



Prezentacja wyników za 2015 rok

Niniejsza prezentacja została sporządzona przez Zarząd spółki Wittchen S.A. („**Spółka**”, „**Emitent**” lub „**Wittchen**”) w celu prezentacji wyników za 2015 r. z przeznaczeniem dla akcjonariuszy Spółki, klientów oraz analityków finansowych.

Niniejsza prezentacja nie stanowi, w całości ani w części, ani nie powinna być interpretowana jako oferta sprzedaży, zachęta lub zaproszenie ofertowe kupna lub składania zapisów na papiery wartościowe Spółki w jakiegokolwiek jurysdykcji lub zachęta do rozpoczęcia działalności inwestycyjnej. Żadna część niniejszej prezentacji ani fakt jej rozpowszechniania nie może stanowić podstawy lub być powoływana jako podstawa w związku z jakąkolwiek umową, zobowiązaniem lub decyzją inwestycyjną.

Dane rynkowe oraz pewne dane ekonomiczne lub sektorowe oraz stwierdzenia zamieszczone w niniejszej prezentacji dotyczące pozycji Spółki w sektorze zostały oszacowane i uzyskane na podstawie założeń, które Spółka uznaje za zasadne oraz jej badań własnych, sondaży lub badań przeprowadzonych przez osoby trzecie lub pochodzących z ogólnie dostępnych źródeł, sektora lub publikacji ogólnych.

Niektóre informacje zawarte w niniejszej prezentacji nie zostały niezależnie zweryfikowane. Żadne zapewnienia ani gwarancje, sformułowane w sposób wyraźny lub dorozumiany nie zostały złożone ani nie należy polegać na nich w zakresie rzetelności, dokładności, kompletności i poprawności informacji lub opinii zawartych w niniejszej prezentacji. Niniejsza prezentacja nie może zastępować niezależnego osądu. Ani Spółka ani żaden z podmiotów z nią stowarzyszonych, doradców lub przedstawicieli nie ponosi jakiegokolwiek odpowiedzialności (z tytułu zaniedbania lub z innego tytułu) za jakiegokolwiek straty wynikające z wykorzystania niniejszej prezentacji lub jej treści albo powstałe w związku z prezentacją.

Niniejsza prezentacja zawiera stwierdzenia dotyczące przyszłości. Stwierdzenia takie zawierają słowa takie jak: „przewiduje”, „wierzy”, „zamierza”, „szacuje”, „oczekuje” oraz słowa o podobnym znaczeniu. Wszelkie stwierdzenia poza stwierdzeniami dotyczącymi faktów historycznych zawarte w niniejszej prezentacji, w tym, w szczególności stwierdzenia dotyczące sytuacji finansowej Spółki, strategii biznesowej, planów i celów zarządu dotyczących działalności Spółki w przyszłości stanowią stwierdzenia dotyczące przyszłości. Stwierdzenia dotyczące przyszłości wiążą się z szeregiem znanych i nieznanych ryzyk, niepewności oraz innych istotnych czynników, które mogą wpłynąć na wyniki, poziom działalności, osiągnięte cele Spółki oraz jej spółek zależnych i spowodować, że będą one istotnie różne od zakładanych przyszłych wyników wyrażonych w stwierdzeniach dotyczących przyszłości. Spółka zastrzega, że stwierdzenia dotyczące przyszłości nie stanowią gwarancji przyszłych wyników, oraz że rzeczywista sytuacja finansowa, strategia biznesowa, plany oraz zamiary zarządu co do przyszłej działalności Spółki mogą znacząco różnić się od tych wskazanych lub sugerowanych przez stwierdzenia dotyczące przyszłości zawarte w niniejszej prezentacji. Ponadto, nawet w przypadku gdy w przyszłości sytuacja finansowa Spółki, jej strategia biznesowa, plany oraz zamiary Zarządu co do przyszłej działalności Spółki będzie pokrywała się ze stwierdzeniami dotyczącymi przyszłości zawartymi w niniejszej prezentacji, osiągnięcie tych rezultatów nie może być traktowane jako wyznacznik dla rezultatów, które będą osiągnięte w kolejnych przyszłych okresach. Spółka nie zobowiązuje się do weryfikowania ani potwierdzania bądź publikowania aktualizacji stwierdzeń dotyczących przyszłości w przypadku jakichkolwiek zmian, które będą miały miejsce po dacie niniejszej prezentacji.

Informacje i opinie zawarte w niniejszej prezentacji są sporządzone i aktualne na datę niniejszej prezentacji i mogą podlegać zmianom, o których Spółka nie będzie informowała.

