

WITTCHEN

PREZENTACJA WYNIKÓW ZA 2Q 2024

13 września 2024, Palmiry

Elegance & Young

WITTCHEN

OGRANICZENIE ODPOWIEDZIALNOŚCI

Niniejsza prezentacja została sporządzona przez Zarząd spółki Wittchen S.A. („Spółka" lub „Emitent") w celu prezentacji wyników za 2 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
sklepy online: 7 własnych e-sklepów, 46 marketplace'y (+3 r/r)

49,6%
sprzedaży 6M24

536 tys.
zrealizowanych zamówień w 6M24, tj. +12% sprzedanych sztuk produktów r/r, przy podobnej wartości sprzedaży

SPRZEDAŻ OFF-LINE

Salony tradycyjne pod markami Wittchen i Wittchen Travel

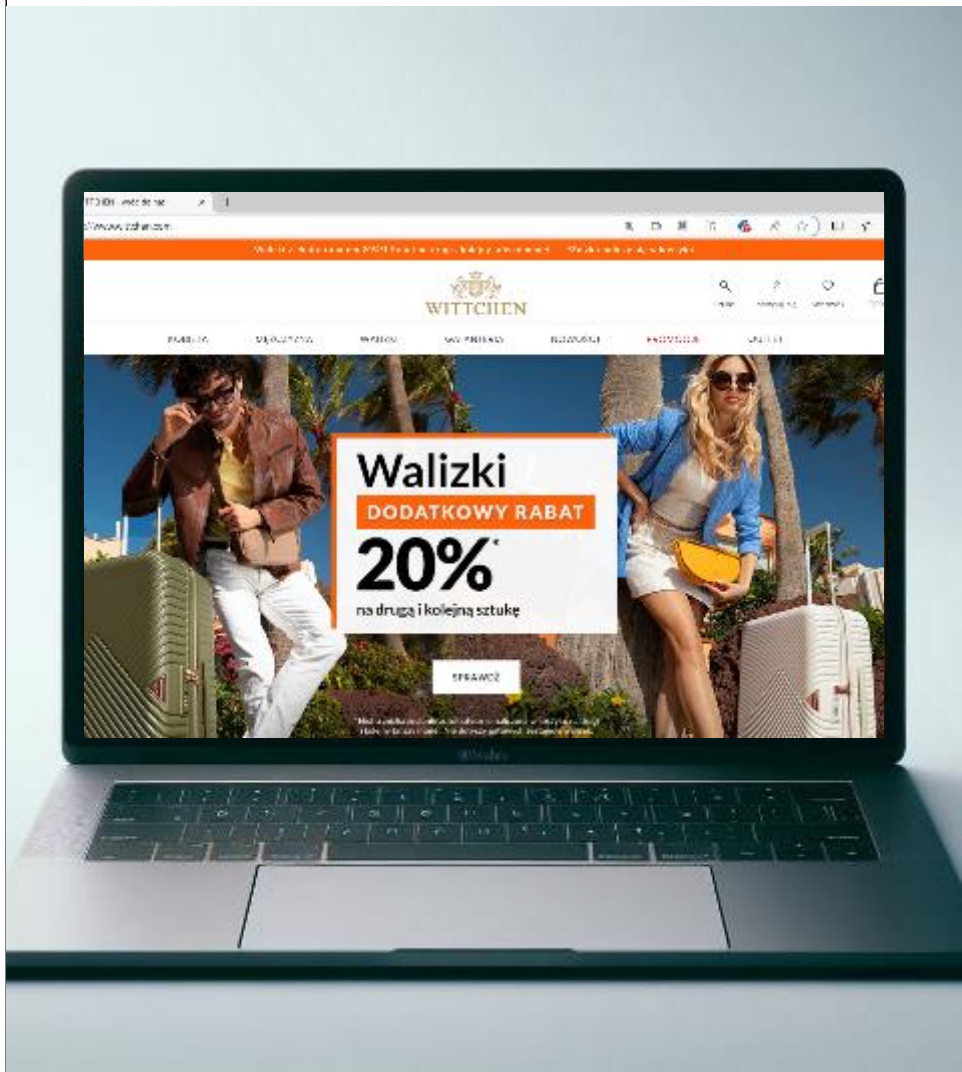
10 180 m2 (+462 m2 k/k)
116 salonów na koniec 2Q24: 91 w Polsce, 7 w Czechach, 3 na Węgrzech, 1 na Słowacji, 1 w Rumunii, 2 w Austrii, 1 w Niemczech oraz 10 franczyzowych w Ukrainie.

