



Výročná správa za finančný rok končiaca 28. februára 2026

TESCO STORES SR, a.s. („Spoločnosť“) vstúpila na slovenský trh v roku 1996 a ku koncu finančného roka prevádzkovala 182 obchodov rôznych formátov - formáty extra, hypermarkety, supermarkety a expresy. Prevádzkuje tiež tri distribučné centrá – v Gáni, Beckove a Prešove a sieť čerpacích staníc. V spolupráci s O2 poskytuje služby virtuálneho mobilného operátora Tesco Mobile. Spoločnosť patrí k najväčším súkromným zamestnávateľom na Slovensku.

Tesco patrí k svetovým lídrom v inováciách na poli maloobchodu s potravinami. K inovatívnym projektom spoločnosti patrí zavedenie samoobslužných pokladní, unikátna služba „Tesco Online nákupy“, vernostný program Clubcard či služba Scan and Shop. Hlavným poslaním spoločnosti Tesco je každý deň prinášať niečo navyše – pre zákazníkov, komunity i celú planétu.

V rámci planéty sa venujeme 6 pilierom – znižovaniu plytvania potravinami, obalovej optimalizácii, emisiám v obchodoch a distribúcii, ako aj udržateľnému a etickému dodávateľskému reťazcu.

Ako prvá spoločnosť na svete sme si ešte v roku 2009 stanovili konkrétne klimatické ciele. Tie sú dnes stále ambiciózne – dosiahnuť uhlíkovú neutralitu v rámci celej skupiny Tesco do roku 2035 a klimatickú neutralitu do roku 2050 v celom dodávateľskom reťazci v súlade so záväzkom udržania globálnej zmeny klímy o 1,5 stupňa Celzia. Aktuálne sa nám na Slovensku podarilo znížiť emisie CO₂ o 83 %. Od roku 2020 všetky naše obchody prešli na certifikáty so 100 % obnoviteľnou elektrickou energiou. Na svojich prevádzkach postupne zavádzame energeticky úsporné opatrenia – bezemisné potravinové chladenie, ekologickejšiu vzduchotechniku, LED svietidlá a ich inteligentné riadenie na predajnej ploche podľa aktuálnej potreby. Všetkých 64 hypermarketov Tesco má nainštalované tepelné čerpadlá, ktoré postupne modernizujeme s cieľom ďalšieho zníženia emisií. Na prevádzke Zlaté Piesky v Bratislave sme nainštalovali solárne panely a kontinuálne riešime udržateľné inovácie.

Sme lídrom v boji proti plytvaniu potravinami – podarilo sa nám opäť znížiť potravinový odpad o 81 % oproti východiskovému roku 2016/17. Nepredané potraviny darujú všetky naše obchody na Slovensku a vďaka tomu sme za uplynulých 10 rokov dokázali rozdistribúovať 27 593 ton potravín pre ľudí v núdzi, čo predstavuje 88 294 ton ušetrených emisií CO₂. Spolu s nami merajú a zverejňujú svoje dáta o potravinovom odpade aj naši 13 stredoeurópski dodávatelia. Naše sekundárne obaly ako fólie, plasty či lepenka putujú do recyklačného centra, kde získajú nový život. Naše primárne obaly, a teda obaly na produktoch vlastných značiek sa snažíme upraviť tak, aby boli recyklovateľné alebo opätovne použiteľné. Na ekologickejších obaloch a inováciách v tejto oblasti úzko spolupracujeme aj s našimi dodávateľmi.

Dobre vyvážená, zdravá a udržateľná strava je jedným z najlepších spôsobov, ako sa môžeme starať o svoje zdravie a zdravie planéty. Preto sme v máji 2022 sme zaviedli metodológiu a meranie pre Systém ukazovateľov zdravia produktov, ktorý ukazuje, aké percento nutrične zdravých potravín v Tesco predávame. Stanovili sme si cieľ zvýšiť predaj zdravých produktov ako podiel z celkového predaja na 53 % do roku 2027 (za daný rok bolo percento predaja 52,66 %) a zvýšiť predaj rastlinných alternatív mäsa o 300 % do roku 2025, tento záväzok sa nám podaril naplniť v roku 2023 a odvtedy ho kontinuálne naplňame.

