

Grupa Kapitałowa CDRL S.A odnotowała istotną poprawę podstawowych wskaźników finansowych w III kwartale 2025 r.

W okresie od 1 stycznia 2025 roku do 30 września 2025 roku Grupa znacząco poprawiła wynik działalności operacyjnej i osiągnęła zysk netto na poziomie 134 tys. zł. Spadek o 9 034 tys. zł w stosunku do analogicznego okresu 2024 r. wynika wyłącznie z jednorazowego zdarzenia – otrzymania w 2024 r. odszkodowania w kwocie 18 185 tys. zł, które zwiększyło przychody finansowe. Po wyłączeniu wpływu tego zdarzenia, zysk netto Grupy byłby wyższy o 9 151 tys. zł r/r, co odzwierciedla realny wzrost efektywności operacyjnej i poprawę wyników finansowych.

Wyniki finansowe

W analizowanym okresie EBITDA osiągnęła 7 384 tys. zł, co oznacza wzrost o 54,6% r/r względem 4 778 tys. zł raportowanych w analogicznych miesiącach 2024 roku. Rentowność operacyjna również uległa poprawie: marża EBITDA wzrosła do 3,8% wobec 2,4% rok wcześniej. Utrzymująca się dynamika wzrostu wyniku operacyjnego przy jednoczesnym zwiększeniu marżowości potwierdza skuteczność działań ukierunkowanych na poprawę efektywności kosztowej, optymalizację procesów operacyjnych oraz bardziej korzystną strukturę sprzedaży.

Osiągnięte poziomy EBITDA i marży EBITDA w trzech kwartałach 2025 roku tworzą solidne fundamenty do dalszej poprawy wyników finansowych w kolejnych okresach oraz wzmacniają perspektywy kontynuacji stabilnego trendu rentowności w Grupie. Wskaźnik zadłużenia został obniżony z poziomu 68,4% na dzień 31 grudnia 2024 roku do 49,4% na koniec września 2025 roku. Wskaźnik dług netto/EBITDA na poziomie 2,63 potwierdza utrzymanie bezpiecznego poziomu zadłużenia oraz stabilną pozycję płynnościową Spółki.

Grupa wypracowała marżę na poziomie 54,6 %, wyższą o 3,8 p.p. w stosunku do analogicznego okresu roku poprzedniego. Poprawa rentowności jest wynikiem optymalizacji procesów operacyjnych,

efektywnego zarządzania ofertą produktową oraz działań wspierających sprzedaż w kluczowych kanałach dystrybucji.

Rozwój e-commerce i wzrost udziału kanału marketplace w przychodach

Grupa konsekwentnie kontynuuje rozwój sprzedaży w kanałach e-commerce, traktując go jako jeden z kluczowych obszarów biznesowych. Od 1 stycznia 2025 roku do 30 września 2025 roku uruchomiono szereg nowych funkcjonalności w sklepach internetowych w Polsce, które usprawniają proces zakupowy i podnoszą atrakcyjność stron z perspektywy użytkownika. Uproszczono ścieżkę zakupową na stronie coccodrilo.eu m.in. poprzez QuickShop pozwalający na zakup bezpośrednio z wyników wyszukiwania, a także udostępniono aplikację coccodrilo.eu dla urządzeń mobilnych w sklepach Apple Store i Google Play, rozszerzając obecność marki w środowisku mobilnym. Równolegle rozwijane są sklepy internetowe na rynkach zagranicznych, z naciskiem na optymalizację procesu zakupowego poprzez wdrażanie nowych form dostaw kurierskich, bramki płatności czy chatbot.

Istotną częścią strategii online pozostaje ekspansja na platformach marketplace. Od 2022 roku Grupa zwiększyła obecność z 6 do 19 platform, obejmując swoim zasięgiem rynek polski oraz 7 innych państw UE. W III kwartale 2025 roku kanał marketplace osiągnął najwyższą dotychczas rentowność oraz rekordowy poziom przychodów, co potwierdza jego rosnące znaczenie w strukturze sprzedaży Grupy.

