

WITTCHEN

PREZENTACJA WYNIKÓW ZA 2Q23

15 września 2023 r., Palmiry

Elegance & Young

WITTCHEN

WITTCHEN –MARKA PREMIUM

- Jedna z najbardziej rozpoznawalnych ekskluzywnych marek w Polsce, z ponad 30-letnią historią.
- Sprzedaż ekskluzywnej galanterii skórzanej, obuwia i odzieży oraz luksusowych dodatków i akcesoriów podróżniczych.



Własne e-sklepy, salony stacjonarne oraz obecność na zewnętrznych marketplace’ach.

Własne centrum logistyczne

WITTCHEN

OGRANICZENIE ODPOWIEDZIALNOŚCI

Niniejsza prezentacja została sporządzona przez Zarząd spółki Wittchen S.A. („Spółka" lub „Emitent") w celu prezentacji wyników za 2 kwartał 2023 r. z przeznaczeniem dla akcjonariuszy Spółki, klientów oraz analityków finansowych. Niniejsza prezentacja nie stanowi, w całości ani w części, jak również nie powinna być interpretowana jako oferta sprzedaży, zachęta lub zaproszenie ofertowe kupna lub składania zapisów na papiery wartościowe Spółki w jakiejkolwiek 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 oraz stwierdzenia zamieszczone w niniejszej prezentacji dotyczące pozycji Spółki 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 lub publikacji ogólnych. Niektóre informacje zawarte w niniejszej prezentacji nie zostały również 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 jakiejkolwiek odpowiedzialności (z tytułu zaniedbania lub z innego tytułu) za jakiekolwiek 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, osiągane 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 Emitenta 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 osiągane 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. W związku z powyższym zaleca się, aby każda osoba zamierzająca podjąć decyzję inwestycyjną odnośnie Spółki opierała się na informacjach publikowanych w oficjalnych raportach Emitenta sporządzonych i opublikowanych zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa.

WITTCHEN

01

PODSUMOWANIE BIZNESOWE



WITTCHEN

OMNICHANNEL

SPRZEDAŻ ON-LINE

Własne e-sklepy i zewnętrzne marketplace'y

49

6 własnych e-sklepów, 43 marketplace'y

54%

sprzedaży 6M23

538 tys.

zrealizowanych zamówień w 6M23, +57% r/r



SPRZEDAŻ OFF-LINE

Salony tradycyjne
pod markami:
Wittchen i Wittchen Travel

114

salonów własnych 94 w Polsce
7 w Czechach i 3 na Węgrzech (własne),
10 franczyzowych na Ukrainie

22%

sprzedaży 6M23

POZOSTAŁA SPRZEDAŻ

Klienci biznesowi, hurt

27%

sprzedaży 6M23

ROZWÓJ ON-LINE I OFF-LINE W 2Q23

POWIERZCHNIE STACJONARNE

9 718 m²

wzrost o 335 m² r/r

WŁASNE E-SKLEPY

6

bez zmian w 2Q23

MARKETPLACE

43

zwiększenie o 10 r/r



WITTCHEN

ROSNĄCA OBECNOŚĆ W EUROPIE

	2Q23	r/r
Wittchen	100	+4
Wittchen Travel	14	-3
Razem	114	1

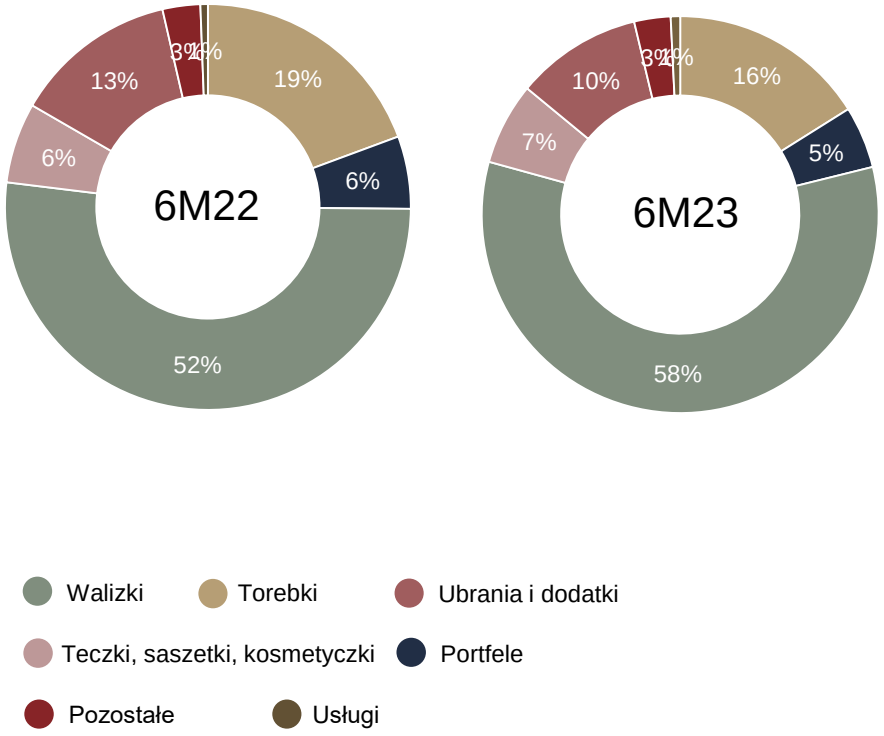


- On-line + off-line + marketplace'y
- On-line (własne e-sklepy + marketplace'y)
- On-line (tylko marketplace'y)

Elegance & Young

WITTCHEN

ASORTYMENT DOSTOSOWANY DO KLIENTA I OTOCZENIA



Intensyfikacja sprzedaży walizek w 6M23 ze względu na duży popyt związany z podróżami oraz z większą i lepiej dostosowaną do rynku ofertą produktową.

Rozwój linii torebek poprzez poszerzenie kolekcji Young skierowanej głównie do młodszej grupy klientów

Atrakcyjna oferta ubrań i dodatków



Elegance & Young

WITTCHEN

02

WYNIKI FINANSOWE 2Q23



Elegance & Young

WITTCHEN

WYNIKI 2Q23

PRZYCHODY	110,4 mln PLN +27% r/r
MARŻA BRUTTO NA SPRZEDAŻY	63,6% -0,2 p.p. r/r
EBIT	15,8 mln PLN -9,6% r/r
MARŻA EBIT	25,3% -0,9 p.p r/r.
ZYSK NETTO	13,2 mln PLN +19% r/r

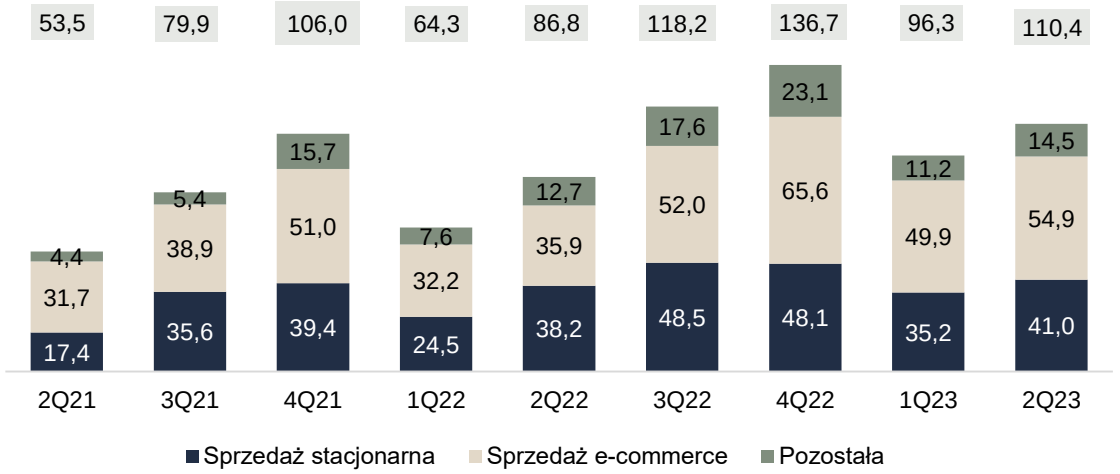


WITTCHEN

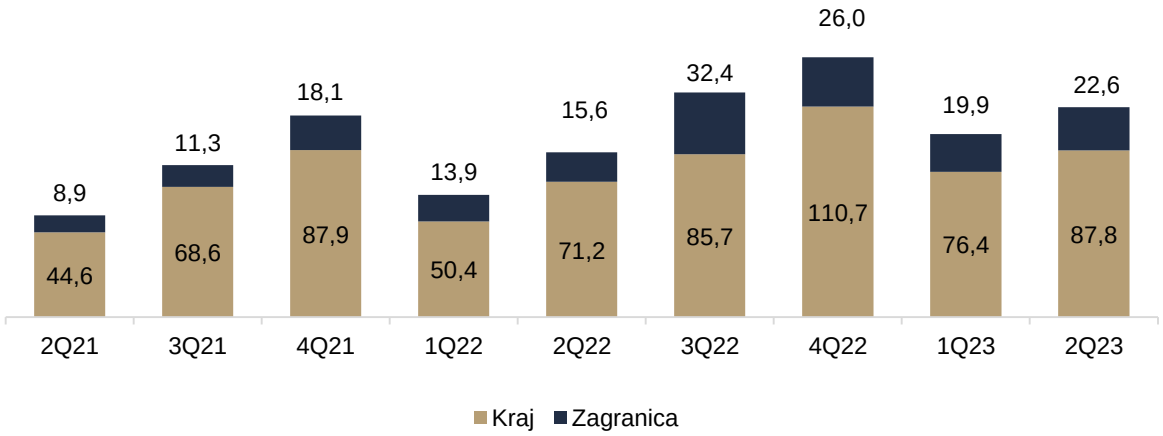
ROSNĄCA SPRZEDAŻ W 2Q23

- 53% wzrost r/r sprzedaży e-commerce ze względu na dalszy rozwój sprzedaży we własnych e-sklepach i marketplace'ach oraz poszerzenie asortymentu.
- 7% wzrost r/r w 2Q23 sprzedaży stacjonarnej.
- We własnych sklepach stacjonarnych sprzedaż porównywalna wyniosła 6% w 2Q23 versus 116% w 2Q22.
- 23% r/r wzrostu sprzedaży w kraju, wypadkowa sprzedaży e-commerce i sprzedaży stacjonarnej.
- 45% r/r wzrostu przychodów z zagranicy ze względu na intensyfikację sprzedaży na własnych e-sklepach i zwiększenie oferty marketplace'ów.
- Udział sprzedaży zagranicznej w I półroczu 2023 wyniósł 21% vs. 20% w 2022
- Średniomiesięczna sprzedaż/m2 w 2Q23 to 3 777 PLN/m2, +23% r/r, a sprzedaż off-line to 1 403 PLN/m2, + 4% r/r.

