

VISTULA

BYTOM
SZTUKA KRAWIECTWA OD 1945

WÓLCZANKA

DENICLER
MILANO

W.KRUK
1840

Lilou

VRG
VISTULA RETAIL GROUP

ŚRÓDROCZNE SKRÓCONE SPRAWOZDANIE FINANSOWE

GRUPY KAPITAŁOWEJ VRG S.A. ZA OKRES 1 KWARTAŁU 2026 ROKU
SPORZĄDZONE ZGODNIE Z MSSF PRZYJĘTYMI PRZEZ UNIĘ EUROPEJSKĄ

Kraków, 20 maja 2026 roku

SPIS TREŚCI

WYBRANE DANE FINANSOWE DO SKRÓCONEGO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO	4
ŚRÓDROCZNE SKRÓCONE SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z SYTUACJI FINANSOWEJ	5
ŚRÓDROCZNY SKRÓCONY SKONSOLIDOWANY RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT	7
ŚRÓDROCZNE SKRÓCONE SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z CAŁKOWITYCH DOCHODÓW	7
ŚRÓDROCZNE SKRÓCONE SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE ZE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM	8
ŚRÓDROCZNE SKRÓCONE SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH	8
INFORMACJE I OBJAŚNIENIA DO ŚRÓDROCZNEGO SKRÓCONEGO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO ZA I KWARTAŁ 2026 ROKU	10
1. INFORMACJE OGÓLNE	10
1.1. Nazwa, siedziba, przedmiot działalności	10
1.2. Struktura Grupy Kapitałowej VRG S.A.	11
1.3. Skład Zarządu i Rady Nadzorczej Jednostki Dominującej	13
1.4. Kontynuacja działalności	13
1.5. Kapitał zakładowy i akcjonariusze	13
2. PODSTAWA SPORZĄDZENIA SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO	15
3. ZASADY RACHUNKOWOŚCI	16
4. KURSY STOSOWANE DO WYCENY AKTYWÓW I PASYWÓW	16
5. WAŻNIEJSZE SZACUNKI I OSĄDY	16
6. PRZEJĘCIE KONTROLI NAD JEDNOSTKAMI	16
7. ZMIANY W STANDARDACH RACHUNKOWOŚCI	19
8. NOTY UZUPEŁNIAJĄCE DO SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH	20
Nota 1 Segmenty według rodzaju działalności i podziału geograficznego	20
Nota 2 Sezonowość i cykliczność działalności	23
Nota 3 Pozostałe przychody operacyjne	24
Nota 3a Pozostałe koszty operacyjne	24
Nota 4 Przychody finansowe	24
Nota 4a Koszty finansowe	24
Nota 5 Podatek dochodowy	25
Nota 6 Rezerwa i aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	26
Nota 7 Zmiana stanu odpisów aktualizujących wartości należności krótkoterminowych, wartości zapasów i z tytułu utraty wartości środków trwałych	27
Nota 8 Rezerwy	27
Nota 9 Należności i zobowiązania warunkowe	28
Nota 10 Informacje o instrumentach finansowych	28
Nota 10a Instrumenty finansowe w podziale na klasy	28
Nota 10b Instrumenty finansowe - przychody i koszty oraz zyski i straty z tyt. utraty wartości	29
Nota 11 Informacja o istotnych zmianach wielkości szacunkowych	29
9. POZOSTAŁE NOTY OBJAŚNIAJĄCE	30
9.1. Znaczące wydarzenia w I kwartale 2026 roku	30
9.2. Znaczące zdarzenia po dacie bilansowej	34
9.3. Emisja, wykup i spłata dłużnych i kapitałowych papierów wartościowych	34
9.4. Dywidendy wypłacone i zadeklarowane	34
9.5. Postępowania toczące się przed sądem lub organem administracji publicznej	36
9.6. Rozliczenia podatkowe	36
9.7. Transakcje z podmiotami powiązаныmi	36
9.8. Informacje o udzieleniu przez emitenta lub przez jednostkę od niego zależną poręczeń kredytu lub pożyczki lub udzieleniu gwarancji łącznie jednemu podmiotowi lub jednostce zależnej od tego podmiotu, jeżeli łączna wartość istniejących poręczeń lub gwarancji jest znacząca	37
9.9. Informacje o istotnych transakcjach nabycia i sprzedaży rzeczowych aktywów trwałych	37
9.10. Informacje o istotnym zobowiązaniu z tytułu dokonania zakupu rzeczowych aktywów trwałych	37
9.11. Wskazanie czynników, które w ocenie emitenta będą miały wpływ na wyniki osiągnięte przez grupę kapitałową w perspektywie co najmniej kolejnego kwartału	37
9.12. Inne informacje, które są istotne dla oceny sytuacji Grupy Kapitałowej VRG S.A.	38
9.13. Czynniki i zdarzenia, w tym o nietypowym charakterze, mające istotny wpływ na skrócone skonsolidowane sprawozdanie finansowe	41
KOMENTARZ ZARZĄDU DO INFORMACJI FINANSOWYCH ŚRÓDROCZNEGO SKRÓCONEGO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA ZA I KWARTAŁ 2026	42
1. WYNIKI FINANSOWE ZA I KWARTAŁ 2026 ROKU	42
2. PLANOWANE DZIAŁANIA ROZWOJOWE	50
3. PROGNOZY FINANSOWE	55
4. ZATWIERDZENIE SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO	55
5. OŚWIADCZENIA ZARZĄDU	56
WYBRANE DANE FINANSOWE DO SKRÓCONEGO JEDNOSTKOWEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO	57
ŚRÓDROCZNE SKRÓCONE JEDNOSTKOWE SPRAWOZDANIE Z SYTUACJI FINANSOWEJ	58
ŚRÓDROCZNY SKRÓCONY JEDNOSTKOWY RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT	60

ŚRÓDROCZNE SKRÓCONE JEDNOSTKOWE SPRAWOZDANIE Z CAŁKOWITYCH DOCHODÓW	61
ŚRÓDROCZNE SKRÓCONE JEDNOSTKOWE SPRAWOZDANIE ZE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM.....	61
ŚRÓDROCZNE SKRÓCONE JEDNOSTKOWE SPRAWOZDANIE Z PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH	62
INFORMACJE I OBJAŚNIENIA DO ŚRÓDROCZNEGO SKRÓCONEGO JEDNOSTKOWEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO ZA I KWARTAŁ 2026 ROKU	63
1. NOTY UZUPEŁNIAJĄCE DO SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH.....	63
Nota 1 Segmenty według rodzaju działalności i podziału geograficznego.....	63
Nota 2 Pozostałe przychody operacyjne.....	63
Nota 3 Pozostałe koszty operacyjne	63
Nota 4 Przychody finansowe	64
Nota 4a Koszty finansowe.....	64
Nota 5 Podatek dochodowy.....	64
Nota 6 Rezerwa i aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego.....	65
Nota 7 Zmiana stanu odpisów aktualizujących wartości należności krótkoterminowych, wartości zapasów i z tytułu utraty wartości środków trwałych.....	66
Nota 8 Rezerwy	67
Nota 9 Należności i zobowiązania warunkowe	67
Nota 10 Informacje o instrumentach finansowych.....	67
Nota 10a Instrumenty finansowe w podziale na klasy.....	68
Nota 10b Instrumenty finansowe - przychody i koszty oraz zyski i straty z tyt. utraty wartości.....	68
2. POZOSTAŁE NOTY OBJAŚNIAJĄCE.....	68
2.1. Informacje o istotnych transakcjach nabycia i sprzedaży rzeczowych aktywów trwałych.....	68
2.2. Pozostałe informacje.....	69
PODPISY CZŁONKÓW ZARZĄDU VRG S.A.	70

WYBRANE DANE FINANSOWE DO SKRÓCONEGO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO

ZA OKRES 3 MIESIĘCY ZAKOŃCZONY DNIA 31 MARCA 2026 ROKU

	w tys. zł.	w tys. zł.	w tys. EUR	w tys. EUR
	1 kwartał / 2026 okres od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 kwartał / 2025 okres od 01-01-2025 do 31-03-2025	1 kwartał / 2026 okres od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 kwartał / 2025 okres od 01-01-2025 do 31-03-2025
Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów, materiałów	356 482	293 639	84 038	70 168
EBITDA	52 605	37 855	12 401	9 046
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	14 096	3 697	3 323	883
Zysk (strata) brutto	1 887	8 038	445	1 921
Zysk (strata) netto	-154	6 017	-36	1 438
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	-31 195	-45 354	-7 354	-10 838
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-111 860	-7 116	-26 370	-1 700
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	105 817	48 530	24 945	11 597
Przepływy pieniężne netto, razem	-37 238	-3 940	-8 779	-941
Zysk (strata) na jedną akcję zwykłą (w zł/EUR)	0,00	0,03	0,00	0,01
Rozwodniony zysk (strat) na jedną akcję	0,00	0,03	0,00	0,01
	31.03.2026	31.12.2025	31.03.2026	31.12.2025
Aktywa, razem	1 932 714	1 785 708	450 579	422 483
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	771 290	624 183	179 813	147 676
Zobowiązania długoterminowe	340 766	220 566	79 444	52 184
Zobowiązania krótkoterminowe	410 106	383 570	95 609	90 749
Kapitał własny	1 161 424	1 161 525	270 766	274 807
Kapitał zakładowy	49 122	49 122	11 452	11 622
Liczba akcji (w szt.)	234 455 840	234 455 840	234 455 840	234 455 840
Rozwodniona liczba akcji (w szt.)	234 455 840	234 455 840	234 455 840	234 455 840
Wartość księgowa na jedną akcję (w zł/EUR)	4,95	4,95	1,15	1,17
Rozwodniona wartość księgowa na jedną akcję (w zł/EUR)	4,95	4,95	1,15	1,17
Zadeklarowana lub wypłacona dywidenda na jedną akcję (w zł/EUR)	0,00	0,00	0,00	0,00

ŚRÓDROCZNE SKRÓCONE SKONSOLIDOWANE SPRA- WOZDANIE Z SYTUACJI FINANSOWEJ

NA DZIEŃ 31 MARCA 2026 ROKU

(w tys. zł)	stan na 31-03-2026 / koniec kwartału 2026	stan na 31-12-2025 / koniec poprzedniego kwartału 2025	stan na 31-03-2025 / koniec kwartału 2025 po korekcie	stan na 31-12-2024 / koniec poprzedniego kwartału 2024 po korekcie
Aktywa trwałe	1 108 429	934 910	912 610	909 353
Wartość firmy	365 847	302 748	302 748	302 748
Inne wartości niematerialne	246 274	197 478	197 764	197 998
Rzeczowe aktywa trwałe	112 578	99 069	88 639	85 151
Nieruchomości inwestycyjne	874	874	874	874
Aktywa z tytułu praw do użytkowania	360 974	315 556	304 265	303 194
Należności długoterminowe	1 982	1 824	1 166	1 148
Udziały i akcje	10	10	10	10
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	19 890	17 351	17 144	18 230
Aktywa obrotowe	824 285	850 798	784 331	775 442
Zapasy	769 172	763 589	753 698	733 443
Należności z tytułu kaucji krótkoterminowych	148	25	87	36
Należności z tytułu dostaw i usług oraz pozostałe należności i aktywa obrotowe	24 507	19 772	16 742	24 976
Należności z tytułu podatku dochodowego od osób prawnych	7	0	765	0
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	30 228	67 412	13 039	16 987
Inne aktywa krótkoterminowe	223	0	0	0
Aktywa razem	1 932 714	1 785 708	1 696 941	1 684 795

(w tys. zł)	stan na 31-03-2026 / koniec kwartału 2026	stan na 31-12-2025 / koniec poprzedniego kwartału 2025	stan na 31-03-2025 / koniec kwartału 2025 po korekcie	stan na 31-12-2024 / koniec poprzedniego kwartału 2024 po korekcie
Kapitał własny	1 161 424	1 161 525	1 069 189	1 063 180
Kapitał podstawowy	49 122	49 122	49 122	49 122
Pozostałe kapitały	16 720	16 720	14 321	14 321
Różnice kursowe z przeliczenia	-43	-96	-193	-185
Zyski zatrzymane	1 095 625	1 095 779	1 005 939	999 922
Kapitały mniejszościowe	0	0	0	0
Zobowiązania i rezerwy długoterminowe	342 439	222 239	208 057	207 565
Zobowiązania z tytułu kaucji długoterminowych	2 712	2 645	2 318	2 337
Zobowiązania z tytułu leasingu	254 238	217 921	204 430	203 919
<i>w tym: z tytułu umów leasingu dotyczących lokali handlowych oraz powierzchni biurowych</i>	252 116	216 845	202 714	202 095
Kredyty i pożyczki długoterminowe	83 816	0	0	0
Rezerwy długoterminowe	1 673	1 673	1 309	1 309
Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe	428 851	401 944	419 695	414 050
Zobowiązania z tytułu kaucji krótkoterminowych	0	0	212	302
Zobowiązania z tytułu leasingu	120 405	104 517	101 095	105 739
<i>w tym: z tytułu umów leasingu dotyczących lokali handlowych oraz powierzchni biurowych</i>	118 880	103 535	100 109	104 764
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług oraz pozostałe zobowiązania	194 828	236 281	158 440	222 881
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego od osób prawnych	709	7 739	0	6 555
Kredyty i pożyczki krótkoterminowe oraz krótkoterminowa część kredytów i pożyczek długoterminowych	94 164	35 033	143 616	61 047
Rezerwy krótkoterminowe	18 745	18 374	16 332	17 526
Zobowiązania i rezerwy razem	771 290	624 183	627 752	621 615
Pasywa razem	1 932 714	1 785 708	1 696 941	1 684 795

ŚRÓDROCZNY SKRÓCONY SKONSOLIDOWANY RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT

ZA OKRES 3 MIESIĘCY ZAKOŃCZONY DNIA 31 MARCA 2026 ROKU

(w tys. zł)	1 kwartał / 2026 okres od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 kwartał / 2025 okres od 01-01-2025 do 31-03-2025
Przychody ze sprzedaży	356 482	293 639
Koszt własny sprzedaży	155 128	134 337
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	201 354	159 302
Koszty sprzedaży	150 601	128 088
Koszty ogólnego zarządu	36 370	26 363
Pozostałe przychody operacyjne	2 710	1 025
Pozostałe koszty operacyjne	2 943	1 814
Strata ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych	54	365
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	14 096	3 697
Przychody finansowe	664	9 564
w tym: z tytułu umów leasingu dotyczących lokali handlowych oraz powierzchni biurowych	0	5 992
Koszty finansowe	12 873	5 223
w tym: z tytułu umów leasingu dotyczących lokali handlowych oraz powierzchni biurowych	8 291	2 897
Zysk (strata) brutto	1 887	8 038
Podatek dochodowy	2 041	2 021
Zysk (strata) netto roku obrotowego	-154	6 017
Przypisany do podmiotu dominującego	-154	6 017
Przypisany do kapitałów mniejszości	0	0
Zysk (strata) na jedną akcję zwykłą:		
- podstawowy	0,00	0,03
- rozwodniony	0,00	0,03

ŚRÓDROCZNE SKRÓCONE SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z CAŁKOWITYCH DOCHODÓW

ZA OKRES 3 MIESIĘCY ZAKOŃCZONY DNIA 31 MARCA 2026 ROKU

(w tys. zł)	1 kwartał / 2026 okres od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 kwartał / 2025 okres od 01-01-2025 do 31-03-2025
Zysk netto (strata) roku obrotowego	-154	6 017
Pozostałe całkowite dochody, w tym:	53	-8
Podlegające przeklasyfikowaniu do wyniku	0	0
Różnice kursowe z wyceny jednostek działających za granicą	53	-8
Niepodlegające przeklasyfikowaniu do wyniku	0	0
Całkowity dochód	-101	6 009
Przypisany do podmiotu dominującego	-101	6 009
Przypisany do kapitałów mniejszości	0	0

ŚRÓDROCZNE SKRÓCONE SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE ZE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM

ZA OKRES 3 MIESIĘCY ZAKOŃCZONY 31 MARCA 2026 ROKU

(w tys. zł)	Kapitał podstawowy	Kapitał rezerwowy	Różnice Kursowe z przeliczenia	Zyski zatrzymane	Kapitał własny razem
1 kwartał 2025 okres od 01-01-2025 do 31-03-2025					
Saldo na 01.01.2025	49 122	14 321	-185	999 922	1 063 180
Zmiany w kapitale własnym 1 kwartał 2025 okres od 01-01-2025 do 31-03-2025	0	0	-8	6 017	6 009
Zysk (strata) netto za rok obrotowy	0	0	0	6 017	6 017
Pozostałe całkowite dochody	0	0	-8	0	-8
Całkowite dochody	0	0	-8	6 017	6 009
Koszty postępowania likwidacyjnego	0	0	0	0	0
Dywidendy	0	0	0	0	0
Saldo na 31.03.2025 po korekcie	49 122	14 321	-193	1 005 939	1 069 189
Rok 2025 okres od 01-01-2025 do 31-12-2025					
Saldo na 01.01.2025	49 122	14 321	-185	999 922	1 063 180
Zmiany w kapitale własnym w 2025 roku	0	2 399	89	95 857	98 345
Zysk (strata) netto za rok obrotowy	0	0	0	98 241	98 241
Pozostałe całkowite dochody	0	0	89	0	89
Całkowite dochody	0	0	89	98 241	98 330
Podział zysku netto	0	2 388	0	-2 388	0
Koszty postępowania likwidacyjnego	0	11	0	0	11
Wpływy ze zbycia akcji własnych	0	0	0	4	4
Dywidendy	0	0	0	0	0
Saldo na 31.12.2025	49 122	16 720	-96	1 095 779	1 161 525
1 kwartał 2026 okres od 01-01-2026 do 31-03-2026					
Saldo na 01.01.2026	49 122	16 720	-96	1 095 779	1 161 525
Zmiany w kapitale własnym 1 kwartał 2026 okres od 01-01-2026 do 31-03-2026	0	0	53	-154	-101
Zysk (strata) netto za rok obrotowy	0	0	0	-154	-154
Pozostałe całkowite dochody	0	0	53	0	53
Całkowite dochody	0	0	53	-154	-101
Koszty postępowania likwidacyjnego	0	0	0	0	0
Dywidendy	0	0	0	0	0
Saldo na 31.03.2026	49 122	16 720	-43	1 095 625	1 161 424

ŚRÓDROCZNE SKRÓCONE SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z PRZEPIŹYWÓW PIENIĘŻNYCH

ZA OKRES 3 MIESIĘCY ZAKOŃCZONY DNIA 31 MARCA 2026 ROKU

(w tys. zł)	1 kwartał / 2026 okres od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 kwartał / 2025 okres od 01-01-2025 do 31-03-2025
Zysk przed opodatkowaniem	1 887	8 038
Amortyzacja	38 509	34 158
Zysk (strata) na inwestycjach	54	381

Podatek dochodowy zapłacony	-11 771	-8 254
Koszty z tytułu odsetek	5 598	4 862
Zmiana stanu rezerw	-595	-1 194
Zmiana stanu zapasów	6 936	-20 253
Zmiana stanu należności	-472	6 542
Zmiana stanu zobowiązań krótkoterminowych, z wyjątkiem pożyczek i kredytów	-70 566	-69 446
Inne korekty	-775	-188
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	-31 195	-45 354
Otrzymane odsetki	222	7
Wpływy z sprzedaży rzeczowych aktywów trwałych	1 375	1 912
Nabycie wartości niematerialnych	-249	-126
Nabycie rzeczowych aktywów trwałych	-14 719	-8 909
Wydatki netto na nabycie jednostek zależnych	-98 489	0
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-111 860	-7 116
Wpływy z tytułu zaciągnięcia kredytów i pożyczek	143 520	82 471
Spłaty kredytów i pożyczek	-480	0
Płatności zobowiązań z tytułu pozostałych umów leasingu	-247	-249
Odsetki zapłacone pozostałe	-2 138	-1 824
Odsetki zapłacone z tytułu umów leasingu finansowego	-3 460	-2 939
Płatności zobowiązań z tytułu umów leasingu dotyczących lokali handlowych oraz powierzchni biurowych	-31 378	-28 929
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	105 817	48 530
Zwiększenie (zmniejszenie) netto stanu środków pieniężnych i ekwiwalentów środków pieniężnych	-37 238	-3 940
Zmiana stanu środków pieniężnych z tytułu różnic kursowych	54	-8
Bilansowa zmiana stanu środków pieniężnych z uwzględnieniem skutków zmian kursów wymiany	-37 184	-3 948
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty na początek okresu	67 412	16 987
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty na koniec okresu wykazane w Sprawozdaniu z sytuacji finansowej (bilans)	30 228	13 039

Na wartość wykazaną w pozycji „Inne korekty” składa się: (w tys. zł)	1 kwartał / 2026 okres od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 kwartał / 2025 okres od 01-01-2025 do 31-03-2025
środki trwałe - odpis aktualizujący - likwidacje	-230	-181
otrzymane odsetki	-222	-7
wycena kredytu	-100	0
wycena transakcji forward	-223	0
Razem	-755	-188

INFORMACJE I OBJAŚNIENIA DO ŚRÓDROCZNEGO SKRÓCONEGO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO ZA I KWARTAŁ 2026 ROKU

1. INFORMACJE OGÓLNE

1.1. NAZWA, SIEDZIBA, PRZEDMIOT DZIAŁALNOŚCI

VRG Spółka Akcyjna (dalej również jako „Spółka Dominująca” lub „Spółka” lub „Emitent”) z siedzibą w Krakowie, ul. Pilotów 10, kod: 31-462.

Spółka została zarejestrowana w Sądzie Rejonowym dla Krakowa Śródmieścia, XI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego (KRS) pod numerem KRS 0000047082. Państwo rejestracji: Polska.

Przedmiotem przeważającej działalności Spółki wg Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD) jest sprzedaż detaliczna odzieży prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach (PKD 47.71.Z).

Za datę powstania samodzielnego przedsiębiorstwa, którego następcą prawnym jest spółka VRG S.A. uznaje się 10 października 1948 roku - data wydania zarządzenia Ministra Przemysłu i Handlu w sprawie utworzenia przedsiębiorstwa państwowego pod nazwą „Krakowskie Zakłady Przemysłu Odzieżowego”. W dniu 30 kwietnia 1991 roku zostało zarejestrowane przez Sąd Rejonowy dla Krakowa -Śródmieścia w Krakowie, V Wydział Gospodarczy przekształcenie przedsiębiorstwa państwowego w jednoosobową spółkę Skarbu Państwa.

Spółka jest jedną z pierwszych firm, które zadebiutowały na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. Debiut giełdowy VRG S.A. miał miejsce 30 września 1993 roku.

ZARYS HISTORII KORPORACYJNEJ SPÓŁKI

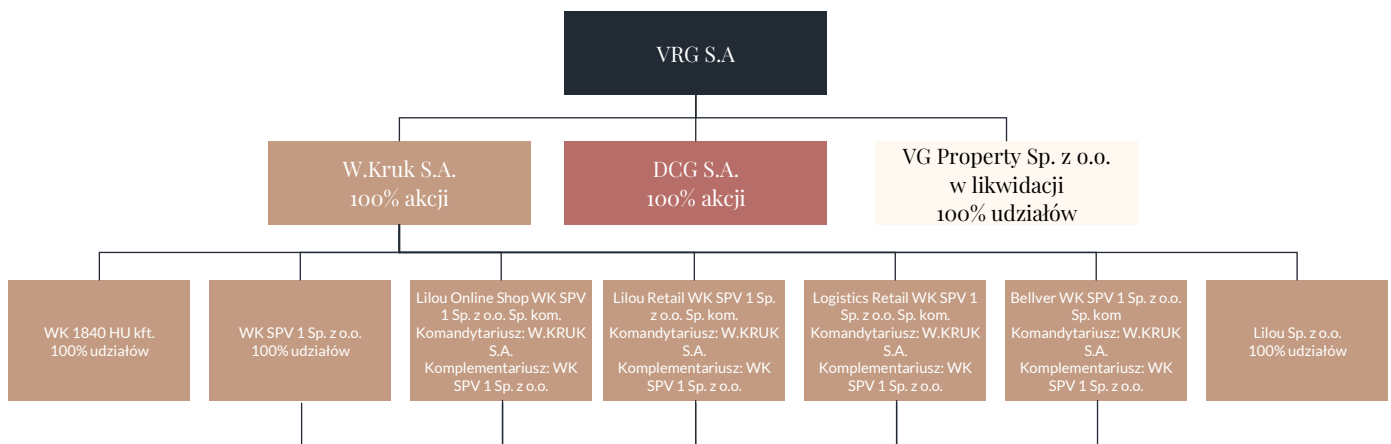
1948	Zarządzenie Ministra Przemysłu i Handlu w sprawie utworzenia przedsiębiorstwa państwowego pod nazwą „Krakowskie Zakłady Przemysłu Odzieżowego”.
1991	Przekształcenie w jednoosobową spółkę Skarbu Państwa pod firmą: Zakłady Przemysłu Odzieżowego „Vistula” Spółka Akcyjna.
1993	Debiut Emitenta na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A.
2001	Rejestracja nowej nazwy spółki: Vistula Spółka Akcyjna.
2005	Początek procesu intensywnej rozbudowy sieci sprzedaży oraz odnowienia pozytywnego wizerunku marki Vistula.
2006	Połączenie ze spółką Wólczanka S.A. (zmiana nazwy spółki na Vistula & Wólczanka S.A.).
2008	Przejęcie kontroli i połączenie ze spółką W.KRUK S.A w Poznaniu (zmiana nazwy spółki na Vistula Group S.A.).
2015	Przeniesienie działalności jubilerskiej prowadzonej pod marką W.KRUK do spółki zależnej W.KRUK S.A.

2018	Połączenie ze spółką Bytom S.A. (zmiana nazwy spółki na VRG S.A.).
2019	Połączenie ze spółką zależną BTM 2 sp. z o.o.
2023	Rozpoczęcie działalności operacyjnej W.KRUK na rynku węgierskim.
2026	Przejęcie kontroli nad spółkami z grupy Lilou przez spółkę zależną W.KRUK S.A.

Czas trwania Emitenta jest nieoznaczony.

1.2. STRUKTURA GRUPY KAPITAŁOWEJ VRG S.A.

Według stanu na koniec I kwartału 2026 roku w skład Grupy Kapitałowej VRG S.A. wchodzi następujące podmioty gospodarcze:



- **VRG S.A.** - Spółka dominująca
Przedmiot działalności spółki stanowi sprzedaż detaliczna odzieży, obuwia i akcesoriów, ponadto spółka posiada udziały i akcje w spółkach zależnych.
- **W.KRUK S.A.** z siedzibą w Krakowie przy ulicy Pilotów 10; kod 31-462. Spółka zarejestrowana w Sądzie Rejonowym dla Krakowa - Śródmieścia w Krakowie, XI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego (KRS) pod numerem KRS 0000500269. Przedmiotem działalności spółki jest sprzedaż detaliczna biżuterii i zegarków oraz akcesoriów, a także produkcja biżuterii. VRG S.A. przysługuje 100 % akcji oraz 100 % głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy W.KRUK S.A. Ponadto spółka posiada udziały i akcje w spółkach zależnych.
- **WK 1840 HU Kft.** z siedzibą w Budapeszcie, Republika Węgierska. Spółka zarejestrowana w Sądzie Handlowym Sądu Metropolitalnego w Budapeszcie pod numerem CG.01-09-421401/8. Spółka jest podmiotem zależnym od W.KRUK S.A. z siedzibą w Krakowie.
Przedmiotem działalności spółki jest sprzedaż detaliczna biżuterii oraz akcesoriów na terenie Węgier.
W.KRUK S.A. przysługuje 100 % udziałów i 100 % głosów na Zgromadzeniu Wspólników WK 1840 HU Kft.
- **DCG S.A.** z siedzibą w Warszawie, przy ulicy Bystrzyckiej 81a, kod 04-907. Spółka zarejestrowana w Sądzie Rejonowym dla m.st. Warszawy w Warszawie, Wydział XIII Gospodarczy - Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000285675.
Przedmiot działalności spółki stanowi sprzedaż detaliczna odzieży, obuwia i akcesoriów.
VRG S.A. przysługuje 100 % akcji oraz 100 % głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy DCG S.A.

- **VG Property Sp. z o.o. w likwidacji** z siedzibą w Krakowie, przy ulicy Pilotów 10, kod 31-462. Spółka zarejestrowana w Sądzie Rejonowym dla Krakowa – Śródmieścia w Krakowie, XI Wydział Gospodarczy, Krajowego Rejestru Sądowego (KRS) pod numerem KRS 0000505973.
Przedmiot działalności spółki stanowi wynajem i zarządzanie nieruchomościami własnymi lub dzierżawionymi.
VRG S.A. przysługuje 100 % udziałów i 100 % głosów na Zgromadzeniu Wspólników VG Property Sp. z o.o. w likwidacji.
- **WK SPV 1 Sp. z o.o.** z siedzibą w Krakowie przy ulicy Pilotów 10, kod:31-462, Spółka zarejestrowana w Rejestrze Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego w Sądzie Rejonowym dla Krakowa Śródmieścia w Krakowie, XI Wydział Gospodarczy - KRS pod numerem KRS 0001180127.
Głównym przedmiotem działalności jest doradztwo w zakresie prowadzenia działalności i zarządzania i działalność biur głównych. Od dnia 8 stycznia 2026 r. Spółka pełni wyłącznie funkcję komplementariusza w spółkach komandytowych należących do grupy Lilou.
Spółka jest podmiotem zależnym od W.KRUK S.A. z siedzibą w Krakowie.
W.KRUK S.A. przysługuje 100 % udziałów i 100 % głosów na Zgromadzeniu Wspólników WK SPV 1 Sp. z o.o.
- **LILOU Sp. z o.o.** z siedzibą w Warszawie przy ulicy ul. Józefa Lewartowskiego 6, kod: 00-190, Spółka zarejestrowana w Rejestrze Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego w Sądzie Rejonowym dla m. st. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy KRS pod numerem KRS 0000346352. Spółka jest podmiotem zależnym od W.KRUK S.A. z siedzibą w Krakowie. Spółka prowadzi działalność w zakresie sprzedaży detalicznej biżuterii w kanale stacjonarnym.
W.KRUK S.A. posiada 100% udziałów w kapitale zakładowym LILOU sp. z o.o., co uprawnia do wykonywania 100% głosów na Zgromadzeniu Wspólników tej spółki.
- **BELLVER WK SPV 1 Sp. z o.o. Sp. kom.** z siedzibą w Warszawie przy ulicy ul. Józefa Lewartowskiego 6, kod: 00-190. Spółka zarejestrowana w Rejestrze Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego w Sądzie Rejonowym dla m. st. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy KRS pod numerem KRS 0000654002. Spółka jest podmiotem zależnym od W.KRUK S.A. z siedzibą w Krakowie. Spółka prowadzi działalność w zakresie udzielania licencji spółkom na użytkowanie znaków towarowych i wzorów przemysłowych. Jedynym komplementariuszem Spółki jest WK SPV 1 Sp. z o.o.
Jedynym komandytariuszem Spółki jest W.KRUK S.A.
- **Lilou Online Shop WK SPV 1 Sp. z o.o. Sp. kom.** z siedzibą w Warszawie przy ulicy ul. Józefa Lewartowskiego 6, kod: 00-190. Spółka zarejestrowana w Rejestrze Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego w Sądzie Rejonowym dla m. st. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy KRS pod numerem KRS 0000663850. Spółka jest podmiotem zależnym od W.KRUK S.A. z siedzibą w Krakowie. Spółka prowadzi działalność w zakresie sprzedaży detalicznej biżuterii w kanale internetowym. Jedynym komplementariuszem Spółki jest WK SPV 1 Sp. z o.o.
Jedynym komandytariuszem Spółki jest W.KRUK S.A.
- **Lilou Retail WK SPV 1 Sp. z o.o. Sp. kom.** z siedzibą w Warszawie przy ulicy ul. Józefa Lewartowskiego 6, kod: 00-190. Spółka zarejestrowana w Rejestrze Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego w Sądzie Rejonowym dla m. st. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy KRS pod numerem KRS 0000675663. Spółka jest podmiotem zależnym od W.KRUK S.A. z siedzibą w Krakowie. Spółka prowadzi działalność w zakresie sprzedaży detalicznej biżuterii w kanale stacjonarnym. Jedynym komplementariuszem Spółki jest WK SPV 1 Sp. z o.o.
Jedynym komandytariuszem Spółki jest W.KRUK S.A.
- **Logistics Retail WK SPV 1 Sp. z o.o. Sp. kom.** z siedzibą w Warszawie przy ulicy ul. Józefa Lewartowskiego 6, kod: 00-190. Spółka zarejestrowana w Rejestrze Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego w Sądzie Rejonowym dla m. st. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy KRS pod numerem KRS 0000729823. Spółka jest podmiotem zależnym od W.KRUK S.A. z siedzibą w Krakowie. Spółka prowadzi działalność w zakresie logistyki, zarządzania zapasami oraz prowadzenia procesów zakupowych na rzecz spółek: LILOU sp. z o.o., Bellver WK SPV 1 sp. z o.o. Sp. kom., Lilou Online Shop WK SPV 1 sp. z o.o. Sp. kom., Lilou Retail WK SPV 1 sp. z o.o. Sp. kom. Jedynym komplementariuszem Spółki jest WK SPV 1 Sp. z o.o.
Jedynym komandytariuszem Spółki jest W.KRUK S.A.

