

WITTCHEN

PREZENTACJA WYNIKÓW ZA 1Q 2024

24 maja 2024 r., Palmiry

Elegance & Young

WITTCHEN

OGRANICZENIE ODPOWIEDZIALNOŚCI

Niniejsza prezentacja została sporządzona przez Zarząd spółki Wittchen S.A. („Spółka" lub „Emitent") w celu prezentacji wyników za 1 kwartał 2024 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

53
7 własnych e-sklepów,
46 marketplace'y

54%
sprzedaży 1Q'24

268 tys.
zrealizowanych zamówień w 1Q'24,
+7% r/r

SPRZEDAŻ OFF-LINE

Salony tradycyjne
pod markami Wittchen
i Wittchen Travel

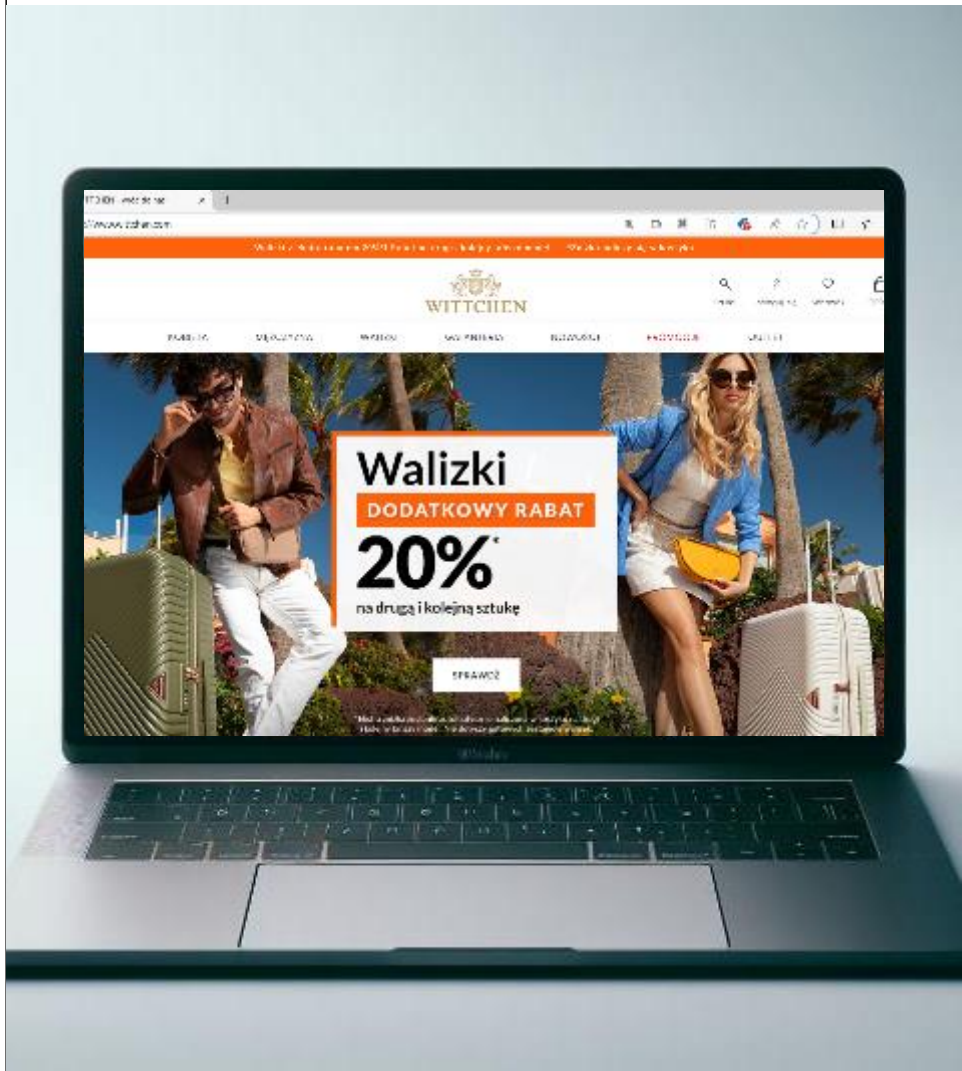
113
salonów : 91 w Polsce, 7 w Czechach,
3 na Węgrzech, 1 na Słowacji,
1 w Rumunii (własne)
oraz 10 franczyzowych w Ukrainie

37%
sprzedaży 1Q'24

POZOSTAŁA SPRZEDAŻ

Klienci biznesowi, hurt

9%
sprzedaży 1Q'24



WITTCHEN

ROZWÓJ ON-LINE I OFF-LINE W 1Q’24

POWIERZCHNIE STACJONARNE

9 749 m²

(-45 m² r/r)

WŁASNE E-SKLEPY

7

+1 w 1Q'24

Polska, Niemcy, Czechy, Węgry, Ukraina, Rumunia i Austria (+1)

MARKETPLACE

46

zwiększenie o 6 r/r

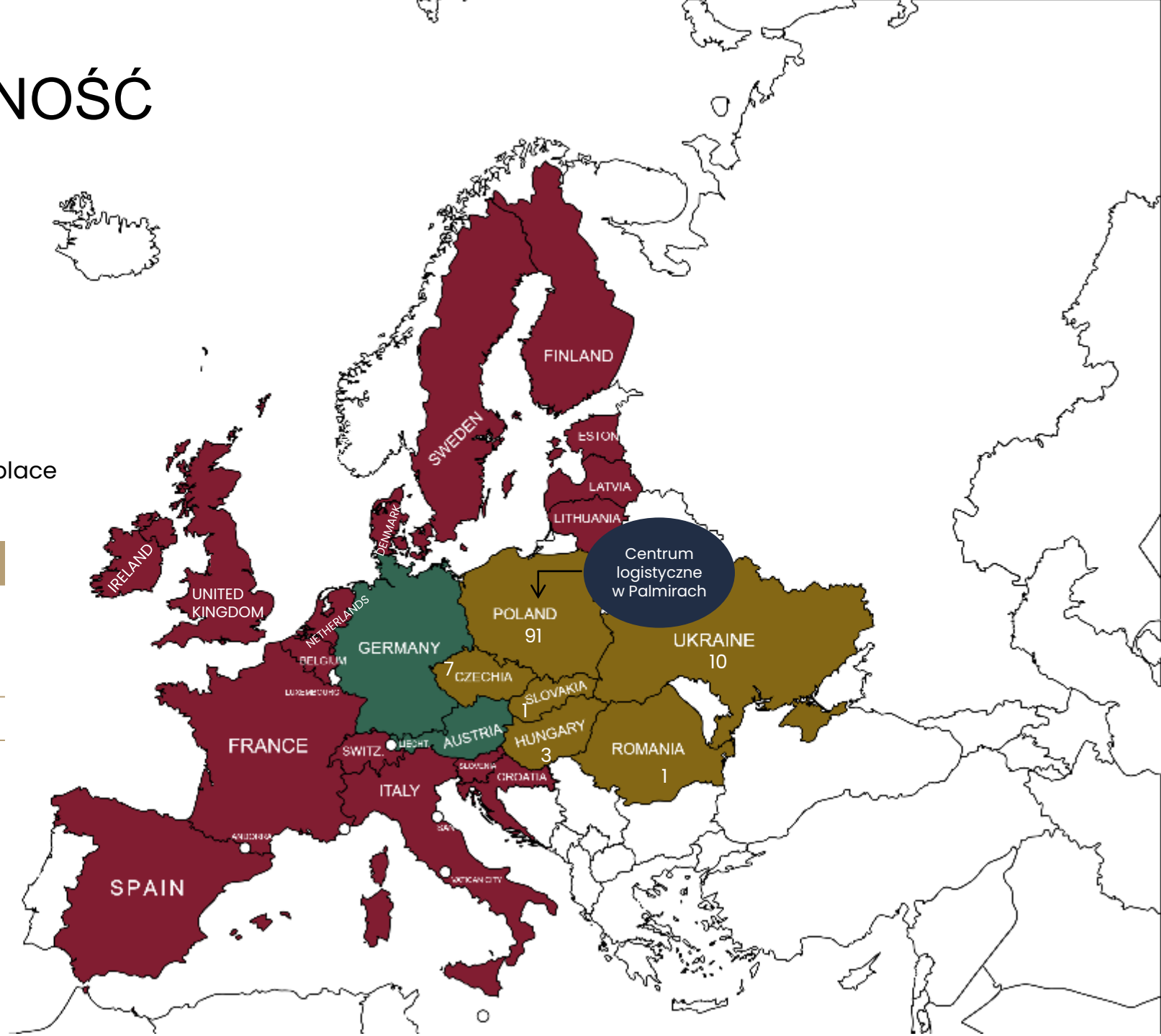


WITTCHEN

ROSNĄCA OBECNOŚĆ W EUROPIE

- Własne sklepy online w 7 krajach (wg stanu na koniec 1Q'24)
- Sklepy stacjonarne w 6 krajach (Niemcy od maja 2024 r.)
- Obecność na 46 platformach marketplace w 24 krajach Europy