1. *Siła Marki - Raporty KPMG*
2. *Dane sprzedażowe za 2015*
3. *Segment detaliczny sprzedaży*
4. *Działania marketingowe*
5. *Podsumowanie wyników 2015*
6. *Załączniki*

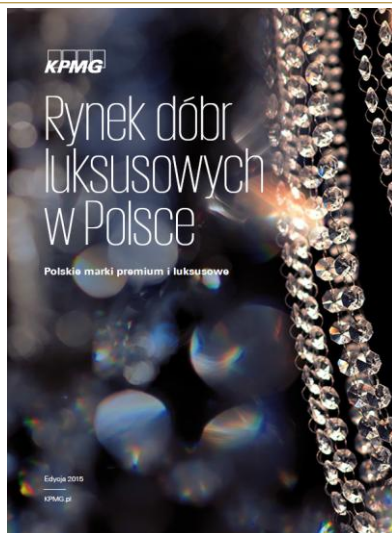




WITTCHEN

Raport KPMG edycja 2015 i edycja 2014

- Raporty KPMG – potwierdzenie szerokiej rozpoznawalności oraz silnej pozycji marki Wittchen w Polsce
- Najczęściej wskazywana polska marka premium i luksusowa w kategorii obuwia i galanterii skórzanej



Najczęściej wskazywane polskie marki premium i luksusowe z kategorii obuwia i galanterii skórzanej (znajomość spontaniczna)



7,1-10
tys. zł

1 553 zł

Louis Vuitton
Wittchen
Gucci



10-20
tys. zł

1 504 zł

Louis Vuitton
Wittchen
Gucci



20+
tys. zł

2 526 zł

Louis Vuitton
Prada
Gucci

Kwota, od jakiej torebka uznawana jest za luksusową

Najczęściej wymieniane marki luksusowych dodatków



WITTCHEN

Dane sprzedażowe za 2015 rok (1)

- Kontynuacja wzrostów sprzedaży w całej grupie; wzrost przychodów do poziomu 151,6 mln zł co stanowi zwiększenie o 16% w porównaniu do 2014 roku
- Wzrost przychodów w kanale B2C (kanał generujący 75% przychodów ogółem) o 21%, do poziomu 113,6 mln zł w 2015 roku
- Wzrost przychodów kanału sprzedaży B2B (kanał generujący 25% przychodu w całości) do poziomu 37,4 mln zł, co stanowi wzrost o 4% w porównaniu do 2014 roku
- Otwarcie kolejnych punktów sprzedaży detalicznej (5 Salonów, 2 Outlety i 3 Stoiska) co przełożyło się na 10% wzrost powierzchni handlowej brutto (z poziomu 5.060 do 5.551 m²)
- Stabilna struktura oferowanych grup asortymentowych; brak znaczących zmian pomiędzy rokiem 2015 a 2014
- Dalsze działania ukierunkowane na zniwelowanie sezonowości sprzedaży