Skonsolidowane śródroczne sprawozdanie finansowe za I kwartał 2026 roku obejmuje dane Spółki Dominującej oraz spółek zależnych: W.KRUK S.A., DCG S.A. i VG Property Sp. z o.o. w likwidacji oraz spółek zależnych od W.KRUK S.A.: WK 1840 HU Kft, WK SPV 1 Sp. z o.o., LILOU Sp. z o.o., BELLVER WK SPV 1 Sp. z o.o. Sp. kom., Lilou Online Shop WK SPV 1 Sp. z o.o. Sp. kom., Lilou Retail WK SPV 1 Sp. z o.o. Sp. kom., Logistics Retail WK SPV 1 Sp. z o.o. Sp. kom.

1.3. SKŁAD ZARZĄDU I RADY NADZORCZEJ JEDNOSTKI DOMINUJĄCEJ

ZARZĄD

Na dzień 31 marca 2026 roku skład Zarządu VRG S.A. był następujący:

Zarząd	Mateusz Kolański Prezes Zarządu	Łukasz Bernacki Wiceprezes Zarządu	Michał Zimnicki Wiceprezes Zarządu
--------	---	--	--

W okresie od 1 stycznia 2026 roku do 31 marca 2026 roku w składzie Zarządu Spółki Dominującej nie zaszły zmiany.

W okresie od dnia bilansowego, tj. 31 marca 2026 roku do dnia podpisania niniejszego sprawozdania powyższy skład Zarządu Spółki Dominującej nie uległ zmianie.

RADA NADZORCZA

Na dzień 31 marca 2026 roku skład Rady Nadzorczej VRG S.A. był następujący:

Rada Nadzorcza	Piotr Stępnik Przewodniczący Rady Nadzorczej	Piotr Łagowski Zastępca Przewodniczącego Rady Nadzorczej	Aleksandra Kolańska Członkini Rady Nadzorczej
		Piotr Kaczmarek Członek Rady Nadzorczej	Marta Zgodzińska Członkini Rady Nadzorczej

W okresie od 1 stycznia 2026 roku do 31 marca 2026 roku w składzie Rady Nadzorczej Spółki Dominującej nie zaszły zmiany.

W okresie od dnia bilansowego, tj. 31 marca 2026 roku do dnia podpisania niniejszego sprawozdania powyższy skład Rady Nadzorczej Spółki Dominującej nie uległ zmianie.

1.4. KONTYNUACJA DZIAŁALNOŚCI

Śródroczne skrócone skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy Kapitałowej VRG S.A. (dalej również jako „Grupa Kapitałowa”, „Grupa” lub „Grupa VRG”) zostało sporządzone przy założeniu kontynuacji działalności gospodarczej przez spółki Grupy Kapitałowej w niezmienionej formie i zakresie przez okres co najmniej 12 miesięcy od dnia, na który sporządzono sprawozdanie finansowe, tj. 31 marca 2026 roku, z wyjątkiem spółki zależnej VG Property Sp. z o.o. w likwidacji, co do której planowane jest zakończenie likwidacji w ciągu najbliższych 12 miesięcy.

W opinii Zarządu Spółki Dominującej na dzień zatwierdzenia niniejszego skonsolidowanego śródrocznego sprawozdania finansowego nie istnieją przesłanki i okoliczności wskazujące na zagrożenie kontynuacji działalności przez Spółki Grupy Kapitałowej w dającej się przewidzieć przyszłości.

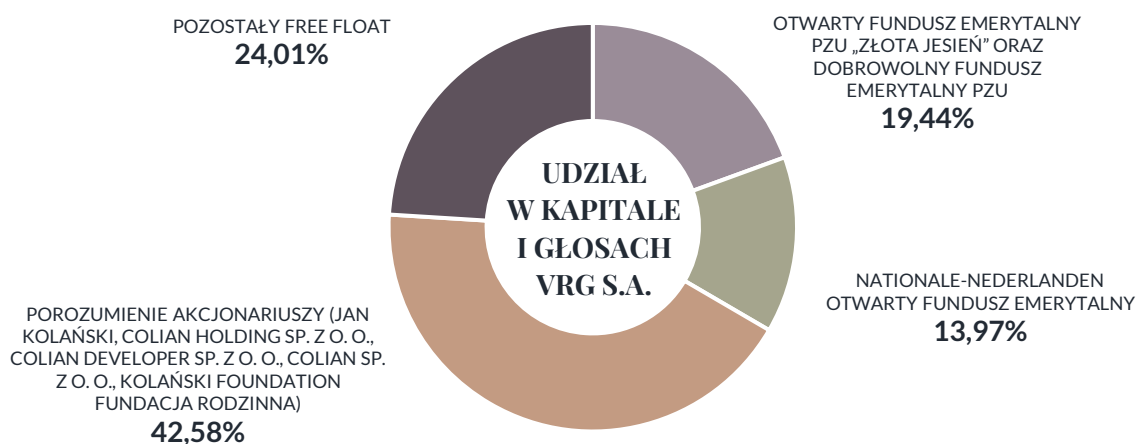
1.5. KAPITAŁ ZAKŁADOWY I AKCJONARIUSZE

Akcjonariusze posiadający bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki VRG S.A. na dzień podpisania skonsolidowanego raportu kwartalnego za I kwartał 2026 roku oraz wskazanie

zmian w strukturze własności znacznych pakietów akcji VRG S.A. w okresie od przekazania raportu rocznego za rok 2025 i skonsolidowanego raportu rocznego za rok 2025 (24.04.2026 r.).

STRUKTURA WŁASNOŚCI KAPITAŁU ZAKŁADOWEGO, ZGODNIE Z WIEDZĄ SPÓŁKI DOMINUJĄCEJ, NA DZIEŃ PODPISANIA ŚRÓDROCZNEGO SKRÓCONEGO SKONSOLIDOWANEGO RAPORTU ZA I KWARTAŁ 2026 ROKU W DNIU 20.05.2026 R.

Na dzień podpisania skonsolidowanego raportu za I kwartał 2026 roku kapitał zakładowy VRG S.A. dzieli się na 234.455.840 akcji zwykłych na okaziciela, co daje łącznie 234.455.840 głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy VRG S.A. („Spółka”).



Na dzień 20 maja 2026 roku kapitał zakładowy Spółki dzieli się na 234.455.840 akcji zwykłych na okaziciela, co daje łącznie 234.455.840 głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy Spółki.

Poniższa tabela zawiera informacje dotyczące Akcjonariuszy, którzy zgodnie z wiedzą Spółki posiadają bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne, co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy.

Nazwa akcjonariusza	Liczba posiadanych akcji (w szt.)	Udział w kapitale zakładowym (w %)	Liczba głosów na WZA	Udział w ogólnej liczbie głosów na WZA (w %)
Porozumienie akcjonariuszy (Jan Kolański, Colian Holding Sp. z o.o., Colian Developer sp. z o.o., Colian sp. z o.o., Kolański Foundation Fundacja Rodzinna) ¹	99 823 010	42,58	99 823 010	42,58
Otwarty Fundusz Emerytalny PZU „Złota Jesień” oraz Dobrowolny Fundusz Emerytalny PZU ²	45 589 125	19,44	45 589 125	19,44
Nationale-Nederlanden Otwarty Fundusz Emerytalny ³	32 750 000	13,97	32 750 000	13,97

¹ informacja podana na podstawie zawiadomienia otrzymanego przez Spółkę na podstawie przepisów art. 69 w zw. z art. 87 ust. 1 pkt 5) ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych - dotyczy akcji posiadanych łącznie przez porozumienie akcjonariuszy w skład którego wchodzi: Pan Jan Kolański, Colian Holding Sp. z o.o. z siedzibą w Opatówku, Colian Developer Sp. z o.o. z siedzibą w Kaliszu, Colian sp. z o.o. z siedzibą w Opatówku oraz Kolański Foundation Fundacja Rodzinna z siedzibą w Opatówku.

Zgodnie z informacjami posiadanymi przez Spółkę w ramach porozumienia akcjonariuszy, o którym mowa powyżej:

- Pan Jan Kolański posiada 2.000.000 akcji Spółki, co stanowi 0,85% kapitału zakładowego Spółki i uprawnia do 2.000.000 głosów, stanowiących 0,85% w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki,
- Colian Holding Sp. z o.o. nie posiada akcji Spółki,
- Colian Developer Sp. z o.o. nie posiada akcji Spółki,

- Colian sp. z o.o. posiada 33.461.557 akcji Spółki, co stanowi 14,27% kapitału zakładowego Spółki i uprawnia do 33.461.557 głosów, stanowiących 14,27% w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki,

- Kolański Foundation Fundacja Rodzinna posiada 64.361.453 akcji Spółki, co stanowi 27,45% kapitału zakładowego i uprawnia do 64.361.453 głosów, stanowiących 27,45% w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki.

² informacja podana na podstawie liczby akcji Spółki posiadanych łącznie przez fundusze Otwarty Fundusz Emerytalny PZU „Złota Jesień” oraz Dobrowolny Fundusz Emerytalny PZU zarządzane przez Powszechne Towarzystwo Emerytalne PZU S.A. na Zwyczajnym Walnym Zgromadzeniu w dniu 25.06.2025 r. Na Zwyczajnym Walnym Zgromadzeniu w dniu 25.06.2025 r. Otwarty Fundusz Emerytalny PZU „Złota Jesień” posiadał samodzielnie 44.537.016 akcji Spółki, co stanowiło 19,00% kapitału zakładowego Spółki i uprawniało do 44.537.016 głosów, stanowiących 19% w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki. Na Zwyczajnym Walnym Zgromadzeniu w dniu 25.06.2025 r. Dobrowolny Fundusz Emerytalny PZU posiadał samodzielnie 1.052.109 akcji Spółki, co stanowiło 0,45% kapitału zakładowego Spółki i uprawniało do 1.052.109 głosów, stanowiących 0,45% w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki.

³ informacja podana na podstawie liczby akcji posiadanych przez Nationale-Nederlanden Otwarty Fundusz Emerytalny na Zwyczajnym Walnym Zgromadzeniu w dniu 25.06.2025 r.

ZMIANY W STRUKTURZE WŁASNOŚCI ZNACZNYCH PAKIETÓW AKCJI SPÓŁKI W OKRESIE OD DNIA PRZEKAZANIA W DNIU 24 KWIETNIA 2026 R. POPRZEDNIEGO RAPORTU OKRESOWEGO T.J. RAPORTU ROCZNEGO ZA ROK 2025 I SKONSOLIDOWANEGO RAPORTU ROCZNEGO ZA ROK 2025

Według wiedzy Spółki w okresie od dnia przekazania w dniu 24 kwietnia 2026 r. poprzedniego raportu okresowego tj. raportu rocznego za rok 2025 i skonsolidowanego raportu rocznego za rok 2025 nie nastąpiły zmiany w strukturze własności znacznych pakietów akcji Spółki.

ZMIANY W STANIE POSIADANIA AKCJI VRG S.A. I UPRAWNIEŃ DO NICH PRZEZ OSOBY ZARZĄDZAJĄCE I NADZORUJĄCE

– zmiany w stanie posiadania akcji Spółki przez osoby zarządzające

Zarząd Spółki	Liczba akcji posiadanych w dniu podpisania raportu kwartalnego za I kwartał 2026 r.	Liczba akcji posiadanych w dniu przekazania raportu rocznego i skonsolidowanego raportu rocznego za 2025 r.
Łukasz Bernacki – Wiceprezes Zarządu	100 381	100 381
Michał Zimnicki – Wiceprezes Zarządu	4 000	4 000

Według informacji posiadanych przez Spółkę Dominującą na dzień 20.05.2026 roku osoby zarządzające nie posiadają akcji i udziałów w podmiotach powiązanych.

Zgodnie z informacjami posiadanymi przez Spółkę Dominującą na dzień 20.05.2026 roku osoby nadzorujące nie posiadają akcji Spółki Dominującej.

2. PODSTAWA SPORZĄDZENIA SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO

Niniejsze śródroczne skrócone skonsolidowane sprawozdanie finansowe zostało sporządzone zgodnie z Międzynarodowym Standardem Rachunkowości nr 34 „Śródroczna Sprawozdawczość Finansowa” zatwierdzonym przez UE („MSR34”). Śródroczne skrócone skonsolidowane sprawozdanie finansowe nie obejmuje wszystkich informacji oraz ujawnień wymaganych w rocznym sprawozdaniu finansowym i należy je czytać łącznie ze skonsolidowanym sprawozdaniem finansowym Grupy za rok zakończony 31 grudnia 2025 roku zatwierdzonym do publikacji w dniu 24 kwietnia 2026 roku.

Niniejsze śródroczne skrócone skonsolidowane sprawozdanie finansowe zostało sporządzone w oparciu o koncepcję kosztu.

Śródroczne skrócone skonsolidowane sprawozdanie finansowe sporządzone zostało w złotych polskich z zaokrągleniem do pełnych tysięcy (tys. zł.).

Ponadto podstawę sporządzenia niniejszego skonsolidowanego skróconego śródrocznego sprawozdania finansowego stanowi rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 6 czerwca 2025 roku w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim (Dz.U. z 2025 poz. 755).

3. ZASADY RACHUNKOWOŚCI

W okresie od 1 stycznia 2026 roku do 31 marca 2026 roku nie dokonano w Grupie Kapitałowej zmiany przyjętych zasad rachunkowości i sposobów sporządzania sprawozdania finansowego. Przyjęte przez Grupę Kapitałową zasady rachunkowości stosowane były w sposób ciągły w odniesieniu do okresu prezentowanego w sprawozdaniu finansowym.

W związku z postawieniem w stan likwidacji spółki VG Property Sp. z o.o. zastosowano dla niej zasady rachunkowości właściwe dla spółki likwidowanej w szczególności wycenę aktywów po cenach sprzedaży netto możliwych do uzyskania, nie wyższych od cen ich nabycia albo kosztów wytworzenia oraz utworzono rezerwę na przewidywane dodatkowe koszty i straty spowodowane zaniechaniem lub utratą zdolności do kontynuowania działalności.

Walutą sprawozdawczą skonsolidowanego śródrocznego skróconego sprawozdania finansowego jest złoty polski, wszystkie kwoty wyrażone są w tysiącach złotych polskich, o ile nie podano inaczej.

4. KURSY STOSOWANE DO WYCENY AKTYWÓW I PASYWÓW

Poszczególne pozycje aktywów i pasywów zostały przeliczone na EURO według średniego kursu z dnia 31.03.2026 roku ogłoszonego przez NBP, który wynosił 4,2894 zł/EUR. Poszczególne pozycje rachunku zysków i strat zostały przeliczone na EURO według kursu 4,2419 zł/EUR, który stanowi średnią arytmetyczną średnich kursów EURO ustalonych przez NBP na ostatni dzień każdego zakończonego miesiąca objętego raportem.

Do wyliczenia kursu średniego przyjęto następujące kursy EURO z dnia: 31.01.26 – 4,2131 zł/EUR, 28.02.26 – 4,2233 zł/EUR, 31.03.26 – 4,2894 zł/EUR.

Dane porównywalne dla poszczególnych pozycji aktywów i pasywów przeliczone na EURO zostały według kursu średniego ogłoszonego przez NBP, obowiązującego na ostatni dzień okresów sprawozdawczych, tj. na 31.12.2025 roku, który wyniósł 4,2267 zł/EUR oraz na 31.03.2025 roku, który wyniósł 4,1839 zł/EUR. Dane porównywalne dla poszczególnych pozycji rachunku zysków i strat zostały przeliczone na EURO według kursów stanowiących średnią arytmetyczną średnich kursów EURO ustalonych przez NBP na ostatni dzień każdego zakończonego miesiąca okresu porównawczego tj. od 01.01.2025 roku do 31.03.2025 roku, który wyniósł 4,1848 zł/EURO.

5. WAŻNIEJSZE SZACUNKI I OSĄDY

Sporządzenie sprawozdania zgodnie z MSSF wymaga od Zarządu Spółki Dominującej dokonania szacunków, ocen oraz przyjęcia założeń, które mają wpływ na stosowane zasady rachunkowości oraz na prezentowane kwoty aktywów i pasywów oraz kosztów i przychodów. Szacunki i założenia są dokonywane na bazie dostępnych danych historycznych, a także w oparciu o inne czynniki uważane w danych warunkach za właściwe. Wyniki tych działań tworzą podstawę do dokonywania szacunków w odniesieniu do wartości bilansowych aktywów i pasywów, których nie można jednoznacznie określić na podstawie innych źródeł. Zasadność powyższych szacunków i założeń jest weryfikowana na bieżąco.

Korekty dotyczące szacunków są ujmowane w okresie, w którym dokonano zmian w przyjętych szacunkach, pod warunkiem, że korekta dotyczy tylko tego okresu lub w okresie, w którym dokonano zmian i w okresach następnych (ujęcie prospektywne), jeśli korekta dotyczy zarówno okresu bieżącego jak i okresów następnych. Informacja o szacunkach prezentowana jest w nocie nr 11.

6. PRZEJĘCIE KONTROLI NAD JEDNOSTKAMI

W dniu 8 stycznia 2026 r. spółka zależna od VRG S.A. - W.KRUK S.A. z siedzibą w Krakowie ("W.KRUK"), i spółka od niej zależna WK SPV 1 Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie ("WK SPV"), podpisały z MYVOG Fundacją Rodzinną z siedzibą w Warszawie, Retail sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, Online Shop sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie oraz Santa Catalina sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie umowy przyrzeczone w wykonaniu dokumentacji transakcyjnej dotyczącej nabycia grupy Lilou, o której VRG S.A. informowała w raporcie bieżącym nr 18/2025 z dnia 8 lipca 2025 r. i raporcie bieżącym nr 24/2025 z dnia 13 sierpnia 2025 r., tj. w wykonaniu zawartej w

dniu 8 lipca 2025 r. przedwstępnej warunkowej umowy dotyczącej nabycia przez W.KRUK oraz WK SPV udziałów oraz praw i obowiązków wspólników spółek osobowych w następujących podmiotach: Lilou Sp. z o.o. , Bellver WK SPV 1 Sp. z o.o. Sp. kom. (poprzednia nazwa Bellver MYVOG Fundacja Rodzinna Sp. Kom.), Lilou Online Shop WK SPV 1 Sp. z o.o. Sp. kom. (poprzednia nazwa Lilou Online Shop Sp. z o.o. Sp. Kom.), Lilou Retail WK SPV 1 Sp. z o.o. Sp. kom. (poprzednia nazwa Lilou Retail Sp. z o.o. Sp. kom.) i Logistics WK SPV 1 Sp. z o.o. Sp. kom. (poprzednia nazwa Logistics Retail Sp. z o.o. Sp. kom.).

Tym samym w dniu 8 stycznia 2026 W.KRUK S.A. z siedzibą w Krakowie ("W.KRUK"), i spółka od niej zależna WK SPV 1 Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie ("WK SPV") (dalej: Przejmujący) nabyły 100% instrumentów kapitałowych w grupie Lilou.

Spółki przejęte na dzień 8.01.2026 (w tys. zł.)	% przejętych udziałów z pra- wem głosów	Aktywa netto przejętej jednostki (wartość godziwa)	Cena nabycia	Wartość firmy
Lilou Sp. z o.o.	100%	13 013		
Lilou Retail WK SPV 1 Sp. z o.o. Sp. kom.	100%	12 207		
Lilou Online Shop WK SPV 1 Sp. z o.o. Sp. kom.	100%	4 408		
Logistics Retail WK SPV 1 Sp. z o.o. Sp. Kom.	100%	-3 615		
BELLVER WK SPV 1 Sp. z o.o. Sp. kom.	100%	50 664		
		76 677	139 776	63 099

Dla potrzeb rozliczenia przejęcia przyjęto, że cena nabycia obejmuje: kwotę zapłaconą 114.232 tys. PLN, szacunkową kwotę zatrzymaną w wysokości 825 tys. PLN oraz zdyskontowaną wartość godziwą earn-out w wysokości 24.719 tys. PLN.

Earn-out, uzależniony jest od przyszłych wyników grupy Lilou, przewidujący obowiązek zapłaty na rzecz MYVOG Fundacji Rodzinnej kwoty nie wyższej niż 30.000 tys. PLN.

Zgodnie z zawartymi ustaleniami transakcyjnymi dotyczącymi włączenia Lilou do Grupy, przewidziany został sparametryzowany mechanizm earn-out, którego konstrukcja zakłada możliwość wypłaty sprzedającemu przez W.KRUK S.A. maksymalnego poziomu earn-out w przypadku osiągnięcia przez Lilou najpóźniej do końca 2027 r. rocznego lub średniorocznego EBITDA na poziomie 17,7 mln PLN, obliczonego zgodnie z polskimi standardami rachunkowości (z wyłączeniem wpływu MSSF) oraz z uwzględnieniem korekt wskazanych w dokumentacji transakcyjnej projektu akwizycyjnego Lilou. W ocenie Grupy wskazany poziom stanowi ambitny, lecz osiągalny cel, odzwierciedlający potencjał rozwojowy marki oraz planowane działania operacyjne.

Ujęta na dzień przejęcia wartość godziwa zobowiązania z tytułu warunkowej zapłaty earn-out odzwierciedla szacowaną przez Grupę bieżącą wartość przepływów, przy której ustaleniu wartości godziwej przyjęto stopę dyskonta 13,9 %.

W dniu 8 stycznia 2026 r., w związku z zawarciem umowy przyrzeczonej w wykonaniu dokumentacji transakcyjnej dotyczącej nabycia grupy Lilou, został uruchomiony kredyt inwestycyjny w kwocie 94.500 tys. PLN. W kolejnych tygodniach została również podpisana dokumentacja umów ustalających zabezpieczenie wierzytelności PKO BP S.A. z tytułu Umowy kredytu inwestycyjnego w postaci poręczenia cywilnego spółek nabywanych w ramach projektu akwizycyjnego oraz zastawu finansowego i zastawu rejestrowego na wszystkich udziałach spółek nabywanych w ramach projektu akwizycyjnego.

Kwoty zapłacone przez Przejmującego

Kwoty zapłacone przez Przejmującego poprzednim właścicielom wyniosły 114.232 tys. PLN i obejmowały cenę zakupu udziałów oraz praw i obowiązków wspólników spółek osobowych.

W sprawozdaniu z przepływów pieniężnych transakcja nabycia została zaprezentowana w działalności inwestycyjnej w pozycji Wydatki netto:

(w tys. zł.)	1 Q 2026 od 01-01-2026 do 31-03-2026
Zapłata przekazana w środkach pieniężnych (-)	- 114 232
Środki pieniężne przejęte wraz z jednostką zależną	15 743
Wydatki netto	-98 489

Wartość firmy

Wartość firmy powstała w wyniku prowizorycznego rozliczenia powyższej transakcji, odzwierciedla oczekiwane przyszłe korzyści ekonomiczne wynikające z przejęcia, w szczególności korzyści związane z rozszerzeniem portfela marek Grupy Kapitałowej Spółki o marki komplementarne.

Łączna wartość firmy prezentowanej transakcji rozpoznana na dzień przejęcia wyniosła 63.099 tys. PLN.

Udziały niedające kontroli

Brak.

Koszty związane z przejęciem

Koszty związane z przejęciem ujęte w wyniku za I kwartał 2026 wyniosły 5.363 tys. PLN.

Wartość godziwa na dzień przejęcia

Ujęte w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym wartości prowizoryczne zidentyfikowanych aktywów oraz zobowiązań w przejętej grupie Lilou przedstawiają się następująco:

(w tys. zł)	stan na 08.01.2026
Aktywa trwałe	82 835
Inne wartości niematerialne	48 918
Rzeczowe aktywa trwałe	7 423
Aktywa z tytułu praw do użytkowania	25 967
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	527
Aktywa obrotowe	29 696
Zapasy	12 519
Należności z tytułu kaucji krótkoterminowych	161
Należności z tytułu dostaw i usług oraz pozostałe należności i aktywa obrotowe	1 273
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	15 743
Aktywa razem	112 531

(w tys. zł)	stan na 08.01.2026
Kapitał własny	76 677
Zobowiązania i rezerwy długoterminowe razem	16 586
Zobowiązania z tytułu leasingu	16 586
<i>w tym: z tytułu umów leasingu dotyczących lokali handlowych oraz powierzchni biurowych</i>	15 553
Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe razem	19 268
Zobowiązania z tytułu leasingu	9 381
<i>w tym: z tytułu umów leasingu dotyczących lokali handlowych oraz powierzchni biurowych</i>	8 828
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług oraz pozostałe zobowiązania	8 229
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego od osób prawnych	686
Kredyty i pożyczki krótkoterminowe oraz krótkoterminowa część kredytów i pożyczek długoterminowych	8
Rezerwy krótkoterminowe	964
Zobowiązania i rezerwy razem	35 854
Pasywa razem	112 531

W procesie alokacji ceny nabycia przejętego majątku grupy Lilou, rozpoznano aktywo niematerialne w postaci znaków towarowych o wartości godziwej 48.890 tys. PLN, ustalonej na podstawie wyceny.

Proces alokowania ceny nabycia do nabytych aktywów i przejętych zobowiązań w ramach tej transakcji nie został zakończony. Wartości ostateczne ustalone zostaną w ciągu 12 miesięcy od daty przejęcia.

7. ZMIANY W STANDARDACH RACHUNKOWOŚCI

STANDARZY I INTERPRETACJE, JAKIE ZOSTAŁY JUŻ OPUBLIKOWANE I ZATWIERDZONE PRZEZ UE I WESZŁY W ŻYCIE OD LUB PO 1 STYCZNIA 2026

MSSF 9 INSTRUMENTY FINANSOWE I MSSF 7 „INSTRUMENTY FINANSOWE: UJAWNIEŃ - KLASYFIKACJA I WYCENA INSTRUMENTÓW FINANSOWYCH” W ZAKRESIE KLASYFIKACJI I WYCENY INSTRUMENTÓW FINANSOWYCH

Zmiany do MSSF 9 wprowadzają możliwość wyboru zasady rachunkowości w zakresie momentu wygaśnięcia zobowiązania w przypadku, gdy płatność następuje przez system płatności elektronicznych (jeśli spełnione są określone warunki).

Zmiany do MSSF 9 dotyczące testu SPPI dostarczają wskazówek, które pomogą ocenić, czy przepływy pieniężne wynikające z umowy są zgodne z basic lending arrangement. Ponadto zmiany wprowadzają jaśniejszą definicję cechy „bez prawa regresu” (non-recourse).

Zmiany do MSSF 9 dostarczają również dodatkowych wytycznych w zakresie charakterystyki contractually linked instruments.

Zmiany do MSSF 7 dodają nowe wymagania w zakresie ujawnień:

dotyczących inwestycji w instrumenty kapitałowe wyznaczone jako wyceniane w wartości godziwej przez inne całkowite dochody, dla każdej klasy aktywów finansowych wycenianych w zamortyzowanym koszcie lub w wartości godziwej przez inne całkowite dochody, a także dla zobowiązań finansowych wycenianych w zamortyzowanym koszcie.

Standardy mają zastosowanie dla okresów rocznych rozpoczynających się dnia 1 stycznia 2026 roku lub później.

MSSF 9 INSTRUMENTY FINANSOWE I MSSF 7 „INSTRUMENTY FINANSOWE: UJAWNIEŃ - KLASYFIKACJA I WYCENA INSTRUMENTÓW FINANSOWYCH” W ZAKRESIE UMÓW PPA (CONTRACTS REFERENCING NATURE-DEPENDENT ELECTRICITY)

Zmiany do MSSF 9 obejmują informacje na temat tego, które kontrakty PPA mogą być stosowane w rachunkowości zabezpieczeń oraz jakie konkretne warunki są dozwolone w takich relacjach zabezpieczających.

Zmiany do MSSF 7 wprowadzają nowe wymogi dotyczące ujawniania informacji w przypadku umów PPA zgodnie z definicją zawartą w zmianach do MSSF 9.

Standardy mają zastosowanie dla okresów rocznych rozpoczynających się dnia 1 stycznia 2026 roku lub później.

ZMIANY MSSF 1, MSSF7, MSSF 9, MSSF 10, MSR 7

Zmiany wyłącznie porządkowe w ramach cyklu Annual Improvements.

Ulepszenia mają zastosowanie dla okresów rocznych rozpoczynających się dnia 1 stycznia 2026 roku lub później.

Powyższe zmiany nie miały wpływu na niniejsze skonsolidowane sprawozdanie finansowe.