38,0%
sprzedaży 6M24

POZOSTAŁA SPRZEDAŻ

Klienci biznesowi, hurt

12,4%
sprzedaży 6M24

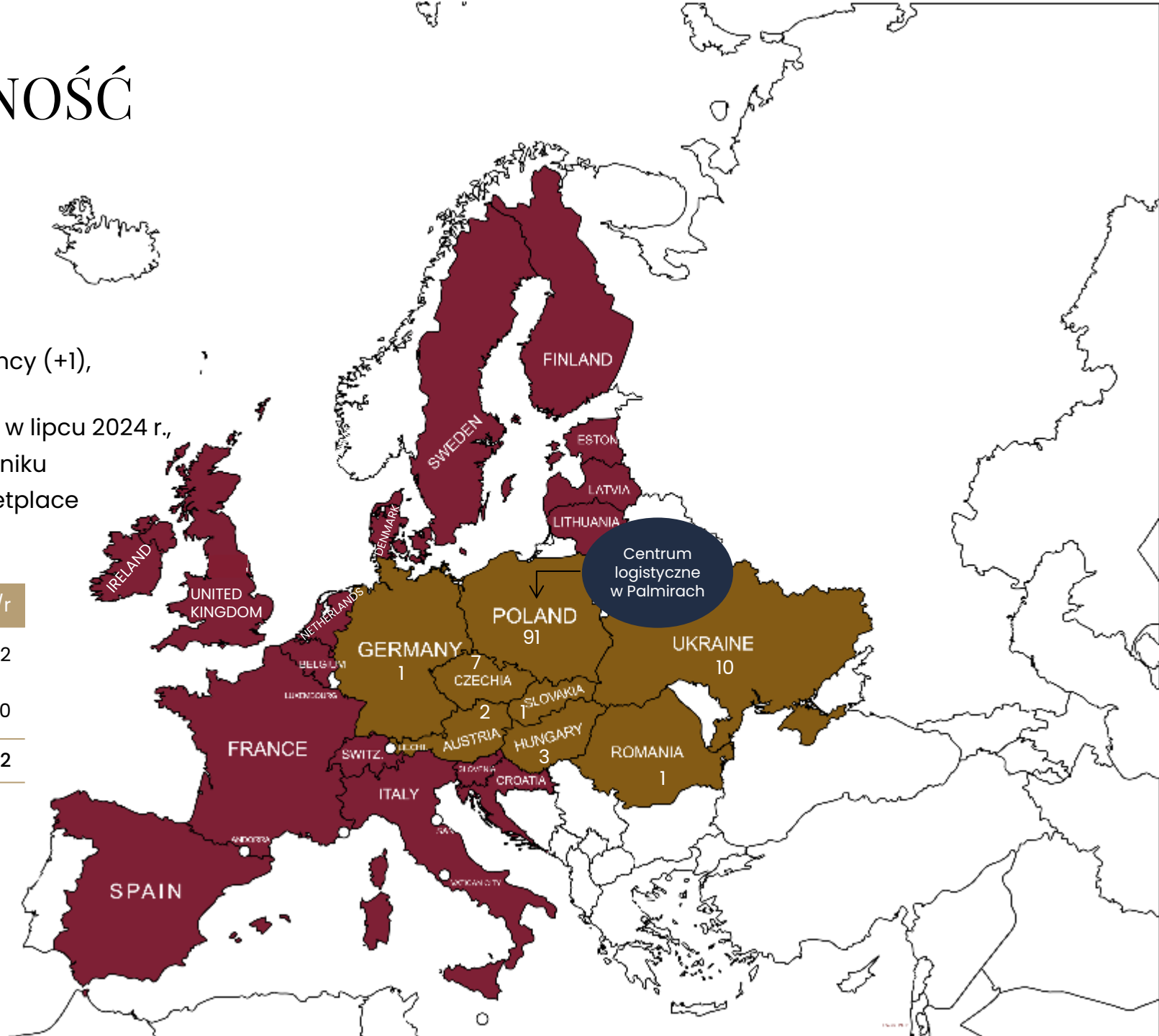


WITTCHEN

ROSNĄCA OBECNOŚĆ W EUROPIE

- Własne sklepy online w 7 krajach (wg stanu na koniec 2Q24)
- Nowe salony stacjonarne w 2Q: Niemcy (+1), Austria (+2)
- Drugi salon w Rumunii uruchomiony w lipcu 2024 r., kolejny salon planowany w październiku
- Obecność na 46 platformach marketplace w 24 krajach Europy

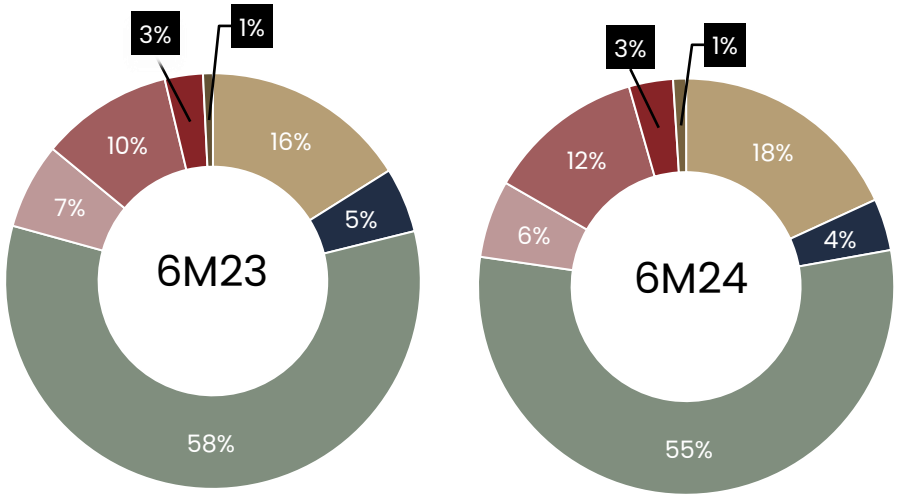
Sklepy stacjonarne	2Q24	r/r
Wittchen	102	+2
Wittchen Travel	14	0
Razem	116	+2



Elegance & Young

WITTCHEN

ASORTYMENT DOSTOSOWANY DO KLIENTA I OTOCZENIA



Bagaż to nasza najistotniejsza kategoria produktów, jednak z dużą presją na ceny.

