

## **VNITŘNÍ INFORMACE - Footshop uzavřel první pololetí s výrazným finančním růstem, daří se geografická expanze i rozšiřování produktového portfolia včetně vlastních značek**

V Praze 10. září 2025 – Skupina Footshop, přední evropský prodejce streetwearové módy, oznamuje rekordní finanční výsledky s významným meziročním nárůstem ve všech ukazatelích. Výsledky za první pololetí roku 2025 potvrzují stabilitu a pokračující růstový trend společnosti. Finanční výhled skupiny pro rok 2025 je v případě tržeb 1,80–2,00 miliardy Kč, v případě ukazatele EBITDA dle IFRS 150–180 milionů Kč.

- Čisté tržby z obchodní činnosti dosáhly v 1H 2025 hodnoty 891 milionů Kč, což znamená meziroční nárůst o 38 %.
- Hrubá marže meziročně vzrostla o 40 % na 394 milionů Kč za první pololetí 2025.
- Ukazatel EBITDA dle IFRS dosáhl za první půlrok na 71 milionů Kč, což je 30% nárůst oproti stejnému období roku 2024.
- Pro rok 2025 drží skupina svůj dosavadní finanční výhled na 1,80-2,00 miliardy Kč v případě tržeb, což může znamenat až 40% meziroční nárůst, a 150-180 milionů Kč pro ukazatel EBITDA, kde může jít až o 50% nárůst oproti 2024.
- Od vstupu na burzu dne 1. srpna 2023 vzrostla tržní kapitalizace skupiny na pražské burze o 14 % (údaj k 9. 9. 2025)

*„První polovina roku 2025 byla pro skupinu Footshop přelomovým obdobím, a to především díky mezinárodní expanzi do deseti nových zemí, díky čemuž jsme dosáhli téměř úplného pokrytí Evropy. Zároveň jsme posílili svou pozici díky rozvoji soukromých značek a úspěšné spolupráci se společností Sparta, která prokázala naši schopnost udávat trendy a propojovat sport s pouliční módou. Ve druhé polovině roku se zaměříme na rozvoj portfolia, posílení značky a další zvyšování provozní efektivity, což nás přiblíží k našemu cíli stát se lídrem na evropském trhu,“* komentuje Peter Hajduček, CEO a zakladatel skupiny Footshop.

V 1. pololetí 2025 dosáhla skupina Footshop meziročního růstu ve všech klíčových finančních ukazatelích, čímž potvrdila svou silnou růstovou dynamiku. Hlavním motorem rekordních výsledků bylo zvýšení počtu objednávek o 41 % (z 394 000 na 558 000) oproti stejnému období loňského roku. Za uplynulých 12 měsíců odbavila skupina více než milion objednávek. Poměr dluhu k vlastnímu kapitálu se meziročně zlepšil o 15 % z 4,8x na 4,1x, což odráží silnější kapitálovou základnu a vyváženější kapitálovou strukturu. Do roku 2029 si skupina klade ambiciózní cíl zdvojnásobit tržby na 2,8–3,1 miliardy Kč a EBITDA na 220–260 milionů Kč, což odpovídá průměrnému ročnímu růstu 10–14 %.

*„V první polovině roku 2025 dosáhla skupina Footshop významného růstu – tržby se meziročně zvýšily o 38 % a EBITDA o 30 %. Tyto výsledky potvrzují zdravou kombinaci expanze, inovací a efektivního řízení, která zvyšuje naši ziskovost a finanční stabilitu. To nám poskytuje pevný základ pro další investice a dlouhodobé vytváření hodnoty pro akcionáře,“* doplňuje Leoš Brabec, finanční ředitel skupiny Footshop.

*„Máme radost, že Footshop dlouhodobě vykazuje mimořádné výsledky. Nastavená obchodní strategie a výborná finanční výkonnost se začíná propisovat i do důvěry akcionářů. Akcie Footshopu se nyní řadí mezi růstově nejzajímavější tituly pražské burzy,“* komentuje Oliver Polyák, manažer divize investičního bankovníctví společnosti WOOD & Company, která stojí za projektem prvního SPACu v Česku.

Zákaznická základna Footshopu vzrostla meziročně o 28 % s více než 20% podílem loajálních zákazníků. Webové stránky registrovaly za uplynulých 12 měsíců více než 82,6 milionů návštěv, mobilní aplikace

Footshopu a Queens si stáhlo už více než 585 tisíc fanoušků streetwearu. K odběru zákaznického newsletteru je registrováno přes 3,5 milionu odběratelů.

#### Expanze kamenných prodejen

Šest kamenných prodejen značek Footshop a Queens v metropolích střední a východní Evropy navštívilo v uplynulém roce přes milion zákazníků. Skupina je plánuje v následujícím roce doplnit o další dvě prodejny. V současné době hledá vhodné prostory pro otevření vlajkové prodejny v Paříži, Marseille nebo Lyonu, čímž prolomí pomyslnou hranici do západní Evropy. Dalšími metropolemi, kam skupina míří svou pozornost, jsou Sofie nebo Atény. V srpnu 2025 zároveň proběhla akvizice dříve pronajaté bukurešťské pobočky, jejíž vlastnictví by mělo zajistit dlouhodobou přítomnost a růst na rumunském trhu s prémiovým retailovým zbožím.

Varšavská prodejna Footshop se po osmi měsících od otevření etablovala jako dynamický kulturní hub propojující streetwear, hudbu a lokální komunitu. Díky unikátním aktivitám a eventům pro mladou generaci, zařazováním limitovaných edic a exkluzivních novinek se daří naplňovat ambiciózní misi učinit z Varšavy regionální centrum streetwearu a podpořit roli klíčového hráče na polském trhu.