STANDARZY I INTERPRETACJE ORAZ ZMIANY DO NICH, KTÓRE NIE SĄ OBOWIĄZUJĄCE OD 1 STYCZNIA 2026

MSSF 18 „PREZENTACJA I UJAWNIEŃ INFORMACJI W SPRAWOZDANIACH FINANSOWYCH”

Nowy standard zastąpi MSR 1 „Prezentacja sprawozdań finansowych”. MSSF 18 wprowadza m.in.:

nową strukturę rachunku zysków i strat,

zwiększone wymagania w zakresie agregacji i dezagregacji danych,

wymogi ujawniania mierników efektywności określonych przez kierownictwo (management-defined performance measures).

Standard ten zacznie obowiązywać dla rocznych okresów sprawozdawczych rozpoczynających się 1 stycznia 2027 roku.

MSSF 19 „SPÓŁKI ZALEŻNE BEZ PUBLICZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI: UJAWNIEŃ INFORMACJI”

Standard ma zastosowanie dla jednostek zależnych bez odpowiedzialności publicznej, w przypadku których ich jednostka dominująca przygotowuje skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF. Nowy MSSF 19 zwalnia z ujawnień wymaganych przez inne standardy, a w ich miejsce wprowadza nową listę.

Standard będzie mieć zastosowanie dla okresów rocznych rozpoczynających się dnia 1 stycznia 2027 roku lub później;

ZMIANY MSSF 19 „SPÓŁKI ZALEŻNE BEZ PUBLICZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI: UJAWNIANIE INFORMACJI”

MSSF 19 umożliwia spółkom zależnym bez odpowiedzialności publicznej stosowanie MSSF przy ograniczonych wymogach w zakresie ujawnień. Ogranicza on wymogi w zakresie ujawnień dotyczące innych standardów oraz zmian do standardów wydanych do lutego 2021 roku. Nowo wydane zmiany do MSSF 19 umożliwiają spółkom zależnym zmniejszenie wymogów w zakresie ujawnień dla standardów i nowelizacji opublikowanych w okresie od lutego 2021 roku do maja 2024 roku, w szczególności: MSSF 18, zmiany do MSR 7 i MSSF 7, zmiany do MSR 12, zmiany do MSR 21, zmiany do MSSF 9 i MSSF 7. W wyniku tych zmian MSSF 19 odzwierciedla nowelizacje standardów MSSF obowiązujące do 1 stycznia 2027 roku, czyli do momentu, od którego MSSF 19 będzie miał zastosowanie.

Zmiany obowiązują dla okresów rocznych rozpoczynających się 1 stycznia 2027 roku lub później.

ZMIANY MSR 21 „SKUTKI ZMIAN KURSÓW WYMIANY WALUT OBCYCH”

Zmiany w MSR 21 doprecyzowują zasady przeliczania walut w określonych sytuacjach. W przypadku gdy jednostka przelicza dane z waluty funkcjonalnej gospodarki nie hiperinflacyjnej na walutę prezentacji gospodarki hiperinflacyjnej, stosuje kurs zamknięcia z dnia sporządzenia najnowszego sprawozdania z sytuacji finansowej, obejmując nim również dane porównawcze. Jeżeli natomiast waluta prezentacji przestaje być walutą gospodarki hiperinflacyjnej, a waluta funkcjonalna pozostaje walutą gospodarki nie hiperinflacyjnej, jednostka stosuje prospektywnie obowiązujące obecnie wymogi MSR 21, bez przekształcania danych porównawczych. Dodatkowo wskazano, że jednostka, której waluta funkcjonalna i prezentacji należą do gospodarki hiperinflacyjnej, przy przekształcaniu danych porównawczych jednostki zagranicznej działającej w gospodarce nie hiperinflacyjnej, stosuje ogólny indeks cen zgodnie z MSR 29. Zmiany wprowadzają także dodatkowe wymogi w zakresie ujawniania informacji związanych z powyższymi zmianami.

Zmiany obowiązują dla okresów rocznych rozpoczynających się 1 stycznia 2027 roku lub później.

Grupa jest w trakcie analizy wpływu wyżej wymienionych standardów, interpretacji i zmian do standardów.

8. NOTY UZUPEŁNIAJĄCE DO SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH

NOTA 1 SEGMENTY WEDŁUG RODZAJU DZIAŁALNOŚCI I PODZIAŁU GEOGRAFICZNEGO

Grupa specjalizuje się w projektowaniu oraz sprzedaży detalicznej markowej odzieży męskiej i damskiej pozycjonowanej w średnim i wyższym segmencie rynku oraz luksusowej biżuterii i zegarków. Obecnie buduje sprzedaż w oparciu o marki Vistula, Bytom, Wólczanka, W.KRUK (przez spółkę zależną), Lilou (przez spółki zależne) oraz Deni Cler Milano (przez spółkę zależną).

Działalność Grupy możemy podzielić na dwa segmenty operacyjne. Segmenty te są podstawą do sporządzania raportów Grupy.

Podstawowe segmenty Grupy:

- Sprzedaż detaliczna i hurtowa wyrobów odzieżowych
- Sprzedaż detaliczna i hurtowa wyrobów jubilerskich i zegarków.

Na schemacie poniżej przedstawiono podział działalności Grupy wg segmentów działalności:



ODZIEŻ
Sprzedaż detaliczna i hurtowa



BIŻUTERIA
Sprzedaż detaliczna i hurtowa

Garnitury

Akcesoria

Marynarki

Koszule

Spodnie

Biżuteria

Zegarki

Akcesoria

MARKI W SEGMENTCIE ODZIEŻOWYM:

MARKA VISTULA:

VISTULA

Vistula to marka z wieloletnią tradycją, na polskim rynku od 1967 roku, która w swoich projektach łączy ponadczasowe fasony, wzory i kroje z aktualnymi trendami modowymi, nadając klasycznym ubraniom nowoczesnego charakteru. Vistula posiada szeroką ofertę garniturów, marynarek, spodni i koszul oraz innych akcesoriów komplementarnych.

Szeroki asortyment marki odpowiada na potrzeby mężczyzn oferując niewychodzące z mody elementy garderoby, z których można z łatwością stworzyć stylizacje na różne okazje.

W 2021 wprowadzono na rynek ofertę damską. Kolekcje dedykowane są kobietom, które cenią jakość, komfort oraz ponadczasowy charakter produktów. Oferta obejmuje zarówno produkty formalne takie jak garnitury, marynarki, koszule oraz casual jak jeansy, swetry czy T-shirty.

MARKA BYTOM:

BYTOM

BYTOM to polska marka z historią rozpoczynającą się w 1945 roku, w której tradycja spotyka się ze współczesną wizją krawiectwa i mody męskiej. Bazując na ponad kilkudziesięcioletnim dziedzictwie, marka oferuje kolekcje mody męskiej, w których szczególne miejsce zajmują garnitury stworzone ze szlachetnych włoskich tkanin, uszyte w polskich szwalniach.

BYTOM to nie tylko sztuka krawiectwa. Marka odwołuje się do polskiego dziedzictwa kulturowego tworząc limitowane kolekcje inspirowane twórczością wybitnych osobowości, zapraszając do współpracy osoby mające istotny wpływ na rozwój polskiej kultury i sztuki.

MARKA WÓLCZANKA:

WÓLCZANKA

Jest marką istniejącą od 1948 roku. Wólczanka szyje koszule od pokoleń. Lata doświadczeń uczyniły z niej eksperta i pozwoliły zdobyć zaufanie milionów klientów. Ofertę marki stanowią wysokiej jakości koszule męskie, a od sezonu Jesień-Zima 2014 również damskie, zarówno formalne jak i typu casual. Jako ekspert w dziedzinie koszul, uzupełnia ten asortyment odpowiednią ofertą dzianin, T-shirtów i koszulek polo stawiając na kreowanie nowoczesnego wizerunku marki łączącej elegancję z komfortem noszenia i stylem podkreślającym radość życia i możliwość dokonywania modowych wyborów, blisko swoich potrzeb.

MARKA DENI CLER MILANO:

DENI CLER MILANO

Deni Cler Milano od momentu założenia w 1971 w Mantui we Włoszech, ubiera kobiety świadome własnej kobiecości, wartości i siły. W 1991 roku marka pojawiła się na polskim rynku, wprowadzając nową jakość w modzie damskiej. Do dziś pozostaje synonimem elegancji, wyrafinowanego gustu, przy jednoczesnej zgodności z aktualnymi światowymi trendami.

Kolekcje sygnowane znakiem Deni Cler Milano szyte są z włoskich tkanin. Materiały wykorzystywane do produkcji ubrań to przede wszystkim wełna, kaszmir i jedwab. Asortyment marki obejmuje głównie: płaszcze, sukienki, żakiety, spodnie, spódnice, bluzki.

MARKI W SEGMENTE JUBILERSKIM:

W.KRUK 1 8 4 0

W.KRUK jest najstarszą marką jubilerską w Polsce o 185-letniej tradycji. Oferta W.KRUK obejmuje biżuterię ze złota i platyny, w tym w szczególności biżuterię z brylantami i kamieniami szlachetnymi. W.KRUK tworzy również najwyższej jakości kolekcje wykonane ze srebra oraz innych kruszców. Marka oferuje wiele autorskich linii biżuterii o unikalnym charakterze. Wyróżniająca stylistyka wyrobów W.KRUK to efekt pracy designerów, projektów inspirowanych przez ambasadorki (m.in. kolekcja Freedom Martynty Wojciechowskiej oraz PEŁNIA Nosowska x W.KRUK) oraz eksperckiego i innowacyjnego podejścia do jubilerstwa. Część prezentowanych co roku kolekcji wizerunkowych, wykonywana jest w podpoznańskiej Manufakturze marki, która jest jedną z niewielu w Europie wciąż stosujących tradycyjne techniki wytwórcze. W pracowniach marki W.KRUK rękodzieło łączone jest z najnowocześniejszymi technologiami. W 2019 roku marka W.KRUK jako pierwsza w Polsce wprowadziła do oferty swojej sieci salonów biżuterii z nową kategorią diamentów stworzonych przez człowieka w laboratorium i oferowanych pod nazwą własną New Diamond by W.KRUK. Posiadają one parametry identyczne jak diamenty wydobywane metodami tradycyjnymi i klasyfikowane są według tych samych parametrów, z wykorzystaniem tych samych standardów eksperckiej oceny. W.KRUK rozszerza ofertę biżuterii zarówno luksusowej jak i modowej. Asortyment marki od 2016 dopełnia wybór akcesoriów sygnowanych W.KRUK, takich jak torby i dodatki skórzane, jedwabne chusty, okulary przeciwsłoneczne oraz perfumy.

Lilou

Lilou to marka biżuterii oparta na idei personalizacji oraz indywidualnego podejścia do klienta. Założona w 2008 roku przez Magdalenę Mousson-Lestang marka od początku rozwija się wokół idei biżuterii niosącej osobiste emocje i znaczenia. Lilou pozycjonuje się jako marka łącząca autorski design, wysoką jakość wykonania oraz nowoczesne podejście do obsługi klienta. Posiada sieć butików w całej Polsce - w każdym z nich znajduje się atelier - pracownia, w której wykonywane są grawerunki oraz tworzone kompozycje biżuterii zgodnie z życzeniami klientów. Lilou to także prężnie rozwijający się sklep internetowy.

DNA marki opiera się na idei personalizacji poprzez grawerowanie i tworzenie unikalnych kompozycji o osobistym znaczeniu. Dzięki temu biżuteria nie podąża za chwilowymi trendami, lecz buduje trwałą, emocjonalną więź z właścicielem, stając się osobistym talizmanem. Jedną z kluczowych wartości marki jest autentyczność. Wszystkie wzory powstają w autorskiej pracowni projektowej i są objęte ochroną prawną.

Spójna estetyka Lilou opiera się na subtelności, symbolice i ponadczasowości, co buduje silną i rozpoznawalną tożsamość. Istotnym elementem filozofii marki jest zaangażowanie społeczne. Od początku swojego istnienia Lilou wspiera inicjatywy charytatywne poprzez dedykowane kolekcje, traktując odpowiedzialność społeczną jako naturalne przedłużenie relacji z klientami oraz wyznawanych wartości. Dzięki konsekwentnej wizji, wyrazistemu DNA i koncentracji na jakości doświadczenia klienta, Lilou zajmuje dziś pozycję lidera w segmencie personalizowanej biżuterii w Polsce.

ZEGARKI I MARKI ZEWNĘTRZNE

W. KRUK posiada w swojej ofercie zegarki najbardziej prestiżowych marek takich jak Rolex, Patek Philippe, Cartier, Chopard, Bulgari, IWC Schaffhausen, Hublot, Jaeger Le Coultre, Panerai, Zenith, Franck Muller, Omega, Tudor, Grand Seiko Tag Heuer, Longines, Norqain, Maurice Lacroix, Rado, Frederique Constant, Epos, Certina, Tissot, Aviator, Atlantic, Garmin, Seiko, Citizen, Orient, G-Shock, Timex, a także marek

modowych: Gucci, Fossil, Herbelin, Tommy Hilfiger, Guess, Hugo Boss i in. Sprzedawane w salonach W.KRUK zegarki renomowanych marek zajmują silną pozycję na polskim rynku, a wartość ich sprzedaży systematycznie wzrasta.

Obok własnych autorskich i klasycznych kolekcji biżuterii, W.KRUK posiada również w portfolio wyroby prestiżowych manufaktur jubilerskich z całego świata (tzw. external brands). W.KRUK wybiera do swojej oferty marki, z którymi łączy go długoletni dorobek, renoma oraz biżuteria zaprojektowana i wykonana przez utalentowanych projektantów oraz mistrzów złotnictwa. Dzięki temu projekty wybitnych jubilerów z całego świata oraz brylantowe kolekcje najstarszej polskiej marki jubilerskiej tworzą razem unikatową selekcję najcenniejszej biżuterii. W wybranych salonach W.KRUK oferuje wyroby marek takich jak: Chopard, Pomellato, Pasquale Bruni, Marco Bicego, Recarlo, Nanis, Gucci, Hulchi Belluni.

Większość sprzedaży Grupy Kapitałowej realizowana jest na rynku polskim. Część sprzedaży dotyczy wysyłki towarów Grupy za granicę, a od listopada 2023 roku realizowana jest sprzedaż w salonach marki W.KRUK na Węgrzech.

Przychody według segmentów geograficznych za okres od 1 stycznia 2026 roku do 31 marca 2026 roku oraz za okres porównywalny zostały przedstawione w poniższej tabeli.

Przychody ze sprzedaży na różnych rynkach pod względem lokalizacji geograficznej (w tys. zł)	1 Q 2026 od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 Q 2025 od 01-01-2025 do 31-03-2025
Polska	351 599	291 450
Strefa EURO	73	160
Strefa USD	-72	0
Strefa GBP	3	0
Strefa HUF	4 870	2 029
Strefa RON	2	0
Strefa AUD	1	0
Strefa CAD	1	0
Strefa CZK	1	0
Strefa NOK	2	0
Strefa SEK	1	0
Razem	356 482	293 639

Pozostałe dane finansowe dotyczące segmentów zostały ujęte w komentarzu Zarządu.

DZIAŁALNOŚĆ PRODUKCYJNA:

W ramach segmentu odzieżowego VRG S.A. współpracuje ze sprawdzonymi producentami niezależnymi, którzy gwarantują zapewnienie usług szycia i konfekcjonowania na najwyższym poziomie oraz oferują konkurencyjne warunki cenowe.

W segmencie jubilerskim własna działalność produkcyjna Grupy prowadzona jest w spółce zależnej od Emitenta – W.KRUK S.A. – w manufakturze jubilerskiej w Komornikach koło Poznania. Produkcja własna obejmuje wybrane linie asortymentowe, natomiast większość oferty wytwarzana jest we współpracy ze sprawdzonymi zewnętrznymi partnerami produkcyjnymi, gwarantującymi najwyższą jakość wykonania.

NOTA 2 SEZONOWOŚĆ I CYKLICZNOŚĆ DZIAŁALNOŚCI

Handel detaliczny zarówno w sektorze odzieżowym jak i w branży jubilerskiej cechuje się znaczącą sezonowością sprzedaży. Dla rynku odzieżowego najkorzystniejszym okresem z punktu widzenia generowanego wyniku finansowego to okres II i IV kwartału, natomiast w zakresie branży jubilerskiej to okres IV kwartału (zwłaszcza miesiąc grudzień).

NOTA 3 POZOSTAŁE PRZYCHODY OPERACYJNE

Pozostałe przychody operacyjne (w tys. zł)	1 Q 2026 od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 Q 2025 od 01-01-2025 do 31-03-2025
Zysk ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych	0	0
Inne przychody operacyjne w tym:	2 710	1 025
z tyt. rozwiązania odpisów aktualizujących towarów/materiałów	1 399	584
z tyt. likwidacji umów wycenianych zgodnie z MSSF 16	0	303
Razem	2 710	1 025

NOTA 3A POZOSTAŁE KOSZTY OPERACYJNE

Pozostałe koszty operacyjne (w tys. zł)	1 Q 2026 od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 Q 2025 od 01-01-2025 do 31-03-2025
Strata ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych	54	365
Odpisy aktualizujące wartość towarów	34	0
Przekazanie darowizny	1 348	401
Koszty likwidacji składników majątku	748	982
Inne koszty operacyjne w tym:	813	431
koszty związane z likwidacją	0	61
odprawy ekonomiczne	117	71
niedobory inwentaryzacyjne	86	61
Razem	2 997	2 179

NOTA 4 PRZYCHODY FINANSOWE

Przychody finansowe (w tys. zł)	1 Q 2026 od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 Q 2025 od 01-01-2025 do 31-03-2025
Odsetki od lokat bankowych	222	7
Wycena kredytów wg. zamortyzowanego kosztu	100	0
Zysk z tytułu różnic kursowych	117	9 553
w tym: z tyt. leasingu dot. umów lokali handlowych i powierzchni biurowych	0	5 992
Wycena transakcji forward	223	3
Pozostałe	2	1
Razem	664	9 564

NOTA 4A KOSZTY FINANSOWE

Koszty finansowe (w tys. zł)	1 Q 2026 od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 Q 2025 od 01-01-2025 do 31-03-2025
Odsetki od kredytów w rachunku bieżącym i kredytów bankowych	1 979	1 764
Odsetki od faktoringu	143	141
Odsetki od zobowiązań z tytułu leasingu finansowego	74	57
Odsetki od zobowiązań z tyt. leasingu dot. umów lokali handlowych	3 393	2 897

i powierzchni biurowych		
Prowizje od kredytów i gwarancji	357	323
Strata z tytułu różnic kursowych	6 912	26
w tym: z tyt. leasingu dot. umów lokali handlowych i powierzchni biurowych	4 898	0
Wycena transakcji forward	0	3
Pozostałe	15	12
Razem	12 873	5 223

NOTA 5 PODATEK DOCHODOWY

Działalność kontynuowana (w tys. zł)	1 Q 2026 od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 Q 2025 od 01-01-2025 do 31-03-2025
Podatek dochodowy:	2 041	2 021
Podatek dochodowy bieżący	4 046	935
Odroczony podatek dochodowy (nota 6)	-2 005	1 086

Podatek dochodowy bieżący (w tys. zł)	1 Q 2026 od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 Q 2025 od 01-01-2025 do 31-03-2025
Zysk (strata) brutto	1 887	8 038
Różnica pomiędzy zyskiem (stratą) brutto a podstawą opodatkowania podatkiem	11 673	-5 265
- różnica pomiędzy zyskiem brutto a dochodem do opodatkowania wynikająca z kosztów nie stanowiących kosztów uzyskania według przepisów podatkowych i przychodów nie będących przychodami według przepisów podatkowych oraz dodatkowych przychodów i kosztów podatkowych	13 748	-4 864
- inne różnice (m. in. strata z lat ubiegłych)	-2 075	-401
Dochód	21 263	4 920
Strata	-7 703	-2 147
Dochód/Strata	13 560	2 773
Podstawa opodatkowania podatkiem dochodowym	21 263	4 920
Podatek dochodowy według obowiązującej stawki 19%	4 040	935
Korekty podatku dochodowego za poprzednie okresy	0	0
Podatek minimalny	6	0
Podatek dochodowy bieżący	4 046	935

Podatek dochodowy według efektywnej stopy podatkowej (w tys. zł)	1 Q 2026 od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 Q 2025 od 01-01-2025 do 31-03-2025
Zysk (strata) brutto	1 887	8 038
Podatek dochodowy według stawki 19%	359	1 527
Efekt podatkowego ujęcia:	2 313	-1 193
(+) Kosztów nie stanowiących kosztów uzyskania według przepisów podatkowych	3 386	1 427
(-) Przychodów nie będących przychodami według przepisów podatkowych	717	2 439
(-) Kosztów podatkowych nie będących kosztem bilansowym	160	276
(+) Przychodów podatkowych nie będących przychodem bilansowym	-196	95
• Aktualizacja wartości aktywów z tytułu podatku odroczonego (strata br.)	1 159	470
• Podatek odroczonego	-2 005	1 086

• Efekt różnicy w stawkach podatkowych pomiędzy krajami	205	128
• Korekty podatku dochodowego za poprzednie okresy	0	0
• Podatek minimalny	8	0
• Inne	2	3
Podatek dochodowy wg efektywnej stopy podatkowej	2 041	2 021
<i>efektywna stopa podatkowa</i>	108,16%	25,14%

NOTA 6 REZERWA I AKTYWA Z TYTUŁU ODROZONEGO PODATKU DOCHODOWEGO

Pozycje bilansowe (w tys. zł)	bilans	bilans	bilans	RZiS	RZiS
	31.03.2026	połączenie 08.01.2026	31.12.2025	1 Q 2026 od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 Q 2025 od 01-01-2025 do 31-03-2025
	Rezerwy z tytułu podatku odroczonego	127	0	219	-92
Wycena bilansowa - dodatnie różnice kursowe	72	0	164	-92	270
Wpłacone zaliczki netto	7	0	7	0	0
Środki trwałe w leasingu	47	0	47	0	0
Inne	1	0	1	0	-7
Odniesione na wynik finansowy	127	0	219	-92	263
Odniesiony na wartość firmy	0	0	0	0	0
Aktywa z tytułu podatku odroczonego	20 016	527	17 570	1 912	-823
Przyspieszona amortyzacja bilansowa	2 349	0	2 317	32	-27
Świadczenia po okresie zatrudnienia (odprawy)	43	0	43	0	0
Odpisy aktualizujące	2 938	6	3 787	-855	-110
Rezerwy, płaće i ubezpieczenia społeczne	1 799	0	1 905	-106	-152
Wynagrodzenia, ZUS niezapłacony	180	105	95	-20	-13
Wycena bilansowa - ujemne różnice kursowe	230	0	0	230	-49
Straty możliwe do odliczenia od przyszłych dochodów do opodatkowania	5 873	240	5 035	599	278
Odpis aktualizujący należności od odbiorców	200	2	109	89	-46
Odsetki zarachowane	69	0	65	4	0
Rezerwa na przyszłe zobowiązania	1 938	150	1 088	700	289
Rezerwa na zwroty od odbiorców	1 651	24	1 596	31	0
Wycena transakcji forward	-42	0	0	-42	0
Wycena programu lojalnościowego	282	0	282	0	0
Zobowiązania leasingowe z tyt. umów lokali handlowych oraz powierzchni biurowych	2 506	0	1 248	1 259	-993
Różnice kursowe z przeliczenia	0	0	0	-9	0
Odniesione na wynik finansowy	20 016	527	17 570	1 912	-823
Odniesione bezpośrednio na kapitały	0	0	0	0	0
Odniesione na wynik finansowy - persaldo	-19 890	-527	-17 351	-2 005	1 086

NOTA 7 ZMIANA STANU ODPISÓW AKTUALIZUJĄCYCH WARTOŚCI NALEŻNOŚCI KRÓTKOTERMINOWYCH, WARTOŚCI ZAPASÓW I Z TYTUŁU UTRATY WARTOŚCI ŚRODKÓW TRWAŁYCH

Odpisy aktualizujące (w tys. zł)	Saldo na 01.01.2026	Połączenie 08.01.2026	Utworzenie	Rozwiązanie/ Wykorzysta- nie	Przekwalifi- kowanie	Saldo na 31.03.2026
Odpisy na wartości niematerialne i prawne	0	0	0	0	0	0
Odpisy na rzeczowe aktywa trwałe	345	0	0	0	0	345
Odpisy na zapasy	19 929	196	34	4 687	0	15 472
Odpisy na udziały	22	0	0	0	0	22
Odpisy aktualizujące wartość należności	3 006	32	52	23	0	3 067
Odpisy aktualizujący wartość należności z tytułu udzielonych pożyczek	524	0	0	0	0	524
Razem odpisy	23 826	228	86	4 710	0	19 430

W 1 kwartale 2026 roku rozwiązano odpis aktualizujący na zapasy w kwocie 4 687 tys. zł: 3 288 tys. PLN ujęto jako korekta kosztu własnego sprzedaży, 1 399 tys. PLN jako pozostałe przychody operacyjne. Rozwiązanie odpisów aktualizujących na zapasy, związane było ze sprzedażą towarów uprzednio objętych odpisem. Jednocześnie zawiązano odpis w wysokości 34 tys. PLN w pozostałe koszty operacyjne.

Odpisy aktualizujące (w tys. zł)	Saldo na 01.01.2025	Utworzenie	Rozwiązanie/ Wykorzystanie	Przekwalifiko- wanie	Saldo na 31.12.2025
Odpisy na wartości niematerialne i prawne	6	0	6	0	0
Odpisy na rzeczowe aktywa trwałe	0	844	499	0	345
Odpisy na zapasy	12 174	12 201	4 446	0	19 929
Odpisy na udziały	22	0	0	0	22
Odpisy aktualizujące wartość należności	3 133	302	429	0	3 006
Odpisy aktualizujący wartość należności z tytułu udzielonych pożyczek	524	0	0	0	524
Razem odpisy	15 859	13 347	5 380	0	23 826

NOTA 8 REZERWY

(w tys. zł)	Rezerwa na koszty pracownicze	Rezerwa na przyszłe zobowiązania	Rezerwa na produkcję w toku	Rezerwa na zwroty	Pozostałe	Razem
Stan na dzień 1 stycznia 2025	9 249	4 765	1 126	3 426	269	18 835
utworzone rezerwy w ciągu roku obrotowego	5 356	505	915	896	8	7 680
rozwiązanie /wykorzystanie rezerw	-4 362	-533	-696	-682	-195	-6 468
Stan na dzień 31 grudnia 2025	10 243	4 737	1 345	3 640	82	20 047
wykazane w zobowiązaniach krótkoterminowych	8 570	4 737	1 345	3 640	82	18 374
wykazane w zobowiązaniach długoterminowych	1 673	0	0	0	0	1 673
Stan na dzień 1 stycznia 2026	10 243	4 737	1 345	3 640	82	20 047
Połączenie 08.01.2026	680	0	0	284	0	964
utworzone rezerwy w ciągu roku obrotowego	706	0	0	0	1	707

rozwiązanie /wykorzystanie rezerw	-1 157	0	-142	0	-1	-1 300
Stan na dzień 31 marca 2026	10 472	4 737	1 203	3 924	82	20 418
wykazane w zobowiązaniach krótkoterminowych	8 799	4 737	1 203	3 924	82	18 745
wykazane w zobowiązaniach długoterminowych	1 673	0	0	0	0	1 673

Na saldo rezerw na 31.03.2026 rok składają się:

	Razem 20 418 tys. zł
rezerwa długoterminowa na odprawy emerytalne	1 673 tys. zł
rezerwa krótkoterminowa na odprawy emerytalne	290 tys. zł
rezerwa krótkoterminowa na niewykorzystane urlopy	6 818 tys. zł
rezerwa na premie i nagrody	1 691 tys. zł
rezerwa na zwroty od odbiorców	3 924 tys. zł
rezerwa krótkoterminowa na produkcję w toku	1 203 tys. zł
rezerwa na przyszłe zobowiązania	4 737 tys. zł
rezerwa pozostała	82 tys. zł

NOTA 9 NALEŻNOŚCI I ZOBOWIĄZANIA WARUNKOWE

(w tys. zł)	stan na 31-03-2026/ koniec kwartału 2026	stan na 31-12-2025/ poprzedniego kwartału 2025
Wystawione gwarancje bankowe na czynsze z tytułu wynajmu lokali sklepowych	74 839	71 068
Otwarte akredytywy	13 087	19 954
Weksle własne będące zabezpieczeniem zobowiązań leasingowych	384	449
Zobowiązania warunkowe razem	88 310	91 471

W Grupie nie występują należności warunkowe.

NOTA 10 INFORMACJE O INSTRUMENTACH FINANSOWYCH

W okresie sprawozdawczym nie nastąpiła zmiana sposobu wyceny instrumentów finansowych w wartości godziwej oraz nie wystąpiła zmiana w klasyfikacji aktywów finansowych.

NOTA 10A INSTRUMENTY FINANSOWE W PODZIALE NA KLASY

Pozycje bilansowe wyceniane według amortyzowanego kosztu (w tys. zł)	31.03.2026	31.03.2026	31.12.2025	31.12.2025	31.03.2025	31.03.2025
	Aktywa finansowe	Zobowiązania finansowe	Aktywa finansowe	Zobowiązania finansowe	Aktywa finansowe	Zobowiązania finansowe
Należności długoterminowe, należności handlowe oraz pozostałe należności z tyt. kaucji i aktywa obrotowe	26 637	0	21 621	0	17 995	0
Środki pieniężne oraz ich ekwiwalenty	30 228	0	67 412	0	13 039	0
Zobowiązania długoterminowe z tyt. kredytów, pożyczek oraz leasingowe	0	338 054	0	217 921	0	204 430

w tym: z tytułu leasingu lokali handlowych oraz powierzchni biurowych	0	252 116	0	216 845	0	202 714
Zobowiązania krótkoterminowe z tyt. kredytów, pożyczek oraz leasingowe	0	214 569	0	139 550	0	244 711
w tym: z tytułu leasingu lokali handlowych oraz powierzchni biurowych	0	118 880	0	103 535	0	100 109
Zobowiązania handlowe, pozostałe oraz zobowiązania z tyt. kaucji	0	197 540	0	238 926	0	160 970
Razem	56 865	750 163	89 033	596 397	31 034	610 111

Powyższe Aktywa i Zobowiązania finansowe zostały wycenione w zamortyzowanym koszcie.