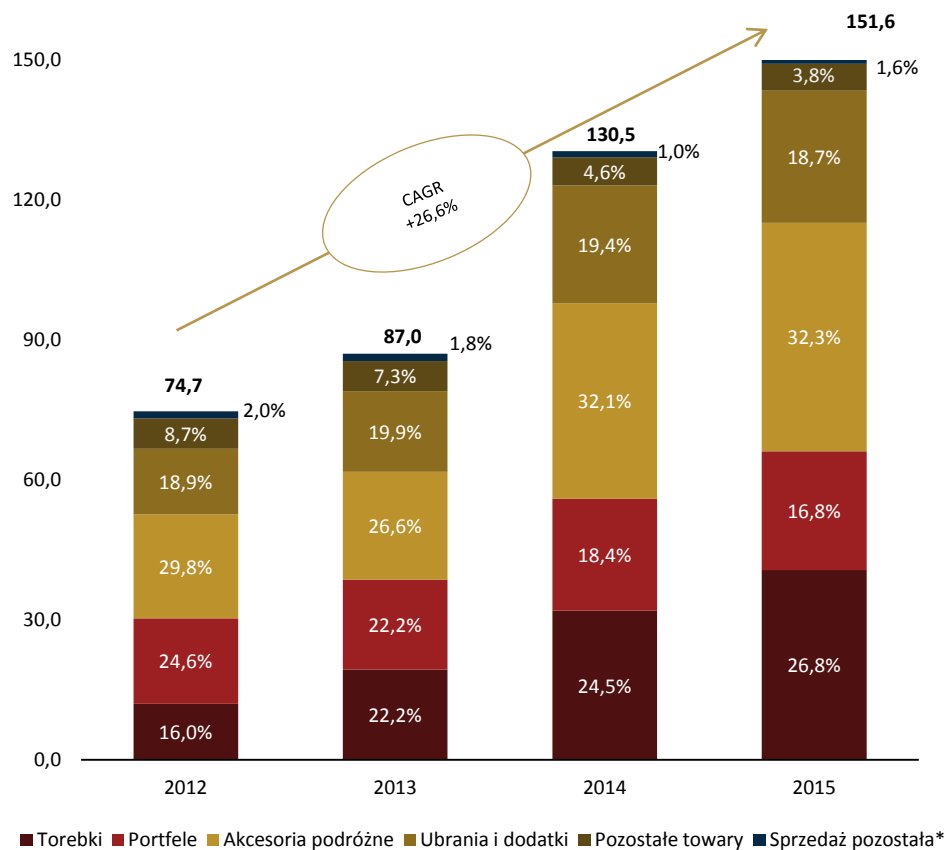
WITTCHEN WIOSNA-LATO 2016



WITTCHEN WIOSNA-LATO 2016

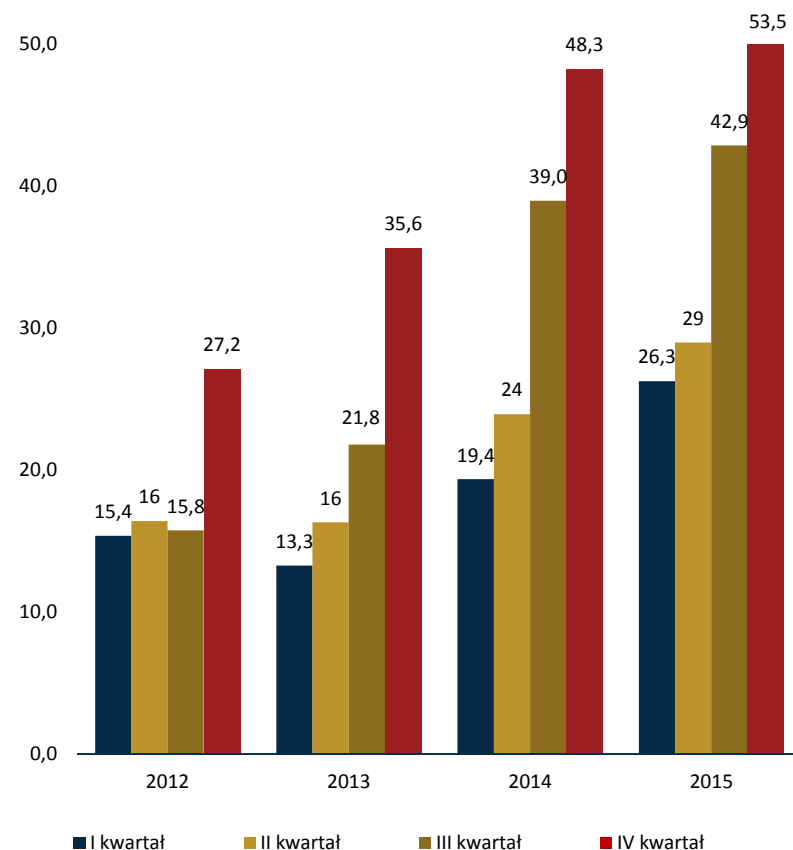
Dane sprzedażowe za 2015 rok (2)

Przychody ze sprzedaży w latach 2012-2015 z podziałem towarów na grupy asortymentowe (mln PLN)



*Głównie przychody z wynajmu powierzchni oraz przychody z tytułu usług transportowych

Kwartałny rozkład sprzedaży w latach 2012-2015 (mln PLN)