Poszerzony i odświeżony asortyment torebek i plecaków. Oferta dla kobiet, jak i do mężczyzn.

Powiększenie oferty ubrań i dodatków, również o nowe, ekologiczne materiały.



02

WYNIKI FINANSOWE



WITTCHEN

WYNIKI 2Q24

PRZYCHODY
112,8 mln PLN
+2,2% r/r

MARŻA BRUTTO NA SPRZEDAŻY
62,1%
-1,5 p.p. r/r

EBIT w drugim kwartale
16,5 mln PLN
4,8% r/r

MARŻA EBIT
14,7%
0,4 p.p. r/r

ZYSK NETTO
11,8 mln PLN
-10,5% r/r

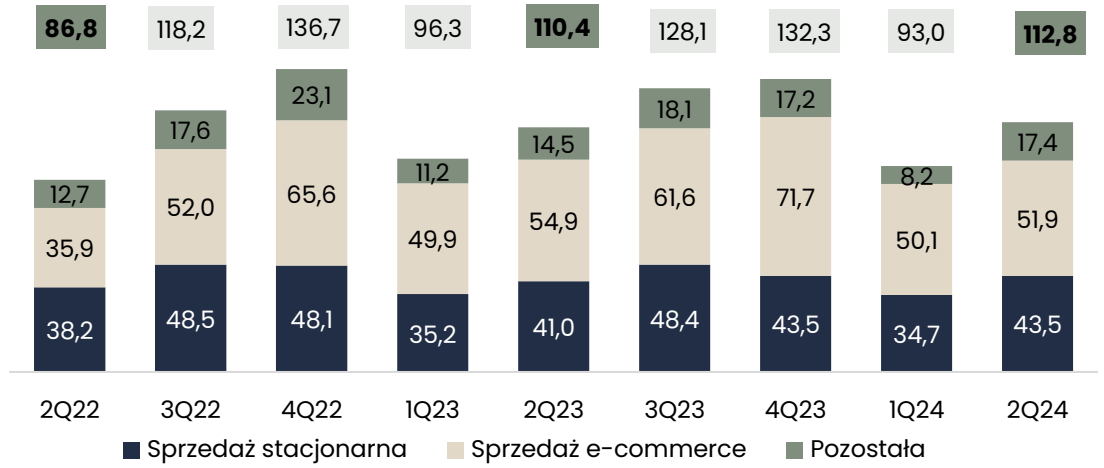


WITTCHEN

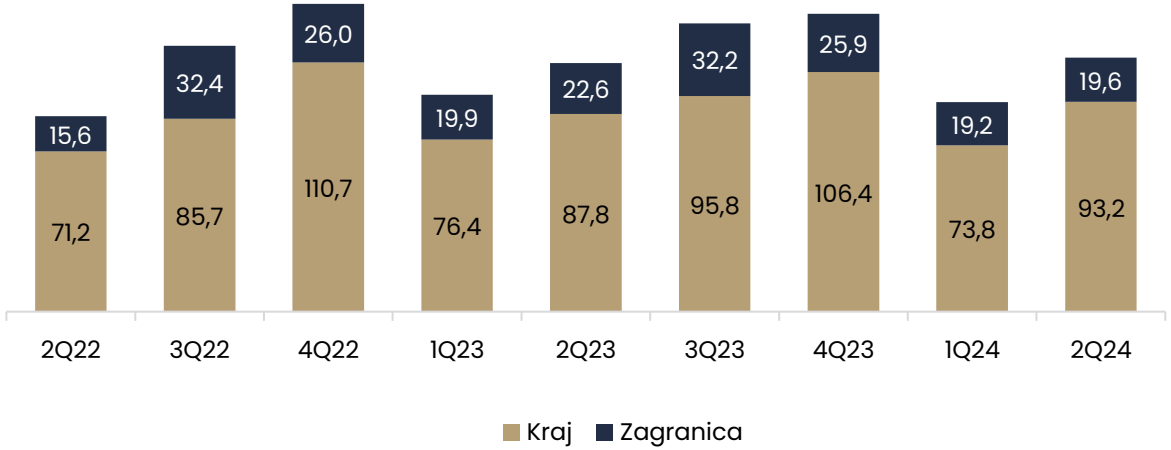
SPRZEDAŻ STACJONARNA ORAZ B2B WSPIERAŁY PRZYCHODY W 2Q24

- Wzrost sprzedaży w salonach o 6,0% r/r (+2,5 mPLN), za sprawą powiększenia liczby salonów za granicą (+5 salonów r/r) oraz wzrostu LFL +3%
- E-commerce spadek o -5,4% (-2,9 mPLN), mimo rosnącego wolumenu sprzedaży
- Dynamiczny wzrost sprzedaży B2B w 2Q o 19,7% r/r (+2,9 mPLN), za sprawą realizacji oczekiwanych kontraktów z partnerami hurtowymi
- Wzrost przychodów w Polsce o 6,2% r/r
- Sprzedaż zagraniczna niższa o 13,4% r/r wskutek m.in. ochłodzenia się koniunktury w Niemczech i negatywnego wpływu umocnienia się złotego wobec euro i walut regionu
- Udział sprzedaży zagranicznej w 2Q24 wyniósł 17% vs. 20% w 2Q23