NOTA 10B INSTRUMENTY FINANSOWE - PRZYCHODY I KOSZTY ORAZ ZYSKI I STRATY Z TYT. UTRATY WARTOŚCI

Pozycje bilansowe 1 kwartał / 2026 okres od 01-01-2026 do 31-03-2026 (w tys. zł)	Przychody z tyt. odsetek	Koszty z tyt. odsetek	Zyski / straty z tytułu wyceny wg. zamortyzowanego kosztu	Zyski / straty z tytułu wyceny wg. wartości godziwej	Utworzone odpisy aktualizujące	Rozwiązane odpisy aktualizujące	Zyski /straty z tyt. różnic kursowych
Należności handlowe oraz pozostałe	2	0	0	0	52	23	91
Środki pieniężne oraz ich ekwiwalenty	222	0	0	0	0	0	-77
Transakcje Forward	0	0	0	223	0	0	0
Zobowiązania z tyt. kredytów, pożyczek oraz leasingowe pozostałe	0	2 053	0	0	0	0	0
Zobowiązania leasingowe z tyt. umów lokali handlowych oraz powierzchni biurowych	0	3 393	0	0	0	0	-4 898
Zobowiązania handlowe oraz pozostałe	0	15	0	0	0	0	-1 911
Razem	224	5 461	0	223	52	23	-6 795

NOTA 11 INFORMACJA O ISTOTNYCH ZMIANACH WIELKOŚCI SZACUNKOWYCH

Wykaz ważniejszych szacunków i osądów dla poszczególnych pozycji sprawozdania z sytuacji finansowej:

Nota	6	Aktywa oraz rezerwa z tytułu podatku odroczonego
Nota	7	Odpis na należności
Nota	7	Odpis na zapasy
Nota	8	Rezerwy na zobowiązania
Punkt	9.6	Rozliczenia podatkowe

9. POZOSTAŁE NOTY OBJAŚNIAJĄCE

9.1. ZNACZĄCE WYDARZENIA W I KWARTALE 2026 ROKU

Otoczenie rynkowe

W I kwartale 2026 roku otoczenie makroekonomiczne i konsumenckie w Polsce pozostawało relatywnie stabilne i sprzyjało działalności prowadzonej przez Grupę VRG S.A. Polska gospodarka utrzymywała dodatnią dynamikę wzrostu wspieraną wzrostem wynagrodzeń realnych, poprawą nastrojów konsumenckich oraz stopniowym obniżaniem presji inflacyjnej. Projekcje Narodowego Banku Polskiego wskazywały na dalsze zbliżanie się inflacji do celu NBP przy jednoczesnym utrzymaniu wzrostu konsumpcji prywatnej, stanowiącej główny czynnik wspierający rynek handlu detalicznego.

Zgodnie z danymi Głównego Urzędu Statystycznego sprzedaż detaliczna w cenach stałych w okresie styczeń-marzec 2026 roku wzrosła o 4,8% rok do roku, przy szczególnie wysokiej dynamice w kategorii „tekstyli, odzież, obuwie”. Segment ten pozostawał jednym z liderów wzrostu sprzedaży detalicznej w Polsce, wspieranym poprawą realnych dochodów konsumentów oraz utrzymującym się wzrostem znaczenia kanałów cyfrowych. Utrzymywał się również wysoki udział sprzedaży internetowej w segmencie odzieżowym, co potwierdzało dalszy rozwój modelu omnichannel oraz zmianę zachowań zakupowych konsumentów.

Nadal utrzymywała się podwyższona zmienność cen surowców oraz kursów walutowych wpływających na koszty importu, w szczególności w segmencie odzieży oraz dóbr luksusowych. Pomimo stopniowej stabilizacji globalnych łańcuchów dostaw przedsiębiorstwa handlowe kontynuowały działania zwiększające elastyczność zakupową oraz dywersyfikację źródeł dostaw. Jednocześnie utrzymywała się presja kosztowa wynikająca ze wzrostu wynagrodzeń oraz kosztów najmu w kluczowych lokalizacjach handlowych, przy wysokiej konkurencji cenowej w handlu detalicznym.

W segmencie odzieży premium i eleganckiej obserwowano stopniową odbudowę popytu po okresie wysokiej inflacji w poprzednich latach. Konsumentów pozostawali jednak wrażliwi na poziom cen i intensywność działań promocyjnych, co skutkowało utrzymującą się wysoką konkurencją rynkową. Jednocześnie poprawa sytuacji dochodowej gospodarstw domowych wspierała sprzedaż produktów markowych i premium. W branży kontynuowany był trend optymalizacji kosztów operacyjnych, zwiększania efektywności sprzedaży oraz dalszego rozwoju kanałów e-commerce. W efekcie utrzymywała się presja na prowadzenie działań marketingowych i promocyjnych wspierających sprzedaż zarówno w kanałach stacjonarnych, jak i online. Kontynuowany był również trend wzrostu znaczenia kolekcji premium casual, produktów formalnych o bardziej uniwersalnym charakterze oraz oferty skierowanej do klientów oczekujących połączenia jakości premium z funkcjonalnością i wygodą użytkowania.

W segmencie jubilerskim i zegarków rynek polski utrzymywał dodatnią dynamikę wzrostu wspieraną rosnącą liczbą zamożnych konsumentów oraz utrzymującym się popytem na dobra luksusowe i produkty premium. Według analiz KPMG, Polska pozostawała jednym z relatywnie bardziej odpornych rynków dóbr luksusowych w regionie Europy Środkowo-Wschodniej mimo obserwowanego spowolnienia na części rynków zagranicznych. Polski rynek dóbr luksusowych utrzymywał dodatnią dynamikę wzrostu mimo widocznego globalnego spowolnienia w branży luxury goods. Wzrost wspierany był rosnącą liczbą zamożnych konsumentów oraz utrzymującą się skłonnością klientów segmentu premium do zakupów dóbr luksusowych i aspiracyjnych. W branży jubilerskiej i zegarkowej utrzymywał się trend wzrostu znaczenia zakupów związanych z okazjami osobistymi, produktami inwestycyjnymi oraz markami oferującymi wysoką rozpoznawalność i prestiż.

Zawarcie umów przyrzeczonych dotyczących projektu akwizycyjnego spółek z Grupy Lilou

W dniu 8 stycznia 2026 r. spółka zależna od VRG S.A. - W.KRUK S.A. z siedzibą w Krakowie ("W.KRUK"), i spółka od niej zależna WK SPV 1 Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie ("WK SPV"), podpisały z MYVOG Fundacją Rodzinną z siedzibą w Warszawie, Retail sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, Online Shop sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie oraz Santa Catalina sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie umowy przyrządzone w wykonaniu dokumentacji transakcyjnej dotyczącej nabycia grupy Lilou, o której VRG S.A. informowała w raporcie bieżącym nr 18/2025 z dnia 8 lipca 2025 r. i raporcie bieżącym nr 24/2025 z dnia 13 sierpnia 2025 r., tj. w wykonaniu zawartej w dniu 8 lipca 2025 r. przedwstępnej warunkowej umowy dotyczącej nabycia przez W.KRUK oraz WK SPV udziałów oraz praw i obowiązków współników spółek osobowych w następujących podmiotach: Lilou Sp. z o.o., Bellver WK SPV 1 Sp. z o.o. Sp. kom. (poprzednia nazwa Bellver MYVOG Fundacja Rodzinna Sp. Kom.), Lilou Online Shop WK SPV 1 Sp. z o.o. Sp. kom. (poprzednia nazwa Lilou Online Shop Sp. z o.o. Sp. Kom.), Lilou Retail WK SPV 1 Sp. z o.o. Sp. kom. (poprzednia nazwa Lilou Retail Sp. z o.o. Sp. kom.) i Logistics WK SPV 1 Sp. z o.o. Sp. kom. (poprzednia nazwa Logistics Retail Sp. z o.o. Sp. kom.). Kwota należna za udziały oraz prawa i obowiązki spółek osobowych, wchodzących w skład grupy Lilou wynosiła w dniu zamknięcia 116 332 tys. złotych i będzie podlegała korekcie wynikającej z finalnego przeliczenia wartości kapitału obrotowego netto i długu netto po zamknięciu transakcji. W transakcji uzgodniono również tzw. earn-out, uzależniony od przyszłych wyników grupy Lilou, przewidujący obowiązek zapłaty na rzecz MYVOG

Fundacji Rodzinnej kwoty nie wyższej niż 30.000 tys. złotych. Transakcja stanowi realizację wizji rozwoju Grupy Kapitałowej Spółki poprzez działania akwizycyjne obejmujące marki komplementarne do portfela Grupy Kapitałowej Spółki. Transakcja jest współfinansowana ze środków pochodzących z umowy kredytu, o zawarciu której VRG S.A. informowała w raporcie bieżącym nr 22/2025 z dnia 23 lipca 2025 r.

Oferta handlowa - segment odzieżowy

Marka Vistula w 2026 roku koncentruje się na rozwoju spójnej, czterosezonowej struktury kolekcji, obejmującej zarówno linię męską, jak i damską.

W kolekcji męskiej rdzeń stanowi nowoczesny formal, uzupełniony o rozbudowaną ofertę smart casual. Kolorystyka bazowa obejmuje granat, szarość, czerń oraz biel i błękit, natomiast w częściach sezonowych pojawiają się kolory trendowe, takie jak beże, brązy, zielenie, oliwka, bordo oraz akcenty pomarańczu. W kategorii garniturowej rozwijane są zarówno modele uniwersalne, jak i produkty dedykowane specjalnym okazjom – kolekcje celebracyjne wprowadzane dwa razy w roku. Segment smart casual opiera się na modularnym podejściu do garderoby, obejmującym spodnie chino, mniej formalne koszule, komfortowe marynarki oraz dzianiny.

Sezon wiosna-lato wzmocniony jest szeroką ofertą produktów lnianych (garnitury, marynarki, spodnie, koszule) oraz lekkich dzianin, takich jak polo i T-shirty.

Kolekcja letnia Vistula została zaprojektowana z myślą o maksymalnym komforcie w upalne dni. Stworzona z lnu oraz lekkich, przewiewnych tkanin doskonale sprawdza się zarówno podczas biznesowego lunchu, jak i na plenerowym weselu czy weekendowym wyjeździe do kurortu. Kolekcja obejmuje marynarki, spodnie, koszule, sukienki oraz lekkie dzianiny, łącząc prostotę z dopracowanymi detalami. Dominują kolory ziemi i fundamenty elegancji – biel, brąz oraz naturalny odcień lnu, co ułatwia tworzenie spójnych stylizacji. Zastosowanie naturalnych materiałów gwarantuje nie tylko stylowy wygląd, ale przede wszystkim wygodę noszenia.

Istotnym elementem oferty pozostaje linia kapsułowa Vistula Fine Tailoring – kolekcja formalna oparta na najwyższej jakości materiałach, klasycznej kolorystyce oraz konstrukcji półtradycyjnej (half-canvas).

Kolekcja damska marki Vistula rozwijana jest w oparciu o analogiczne założenia – połączenie oferty całorocznej z bardziej sezonową i modową. Kluczową kategorią pozostają damskie garnitury, stanowiące punkt wyjścia do budowy kolekcji. Paleta kolorystyczna obejmuje klasyczne odcienie (granat, szarość, czerń), uzupełnione o kolory sezonowe, takie jak beże, brązy, zielenie, oliwka, róża czy czerwień. Istotnym kierunkiem rozwoju jest poszerzanie rozmiarówki oraz różnicowanie sylwetek i stopnia dopasowania. Z sezonu na sezon rozbudowywana jest oferta sukienek i bluzek, zarówno pod względem formy, jak i kolorystyki. W sezonie wiosenno-letnim rozwijana jest oferta bardziej swobodna, oparta na lnie oraz modelach o mniej formalnym charakterze, wyróżniających się nowoczesną stylistyką i wyrazistą kolorystyką. Podobnie jak w kolekcji męskiej, w każdym sezonie pojawiają się modele dedykowane okazjom specjalnym.

Uzupełnieniem oferty obu linii Vistuli jest konsekwentnie rozwijana kategoria akcesoriów oraz dodatków.

Ważnym kierunkiem pozostają również kolekcje kapsułowe i projekty specjalne, budujące wizerunek marki – przykładem jest kolekcja Traveller, którą Vistula przygotowała we współpracy z Polskimi Liniami Lotniczymi LOT. Jest to wyjątkowa kolekcja, która redefiniuje współczesne podejście do elegancji w podróży. Stworzona została z myślą o tych, którzy żyją w drodze i wymagają od garderoby nienagannego wyglądu, bez kompromisów w kwestii wygody. Kampania promocyjna „Well traveled. Well dressed.”, to opowieść o stylu, który naturalnie towarzyszy każdemu etapowi dnia – od wyjazdu na lotnisko, przez lot, aż po zaplanowane spotkanie. Kolekcja obejmuje damskie i męskie zestawy oraz funkcjonalne akcesoria podróżne, które odpowiadają na wyzwania wielogodzinnego przemieszczania się. Kluczowym elementem są lekkie, komfortowe fasony i dopracowane detale, które sprawiają, że elegancja zyskuje nowy wymiar: pewny, naturalny i gotowy do działania. Warto podkreślić, że użyto tkanin o podwyższonej odporności na zagniecenia, które pracują z ruchem ciała. Ponadto lekkie struktury i nowoczesne włókna zapewniają świeżość przez cały dzień.

Kolekcja marki Bytom w 2026 rozwijana jest w duchu modern heritage, rozumianego jako łączenie tradycyjnych technik krawieckich z nowoczesnymi rozwiązaniami materiałowymi oraz budowanie produktu o ponadsezonowym charakterze. Struktura kolekcji ma charakter hierarchiczny – tailoring stanowi jej rdzeń, a pozostałe kategorie budują kontekst stylizacyjny i funkcjonalny. Garnitury, sety i marynarki wyznaczają oś estetyczną, natomiast spodnie i marynarki casualowe rozwijają ideę modularności garderoby. Dżianiny oraz produkty typu polo i T-shirt pełnią funkcję łącznika między formalnością a codziennością, a akcesoria stanowią integralny element struktury kolekcji.

Rozwój kolekcji oparty jest na koncepcji „wardrobe building”, czyli budowania długoterminowej, spójnej garderoby zamiast krótkotrwałych ofert sezonowych. Kolor traktowany jest jako narzędzie konstrukcji kolekcji – równorzędne wobec kroju i tkaniny.

Kolekcja marki Bytom na sezon Wiosna/Lato 2026 to spójna koncepcja ponadczasowej elegancji, osadzona w najlepszej tradycji krawieckiej, wzbogacona o lekkość formy i nowoczesną dynamikę. Kolekcja to unikatowa jakość materiałów, różnorodność krojów oraz stonowana paleta kolorów: głębokich brązów, zieleni, bordo, rozmaitych odcieni niebieskiego. Krata typu glen, szlachetne gładkie

tkaniny oraz świadome budowanie monochromatycznych zestawień podkreślają konstrukcję sylwetki i mistrzostwo krawieckiego detalu, nadając całości konsekwentny, elegancki charakter budujący tożsamość marki. Kluczowym elementem kolekcji letniej są formalne propozycje lniane. Naturalna, szlachetna tkanina wraz z lekką konstrukcją na półpodszewce w rozszerzonej ofercie kolorystycznej pozwala na urozmaicenie garderoby formalnej.

W 2026 roku marka Bytom kontynuuje realizację strategii opartej na platformie komunikacyjnej „Celebryzujemy ważne dla nas chwile wspólnie”, integrującej działania wizerunkowe i produktowe. Jej osią jest budowanie emocjonalnej więzi z odbiorcą poprzez wartości takie jak relacje, bliskość i międzypokoleniowość. Kluczową rolę odgrywa ambasador marki Marcin Dorociński, który zapewnia spójność i wiarygodność przekazu. Strategia opiera się na równowadze między storytellingiem emocjonalnym a komunikacją produktową, zakorzenioną w jakości i rzemiośle. Marka konsekwentnie buduje swoją obecność w ważnych momentach życia klientów, rozwijając narrację w kierunku bardziej pogłębionych i długofalowych relacji. Komunikacja produktowa jest powiązana z sezonowością, przy zachowaniu spójnego pozycjonowania premium. W sezonie wiosna-lato eksponowane są lekkość i naturalność materiałów.

Marka Wólczanka w 2026 roku konsekwentnie realizuje wizję budowania i skalowania swojej pozycji lidera kategorii oraz eksperta w segmencie koszul premium w ramach platformy komunikacyjnej „Koszula idealna”. Kolekcje marki koncentrują się na jakości, konstrukcji, detalu oraz dopasowaniu. Estetyka marki pozostaje czysta i współczesna, ale silnie zakorzeniona w klasyce. Kolorystyka opiera się na bazie bieli, błękitów, granatów i szarości, uzupełnionej o akcenty sezonowe. Struktura asortymentu jest klarowna – dominującą kategorią pozostaje koszula, wspierana przez bazową dzianinę (T-shirty, polo, swetry) oraz akcesoria formalne. Kluczowym celem marki jest tworzenie koszul funkcjonalnych – łatwych w pielęgnacji, komfortowych i odpowiadających na potrzeby współczesnych użytkowników, w tym klientów biznesowych i często podróżujących. Inspiracje projektowe czerpane są zarówno z klasyki, jak i z obserwacji zmieniających się stylów życia. Oferta Wólczanki jest elementem i uzupełnieniem różnych wizerunków tworzonych przez marki lifestyle'owe funkcjonujące na rynku.

Sezon wiosna – lato 2026 Wólczanka rozpoczęła od komunikacji białych koszul formalnych – kapsuły stworzonej z myślą o sytuacjach oficjalnych – zarówno biznesowych, jak i prywatnych. W pierwszym kwartale 2026 r. odbyła się premiera pierwszej odsłony kampanii „Koszula idealna” zrealizowanej w miejskiej przestrzeni Barcelony, której celem było pokazanie kolekcji koszul formalnych i casualowych w scenerii i dynamice miasta. Kampania „Koszula idealna” to opowieść o ponadczasowej elegancji, jakości i stylu, której podstawą jest koszula idealna. Celem pierwszej odsłony kampanii jest pokazanie, że koszula nie jest już tylko ubraniem, lecz manifestem klasy, dbałości o szczegóły i pewności siebie w życiu zawodowym. Nacisk komunikacyjny został położony na jakość wykonania, dbałość o każdy detal oraz nieskazitelny wygląd koszuli w każdej sytuacji. Centrum kampanii stanowi biel – ponadczasowa klasyka, której uniwersalny charakter sprawia, że biała koszula jest doskonałym wyborem zarówno na oficjalne wydarzenia, spotkania biznesowe, jak i wyjątkowe uroczystości rodzinne.

W komunikacji produktowej Wólczanka skupiła się na sezonowości produktu, ale w zbieżności z zakresem platformy komunikacji jakości i technologii. W komunikacji podkreślone były właściwości tkanin, takich jak bawełna czy wiskoza o satynowym splocie, czy bawełna merceryzowana. Nie zabrakło również podkreślenia nowości sezonu – technologii Sweat Free oraz zwiększonej odporności na plamy w męskich koszulach formalnych. W centrum działań marketingowych znalazło się podkreślanie najwyższej jakości produktów – zarówno w kontekście materiałów, jak i wdrażania nowoczesnych technologii wykończeń tkanin, dzięki którym kluczowy asortyment marki dostarcza realną wartość, odpowiadając na oczekiwania klientów. W pierwszym kwartale 2026 r. ważnym elementem komunikacji była usługa personalizacji haftem, stanowiąca uzupełnienie indywidualnego podejścia do potrzeb klienta, zwłaszcza w kontekście koszul na wyjątkowe okazje, takich jak studniówki czy śluby.

Marka Deni Cler Milano, jako brand premium o włoskim rodowodzie, rozwija kolekcje w oparciu o silne dziedzictwo projektowe oraz bieżące trendy europejskiej mody. Każdego roku powstają dwie kompleksowe kolekcje sezonowe, obejmujące pełne spektrum asortymentowe – od okryć wierzchnich, przez rozbudowane programy garniturowe i żakietowe, po sukienki i akcesoria.

Fundamentem kolekcji pozostaje włoska estetyka – szlachetność formy, wysoka jakość materiałów oraz dbałość o detal. Kluczowym założeniem jest pełna spójność stylistyczna i kolorystyczna kolekcji oraz wysoka kompatybilność między produktami, umożliwiającą swobodne komponowanie stylizacji (mix & match). Jednocześnie marka odpowiada na zmieniające się potrzeby rynku, przesuując akcent w kierunku bardziej komfortowej, mniej formalnej mody.

W sezonie Wiosna/Lato 2026 marka Deni Cler celebrytuje wyjątkowy jubileusz 55-lecia, łącząc włoskie dziedzictwo z nową energią koloru i współczesnym spojrzeniem na kobiecość. To kolekcja, która stanowi zarówno powrót do korzeni, jak i wyraźny krok w przyszłość – manifest marki, która od ponad pół wieku towarzyszy kobietom w ich codziennych historiach. Kolekcja Wiosna/Lato 2026 to opowieść inspirowana miejscami, które ukształtowały tożsamość marki (Mediolan, Jezioro Como, Rzym). To symboliczna podróż przez włoską kulturę stylu, która przekłada się na współczesną garderobę – wszechstronną, ponadczasową i pełną charakteru. Ponadczasowość w nowoczesnej interpretacji.

Kolekcja opiera się na modelach o ponadczasowym charakterze – formach i konstrukcjach aktualnych mimo zmieniających się trendów. Klasyczne elementy garderoby zestawione zostały z bardziej kierunkowymi propozycjami, tworząc przestrzeń do budowania

różnorodnych stylizacji – od codziennych po okazjonalne. Dominują miękkie objętości i swobodne sylwetki. Zwiewne fasony, super lekkie tkaniny, delikatne drapowania i subtelna konstrukcja budują wrażenie lekkości przy zachowaniu wyrazistej formy.

Oferta handlowa – segment jubilerski

Kolekcje biżuterii i akcesoriów marki W.KRUK zaplanowane na 2026 niezmiennie reprezentować będą różnorodny i autorski charakter oferty W.KRUK. Marka konsekwentnie rozwija bestsellerową linię Kwiaty Nocy, do której w 2026 roku dołączyły kwiaty wiśni oraz borówka. Po raz kolejny łączy tradycję i nowoczesność jubilerską, w kolekcji wykorzystano technikę ręcznego malowania emalią oraz nowość – technologię e-coating. Jako ekspert w biżuterii brylantowej W.KRUK zaprezentuje nowości w tym obszarze, rozwijając również grupę biżuterii zdobionej diamentami laboratoryjnymi. Nowości z diamentami stworzonymi przez człowieka zaprezentowano na przełomie roku 2025/2026 w kolekcji Nuova oraz na sezon walentynkowy 2026 w kolekcji Czułość. Jak co roku, w 2026 W.KRUK zaplanował premierę swojego flagowego projektu – kolekcji ambasadorskiej. Klienci spodziewać się mogą nowych, unikalnych wzorów i dodatków jubilerskich w niepowtarzalnej stylistyce, charakterystycznej dla Współtwórczyni kolekcji. W.KRUK tworzy biżuterię inkluzywną i takich nowości nie zabraknie w 2026 roku. Pojawi się wiele uniwersalnych, nowoczesnych form, jak również nowości dedykowane dla mężczyzn. Poza stałym kanonem produktów marka rozbudowywać będzie m.in. ofertę monokolekcyjów. W.KRUK zaskakiwać będzie nie tylko bogatym asortymentem, jak również wykorzystaniem różnorodnych kruszców i technik wytwórczych czy zdobienia. W ramach autorskich linii biżuterii i akcesoriów w ofercie W.KRUK pojawią się nowości, które zgodnie ze światowymi trendami, inspirowane będą folkowymi motywami, stanowiąc nawiązanie do korzeni i lokalnej tożsamości. W.KRUK w drugiej połowie roku celebrować będzie sentyment do tradycji, reinterpretując ją w nowoczesnym, jubilerskim stylu. Odzyskane kruszce wykorzystane w produkcji, podkreślą zrównoważony charakter biżuterii, a rękodzielnicze detale wartość rzemiosła i ducha hand-made. Kolekcja „Pełnia Nosowska x W.Kruk” została nagrodzona w plebiscycie Doskonałość Mody 2025 magazynu „Twój Styl” w kategorii kolekcji ambasadorskiej, co potwierdza wysoką ocenę oferty produktowej i działań kreatywnych spółki.

W I kwartale 2026 roku marka W.KRUK wprowadziła oraz rozwijała kluczowe kolekcje biżuterii. Działania te dotyczyły nowej odsłony kolekcji Kwiaty Nocy, obejmującej modele biżuterii inspirowanej naturą, wzbogaconą o komplementarne akcesoria (m.in. jedwabne chusty i szkatułki), rozszerzenie kolekcji Czułość z okazji Walentynek, w tym rozwój segmentu biżuterii z diamentami laboratoryjnymi. W pierwszym kwartale 2026 r. wprowadzono również specjalną prezentową kolekcję Birthstone, czyli 12 wisiorków z naturalnymi kamieniami oprawionymi w 9-karatowe złoto (375).

Działania sprzedażowe wspierane były przez sezonowe aktywności handlowe, w tym kontynuację zimowej wyprzedaży oraz kampanie związane z kluczowymi okresami zakupowymi (Walentynki, Dzień Kobiet). Uzupełnieniem oferty była aktywność młodszej marki z portfolio W.KRUK – Picky Pica, która wprowadziła walentynkową kolekcję „Love Fever”. Kampania została zrealizowana we współpracy z polską marką odzieżową She Is Sunday i obejmowała działania w mediach społecznościowych.

W okresie I kwartału prowadzono szeroko zakrojone działania komunikacyjne obejmujące wszystkie kluczowe kanały (media tradycyjne, digital, social media). Kampanie wspierały sprzedaż nowych kolekcji, działania sezonowe oraz aktywności wizerunkowe. Istotnym elementem były również współprace influencerskie oraz działania niestandardowe, w tym akcja promocyjna z dostępem do aplikacji Empik Go dla klientów salonów stacjonarnych z okazji Dnia Kobiet. W.KRUK został partnerem jednego z najbardziej prestiżowych wydarzeń kulturalnych i branżowych - gali Bestsellery Empiku 2025. Marka kontynuowała także zaangażowanie w projekty specjalne, takie jak realizacja statuetek Srebrne Jabłka magazynu „PANI”, podkreślając tym samym rolę W.KRUK w promocji rzemiosła jubilerskiego.

W pierwszym kwartale 2026 spółka W.KRUK zorganizowała również dwa wydarzenia dedykowane marce zegarkowej Hublot – jedno skierowane do klientów, drugie do przedstawicieli mediów. Spotkania miały na celu prezentację wybranych kolekcji oraz budowanie świadomości oferty W.KRUK w segmencie zegarków premium, a także wzmacnianie relacji z klientami i środowiskiem dziennikarskim.

Marka Lilou w I kwartale 2026 roku kontynuowała strategiczne wzmacnianie oferty biżuterii personalizowanej i symbolicznej, łącząc minimalistyczne wzornictwo z emocjonalnym storytellingiem. W sprzedaży obecne były klasyczne kolekcje, takie jak Amour, Glamour, Planets, Papillon, Soleil czy Cosmos, a także nowości, w tym wprowadzona na początku roku kolekcja Verso, obejmująca naszyjniki, pierścionki, kolczyki i bransoletki mankietowe w wariantach pozłacanych i posrebrzanych, z możliwością personalizacji grawerem. Oferta obejmowała biżuterię z motywami serc, gwiazd, planet, motyli i symboli ochronnych. Marka rozwijała ofertę naszyjników, bransoletek, kolczyków i pierścionków z wykorzystaniem kamieni naturalnych, pereł, emalii i cyrkonii. Istotnym elementem oferty pozostawała personalizacja, obejmująca możliwość grawerowania inicjałów, dat i krótkich dedykacji. Produkty umożliwiały tworzenie indywidualnych kompozycji i były prezentowane jako biżuteria codzienna oraz talizmany o wartości symbolicznej. Widoczne były również inspiracje naturą i kosmosem, a także rozwój kolekcji o bardziej wyrazistym charakterze, takich jak Forza, Snake czy Hero przedstawianych w komunikacji marketingowej jako biżuteria o wartości emocjonalnej i symbolicznym znaczeniu.

Lilou oferowała również biżuterię męską obejmującą bransoletki, naszyjniki i sygnety w wersjach połączonych i posrebrzanych, często z kamieniami naturalnymi lub elementami skórzanymi. Produkty utrzymane w minimalistycznym, nowoczesnym designie skierowane były do mężczyzn poszukujących biżuterii codziennej o aspiracyjnym charakterze, eleganckiej oraz subtelnej i uniwersalnej.

9.2. ZNACZĄCE ZDARZENIA PO DACIE BILANSOWEJ

Wniosek Zarządu VRG S.A. w Krakowie do Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki w sprawie sposobu podziału zysku netto Spółki za rok obrotowy 2025

W dniu 18 maja 2026 r. VRG S.A. opublikowała raport bieżący nr 6/2026, w którym Zarząd VRG S.A. poinformował o podjęciu w dniu 18 maja 2026 r. uchwały w sprawie przyjęcia wniosku Zarządu VRG S.A. do Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki w sprawie sposobu podziału zysku netto Spółki za rok obrotowy 2025.

Powyższy wniosek zawiera rekomendację niewypłacania dywidendy z zysku za rok 2025 i przeznaczenia zysku netto wykazanego w sprawozdaniu finansowym Spółki za rok obrotowy 2025 w wysokości 8.121.062,13 zł w całości na zasilenie kapitału zapasowego.

Powyższa rekomendacja zakłada odstąpienie od polityki dywidendowej przyjętej przez Zarząd Spółki w dniu 18 maja 2022 roku („Polityka Dywidendowa”) w odniesieniu do podziału zysku za rok 2025.

Rekomendacja wynika z konieczności zapewnienia Spółce płynności finansowej oraz kapitału niezbędnego do dalszego rozwoju jej działalności oraz realizacji planowanych inwestycji dotyczących m. in. rozwoju segmentów odzieżowego i jubilerskiego w zakresie infrastruktury wspierającej procesy zarządzania biznesem, a także otwarcie nowych lub odnowienia istniejących już powierzchni handlowych salonów stacjonarnych marek Grupy Kapitałowej Spółki.

Jednocześnie Zarząd Spółki rozważa zwrócenie się do Walnego Zgromadzenia Spółki o podjęcie uchwały w sprawie wprowadzenia w Spółce długoterminowego programu motywacyjnego opartego na akcjach Spółki, skierowanego do Zarządu Spółki, Zarządu W.KRUK S.A. oraz kluczowej kadry menedżerskiej Spółki oraz innych osób o istotnym znaczeniu dla Spółki oraz spółek z jej grupy kapitałowej.

Zarząd Spółki rozważa, że program motywacyjny, o którym mowa powyżej, mógłby zostać realizowany poprzez przyznanie osobom uprawnionym, za ich zgodą, uprawnień w postaci warunkowego prawa do nabycia akcji własnych Spółki przy wykorzystaniu akcji własnych Spółki, które mogłyby zostać nabyte przez Spółkę na podstawie uchwały Walnego Zgromadzenia.

Na dzień publikacji raportu bieżącego nr 6/2026 oraz na dzień podpisania niniejszego sprawozdania nie zostały podjęte decyzje dotyczące parametrów programu motywacyjnego. Ewentualne propozycje uchwał będą przedmiotem analiz Zarządu i w przypadku podjęcia decyzji o skierowaniu ich pod obrady Walnego Zgromadzenia - zostaną opublikowane zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa.

Rekomendacja podziału zysku netto wykazanego w sprawozdaniu finansowym Spółki za rok 2025, o której mowa powyżej stanowi spełnienie wymagań art. 395 § 2 pkt. 2) w związku z art. 396 Kodeksu Spółek Handlowych.