Zaväzujeme sa, že všetky komodity v našom dodávateľskom reťazci budeme získavať udržateľným spôsobom, vrátane tých, ktoré nám sú dodávané nepriamo. Všetok palmový olej musí mať od roku

2021 certifikát RSPO. Papier, drevo, buničina a výrobky z celulóзовých vlákien vlastných značiek sú certifikované FSC/PEFC alebo pochádzajú z recyklovaných zdrojov. Zaviazali sme sa prestať predávať vajcia z klieťkového chovu do roku 2025, ktorý naplňame. Od roku 2023 neumožňujeme predaj živých káprovo pred našimi predajňami.

Chceme byť spoločnosťou odrážajúcou rozmanitosť zákazníkov, zákazníčok a komún, v ktorých pôsobíme, a zároveň vytvárať prostredie, kde sa každý cíti vítaný. Preto sme zverejnili už piatu správu o naplňaní stratégie v oblasti diverzity, rovnosti a inklúzie. Zhrnuli sme v nej naše doterajšie pokroky, ale tiež poukazujeme na oblasti, v ktorých môžeme urobiť ešte viac. Témami sú napríklad podpora pre mladých kolegov a kolegýň z marginalizovaných komún, zlepšovanie pracovného prostredia pre ženy či začleňovanie ľudí so zdravotným znevýhodnením, ktorých aktuálne zamestnávame až 6,6 %. Mimoriadne dôležitou je pre nás téma transparentnosti v odmeňovaní. Sme hrdí na to, že sme zamestnávateľom s rovnakým odmeňovaním. Okrem toho ako prvá spoločnosť na Slovensku meriame, zverejňujeme a snažíme sa znižovať tzv. gender pay gap (rodový rozdiel v odmeňovaní všetkých žien a všetkých mužov), ktorý bol v Tesco na Slovensku v roku 2025 na úrovni 12,7 % (priemer) a 7,2 % (medián). V manažmente a vyššom manažmente sme mali viac ako 50 % zastúpené ženy.

Keďže až 70 % nášho zamestnanectva tvoria ženy, snažíme sa pre nich prinášať rôznu podporu, napríklad v otázke pomoci pri domácom násilí či podpore dôstojnej menštruácie. Prinášame menštručné potreby na všetky ženské zamestnanecké toalety a spoluzakladali sme Iniciatívu za dôstojnú menštruáciu, s cieľom vzdelávať o problematike, destigmatizovať menštruáciu a podporovať konkrétne kroky, ktoré znižujú dosahy menštručného vylúčenia. Aktuálne združuje 36 aktérov.

V uplynulom finančnom roku sme zrealizovali 2 edície grantového programu Správne začiatky. Tento program podporuje projekty zamerané na rozvoj detí a mladých ľudí do 26 rokov. Za tri edície sme podporili takmer 462 projektov v celkovej hodnote viac ako 442 000 eur. V rámci uplynulého aj nového programu sa nám podarilo podporiť za celé obdobie už 3 696 projektov v celkovej hodnote 3 milióny eur.

Od roku 2013 pravidelne realizujeme najväčšiu potravinovú zbierku, ktorá prebieha vo všetkých obchodoch na Slovensku. V minulom roku naši zákazníci vyzbierali viac ako 70 ton potravín v hodnote viac ako 172 000 eur. Za uplynulé roky sa nám podarilo vyzbierať takmer 1 270 ton potravín a drogerie v hodnote vyše 2,2 miliónov eur. Vyzbierané dary navyšujeme o 20 % hodnoty tovaru formou finančnej podpory pre našich partnerov. Tí následne distribuujú potraviny ľuďom, ktorí sa ocitli v náročnej životnej situácii.

Okrem toho realizujeme projekty v rámci produktového partnerstva pre rôzne menšie aj väčšie aktivity. Každému kolegovi a kolegyni na Slovensku ponúkame dva dni dobrovoľníctva. Sme pravidelným partnerom celoslovenských zbierok, ako sú Deň narcisov, Biela pastelka a ďalšie. Zároveň pomáhame pri krízových situáciách, napríklad pri živelných pohromách či vojne na Ukrajine, a venujeme sa aj mnohým ďalším formám podpory.

Viac informácií je dostupných na webstránke corporate.tesco.sk.