Kwartalna sprzedaż
(mln PLN)



Kwartalna sprzedaż
(mln PLN)

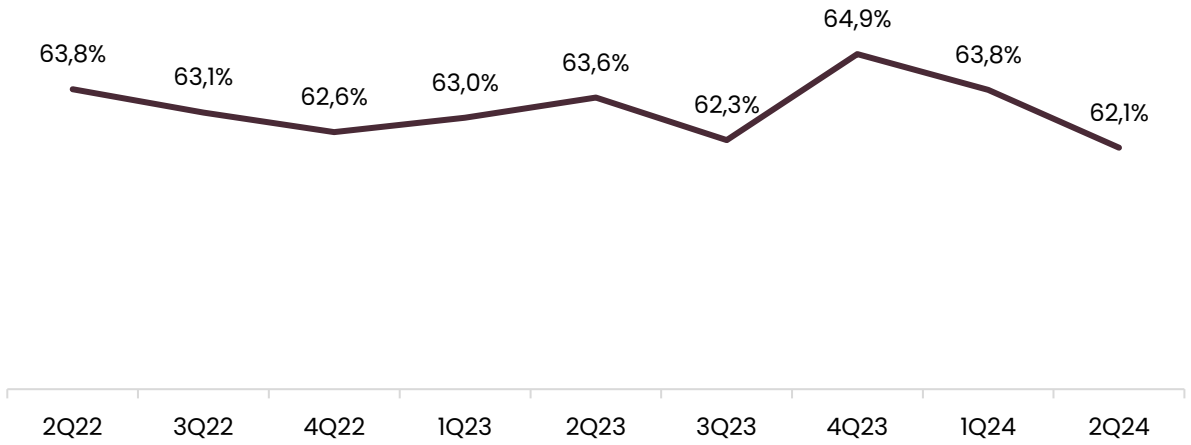


Elegance & Young

WITTCHEN

UTRZYMANIE WYSOKIEJ MARŻY BRUTTO NA SPRZEDAŻY

Kwartalna marża brutto na sprzedaży



- Obserwowana silna presja cenowa na marżę brutto w 2Q24
- Zwiększone koszty frachtu – wpływ na ostatnie tygodnie 2Q
- Wzmożona konkurencja ze strony podmiotów polskich i zagranicznych

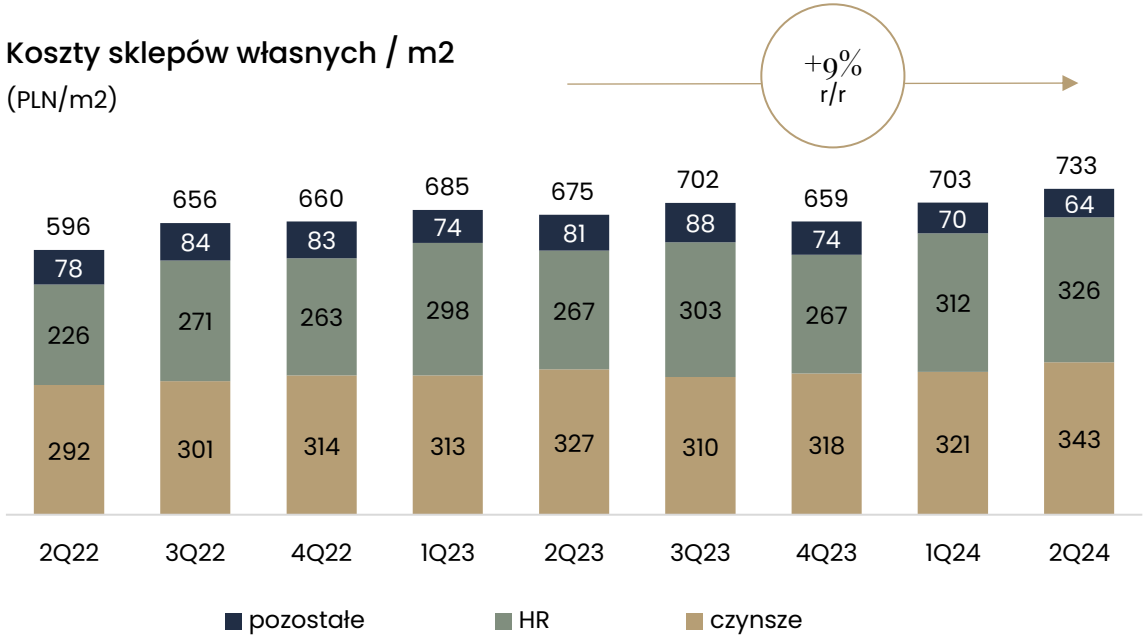
Kluczowe elementy wpływające na marżę brutto:
koszt zakupu
koszty transportu
poziom kursu PLN/USD/EUR
przeceny
popyt konsumencki