Jednocześnie Zarząd informuje, że poddana pod głosowanie na posiedzeniu Rady Nadzorczej Spółki w dniu 18 maja 2026 r. uchwała Rady Nadzorczej w sprawie przyjęcia i przedstawienia Zwyczajnemu Walnemu Zgromadzeniu VRG S.A. sprawozdania z oceny przez Radę Nadzorczą powyższego wniosku Zarządu w sprawie sposobu podziału zysku netto Spółki za rok obrotowy 2025, nie uzyskała wymaganej większości głosów.

9.3. EMISJA, WYKUP I SPŁATA DŁUŻNYCH I KAPITAŁOWYCH PAPIERÓW WARTOŚCIOWYCH

W I kwartale 2026 roku Spółka Dominująca nie dokonywała emisji, wykupu lub spłaty kapitałowych papierów wartościowych.

9.4. DYWIDENDY WYPŁACONE I ZADEKLAROWANE

Polityka dywidendowa w Grupie Kapitałowej VRG

W Grupie Kapitałowej funkcjonuje Polityka dywidendowa przyjęta przez Zarząd Spółki Dominującej w dniu 18 maja 2022 r. o następującej treści:

Polityka dywidendowa VRG S.A. z siedzibą w Krakowie.

Jednym z głównych celów Zarządu VRG S.A. z siedzibą w Krakowie („Spółka”) jest dzielenie się zyskiem z akcjonariuszami poprzez wypłatę dywidendy. Zarząd Spółki zamierza rekomendować akcjonariuszom wypłatę dywidendy zgodnie z niniejszą polityką dywidendową.

Zarząd Spółki zamierza corocznie rekomendować walnemu zgromadzeniu Spółki wypłatę dywidendy w przedziale między 20% a 70% wartości skonsolidowanego zysku netto wynikającego z zaudytowanego skonsolidowanego sprawozdania finansowego Spółki, przy założeniu, że wskaźnik dług netto/ EBITDA na koniec roku obrotowego wyniesie mniej niż 2,5.

Każdorazowo przed przedstawieniem rekomendacji walnemu zgromadzeniu Spółki, Zarząd Spółki będzie brał pod uwagę następujące czynniki:

- sytuację finansową Spółki i jej grupy kapitałowej,
- potrzeby inwestycyjne,
- sytuację płynnościową,
- perspektywy rozwoju grupy kapitałowej Spółki w danej sytuacji rynkowej i makroekonomicznej,
- plany akwizycyjne,
- kowenanty bankowe.

Wniosek Zarządu VRG S.A. w Krakowie do Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki w sprawie sposobu podziału zysku netto Spółki za rok obrotowy 2025

W dniu 18 maja 2026 r. VRG S.A. opublikowała raport bieżący nr 6/2026, w którym Zarząd VRG S.A. poinformował o podjęciu w dniu 18 maja 2026 r. uchwały w sprawie przyjęcia wniosku Zarządu VRG S.A. do Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki w sprawie sposobu podziału zysku netto Spółki za rok obrotowy 2025.

Powyższy wniosek zawiera rekomendację niewypłacania dywidendy z zysku za rok 2025 i przeznaczenia zysku netto wykazanego w sprawozdaniu finansowym Spółki za rok obrotowy 2025 w wysokości 8.121.062,13 zł w całości na zasilenie kapitału zapasowego.

Powyższa rekomendacja zakłada odstępianie od polityki dywidendowej przyjętej przez Zarząd Spółki w dniu 18 maja 2022 roku („Polityka Dywidendowa”) w odniesieniu do podziału zysku za rok 2025.

Rekomendacja wynika z konieczności zapewnienia Spółce płynności finansowej oraz kapitału niezbędnego do dalszego rozwoju jej działalności oraz realizacji planowanych inwestycji dotyczących m. in. rozwoju segmentów odzieżowego i jubilerskiego w zakresie infrastruktury wspierającej procesy zarządzania biznesem, a także otwarć nowych lub odnowienia istniejących już powierzchni handlowych salonów stacjonarnych marek Grupy Kapitałowej Spółki.

Jednocześnie Zarząd Spółki rozważa zwrócenie się do Walnego Zgromadzenia Spółki o podjęcie uchwały w sprawie wprowadzenia w Spółce długoterminowego programu motywacyjnego opartego na akcjach Spółki, skierowanego do Zarządu Spółki, Zarządu W.KRUK S.A. oraz kluczowej kadry menedżerskiej Spółki oraz innych osób o istotnym znaczeniu dla Spółki oraz spółek z jej grupy kapitałowej.

Zarząd Spółki rozważa, że program motywacyjny, o którym mowa powyżej, mógłby zostać realizowany poprzez przyznanie osobom uprawnionym, za ich zgodą, uprawnień w postaci warunkowego prawa do nabycia akcji własnych Spółki przy wykorzystaniu akcji własnych Spółki, które mogłyby zostać nabyte przez Spółkę na podstawie uchwały Walnego Zgromadzenia.

Na dzień publikacji raportu bieżącego nr 6/2026 oraz na dzień podpisania niniejszego sprawozdania nie zostały podjęte decyzje dotyczące parametrów programu motywacyjnego. Ewentualne propozycje uchwał będą przedmiotem analiz Zarządu i - w przypadku podjęcia decyzji o skierowaniu ich pod obrady Walnego Zgromadzenia - zostaną opublikowane zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa.

Rekomendacja podziału zysku netto wykazanego w sprawozdaniu finansowym Spółki za rok 2025, o której mowa powyżej stanowi spełnienie wymagań art. 395 § 2 pkt. 2) w związku z art. 396 Kodeksu Spółek Handlowych.

Jednocześnie Zarząd informuje, że poddana pod głosowanie na posiedzeniu Rady Nadzorczej Spółki w dniu 18 maja 2026 r. uchwała Rady Nadzorczej w sprawie przyjęcia i przedstawienia Zwyczajnemu Walnemu Zgromadzeniu VRG S.A. sprawozdania z oceny przez Radę Nadzorczą powyższego wniosku Zarządu w sprawie sposobu podziału zysku netto Spółki za rok obrotowy 2025, nie uzyskała wymaganej większości głosów.

9.5. POSTĘPOWANIA TOCZĄCE SIĘ PRZED SĄDEM LUB ORGANEM ADMINISTRACJI PUBLICZNEJ

Przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej nie toczą się żadne postępowania dotyczące zobowiązań lub wierzytelności Grupy, którego wartość miałyby istotny wpływ na ocenę sytuacji Grupy.

9.6. ROZLICZENIA PODATKOWE

Obowiązujące w Polsce przepisy podatkowe podlegają częstym zmianom, powodując istotne różnice w ich interpretacji i istotne wątpliwości w ich stosowaniu. Organy podatkowe posiadają instrumenty kontroli umożliwiające im weryfikację podstaw opodatkowania (w większości przypadków w okresie poprzednich 5 lat obrotowych), oraz nakładanie kar i grzywien. W konsekwencji ustalenie zobowiązań podatkowych, aktywów oraz rezerwy z tytułu odroczonego podatku dochodowego może wymagać istotnego osądu, w tym dotyczącego transakcji już zaistniałych, a kwoty prezentowane i ujawniane w sprawozdaniach finansowych mogą się zmienić w przyszłości w wyniku kontroli organów podatkowych.

Podatkowa Grupa Kapitałowa:

W dniu 15.11.2024 r. Zarząd VRG S.A. podjął uchwałę w sprawie: wyrażenia zgody na zawarcie Umowy Podatkowej Grupy Kapitałowej („PGK”) w skład w której weszły VRG S.A. oraz spółka zależna W. KRUK S.A.

Umowa PGK VRG została zawarta z dniem 15.11.2024 z pierwszym rokiem podatkowym rozpoczynającym się w dniu 01.01.2025r. na okres 3 lat.

W umowie o utworzeniu Podatkowej Grupy Kapitałowej, VRG S.A. została wskazana jako spółka reprezentująca PGK w zakresie obowiązków wynikających z ustawy o podatku dochodowym od osób prawnych oraz z przepisów ordynacji podatkowej.

W dniu 05.12.2024 r. Zarząd VRG S.A. otrzymał decyzję Naczelnika Pierwszego Mazowieckiego Urzędu Skarbowego w Warszawie o dokonaniu rejestracji umowy o utworzeniu PGK VRG.

9.7. TRANSAKCJE Z PODMIOTAMI POWIĄZANYMI

Za jednostki powiązane wobec Grupy uznaje się:

- osoby wchodzące w skład kluczowego personelu kierowniczego Grupy Kapitałowej VRG S.A.
- podmioty, w których osoby zaliczone do kluczowego personelu kierowniczego sprawują kontrolę lub na które wywierają znaczący wpływ, w znaczeniu zgodnym z MSR 24.

Do kluczowego personelu kierowniczego Grupa zalicza członków Zarządu oraz Rady Nadzorczej Spółki Dominującej.

Wartość krótkoterminowych świadczeń członków Zarządu Spółki Dominującej wypłaconych w okresie od 1 stycznia 2026 do 31 marca 2026 roku wyniosła 380 tys. PLN.

Wartość krótkoterminowych świadczeń członków Rady Nadzorczej Spółki Dominującej wypłaconych w okresie od 1 stycznia 2026 do 31 marca 2026 roku wyniosła 167 tys. PLN.

Dodatkowo członkowie Rady Nadzorczej VRG S.A. zasiadający w Radzie Nadzorczej KRUK S.A. pobrali kwotę 21 tys. PLN z tego tytułu.

Dwóch z członków Zarządu VRG S.A. zasiada w Zarządzie W.KRUK S.A. i z tego tytułu pobrali kwotę 252 tys. PLN.

PODMIOTY I OSOBY POWIĄZANE Z KLUCZOWYM PERSONELEM KIEROWNICZYM SPÓŁKI WEDŁUG STANU NA DZIEŃ 31 MARCA 2026 R. Z KTÓRYMI ZREALIZOWANO TRANSAKCJE W OKRESIE SPRAWOZDAWCZYM

W pierwszym kwartale 2026 roku Spółka zawierała transakcje z podmiotami, na które znacząco wpływa lub posiada w niej znaczącą liczbę głosów, bezpośrednio lub pośrednio osoba będąca członkiem kluczowego personelu kierowniczego Spółki.

- Colian Sp. z o.o.- zakup produktów w pierwszym kwartale 2026 roku w kwocie 1,4 tys. PLN. brutto.

9.8. INFORMACJE O UDZIELENIU PRZEZ EMITENTA LUB PRZEZ JEDNOSTKĘ OD NIEGO ZALEŻNĄ PORĘCZEŃ KREDYTU LUB POŻYCZKI LUB UDZIELENIU GWARANCJI ŁĄCZNIE JEDNEMU PODMIOTOWI LUB JEDNOSTCE ZALEŻNEJ OD TEGO PODMIOTU, JEŻELI ŁĄCZNA WARTOŚĆ ISTNIEJĄCYCH PORĘCZEŃ LUB GWARANCJI JEST ZNACZĄCA

W I kwartale 2026 roku Spółka Dominująca nie udzieliła dodatkowych poręczeń spółkom zależnym w stosunku do opisanych w raporcie rocznym i skonsolidowanym raporcie rocznym za 2025 rok oraz w niniejszym punkcie.

Na 31.03.2026 roku saldo udzielonych w poprzednich okresach przez Spółkę Dominującą poręczeń spółce zależnej DCG S.A. za zobowiązania DCG S.A. wobec Banku PKO BP S.A. wynikające z umów kredytowych wynosi:

Umowa limitu kredytowego wielocelowego do kwoty 18.000.000,00 PLN zawarta przez spółkę zależną DCG S.A. w dniu 26.06.2015 roku z późn. zm. Jednym z zabezpieczeń spłaty zobowiązań DCG S.A. wobec banku z tytułu niniejszej umowy jest poręczenie przez Spółkę Dominującą do maksymalnej kwoty nieprzekraczającej 22.500.000 PLN, poręczenie ważne jest do 14 lipca 2030 roku.

W związku z zawarciem umowy przyrzeczonej w wykonaniu dokumentacji transakcyjnej dotyczącej nabycia spółek grupy Lilou i uruchomieniem kredytu inwestycyjnego, spółki nabywane w ramach projektu akwizycyjnego tj. LILOU Sp. z o.o., BELLVER WK SPV 1 Sp. z o.o. Sp. kom., Lilou Online Shop WK SPV 1 Sp. z o.o. Sp. kom., Lilou Retail WK SPV 1 Sp. z o.o. Sp. kom., Logistics Retail WK SPV 1 Sp. z o.o. Sp. kom. udzieliły poręczenia spółkom W.KRUK S.A. i WK SPV 1 Sp. z o.o. z tytułu umowy kredytu inwestycyjnego do wysokości 180.000.000,00 PLN każda, poręczenie ważne jest do 23 lipca 2035 roku.

9.9. INFORMACJE O ISTOTNYCH TRANSAKCYJACH NABYCIA I SPRZEDAŻY RZECZOWYCH AKTYWÓW TRWAŁYCH

Łączna kwota nakładów inwestycyjnych na nabycie rzeczowych aktywów trwałych w sprawozdaniu skonsolidowanym z przepływów finansowych wykazanych w okresie sprawozdawczym wyniosła 14 719 tys. PLN.

Brak istotnych transakcji sprzedaży.

9.10. INFORMACJE O ISTOTNYM ZOBOWIĄZANIU Z TYTUŁU DOKONANIA ZAKUPU RZECZOWYCH AKTYWÓW TRWAŁYCH

Nie dotyczy.

9.11. WSKAZANIE CZYNNIKÓW, KTÓRE W OCENIE EMITENTA BĘDĄ MIAŁY WPŁYW NA WYNIKI OSIĄGNIĘTE PRZEZ GRUPĘ KAPITAŁOWĄ W PERSPEKTYWIE CO NAJMNIEJ KOLEJNEGO KWARTAŁU

Poniżej przedstawiono skrót najważniejszych czynników, które mogą mieć wpływ na wyniki i sytuację ekonomiczno – finansową Grupy. Wymienione niżej czynniki mogą mieć istotny wpływ na perspektywy rozwoju, osiągnięte wyniki i sytuację finansową Grupy Kapitałowej.

Negatywny wpływ na wyniki finansowe Grupy w ciągu najbliższych kilku kwartałów mogą wywierać:

- Trwające napięcia geopolityczne na Bliskim Wschodzie wpływają na globalne łańcuchy dostaw, w szczególności poprzez zakłócenia w transporcie morskim oraz wzrost kosztów frachtu. Dodatkowo sytuacja ta może powodować wahania cen surowców energetycznych oraz kursów walut.
- Dalszy wzrost cen kruszców.
- Inflacja oraz wzrost cen.
- Ograniczenie konsumpcji.
- Konflikt zbrojny w Ukrainie.
- Deprecjacja PLN w stosunku do USD, EUR, CHF.
- Sytuacja ekonomiczno – społeczna w Polsce.
- Zmiana polityki celnej krajów należących do czołowych gospodarek światowych.

Pozytywny wpływ na wyniki finansowe Grupy ciągu najbliższych kilku kwartałów mogą wywierać:

- Poszerzenie oferty Grupy oraz lepsza oferta w kluczowych kategoriach produktowych.
- Trafione w gusta klientów nowe autorskie kolekcje biżuterii.
- Efekt wdrożonych projektów wspierających sprzedaż (marketing automation i CRM; onebasket; oparty o AI model replenishmentu i alokacji).
- Wzrost nakładów marketingowych, lepszy marketing mix.
- Poprawa efektywności kosztowej sieci sprzedaży oraz centrali.
- Rozwój kanału on-line w segmencie odzieżowym i jubilerskim.
- Rozwój powierzchni sprzedażowej segmentu jubilerskiego.
- Aprecjacja PLN w stosunku do USD, EUR, CHF.
- Przejęcie grupy spółek Lilou.

9.12. INNE INFORMACJE, KTÓRE SĄ ISTOTNE DLA OCENY SYTUACJI GRUPY KAPITAŁOWEJ VRG S.A.

Proces zarządzania ryzykiem jest realizowany w oparciu o Politykę zarządzania ryzykiem w Grupie Kapitałowej VRG. Wspiera ona realizację strategii Grupy i ma na celu zagwarantowanie odpowiedniego poziomu bezpieczeństwa działalności biznesowej oraz sprawozdawczości finansowej. Grupa Kapitałowa dąży do odpowiednio wczesnego rozpoznania oraz zarządzania ryzykami związanymi z działalnością spółek Grupy. Proces i metody zarządzania ryzykiem są adekwatne do skali działalności Grupy oraz dostosowane do poziomu danego ryzyka. Proces zarządzania ryzykiem jest procesem systematycznym i podlegającym doskonaleniu - jest dostosowywany do nowych czynników i źródeł ryzyka, a także zmieniającego się otoczenia prawnego i ekonomicznego. Metody zarządzania ryzykiem są okresowo weryfikowane.

Zarząd odpowiada za skuteczne zarządzanie ryzykiem. Komitet Audytu jako stały organ kolegialny Rady Nadzorczej sprawuje stały nadzór nad działaniami Zarządu w zakresie zarządzania ryzykiem.

Poniżej przedstawiono skrót najważniejszych czynników ryzyka, które mogą mieć wpływ na wyniki i sytuację ekonomiczno – finansową Grupy. Wymienione niżej czynniki mogą mieć istotny negatywny wpływ na perspektywy rozwoju, osiągnięte wyniki i sytuację finansową Grupy Kapitałowej.

Ryzyko	Zarządzanie Ryzykiem
Ryzyka strategiczne	

<p>Ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną i geopolityczną</p>	<p>Ryzyko związane z brakiem elastycznej reakcji na dynamicznie zmieniającą się, niestabilną sytuację makroekonomiczną i geopolityczną. Czynniki ryzyka to w szczególności: słaby wzrost gospodarczy, wzrost bezrobocia, spadek konsumpcji indywidualnej, rosnąca inflacja, kryzys energetyczny, wzrost płacy minimalnej w Polsce, konflikty na Ukrainie i na Bliskim Wschodzie, zmiana polityki celnej krajów należących do czołowych gospodarek światowych.</p> <p>Mechanizmy łagodzenia ryzyka to m.in.: Optymalizacja kosztów. Stały monitoring sytuacji gospodarczej (analiza wpływu otoczenia na działalność) w tym bieżące monitorowanie sytuacji na Bliskim Wschodzie i na tej podstawie weryfikowanie kierunków i celów rozwoju. Dywersyfikacja źródeł dostaw i miejsc zlecenia produkcji. Wycofanie się z projektów obciążonych wysokim ryzykiem.</p>
<p>Niewłaściwa strategia</p>	<p>Istnieje ryzyko, że zostały niewłaściwie nakreślone cele i/lub został przyjęty niewłaściwy sposób realizacji nakreślonych celów. Przyjęte założenia Grupy okażą się niedostosowane do zmieniających się oczekiwań klientów lub warunków rynkowych. Istnieje ryzyko, że realizacja zadań opóźni się lub niektóre elementy nie będą możliwe do realizacji lub nie dadzą zakładanych wyników.</p> <p>Mechanizmy łagodzenia ryzyka to m.in.: Bieżące i cykliczne monitorowanie przez Zarządy i Rady Nadzorcze spółek Grupy realizacji założeń w oparciu o wskaźniki i zdefiniowane cele. Na podstawie monitoringu, weryfikowanie kierunków i celów rozwoju. Pozyskiwanie i analiza danych o rynku, klientach i konkurencji. Optymalizacja poziomu zatowarowania sklepów i poziomu zapasów. Realizacja nowych inicjatyw. Prowadzenie weryfikacji rentowności salonów sieci własnej - zwiększenie sprzedaży z metra kwadratowego i poprawa EBIT sieci. Wsparcie trafficu offline i online oraz budowa świadomości marek. Projekt multibrand jako oferta dla franczyzobiorców. Programy motywacyjne dla doradców sprzedaży. Misja firmy w duchu slow fashion i komunikacja do rynku. Rozwój sprzedaży na innych rynkach niż polski. Inwestycja w rozwój kanału e-commerce. Akwizycja marki Lilou - pozyskanie silnego i rozpoznawalnego brandu z ugruntowaną pozycją na rynku, oferującego unikatowy produkt i asortyment niekonkurujący bezpośrednio z ofertą W.KRUK, o odmiennym pozycjonowaniu cenowym i dostępie do innej, młodszej grupy docelowej, ze znaczącym potencjałem dalszego rozwoju.</p>
<p>Nietrafiona kolekcja i jej nieoptymalne wdrożenie</p>	<p>Grupa Kapitałowa VRG działa na bardzo konkurencyjnym, zmiennym i wymagającym rynku odzieżowym. Błędnie zaplanowana kolekcja, nietrafiona kolekcja lub jej nieoptymalne wdrożenie może mieć istotny wpływ na wynik finansowy.</p> <p>Mechanizmy łagodzenia ryzyka to m.in.: Monitorowanie i analiza najnowszych trendów w modzie pod kątem zgodności z marką. Zdefiniowanie grupy docelowej dla każdej marki. Komunikowanie kolekcji na zewnątrz. Dywersyfikacja ID marek. Monitorowanie zachowań konsumenckich. Dopasowywanie planu asortymentowego do budżetu oraz do pików sprzedażowych. Analiza rankingu sprzedaży, analiza opinii klientów i kierowników salonów, sezonowe przeglądy kolekcji oraz rozwijanie na tej podstawie nowych produktów. Piramida kolekcji - optymalne rozłożenie produktów bazowych, komercyjnych i trendowych. Optymalizacja polityki cenowej. Zapas stały, zapewnienie dostępności produktów basic. Analiza konkurencji. Aktualizacja kalendarza kupiecko-projektowego. Dywersyfikacja rynków i dostawców. Regularne uzupełnianie oferty o nowości (sezonowe i trendowe).</p>
<p>Nieoptymalne planowanie sprzedaży i budżetu zakupowego</p>	<p>Ryzyko związane z procesem planowania sprzedaży oraz budżetu na zakupy. Błędy w planowaniu mogą mieć kluczowy wpływ na wynik finansowy.</p>

Mechanizmy łagodzenia ryzyka to m.in.: Budżet sprzedażowy (plan przychodów i marży). Stały monitoring i analiza wyników, dostosowywanie planu do wielkości powierzchni handlowej. Optymalizowanie wielkości odsprzedaży nowej kolekcji. Dedykowany zespół ekspertów.

Ryzyka finansowe

Ryzyko walutowe

Grupa uzyskuje przychody zasadniczo w złotych, natomiast ponosi istotne koszty w euro, dolarach amerykańskich i frankach szwajcarskich, co powoduje narażenie wyniku finansowego na ryzyko kursowe. W okresach osłabiania się złotego w stosunku do głównych walut rozliczeniowych Grupa ponosi wyższe koszty. Jednocześnie potencjalnie negatywna wycena zobowiązań w walutach obcych wpływa na pogorszenie struktury bilansu. Istotnym elementem ryzyka jest wycena skumulowanych zobowiązań leasingowych z tytułu wynajmu lokali handlowych.

Mechanizmy łagodzenia ryzyka to m.in.: Tworzenie prognozy przepływów walutowych. Wykorzystywanie instrumentów zabezpieczających (w przypadku negatywnych prognoz w zakresie przyszłych kursów walutowych). Zabezpieczanie rezerwy na ryzyko walutowe na poziomie budżetu. Nabywanie waluty w ramach transakcji negocjowanych (transakcje spotowe). Zarządzanie ceną z uwzględnieniem zmiennych kursów walut. Korzystanie z prognoz dotyczących przyszłych kursów walutowych. Stosowanie faktoringu odwrotnego w walutach. Utrzymywanie aktywnych limitów skarbowych, w celu zawierania transakcji terminowych.

Ryzyko kredytowe

Spółki Grupy są stroną umów kredytowych. Umowy te zawierają szereg warunków i kowenanty, co do których realizacji spółki są zobowiązane. W przypadku pogorszenia się koniunktury gospodarczej, osłabienia popytu na produkty spółek, realizacja kowenantów może być zagrożona, co powoduje ryzyko wypowiedzenia umów przez banki finansujące. Ze względu na dużą kwotę finansowania może się okazać, iż spółki nie będą mogły w krótkim czasie pozyskać refinansowania.

Mechanizmy łagodzenia ryzyka to m.in.: Terminowa realizacja zobowiązań wobec banków. Monitoring spełniania kowenantów (w tym monitoring wyceny zabezpieczeń, np. znaków towarowych, zapasów). Przekazywanie na bieżąco bankom finansującym informacji o sytuacji finansowej. Audyty zewnętrzne sprawozdań finansowych (roczne i półroczne) potwierdzające rzetelność danych.

Ryzyko płynności finansowej

Grupa posiada zobowiązania z tytułu umów kredytowych oraz zobowiązania handlowe. Obsługa powyższych zobowiązań odbywa się przede wszystkim przy wykorzystaniu bieżących wpływów z działalności. W skrajnym przypadku gwałtownego, równoczesnego spadku popytu i wzrostu kosztów (szczególnie w sytuacji głębokiego osłabienia złotego) lub czasowej utraty przychodów w wyniku zdarzeń nadzwyczajnych w Grupie mogą pojawić się trudności w utrzymaniu płynności finansowej.

Mechanizmy łagodzenia ryzyka to m.in.: Opracowywanie budżetu na dany rok. Monitorowanie przepływów pieniężnych (cash flow). Zarządzanie terminami płatności.

Ryzyka operacyjne

Ryzyko cyberbezpieczeństwa	<p>Ryzyko cyberbezpieczeństwa to ryzyko ataku, uszkodzenia lub nieautoryzowanego dostępu do danych przedsiębiorstwa, jego sieci informatycznych, urządzeń i programów. Zabezpieczenia techniczne nie eliminują ryzyka. Czynnikiem ludzki może być słabym punktem prowadzącym do wystąpienia ryzyka.</p> <p>Mechanizmy łagodzenia ryzyka to m.in.: Proces nadawania uprawnień do systemów oraz procedury zarządzania dostępem do systemów wewnętrznych. Ciągła aktualizacja systemowa zabezpieczeń technicznych i antywirusowych. Szkolenia pracowników, budowanie świadomości, materiały informacyjne i procedury. Zewnętrzne audyty bezpieczeństwa.</p>
Opóźnienia dostaw	<p>Ryzyko związane z opóźnieniem dostaw wyrobów gotowych, surowców i dodatków. Potencjalne opóźnienia mogą skutkować utratą potencjału sprzedaży i wpływać na wynik finansowy.</p> <p>Mechanizmy łagodzenia ryzyka to m.in.: Monitorowanie dostaw. Weryfikacja operatorów logistycznych, współpraca ze sprawdzonymi dostawcami towarów i usług transportowych. Wymogi dla dostawców towarów i usług transportowych oraz kontrola jakości. W razie potrzeby, zmiana środka transportu lub serwisu. Ubezpieczenia. Ograniczenie ilości dostaw transportem lotniczym przez Bliski Wschód i bieżące monitorowanie sytuacji na Bliskim Wschodzie. Zabezpieczenie odpowiedniego zapasu opakowań.</p>

9.13. CZYNNIKI I ZDARZENIA, W TYM O NIETYPOWYM CHARAKTERZE, MAJĄCE ISTOTNY WPŁYW NA SKRÓCONE SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE FINANSOWE

W okresie sprawozdawczym istotny wpływ na sprawozdanie finansowe, miała transakcja przejęcia Lilou. Transakcja ta została opisana w punkcie 6. Przejęcie kontroli nad jednostkami. Jednocześnie nie zanotowano innych zdarzeń - w tym o nietypowym charakterze, które miałyby znaczący wpływ na aktywa, zobowiązania, kapitał własny, zysk netto lub przepływy pieniężne.

KOMENTARZ ZARZĄDU DO INFORMACJI FINANSOWYCH ŚRÓDROCZNEGO SKRÓCONEGO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA ZA I KWARTAŁ 2026

1. WYNIKI FINANSOWE ZA I KWARTAŁ 2026 ROKU

Skonsolidowane wyniki finansowe Grupy Kapitałowej VRG za okres I kwartału roku uwzględniają wyniki podmiotu dominującego VRG S.A. oraz wyniki podmiotów zależnych (w tym m. in. W.KRUK S.A., WK 1840 HU Kft., DCG S.A., VG Property Sp. z o.o. w likwidacji oraz grupy spółek Lilou).

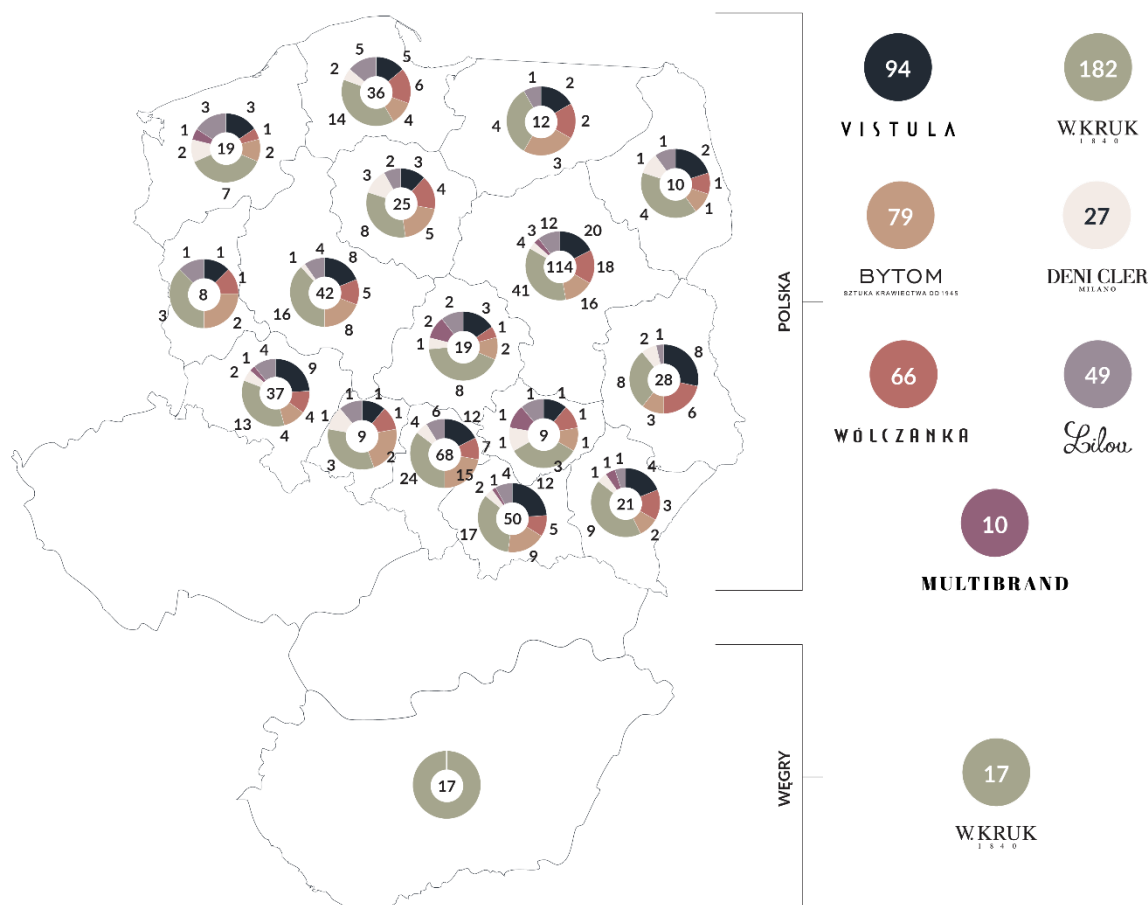
Na koniec I kwartału 2026 roku w stosunku do analogicznego okresu 2025 roku powierzchnia sprzedaży sieci detalicznej Grupy zwiększyła się o 7,1%, przy czym w segmencie odzieżowym powierzchnia zmniejszyła się o 4,9%, natomiast w segmencie jubilerskim zwiększyła się o 34,8%.