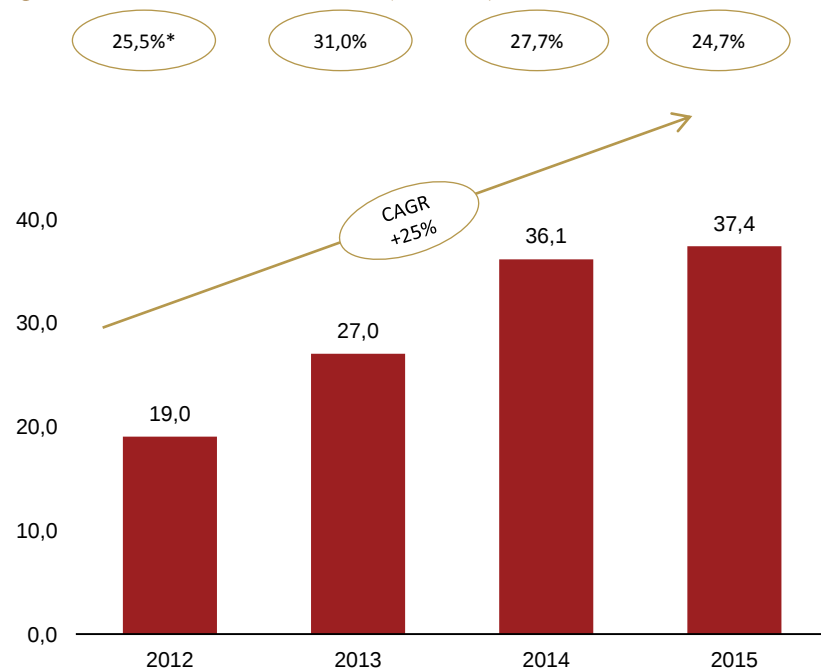
WITTCHEN

Dane sprzedażowe za 2015 rok (3)

Przychody w latach 2012-2015 w podziale na kanały sprzedaży (mln PLN)

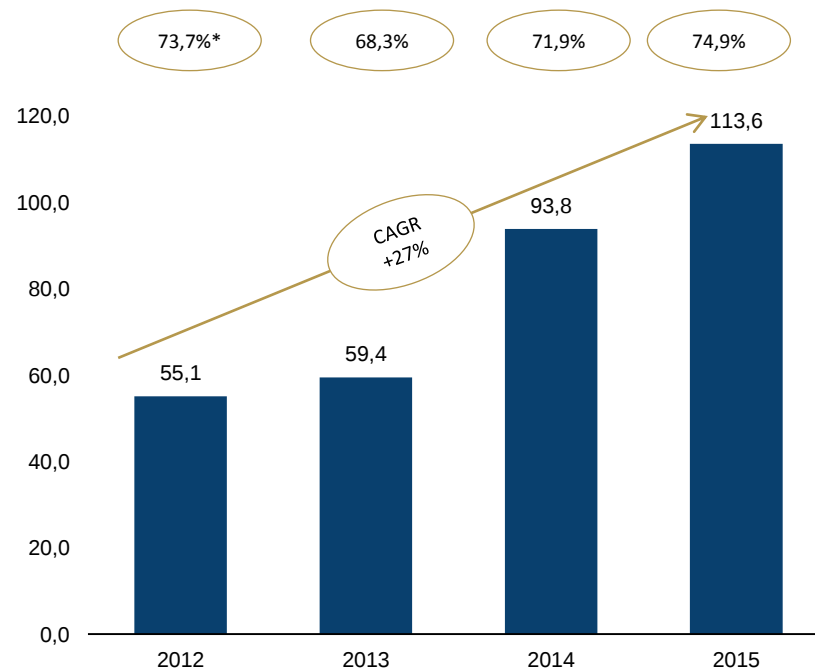
Przychody (w mln zł)	2012	2013	2014	2015	Zmiana (2013/2012)	Zmiana (2014/2013)	Zmiana (2015/2014)
B2C	55 099	59 447	93 819	113 576	8%	58%	21%
B2B	19 023	27 016	36 116	37 391	42%	34%	4%
Pozostałe	600	581	580	679	-3%	0%	17%
Razem przychody	74 722	87 044	130 515	151 646	16%	50%	16%

Sprzedaż B2B w latach 2012-2015 (mln PLN)



*Udział w sprzedaży ogółem

Sprzedaż B2C w latach 2012-2015 (mln PLN)