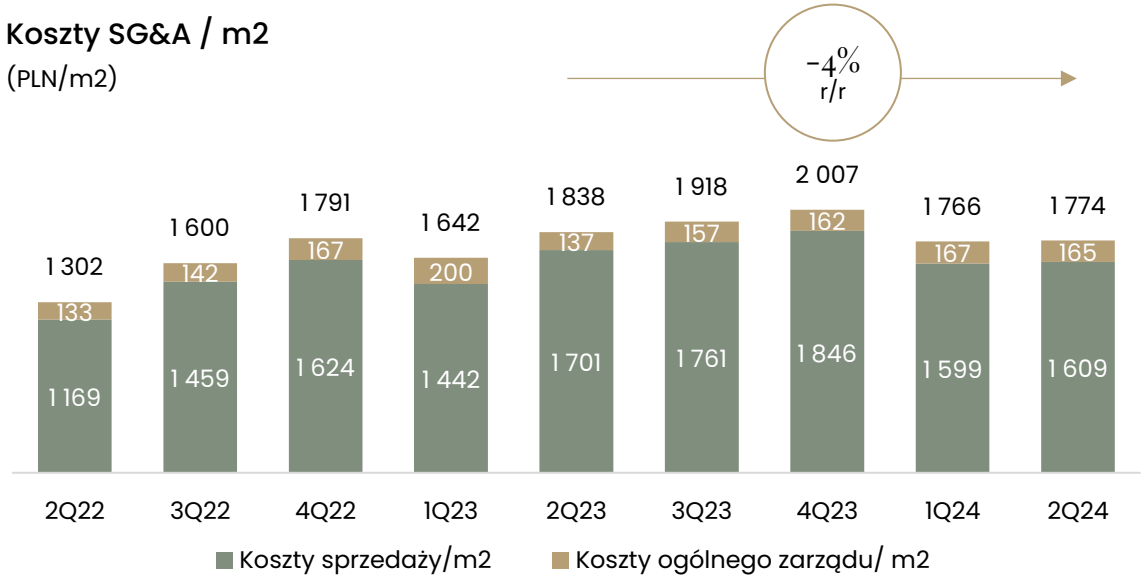
Utrzymanie satysfakcjonującej, wysokiej marży brutto na sprzedaży, pomimo wymagającej sytuacji rynkowej

WITTCHEN

KOSZTY POD KONTROLĄ

- Presja inflacyjna na koszty sklepów własnych - wzrost kosztów/ m^2 w 2Q24 o 8,6%:
  - +5% r/r: wzrost stawek czynszów w EUR/m^2 o 10% złagodzony korzystnym kursem euro/ pln. Wzrost kosztów energii elektrycznej oraz pozostałych kosztów salonów
  - +22% r/r wzrost kosztów HR/m^2 ze względu na presję płacową będącą głównie pochodną wzrostu płacy minimalnej
  - -21% r/r spadek pozostałych kosztów sklepów/m^2 – optymalizacja kosztów transportu i IT
  - -5% r/r spadek kosztów sprzedaży/m^2
  - 20% r/r wzrost kosztów ogólnego zarządu/m^2





Elegance & Young

WITTCHEN

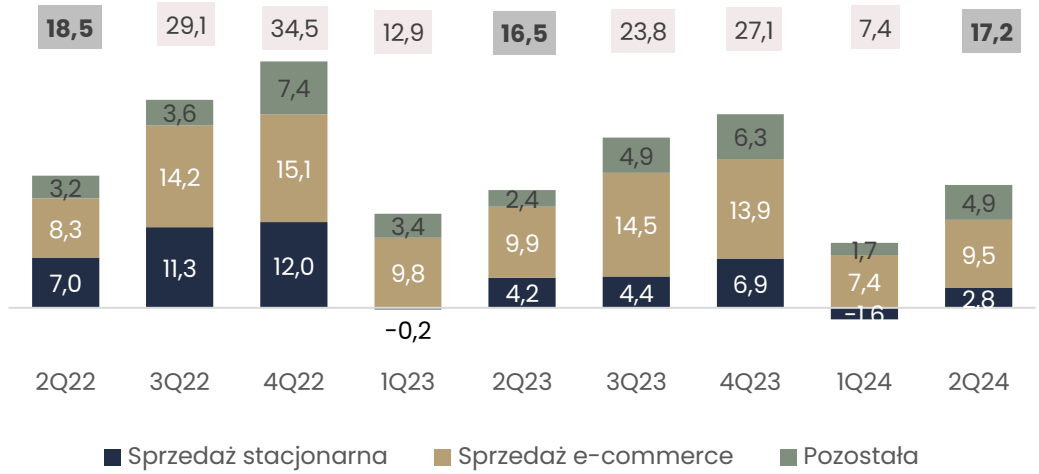
SPRZEDAŻ ONLINE ORAZ B2B BUDUJĄ WYNIK 2Q24

- Wzrost znaczenia sprzedaży stacjonarnej – decyzje zakupowe mniej podatne na drobne różnice w cenie
- W segmencie B2B znaczący wzrost zrealizowanej sprzedaży i zysków
- Stabilna zyskowność kanału online
- Off-line ze wzrostem kosztów HR oraz czynszów