POWIERZCHNIA SPRZEDAŻY SIECI DETALICZNEJ (STAN NA KONIEC OKRESU):

Powierzchnia sprzedaży sieci detalicznej (stan na koniec okresu, w tys.m2)	31.03.2026	31.03.2025
Segment odzieżowy	32,3	33,9
Segment jubilerski	19,8	14,7
Ogółem detal	52,1	48,6

Na dzień sporządzenia niniejszego raportu dominująca część sprzedaży realizowana jest za pośrednictwem detalicznej sieci salonów firmowych poszczególnych marek należących do Grupy Kapitałowej. Grupa Kapitałowa na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania posiada sieć sprzedaży detalicznej, liczącą 524 lokalizacji łącznie z salonami franczyzowymi marek Vistula, Wólczanka, Bytom, Deni Cler, W.KRUK i Lilou. Spośród funkcjonujących salonów Grupa jest właścicielem tylko 1 lokalizacji. Z pozostałych lokalizacji Grupa korzysta na podstawie średnio/długoterminowych umów najmu zawieranych na okres zasadniczo 5 lat, niewielka część umów zawarta jest na czas nieokreślony. Większość z lokali znajduje się w nowoczesnych wielkopowierzchniowych centrach handlowych.

Na rysunku poniżej zaprezentowano rozmieszczenie i liczbę salonów firmowych Grupy Kapitałowej na koniec I kwartału 2026 roku według poszczególnych marek.



PODSTAWOWE DANE FINANSOWE GRUPY

(w tys. zł)			MSR17*	MSR17*
	1 kwartał 2026 od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 kwartał 2025 od 01-01-2025 do 31-03-2025	1 kwartał 2026 od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 kwartał 2025 od 01-01-2025 do 31-03-2025
Przychody ze sprzedaży	356 482	293 639	356 482	293 639
EBITDA	52 605	37 855	21 470	8 673
EBIT	14 096	3 697	12 500	1 572
Wynik netto	-154	6 017	5 297	1 789

*Podstawowe pozycje finansowe Grupy z pokazaniem wpływu MSR17 jako poprzednio obowiązującego standardu

Różnica pomiędzy wynikiem operacyjnym (EBIT) pod MSR17 a wynikiem operacyjnym według obowiązujących standardów w 2026 roku wynikała z faktu, iż koszty czynszów pod MSR17, ujmowane w kwotach płatności netto, były wyższe niż odpisy amortyzacyjne aktywów z tytułu prawa do użytkowania lokali handlowych, ujmowanych liniowo przez okres obowiązującej umowy.

Przychody ze sprzedaży Grupy Kapitałowej w I kwartale 2026 roku wyniosły 356,5 mln PLN i były o 62,8 mln PLN (21,4%) wyższe od przychodów osiągniętych w analogicznym okresie poprzedniego roku.

Skonsolidowany zysk EBITDA za I kwartał 2026 roku wyniósł 52,6 mln PLN i był wyższy o 39,0% niż w I kwartale 2025 roku. Zysk EBITDA skalkulowany przy wyłączeniu wpływu MSSF16 wyniósł 21,5 mln PLN.

W I kwartale 2026 roku Grupa Kapitałowa osiągnęła stratę netto na poziomie -0,2 mln PLN w porównaniu do zysku netto na poziomie 6,0 mln PLN w I kwartale 2025 roku. Przy wyłączeniu wpływu MSSF16 Grupa zrealizowała zysk na poziomie 5,3 mln PLN (I kwartał 2025 zysk na poziomie 1,8 mln PLN).

Zwiększenie wartości sprzedaży Grupy w I kwartale 2026 roku były efektem włączenia do Grupy spółek Lilou oraz wzrostu przychodów ze sprzedaży w pozostałych markach.

SEGMENT ODZIEŻOWY

Segment Odzieżowy (tys. zł)			MSR17*	MSR17*
	1 kwartał 2026 od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 kwartał 2025 od 01-01-2025 do 31-03-2025	1 kwartał 2026 od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 kwartał 2025 od 01-01-2025 do 31-03-2025
Przychody ze sprzedaży	141 519	129 916	141 519	129 916
Koszt własny sprzedaży	55 164	55 729	55 164	55 729
Zysk brutto ze sprzedaży	86 355	74 187	86 355	74 187
Koszty sprzedaży	73 377	72 998	74 377	74 067
Koszty ogólnego zarządu	14 190	14 246	14 145	14 432
Pozostałe przychody operacyjne	1 352	796	1 352	675
Pozostałe koszty operacyjne	2 345	1 482	2 287	1 415
Strata ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych	269	182	269	182
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	-2 474	-13 925	-3 371	-15 234
Przychody / koszty finansowe	-4 767	2 034	-961	356
Zysk (strata) brutto	-7 241	-11 891	-4 332	-14 878
Podatek dochodowy	-579	261	-27	-307
Zysk (strata) roku obrotowego	-6 662	-12 152	-4 306	-14 571

*W powyższej tabeli zaprezentowano podstawowe pozycje finansowe segmentu odzieżowego Grupy z pokazaniem wpływu MSR17 jako poprzednio obowiązującego standardu

SPRZEDAŻ

Przychody ze sprzedaży segmentu odzieżowego w I kwartale 2026 roku wyniosły 141,5 mln PLN i były o 11,6 mln PLN (tj. o 8,9%) wyższe od przychodów osiągniętych w analogicznym okresie 2025 roku.

Wzrost przychodów w I kwartale 2026 był wynikiem zwiększenia oferty obejmującej odzież formalną, lepszej struktury kolekcji, koncentracji na ofercie zgodnej z DNA marek, inwestycjami marketingowymi w wizerunek marek, poprawy zatowarowania sklepów stacjonarnych, wdrożenia skuteczniejszych programów motywacyjnych dla doradców klienta w salonach sieci stacjonarnej oraz trafionych inwestycji nakierowanych na poprawę efektywności kanału online. Nowa kolekcja wiosna-lato spotkała się z lepszym odbiorem przez klientów, co przełożyło się na większy jej udział w sprzedaży r/r oraz wpłynęło pozytywnie na wyniki I kwartału.

Segment odzieżowy (mln PLN)	1 kwartał 2026 od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 kwartał 2025 od 01-01-2025 do 31-03-2025
Przychody ze sprzedaży	141,5	129,9
Sprzedaż detaliczna	139,3	127,4
Pozostała sprzedaż	1,4	0,9
Hurt	0,8	1,6

Grupa zanotowała w I kwartale 2026 r. następujące wyniki sprzedaży detalicznej w poszczególnych markach:

VISTULA ↑ 51,6 mln PLN (3,3% r/r)	BYTOM ↑ 43,8 mln PLN (11,0% r/r)	WÓLCZANKA ↑ 29,4 mln PLN (20,8% r/r)	DENI CLER MILANO ↑ 14,5 mln PLN (6,3% r/r)
---	--	--	--

W I kwartale 2026 roku wzrosty były obserwowane zarówno w sieci stacjonarnej, jak i sprzedaży internetowej. Sprzedaż w sieci offline wzrosła o 7,4% w porównaniu do I kwartału 2025 roku, natomiast sprzedaż online wzrosła o 14,2% w porównaniu do I kwartału 2025 roku. Wzrost spowodowany był dobrym przyjęciem nowej kolekcji oraz większym popytem na nią.

Udział sprzedaży online w przychodach segmentu odzieżowego wyniósł 30,0% w I kwartale 2026 roku w porównaniu do 28,7% udziału sprzedaży online w I kwartale 2025 roku.

Wzrost sprzedaży w I kwartale 2026 roku w sieci offline wystąpił na mniejszej r/r powierzchni sprzedażowej. Pozytywny wpływ na wyniki segmentu odzieżowego w I kwartale 2026 roku miała dalsza optymalizacja sieci sprzedaży poprzez rezygnację z lokalizacji, które były nierentowne.

ZYSK BRUTTO ZE SPRZEDAŻY

Zysk brutto na sprzedaży segmentu odzieżowego w I kwartale 2026 roku wyniósł 86,4 mln PLN i był o 16,4% wyższy od wygenerowanego w analogicznym okresie poprzedniego roku. Marża brutto wyniosła 61,0% w I kwartale 2026 roku, co oznacza wzrost o 3,9 pp. w stosunku do analogicznego okresu 2025 roku. Na wzrost marży procentowej pozytywnie wpłynęło przede wszystkim zwiększenie udziału sprzedaży nowej kolekcji r/r, korzystniejsze warunki zakupu towarów oraz ograniczenie skali akcji promocyjnych.

KOSZTY SPRZEDAŻY

Koszty sprzedaży w I kwartale 2026 roku wyniosły 73,4 mln PLN i były wyższe o 0,4 mln PLN (0,5%) w stosunku do kosztów poniesionych w analogicznym okresie 2025 roku. Udział kosztów sprzedaży w przychodach w I kwartale 2026 roku wyniósł 51,8% w stosunku do 56,2% w analogicznym okresie 2025 roku. Wzrost kosztów sprzedaży był spowodowany przede wszystkim wzrostem kosztów związanych z marketingiem wizerunkowym i marketingiem on-line. Na poziom kosztów wpływ miała również optymalizacja sieci sprzedaży poprzez rezygnację z lokalizacji, które były nierentowne.

KOSZTY OGÓLNEGO ZARZĄDU

Koszty ogólnego zarządu w I kwartale 2026 roku wyniosły 14,2 mln PLN i utrzymały się na tym samym poziomie jak w I kwartale 2025 roku. Jednocześnie udział kosztów ogólnego zarządu w przychodach ze sprzedaży spadł do poziomu 10,0%, w analogicznym okresie 2025 roku wynosił 11,0%.

WYNIK OPERACYJNY W SEGMENTCIE ODZIEŻOWYM

W I kwartale 2026 roku poniesiono stratę operacyjną w wysokości 2,5 mln PLN względem straty 14,0 mln PLN w I kwartale 2025 roku (poprawa wyniku o 11,5 mln PLN).

Polepszenie rentowności operacyjnej było wynikiem wyższej sprzedaży i marży brutto na sprzedaży r/r, które to przewyższały wzrost kosztów tym okresie. Do polepszenia rentowności operacyjnej w I kwartale 2026 roku przyczyniło się również efektywne zarządzanie kosztami oraz optymalizacja sieci sprzedaży poprzez rezygnację z lokalizacji, które były nierentowne.

Rentowność operacyjna segmentu odzieżowego w I kwartale 2026 roku była ujemna i wyniosła -1,7% (I kwartał 2025 -10,7%). W latach ubiegłych w okresie I kwartału w segmencie odzieżowym także występowała ujemna rentowność operacyjna, która wynikała m.in. z wyprzedającego charakteru tej części roku.

PRZYCHODY I KOSZTY FINANSOWE

Saldo wyniku na działalności finansowej w segmencie odzieżowym wyniosło -4,8 mln PLN w I kwartale 2026 roku w stosunku do 2,0 mln PLN w analogicznym okresie 2025 roku. Standard MSSF16 miał niekorzystny wpływ na saldo działalności finansowej segmentu odzieżowego w I kwartale 2026 roku o wartości 3,8 mln PLN (I kwartał 2025 r.: +1,7 mln PLN). Saldo różnic kursowych (bez MSSF16) było ujemne i wyniosło -0,9 mln PLN w stosunku do 1,7 mln PLN w I kwartale 2025.

Segment odzieżowy (tys. zł)	1 kwartał 2026 od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 kwartał 2025 od 01-01-2025 do 31-03-2025
saldo kosztów finansowych	-90	-1 318
saldo różnic kursowych (bez MSSF 16)	-871	1 674
wpływ MSSF 16	-3 806	1 678

- w tym z tytułu różnic kursowych	-2 313	3 055
- w tym z tytułu odsetek	-1 493	-1 377
Przychody / koszty finansowe	-4 767	2 034

WYNIK NETTO W SEGMENTCIE ODZIEŻOWYM

Grupa w ramach segmentu odzieżowego wykazała w I kwartale 2026 roku stratę netto na poziomie 6,7 mln PLN w stosunku do straty netto 12,2 mln PLN w analogicznym okresie 2025 roku, co oznacza poprawę wyniku o 5,5 mln PLN r/r.

SEGMENT JUBILERSKI

Segment Jubilerski (tys. zł)			MSR17*	MSR17*
	1 kwartał 2026 od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 kwartał 2025 od 01-01-2025 do 31-03-2025	1 kwartał 2026 od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 kwartał 2025 od 01-01-2025 do 31-03-2025
Przychody ze sprzedaży	214 963	163 723	214 963	163 723
Koszt własny sprzedaży	99 964	78 608	99 964	78 608
Zysk brutto ze sprzedaży	114 999	85 115	114 999	85 115
Koszty sprzedaży	77 224	55 090	77 995	55 656
Koszty ogólnego zarządu	22 180	12 117	22 113	12 167
Pozostałe przychody operacyjne	1 358	229	1 358	29
Zysk ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych	215	0	215	0
Pozostałe koszty operacyjne	598	332	593	332
Strata ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych	0	183	0	183
Zysk na działalności operacyjnej	16 570	17 622	15 871	16 806
Przychody/koszty finansowe	-7 442	2 307	-2 956	891
Zysk brutto	9 128	19 929	12 915	17 697
Podatek dochodowy	2 620	1 760	3 312	1 337
Zysk roku obrotowego	6 508	18 169	9 604	16 360

SPRZEDAŻ

Przychody w I kwartale 2026 roku w segmencie jubilerskim wyniosły 215,0 mln PLN i były wyższe od wyników segmentu zanotowanych w analogicznym okresie 2025 roku o 51,2 mln PLN (31,3%). Istotny wpływ na wzrost przychodów miało włączenie w segment spółek z Grupy Lilou. Przychody Lilou wyniosły 15,1 mln PLN. Wzrost sprzedaży był również efektem utrzymania pozytywnego trendu sprzedaży biżuterii złotej i srebrnej oraz zegarków. Ponadto konsekwentnie rozwijana była działalność nowych salonów zagranicznych na Węgrzech. Przychody na rynku węgierskim wyniosły 4,5 mln PLN.

ZYSK BRUTTO ZE SPRZEDAŻY

Zysk brutto ze sprzedaży segmentu jubilerskiego w I kwartale 2026 roku wyniósł 115,0 mln PLN i był o 35,1% wyższy od wygenerowanego w analogicznym okresie poprzedniego roku, co było konsekwencją wzrostu sprzedaży marki W.KRUK oraz włączenia spółek z grupy Lilou. W I kwartale 2026 roku nastąpił wzrost procentowej marży brutto o 1,5 pp. do poziomu 53,5% w stosunku do 52,0% w analogicznym okresie 2025 roku, na co wpływ miało włączenie marki Lilou generującej wyższą marżę procentową.

Wzrost zysku brutto ze sprzedaży w I kwartale 2026 roku był efektem wzrostu przychodów ze sprzedaży oraz poprawy procentowej marży brutto.

KOSZTY SPRZEDAŻY

Koszty sprzedaży w I kwartale 2026 roku wyniosły 77,2 mln PLN w stosunku do 55,1 mln PLN w roku poprzednim, co oznacza wzrost kosztów sprzedaży o 22,1 mln PLN (40,2%). Wzrost kosztów sprzedaży był spowodowany dołączeniem do segmentu marki Lilou, rozwojem sieci sprzedaży (wzrost liczby salonów- zarówno w Polsce jak i na Węgrzech) oraz wzrostem kosztów wynagrodzeń

(wzrost stawki minimalnej). Większe przychody miały również odzwierciedlenie w większych kosztach z tytułu prowizji dla franczyzobiorców. Dodatkowo w I kwartale 2026 roku odnotowano wzrost kosztów: marketingu wizerunkowego oraz marketingu online, logistyki, a także amortyzacji.

W segmencie jubilerskim nastąpiło zwiększenie udziału kosztów sprzedaży w sprzedaży ogółem do poziomu 35,9% w I kwartale 2026 roku z poziomu 33,6% w analogicznym okresie poprzedniego roku.

KOSZTY OGÓLNEGO ZARZĄDU

W I kwartale 2026 roku koszty ogólnego zarządu były wyższe o 10,1 mln PLN (83,0%) w stosunku do analogicznego okresu poprzedniego roku. Wpływ na to miało włączenie w segment jubilerski spółek z Grupy Lilou oraz jednorazowe koszty poniesione w związku z realizacją ich nabycia. Koszty jednorazowe poniesione w związku z transakcją nabycia Lilou, które ujęte zostały w ciężar kosztów ogólnego zarządu w I kwartale 2026 roku wyniosły 5,4 mln PLN. Udział kosztów ogólnego zarządu w sprzedaży wyniósł 10,3% i był wyższy o 2,9 pp. w stosunku do analogicznego okresu poprzedniego roku.

WYNIK OPERACYJNY SEGMENTU JUBILERSKIEGO

Grupa w ramach segmentu jubilerskiego odnotowała w I kwartale 2026 roku zysk operacyjny na poziomie 16,6 mln PLN, co oznacza spadek zysku z działalności operacyjnej o 1,1 mln PLN (6,0%) w porównaniu do analogicznego okresu poprzedniego roku. Spadek wyniku operacyjnego był konsekwencją wyższego wzrostu kosztów sprzedaży i ogólnego zarządu w stosunku do wzrostu przychodów ze sprzedaży.

Rentowność operacyjna w I kwartale 2026 roku wyniosła 7,7% i była niższa o 3,1 pp. w porównaniu do analogicznego okresu poprzedniego roku. Spadek rentowności był konsekwencją wzrostu udziału kosztów sprzedaży i ogólnego zarządu w stosunku do sprzedaży.

PRZYCHODY I KOSZTY FINANSOWE

Saldo wyniku na działalności finansowej w segmencie jubilerskim wyniosło -7,4 mln PLN w I kwartale 2026 roku, czyli było niższe o 9,8 mln PLN r/r.

Standard MSSF16 miał niekorzystny wpływ na saldo działalności segmentu jubilerskiego w 2026 roku i wyniósł -4,5 mln PLN (I kwartał 2025 r.: +1,4 mln PLN).

Segment Jubilerski (tys. zł)	1 kwartał 2026 od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 kwartał 2025 od 01-01-2025 do 31-03-2025
saldo kosztów finansowych	-1 931	-972
saldo różnic kursowych (bez MSSF 16)	-1 024	1 863
wpływ MSSF 16	-4 487	1 416
- w tym z tytułu różnic kursowych	-2 586	2 936
- w tym z tytułu odsetek	-1 901	-1 520
Przychody / koszty finansowe	-7 442	2 307

ZYSK NETTO W SEGMENTIE JUBILERSKIM

Zysk netto segmentu jubilerskiego w I kwartale 2026 roku wyniósł 6,5 mln PLN w stosunku do 18,2 mln PLN w analogicznym okresie roku poprzedniego, co oznacza spadek zysku o 64,2% r/r. Spadek zysku netto w I kwartale 2026 roku, w porównaniu do I kwartału 2025 roku, był rezultatem większego wzrostu kosztów sprzedaży niż wzrostu wartościowej marży brutto oraz niekorzystnego salda różnic kursowych (pogorszenie salda kosztów finansowych o 9,7 mln PLN r/r).

STRUKTURA I CHARAKTERYSTYKA BILANSU

BILANS GRUPY	31.03.2026	31.03.2026	31.03.2025	31.03.2025
	Wartość (tys. zł)	udział (%)	Wartość (tys. zł)	udział (%)
Aktywa trwałe, w tym:	1 108 429	57,4%	912 610	53,8%
Wartości niematerialne	612 121	31,7%	500 512	29,5%

Rzeczowe aktywa trwałe	112 578	5,8%	88 639	5,2%
Aktywa z tytułu prawa do użytkowania	360 974	18,7%	304 265	17,9%
Aktywa obrotowe, w tym:	824 285	42,6%	784 331	46,2%
Zapasy	769 172	39,8%	753 698	44,4%
Należności z tytułu dostaw i usług oraz pozostałe należności	24 507	1,3%	16 742	1,0%
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	30 228	1,6%	13 039	0,8%
Aktywa razem	1 932 714		1 696 941	
Kapitał własny przypisany do jednostki dominującej w tym:	1 161 424	60,1%	1 069 189	63,0%
Kapitał podstawowy	49 122	2,5%	49 122	2,9%
Wynik finansowy roku bieżącego	- 154	0,0%	6 017	0,4%
Zobowiązania i rezerwy długoterminowe	342 439	17,7%	208 057	12,3%
Kredyty i pożyczki długoterminowe	83 816	4,3%	0	0,0%
Zobowiązania z tytułu leasingu	254 238	13,2%	204 430	12,0%
- w tym z tytułu leasingu lokali handlowych oraz powierzchni biurowych ¹	252 116	13,0%	202 714	11,9%
Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe, w tym:	428 851	22,2%	419 695	24,7%
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług oraz pozostałe	194 828	10,1%	158 440	9,3%
Kredyty i pożyczki krótkoterminowe oraz krótkoterminowa część kredytów i pożyczek długoterminowych	94 164	4,9%	143 616	8,5%
Zobowiązania z tytułu leasingu	120 405	6,2%	101 095	6,0%
- w tym z tytułu leasingu lokali handlowych oraz powierzchni biurowych ¹	118 880	6,2%	100 109	5,9%
Pasywa razem	1 932 714		1 696 941	

AKTYWA

Wartość aktywów na dzień 31 marca 2026 r. wzrosła o 13,9% w stosunku do poziomu na dzień 31 marca 2025 r.

WARTOŚCI NIEMATERIALNE

Wzrost wartości niematerialnych na dzień 31 marca 2026 r. jest wynikiem wyceny przejętego majątku Lilou. W ramach rozliczenia przejęcia rozpoznano aktywo z tytułu znaków towarowych o wartości 48,9 mln zł, natomiast wartość firmy rozpoznana na dzień przejęcia wyniosła 63 mln PLN.

RZECZOWE AKTYWA TRWAŁE

Wzrost rzeczowych aktywów trwałych związany jest z inwestycjami poczynionymi na otwarcia nowych salonów oraz ich wyposażeniem, jak również ujęciem rzeczowych aktywów trwałych związanych z marką Lilou.

AKTYWA Z TYTUŁU PRAWA DO UŻYTKOWANIA

Wzrost aktywa z tytułu prawa do użytkowania jest wynikiem netto naliczenia amortyzacji za 1 kwartał 2026 i przedłużenia, negocjacji umów najmu, w tym nowych otwarć. Ponadto pozycja ta zawiera wycenę umów marki Lilou, która nie była ujęta na koniec 2025 roku.

ZAPASY

Wartość zapasów na dzień 31 marca 2026 r. wyniosła 769,2 mln PLN, co oznacza wzrost w stosunku do 31 marca 2025 r. o 2,1%. W segmencie odzieżowym wartość zapasów spadła o 29,0% r/r ze względu na lepszą odsprzedaż kolekcji, optymalizację sieci sprzedaży oraz sprzedaż masową zapasu o niskim potencjale rotacji w poprzednim kwartale, zaś w segmencie jubilerskim wzrosła o 17,0% r/r, ze względu na oczekiwany wzrost powierzchni sieci i sprzedaży w kolejnych kwartałach oraz uwzględnienie zapasu marki Lilou. Równocześnie zapas w m2 w tym segmencie spadł r/r ze względu na dodatkową powierzchnię Lilou i niższe zatowarowanie (wartościowe) w PLN/m2 w tej marce w stosunku do marki W.KRUK.

Zapasy Grupy w przeliczeniu na m2 wyniosły 14 772 PLN, co oznacza spadek o 4,7% r/r:

ZAPASY / [zł/m2]	1Q26	1Q25	r/r
VRG	14 772	15 507	-4,7%
Segment odzieżowy	5 390	7 222	-25,4%
Segment jubilerski	30 063	34 647	-13,2%

PASYWA

KAPITAŁ

W I kwartale 2026 r. zmiany w kapitale wynikają z odnotowanej straty w raportowanym okresie.

ZADŁUŻENIE DŁUGOTERMINOWE I KRÓTKOTERMINOWE

Na dzień 31 marca 2026 Grupa posiadała zadłużenie z tytułu kredytów długoterminowych w wysokości 83,8 mln PLN. Zobowiązania leasingowe z tytułu leasingu lokali handlowych oraz powierzchni biurowych wynoszą łącznie 371,0 mln PLN, z czego 252,1 mln PLN stanowi część długoterminową, a 118,9 mln PLN część krótkoterminową.

Poniższa tabela przedstawia kształtowanie się zobowiązań finansowych na dzień 31 marca 2026 roku i 31 marca 2025 roku oraz długu netto. Ponadto zaprezentowano dane dotyczące długu netto również bez wpływu MSSF 16, który istotnie zmienia jego wartość.

Wzrost wartości długu netto w stosunku do zeszłego roku jest spowodowany zwiększeniem zobowiązań z tytułu leasingu, wynikającym z nowych otwarć oraz zwiększeniem zadłużenia z tytułu kredytów i pożyczek, finansujących nabycie spółek Lilou.

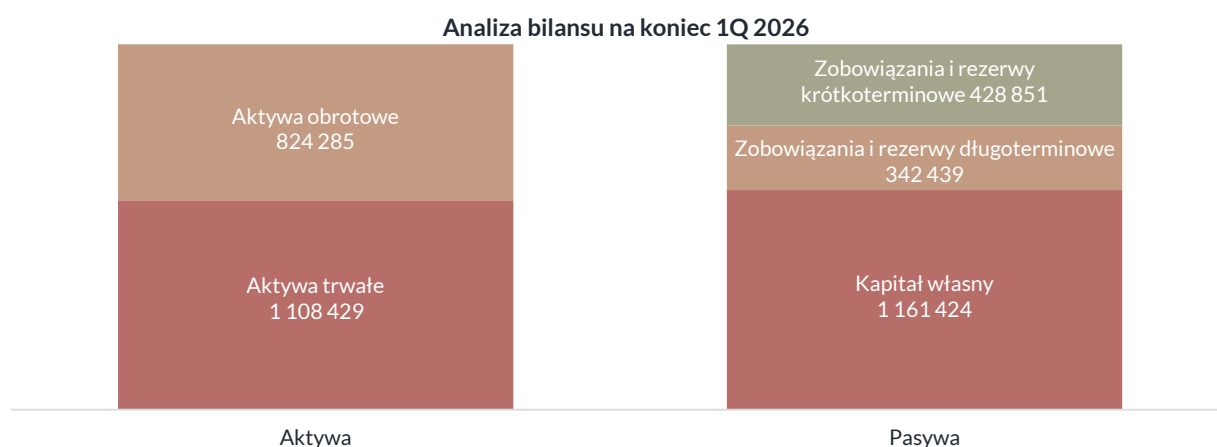
Dług netto	31.03.2026	31.03.2025
Zadłużenie długoterminowe	338 054	204 430
Kredyty i pożyczki długoterminowe	83 816	0
Zobowiązania z tytułu leasingu	254 238	204 430
- w tym z tytułu leasingu lokali handlowych oraz powierzchni biurowych	252 116	202 714
Zadłużenie krótkoterminowe	256 128	256 128
Kredyty i pożyczki	83 580	143 616
Krótkoterminowa część kredytów długoterminowych	10 584	0
Zobowiązania z tytułu faktoringu	6 396	11 417
Zobowiązania z tytułu leasingu	120 405	101 095
- w tym z tytułu leasingu lokali handlowych oraz powierzchni biurowych	118 880	100 109
Środki pieniężne	30 228	13 039
Dług netto	528 791	447 519
EBITDA (4-kwartały)	288 353	261 905
Dług netto/EBITDA	1,8	1,7

Dług netto MSR 17*	31.03.2026	31.03.2025
Zadłużenie długoterminowe	85 938	1 716
Kredyty i pożyczki długoterminowe	83 816	0
Zobowiązania z tytułu leasingu finansowego	2 122	1 716
Zadłużenie krótkoterminowe	102 085	156 019
Kredyty i pożyczki	83 580	143 616
Krótkoterminowa część kredytów długoterminowych	10 584	0

Zobowiązania z tytułu faktoringu	6 396	11 417
Zobowiązania z tytułu leasingu finansowego	1 525	986
Środki pieniężne	30 228	13 039
Dług netto	157 795	144 696
EBITDA (4-kwartaly)	172 222	146 450
Dług netto/EBITDA	0,9	1,0

*W powyższej tabeli zaprezentowano kalkulację długu netto z pokazaniem wpływu MSR17 jako poprzednio obowiązującego standardu

Na poniższym schemacie zaprezentowano strukturę bilansu z uwzględnieniem najważniejszych elementów składowych aktywów i pasywów.



2. PLANOWANE DZIAŁANIA ROZWOJOWE

Zgodnie z informacjami przekazanymi przez Spółkę w raporcie rocznym i skonsolidowanym raporcie rocznym za rok 2025 oraz w raporcie kwartalnym za I kwartał 2026 roku, w 2026 roku perspektywy rozwojowe Grupy VRG będą powiązane zarówno z uwarunkowaniami makroekonomicznymi, jak i z kontynuacją działań rozpoczętych w latach 2024–2025 oraz stopniowym wdrażaniem kierunków rozwojowych na kolejne lata.

Grupa zakłada prowadzenie działalności w warunkach podwyższonej zmienności otoczenia rynkowego. Istotnym czynnikiem ryzyka pozostaje sytuacja geopolityczna, w szczególności możliwość eskalacji konfliktów na Bliskim Wschodzie, w tym z udziałem Iranu, co może wpływać na ceny surowców energetycznych, poziom inflacji oraz kursy walut, w tym osłabienie złotego. Czynniki te mogą przekładać się na nastroje konsumenckie oraz warunki prowadzenia działalności operacyjnej. Ryzyko dalszej deprecjacji złotego może negatywnie wpływać przede wszystkim na marże (intake margin) oraz koszty funkcjonowania sieci stacjonarnej. Na dzień sporządzenia raportu za I kwartał 2026 r. do istotnych czynników ryzyka mogących oddziaływać na sytuację sektora handlu detalicznego w kolejnych kwartałach 2026 roku należały w szczególności wahania poziom konsumpcji prywatnej oraz tempo wzrostu gospodarczego w Polsce i Europie.