*„V Polsku jsme v uplynulém půlroce dosáhli silného dvouciferného růstu, díky kterému se tento trh stal třetím největším v našem portfoliu. Důležitou se pro nás stává i Ukrajina, kde jsme v prvním pololetí zaznamenali rychlý a trvalý nárůst online prodeje, navzdory náročným podmínkám. Po pouhém roce činnosti je tak Ukrajina naším pátým největším trhem. Hlavní výzvou zde zůstává logistika, na jejímž zlepšení intenzivně pracujeme tak, aby byl zajištěn udržitelný a dlouhodobý růst,“* komentuje Hajduček.

Vlajková prodejna Queens, strategicky umístěná v blízkosti pražského Footshopu, se za necelých šest měsíců od otevření stala úspěšným prodejním a kulturním centrem. V souladu s novou identitou značky zde probíhají atraktivní akce jako New Balance Grey Days s 400 návštěvníky či živý koncert Converse se zpěvačkou Pam Rabbit. Díky aktivní spolupráci se ženskými influencerkami si Queens buduje autentický vztah s cílovou skupinou zákaznic 25+.

#### Cílení na sport se vyplácí

Sportovní kategorie se stala nejrychleji rostoucím segmentem v nabídce Footshopu. Skupině se daří úspěšně oslovit novou generaci zákazníků hledajících nejen výkon, ale také pocit komunity a jedinečný styl. Ve 2. čtvrtletí 2025 tržby kategorie vzrostly o 44,5 % oproti předchozímu čtvrtletí a překročily tak cíl pro první pololetí o 18 %. Footshop plánuje rozšířit portfolio o prémiové cyklistické vybavení a dále posilovat svou pozici v dynamicky rostoucí sportovní komunitě.

Klíčovým brand momentem pro Footshop se stalo červnové uvedení třetí sady dresů AC Sparta Praha ve spolupráci s adidasem, včetně doprovodné streetwearové kolekce. Unikátní kooperace úspěšně propojila fotbalovou identitu s městskou kulturou. Černý dres se „špinavým“ efektem a mottem „Clean Kits Don't Win Matches“ dosáhl okamžitého úspěchu – stal se nejprodávanějším dresem v týdnu uvedení na trh a nejžádanějším novým designem v nedávné historii klubu s více než 5 500 prodanými kusy během prvních šesti týdnů.

V nadcházejících měsících Footshop chystá uvedení dalších globálních spoluprací. Současně plánuje výrazně rozšířit svou privátní značku, která již nyní vzbudila značný zájem mezi zákazníky.

#### Efektivnější řešení zásob

V 1. pololetí 2025 Footshop dosáhl výrazného růstu objednávek o 41 % (z 394 000 na 558 000). Současně se zlepšila efektivita řízení zásob, což dokládá pokles průměrného počtu dní skladování o 7 % (z 153 na 142 dní), a to i přes vyšší absolutní úroveň zásob. Pro další zefektivnění provozu probíhá v pražském skladu o celkové ploše 10 000 m<sup>2</sup> implementace pokročilého automatizovaného systému

skladování a vyhledávání zboží, který přinese 40% úsporu personálních nákladů, zkrácení doby vyhledávání zboží a stabilní provozní náklady i během sezónních špiček nebo personálních výpadků. Technologie umožní výrazně efektivnější využití podlahové plochy díky vertikálnímu stohování kontejnerů a rychlejšímu vychystávání optimálně uložených zásob. Tato klíčová investice do robotizace probíhá podle harmonogramu s plánovaným dokončením v prvních měsících roku 2026.

Více informací o hospodářských výsledcích za první pololetí 2025 i o plánech na druhé pololetí naleznete v prezentaci [zde](#)

**Poznámka:**

Finanční výsledky byly sestaveny na základě předběžných, konsolidovaných a neauditovaných účetních závěrek podle standardů IFRS.

---

**O Footshopu**

Společnost Footshop je jedním z nejvýznamnějších evropských prodejců prémiové volnočasové obuvi a oblečení. Založena byla v roce 2012 Peterem Hajdučkem. Její e-shop se zaměřuje primárně na evropské zákazníky. Tržby za rok 2024 dosáhly téměř 1,5 miliardy Kč, přičemž více než 75 % tržeb pocházelo z prodejů mimo Českou republiku.

Footshop provozuje také pět prémiových kamenných prodejen v evropských metropolích – v Praze, Budapešti, Bukurešti, Bratislavě a Varšavě. Díky úzkému propojení s komunitou společnost spolupracuje s předními globálními značkami, jako jsou adidas, Nike, New Balance, Converse a Vans, a distribuuje jejich prémiové kolekce. Na několika trzích, včetně České republiky, je lídrem ve svém segmentu. Společnost se také věnuje rozvoji privátních značek oblečení FTSH a Queens.

V roce 2021 Footshop koupil svého hlavního konkurenta v České republice, společnost Queens, která pokračuje v provozu pod původní značkou. Společnost Queens otevřela v březnu 2025 prémiovou kamennou prodejnu na ulici 28. října v Praze.

---

*Kontakt pro média:*

Michaela Šimková

ShrtCut Studio

Tel.: +420 602 212 093

E-mail: [michaela@shrtcut.cz](mailto:michaela@shrtcut.cz) nebo [investor.relations@footshop.cz](mailto:investor.relations@footshop.cz)