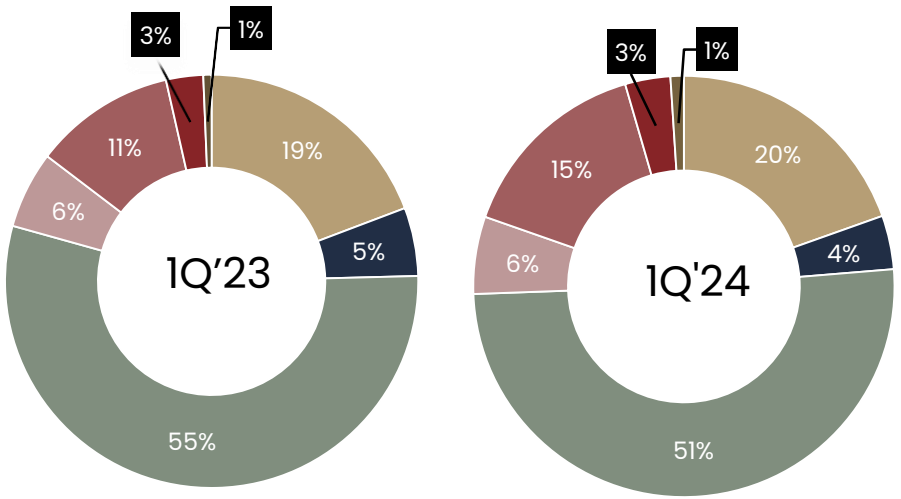
Sklepy stacjonarne	1Q'24	r/r
Wittchen	99	-1
Wittchen Travel	14	-1
Razem	113	-2



Elegance & Young

WITTCHEN

ASORTYMENT DOSTOSOWANY DO KLIENTA I OTOCZENIA



Bagaż to nasza najistotniejsza kategoria produktów w 1Q'24. 51% udziału w całym portfolio firmy.

Dalszy rozwój segmentu torebek przez dostosowanie do różnych grup odbiorców.

Atrakcyjna oferta ubrań oraz dodatków, wzrost udziału w sprzedaży.



Elegance& Young

02

WYNIKI FINANSOWE



WITTCHEN

WYNIKI 1Q’24

PRZYCHODY	93,0 mln PLN -3,5% r/r
MARŻA BRUTTO NA SPRZEDAŻY	63,8% +0,8 p.p. r/r
EBIT	6,9 mln PLN -44,7% r/r
MARŻA EBIT	7,4% -5,5 p.p. r/r
ZYSK NETTO	4,9 mln PLN -51,6% r/r

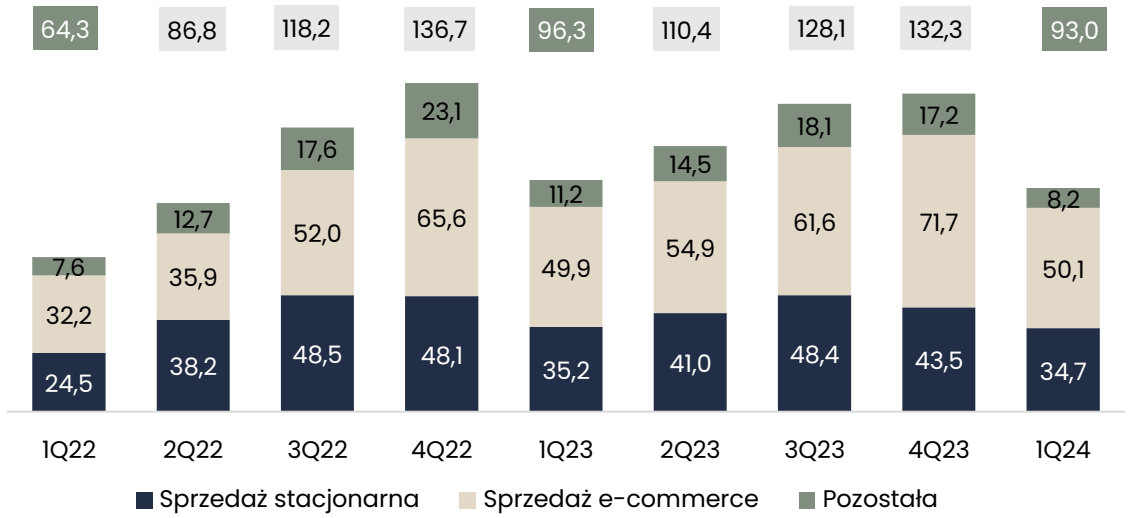


WITTCHEN

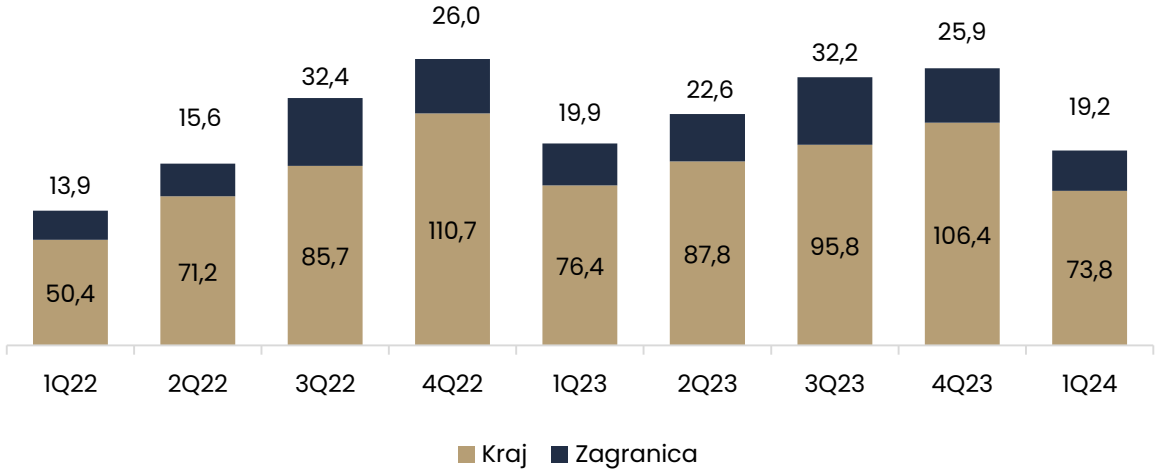
E-COMMERCE NAPĘDZA SPRZEDAŻ W 1Q'24

- Sprzedaż e-commerce oraz w salonach na podobnym poziomie r/r
- Niższa sprzedaż B2B r/r z uwagi na inny planowany rozkład zamówień od klientów hurtowych w ciągu roku
- Spadek przychodów w Polsce o 3,4% r/r z powodu osłabienia krajowej konsumpcji
- Sprzedaż zagraniczna mniejsza o 3,8% r/r, negatywny wpływ umocnienia złotego wobec euro i walut regionu na przychody w PLN
- Udział sprzedaży zagranicznej w 1Q'24 wyniósł 21% tj. bez zmian vs. 1Q'23