W tych warunkach Grupa będzie koncentrować się na dalszym rozwoju swoich marek, poprawie efektywności operacyjnej oraz wzroście przychodów, marży brutto i wyniku operacyjnego.

Segment Odzieżowy

W 2026 roku Grupa będzie kontynuować działania operacyjne, które w latach 2024–2025 przełożyły się na poprawę efektywności segmentu odzieżowego. Priorytetem pozostanie dalsza poprawa rentowności tego segmentu poprzez wzrost sprzedaży, poprawę marży oraz utrzymanie dyscypliny kosztowej.

Do kluczowych kierunków działań należeć będzie inwestycja w modernizację sieci sprzedaży oraz koncentracja na wzroście sprzedaży i marży z metra kwadratowego powierzchni handlowej. Grupa będzie kontynuować selektywne podejście do otwarć nowych

lokalizacji, koncentrując się na poprawie efektywności istniejącej sieci oraz ograniczaniu wpływu nierentownych punktów sprzedaży.

Istotnym obszarem pozostanie zarządzanie wielkością i strukturą zapasu, w tym dalsze ograniczanie udziału zapasów nieefektywnych, poprawa rotacji i odsprzedaży kolekcji oraz lepsze planowanie oferty. Działania te będą uzupełnione o dalszą racjonalizację polityki rabatowej i przecen. Grupa będzie dążyć do ograniczania modelu opartego na ciągłej komunikacji promocyjnej na rzecz bardziej uporządkowanego podejścia, opartego na kalendarzu przecen i aktywności promocyjnych realizowanych w typowych dla branży momentach roku, co ma wspierać efektywne zarządzanie cyklem życia kolekcji oraz zwiększanie udziału sprzedaży w cenach regularnych.

Grupa będzie kontynuować rozwój marek Vistula, Bytom i Wólczanka w sposób pozwalający każdej z nich skutecznie konkurować o klienta poprzez jakość produktu, dopasowanie oferty oraz atrakcyjność rynkową. Celem nie jest ograniczanie potencjału marek wewnętrznymi barierami, lecz wzmacnianie ich konkurencyjności przy jednoczesnym budowaniu ich odrębnych światów marki. Podejście to zakłada, że każda z marek rozwija swoją ofertę w sposób możliwie pełny i swobodny, koncentrując się na tworzeniu najlepszej kolekcji dla swojego klienta, przy jednoczesnym funkcjonowaniu w jasno zdefiniowanym obszarze emocji i wizerunku, stanowiącym jej unikalny „świat wartości i skojarzeń”, który buduje jej odrębność i nie jest naruszany przez pozostałe marki.

Grupa będzie również rozwijać narzędzia wspierające sprzedaż i relacje z klientem, w tym rozwiązania CRM, marketing automation oraz personalizację komunikacji i oferty, zarówno w kanałach offline, jak i online. W tym obszarze planowane jest również wdrożenie nowych, dedykowanych programów lojalnościowych dla każdej z marek. Istotnym wydarzeniem będzie także debiut nowego shop konceptu dla marki Vistula, który będzie pełnił rolę sklepu flagowego i stanowił punkt odniesienia dla dalszego rozwoju doświadczenia klienta w sieci sprzedaży.

W odniesieniu do marki Deni Cler Milano, Grupa podtrzymuje możliwość pozyskania inwestora dla spółki zarządzającej marką w dalszej perspektywie. Jednocześnie, z uwagi na aktualną kondycję finansową spółki oraz wymagające otoczenie rynkowe, proces ten pozostaje utrudniony. W związku z tym w 2026 roku Grupa będzie koncentrować się przede wszystkim na poprawie wyników operacyjnych DCG S.A., w tym na optymalizacji oferty, efektywności sprzedaży oraz kosztów funkcjonowania.

Kierunki rozwoju kolekcji w segmencie odzieżowym

Podstawowym czynnikiem wzmacniania pozycji rynkowej marek segmentu odzieżowego w 2026 roku będzie dalsze doskonalenie jakości oraz kompletności oferty produktowej, tak aby w możliwie pełnym stopniu odpowiadała ona na potrzeby klientów. Kluczowe znaczenie będzie miało budowanie spójnych kolekcji, opartych na równowadze pomiędzy ponadczasowością, a sezonową atrakcyjnością, a także wysokiej kompatybilności poszczególnych elementów garderoby.

Marka Vistula w 2026 roku koncentruje się na rozwoju spójnej, czterosezonowej struktury kolekcji, obejmującej zarówno linię męską, jak i damską. Sezony przejściowe oparte są na produktach całorocznych, utrzymanych w ponadczasowej estetyce i klasycznej kolorystyce, natomiast kolekcje letnie i zimowe w większym stopniu wykorzystują aktualne trendy stylistyczne i kolorystyczne.

W kolekcji męskiej rdzeń stanowi nowoczesny formal, uzupełniony o rozbudowaną ofertę smart casual. Istotnym kierunkiem pozostaje rozwój produktów lnianych oraz lekkich dzianin w sezonie wiosenno-letnim oraz wysokiej jakości okryć wierzchnich i dzianin w sezonie jesienno-zimowym. Kontynuowany jest rozwój linii Vistula Fine Tailoring, stanowiącej część najbardziej premium oferty formalnej, która będzie dodatkowo wzmacniana poprzez wyraźne pozycjonowanie i dedykowany branding.

Kolekcja damska marki Vistula rozwijana jest w oparciu o analogiczne założenia, z centralną rolą garnituru jako podstawy oferty. Równolegle rozbudowywana jest oferta sukienek, bluzek oraz produktów o bardziej swobodnym charakterze. Istotnym kierunkiem pozostaje poszerzanie rozmiarówki oraz różnicowanie sylwetek i dopasowania.

Uzupełnieniem oferty są również kolekcje kapsułowe, budujące wizerunek marki oraz jej obecność w kontekstach wykraczających poza standardową ofertę. Przykładem takiego działania jest kolekcja Traveller, przygotowana we współpracy z Polskimi Liniami Lotniczymi LOT, łącząca funkcjonalność, komfort użytkowania oraz nowoczesną estetykę.

Marka Bytom rozwija kolekcję w oparciu o świadomą reinterpretację klasycznej mody męskiej, której fundament stanowi krawiectwo brytyjskie, oparte na wyraźnie zarysowanej linii ramion, kontrolowanej talii oraz zdyscyplinowanych proporcjach sylwetki. Bazę tę równoważą wpływy włoskie, przejawiające się w większej lekkości konstrukcji, swobodzie użytkowej oraz podejściu do stylu, które dopuszcza większą naturalność i odformalizowanie.

Kolekcja rozwijana jest w duchu modern heritage, rozumianego jako łączenie tradycyjnych technik krawieckich z nowoczesnymi rozwiązaniami materiałowymi oraz budowanie produktu o ponadsezonowym charakterze. Struktura kolekcji ma charakter uporządkowany, w którym jej rdzeń stanowią garnitury, sety i marynarki, wyznaczające główny kierunek estetyczny. Pozostałe kategorie uzupełniają ofertę, budując jej funkcjonalność i spójność stylizacyjną. Spodnie i mniej formalne marynarki pozwalają na tworzenie

bardziej swobodnych zestawów, natomiast dzianiny oraz produkty typu polo i T-shirt stanowią pomost między formalnością a codziennością. Akcesoria pozostają integralnym elementem kolekcji, dopełniając całość oferty.

Rozwój kolekcji oparty jest na koncepcji budowania spójnej garderoby, w której poszczególne elementy mogą być ze sobą swobodnie łączone i wykorzystywane w różnych kontekstach.

Marka Wólczanka w 2026 roku konsekwentnie rozwija swoją ofertę wokół kluczowej kompetencji, jaką jest koszula, wzmacniając pozycję eksperta w tej kategorii. Podejście marki opiera się na dostarczaniu produktu, który stanowi uniwersalne narzędzie budowania wizerunku, znajdujące zastosowanie zarówno w stylu formalnym, biznesowym, jak i nowoczesnym smart casual.

Kolekcja koncentruje się na jakości, konstrukcji, detalu oraz dopasowaniu. Estetyka marki pozostaje czysta i współczesna, przy jednoczesnym silnym zakorzenieniu w klasycie. Struktura asortymentu jest klarowna, z dominującą rolą koszuli jako kategorii podstawowej, wspieranej przez bazową dzianinę oraz akcesoria formalne, które uzupełniają ofertę i umożliwiają budowanie spójnych stylizacji.

Kluczowym kierunkiem rozwoju pozostaje tworzenie koszul funkcjonalnych, łatwych w pielęgnacji, komfortowych i dopasowanych do potrzeb współczesnych użytkowników, w tym klientów biznesowych oraz często podróżujących. Inspiracje projektowe wynikają zarówno z klasyki, jak i z obserwacji zmieniających się stylów życia, co pozwala marce rozwijać ofertę w sposób odpowiadający na realne potrzeby klientów.

Oferta Wólczanki pełni również rolę uzupełniającą wobec innych marek lifestyle'owych, umożliwiając klientowi budowanie spójnego wizerunku w różnych kontekstach użytkowych.

Marka Deni Cler Milano, jako brand premium o włoskim rodowodzie, rozwija kolekcje w oparciu o silne dziedzictwo projektowe oraz bieżące trendy europejskiej mody. Każdego roku powstają dwie kompleksowe kolekcje sezonowe, obejmujące pełne spektrum asortymentowe, od okryć wierzchnich, przez rozbudowane programy garniturowe i żakietowe, po sukienki i akcesoria.

Fundamentem kolekcji pozostaje włoska estetyka, oparta na szlachetności formy, wysokiej jakości materiałów oraz dbałości o detal. Kluczowym założeniem jest pełna spójność stylistyczna i kolorystyczna kolekcji oraz wysoka kompatybilność produktów, umożliwiająca swobodne komponowanie stylizacji.

Jednocześnie marka odpowiada na zmieniające się potrzeby rynku, przesuując akcent w kierunku bardziej komfortowej i mniej formalnej mody, przy zachowaniu charakteru premium. W kolekcjach rośnie znaczenie dzianin, krótszych form okryć wierzchnich oraz programów żakietowych w segmencie business.

Istotnym kierunkiem rozwoju pozostaje oferta sukienek, w szczególności modeli okazjonalnych, a także konsekwentne rozwijanie rozpoznawalnych linii produktowych marki. Nowe elementy kolekcji integrowane są z istniejącą ofertą w sposób zapewniający jej spójność i ciągłość.

Wspólnym mianownikiem dla wszystkich marek pozostaje wysoka jakość materiałów i technologii oraz rosnące znaczenie tkanin funkcjonalnych i strukturalnych, które budują zarówno walory użytkowe, jak i estetykę produktu.

Działania w obszarze strategii i komunikacji marketingowej segmentu odzieżowego

W 2026 roku marka Vistula wdraża nową strategię marketingową opartą na platformie komunikacyjnej „Stwórz swój moment”, która stanowi fundament długofalowych działań wizerunkowych i sprzedażowych. Jej celem jest redefinicja postrzegania elegancji – odejście od kontekstu wyłącznie formalnego i okazjonalnego na rzecz podejścia bardziej współczesnego, elastycznego i obecnego w codziennym życiu klienta. Marka pozycjonuje się jako partner towarzyszący zarówno w ważnych wydarzeniach, jak i w codziennych sytuacjach o osobistym znaczeniu. Strategia zakłada rozwój w kierunku kompleksowego dostawcy rozwiązań stylizacyjnych, łączących jakość krawiecką z funkcjonalnością, wygodą i aktualnym designem. Istotnym elementem jest poszerzenie grupy docelowej, w tym wyraźne wzmocnienie komunikacji skierowanej do kobiet.

Komunikacja marki oparta jest na idei „momentów”, które łączą produkt z doświadczeniem użytkownika. Narracja ma charakter emocjonalny, ale pozostaje osadzona w racjonalnych atrybutach oferty – jakości, konstrukcji i funkcjonalności. Marka eksponuje swoje kompetencje produktowe, prezentując kolekcje w kontekście ich realnego zastosowania.

Realizacja strategii opiera się na modelu omnichannel. Telewizja buduje zasięg i świadomość, digital odpowiada za precyzyjne dotarcie i konwersję, a media społecznościowe wspierają zaangażowanie. Istotną rolę odgrywa współpraca z twórcami internetowymi oraz działania PR w mediach lifestyle'owych i modowych. Kanały własne – e-commerce, CRM i content marketing – wspierają relacyjność i sprzedaż. Działania uzupełniają inicjatywy retailowe oraz kampanie outdoorowe, wzmacniające widoczność marki.

W 2026 roku marka Bytom kontynuuje realizację strategii opartej na platformie komunikacyjnej „Celebryjmy ważne dla nas chwile wspólnie”, integrującej działania wizerunkowe i produktowe. Jej osią jest budowanie emocjonalnej więzi z odbiorcą poprzez wartości

takie jak relacje, bliskość i międzypokoleniowość. Kluczową rolę odgrywa ambasador marki Marcin Dorociński, który zapewnia spójność i wiarygodność przekazu. Strategia opiera się na równowadze między storytellingiem emocjonalnym, a komunikacją produktową, zakorzenioną w jakości i rzemiośle. Marka konsekwentnie buduje swoją obecność w ważnych momentach życia klientów, rozwijając narrację w kierunku bardziej pogłębionych i długofalowych relacji. Komunikacja produktowa jest powiązana z sezonowością, przy zachowaniu spójnego pozycjonowania premium. W sezonie wiosna-lato eksponowane są lekkość i naturalność materiałów, natomiast jesienią i zimą – jakość okryć wierzchnich i surowców, szczególnie wełny. Niezależnie od sezonu marka podkreśla wykorzystanie materiałów premium oraz kompetencje krawieckie. Istotnym elementem strategii pozostaje rozwój usługi szycia na miarę, wzmacniającej wizerunek ekspercki i indywidualne podejście do klienta. Komunikacja realizowana jest w modelu 360°, z kluczową rolą digitalu i mediów społecznościowych jako kanałów dystrybucji treści i budowania zaangażowania. Telewizja wspiera zasięg, a kanały własne – sprzedaż i relacje. Influencer marketing oparty jest głównie na ambasadorze i wyselekcjonowanych twórcach. Działania uzupełniają aktywności outdoorowe oraz komunikacja w punktach sprzedaży.

W 2026 roku marka Wólczanka konsekwentnie realizuje strategię budowania pozycji lidera i eksperta w segmencie koszul w ramach platformy „Koszula idealna”. Kluczowym założeniem jest dalsze wzmacnianie kompetencji produktowych oraz koncentracja na jakości, dopasowaniu i funkcjonalności. Wólczanka pozostaje silnie zorientowana na potrzeby klienta, podkreślając wartość produktu poprzez jakość materiałów oraz technologie wykończeń, które zwiększają komfort użytkownika i ułatwiają pielęgnację. Komunikacja łączy sezonowość oferty z nadrzędnym przekazem jakości i innowacyjności. W sezonie wiosna-lato akcentowane są właściwości naturalnych tkanin, takich jak bawełna, len i ramia, oraz rozwiązania funkcjonalne (np. technologie ograniczające potliwość czy zwiększające odporność na zabrudzenia). W sezonie jesienno-zimowym komunikacja skoncentruje się na dzianinach premium, w tym wełnie merino i kaszmirze, oraz okresach sprzedażowych o wysokim potencjale, jak sezon świąteczny i prowadzona będzie pod hasłem „Wólczanka idealna na Święta”. Niezależnie od sezonu marka będzie kontynuowała komunikację „Koszuli na wyjątkowe okazje” oraz koszul segmentu premium, podkreślając pochodzenie i właściwości tkanin. Ważnym elementem pozostaje usługa personalizacji, wzmacniająca indywidualne podejście do klienta i wspierająca sprzedaż w kluczowych momentach zakupowych. Działania marketingowe realizowane są w sposób zintegrowany, offline (wsparcie ruchu w salonach) oraz digital (social media, content marketing, performance). Istotną rolę odgrywa influencer marketing, wspierający zasięg i wiarygodność komunikacji.

W 2026 roku komunikacja marketingowa marki Deni Cler Milano koncentruje się na wzmacnianiu jej pozycji w segmencie premium poprzez podkreślanie włoskiego dziedzictwa, jakości oraz współczesnego podejścia do elegancji. Ważnym kontekstem komunikacyjnym jest jubileusz 55-lecia marki, który wzmacnia jej wiarygodność i rozpoznawalność.

Strategia opiera się na spójnej platformie komunikacyjnej oraz integracji działań w modelu omnichannel. Kluczową rolę odgrywają kanały digital i media społecznościowe, w których rozwijany jest content lifestyle'owy i wizerunkowy, wspierający relację z klientką. Istotnym elementem jest współpraca z influencerkami oraz obecność w mediach modowych, wzmacniające aspiracyjny charakter marki. Działania PR i eventowe budują doświadczenie marki i relacje z odbiorcami. Równolegle rozwijana jest komunikacja bezpośrednia oraz działania w przestrzeni retail, w tym spójna prezentacja kolekcji i aktywności w salonach. Kanał e-commerce jest systematycznie wzmacniany poprzez rozwój prezentacji produktów i treści wizualnych.

Segment Jubilerski

W 2026 roku Grupa VRG będzie kontynuować rozwój segmentu jubilerskiego, koncentrując się na dalszym wzroście przychodów oraz utrzymaniu wysokiego poziomu rentowności. Segment ten pozostaje kluczowym filarem wyników Grupy.

Rozwój segmentu będzie oparty na dalszym wzmacnianiu marki W.KRUK oraz rozwoju marki Lilou, która stanowi istotne uzupełnienie portfolio Grupy i pozwala na rozszerzenie obecności w nowych obszarach rynku.

W przypadku marki W.KRUK kluczowym kierunkiem pozostanie dalsze wzmacnianie pozycji rynkowej oraz rozwój działalności na rynku węgierskim, który stanowi ważny kierunek wzrostu zagranicznego.

Istotnym elementem roku 2026 będzie dalszy rozwój marki Lilou w ramach Grupy, przy zachowaniu jej odrębności i unikalnego charakteru. Marka ta odpowiada za rozwój Grupy w obszarze biżuterii fashion oraz biżuterii personalizowanej, uzupełniając ofertę segmentu jubilerskiego i pozwalając docierać do nowych grup klientów oraz nowych okazji zakupowych.

Działania w zakresie rozwoju Lilou będą koncentrować się na dalszym zwiększaniu skali działalności w szczególności poprzez rozwój sieci sklepów własnych. Grupa zakłada otwieranie od 5 do 10 nowych sklepów rocznie w galeriach handlowych, zarówno w miastach, w których marka nie była dotychczas obecna, jak i w lokalizacjach, w których była obecna poza galeriami handlowymi. Równolegle realizowany będzie proces stopniowego przenoszenia wybranych sklepów ulicznych do galerii handlowych. Rozwój sieci będzie oparty na obecnie funkcjonującym butikowym shop koncepcie w galeriach handlowych, z zachowaniem dotychczasowych standardów jakości i doświadczenia klienta.

Planowana integracja z Grupą zakłada zachowanie pełnej odrębności marki w obszarze tożsamości, produktu, komunikacji i działań marketingowych oraz sieci sprzedaży offline i online.

Kierunki rozwoju kolekcji w segmencie jubilerskim.

Kolekcje biżuterii i akcesoriów marki W.KRUK zaplanowane na 2026 niezmiennie reprezentować będą różnorodny i autorski charakter oferty W.KRUK. Marka konsekwentnie rozwija bestsellerową linię Kwiaty Nocy, do której w 2026 roku dołączyły kwiaty wiśni oraz borówka. Po raz kolejny łączy tradycję i nowoczesność jubilerską, w kolekcji wykorzystano technikę ręcznego malowania emalią oraz nowość technologię e-coating. Jako ekspert w biżuterii brylantowej W.KRUK zaprezentuje nowości w tym obszarze, rozwijając również grupę biżuterii zdobionej diamentami laboratoryjnymi. Nowości z diamentami tworzonymi przez człowieka zaprezentowano na przełomie roku 2025/2026 w kolekcji Nuova oraz na sezon walentynkowy 2026 w kolekcji Czułość. Jak co roku, w 2026 W.KRUK zaplanował premierę swojego flagowego projektu – kolekcji ambasadorskiej. Klienci spodziewać się mogą nowych, unikalnych wzorów i dodatków jubilerskich w niepowtarzalnej stylistyce, charakterystycznej dla Współtwórczyni kolekcji. W.KRUK tworzy biżuterię inkluzywną i takich nowości nie zabraknie w 2026 roku. Pojawi się wiele uniwersalnych, nowoczesnych form, jak również nowości dedykowane dla mężczyzn. Poza stałym kanonem produktów marka rozbudowywać będzie m.in. ofertę monokolczyków. W.KRUK zaskakiwać będzie nie tylko bogatym asortymentem, jak również wykorzystaniem różnorodnych kruszców i technik wytwórczych czy zdobienia. W ramach autorskich linii biżuterii i akcesoriów w ofercie W.KRUK pojawią się nowości, które zgodnie ze światowymi trendami, inspirowane będą folkowymi motywami, stanowiąc nawiązanie do korzeni i lokalnej tożsamości. W.KRUK w drugiej połowie roku celebrować będzie sentyment do tradycji, reinterpreterując ją w nowoczesnym, jubilerskim stylu. Odzyskane kruszce wykorzystane w produkcji, podkreślą zrównoważony charakter biżuterii, a rękodzielnicze detale wartość rzemiosła i ducha hand-made.

W 2026 roku Lilou pozostaje wierna swojej filozofii tworzenia osobistych talizmanów, które dzięki możliwości indywidualnego graverunku stają się nośnikami emocji, wspomnień i ważnych momentów. Personalizacja, będąca wyróżnikiem marki, znajduje odzwierciedlenie w szerokiej ofercie bransolet, naszyjników oraz zawieszek. Marka rozwija również swoje autorskie kolekcje biżuterii złotej i z kamieniami naturalnymi. W 2026 roku kultowe modele Lilou pojawiają się w nowych kolorach, formach i odświeżonych odsłonach. Nowością jest kolekcja Reverso z ruchomymi elementami z żywicy, które obracają się, umożliwiając zmianę wyglądu biżuterii i dopasowanie jej do nastroju oraz stylu. To propozycja podkreślająca wielowymiarowość piękna. Rozszerzona zostaje kolekcja Glamour, łącząca klasyczną elegancję z nowoczesnym designem. Linia Miyuki, ozdobiona legendarnymi japońskimi koralikami najwyższej jakości zyskuje nowe warianty kolorystyczne. W 2026 roku marka rozwija także swoje portfolio o nowe kategorie produktowe. W ofercie pojawiają się męskie sygnety, odpowiadające na rosnące zainteresowanie biżuterią dla mężczyzn. Rozszerza się również segment akcesoriów, czyli apaszek o wyrazistej symbolice oraz perfum z możliwością personalizacji. W drugiej połowie roku Lilou zapowiada kolejne premiery - kolczyki, pierścionki oraz nowe kolekcje sezonowe i ponadczasowe, utrzymane w charakterystycznym dla marki stylu, łączącym autorski design, wysoką jakość i silną symbolikę.

Działania w obszarze strategii i komunikacji marketingowej segmentu jubilerskiego

W 2026 roku W.KRUK koncentrować się będzie na komunikacji autorskich kolekcji biżuterii i akcesoriów, które stanowią flagowy projekt marki. Zaplanowane nowości łączyć będą tradycję z nowoczesnością, a komunikacja marki przybliżyć będzie konsumentom tajniki prawdziwego rzemiosła, nie tylko w aspekcie jubilerskim. W.KRUK niezmiennie w swojej komunikacji nawiązywać będzie do aspektów zrównoważonej produkcji i wykorzystania odzyskanych kruszców w produkcji własnej w Manufakturze W.KRUK oraz inkluzywności, widocznej m.in. w wykorzystaniu różnorodnych bohaterów kampanii oraz zakresie kultury korporacyjnej Spółki. Marka kontynuować będzie komunikację biżuterii brylantowej, w tym biżuterii zdobionej diamentami laboratoryjnymi, które W.KRUK, jako pierwszy sieciowy jubiler, wprowadził na rynek w 2019 roku. W segmencie zegarków, W.KRUK niezmiennie komunikować będzie eksperckość oraz najlepszą ofertę w Polsce. Marka rozwija swoją działalność dwutorowo, oferując asortyment i doradztwo w zakresie niższego i średniego segmentu zegarków, jak również umacniając pozycję lidera w dystrybucji najbardziej luksusowych manufaktur zegarmistrzowskich świata. Już w pierwszej połowie roku W.KRUK otworzy 2 kolejne salony z ofertą marek luksusowych w Warszawie, tym samym oferując klientom zainteresowanym segmentem luksusowym niezwykle doświadczenie spotkania z renomowanymi brandami zegarmistrzowskimi. W.KRUK posiadać będzie już 13 butików super premium z ofertą takich manufaktur jak Rolex, Patek Philippe, Cartier, Chopard, IWC i in., w tym 7 w Warszawie i aż 5 przy Trakcie Królewskim od Krakowskiego Przedmieścia (2 butiki przy Hotelu Raffles Europejski), po Plac Trzech Krzyży (3 butiki). Dla grona klientów VIP W.KRUK zaplanował w bieżącym roku dedykowane spotkania, których celem jest prezentacja oferty, indywidualne doradztwo w zakresie najnowszych modeli oraz wizyty w szwajcarskich manufakturach zegarmistrzowskich. Ważnym elementem komunikacji z klientami w 2026 roku będą akcje dedykowane członkom programu lojalnościowego Klub dla Przyjaciół W.KRUK, w ramach którego marka prezentuje nowości oraz oferty specjalne przygotowane na najważniejsze sezony, takie jak Dzień Matki, Back to Office czy Święta Bożego Narodzenia.

W 2026 roku marka Lilou, lider personalizowanej biżuterii, kontynuuje rozwój, realizując działania komunikacyjne, które podkreślają jej charakter oraz umożliwiają klientom wyrażanie siebie poprzez modę i symbolikę. Komunikacja marki koncentruje się wokół klu-

czowych momentów w roku, takich jak Walentynki, Dzień Kobiet czy Dzień Matki. W tych okresach Lilou promuje kolekcje inspirowane motywami serc, talizmanami szczęścia oraz nowe odsłony znanych i cenionych linii. Istotnym elementem strategii pozostaje segment prezentowy. Biżuteria personalizowana grawerunkiem stanowi idealny wybór na okazje takie jak Chrzest, Komunia czy Dzień Dziecka.

Marka wspiera sprzedaż poprzez dodatkowe aktywacje, w tym prezenty do zakupów oraz akcje crossowe z markami partnerskimi. Ważnym elementem komunikacji marketingowej w pierwszej połowie roku jest partnerstwo Lilou z Polską Reprezentacją Olimpijską i Paraolimpijską. Współpraca ta łączy wartości bliskie marce takie jak emocje, determinacja, siła i dążenie do realizacji marzeń - z ideą osobistych talizmanów. Towarzyszy jej wprowadzenie dedykowanych projektów, takich jak zawieszka Polska, breloki, kolczyki olimpijskie oraz talizmany szczęścia dla sportowców. Kolekcja ta stanowi symboliczne wsparcie dla reprezentantów oraz pozwala klientom wyrazić dumę i identyfikację z narodową drużyną. Jednym z kluczowych filarów marki pozostaje niezmiennie zaangażowanie społecznie. W 2026 roku zrealizowała już działania wspierające schroniska dla zwierząt, a także inicjatywy skierowane do kobiet w trakcie i po chorobie onkologicznej, w tym warsztaty makijażowe wzmacniające poczucie pewności siebie i dobrostan uczestniczek. Równoległe Lilou kontynuuje rozwój sieci sprzedaży, czego wyrazem jest otwarcie nowego butik w Złoty Tarasach, jednej z kluczowych lokalizacji handlowych w Warszawie.

Podsumowanie

Rok 2026 będzie dla Grupy VRG okresem kontynuacji działań operacyjnych, które przyniosły poprawę efektywności w latach 2024-2025, przy jednoczesnym stopniowym wdrażaniu kierunków rozwojowych na kolejne lata.

W segmencie odzieżowym priorytetem pozostanie trwała poprawa rentowności, dalsze zwiększanie efektywności sieci sprzedaży, poprawa zarządzania zapasem oraz wzmacnianie konkurencyjności marek poprzez jakość oferty oraz siłę ich rozpoznawalności i wizerunku. W segmencie jubilerskim Grupa będzie koncentrować się na dalszym wzroście przychodów i marży, rozwoju marek W.KRUK i Lilou oraz wykorzystaniu potencjału nowych obszarów wzrostu.

Na koniec roku 2026, Grupa VRG planuje prowadzić działalność na 53 735 m² powierzchni handlowej, w tym 32 313 m² stanowić będzie powierzchnia salonów i butików segmentu odzieżowego, a 21 422 m² powierzchnia salonów segmentu jubilerskiego.

Planowane wydatki inwestycyjne Grupy VRG w 2026 roku Spółka szacuje na poziomie ok. 56,4 mln PLN. Będą one przeznaczone na rozwój segmentu odzieżowego i jubilerskiego między innymi w zakresie infrastruktury wspierającej procesy zarządzania biznesem, a także na otwarcie nowych lub modernizację i rewitalizację funkcjonujących już salonów i butików stacjonarnych marek Grupy VRG.

Równoległe Grupa będzie analizować możliwości dalszego rozwoju zarówno w oparciu o wzrost organiczny, jak i potencjalne akwizycje.

Zarząd Grupy VRG podkreśla, że perspektywy realizacji powyższych działań oraz osiągnięte wyniki finansowe mogą pozostawać pod wpływem czynników makroekonomicznych, w tym zmian popytu konsumenckiego oraz innych uwarunkowań rynkowych.

3. PROGNOZY FINANSOWE

VRG S.A. nie podawała do publicznej wiadomości prognozy wyników finansowych na 2026 rok.

4. ZATWIERDZENIE SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO

Niniejsze śródroczne skrócone skonsolidowane sprawozdanie finansowe zostało zatwierdzone do publikacji oraz podpisane przez Zarząd Jednostki Dominującej w dniu 20 maja 2026 roku.

5. OŚWIADCZENIA ZARZĄDU

Zarząd Spółki Dominującej oświadcza, że wedle jego najlepszej wiedzy sprawozdanie finansowe i dane porównywalne sporządzone zostały zgodnie z obowiązującymi zasadami rachunkowości oraz że odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową emitenta oraz jego wynik finansowy oraz że sprawozdanie finansowe zawiera prawdziwy obraz rozwoju i sytuacji oraz osiągnięć Emitenta w tym opis podstawowych ryzyk i zagrożeń.