Kwartalna sprzedaż
(mln PLN)



Kwartalna sprzedaż
(mln PLN)

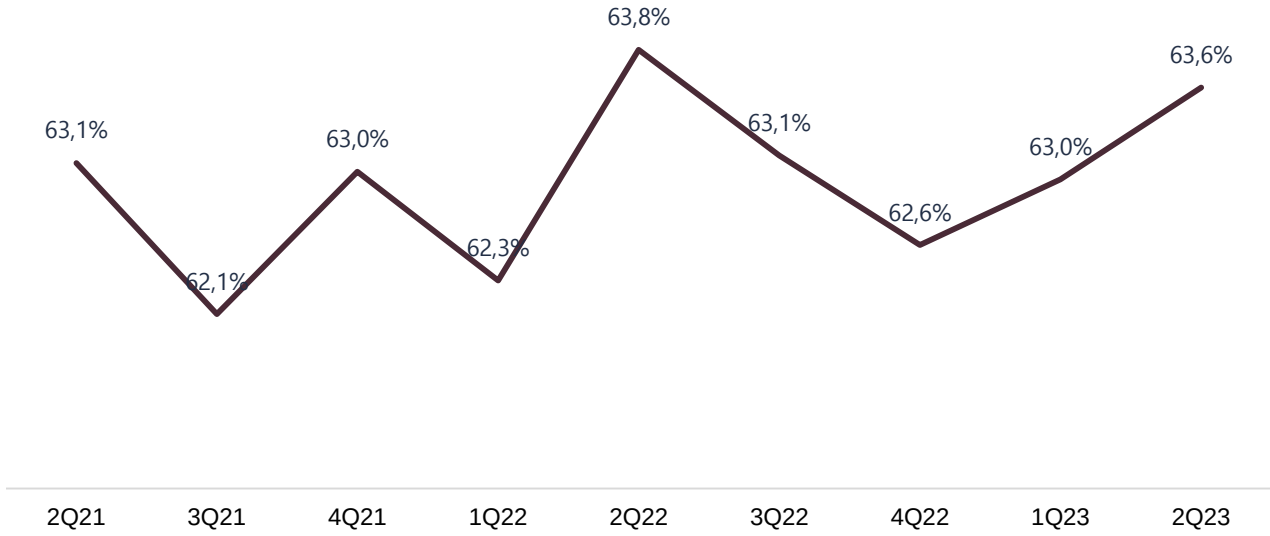


Elegance & Young

WITTCHEN

UTRZYMANIE WYSOKIEGO POZIOMU MARŻY BRUTTO NA SPRZEDAŻY

Kwartalna marża brutto na sprzedaży



- Korzystna zmiana w asortymencie i ograniczenie głębokich przecen. Wyższa marża brutto na sprzedaży na zagranicznych niż krajowych operacjach e-commerce.

Kluczowe elementy wpływające na marżę brutto:
koszt zakupu
koszty transportu
poziom kursu PLN/USD
poziom przecen
popyt konsumpcyjny

Dalsza optymalizacja źródeł zakupów przy jednoczesnym wykorzystaniu długoterminowych relacji ze sporą częścią dostawców.

Elegance & Young

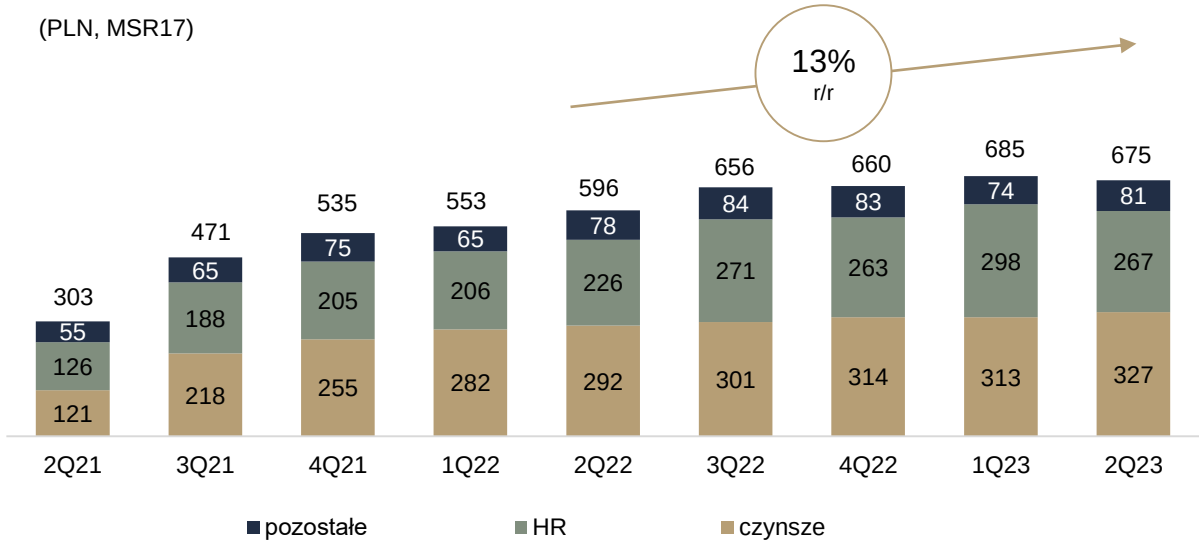
WITTCHEN

OPTYMALIZACJA KOSZTÓW

- Koszty sklepów własnych/m2 wzrosły o 13% r/r w 2Q23. Kluczowe powody to:
  - 12% r/r wzrost kosztów czynszów/m2, w 2Q23 głównie ze względu na indeksację inflacyjną,
  - 18% r/r wzrost kosztów HR/m2 ze względu na presję płacową będącą m.in. pochodną wzrostu płacy minimalnej, wzrost prowizji dla handlowców oraz 4% r/r wzrostu w pozostałych kosztach sklepów/m2.
- 41% r/r wzrostu kosztów sprzedaży i ogólnego zarządu/m2 w 2Q23:
  - 45% r/r wzrost kosztów sprzedaży/m2 wraz z dynamiką sprzedaży i efektem inflacyjnym
  - 3% r/r wzrost kosztów ogólnego zarządu/m2 ze względu na wzrost wynagrodzeń oraz innych kosztów.

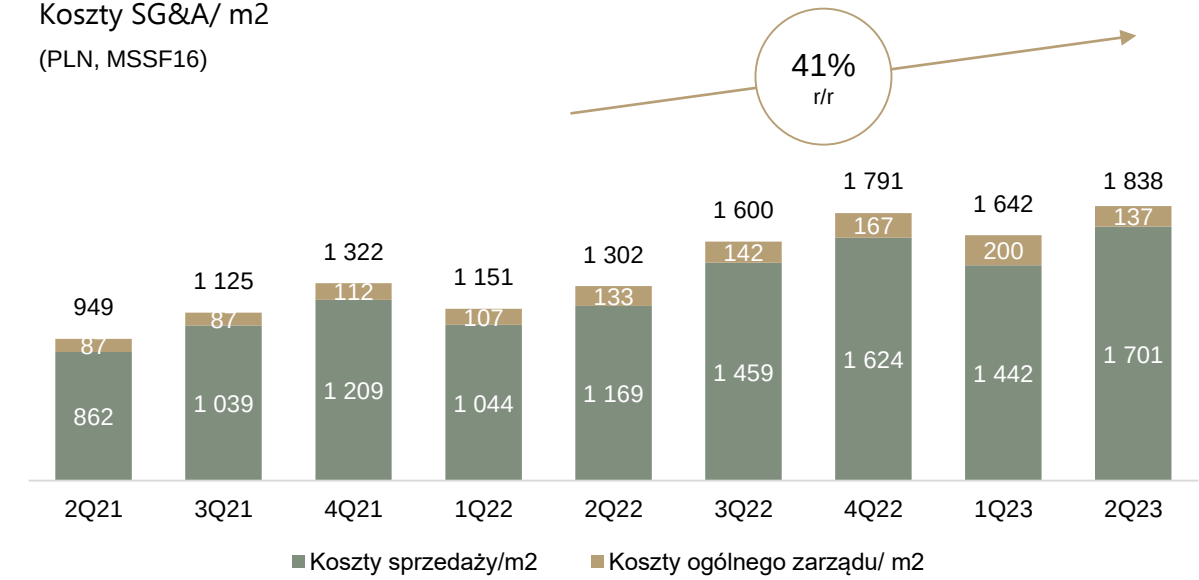
Koszty sklepów własnych/ m2

(PLN, MSR17)



Koszty SG&A/ m2

(PLN, MSSF16)