Spoločnosť nemá žiadne aktivity v oblasti výskumu a nemá žiadnu pobočku v zahraničí. Spoločnosť nenakladá s vlastnými akciami.

Spoločnosť dosiahla vo finančnom roku 2025/2026 tržby vo výške 1,7 miliardy euro (bez DPH).

Finančná pozícia (v tis. EUR)	Obdobie Od 1.3.2025 do 28.2.2026	Obdobie Od 1.3.2024 do 28.2.2025
Tržby z predaja tovarov a služieb	1 725 966	1 747 947
Prevádzkový zisk (+) / strata (-)	47 244	45 569
Čistý zisk (+) / strata (-)	26 416	25 510
Počet zamestnancov ku koncu obdobia	6 735	6 775

Výsledok hospodárskeho roku končiaceho 28. februára 2026 sa prevádza do ďalšieho obdobia a o jeho použití rozhodne valné zhromaždenie.

Spotrebiteľský sentiment vo finančnom roku 2025/26 sme v porovnaní s predchádzajúcim rokom hodnotili ako nižší, respektíve sme sledovali opatrnosť spotrebiteľov. Medzi zákazníkmi pretrvávala naďalej cenová senzitivita, reálne mzdy v priebehu roka rástli a podporovali kúpnu silu domácností, avšak tento pozitívny efekt bol čiastočne tlmený vyšším daňovým zaťažením a opatreniami fiškálnej konsolidácie, ktoré viedli k opatrnejšiemu spotrebiteľskému správaniu a nižšej ochote domácností zvyšovať výdavky. Rast cien bol poháňaný najmä službami a bývaním, zatiaľ čo ceny potravín rástli porovnateľne s predošlým rokom. Napriek rastu reálnych miezd zostala celková spotreba domácností utlmená v dôsledku pretrvávajúcej inflácie, vyšších životných nákladov a zvýšenej neistoty ohľadom ďalšieho ekonomického vývoja.

Celková nálada spotrebiteľov zostáva ovplyvnená vysokou neistotou vo svetovej ekonomike a geopolitickom prostredí, ako aj očakávanou konsolidáciou štátneho rozpočtu a očakávaným spomaleným rastom HDP a minimálnym rastom reálnych miezd. Inflačné riziká pretrvávajú, aj keď sú nižšie ako v posledných rokoch, najmä v oblasti potravín, ktoré môžu byť ovplyvnené vývojom komoditných trhov a nákladov na energie. Výška cien potravín bude aj naďalej ovplyvnená predovšetkým dynamikou vývoja dodávateľských cien. Vzhľadom na zvýšenú úroveň geopolitickej neistoty v dôsledku vojen a občianskych nepokojov, terorizmu, volieb, cieľ a vládnych obmedzení sme medziročne na úrovni celej skupiny zvýšili riziko dopadov geopolitiky a ďalších globálnych udalostí na naše podnikanie. Náš prístup k týmto udalostiam spočíva v pokračovaní v sledovaní vonkajšieho prostredia s ohľadom na hrozby, posudzovaní rizika pre naše podnikanie a budovaní odolnosti s cieľom minimalizovať narušenie prevádzky, kde na prvom mieste vždy stojí bezpečnosť našich kolegov a zákazníkov. Na krátkodobé riziká a ich dopady na naše podnikanie sme naďalej pripravení – máme k dispozícii príslušné tímy a kontrolné mechanizmy, zodpovedajúcu ponuku pre zákazníkov a vhodné stratégie. Dlhodobé dopady zostávajú nejednoznačné, a preto budeme situáciu naďalej starostlivo sledovať a primerane na ňu reagovať.

Udalosti po súvahovom dni

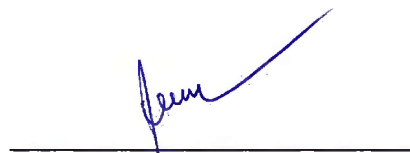
Po súvahovom dni nenastali žiadne ďalšie udalosti, ktoré by si vyžadovali vykázanie alebo zverejnenie v tejto účtovnej závierke pripravenej v súlade s IFRS platnými v EÚ.

Bratislava, 10.08.2026



Martin Bulla

člen predstavenstva



Martin Kuruc

člen predstavenstva