Mateusz Kolański
Prezes Zarządu

Michał Zimnicki
Wiceprezes Zarządu

Łukasz Bernacki
Wiceprezes Zarządu

Kraków, dnia 20 maja 2026 roku

WYBRANE DANE FINANSOWE DO SKRÓCONEGO JEDNOSTKOWEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO

ZA OKRES 3 MIESIĘCY ZAKOŃCZONY DNIA 31 MARCA 2026 ROKU

	w tys. zł.	w tys. zł.	w tys. EUR	w tys. EUR
	1 kwartał / 2026 okres od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 kwartał / 2025 okres od 01-01-2025 do 31-03-2025	1 kwartał / 2026 okres od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 kwartał / 2025 okres od 01-01-2025 do 31-03-2025
Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów, materiałów	128 062	118 120	30 190	28 226
EBITDA	12 337	2 613	2 908	624
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	-3 279	-13 315	-773	-3 182
Zysk (strata) brutto	-7 563	-11 276	-1 783	-2 695
Zysk (strata) netto	-6 908	-11 633	-1 629	-2 780
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	-25 271	-23 048	-5 957	-5 508
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-4 091	-1 348	-964	-322
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	-15 358	24 387	-3 621	5 828
Przepływy pieniężne netto, razem	-44 720	-9	-10 542	-2
Zysk (strata) na jedną akcję zwykłą (w zł/EUR)	-0,03	-0,05	-0,01	-0,01
Rozwodniony zysk (strat) na jedną akcję	-0,03	-0,05	-0,01	-0,01
	31.03.2026	31.12.2025	31.03.2026	31.12.2025
Aktywa, razem	899 315	940 540	209 660	222 523
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	229 735	264 052	53 559	62 472
Zobowiązania długoterminowe	100 390	89 147	23 404	21 091
Zobowiązania krótkoterminowe	117 055	161 873	27 289	38 298
Kapitał własny	669 580	676 488	156 101	160 051
Kapitał zakładowy	49 122	49 122	11 452	11 622
Liczba akcji (w szt.)	234 455 840	234 455 840	234 455 840	234 455 840
Rozwodniona liczba akcji (w szt.)	234 455 840	234 455 840	234 455 840	234 455 840
Wartość księgowa na jedną akcję (w zł/EUR)	2,86	2,89	0,67	0,68
Rozwodniona wartość księgowa na jedną akcję (w zł/EUR)	2,86	2,89	0,67	0,68
Zadeklarowana lub wypłacona dywidenda na jedną akcję (w zł/EUR)	0,00	0,00	0,00	0,00

ŚRÓDROCZNE SKRÓCONE JEDNOSTKOWE SPRAWOZDANIE Z SYTUACJI FINANSOWEJ

NA DZIEŃ 31 MARCA 2026 ROKU

(w tys. zł)	stan na 31-03-2026 / koniec kwartału 2026	stan na 31-12-2025 / koniec poprzed- niego kwartału 2025	stan na 31-03-2025 / koniec kwartału 2025	stan na 31-12-2024 / koniec poprzed- niego kwartału 2024
Aktywa trwałe	710 088	696 564	695 273	706 701
Wartość firmy	120 855	120 855	120 855	120 855
Inne wartości niematerialne	115 302	115 466	115 552	115 713
Rzeczowe aktywa trwałe	29 398	27 742	30 271	31 053
Nieruchomości inwestycyjne	874	874	874	874
Aktywa z tytułu praw do użytkowania	146 939	135 351	129 275	138 767
Należności długoterminowe	94	94	111	136
Udzielone pożyczki długoterminowe	1 032	1 242	2 016	2 016
Udziały i akcje	283 812	283 812	283 812	283 812
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	11 782	11 128	12 507	13 475
Aktywa obrotowe	189 227	243 976	243 244	245 539
Zapasy	154 613	173 975	220 975	228 819
Należności z tytułu kaucji krótkoterminowych	0	25	87	36
Należności z tytułu dostaw i usług oraz pozostałe należności i aktywa obrotowe	23 972	14 839	13 504	8 608
Należności z tytułu podatku dochodowego od osób prawnych	0	0	611	0
Udzielone pożyczki krótkoterminowe oraz krótkoterminowa część pożyczek długoterminowych	902	900	200	200
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	9 517	54 237	7 867	7 876
Inne aktywa krótkoterminowe	223	0	0	0
Aktywa razem	899 315	940 540	938 517	952 240

(w tys. zł)	stan na 31-03-2026 / koniec kwartału 2026	stan na 31-12-2025 / koniec poprzed- niego kwartału 2025	stan na 31-03-2025 / koniec kwartału 2025	stan na 31-12-2024 / koniec poprzed- niego kwartału 2024
Kapitał własny	669 580	676 488	656 730	668 363
Kapitał podstawowy	49 122	49 122	49 122	49 122
Kapitał zapasowy	596 663	596 663	588 588	588 588
Pozostałe kapitały	17 390	17 390	17 390	17 390
Niepodzielony wynik finansowy lat ubiegłych	13 313	5 192	13 263	5 192
Zyski zatrzymane	-6 908	8 121	-11 633	8 071
Zobowiązania i rezerwy długoterminowe	101 046	89 803	81 965	93 844
Zobowiązania z tytułu leasingu	100 390	89 147	81 449	90 193
<i>w tym: z tytułu leasingu lokali handlowych oraz powierzchni biurowych</i>	100 142	88 909	80 878	89 637
Kredyty i pożyczki długoterminowe	0	0	0	3 135
Rezerwy długoterminowe	656	656	516	516
Zobowiązania krótkoterminowe razem	128 689	174 249	199 822	190 033
Zobowiązania z tytułu leasingu	51 425	48 309	47 580	51 081
<i>w tym: z tytułu leasingu lokali handlowych oraz powierzchni biurowych</i>	50 995	47 865	47 126	50 648
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług oraz pozostałe zobowiązania	61 633	102 467	69 927	99 822
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego od osób prawnych	611	7 711	0	0
Kredyty i pożyczki krótkoterminowe oraz krótkoterminowa część kredytów i pożyczek długoterminowych	3 386	3 386	71 009	26 837
Rezerwy krótkoterminowe	11 634	12 376	11 306	12 293
Zobowiązania i rezerwy razem	229 735	264 052	281 787	283 877
Pasywa razem	899 315	940 540	938 517	952 240

ŚRÓDROCZNY SKRÓCONY JEDNOSTKOWY RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT

ZA OKRES 3 MIESIĘCY ZAKOŃCZONY DNIA 31 MARCA 2026 ROKU

(w tys. zł)	1 kwartał / 2026 okres od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 kwartał / 2025 okres od 01-01-2025 do 31-03-2025
Przychody ze sprzedaży	128 062	118 120
Koszt własny sprzedaży	49 218	50 277
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	78 844	67 843
Koszty sprzedaży	66 966	66 454
Koszty ogólnego zarządu	13 976	13 924
Pozostałe przychody operacyjne	699	687
Pozostałe koszty operacyjne	1 611	1 285
Strata ze sprzedaży niefinansowych aktywów trwałych	269	182
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	-3 279	-13 315
Przychody finansowe	447	4 414
w tym: z tyt. leasingu lokali handlowych oraz powierzchni biurowych	0	2 795
Koszty finansowe	4 731	2 375
w tym: z tyt. leasingu lokali handlowych oraz powierzchni biurowych	3 575	1 240
Zysk (strata) brutto	-7 563	-11 276
Podatek dochodowy	-655	357
Zysk (strata) roku z działalności kontynuowanej	-6 908	-11 633
DZIAŁALNOŚĆ ZANIECHANA		
Zysk (strata) roku z działalności zaniechanej	0	0
Zysk (strata) roku obrotowego	-6 908	11 633
Zysk (strata) na jedną akcję zwykłą z działalności kontynuowanej i zaniechanej		
- podstawowy	-0,03	-0,05
- rozwodniony	-0,03	-0,05

ŚRÓDROCZNE SKRÓCONE JEDNOSTKOWE SPRAWOZDANIE Z CAŁKOWITYCH DOCHODÓW

ZA OKRES 3 MIESIĘCY ZAKOŃCZONY DNIA 31 MARCA 2026 ROKU

(w tys. zł)	1 kwartał / 2026 okres od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 kwartał / 2025 okres od 01-01-2025 do 31-03-2025
Zysk netto (strata) roku obrotowego	-6 908	-11 633
Pozostałe całkowite dochody, w tym:	0	0
Podlegające przeklasyfikowaniu do wyniku	0	0
Niepodlegające przeklasyfikowaniu do wyniku	0	0
Całkowity dochód	-6 908	-11 633

ŚRÓDROCZNE SKRÓCONE JEDNOSTKOWE SPRAWOZDANIE ZE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM

ZA OKRES 3 MIESIĘCY ZAKOŃCZONY 31 MARCA 2026 ROKU

(w tys. zł)	Kapitał podsta- wowy	Kapitał zapasowy	Kapitał rezerwowy	Zyski zatrzymane	Kapitał własny razem
1 kwartał 2025 okres od 01-01-2025 do 31-03-2025					
Saldo na 01.01.2025	49 122	588 588	17 390	13 263	668 363
Zmiany w kapitale własnym 1 kwartał 2025 okres od 01-01-2025 do 31-03-2025	0	0	0	-11 633	-11 633
Zysk (strata) netto za rok obrotowy	0	0	0	-11 633	-11 633
Pozostałe całkowite dochody	0	0	0	0	0
Całkowite dochody	0	0	0	-11 633	-11 633
Dywidendy	0	0	0	0	0
Saldo na 31.03.2025	49 122	588 588	17 390	1 630	656 730
Rok 2025 okres od 01-01-2025 do 31-12-2025					
Saldo na 01.01.2025	49 122	588 588	17 390	13 263	668 363
Zmiany w kapitale własnym w 2025 roku	0	8 075	0	50	8 125
Zysk (strata) netto za rok obrotowy	0	0	0	8 121	8 121
Pozostałe całkowite dochody	0	0	0	0	0
Całkowite dochody	0	0	0	8 121	8 121
Podział zysku netto	0	8 071	0	-8 071	0
Wpływy ze zbycia akcji własnych	0	4	0	0	4
Dywidendy	0	0	0	0	0
Saldo na 31.12.2025	49 122	596 663	17 390	13 313	676 488
1 kwartał 2026 okres od 01-01-2026 do 31-03-2026					
Saldo na 01.01.2026	49 122	596 663	17 390	13 313	676 488
Zmiany w kapitale własnym 1 kwartał 2026 okres od 01-01-2026 do 31-03-2026	0	0	0	-6 908	-6 908
Zysk (strata) netto za rok obrotowy	0	0	0	-6 908	-6 908
Pozostałe całkowite dochody	0	0	0	0	0
Całkowite dochody	0	0	0	-6 908	-6 908
Dywidendy	0	0	0	0	0
Saldo na 31.03.2026	49 122	596 663	17 390	6 405	669 580

ŚRÓDROCZNE SKRÓCONE JEDNOSTKOWE SPRAWOZDANIE Z PRZEPIYWÓW PIENIĘŻNYCH

ZA OKRES 3 MIESIĘCY ZAKOŃCZONY DNIA 31 MARCA 2026 ROKU

(w tys. zł)	1 kwartał / 2026 okres od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 kwartał / 2025 okres od 01-01-2025 do 31-03-2025
Zysk przed opodatkowaniem	-7 563	-11 276
Korekty:		
Amortyzacja	15 616	15 928
Zysk (strata) na inwestycjach	269	182
Podatek dochodowy zapłacony	-10 968	-1 545
Koszty z tytułu odsetek	1 547	2 173
Zmiana stanu rezerw	-743	-987
Zmiana stanu zapasów	19 361	7 845
Zmiana stanu należności	-5 264	-3 377
Zmiana stanu zobowiązań krótkoterminowych, z wyjątkiem pożyczek i kredytów	-36 888	-31 887
Inne korekty	-638	-104
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	-25 271	-23 048
Otrzymane odsetki	222	7
Wpływy ze sprzedaży rzeczowych aktywów trwałych	26	289
Wpływ z tytułu spłaty udzielonych pożyczek	210	0
Nabycie wartości niematerialnych	-86	-76
Nabycie rzeczowych aktywów trwałych	-4 463	-1 568
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-4 091	-1 348
Wpływy z tytułu zaciągnięcia kredytów i pożyczek	0	40 938
Płatności zobowiązań z tytułu pozostałych umów leasingu	-116	-114
Odsetki zapłacone pozostałe	-143	-817
Odsetki zapłacone z tytułu umów leasingu finansowego	-1 404	-1 257
Płatności zobowiązań z tytułu umów leasingu dotyczących lokali handlowych oraz powierzchni biurowych	-13 695	-14 363
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	-15 358	24 387
Zwiększenie (zmniejszenie) netto stanu środków pieniężnych i ekwiwalentów środków pieniężnych	-44 720	-9
Zmiana stanu środków pieniężnych z tytułu różnic kursowych	0	0
Bilansowa zmiana stanu środków pieniężnych z uwzględnieniem skutków zmian kursów wymiany	-44 720	-9
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty na początek okresu	54 237	7 876
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty na koniec okresu	9 517	7 867

Na wartość wykazaną w pozycji „Inne korekty” składa się: (w tys. zł)	1 kwartał / 2026 okres od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 kwartał / 2025 okres od 01-01-2025 do 31-03-2025
środki trwałe - odpis aktualizujący - likwidacje	-193	-97
otrzymane odsetki	-222	-7
wycena transakcji forward	-223	0
Razem	-638	-104

INFORMACJE I OBJAŚNIENIA DO ŚRÓDROCZNEGO SKRÓCONEGO JEDNOSTKOWEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO ZA I KWARTAŁ 2026 ROKU

1. NOTY UZUPEŁNIAJĄCE DO SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH

NOTA 1 SEGMENTY WEDŁUG RODZAJU DZIAŁALNOŚCI I PODZIAŁU GEOGRAFICZNEGO

Spółka prowadzi jeden segment działalności: odzieżowy.

GEOGRAFICZNE SEGMENTY DZIAŁALNOŚCI KONTYNUOWANEJ:

Przychody dotyczące segmentów geograficznych za okres od 1 stycznia 2026 roku do 31 marca 2026 roku oraz za okres porównywalny zostały przedstawione w poniższej tabeli.

Przychody ze sprzedaży na różnych rynkach pod względem lokalizacji geograficznej (w tys. zł)	1 Q 2026 od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 Q 2025 od 01-01-2025 do 31-03-2025
Polska	128 059	117 974
Strefa EURO	0	145
Strefa HUF	2	1
Strefa RON	1	0
Razem	128 062	118 120

W zakresie segmentów geograficznych cała działalność Spółki realizowana jest w Rzeczypospolitej Polskiej. Część sprzedaży dotyczy wysyłki towarów Spółki za granicę.

NOTA 2 POZOSTAŁE PRZYCHODY OPERACYJNE

Pozostałe przychody operacyjne (w tys. zł)	1 Q 2026 od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 Q 2025 od 01-01-2025 do 31-03-2025
Zysk ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych	0	0
Inne przychody operacyjne w tym:	699	687
z tyt. rozwiązania odpisów aktualizujących towarów/materiałów	670	494
z tyt. likwidacji umów wycenianych zgodnie z MSSF 16	0	103
Razem	699	687

NOTA 3 POZOSTAŁE KOSZTY OPERACYJNE

Pozostałe koszty operacyjne (w tys. zł)	1 Q 2026 od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 Q 2025 od 01-01-2025 do 31-03-2025
Strata ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych	269	182
Przekazanie darowizny	1 338	400

Koszty likwidacji składników majątku	0	586
Inne koszty operacyjne w tym:	273	299
<i>koszty związane z likwidacją</i>	0	61
<i>odprawy ekonomiczne</i>	102	71
<i>niedobory inwentaryzacyjne</i>	78	45
Razem	1 880	1 467

NOTA 4 PRZYCHODY FINANSOWE

Przychody finansowe (w tys. zł)	1 Q 2026 od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 Q 2025 od 01-01-2025 do 31-03-2025
Odsetki od lokat bankowych	222	7
Zysk z tytułu różnic kursowych	0	4 403
w tym: z tyt. leasingu dot. umów lokali handlowych i powierzchni biurowych	0	2 795
Wycena transakcji forward	223	3
Pozostałe	2	1
Razem	447	4 414

NOTA 4A KOSZTY FINANSOWE

Koszty finansowe (w tys. zł)	1 Q 2026 od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 Q 2025 od 01-01-2025 do 31-03-2025
Odsetki od kredytów w rachunku bieżącym i kredytów bankowych	0	774
Odsetki od faktoringu	143	141
Odsetki od zobowiązań z tytułu leasingu finansowego	12	18
Odsetki od zobowiązań z tyt. leasingu dot. umów lokali handlowych i powierzchni biurowych	1 392	1 240
Prowizje od kredytów i gwarancji	214	197
Strata z tytułu różnic kursowych	2 964	0
w tym: z tytułu umów leasingu finansowego dotyczących lokali handlowych oraz powierzchni biurowych	2 183	0
Wycena transakcji forward	0	3
Pozostałe	6	2
Razem	4 731	2 375

NOTA 5 PODATEK DOCHODOWY

Działalność kontynuowana (w tys. zł)	1 Q 2026 od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 Q 2025 od 01-01-2025 do 31-03-2025
Podatek dochodowy:	-655	357
Podatek dochodowy bieżący	0	-611
Odroczony podatek dochodowy (nota 6)	-655	968

Podatek dochodowy bieżący (w tys. zł)	1 Q 2026 od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 Q 2025 od 01-01-2025 do 31-03-2025
Zysk (strata) brutto	-7 563	-11 276
Różnica pomiędzy zyskiem (stratą) brutto a podstawą opodatkowania podatkiem	5 692	-3 704
- różnica pomiędzy zyskiem brutto a dochodem do opodatkowania wynikająca z kosztów nie stanowiących kosztów uzyskania według przepisów podatkowych i przychodów nie będących przychodami według przepisów podatkowych oraz dodatkowych przychodów i kosztów podatkowych	5 692	-3 704
- inne różnice (m. in. strata z lat ubiegłych)	0	0
Dochód/Strata	-1 871	-14 980
Podstawa opodatkowania podatkiem dochodowym	0	0
Podatek dochodowy według obowiązującej stawki 19%	0	0
Rozliczenie Podatkowej Grupy Kapitałowej	0	-611
Korekty podatku dochodowego za poprzednie okresy	0	0
Podatek dochodowy bieżący	0	-611

Podatek dochodowy według efektywnej stopy podatkowej (w tys. zł)	1 Q 2026 od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 Q 2025 od 01-01-2025 do 31-03-2025
Zysk (strata) brutto	-7 563	-11 276
Podatek dochodowy według stawki 19%	-1 437	-2 142
Efekt podatkowego ujęcia:	1 082	-704
(+) Kosztów nie stanowiących kosztów uzyskania według przepisów podatkowych	1 206	361
(-) Przychodów nie będących przychodami według przepisów podatkowych	53	1 123
(-) Kosztów podatkowych nie będących kosztem bilansowym	-15	-12
(+) Przychodów podatkowych nie będących przychodem bilansowym	-86	46
• Aktualizacja wartości aktywów z tytułu podatku odroczonego (strata br.)	0	0
• Podatek odroczonego	-655	968
• Korekty podatku dochodowego za poprzednie okresy	0	0
• Rozliczenie Podatkowej Grupy Kapitałowej	355	2 235
• Inne	0	0
Podatek dochodowy wg efektywnej stopy podatkowej	-655	357
<i>efektywna stopa podatkowa</i>	8,66%	-3,17%

Bieżące obciążenie podatkiem dochodowym jest naliczane zgodnie z przepisami podatkowymi z uwzględnieniem wspólnego rozliczenia podatku przez spółki wchodzące w skład Podatkowej Grupy Kapitałowej.

NOTA 6 REZERWA I AKTYWA Z TYTUŁU ODROZONEGO PODATKU DOCHODOWEGO

Pozycje bilansowe (w tys. zł)	bilans	bilans	RZiS	RZiS
	31.03.2026	31.12.2025	1 Q 2026 od 01-01-2026 do 31-03-2026	1 Q 2025 od 01-01-2025 do 31-03-2025
Rezerwy z tytułu podatku odroczonego	2	63	-61	187
Wycena bilansowa - dodatnie różnice kursowe	2	63	-61	187

Wycena transakcji Forward	0	0	0	0
Odniesione na wynik finansowy	2	63	-61	187
Odniesiony na wartość firmy	0	0	0	0
Aktywa z tytułu podatku odroczonego	11 784	11 191	594	-781
Przyspieszona amortyzacja bilansowa	1 089	1 066	23	-37
Odpisy aktualizujące	2 505	2 810	-305	-93
Rezerwy, płace i ubezpieczenia społeczne	705	820	-115	-111
Wynagrodzenia, ZUS niezapłacony	54	55	-1	1
Wycena bilansowa - ujemne różnice kursowe	106	0	106	-46
Straty możliwe do odliczenia od przyszłych dochodów do opodatkowania	3 832	3 832	0	0
Odpis aktualizujący należności od odbiorców	191	109	82	-46
Rezerwa na przyszłe zobowiązania	750	432	318	73
Rezerwa na zwroty od odbiorców	1 391	1 391	0	0
Wycena transakcji forward	-42	0	-42	0
Wycena programu lojalnościowego	282	282	0	0
Zobowiązania leasingowe z tyt. umów lokali handlowych oraz powierzchni biurowych	921	394	528	-522
Odniesione na wynik finansowy	11 784	11 191	594	-781
Odniesione bezpośrednio na kapitały	0	0	0	0
Odniesione na wynik finansowy - persaldo	-11 782	-11 128	-655	968

NOTA 7 ZMIANA STANU ODPISÓW AKTUALIZUJĄCYCH WARTOŚCI NALEŻNOŚCI KRÓTKOTERMINOWYCH, WARTOŚCI ZAPASÓW I Z TYTUŁU UTRATY WARTOŚCI ŚRODKÓW TRWAŁYCH

Odpisy aktualizujące (w tys. zł)	Saldo na 01.01.2026	Utworzenie	Rozwiązanie/ Wykorzystanie	Przekwalifikowanie	Saldo na 31.03.2026
Odpisy na wartości niematerialne i prawne	0	0	0	0	0
Odpisy na rzeczowe aktywa trwałe	345	0	0	0	345
Odpisy na zapasy	14 792	0	1 606	0	13 186
Odpis na udziały	22	0	0	0	22
Odpisy aktualizujące wartość należności	1 346	24	9	0	1 361
Odpisy aktualizujący wartość należności z tytułu udzielonych pożyczek	400	0	0	0	400
Razem odpisy	16 905	24	1 615	0	15 314

W 1 kwartale 2026 roku rozwiązano odpis aktualizujący na zapasy w kwocie 1 606 tys. PLN: 936 tys. PLN ujęto jako korekta kosztu własnego sprzedaży, 670 tys. PLN jako pozostałe przychody operacyjne.

Odpisy aktualizujące (w tys. zł)	Saldo na 01.01.2025	Utworzenie	Rozwiązanie/ Wykorzystanie	Przekwalifikowanie	Saldo na 31.12.2025
Odpisy na wartości niematerialne i prawne	6	0	6	0	0
Odpisy na rzeczowe aktywa trwałe	0	844	499	0	345
Odpisy na zapasy	8 250	9 430	2 888		14 792
Odpis na udziały	22	0	0	0	22
Odpisy aktualizujące wartość należności	1 392	147	193		1 346
Odpisy aktualizujący wartość należności z tytułu udzielonych pożyczek	400	0	0	0	400
Razem odpisy	10 070	10 421	3 586	0	16 905

NOTA 8 REZERWY

(w tys. zł)	Rezerwa na koszty pracownicze	Rezerwa na przyszłe zobowiązania	Rezerwa na produkcję w toku	Rezerwa na zwroty	Razem
Stan na dzień 1 stycznia 2025	4 182	4 765	1 126	2 736	12 809
utworzone rezerwy w ciągu roku obrotowego	1 172	505	915	319	2 911
rozwiązanie /wykorzystanie rezerw	-1 044	-533	-696	-415	-2 688
Stan na dzień 31 grudnia 2025	4 310	4 737	1 345	2 640	13 032
wykazane w zobowiązaniach krótkoterminowych	3 654	4 737	1 345	2 640	12 376
wykazane w zobowiązaniach długoterminowych	656	0	0	0	656
Stan na dzień 1 stycznia 2026	4 310	4 737	1 345	2 640	13 032
utworzone rezerwy w ciągu roku obrotowego	0	0	0	0	0
rozwiązanie /wykorzystanie rezerw	-600	0	-142	0	-742
Stan na dzień 31 marca 2026	3 710	4 737	1 203	2 640	12 290
wykazane w zobowiązaniach krótkoterminowych	3 054	4 737	1 203	2 640	11 634
wykazane w zobowiązaniach długoterminowych	656	0	0	0	656

Na saldo rezerw na 31.03.2026 rok składają się:

	Razem 12 290 tys. zł
rezerwa długoterminowa na odprawy emerytalne	656 tys. zł
rezerwa krótkoterminowa na odprawy emerytalne	68 tys. zł
rezerwa krótkoterminowa na niewykorzystane urlopy	2 986 tys. zł
rezerwa na zwroty od odbiorców	2 640 tys. zł
rezerwa krótkoterminowa na produkcję w toku	1 203 tys. zł
rezerwa na przyszłe zobowiązania	4 737 tys. zł

NOTA 9 NALEŻNOŚCI I ZOBOWIĄZANIA WARUNKOWE

(w tys. zł)	stan na 31-03-2026/ koniec kwartału 2026	stan na 31-12-2025 / poprzedniego kwartału 2025
- wystawione gwarancje bankowe na czynsze z tytułu wynajmu lokali sklepowych	28 440	29 070
- otwarte akredytywy	11 320	18 420
Zobowiązania warunkowe razem	39 760	47 490

W Spółce nie występują należności warunkowe.

NOTA 10 INFORMACJE O INSTRUMENTACH FINANSOWYCH

W okresie sprawozdawczym nie nastąpiła zmiana sposobu wyceny instrumentów finansowych w wartości godziwej oraz nie wystąpiła zmiana w klasyfikacji aktywów finansowych.

NOTA 10A INSTRUMENTY FINANSOWE W PODZIALE NA KLASY

Pozycje bilansowe wyceniane według zamortyzowanego kosztu (w tys. zł)	31.03.2026	31.03.2026	31.12.2025	31.12.2025	31.03.2025	31.03.2025
	Aktywa finansowe	Zobowiązania finansowe	Aktywa finansowe	Zobowiązania finansowe	Aktywa finansowe	Zobowiązania finansowe
Udzielone pożyczki	1 934	0	2 142	0	2 216	0
Należności długoterminowe, należności handlowe oraz pozostałe należności z tyt. kaucji i aktywa obrotowe	24 066	0	14 958	0	13 702	0
Środki pieniężne oraz ich ekwiwalenty	9 517	0	54 237	0	7 867	0
Zobowiązania długoterminowe z tyt. kredytów, pożyczek oraz leasingowe w tym: z tytułu leasingu lokali handlowych oraz powierzchni biurowych	0	100 390	0	89 147	0	81 449
Zobowiązania krótkoterminowe z tyt. kredytów, pożyczek oraz leasingowe w tym: z tytułu leasingu lokali handlowych oraz powierzchni biurowych	0	54 811	0	51 695	0	118 589
Zobowiązania handlowe, pozostałe oraz zobowiązania z tyt. kaucji	0	61 633	0	102 467	0	69 927
Razem	35 517	216 834	71 337	243 309	23 785	269 965

Powyższe Aktywa i Zobowiązania finansowe zostały wycenione w zamortyzowanym koszcie.

NOTA 10B INSTRUMENTY FINANSOWE - PRZYCHODY I KOSZTY ORAZ ZYSKI I STRATY Z TYT. UTRATY WARTOŚCI

Pozycje bilansowe 1 kwartał / 2026 okres od 01-01-2026 do 31-03-2026 (w tys. zł)	Przychody z tyt. odsetek	Koszty z tyt. odsetek	Zyski / straty z tytułu wyceny wg. zamortyzowanego kosztu	Zyski / straty z tytułu wyceny wg. wartości godziwej	Utworzone odpisy aktualizujące	Rozwiązane odpisy aktualizujące	Zyski / straty z tyt. różnic kursowych
Udzielone pożyczki	0	0	0	0	0	0	0
Należności handlowe oraz pozostałe	2	0	0	0	24	9	0
Środki pieniężne oraz ich ekwiwalenty	222	0	0	0	0	0	133
Transakcje Forward	0	0	0	223	0	0	0
Zobowiązania z tyt. kredytów, pożyczek oraz leasingowe pozostałe	0	12	0	0	0	0	0
Zobowiązania leasingowe z tyt. umów lokali handlowych oraz powierzchni biurowych	0	1 392	0	0	0	0	-2 183
Zobowiązania handlowe oraz pozostałe	0	6	0	0	0	0	-914
Razem	224	1 410	0	223	24	9	-2 964

2. POZOSTAŁE NOTY OBJAŚNIAJĄCE

2.1. INFORMACJE O ISTOTNYCH TRANSAKCJACH NABYCIA I SPRZEDAŻY RZECZOWYCH AKTYWÓW TRWAŁYCH

Łączna kwota nakładów inwestycyjnych na nabycie rzeczowych aktywów trwałych w sprawozdaniu finansowym z przepływów finansowych wykazanych w okresie sprawozdawczym wyniosła 4 463 tys. PLN.

Brak istotnych transakcji sprzedaży.

2.2. POZOSTAŁE INFORMACJE

W informacjach i objaśnieniach do skonsolidowanego śródrocznego sprawozdania finansowego zostały zawarte informacje, które są istotne do przygotowania niniejszego jednostkowego skróconego śródrocznego sprawozdania finansowego:

- Informacje ogólne
- Podstawa sporządzenia i stosowane zasady rachunkowości
- Zmiany w standardach rachunkowości
- Sezonowość i cykliczność działalności
- Czynniki i zdarzenia, w tym o nietypowym charakterze
- Kursy stosowane do wyceny aktywów i pasywów
- Istotne czynniki ryzyka i zagrożeń
- Informacje o instrumentach finansowych
- Informacje o istotnym zobowiązaniu z tytułu dokonania zakupu rzeczowych aktywów trwałych
- Emisja, wykup i spłata dłużnych i kapitałowych papierów wartościowych
- Dywidendy wypłacone i zadeklarowane
- Postępowania toczące się przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej
- Rozliczenia podatkowe
- Transakcje z podmiotami powiązаныmi
- Informacje o udzieleniu przez emitenta lub przez jednostkę od niego zależną poręczeń kredytu lub pożyczki lub udzieleniu gwarancji łącznie jednemu podmiotowi lub jednostce zależnej od tego podmiotu, jeżeli łączna wartość istniejących poręczeń lub gwarancji jest znacząca
- Znaczące zdarzenia w I kwartale 2026 roku
- Znaczące zdarzenia po dacie bilansowej.

PODPISY CZŁONKÓW ZARZĄDU VRG S.A.

Mateusz Kolański
Prezes Zarządu

Michał Zimnicki
Wiceprezes Zarządu

Łukasz Bernacki
Wiceprezes Zarządu

Kraków, dnia 20 maja 2026 roku



VRG

VISTULA RETAIL GROUP

VISTULA

BYTOM
SZTUKA KRAWIECTWA OD 1945

WÓLCZANKA

DENI CLER
MILANO

W. KRUK
1840

Lilou