Elegance & Young

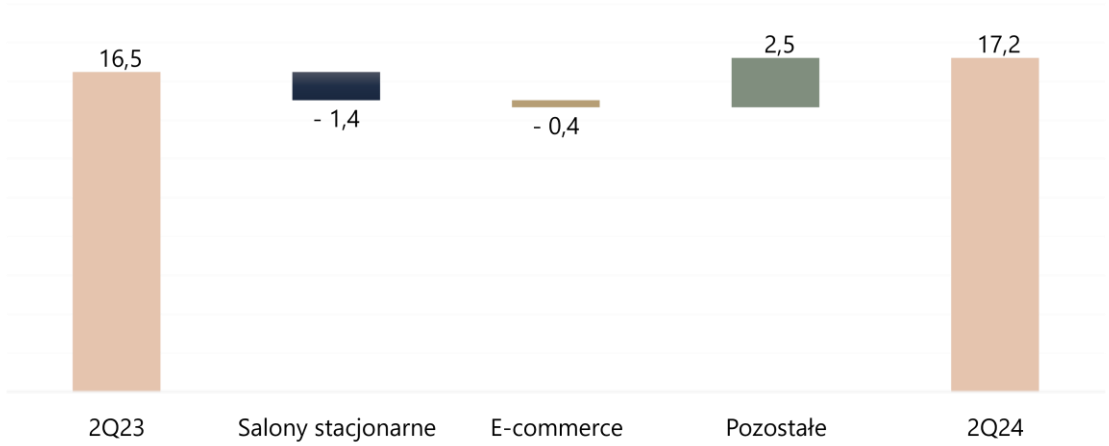
Podział wyniku na działalności podstawowej

(mln PLN, MSSF16)



Zmiana wyniku na działalności podstawowej r/r

(mln PLN, MSSF16)



WITTCHEN

2Q24 - RENTOWNOŚĆ W CENTRUM UWAGI

- Marża brutto w wys. 62,1%
- Zwiększenie przychodów w 2Q24 r/r w efekcie intensywnych działań sprzedażowych
- Obniżenie kosztów sprzedaży, co jest wynikiem aktywnego zarządzania kosztami

mln PLN, MSSF16	2Q24	2Q23	r/r
Przychody	112,8	110,4	2,2%
Marża brutto na sprzedaży (%)	62,1%	63,6%	-1,5 p.p.
Koszty SG&A	52,8	53,7	-1,6%
Koszty jako % sprzedaży	46,9%	48,7%	-1,8%
Zysk operacyjny	**16,5**	**15,8**	**4,8%**
Marża operacyjna (%)	14,7%	14,3%	0,4 p.p.
Zysk netto	11,8	13,2	-10,5%
EBITDA	24,4	22,9	6,7%
Marża EBITDA (%)	21,7%	20,7%	0,9 p.p.

Rosnąca sprzedaż przy niższych kosztach sprzedaży w 2Q24 przekłada się na rosnący wynik operacyjny i wynik EBITDA

WITTCHEN

UTRZYMANIE SPRZEDAŻY W 1H24

- Sprzedaż w całym półroczu wzmocniona dzięki przychodom z 2Q24, w tym sprzedaży B2B oraz w salonach
- Utrzymanie marży brutto na wysokim poziomie
- Umocnienie złotego z negatywnym wpływem na przychody finansowe
- Znaczące przychody finansowe m. in. z różnic kursowych w 1H23 (+2,1 mPLN)

mln PLN, MSSF16	6M24	6M23	r/r
Przychody	205,8	206,7	-0,5%
Marża brutto na sprzedaży (%)	62,9%	63,3%	-0,4 pp.
Koszty SG&A	104,7	101,5	3,2%
Koszty jako % sprzedaży	50,9%	49,1%	1,8 pp.
Zysk operacyjny	**23,4**	**28,2**	**-17,1%**
Marża operacyjna (%)	11,4%	13,7%	-2,3 pp.
Zysk netto	16,7	23,2	-28,3%
EBITDA	38,6	42,4	-9,0%
Marża (%)	18,7%	20,5%	-1,8pp.

Wzrost sprzedaży w 2Q24. Całe półrocze pod presją niższych wyników w 1Q24.

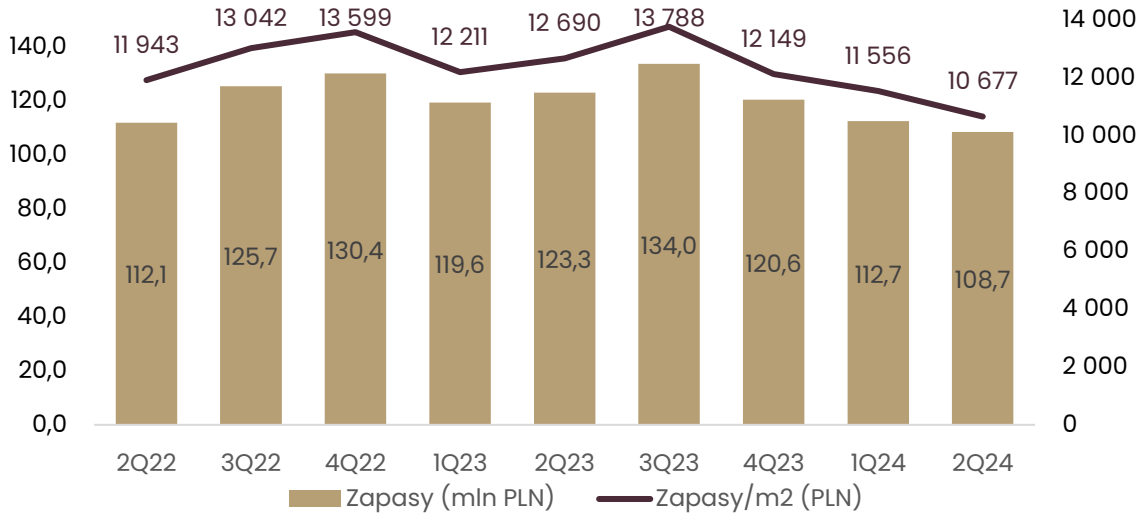
WITTCHEN

AKTYWNE ZARZĄDZANIE POZIOMEM ZAPASÓW

- Dopasowanie poziomu zapasów do potrzeb rynku i wyprzedaż starszych kolekcji
- Zmniejszenie zapasów o 12% r/r
- Zapasy w przeliczeniu na m² zmalały o 16% r/r
- Zobowiązania handlowe w 105% finansowały zapasy w 2Q24 w porównaniu do 85% w 2Q23