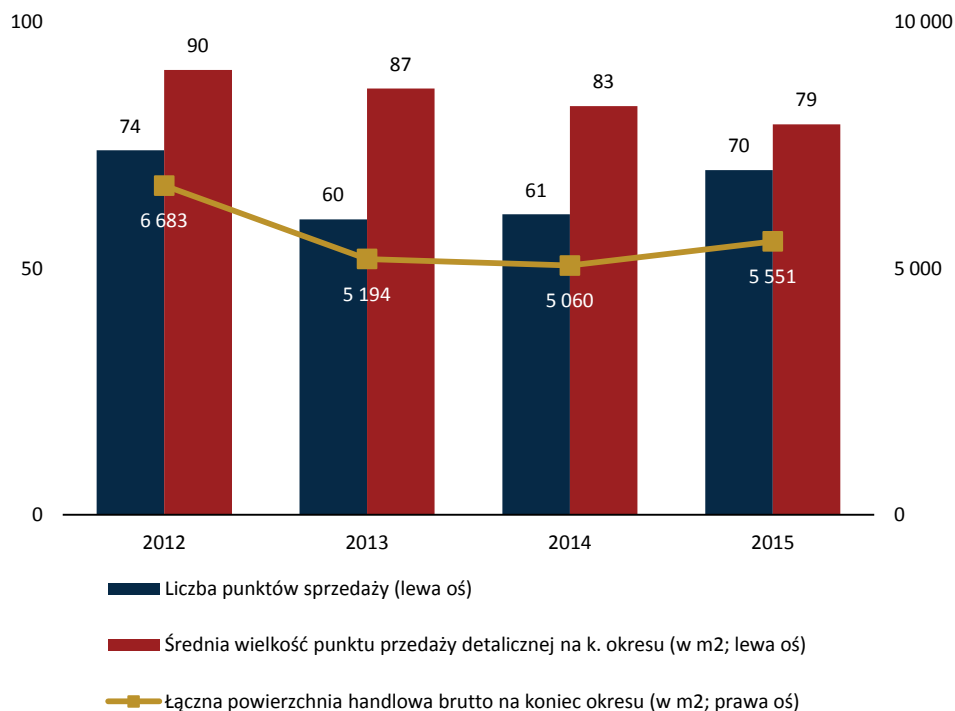
*Udział w sprzedaży ogółem



WITTCHEN

Segment detaliczny sprzedaży – rozwój w 2015 (1)

Podstawowe charakterystyki sieci salonów



- *Otwarcie 5 Salonów, 2 Outletów i 3 wysp:*

- ✓ *Salon w galerii handlowej MAGNOLIA we Wrocławiu*
- ✓ *Salon w galerii handlowej COPERNICUS w Toruniu*
- ✓ *Salon w galerii handlowej TARASY ZAMKOWE w Lublinie*
- ✓ *Salon w galerii handlowej ZIELONE ARKADY w Bydgoszczy*
- ✓ *Salon w galerii handlowej AURA w Olsztynie*
- ✓ *Outlet w centrum OUTLET CENTER w Białymstoku*
- ✓ *Outlet w centrum PTAK OUTLET CENTER w Łodzi*
- ✓ *Wyspa w galerii MAZOVIA w Płocku*
- ✓ *Wyspa w centrum handlowym NOVA PARK w Gorzowie*
- ✓ *Wyspa w galerii BRAMA MAZUR w Elku*



WITTCHEN

Segment detaliczny sprzedaży – rozwój w 2015 (2)

Nowy koncept salonu pod marką WITTCHEN



Nowy koncept wysp handlowych – 3 wyspy w 2015 roku



I miejsce dla najlepszego sklepu VII edycji prestiżowego konkursu
Retail Marketing Awards



I miejsce e- sklepu w Rankingu Opineo w kategorii odzież i obuwie

Sklep internetowy Wittchen doceniony przez internautów:



I miejsce dla e-sklepu WITTCHEN w Rankingu Sklepów
Internetowych OPINEO 2015 w kategorii odzież i obuwie



WITTCHEN

Przykładowe działania marketingowe w 2015 roku

- Akcje tematyczne w całej sieci
- Akcji rabatowe w 66 centrach
- Kampanie na ekranach LCD (autobusy, ekrany w centrach, monitory)
- Mini kampanie na otwarcia nowych salonów

- Aplikacje PUSH na smartfony
- Plansze na wyświetlaczach i w rabatomatach
- Aplikacje rabatowe (uruchamiane przez centra)
- Kampania w radio (lokalna)
- Kupony w książeczkach rabatowych (emitowanych przez centra)



Podsumowanie wyników za 2015 rok (1)

- *Stabilna marża na poziomie ok. 57% mimo niekorzystnych zmian w poziomie kursu USD*
- *Wzrost EBIDTA o 3,1 mln*
- *Wzrost zysku brutto o 5,5 mln*
- *Wysoka rentowność zysku netto*
- *Stabilny udział kosztów operacyjnych w stosunku do przychodów ze sprzedaży na poziomie 36%*
- *Wzrost poziomu zapasów o 3,9 mln zł przy zachowaniu stosunku do przychodów ze sprzedaży na poziomie ok. 25 - 26%*
- *Wzmocnienie bilansu dzięki pozyskaniu środków z publicznej emisji akcji*
- *Kolejny rok w którym Wittchen S.A. planuje wypłacić dywidendę (ostateczna decyzja do podjęcia przez ZWZA)*