Elegance & Young

WITTCHEN

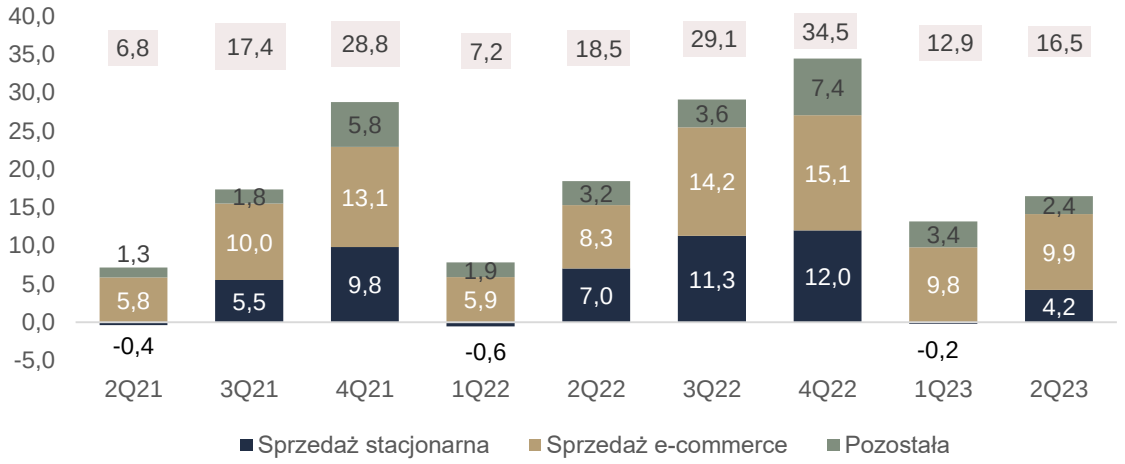
ON-LINE TO WIĘKSZOŚĆ EBITU

- Kanał on-line to największy w 2Q23 kontrybutor do wyniku operacyjnego Grupy.
- Kanał stacjonarny posiada wysokie koszty stałe w postaci salonów własnych. Dodatkowo, niekorzystnie na poziom kosztów wpłynęła inflacja.
- Pozostała linia oznacza głównie linię hurtu i B2B, gdzie odnotowano wyższe koszty prowizji i reklamy
- Wynik na działalności podstawowej to EBIT bez uwzględnienia pozostałej działalności operacyjnej.

Elegance & Young

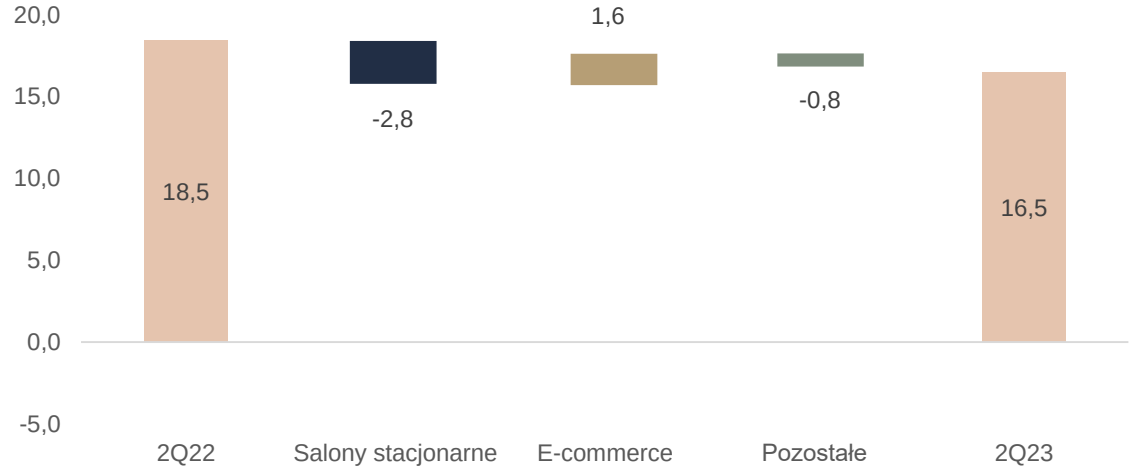
Podział wyniku na działalności podstawowej

(mln PLN, MSSF16)



Zmiana wyniku na działalności podstawowej r/r

(mln PLN, MSSF16)



WITTCHEN

UTRZYMANA WYSOKA MARŻA BRUTTO W 2Q23

- Utrzymany dwucyfrowy wzrost sprzedaży.
- Dynamika sprzedaży zagranicznej wyższa niż w sprzedaży polskiej 45% vs 23%
- Marża brutto na stałym, wysokim poziomie.
- Poziom kosztów sprzedaży i ogólnego zarządu to efekt wzrostu m.in. pensje, prowizje sprzedaży internetowej, kosztów logistyki i czynszów.
- Korzystny wpływ działalności finansowej netto głównie ze względu na korzystne różnice kursowe 2,5 mln 2Q23 vs -3,3 mln 2Q22.

mln PLN, MSSF16	2Q22	2Q23	r/r
Przychody	86,8	110,4	27,2%
Marża brutto na sprzedaży (%)	63,8%	63,6%	-0,2 pp.
Koszty SG&A	36,9	53,7	45,5%
% sprzedaży	42,5%	48,7%	6,1 pp.
Zysk operacyjny	**17,5**	**15,8**	**-9,6%**
Marża operacyjna (%)	20,1%	14,3%	-5,8 pp.
Zysk netto	11,1	13,2	18,6%
EBITDA	23,7	22,9	-3,5%
Marża (%)	27,3%	20,7%	-6,6pp.

Zysk netto wyższy o 18,6% r/r

Elegance & Young

WITTCHEN

ZYSK NETTO WYŻSZY O 44,7%

- Na wartość półrocznej sprzedaży wpłynęła bardzo wysoka dynamika w kanale on-line i sprzedaży zagranicznej.
- Wysoka i stabilna marża brutto ze względu na ograniczone r/r promocje.
- Korzystny wpływ działalności finansowej netto głównie ze względu na korzystne różnice kursowe (+3,4 mln PLN w 6M23 versus -2,9 mln PLN w 6M22).
- Mimo presji inflacyjnej w kosztach m.in. pensje, prowizje sprzedaży internetowej, kosztów logistyki i czynszów, marża zysku netto wyższa r/r (11,2% vs 10,6%)

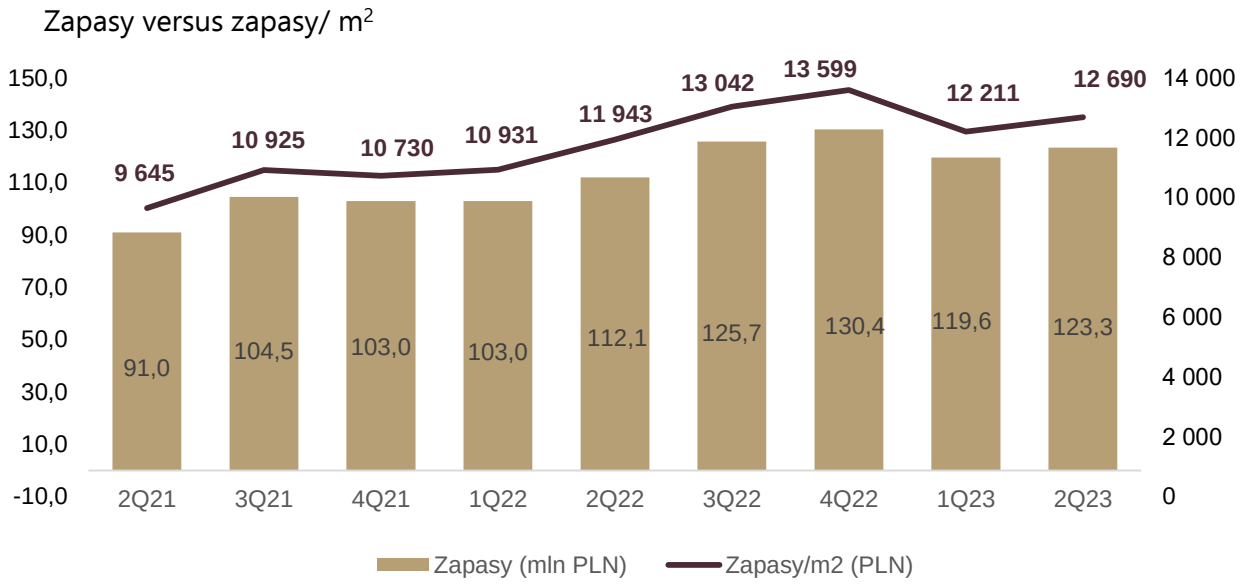
mln PLN, MSSF16	6M22	6M23	r/r
Przychody	151,1	206,7	36,9%
Marża brutto na sprzedaży (%)	63,2%	63,3%	0,1 pp.
Koszty SG&A	69,7	101,5	45,5%
% sprzedaży	46,2%	49,1%	-2,9 pp.
Zysk operacyjny	**23,8**	**28,2**	**18,5%**
Marża operacyjna (%)	15,8%	13,7%	-2,1 pp.
Zysk netto	16,1	23,2	44,7%
EBITDA	36,2	42,4	17,1%
Marża (%)	24,0%	20,5%	-3,5pp.