Kwartalna sprzedaż
(mln PLN)



Kwartalna sprzedaż
(mln PLN)

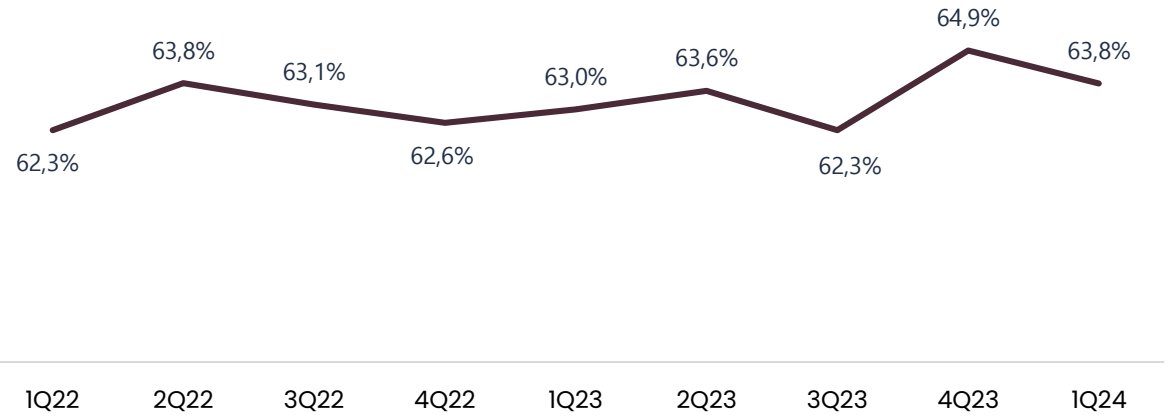


Elegance& Young

WITTCHEN

UTRZYMANIE WYSOKIEJ MARŻY BRUTTO NA SPRZEDAŻY

Kwartalna marża brutto na sprzedaży



- Utrzymanie wysokiej marży brutto w 1Q'24
- Zmiany w asortymencie i ograniczenie przecen
- Wyższa marża brutto na sprzedaży na rynkach zagranicznych (efekt wyższych cen sprzedaży)

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

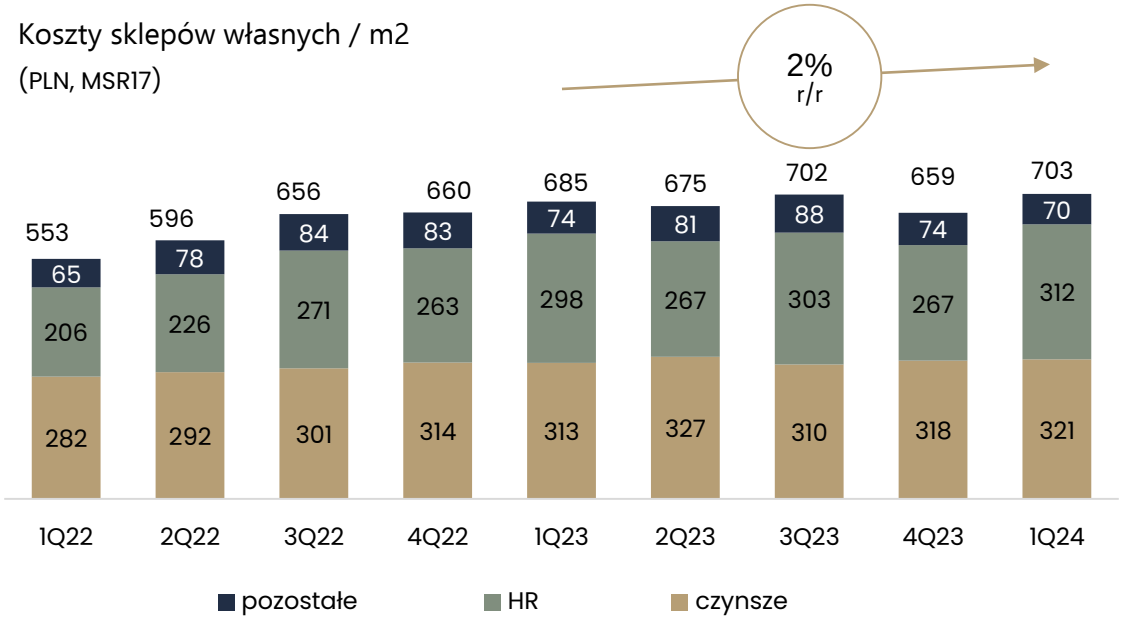
Zwiększanie efektywności zakupów poprzez ich koncentrację w obrębie grup asortymentowych. Korzystny kurs PLN vs. USD/EUR (waluty rozliczeń z dostawcami).

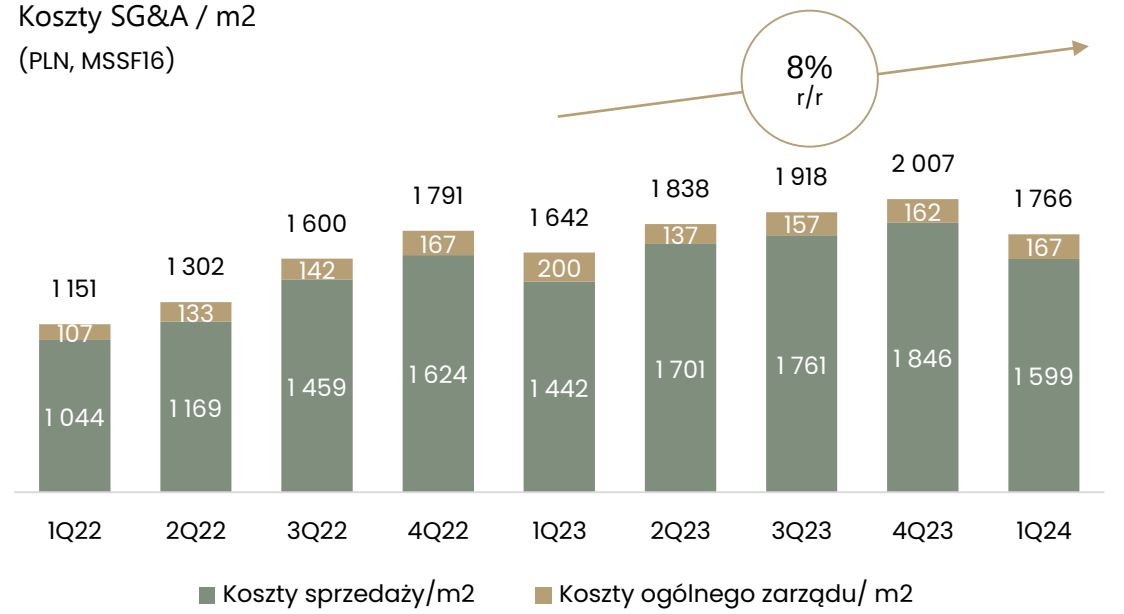
Elegance& Young

WITTCHEN

KOSZTY POD UWAŻNYM NADZOREM

- Koszty sklepów własnych/m2 w 1Q'24 utrzymały się niemal zbliżonym poziomie r/r, za sprawą takich czynników jak:
  - +3% r/r zahamowanie wzrostu kosztów czynszów/m2 w 1Q'24 z uwagi pozytywny wpływ kursu walut
  - +4% r/r wzrost kosztów HR/m2 ze względu na presję płacową będącą m.in. pochodną wzrostu płacy minimalnej
  - -6% r/r spadek pozostałych kosztów sklepów/m2
  - +11% r/r wzrost kosztów sprzedaży/m2 jako efekt inflacji
  - -16% r/r spadek kosztów ogólnego zarządu/m2