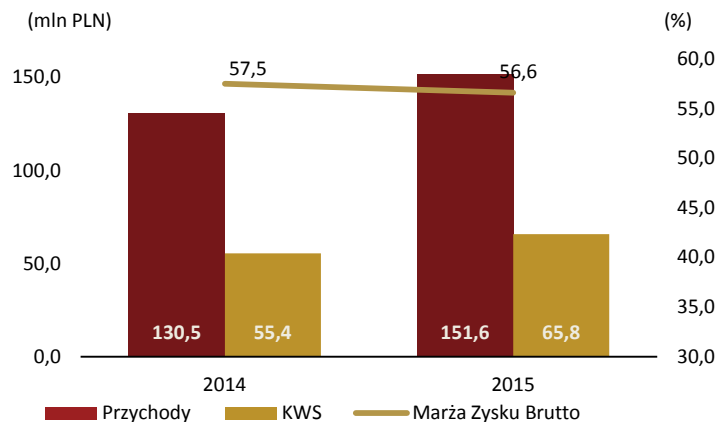




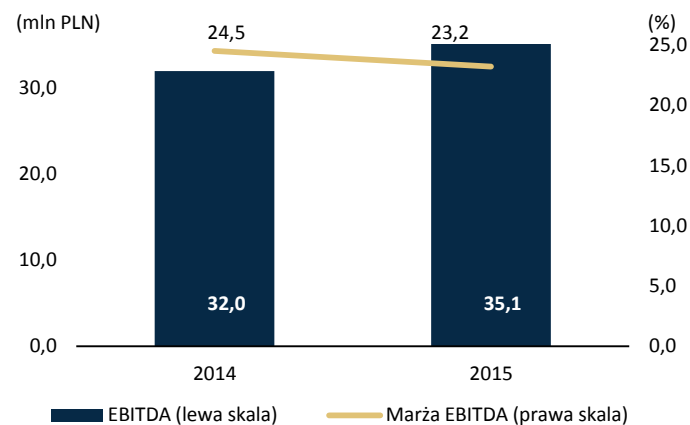
WITTCHEN

Podsumowanie wyników za 2015 rok (2)

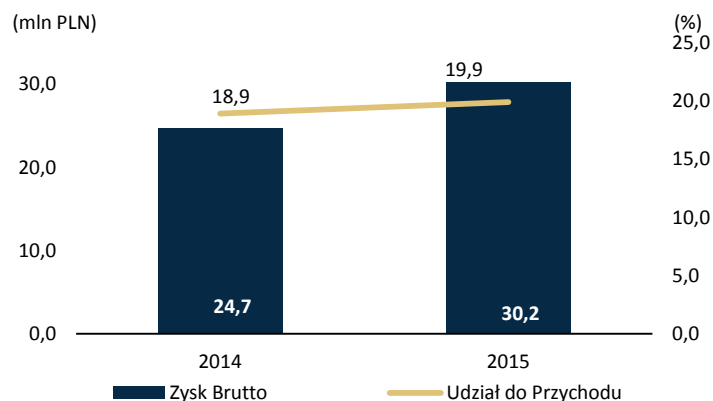
Przychody (mln PLN), KWS oraz marża zysku brutto %



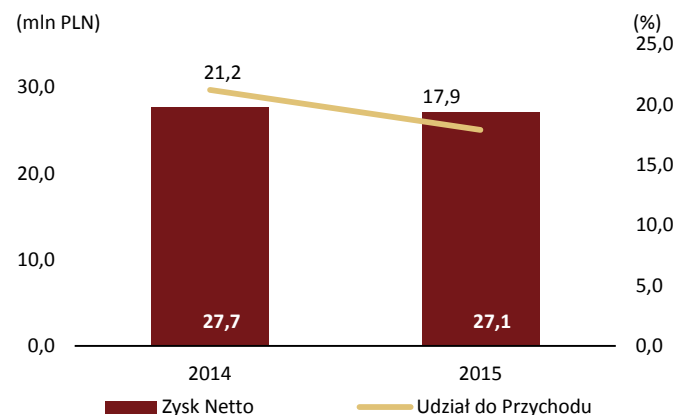
EBITDA (mln PLN) i marża EBITDA (%)



Zysk brutto (mln PLN)



Zysk netto (mln PLN)