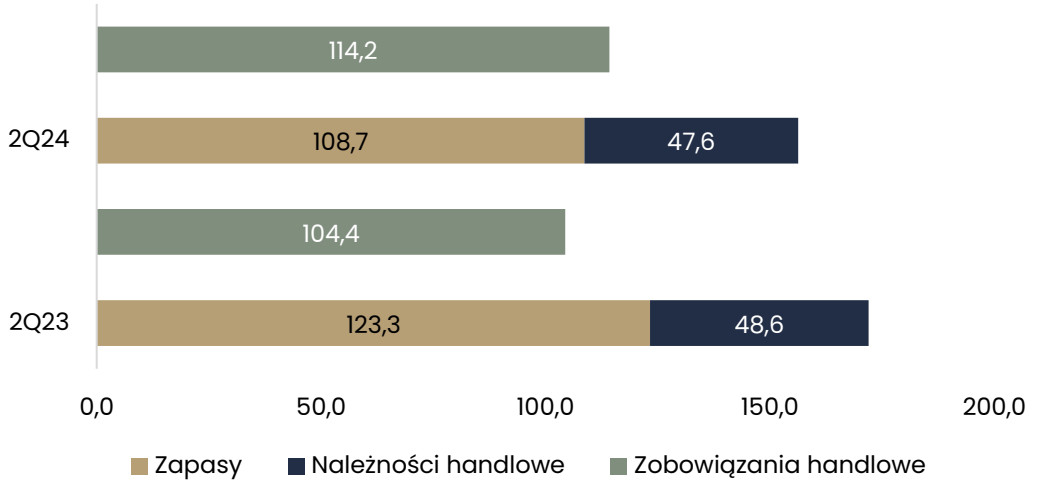
Elegance & Young

Zapasy łącznie oraz zapasy w przeliczeniu/m²



Kapitał obrotowy

(mln PLN)



WITTCHEN

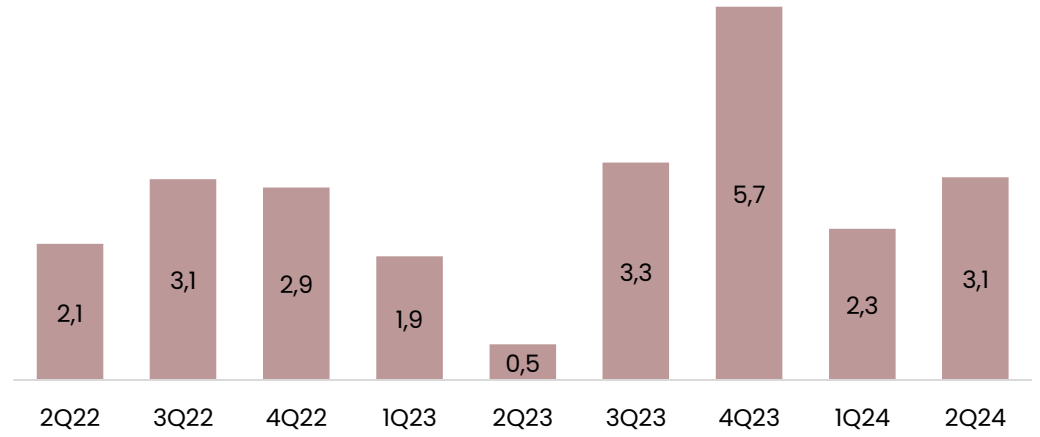
INWESTYCJE I ZADŁUŻENIE

- W 2Q24 wydatki inwestycyjne związane głównie z IT oraz e-commerce, a także kolejnymi salonami stacjonarnymi.
- Planowane inwestycje w 2024 roku po rewizji:
  - 7,2 mln zł salony (-0,8 mln vs. budżet)
  - 5,4 mln zł IT oraz e-commerce (bez zmian)
  - 0,2 mln zł rozbudowa hali i logistyka: w 2024 r. dokumentacje i prace projektowe – dostosowanie harmonogramu w związku z budową węzła drogowego
- Źródła finansowania dostosowane do potrzeb operacyjnych i inwestycyjnych