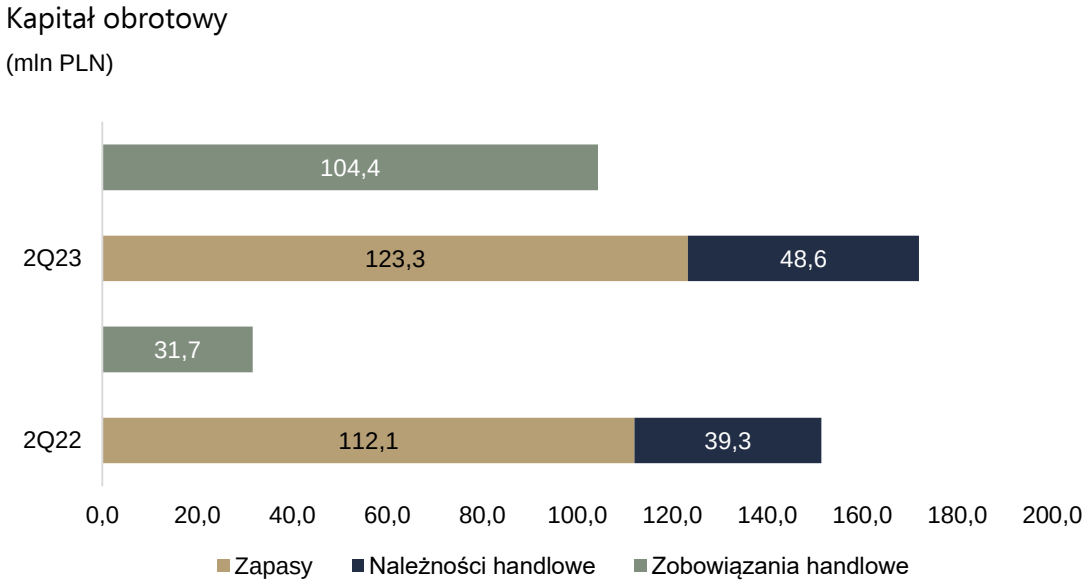
Wzrost marży zysku netto r/r

WITTCHEN

BEZPIECZNY POZIOM ZAPASÓW

- Zapasy wzrosły o 10% r/r ze względu na większe zatowarowanie (przygotowanie do 2HY23). Prace optymalizacyjne dla efektywnego wykorzystania dostępnej przestrzeni magazynowej.
- Zapasy/ m^2 wzrosły o 6% r/r ze względu na wyższe zatowarowanie.
- Zobowiązania handlowe w 85% finansowały zapasy w 2Q23 w porównaniu do 28% w 2Q22. Wysokie zobowiązania handlowe z uwagi na zadeklarowaną wypłatę dywidendy.
- Wyższy poziom należności r/r m.in. ze względu na wzrost sprzedaży oraz wyższe rozliczenia z operatorami płatności on-line.





Elegance & Young

WITTCHEN

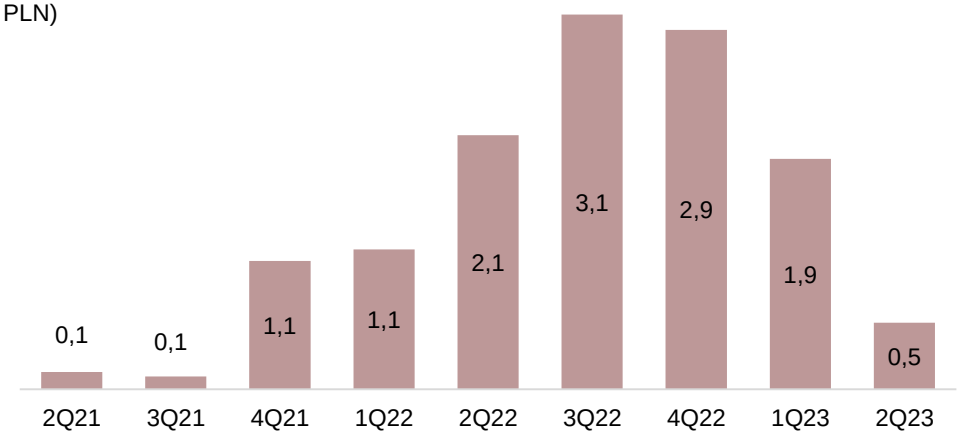
ZADŁUŻENIE NETTO (MSR 17)

- W 2Q23 wydatki inwestycyjne związane głównie z IT, e-commerce i inwestycjami w salonach
- Niższy poziom zadłużenia wynika ze spłaty linii kredytowej
- Zadłużenie krótkoterminowe wykorzystywane do finansowania kapitału obrotowego, a długoterminowe do finansowania inwestycji.

Elegance & Young

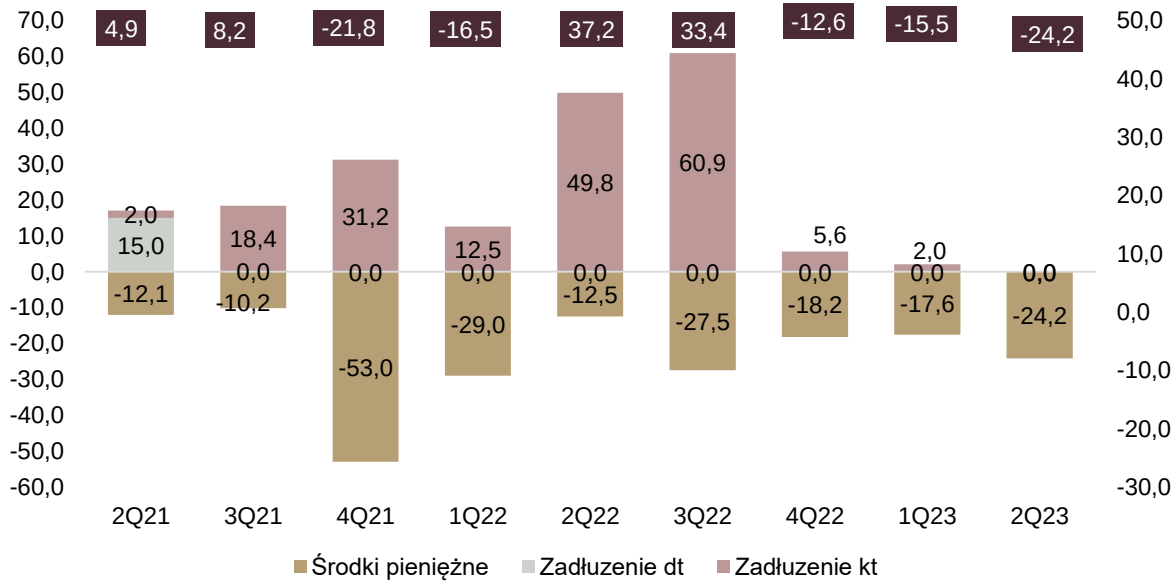
Kwartalne wydatki inwestycyjne

(mln PLN)



Zadłużenie netto

(mln PLN, MSR17)



WITTCHEN

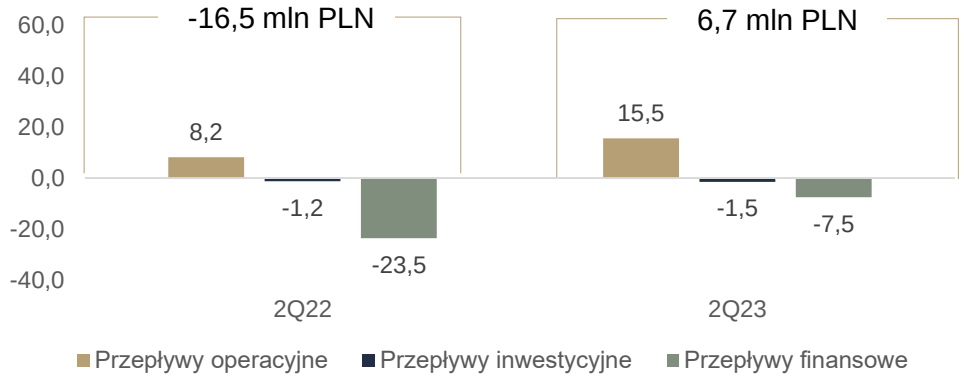
KONTROLA CYKLU GOTÓWKI

- Zdecydowanie wyższe przepływy operacyjne r/r.
- Wydatki inwestycyjne związane głównie z IT, e-commerce i salonami.
- W przypływach finansowych – wypływ w związku ze spłatą zaciągniętego kredytu i płatności z tytułu leasingu.
- Korzystniejszy cykl obrotu gotówki – korzystniejszy trend na należnościach (dni) i zapasach (dni) niż zobowiązaniach (dni).

Elegance & Young

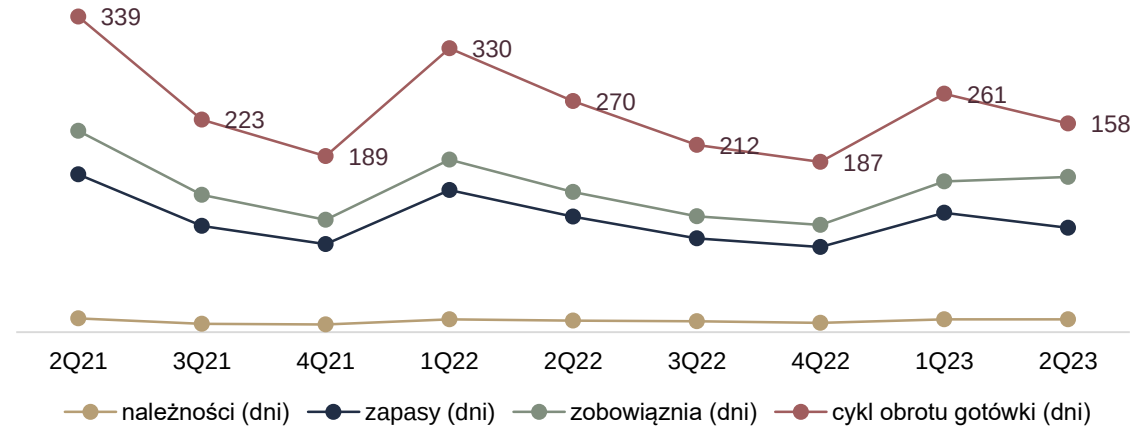
Przepływy kwartalne

(mln PLN)