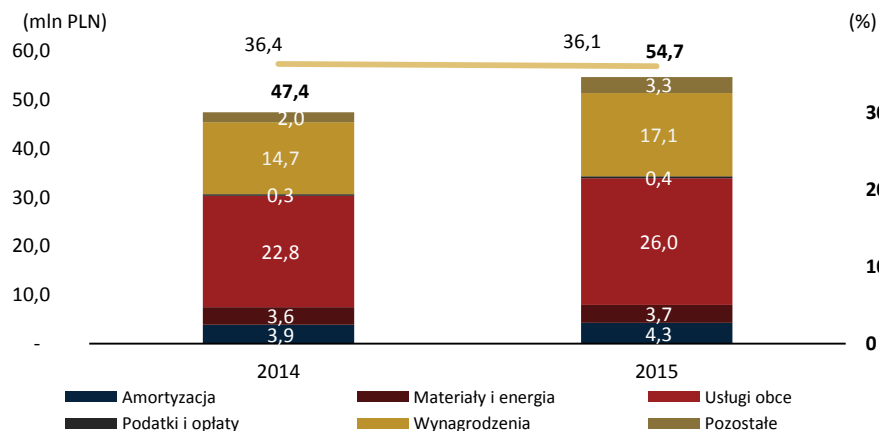




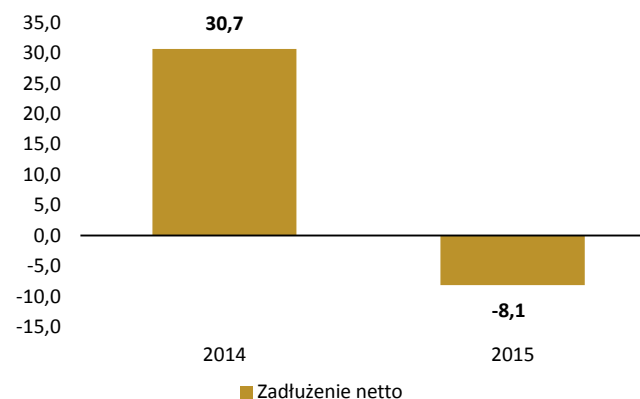
WITTCHEN

Podsumowanie wyników za 2015 rok (3)

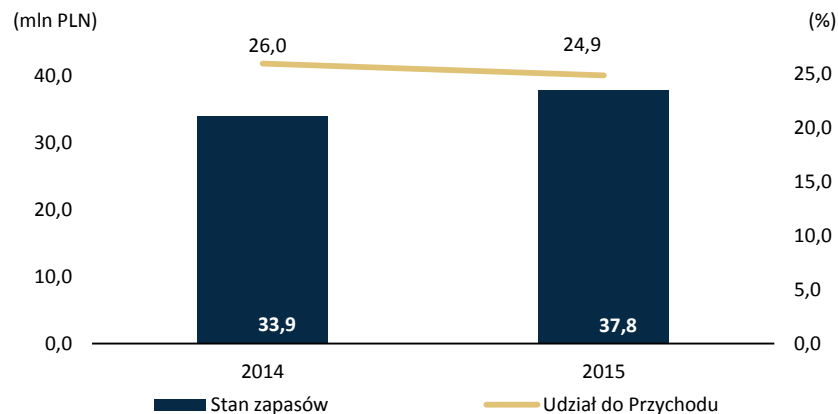
Struktura rodzajowa kosztów – stosunek kosztów do przychodów



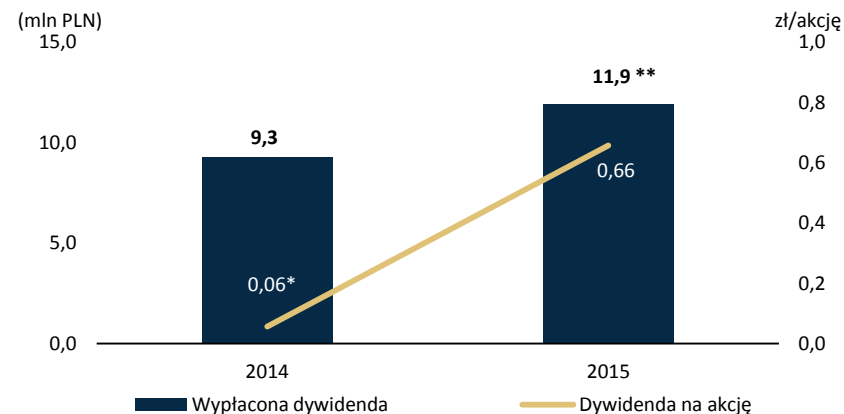
Zadłużenie netto (mln PLN)



Stan zapasów



Dywidenda na akcję



*Liczba akcji uprawnionych do dywidendy w dacie ustalenia prawa do dywidendy wyniosła 165 mln

**Rekomendacja Zarządu, wymaga zatwierdzenia przez ZWZA w dniu 26.04



WITTCHEN

Podsumowanie wyników za 2015 rok (4)

Podstawowe wskaźniki

Wielkość	31.12.2015	31.12.2014	Zmiana p.p.
	%	%	
Marża zysku brutto na sprzedaży	56,6%	57,5%	-0,9%
Marża EBITDA	23,2%	24,5%	-1,3%
Marża EBIT	20,4%	21,5%	-1,2%
Marża zysku netto	17,9%	21,2%	-3,3%
Rentowność aktywów (ROA)	16,0%	20,8%	-4,8%
Rentowność kapitałów własnych (ROE)	34,5%	67,4%	-32,9%