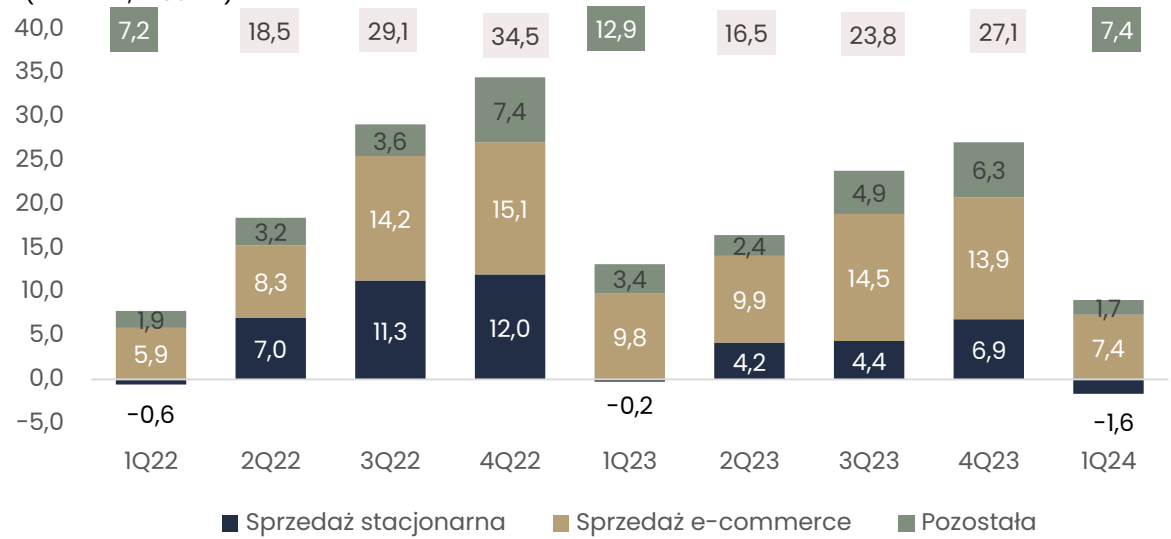
Elegance & Young

WITTCHEN

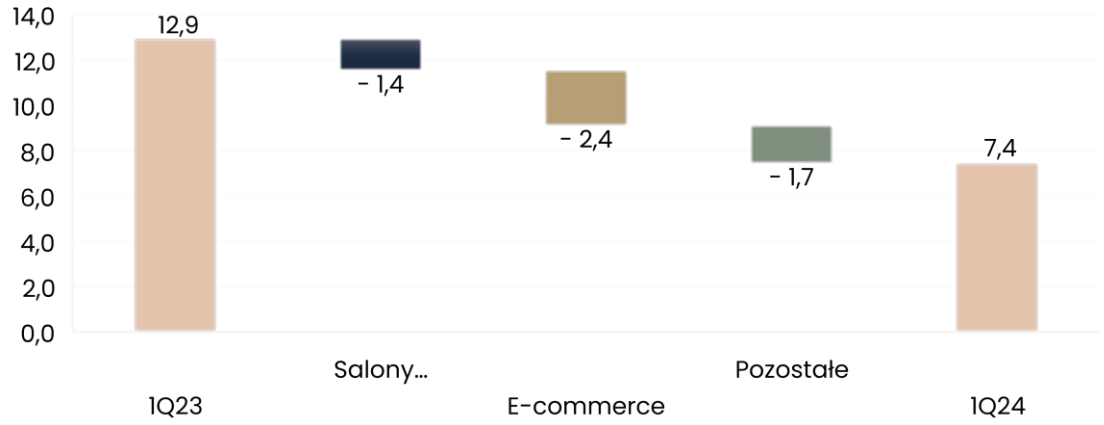
KLUCZOWE ZNACZENIE ON-LINE DLA WYNIKU

- Kanał on-line to najistotniejszy element wyniku operacyjnego (EBIT) Grupy
- W ramach sprzedaży pozostałej (B2B) w 1Q23 odnotowano istotną pojedynczą transakcję: oczekiwany rozkład kwartalny sprzedaży w 2024 roku inny niż w ub. roku
- Na wyniki sprzedaży stacjonarnej wpłynęła głównie alokacja kosztów administracyjnych (ogólnego zarządu)
- Wynik na działalności podstawowej to EBIT bez uwzględnienia pozostałej działalności operacyjnej

Podział wyniku na działalności podstawowej
(mln PLN, MSSF16)



Zmiana wyniku na działalności podstawowej r/r
(mln PLN, MSSF16)



Elegance & Young

WITTCHEN

RENTOWNOŚĆ W CENTRUM UWAGI

- Wzrosty marży brutto do 63,8%
- Niższa sprzedaż w 1Q'24 r/r to efekt wysokiej bazy z 1Q'23 oraz słabszej niż rok wcześniej ogólnej koniunktury rynkowej
- Wzrost kosztów sprzedaży za sprawą m.in. wzrostu wynagrodzeń, wyższych kosztów sprzedaży internetowej oraz kosztów logistyki związanych z obsługą większej liczby przesyłek
- Wyższe koszty finansowe z tytułu różnic kursowych dot. wyceny otwartych rozrachunków

mln PLN, MSSF16	1Q'24	1Q'23	r/r
Przychody	93,0	96,3	-3,5%
Marża brutto na sprzedaży (%)	63,8%	63,0%	0,8%
Koszty SG&A	51,9	47,7	8,7%
% sprzedaży	55,8%	49,6%	6,3%
Zysk operacyjny	**6,9**	**12,5**	**-44,7%**
Marża operacyjna (%)	7,4%	12,9%	-5,5 p.p.
Zysk netto	4,9	10,1	-51,6%
EBITDA	14,1	19,5	-27,4%
Marża EBITDA (%)	15,2%	20,2%	-5,0 p.p.

Presja kosztowa oraz niższa niż rok wcześniej sprzedaż wpłynęły na zysk operacyjny i wynik netto w 1Q’24

Elegance& Young

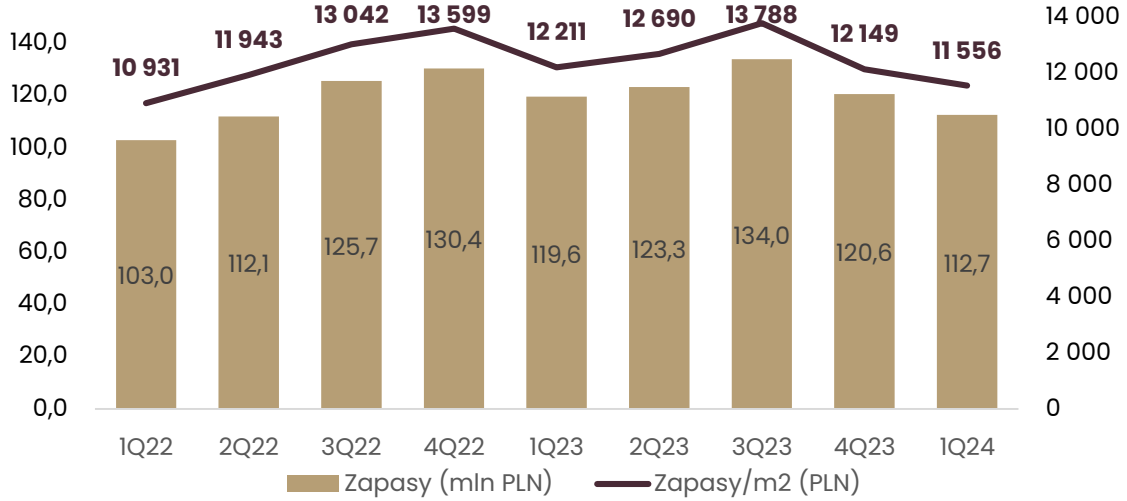
WITTCHEN

BEZPIECZNY POZIOM ZAPASÓW

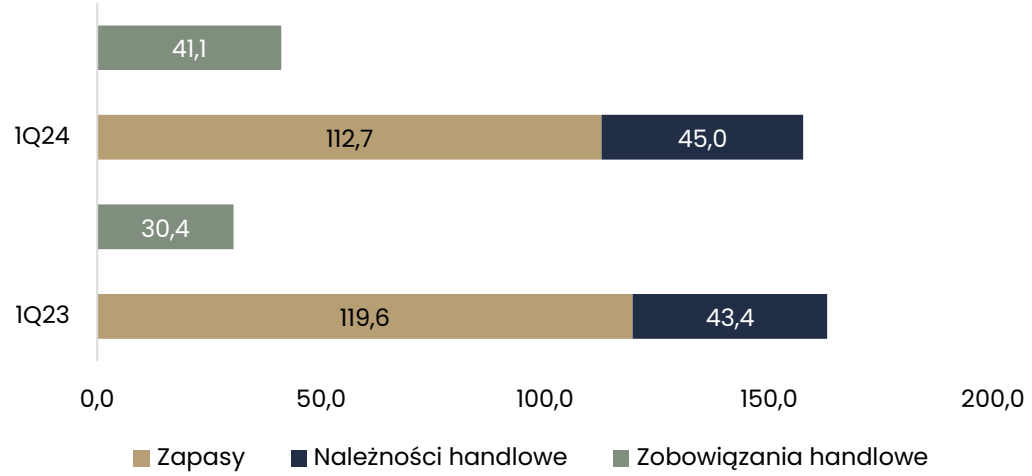
- Zmniejszenie zapasów o 6% r/r
- Zapasy/m^2 zmalały o 5% r/r
- Stabilniejsza sytuacja dot. łańcuchów dostaw pozwala na optymalizowanie poziomu zapasów
- Zobowiązania handlowe w 36% finansowały zapasy w 1Q'24 w porównaniu do 25% w 1Q'23
- Należności zmalały o 4 % r/r

Elegance& Young

Zapasy łącznie oraz zapasy w przeliczeniu/m^2



Kapitał obrotowy
(mln PLN)



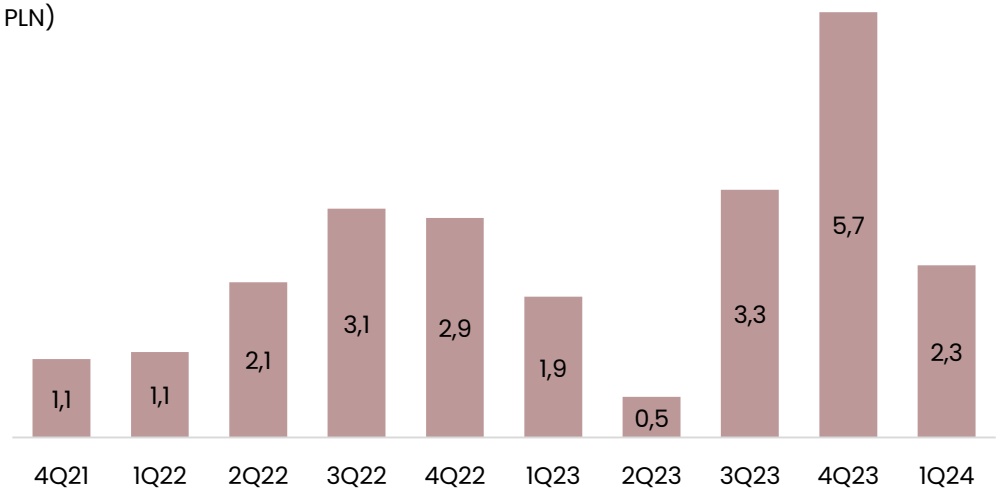
WITTCHEN

INWESTYCJE I ZADŁUŻENIE

- W 1Q'24 wydatki inwestycyjne związane głównie z IT, e-commerce oraz pierwszymi salonami stacjonarnymi w Niemczech i Austrii
- Planowane inwestycje w 2024 roku:
  - 8,0 mln zł salony
  - 5,4 mln zł IT oraz e-commerce
  - 7,0 mln zł rozbudowa hali i logistyka (z szacowanych łącznie 42 mln zł w latach 2024-2026)
- Zadłużenie krótkoterminowe wykorzystywane do finansowania kapitału obrotowego

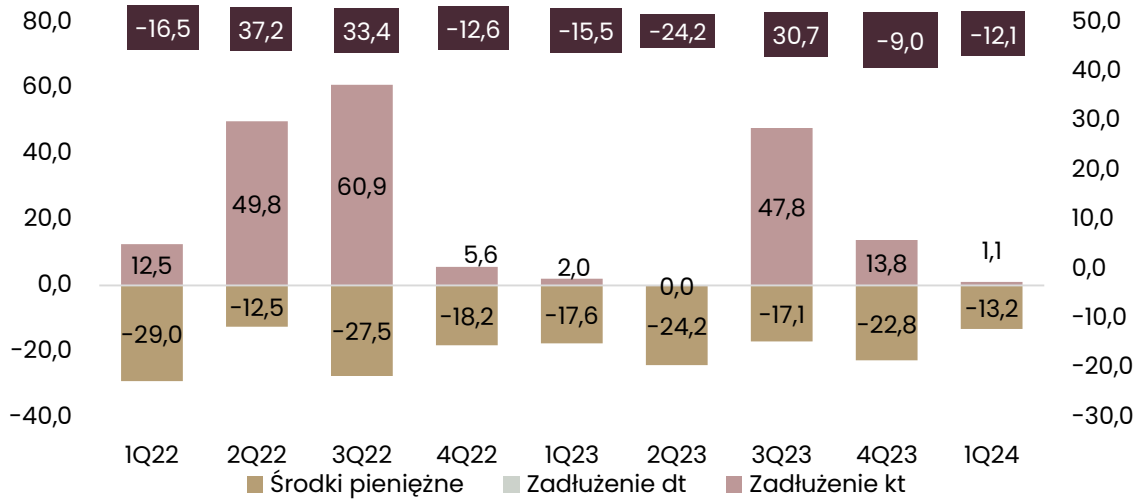
Kwartalne wydatki inwestycyjne

(mln PLN)



Zadłużenie netto

(mln PLN, MSR17)



Elegance & Young

WITTCHEN

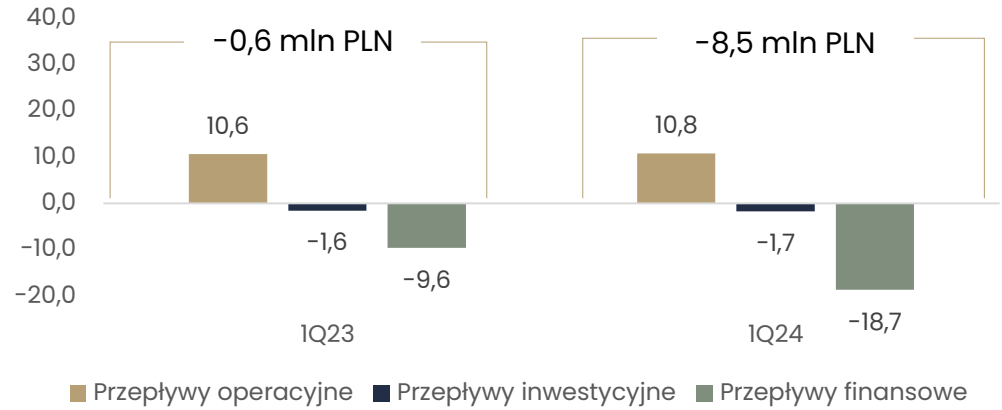
CYKL OBROTU GOTÓWKI ZGODNY Z OCZEKIWANYM

- Pozytywne r/r przepływy z działalności operacyjnej pozwalające na spłatę kredytu w wys. 12,7 mln zł
- W 1Q'24 r Wydatki inwestycyjne związane głównie z IT, e-commerce i nowymi salonami
- Sezonowy wzrost cyklu obrotu gotówki: należności (44 dni), zapasy (312 dni), zobowiązania (120 dni)

Elegance & Young

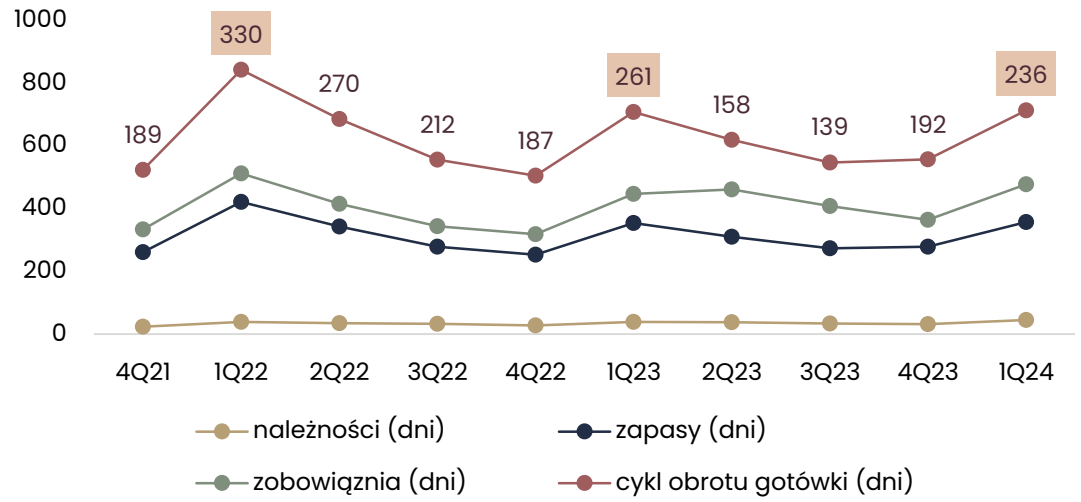
Przepływy kwartalne

(mln PLN)



Cykl obrotu gotówki

(dni)



WITTCHEN

PODSUMOWANIE 1Q'24

01. Wysoka marża brutto na sprzedaży: 63,8%

02. Marża netto na poziome 7,4%

03. Wartość sprzedaży mniejsza o 3,5% r/r przy wzroście wolumenu o 6% r/r

04. Stabilne przepływy pieniężne z działalności operacyjnej

05. Bezpieczny poziom zapasów: 112,7 mln zł na koniec 1Q'24



WITTCHEN

03

PLANY 2024+



WITTCHEN

OBECNY CEL KRÓTKOTERMINOWY – POPRAWA EFEKTYWNOŚCI BIZNESU

- **Współpraca z marketplace'ami** – nowa strategia produktowo-cenowa, wdrażana od 2Q'24
- **Działania prosprzedażowe połączone z optymalizacją kosztową** – w tym dostosowywanie polityki cenowej, cross selling
- **Dalsza ekspansja zagraniczna** – uruchomienie własnego salonu w Niemczech, planowane otwarcia sklepów w Austrii i kolejnych salonów w Rumunii; wzmocnienie wizerunku marki za granicą (w tym szkolenia zespołu itd.)
- **Logistyka** – dodatkowe wsparcie operatora logistycznego w szczycie letniego sezonu sprzedaży (walizki); zmiana warunków obsługi przesyłek gabarytowych skutkująca niższymi kosztami
- **Poprawa efektywności sieci sprzedaży** – rozmowy w sprawie warunków najmu lokali, ograniczanie liczby nierentownych placówek
- **Marketing** – zmiany w kampaniach online w Polsce i za granicą

WITTCHEN

PLANY NA 2024

1. Uważna kontrola kosztów oraz działania zmierzające do poprawy efektywności w całej Grupie
2. Utrzymanie marży brutto na wysokim poziomie
3. Podtrzymanie celu wzrostu sprzedaży w całym 2024 roku

SZANSE
rozwój sprzedaży zagranicznej
dotarcie z ofertą do szerszej grupy klientów
zwiększenie oferty produktów na rynkach zagranicznych
RYZYKA
popyt konsumpcyjny
odporność łańcuchów dostaw i wzrost kosztów transportu
destabilizacja w regionie



WITTCHEN



ROZBUDOWA WŁASNEGO CENTRUM LOGISTYCZNEGO OD 4Q’24

Budowa trzeciej hali magazynowej w centrum logistycznym w Palmirach o pow. 3,6 tys. m2

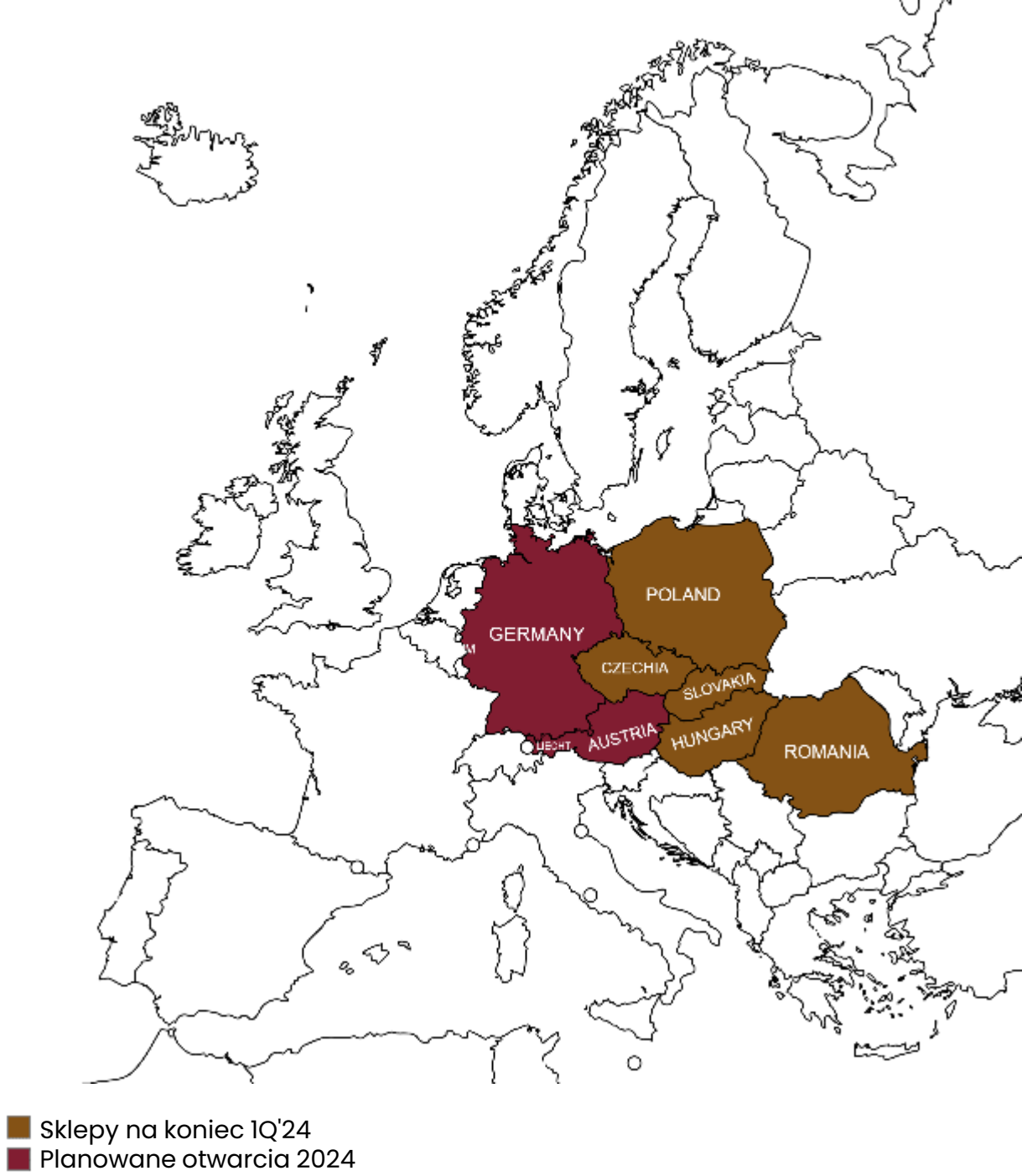
Modyfikacja wyposażenia hali magazynowej nr 1. Nowa linia do obsługi przesyłek

Zmniejszenie zewnętrznych kosztów magazynowania towarów

WITTCHEN

ROZWÓJ POZA GRANICAMI POLSKI

- Dalsza ekspansja na rynkach zagranicznych
- W maju 2024 roku otwarcie salonu w Niemczech
- Planowane otwarcie dwóch salonów w Austrii oraz kolejnych salonów w Rumunii
- Trzystopniowy proces wchodzenia na nowe rynki zagraniczne:
  - zewnętrzne marketplace'y – budowa świadomości marki
  - własne e-sklepy
  - własne salony
- Koncentracja na wykorzystaniu potencjału obecnej sieci marketplace'ów i rozwój sieci własnych sklepów on-line



Elegance & Young

WITTCHEN

CEL NA 2024: ZWIĘKSZENIE SPRZEDAŻY NA PLATFORMACH MARKETPLACE ORAZ W E-SKLEPACH WŁASNYCH

- Otwarcie e-sklepu w Austrii i intensyfikacja wykorzystania istniejącej sieci marketplace'ów
- Planowane otwarcie e-sklepu w Słowacji
- Poszerzenie asortymentu
- Dobór efektywnych partnerów logistycznych i negocjacje warunków handlowych



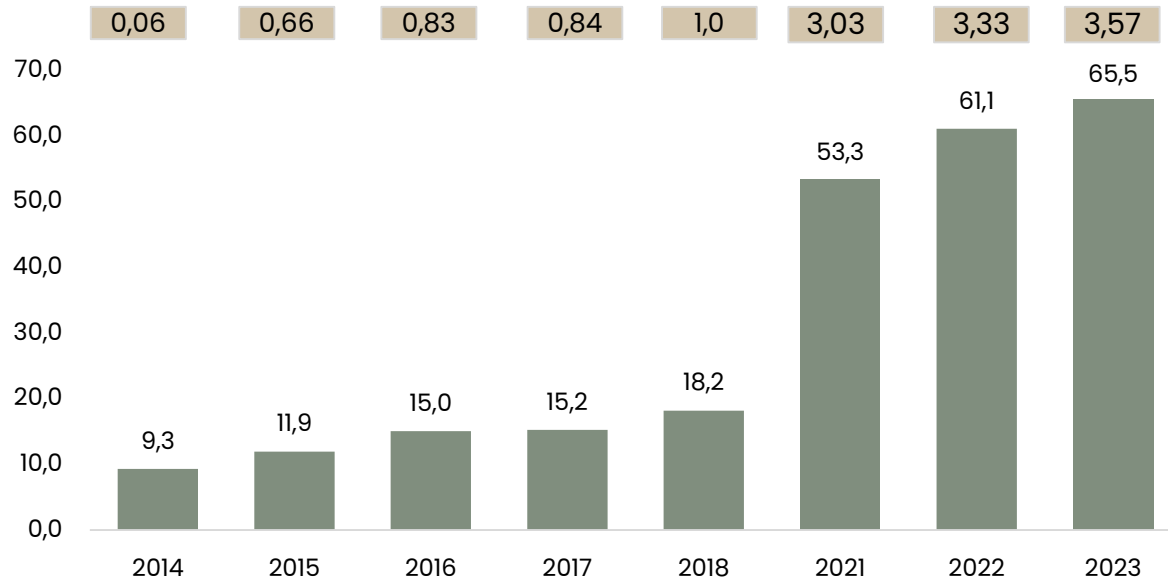
Elegance & Young

WITTCHEN

WYPŁACANE DYWIDENDY

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

Dywidenda na 1 akcję





- **Dywidenda w wysokości 3,57 PLN na 1 akcję z zysku za 2023 r.**
- Wartość dywidendy stanowi 107% skonsolidowanego zysku netto za 2023 r.

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 związane głównie z otwarciem nowych salonów, e-commerce i centrum logistycznym

04. Zapasy w magazynie pozwalające na wzrost sprzedaży także w okresie potencjalnych zawirowań w łańcuchu dostaw

05. Spółka regularnie wypłacająca dywidendę



WITTCHEN

04

PYTANIA I ODPOWIEDZI



WITTCHEN

28

05

SLAJDY POMOCNICZE



Elegance & Young

PROSTA STRUKTURA GRUPY KAPITAŁOWEJ

Wittchen S.A.

właściciel centrum biurowo-logistycznego w Palmirach, zakup i sprzedaż towarów Grupy, zawieranie umów najmu salonów firmowych, właściciel znaków towarowych WITTCHEN i licencjobiorca znaku VIP COLLECTION.

100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Wittchen Premium Sp. z o.o. (Polska)	**Wittchen Travel Sp. z o.o. (Polska)**	**Wittchen SRO (Czechy)**	**Wittchen Hungary Kft (Węgry)**	**Wittchen GmbH (Niemcy)**	**Wittchen Romania S.R.L (Rumunia)**	**Wittchen Slovakia S.R.O (Słowacja)**	**Wittchen Austria GmbH (Austria)**
nie prowadzi działalności	zawieranie części umów najmu salonów detalicznych, które następnie podnajmowane są Spółce	sprzedaż produktów Grupy, zarówno poprzez salony sprzedaży detalicznej jak i sprzedaż internetową na terytorium Czech, siedzibą w Pradze	sprzedaż produktów Grupy, zarówno poprzez salony sprzedaży detalicznej jak i sprzedaż internetową na terytorium Węgier, siedziba w Budapeszcie	sprzedaż internetowa produktów Grupy na terytorium Niemiec, siedziba w Berlinie	sprzedaż internetowa produktów Grupy na terytorium Rumuni, siedziba w Bukareszcie	od 10 listopada 2023r.; sprzedaż stacjonarna produktów Grupy na terytorium Słowacji, siedziba w Bratysławie	spółka zawiązana w sierpniu 2023r.; nie prowadzi działalności operacyjnej, siedziba w Wiedniu

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	1Q22	2Q22	3Q22	4Q22	1Q'23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q'24
Polska	97	96	97	96	95	94	94	93	91
Czechy	6	6	6	6	7	7	7	7	7
Węgry	1	1	3	3	3	3	3	3	3
Słowacja								1	1
Rumunia								1	1
Ukraina (franczyza)	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Razem	**114**	**113**	**116**	**115**	**115**	**114**	**114**	**115**	**113**

Liczba sklepów	1Q22	2Q22	3Q22	4Q22	1Q'23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q'24
Salon	92	91	94	93	93	92	92	95	93
Outlet	21	21	21	21	21	21	21	20	20
Stoisko	1	1	1	1	1	1	1	0	0
Razem	**114**	**113**	**116**	**115**	**115**	**114**	**114**	**115**	**113**

Liczba sklepów	1Q22	2Q22	3Q22	4Q22	1Q'23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q'24
Wittchen	96	96	99	98	100	100	100	101	99
Wittchen Travel	18	17	17	17	15	14	14	14	14
Razem	**114**	**113**	**116**	**115**	**115**	**114**	**114**	**115**	**113**

Liczba sklepów	1Q22	2Q22	3Q22	4Q22	1Q'23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q'24
Własne	104	103	106	105	105	104	104	105	103
Franczyzowe (patronackie)	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Razem	**114**	**113**	**116**	**115**	**115**	**114**	**114**	**115**	**113**

WITTCHEN

STABILNA POWIERZCHNIA

m2	1Q22	2Q22	3Q22	4Q22	1Q'23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q'24
Polska	7 946	7 909	8 000	7 952	8 036	7 960	7 960	8 006	7826
Czechy	508	508	508	508	629	629	629	629	629
Węgry	86	86	249	249	249	249	249	249	249
Słowacja								92	92
Rumunia								73	73
Ukraina	880	880	880	880	880	880	880	880	880
Razem	**9 420**	**9 383**	**9 637**	**9 589**	**9 794**	**9 718**	**9 718**	**9 929**	**9 749**

m2	1Q22	2Q22	3Q22	4Q22	1Q'23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q'24
Salon	7 580	7 543	7 797	7 749	7 907	7 831	7 831	8 119	7 939
Outlet	1 826	1 826	1 826	1 826	1 873	1 873	1 873	1 810	1 810
Stoisko	14	14	14	14	14	14	14	0	0
Razem	**9 420**	**9 383**	**9 637**	**9 589**	**9 794**	**9 718**	**9 718**	**9 929**	**9 749**

m2	1Q22	2Q22	3Q22	4Q22	1Q'23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q'24
Wittchen	8 068	8 068	8 322	8 322	8 588	8 588	8 588	8 799	8 619
Wittchen Travel	1 352	1 315	1 315	1 267	1 206	1 130	1 130	1 130	1 130
Razem	**9 420**	**9 383**	**9 637**	**9 589**	**9 794**	**9 718**	**9 718**	**9 929**	**9 749**

m2	1Q22	2Q22	3Q22	4Q22	1Q'23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q'24
Własne	8 540	8 503	8 757	8 709	8 914	8 838	8 838	9 049	8 869
Franczyzowe (patronackie)	880	880	880	880	880	880	880	880	880
Razem	**9 420**	**9 383**	**9 637**	**9 589**	**9 794**	**9 718**	**9 718**	**9 929**	**9 749**

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 I BIZNESOWI

KLIENCI DETALICZNI

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

91%
przychodów
w 1Q'24

KLIENCI BIZNESOWI

Partnerzy biznesowi krajowi
i zagraniczni (hurt)

9%
przychodów
w 1Q'24



WITTCHEN

KWARTALNE WYNIKI FINANSOWE

mln PLN	1Q22	2Q22	3Q22	4Q22	1Q'23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q'24
Przychody	64,3	86,8	118,2	136,7	96,3	110,4	128,1	132,3	93,0
Zysk brutto na sprzedaży	40,1	55,4	74,6	85,5	60,7	70,2	79,8	85,8	59,3
Marża (%)	62,3%	63,8%	63,1%	62,6%	63,0%	63,6%	62,3%	64,9%	63,81%
Koszty SG&A	32,8	36,9	45,5	51,1	47,7	53,7	56,0	59,1	51,9
Pozostała działalność operacyjna	-0,9	-1,0	0,2	0,1	-0,5	-0,7	-0,1	-0,9	-0,6
Zysk operacyjny	6,4	17,5	29,3	34,6	12,5	15,8	23,7	25,8	6,9
Marża (%)	9,9%	20,1%	24,8%	25,3%	12,9%	14,3%	18,5%	19,5%	7,40%
Działalność finansowa netto	0,0	-3,9	-6,9	1,5	0,6	2,0	-3,8	-0,2	-0,9
Podatek	-1,5	-2,4	-4,6	-7,1	-3,0	-4,6	-1,8	-5,3	-1,1
Zysk netto	4,9	11,1	17,9	29,0	10,1	13,2	18,0	20,7	4,9
EBITDA	12,5	23,7	36,2	40,7	19,5	22,9	30,5	33,7	14,1
Marża (%)	19,4%	27,3%	30,6%	29,8%	20,2%	20,7%	24%	25,0%	15,20%

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.

Elegance & Young

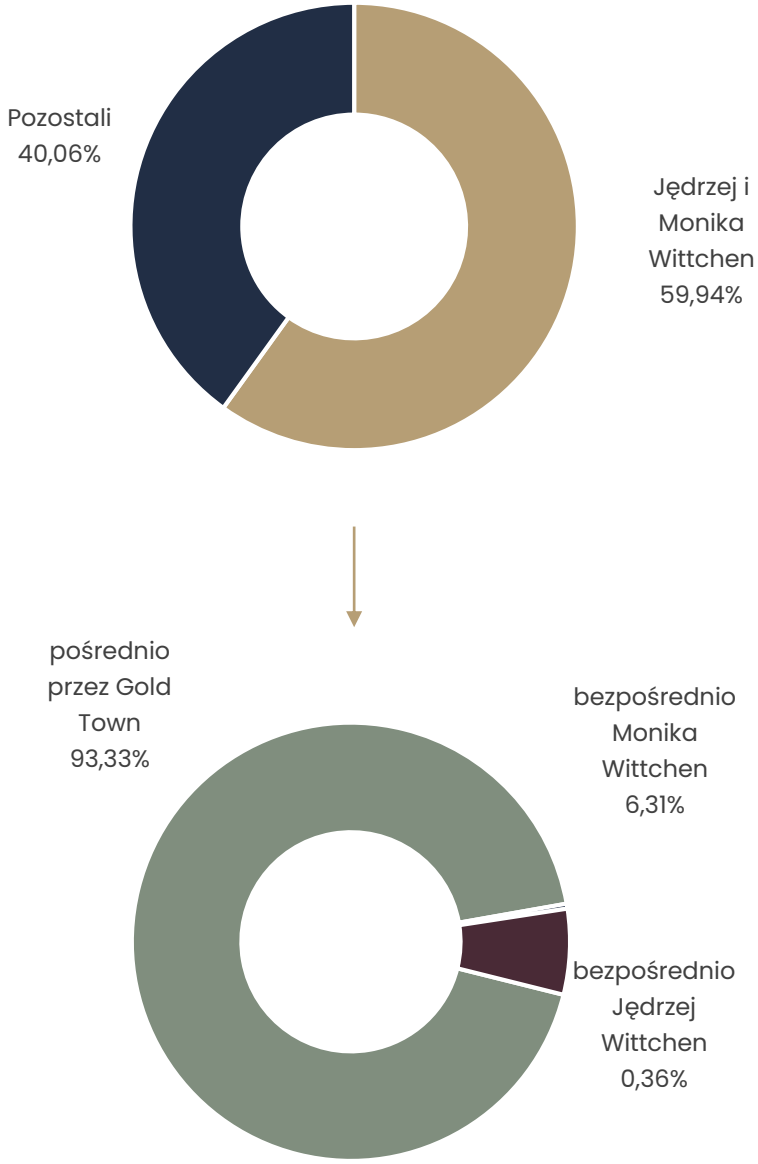
BEZPIECZNY BILANS

	1Q'23	1Q'24
Aktywa trwałe	**146,1**	**153,9**
rzeczowe aktywa trwałe	72,5	74,2
aktywa niematerialne i goodwill	27,2	28,1
aktywa z tytułu prawa do użytkowania	45,3	48,5
Aktywa obrotowe	**180,6**	**170,9**
zapasy	119,6	112,7
należności handlowe	43,4	45,0
środki pieniężne	17,6	13,2
Aktywa	**326,6**	**324,8**
Kapitał własny	**225,2**	**222,1**
Zobowiązania długoterminowe	**37,9**	**38,4**
zobowiązania odsetkowe	0,0	0,0
zobowiązania z tytułu leasingu (MSSF16)	32,7	33,3
rozliczenia międzyokresowe	5,2	5,0
Zobowiązania krótkoterminowe	**63,5**	**64,2**
zobowiązania podatkowe	2,0	1,1
zobowiązania z tytułu leasingu (MSSF16)	19,5	17,0
zobowiązania handlowe	30,4	41,1
Kapitały własne i zobowiązania	**326,6**	**324,8**

FIRMA RODZINNA, STABILNY AKCJONARIAT

Stan na 23 maja 2024 r.	Liczba akcji/głosów	% udział
Jędrzej i Monika Wittchen	11 051 244	59,94%
pośrednio przez Gold Town	10 313 776	55,94%
bezpośrednio Jędrzej Wittchen	40 160	0,22%
bezpośrednio Monika Wittchen	697 308	3,78%
Pozostali (free-float)	7 384 852	40,06%
Razem	**18 436 096**	**100,0%**

* Pan Jędrzej Wittchen i Pani Monika Wittchen posiadają po 50% udziałów w Fundacji Rodziny Wittchen Fundacja Rodzinna, posiadającej 100% udziałów w spółce 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
dariusz.kormanski@wittchen.com
tel: +48 882 434 150