Cykl obrotu gotówki

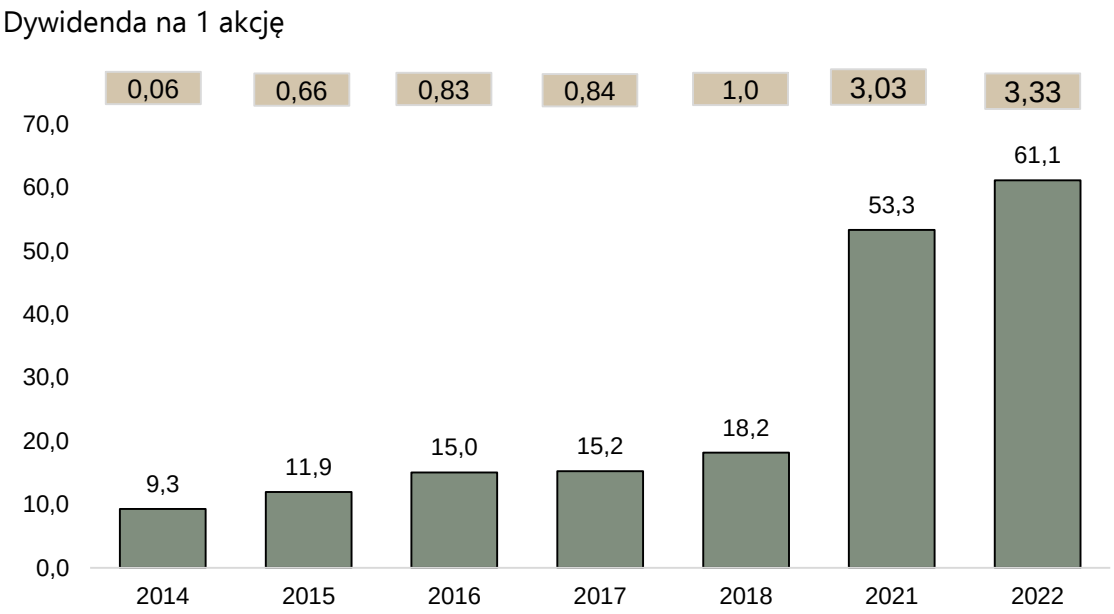
(dni)



WITTCHEN

SPÓŁKA DYWIDENDOWA

(mln PLN, dywidendy pokazane pod rok, z którego nastąpiła wypłata)



- Kontynuacja wysokiej wypłaty dywidendy.
- Dywidenda w wysokości 3,33 PLN na 1 akcję.
- Deklarowana wypłata dywidendy za rok 2022 stanowiła 97% zysku netto 2022r.



WITTCHEN

PODSUMOWANIE 1H23

01. Dynamiczne wzrosty sprzedaży, szczególnie on-line i sprzedaż zagraniczna – 36,9% wzrostu r/r

02. Wysoka marża brutto na sprzedaży – 63,3%

03. Mimo wzrostu kosztów marża netto wyższa r/r. 11,2% vs 10,6%

04. Wzrost zysku netto 44,7% r/r

05. Bezpieczny poziom zapasów – 123 mln PLN na 1H23



RANKING NAJSKUTECZNIEJSZYCH PREZESÓW

Pan Prezes Jędrzej Wittchen znalazł się wśród laureatów kolejnej edycji **Rankingu Najskuteczniejszych Prezesów** wg redakcji **MIT Sloan Management Review Polska**.

Kapituła doceniła prezesów spółek giełdowych, którzy potrafią się skupić nie tylko na krótkoterminowych wynikach finansowych i umiejętności przeprowadzenia zmian, ale też na długofalowej strategii i stabilnym rozwoju.



WITTCHEN

WITTCHEN ZNALAZŁ SIĘ NA LIŚCIE „NAJLEPSI PRACODAWCY W POLSCE 2023”

WITTCHEN uzyskał 74,36 punktów (na 100)

Miejsce w rankingu:

Główny – **37 miejsce**
Odzież, akcesoria, sprzęt sportowy (produkcja i handel) – **7 miejsce**



WITTCHEN

WITTCHEN S.A.
NAGRODY



Diamenty Miesięcznika Forbes 2023

Wittchen S.A. znalazł się wśród laureatów rankingu spółek o najszybszym wzroście wartości w ostatnich trzech latach.

Uzyskaliśmy kolejne wyróżnienie z Ceneo w rankingu sklepów internetowych w kategorii Moda i dodatki.

2023 WITTCHEN CENEO

1 ZAUFANE OPINIE CENEO

Nr 1 w 2021, 2018 i 2017

wittchen.com

W kategorii
Moda i dodatki

WITTCHEN

03

PLANY 2023+



WITTCHEN

PODTRZYMANE PLANY NA 2023

1. Kontynuacja dwucyfrowych dynamik sprzedaży, szybszy wzrost przychodów zagranicy niż w kraju
2. Stabilizacja marży brutto na wysokim poziomie
3. Ścisła kontrola kosztów

SZANSE
rozwój sprzedaży zagranicznej
dotarcie z ofertą do szerszej grupy klientów
rozszerzenie asortymentu sprzedaży zagranicznej
RYZYKA
inflacja
ryzyko kursowe
przerwania łańcuchów dostaw i wysokie koszty transportu

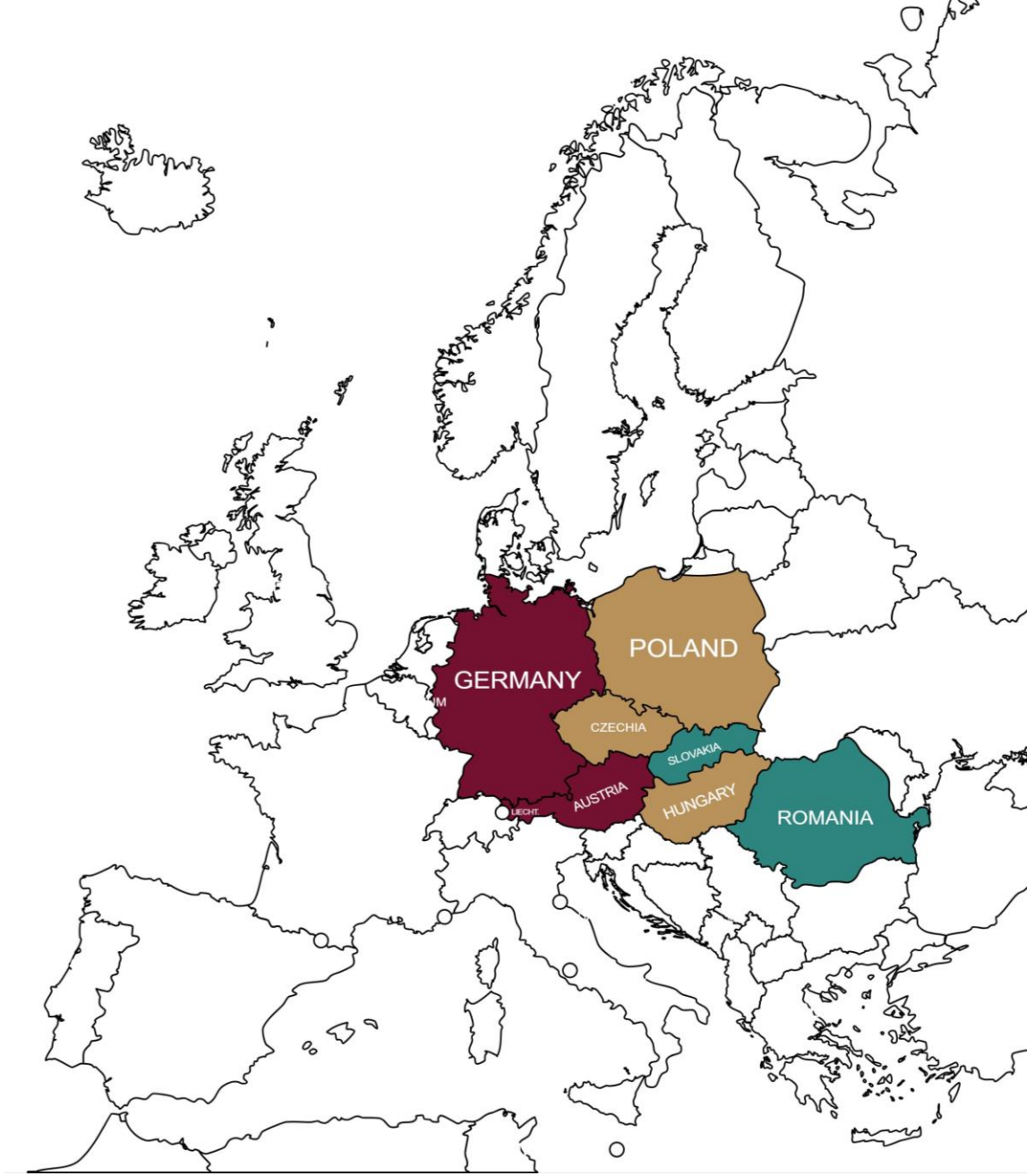



FINLAND
SWEDEN
ESTONIA
LATVIA
LITHUANIA
POLAND
GERMANY
UKRAINE
BELGIUM
CZECHIA
LUXEMBOURG
SLOVAKIA
AUSTRIA
HUNGARY
ROMANIA
FRANCE
LIECHT
ITALY
ANDORRA
SAN
VATICAN CITY
SPAIN
Własne e-sklepy
2Q23
Planowane e-sklepy 2023

WITTCHEN

ROZWÓJ POZA GRANICAMI POLSKI

- Planujemy dalszy rozwój geograficzny również poprzez salony własne.
- Trzy-stopniowy proces wchodzenia na nowe rynki zagraniczne:
  - zewnętrzne marketplace'y – budowa świadomości marki,
  - własne e-sklepy,
  - własne salony.
- W 2023 roku chcemy być obecni z naszymi sklepami własnymi w Rumunii i w Słowacji.
- W 2024 roku planowane otwarcia sklepów własnych w Austrii i w Niemczech
- Dalszy rozwój sprzedaży w e-sklepach oraz platformach marketplace poprzez poszerzenie asortymentu.



Elegance & Young

WITTCHEN



10 000 M2 W 2023 ROKU

sklepy	2021	2022	2023
PL	100	97	95
CZ	5	6	7
HU	1	3	3
RO	0	0	1
SK	0	0	1
UAH	10*	10*	10*
Razem	**116**	**116**	**117**

sklepy	2021	2022	2023
PL	8 219	8 000	8 090
CZ	415	508	629
HU	86	249	249
RO	0	0	77
SK	0	0	93
UAH	880	880	880
Razem	**9 600**	**9 637**	**10 018**

WITTCHEN

PLANOWANE NOWE CENTRUM LOGISTYCZNE

- Zakup gruntu pod inwestycje
- Budowa nowego centrum logistycznego
- Docelowa powierzchnia około 30 tys. m2
- Nowe centrum ma odpowiedzieć na potrzeby magazynowe i logistyczne związku z dynamicznym wzrostem sprzedaży
- Rezygnacja z rozbudowy obecnego magazynu jako rozwiązania niewystarczającego na potrzeby Grupy WITTCHEN

Szanse związane z budową:

Usprawnienie procesów logistycznych

Obniżenie kosztów związanych z najmem powierzchni magazynowych

Możliwość zastosowania nowoczesnych rozwiązań logistycznych



WITTCHEN

GRUPA DOBRZE PRZYGOTOWANA DO 3Q23

Klienci detaliczni

Szeroki wybór kolekcji torebek, akcesoriów, odzieży i butów
Szeroka gama walizek i akcesoriów do podróży.

Klienci biznesowi

Współpraca na zasadach dostaw bezpośrednich z fabryki do dużych odbiorców. Kontynuacja sprzedaży towarów spersonalizowanych.



Posiadany zapas w naszym centrum logistycznym jest naszym zabezpieczeniem na następne miesiące.





WŁASNE CENTRUM LOGISTYCZNE TO PRZEWAGA GRUPY

Posiadamy własne centrum logistyczne w Palmirach

Centrum obsługuje zamówienia na wszystkie kraje, w których jesteśmy obecni

Centrum posiada 13 900 m2, zostało rozbudowane w 2020 roku

WITTCHEN

GRUPA WITTCHEN PODSUMOWANIE

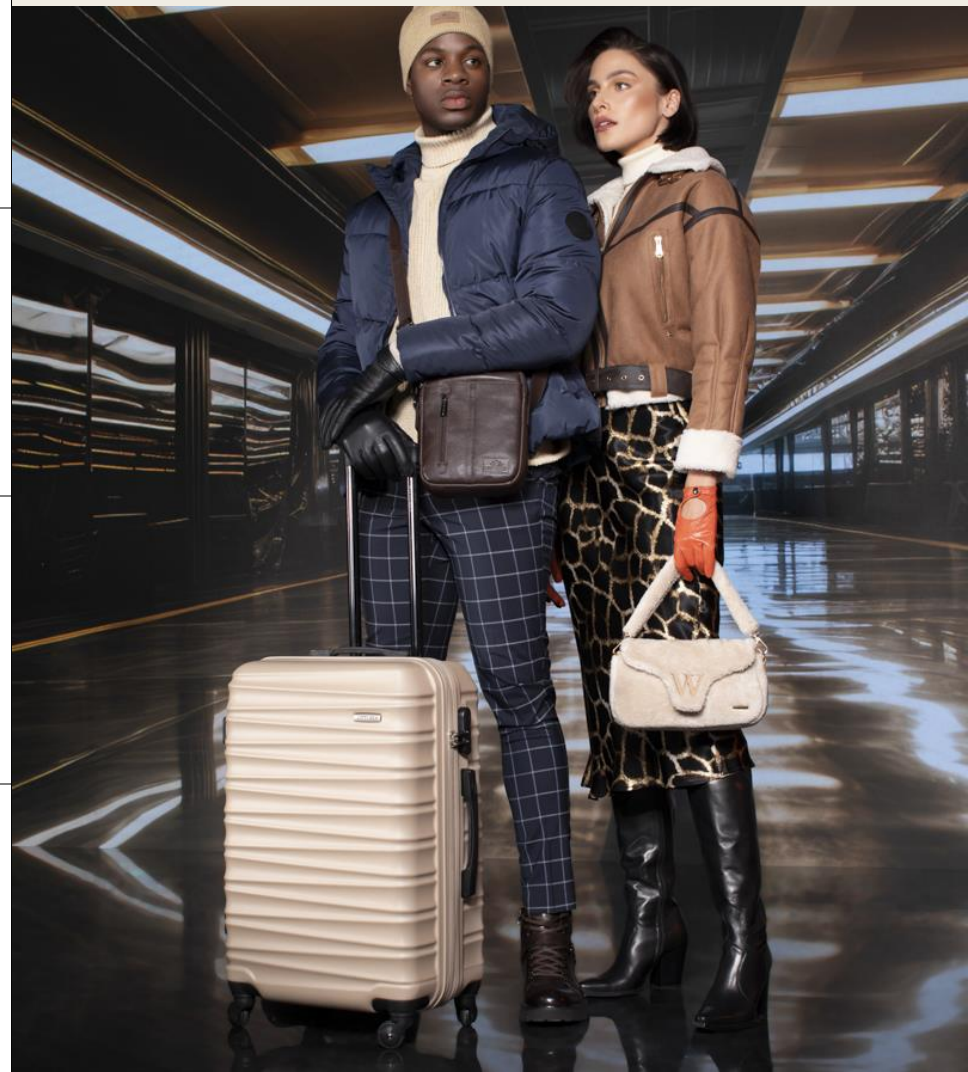
01. Rozwój e-commerce wspierany marketingiem i nowoczesną logistyką

02. Rozwój poza granicami Polski, zarówno on-line jak i off-line

03. Nakłady inwestycyjne głównie związane z e-commerce

04. Zapas w magazynie pozwalający na wzrost mimo zawirowań w łańcuchach dostaw

05. Spółka dywidendowa



WITTCHEN

04

PYTANIA I ODPOWIEDZI



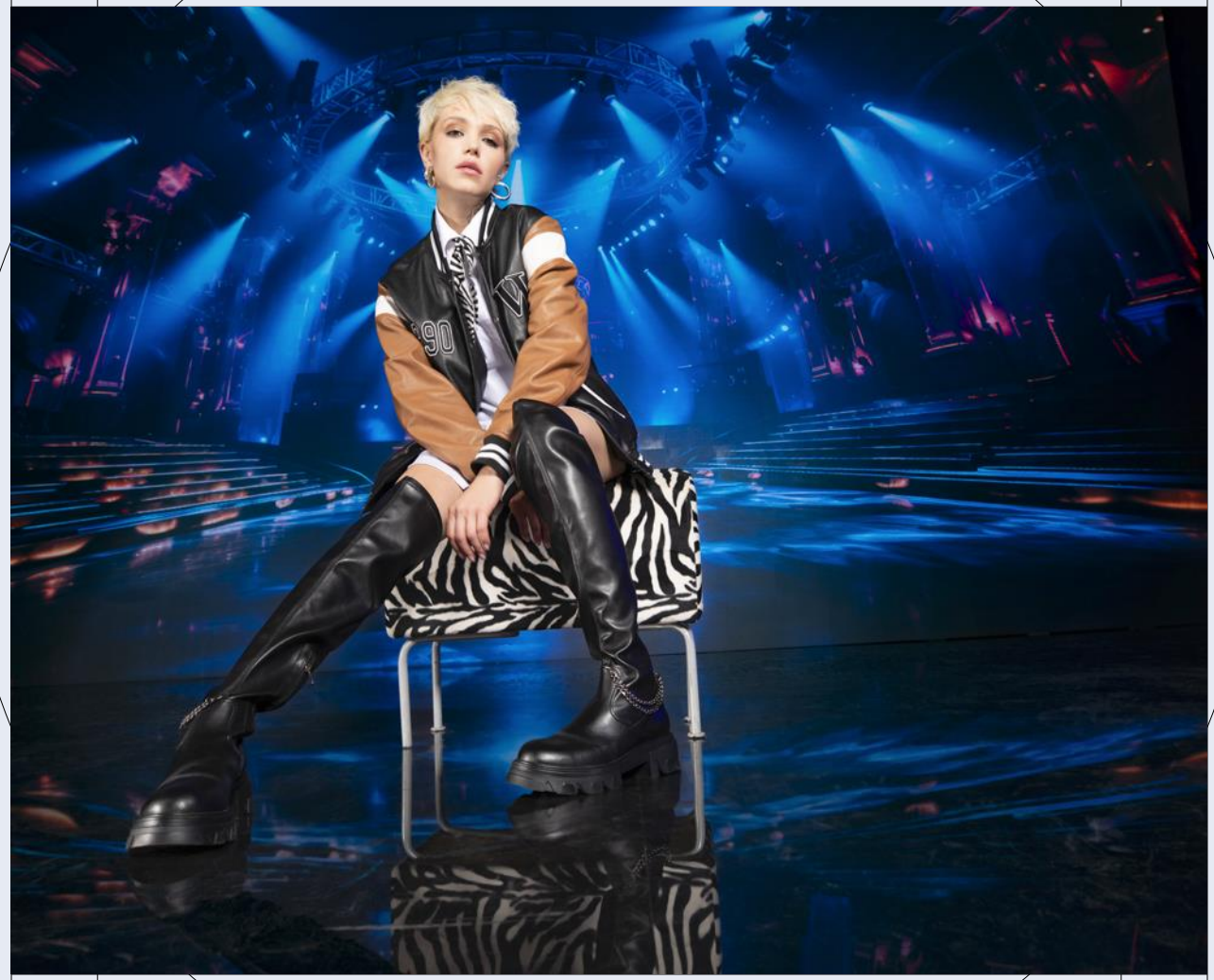
WITTCHEN

35

Elegance & Young

05

SLAJDY POMOCNICZE



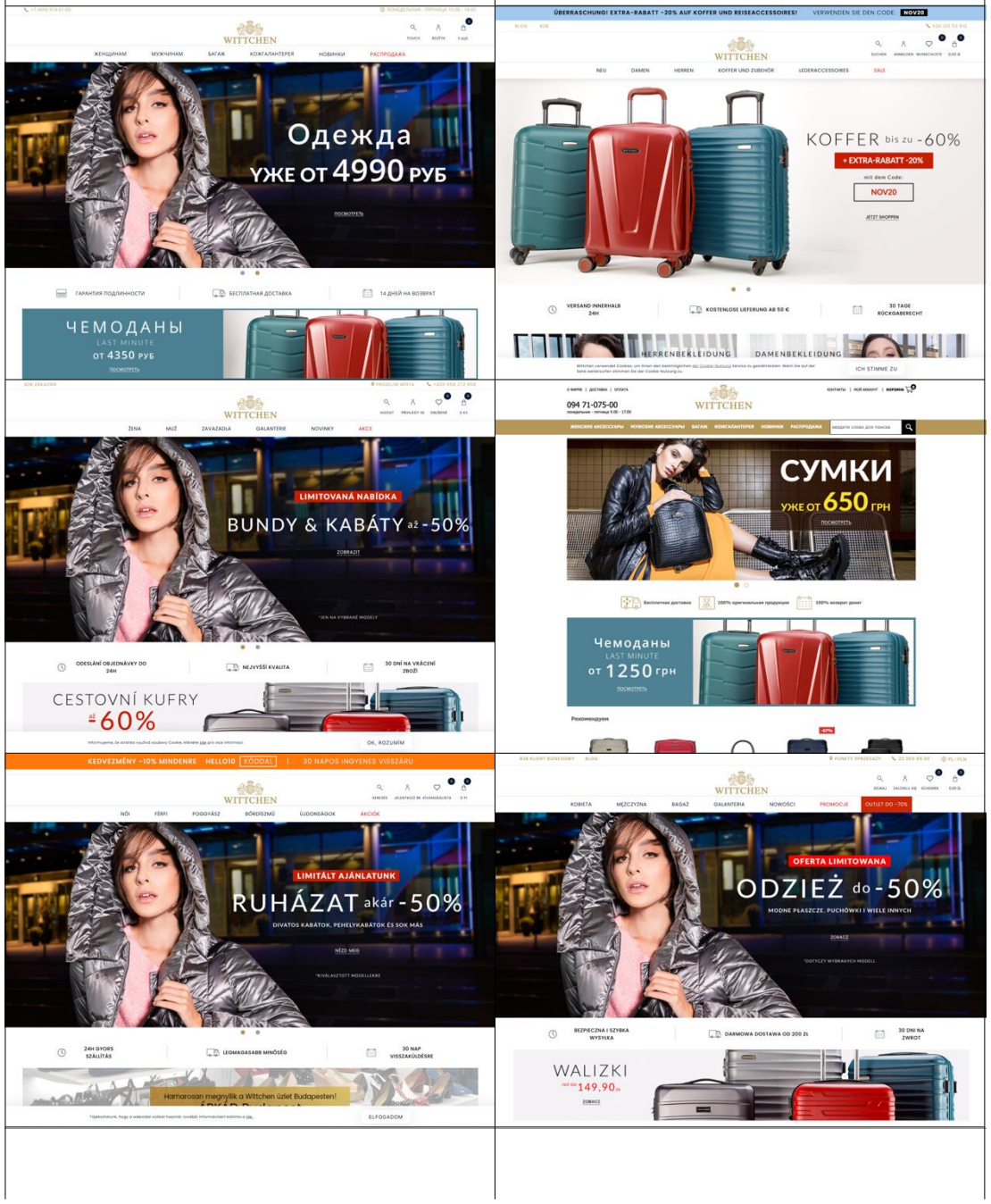
PROSTA STRUKTURA GRUPY KAPITAŁOWEJ



WITTCHEN

WŁASNE E-SKLEPY W 6 KRAJACH

- budują renomę marki Wittchen
- działają w języku lokalnym
- posiadają lokalne formy płatności
- obsługiwane są przez centrum logistyczne w Palmirach



Elegance & Young

WITTCHEN

STABILNA LICZBA SKLEPÓW

Liczba sklepów	2Q21	3Q21	4Q21	1Q22	2Q22	3Q22	4Q22	1Q23	2Q23
Polska	102	102	100	97	96	97	96	95	94
Czechy	4	5	5	6	6	6	6	7	7
Węgry	0	0	1	1	1	3	3	3	3
Ukraina (franczyza)	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Razem	**116**	**117**	**116**	**114**	**113**	**116**	**115**	**115**	**114**

Liczba sklepów	2Q21	3Q21	4Q21	1Q22	2Q22	3Q22	4Q22	1Q23	2Q23
Salon	92	93	93	92	91	94	93	93	92
Outlet	22	22	22	21	21	21	21	21	21
Stoisko	2	2	1	1	1	1	1	1	1
Razem	**116**	**117**	**116**	**114**	**113**	**116**	**115**	**115**	**114**

Liczba sklepów	2Q21	3Q21	4Q21	1Q22	2Q22	3Q22	4Q22	1Q23	2Q23
Wittchen	96	97	97	96	96	99	98	100	100
Wittchen Travel	20	20	19	18	17	17	17	15	14
Razem	**116**	**117**	**116**	**114**	**113**	**116**	**115**	**115**	**114**

Liczba sklepów	2Q21	3Q21	4Q21	1Q22	2Q22	3Q22	4Q22	1Q23	2Q23
Własne	106	107	106	104	103	106	105	105	104
Franczyzowe (patronackie)	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Razem	**116**	**117**	**116**	**114**	**113**	**116**	**115**	**115**	**114**

WITTCHEN

STABILNA POWIERZCHNIA

m2	2Q21	3Q21	4Q21	1Q22	2Q22	3Q22	4Q22	1Q23	2Q23
Polska	8 274	8 274	8 219	7 946	7 909	8 000	7 952	8 036	7 960
Czechy	285	415	415	508	508	508	508	629	629
Węgry	0	0	86	86	86	249	249	249	249
Ukraina	880	880	880	880	880	880	880	880	880
Razem	**9 439**	**9 569**	**9 600**	**9 420**	**9 383**	**9 637**	**9 589**	**9 794**	**9 718**

m2	2Q21	3Q21	4Q21	1Q22	2Q22	3Q22	4Q22	1Q23	2Q23
Salon	7 509	7 639	7 685	7 580	7 543	7 797	7 749	7 907	7 831
Outlet	1 901	1 901	1 901	1 826	1 826	1 826	1 826	1 873	1 873
Stoisko	28	28	14	14	14	14	14	14	14
Razem	**9 439**	**9 569**	**9 600**	**9 420**	**9 383**	**9 637**	**9 589**	**9 794**	**9 718**

m2	2Q21	3Q21	4Q21	1Q22	2Q22	3Q22	4Q22	1Q23	2Q23
Wittchen	7 960	8 090	8 172	8 068	8 068	8 322	8 322	8 588	8 588
Wittchen Travel	1 479	1 479	1 428	1 352	1 315	1 315	1 267	1 206	1 130
Razem	**9 439**	**9 569**	**9 600**	**9 420**	**9 383**	**9 637**	**9 589**	**9 794**	**9 718**

m2	2Q21	3Q21	4Q21	1Q22	2Q22	3Q22	4Q22	1Q23	2Q23
Własne	8 559	8 689	8 720	8 540	8 503	8 757	8 709	8 914	8 838
Franczyzowe (patronackie)	880	880	880	880	880	880	880	880	880
Razem	**9 439**	**9 569**	**9 600**	**9 420**	**9 383**	**9 637**	**9 589**	**9 794**	**9 718**

WITTCHEN

POWIERZCHNIA BIUROWA I LOGISTYCZNA

Parametry	Budynek biurowy	Centrum Logistyczne 1	Centrum Logistyczne 2 (nowa hala magazynowa)
Koszt budowy (bez kosztów związanych z zakupem gruntu)	17 708 tys.	13 608 tys.	16 316 tys.
Oddany do użytkowania	25.10.2017 r.	31.12.2010 r.	16.07.2020 r.
Kubatura	11 289,2 m3	59 446 m3	99 277,83 m3
Powierzchnia zabudowy	980,7 m2	5 325 m2	8 271,52 m2
Powierzchnia użytkowa	3 079,3 m2	5 357,6 m2	8 543,93 m2
Liczba kondygnacji	4 kondygnacje (parter + 3 pietra)	hala - 1 kondygnacja nadziemna; budynek techniczny - 3 kondygnacje (parter + 2 piętra)	hala + pompownia - 1 kondygnacja; budynek techniczny - 2 kondygnacje z antresolą

WITTCHEN

KLIENCI DETALICZNI

Klienci naszych sklepów stacjonarnych, e-sklepów i marketplace'ów

87%
przychodów
w 2Q23

KLIENCI BIZNESOWI

Partnerzy biznesowi krajowi
i zagraniczni (hurt)

13%
przychodów
w 2Q23

KLIENCI DETALICZNI I BIZNESOWI



WITTCHEN

KWARTALNE WYNIKI FINANSOWE MSSF16

mln PLN	2Q21	3Q21	4Q21	1Q22	2Q22	3Q22	4Q22	1Q23	2Q23
Przychody	53,5	79,9	106,0	64,3	86,8	118,2	136,7	96,3	110,4
Zysk brutto na sprzedaży	33,8	49,7	66,8	40,1	55,4	74,6	85,5	60,7	70,2
Marża (%)	63,1%	62,1%	63,0%	62,3%	63,8%	63,1%	62,6%	63,0%	63,6%
Koszty SG&A	27,0	32,3	38,1	32,8	36,9	45,5	51,1	47,7	53,7
Pozostała działalność operacyjna	0,2	1,1	-1,0	-0,9	-1,0	0,2	0,1	-0,5	-0,7
Zysk operacyjny	**7,0**	**18,4**	**27,8**	**6,4**	**17,5**	**29,3**	**34,6**	**12,9%**	**14,3%**
Marża (%)	13,0%	23,1%	26,2%	9,9%	20,1%	24,8%	25,3%	0,6	2,0
Działalność finansowa netto	2,2	-1,8	-0,8	0,0	-3,9	-6,9	1,5	-3,0	-4,6
Podatek	-1,8	-3,0	-5,2	-1,5	-2,3	-4,6	-7,1	10,1	13,2
Zysk netto	7,4	13,6	21,8	4,9	11,1	17,9	29,0	12,9%	14,3%
EBITDA	13,2	24,8	33,6	12,5	23,7	36,2	40,7	19,5	22,9
Marża (%)	24,7%	31,1%	31,7%	19,4%	27,3%	30,6%	29,8%	20,2%	20,7%

Elegance & Young

WITTCHEN

KWARTALNE WYNIKI FINANSOWE MSR17

mln PLN	2Q21	3Q21	4Q21	1Q22	2Q22	3Q22	4Q22	1Q23	2Q23
Przychody	53,5	79,9	106,0	64,3	86,8	118,2	136,7	96,3	110,4
Zysk brutto na sprzedaży	33,8	49,7	66,8	40,1	55,4	74,6	85,5	60,7	70,2
Marża (%)	63,1%	62,1%	63,0%	62,3%	63,8%	63,1%	62,6%	63,0%	63,6%
Koszty SG&A	28,1	32,0	37,2	31,7	37,7	39,6	53,4	48,8	50,8
Pozostała działalność operacyjna	0,2	1,1	-1,0	-0,9	-1,0	0,2	0,1	-0,5	-0,7
Zysk operacyjny	**5,9**	**18,7**	**28,7**	**7,5**	**16,7**	**35,2**	**32,2**	**11,4**	**18,7**
Marża (%)	11,0%	23,4%	27,0%	11,7%	19,3%	29,8%	23,6%	11,9%	16,9%
Działalność finansowa netto	0,9	0,2	-1,2	1,1	-3,0	-4,4	0,1	0,7	-0,7
Podatek	-1,2	-3,4	-4,9	-1,5	-2,5	-5,6	-5,8	-2,2	-3,2
Zysk netto	5,5	15,5	22,5	7,0	11,3	25,3	26,5	10,0	14,7
EBITDA	8,2	20,9	30,8	9,5	19,0	37,6	33,9	13,5	22,9
Marża (%)	15,3%	26,2%	29,1%	14,8%	21,9%	31,8%	24,8%	14,1%	20,7%

Elegance & Young

WITTCHEN

- Dominującą pozycję w rzeczowych aktywach trwałych stanowią siedziba spółki w Palmirach, centrum logistyczne i inwestycje w salony własne.
- Należności handlowe to należności od partnerów biznesowych, rozliczenia z operatorami kart płatniczych oraz przedpłaty do dostawców zagranicznych
- Zobowiązania handlowe to głównie rozliczenia z dostawcami.

BEZPIECZNY BILANS

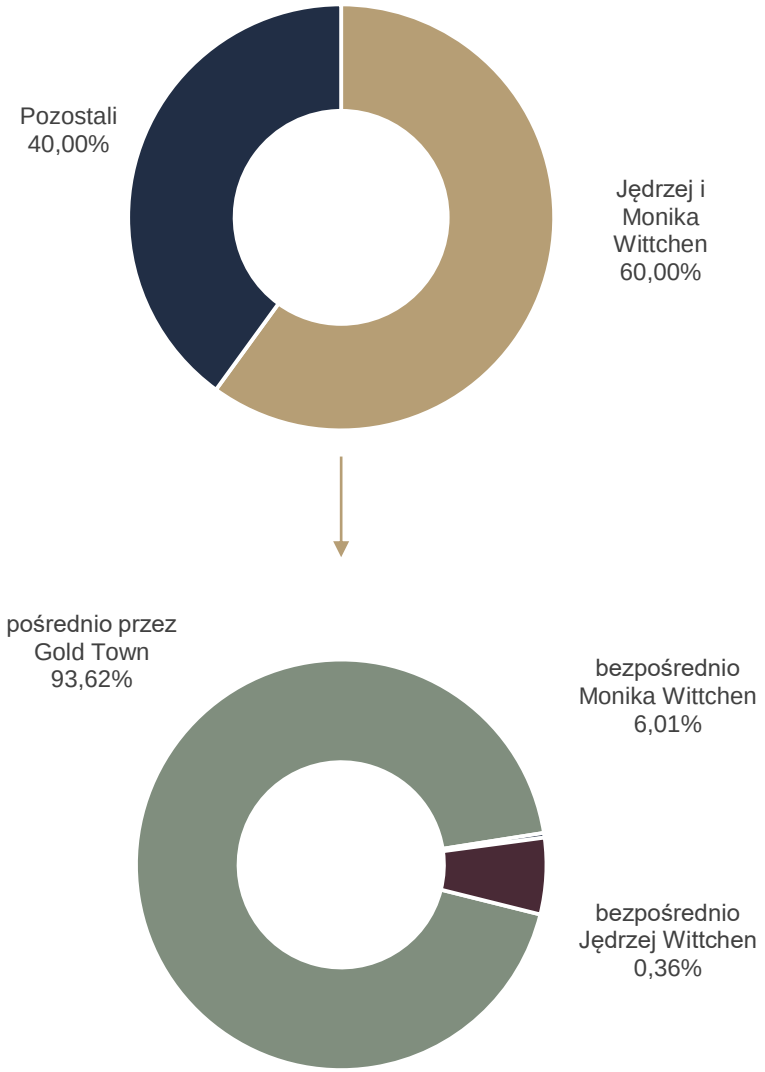
	2Q22	2Q23
Aktywa trwałe	**143,7**	**145,8**
rzeczowe aktywa trwałe	71,1	71,1
aktywa niematerialne i goodwill	27,2	26,9
aktywa z tytułu prawa do użytkowania	43,2	46,5
Aktywa obrotowe	**163,9**	**196,2**
zapasy	112,1	123,3
należności handlowe	39,3	48,6
środki pieniężne	12,5	24,2
Aktywa	**307,6**	**342,0**
Kapitał własny	**165,7**	**177,8**
Zobowiązania długoterminowe	**43,3**	**36,6**
zobowiązania odsetkowe	0,0	0,0
zobowiązania z tytułu leasingu (MSSF16)	37,9	31,4
rozliczenia międzyokresowe	5,3	5,1
Zobowiązania krótkoterminowe	**98,6**	**127,5**
zobowiązania odsetkowe	49,8	0,0
zobowiązania z tytułu leasingu (MSSF16)	14,1	19,0
zobowiązania handlowe	31,7	104,4
Kapitały własne i zobowiązania	**307,6**	**342,0**

Elegance & Young

FIRMA RODZINNA, STABILNY AKCJONARIAT

	Liczba akcji/głosów	% udział
Jędrzej i Monika Wittchen	11 016 244	60,00%
pośrednio przez Gold Town	10 313 776	56,17%
bezpośrednio Jędrzej Wittchen	40 160	0,22%
bezpośrednio Monika Wittchen	662 308	3,61%
Pozostali (free-float)	7 344 158	40,00%
Razem	**18 360 402**	**100,0%**

* Pan Jędrzej Wittchen posiada 90% udziałów spółki Gold Town Inv. Ltd natomiast Pani Monika Wittchen posiada 10% udziałów spółki Gold Town Inv. Ltd .



WITTCHEN

SŁOWNIK POJĘĆ

SEGMENT B2B	Przychody od klientów biznesowych.
SEGMENT B2C	Przychody od klientów detalicznych.
SPRZEDAŻ (PLN/M^2 NA M-C)	Kwartalna sprzedaż (sklepy, internet, pozostała sprzedaż)/ średnia pracująca powierzchnia / 3.
KOSZTY SKLEPÓW WŁASNYCH/M2 (PLN NA M-C)	Kwartalne koszty sklepów własnych/ średnia pracująca powierzchnia sklepów własnych / 3.
KOSZTY OPERACYJNE (SG&A)/M2 (PLN NA M-C)	Kwartalne koszty SG&A grupy/ średnia całkowita powierzchnia sklepów / 3.
ZAPASY/M2	Zapasy grupy na koniec okresu/ powierzchnia grupy na koniec okresu.
EBITDA	Zysk operacyjny powiększony o amortyzację z rachunku przepływów pieniężnych.

WITTCHEN

/wittchen

/wittchen

/wittchencom

/WittchenPolska

/Wittchen-s.a.

KONTAKT

WITTCHEN S.A.
Palmiry, ul. Gdańska 60
05-152 Czosnów

KONTAKT DLA INWESTORÓW
grzegorz.ochedzan@wittchen.com
tel: +48 882 434 150