Wielkość	31.12.2015	31.12.2014	Zmiana
Wskaźnik rotacji zapasów w dniach	199	182	17
Wskaźnik rotacji należności w dniach	37	40	-3
Wskaźnik rotacji zobowiązań w dniach	43	57	-14



WITTCHEN WIOSNA-LATO 2016





WITTCHEN

ZAŁĄCZNIKI

Rachunek zysków i strat



<i>(tys. PLN)</i>	2012	2013	2014	2015
Przychody	74 722	87 044	130 515	151 646
<i>Wzrost r/r (%)</i>	-	16,50%	49,90%	16,19%
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	43 220	49 177	75 073	85 883
Koszty sprzedaży	-36 947	-32 515	-40 305	-45 967
Zysk netto ze sprzedaży	6 273	16 662	34 768	39 916
<i>Marża netto na sprzedaży (%)</i>	8,40%	19,10%	26,60%	26,32%
Koszty ogólnego zarządu	-8 021	-7 510	-7 138	-8 735
Pozostałe przychody/koszty operacyjne	-11 265	-1 594	467	-314
EBITDA	-6 781	11 938	31 964	35 136
<i>Marża EBITDA (%)</i>	-9,10%	13,70%	24,50%	23,17%
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	-13 013	7 558	28 097	30 867
<i>Marża zysku operacyjnego (%)</i>	-17,40%	8,70%	21,50%	20,35%
Przychody finansowe	45	6 125	45	847
Koszty finansowe	-12 297	-3 680	-3 416	-1 510
Zysk (strata) ze zbycia udziałów jednostek podporządkowanych	10 135	2 578	-	-
Zysk (strata) przed opodatkowaniem	-15 131	12 581	24 726	30 204
Podatek dochodowy	-424	1 850	2 940	-3 093
Zysk (strata) netto z działalności kontynuowanej	-15 555	14 431	27 666	27 111
Zysk (strata) netto przypadający akcjonariuszom spółki dominującej	-15 555	14 431	27 666	27 111

Bilans



(tys. PLN)	2012	2013	2014	2015
Aktywa trwałe	65 481	64 352	64 606	63 565
Zapasy	13 485	21 491	33 944	37 831
Należności z tytułu dostaw i usług oraz pozostałe należności (krótkoterminowe)	14 960	11 995	16 644	14 324
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	538	445	622	1 313
Pozostałe krótkoterminowe aktywa finansowe	7 202	2	-	-
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	9 466	15 206	36 581	70 517
Aktywa obrotowe	45 651	49 139	87 791	123 985
AKTYWA	111 133	113 491	152 397	187 550
Kapitał własny	3 543	27 691	54 447	102 926
Zobowiązania długoterminowe	65 578	66 516	60 759	59 428
Zobowiązania krótkoterminowe	42 012	19 284	37 191	25 196
Kredyty bankowe i pożyczki (krótkoterminowe)	1 667	448	10 000	10 000
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług oraz pozostałe zobowiązania (krótkoterminowe)	27 315	16 987	21 940	13 397
Pozostałe zobowiązania krótkoterminowe	13 030	1 849	5 251	1 799
PASYWA	111 133	113 491	152 397	187 550

Rachunek przepływów pieniężnych

<i>(tys. PLN)</i>	2012	2013	2014	2015
Zysk (strata) brutto	-15 131	12 581	24 726	30 204
Amortyzacja	6 232	4 380	3 867	4 269
Zyski (straty) z tytułu różnic kursowych	-5	7	-	56
Odsetki i udziały w zyskach (dywidendy)	6 594	2 004	3 189	1 325
Zysk (strata) z działalności inwestycyjnej	-8 125	-7 748	-	-332
Zmiana kapitału obrotowego netto	15 895	-1 991	-12 229	-10 325
Podatek dochodowy zapłacony	-	-	-	-
Inne korekty	-479	5 188	-856	130
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	10 020	8 348	18 179	24 251
Splata udzielonych pożyczek długoterminowych	13 867	745	-	-
Nabycie wartości niematerialnych i prawnych oraz rzeczowych aktywów trwałych	-1 324	-628	-540	-5162
Wydatki na inwestycje w nieruchomości oraz wartości niematerialne i prawne	-6 905	0	-206	-124
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	5 647	117	-712	-4 936
Przepływy pieniężne z działalności finansowej	-8 347	-2 724	3 908	14 677
Przepływy pieniężne netto	7 320	5 741	21 375	33 992
Środki pieniężne na koniec okresu	9 465	15 206	36 581	70 517