Elegance & Young

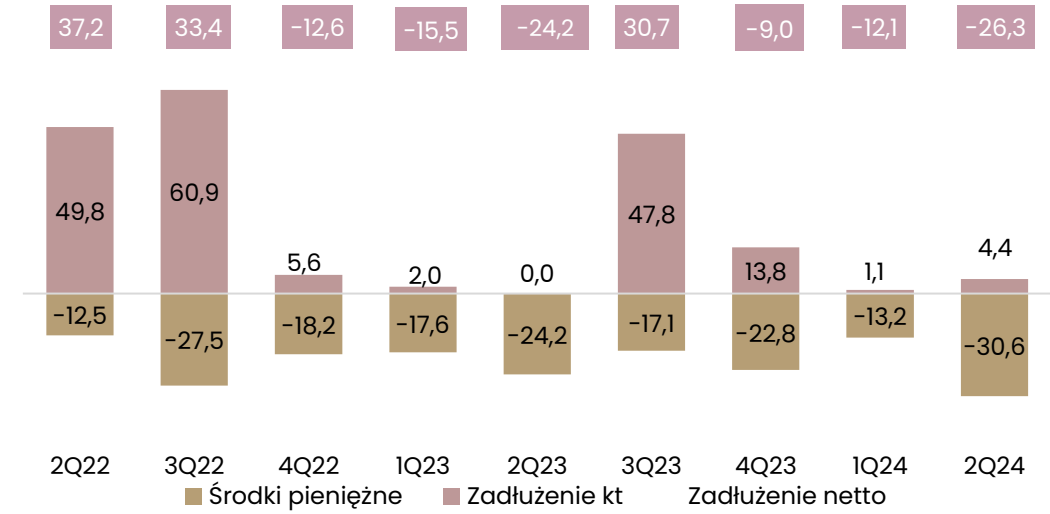
Kwartalne wydatki inwestycyjne

(mln PLN)



Zadłużenie netto

(mln PLN, MSR17)



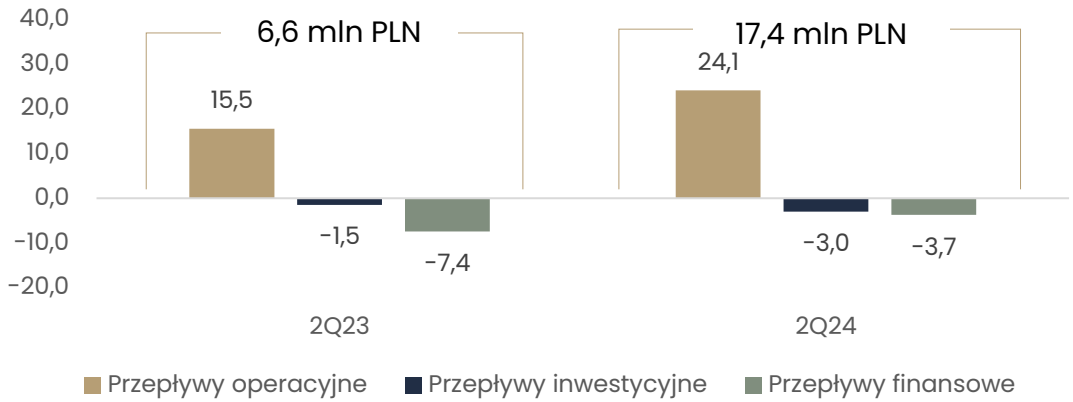
WITTCHEN

CYKL OBROTU GOTÓWKI ZGODNY Z OCZEKIWANYM

- 35 mln zł pozytywnych przepływów z działalności operacyjnej w 1H24 vs. 26,1 mln zł w 1H23
- W 2Q24 r wydatki inwestycyjne związane głównie z IT, e-commerce i nowymi salonami
- Cykl obrotu gotówki: należności (37 dni), zapasy (233 dni), zobowiązania (163 dni)

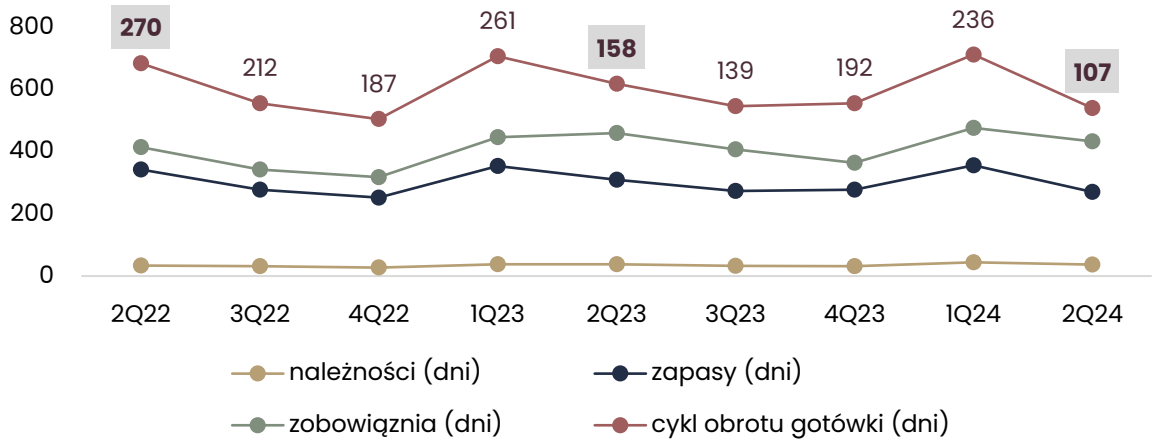
Przepływy kwartalne

(mln PLN)



Cykl obrotu gotówki

(dni)



Elegance & Young

WITTCHEN

PODSUMOWANIE 2Q24

01. Marża brutto na sprzedaży: 62,1%

02. Marża EBITDA: 21,7%

03. Wartość sprzedaży większa o 2% r/r przy wzroście wolumenu o 12% r/r

04. Stabilne przepływy pieniężne z działalności operacyjnej

05. Bezpieczny poziom zapasów: 108,7 mln zł na koniec 2Q24



03

PLANY 2024+



WITTCHEN

PLANY NA DRUGĄ POