Informacja prasowa

23 listopada 2023 r.

Wittchen zwiększa przychody i utrzymuje marżę mimo słabnącego popytu i presji kosztowej

Trzeci kwartał br. był kolejnym z rzędu, w którym Grupa Wittchen wypracowała większe przychody niż przed rokiem i utrzymała marżę brutto, mimo niesprzyjającego otoczenia rynkowego. Spółka skupia się na kontroli kosztów i dalszej ochronie marży. Wdraża działania prosprzedażowe i optymalizujące w całej grupie. Rozważa też odroczenie inwestycji w nowe centrum logistyczne. Jednocześnie kontynuuje ekspansję zagraniczną – w listopadzie otworzyła pierwszy salon w Słowacji, wkrótce uruchomi pierwszy showroom w Rumunii i szykuje się do otwarcia w przyszłym roku własnych sklepów w Niemczech i Austrii.

W ciągu trzech kwartałów 2023 roku przychody Grupy Wittchen zwiększyły się o ponad 24% r/r do 334,8 mln zł, a wypracowany w tym okresie zysk netto wzrósł o niemal 20% r/r do 40,6 mln zł. Grupa po trzech kwartałach utrzymała wysoką marżę brutto na sprzedaży na poziomie 62,9% (-0,2 pkt. proc. r/r). Głównym motorem wzrostu była sprzedaż e-commerce (realizowana poprzez własne e-sklepy i platformy marketplace), która wzrosła o prawie 39% r/r i odpowiadała za połowę łącznej sprzedaży.

W samym trzecim kwartale br. skonsolidowane przychody zwiększyły się o 8,4% r/r do 128,1 mln zł, a zysk netto wyniósł 17,4 mln zł, tj. 2,6% mniej niż rok wcześniej.

Niższa dynamika wzrostów rok do roku w trzecim kwartale br. wynika z efektu wysokiej bazy z ubiegłego roku (popandemiczne odbicie sprzedaży detalicznej oraz wzmożone zakupy walizek i akcesoriów podróżnych realizowane przez uchodźców z Ukrainy) oraz słabnących nastrojów konsumentów (spadek sprzedaży detalicznej w kategoriach tekstylia, odzież, obuwie sięgający w trzecim kwartale od blisko 5% w lipcu do ponad 16% we wrześniu br.). Negatywny wpływ na rentowność na poziomie wyniku operacyjnego miały natomiast m.in. wyższe koszty energii, wynagrodzeń, transportu i czynszów w galeriach handlowych. Dodatkowo, ciepły i suchy początek tegorocznej jesieni nie sprzyjał zakupom jesienno-zimowego asortymentu.

Priorytetem rentowny wzrost

– *W trzecim kwartale br. zwiększyliśmy przychody i utrzymaliśmy marżę na sprzedaży, mimo trudnego otoczenia rynkowego. Cała branża odczuwa pogorszenie nastrojów konsumenckich, zarówno w Polsce, jak i w innych krajach Europy, w związku z gorszą sytuacją gospodarczą i podwyższoną inflacją oraz rosnącą niepewnością geopolityczną. Wprowadzamy działania prosprzedażowe i staramy się poprawiać efektywność na każdym etapie działalności. Kontrola kosztów i ochrona marży jest obecnie naszym priorytetem. Wierzymy, że te działania przyniosą oczekiwane efekty, ale wymagają czasu* – powiedział **Jędrzej Wittchen, prezes Wittchen**.

Działania zmierzające do poprawy efektywności obejmują m.in. logistykę, w tym redukcję kosztów transportu z magazynu do salonów w Polsce, jak i na rynki zagraniczne. Firma podniosła również wysokość progu minimalnego zamówienia w sklepach online, dla którego klienci otrzymują opcję darmowej dostawy, zarówno w Polsce jak i na innych rynkach.

– *Analizujemy i optymalizujemy wydatki praktycznie we wszystkich obszarach, w tym w logistyce i marketingu. Efekty tych działań będą rozłożone w czasie, część zaczyna już być widoczna, a kolejne będą zauważalne w kolejnych kwartałach. Analizujemy również potencjał sprzedażowy i rentowność naszych stacjonarnych punktów sprzedaży. Rozmawiamy z operatorami galerii handlowych o stawkach najmu. Priorytetem jest przywrócenie trwałej rentowności salonom będącym przejściowo pod kreską, których na szczęście jest niewiele w całej naszej sieci sprzedaży* – wskazał **Jędrzej Wittchen**.

Grupa prowadzi aktywne działania prosprzedażowe zmierzające do poszerzenia bazy klientów i zwiększenia sprzedaży w Polsce i na rynkach zagranicznych. Mocniej stawia na *cross-selling* różnych kategorii produktów, by zwiększyć efektywność i rentowność sprzedaży. Chce to osiągnąć również poprzez zmiany ekspozycji w sklepach i utrzymanie wysokiej jakości obsługi klienta. Wittchen systematycznie wprowadza też do sprzedaży nowy asortyment odzieży, butów, torebek (m.in. z kolekcji Young) i innych akcesoriów pod kątem zmieniających się preferencji klientów.

– *Czwarty kwartał, w szczególności okres przedświąteczny, jest w naszej branży sezonowo najlepszym w roku. Jesteśmy do niego dobrze przygotowani m.in. pod względem zatowarowania. Cały zespół sprzedażowy jest zmotywowany do działań na rzecz poprawy efektywności i osiągnięcia wyznaczonych celów. Biorąc jednak pod uwagę osłabienie popytu konsumenckiego i utrzymującą się presją kosztową, jesteśmy ostrożni wobec oczekiwań dotyczących ostatniego kwartału bieżącego roku* – powiedział **Jędrzej Wittchen**.

Kontynuacja ekspansji zagranicznej

Na rynkach zagranicznych Grupa prowadzi sprzedaż poprzez platformy marketplace, własne e-sklepy (w 6 krajach) oraz salony stacjonarne, tzw. showroom'y.

– *Współpraca z uznanymi marketplace'ami wspiera budowę marki Wittchen na nowych rynkach. Jesteśmy obecni z naszym asortymentem na największych platformach zakupowych, by dotrzeć do zróżnicowanej grupy potencjalnych klientów. Zawieramy nowe umowy również z mniejszymi platformami e-commerce, m.in. w Niemczech, co dodatkowo zwiększa ekspozycję naszej marki* – powiedział **Jędrzej Wittchen**.

Poza Polską, Grupa Wittchen posiada własne sklepy stacjonarne w Czechach, Węgrzech, Ukrainie (placówki franczyzowe), a od tego roku również w Słowacji (pierwszy salon został otwarty w listopadzie w Bratysławie). W grudniu br. pierwszy showroom z logo Wittchen pojawi się w stolicy Rumunii, a w przyszłym roku Grupa planuje otwarcie własnych salonów w krajach niemieckojęzycznych.

– *Mamy bardzo mocną i rozpoznawalną markę na polskim rynku. Jednocześnie mamy ambicje, aby jeszcze dynamiczniej rozwijać się na rynkach zagranicznych. Konsekwentnie realizujemy plan ekspansji międzynarodowej. Poza Polską, najwięcej przychodów generujemy obecnie, poprzez kanał e-commerce, na rynku niemieckim, gdzie przygotowujemy się do otwarcia salonów stacjonarnych w 2024 roku. Szykujemy się również do uruchomienia showroom'u w Austrii* – zapowiedział **Jędrzej Wittchen**.

Inwestycja w nowy magazyn prawdopodobnie później

W związku z bardzo dynamicznym wzrostem sprzedaży w poprzednich kwartałach Grupa Wittchen zapowiedziała inwestycję w nowe centrum logistyczne o powierzchni około 30 tys. m2 (z możliwością rozbudowy w przyszłości), którego budowa potencjalnie mogłaby ruszyć w przyszłym roku. Inwestycja miałaby na celu.in. m.in. usprawnienie procesów logistycznych oraz obniżenie kosztów związanych z najmem powierzchni magazynowych. Grupa ponosi obecnie koszty wynajmu dodatkowej przestrzeni magazynowej ponieważ możliwości własnego centrum logistycznego Grupy Wittchen w Palmirach, rozbudowanego w 2020 roku do około 14 tys. m2, są już wykorzystane w całości.

– *Ta inwestycja będzie nam bez wątpienia potrzebna w przyszłości. Zważywszy jednak na wyhamowanie tempa wzrostu sprzedaży oraz wzrost kosztów budowy, rozważamy odroczenie jej realizacji. Musimy mieć pewność, że rozpoczęcie budowy w obecnych okolicznościach będzie najlepszym rozwiązaniem dla długoterminowego rozwoju Grupy Wittchen* – zapowiedział **prezes.**

***

Grupa Wittchen zajmuje się sprzedażą ekskluzywnej galanterii skórzanej, obuwia i odzieży oraz luksusowych dodatków i akcesoriów podróżnych. Budowana od ponad 30 lat marka Wittchen jest jedną z najbardziej rozpoznawalnych marek premium w Polsce.

Grupa Wittchen prowadzi sprzedaż poprzez własne e-sklepy w 6 krajach, 44 platformy marketplace w 23 krajach oraz sieć ponad 100 salonów stacjonarnych funkcjonujących pod markami Wittchen i Wittchen Travel. Posiada własne centrum logistyczne w podwarszawskich Palmirach.

Od 2015 roku spółka Wittchen S.A. jest notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.

***

Wybrane wyniki finansowe Grupy Wittchen

(mln zł)	**3Q 2023**	3Q 2022	Zmiana r/r	**1-3Q 2023**	1-3Q 2022	Zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	**128,1**	118,2	8,4%	**334,8**	269,2	24,4%
Zysk brutto na sprzedaży	**79,8**	74,6	7,0%	**210,7**	170,1	23,9%
Marża brutto na sprzedaży	**62,3%**	63,1%	-0,8%	**62,9%**	63,2%	-0,2 pp.
EBITDA [(1)]	**30,5**	36,2	-15,7%	**72,8**	72,3	0,7%
Zysk netto	**17,4**	17,9	-2,6%	**40,6**	33,9	19,8%

[(1)] EBITDA – zysk z działalności operacyjnej powiększony o amortyzację

***

WITTCHEN

Kontakt dla mediów:

NBS Communications

e-mail: wittchen@nbs.com.pl

Maciej Szczepaniak, tel. 514 985 845

Krzysztof Woch, tel. 516 173 691