257	4.354	4.270	4.279
CNY/PLN	0.534	0.557	0.511	0.545
USD/PLN	3.849	4.020	3.637	3.822

The Group hedges the transactional FX Risk for inventory purchased in Asia, and paid for in US Dollars (USD) and Chinese Yuan (CNY), against Pepco's own operating currencies, in order to reduce the volatility on gross margin. The majority of the Group's FX Contracts are accounted for in Cash Flow Hedge Relationships. During FY25 there has been general depreciation of USD and CNY against the Polish Zloty (PLN) in particular which is reflected in an increase in the net liability balance sheet position for the Group's Derivative Financial Instruments against FY24.

Consolidated unaudited income statement

for the year ended 30 September 2025

		Year to 30 September 2025 €000	Year to 30 September 2024 (Restated) €000
	Note		
Continuing operations			
Revenue	2	4,523,463	4,160,416
Cost of sales		(2,356,937)	(2,207,036)
Gross profit		2,166,526	1,953,380
Administrative expenses		(1,781,236)	(1,624,864)
Impairment of non-financial assets		(65,416)	(5,475)
Operating profit from continuing operations	4	319,874	323,041
Financial income	5	57,110	19,900
Financial expense	6	(125,510)	(108,862)
Profit before taxation from continuing operations for the year		251,474	234,079
Taxation		(80,079)	(106,703)
Profit from continuing operations for the year		171,395	127,376
Earnings per share			
Basic earnings per share from continuing operations		29.8	22.1
Diluted earnings per share from continuing operations		28.9	22.0

Full disclosures to the financial statements will be available in the Annual Report once published.

Consolidated unaudited statement of financial position

at 30 September 2025

	Note	30 September 2025 €000	30 September 2024 (Restated) €000	As at 1 October 2023 (Restated) €000
Non-current assets				
Property, plant and equipment		479,859	672,097	746,437
Right-of-use asset		986,276	1,290,531	1,246,837
Goodwill and other intangible assets		17,627	292,347	847,477
Loans receivable		3,199	–	–
Trade and other receivables		64	52	46
Derivative financial instruments		589	1,766	6,232
Deferred tax asset		113,244	57,208	116,621
		1,600,858	2,314,001	2,963,650
Current assets				
Inventories		892,487	1,174,676	1,119,547
Tax receivable		20	253	865
Trade and other receivables		63,255	102,874	143,132
Derivative financial instruments		16,023	32,741	42,106
Cash and cash equivalents		464,357	362,881	330,417
		1,436,142	1,673,425	1,636,067
Total assets		3,037,000	3,987,426	4,599,717
Current liabilities				
Trade and other payables		949,582	1,357,908	1,297,945
Current tax liabilities		54,904	34,105	–
Lease liabilities		284,796	394,469	304,794
Borrowings		430,937	–	118,794
Derivative financial instruments		85,839	51,259	91,045
Provisions		37,868	26,041	2,254
		1,843,926	1,863,782	1,814,832
Non-current liabilities				
Trade and other payables		3,404	3,396	21,763
Lease liabilities		781,514	1,034,395	988,377
Borrowings		195,693	612,980	610,270
Derivative financial instruments		1,559	1,227	1,730
Provisions		47,892	59,605	67,409
		1,030,062	1,711,603	1,689,549
Total Liabilities		2,873,988	3,575,385	3,504,381
Equity		163,012	412,041	1,095,336

Full disclosures to the financial statements will be available in the Annual Report once published.

The restatements for FY23 and FY24 have been prepared with all current knowledge and is being reviewed. A full statement of restatements will be provided in detail within the FY25 Annual Report. Please see note 7 for details of restatements for the continuing operations.

Abridged notes to the condensed financial statements

These preliminary results for 12 months ended 30 September 2025 have been prepared for information purposes only. The financial information contained herein does not constitute interim financial statements as defined in IAS 34 Interim Financial Reporting and has not been prepared in accordance with IAS 34.

1. Segmental analysis

Operating segments are defined as components of the Group about which separate financial information is available that is evaluated regularly by the Chief Operating Decision Maker (CODM), or decision-making group, in deciding how to allocate resources and in assessing performance. Operating segments are reported in a manner consistent with the internal reporting provided to the Group Executive Committee, which is considered the Group's chief operating decision maker.

The Group has identified two significant revenue-generating operating segments. One being business trading under the Pepco banner and the other being business trading under the Dealz banner. In previous reporting periods, the Group referred to three significant revenue-generating operating segments whereby business trading under the Poundland banner was also included. This segment was sold during FY25 and therefore the results from this segment are no longer included in the segmental analysis. A final "other" operating segment includes the Group's sourcing operations, Group functions and other activities that do not meet the threshold requirements for individual reporting.

EBITDA is the primary profit metric reviewed by the CODM and has been presented by operating segment with a reconciliation to operating profit. EBITDA is defined as operating profit before depreciation, amortisation, impairment, profit/loss on disposal of tangible and intangible assets. Tax and interest are not reviewed by the CODM on an operating segment basis.

	Year to 30 September 2025 €000	Year to 30 September 2024 (Restated) €000
External revenue		
Pepco	4,184,209	3,853,169
Dealz Poland	339,254	307,247
Group external revenue	4,523,463	4,160,416
Underlying EBITDA		
Pepco	874,327	792,906
Dealz Poland	24,694	13,117
Other	(33,749)	(22,144)
Group underlying EBITDA	865,272	783,879
Reported EBITDA		
Pepco	847,101	750,643
Dealz Poland	16,777	11,299
Other	(23,786)	(24,162)
Group EBITDA	840,092	737,780
Less reconciling items to operating profit		
Depreciation of right-of-use asset	(301,301)	(271,440)
Impairment of right-of-use asset	(32,631)	(419)
Depreciation of property, plant and equipment	(145,604)	(132,435)
Impairment of property, plant and equipment	(22,639)	(4,437)
Amortisation of other intangibles	(8,117)	(5,662)
Impairment of other intangibles	(10,146)	(619)
Profit on disposal of property, plant and equipment	220	272
Group operating profit from continuing operations	319,874	323,041

All income statement disclosures are for the continuing business only. The consolidated statement of financial position includes Poundland in the 30 September 2024 restated figures as it formed part of the Group as at that date. Poundland is not included in the balances as at 30 September 2025.

	Year to 30 September 2025 €000	Year to 30 September 2024 (Restated) €000
Depreciation and amortisation		
Pepco	417,687	375,633
Dealz Poland	35,598	32,352
Other	1,736	1,551
Group depreciation and amortisation	455,021	409,536
Impairment of property, plant and equipment, intangible and right of use assets		
Pepco	59,646	4,362
Dealz Poland	5,769	1,113
Other	–	–
Group Impairment of property, plant and equipment, intangible and right of use assets	65,415	5,475

2. Revenue and Geographical segments

Revenue comprises the consideration paid for products by external customers at the point of sale in stores, net of value added tax and promotional sales discounts. The Group's disaggregated revenue recognised relates to the following geographical segments:

	Year to 30 September 2025 €000	Year to 30 September 2024 €000
Poland	1,712,936	1,617,790
Rest of Central and Eastern Europe	2,115,578	1,950,271
Western Europe	694,949	592,355
	4,523,463	4,160,416

3. Exceptional items

The Group believes underlying profit, an alternative profit measure, is a valuable way in which to present business performance as it provides the users of the accounts with a clear and more representative view of ongoing business performance. Exceptional items, which are removed from the reported IFRS Accounting Standards measures, are defined as material, exceptional, unusual and other items.

Underlying performance measures should be considered in addition to IFRS Accounting Standards measures and are not intended to be a substitute for them. The Group also uses underlying financial performance to improve the comparability of information between reporting periods and geographical units and to aid users in understanding the Group's performance. Consequently, the Group uses underlying financial performance for performance analysis, planning, reporting and incentive setting.

	Year to 30 September 2025 €000	Year to 30 September 2024 €000
Reported EBITDA from continuing operations	840,092	737,780
Group Value Creation Plan (VCP)	–	590
Impact of implementation of IFRIC interpretation on SaaS arrangements	7,780	28,590
Restructuring costs	17,400	675
Hungary Fraud Incident	–	16,243
Underlying EBITDA from continuing operations	865,272	783,878
Reported operating profit from continuing operations	319,874	323,041
Group Value Creation Plan (VCP)	–	590
Impact of implementation of IFRIC interpretation on SaaS arrangements	16,997	26,329
Restructuring costs	34,131	675
Hungary Fraud Incident	–	16,243
Underlying operating profit from continuing operations	371,002	366,878
Reported profit before taxation from continuing operations for the year	251,474	234,079
Group Value Creation Plan (VCP)	–	590
Impact of implementation of IFRIC interpretation on SaaS arrangements	16,997	26,338
Restructuring costs	34,131	675
Hungary Fraud Incident	–	16,243
Underlying profit before tax from continuing operations	302,602	277,925

IFRS 2 charge: A Value Creation Plan (“VCP”) was approved by the Board of Directors in March 2020 as a reward tool to incentivise the top management of the Pepco Group and to retain them post an IPO. The remaining VCP charges treated as exceptional costs were completed in FY24

Impact of implementation of IFRIC interpretation on SaaS arrangements and expensing significant ERP programme costs incurred: Following the IFRIC interpretation on accounting for SaaS costs, the Group has expensed previously capitalised costs in relation to certain SaaS projects as part of the retrospective application of the new accounting policy. In FY24 and FY25, the Group has specifically expensed costs related to significant ERP programmes alongside a significant impairment in FY25.

Restructuring costs: The Group undertook strategic decision in the year to restructure Pepco Spain and Pepco Germany. In the case of Pepco Spain, the exceptional items relate to closure costs of stores and conversions to remove FMCG from the Pepco Spain offering. With regards to Pepco Germany, the exceptional items relate to costs for the insolvency and closure of the relevant Pepco Germany stores. In addition, the Group also have included exceptional costs relating to write off of certain trade balances due from Poundland as a result of the sale.

Hungary fraud incident: During FY24, the Group incurred a loss due to a fraud incident which occurred in Pepco Hungary. The loss to the business is an exceptional item as it was material, exceptional and unusual in nature. All costs have been captured that relate to this issue and classified as exceptional.

4. Operating profit from continuing operations

	Year to 30 September 2025 €000	Year to 30 September 2024 (Restated) €000
Operating (loss)/profit for the period has been arrived at after charging:		
Expense relating to short-term, low-value and variable leases	57,979	57,316
Depreciation of tangible fixed assets and other items:		
Owned	145,604	132,435
Depreciation of right-of-use assets	301,301	271,440
Impairment of property, plant and equipment	22,639	4,437
Amortisation of other intangibles	8,117	5,662
Impairment of Goodwill	–	–
Impairment of other intangible assets	10,146	619
Impairment of Right of Use Assets	32,631	419
Cost of inventories recognised as an expense	2,310,235	2,162,448
Write downs of inventories recognised as an expense	31,333	41,877

	Year to 30 September 2025 €000	Year to 30 September 2024 €000
Auditors' remuneration		
Fees payable to the Company's auditors and their associates for the audit of the Company's annual accounts ¹	1,375	538
Fees payable to the Company's auditors and their associates for the audit of the Company's subsidiaries ¹	4,465	1,182
Fees payable to other auditors and their associates for the audit of the Company's subsidiaries	–	782
Fees payable to other auditors and their associates in the current year in relation to prior year audit	–	128
Total audit fees	5,840	2,630
Audit related services	560	165
Other services	–	–
Total auditors' remuneration	6,400	2,795

1. Audit fees are payable to EY Accountants B.V. who are the auditors of the Group and Company.
2. Audit related services relate to the limited assurance arrangement for the Group's CSRD IV disclosures included within this annual report.
3. The audit fee in FY25 includes €2m of fees which have been included within the loss on discontinued operations.

5. Financial income

	Year to 30 September 2025 €000	Year to 30 September 2024 (Restated) €000
Bank interest income	23,178	22,063
Interest on external loans ¹	4,712	–
Foreign exchange gains	29,220	(2,163)
	57,110	19,900

1. Interest earned on a subordinated loan provided due to the disposal of Poundland

6. Financial expense

	Year to 30 September 2025 €000	Year to 30 September 2024 (Restated) €000
Interest on bank loans and amortisation of capitalised finance costs	60,613	67,784
Bond call premium payable ¹	6,344	–
Release of capitalised finance costs due to Bond call ¹	3,509	–
Interest on lease liabilities	41,181	43,678
Foreign exchange losses	13,862	(2,600)
	125,509	108,862

1. Included within finance expense is €6.3 million relating to a premium payable on the irrevocable early redemption notice issued against the Eurobond, and €3.5 million representing the write-off of unamortised capitalised finance costs originally incurred on the issuance of the Eurobond.

7. Restatements

The Group identified a number of prior period adjustments, impacting the opening position at 1 October 2023, 1 October 2024 and the year ended 30 September 2024. Below we have included details of restatements identified relating to continuing operations. A full statement of restatements will be provided in detail within the FY25 Annual Report.

7.1 Restatements from continuing operations

Dilapidations

During the current year, the Group identified that provisions for dilapidation costs relating to certain properties had not been recognised in prior periods. These costs represent the estimated obligations to restore leased properties to their original condition upon exit, as required under lease agreements. Accordingly, the Group has restated the opening statement of financial position as at 1 October 2023, including retained earnings to reflect the impact on profit or loss of €12.5m in FY23 and €4.2m in FY25. This adjustment has no impact on cash flows.

Pepco leases adjustment

Throughout FY25, Pepco have transitioned to a new IFRS 16 lease system. As a result of this transition to the new system, errors were noted in relation to how IFRS 16 leases were calculated in prior periods and a transition adjustment was made in FY24. Accordingly, the Group has restated the right-of-use assets and corresponding lease liabilities as at 1 October 2023, as presented in the table above. The adjustment also impacted depreciation, finance costs and finance income within the income statement to reflect the cumulative effect of depreciation and interest that would have been recorded in prior periods. The income statement impact was €7.7m in FY24.

Pepco stock adjustment

The Group identified an error in the calculation of the value of inventory in the prior period arising from the incorrect application of the Group's inventory valuation policy relating to a weighted average cost basis. In addition, the Group identified certain stock losses where tax deductions have been incorrectly applied in prior periods therefore increasing the tax charge in FY24. The correction has been applied retrospectively, and comparative figures have been restated to reflect the appropriate valuation methodology in accordance with Group policy and IFRS requirements as well as correcting the FY24 tax charge. The combined income statement impact was €3.8m in FY24.

Other adjustments

In preparing the FY25 financial statements, the Group identified and corrected other individually immaterial prior period errors in addition to minor presentational changes. These adjustments are reflected in the "Other Adjustments" column of the restatement tables and do not have a material impact on the Group's financial position or performance. The total income statement impact was €12.2m in FY24.

----- END -----

Pepco Group N.V.
14th Floor, Capital House
25 Chapel Street
London NW1 5DH
United Kingdom