Rozwój sieci sprzedaży stacjonarnej

W okresie sprawozdawczym Grupa kontynuowała rozwój sieci sprzedaży detalicznej, otwierając 4 nowe salony własne, 15 salonów agencyjnych oraz 5 salonów sezonowych. W celu wsparcia ekspansji oraz usprawnienia kontaktu z potencjalnymi partnerami zainteresowanymi prowadzeniem salonu w modelu franczyzowym uruchomiono rozbudowany landing page na stronie korporacyjnej Grupy zawierający kluczowe informacje o współpracy oraz formularz kontaktowy. Landing page został przygotowany w czterech wersjach językowych: polskiej, czeskiej, rumuńskiej i angielskiej, odpowiadających priorytetowym kierunkom rozwoju sieci sklepów stacjonarnych. Funkcjonalność ta

będzie w kolejnych etapach dopracowywana, by była jak najbardziej dostępna i czytelna dla odbiorców.

W ramach działań Omnichannel prowadzono prace nad wdrożeniem kart podarunkowych w sklepie Coccodrillo.

Rozszerzanie oferty produktowej

W 2025 roku Grupa wprowadziła do portfolio nową kategorię produktową obejmującą zabawki pod marką MOKIDA Toys. To linia stworzona z myślą o wspieraniu rozwoju dzieci poprzez angażującą zabawę. Oferta obejmuje m.in. zabawki drewniane, klocki magnetyczne oraz zestawy do odgrywania ról, skierowane do maluchów i przedszkolaków. Produkty zostały zaprojektowane tak, by odpowiadały zarówno na potrzeby dzieci, jak i oczekiwania rodziców poszukujących wartościowych, rozwojowych form spędzania czasu. Wprowadzenie MOKIDA Toys stanowi istotny krok w kierunku budowania komplementarnego asortymentu, a w kolejnych okresach Grupa planuje dalsze poszerzanie oferty pozaodzieżowej o nowe segmenty zgodne z potrzebami rynku.

Plany i założenia na przyszłość

„W 2025 roku realizujemy założenia przyjęte w 2024 roku. Nadal rozwijamy działalność zagraniczną, wzmacniając obecność na międzynarodowych marketplace, co pozwala nam uniezależniać się od wahań popytu krajowego i zwiększać skalę biznesu bez dużych inwestycji. Jednocześnie utrzymujemy nacisk na stabilność finansową, dbając o bezpieczny poziom zadłużenia i dalszą poprawę rentowności. To fundament, na którym budujemy nasz dalszy rozwój” - podsumowuje Tomasz Przybyła wiceprezes Zarządu.

Grupa planuje kontynuować rozwój sprzedaży e-commerce w Polsce i na rynkach zagranicznych. Priorytetem będzie zwiększanie aktywności na platformach marketplace, które wykazują dynamiczny wzrost wartości i znaczenia w handlu internetowym. Asortyment Grupy zyskuje popularność na zagranicznych platformach, co potwierdza rosnące zaufanie klientów oraz atrakcyjność oferowanych



produktów. Szeroka i zróżnicowana oferta, obejmująca odzież codzienną, outdoorową i sportową, umożliwia skuteczne dostosowanie do oczekiwań poszczególnych rynków.

O Spółce:

Grupa CDRL to wiodący dystrybutor odzieży dziecięcej w Europie Środkowej. Jest właścicielem marek własnych Coccodrillo, Lemon Explore, Petit Bijou, Broel oraz MOKIDA. Grupa CDRL dostarcza kompleksową ofertę dziecięcą, posiada własny zespół projektantów i designerów. Produkcja asortymentu poddawana jest pełnej kontroli jakości przy jednoczesnej optymalizacji kosztów i gwarancji bezpieczeństwa dostaw. Uzupełniającą ofertę stanowi obuwie dziecięce oraz zabawki i akcesoria. W portfolio spółki znajdują się również Sale Zabaw Fikołki, w których CDRL posiada 40% udziałów. Spółka prowadzi działalność w Polsce i wielu innych państwach Unii Europejskiej, a także poza nią. Produkty marki Coccodrillo dostępne są łącznie w 370 punktach handlowych, a także w sklepie internetowym działającym w 8 wersjach językowych.

Dodatkowych informacji udziela:

Beata Michalik
CDRL S.A.
beata.michalik@cdrl.pl
+48 65 511 87 55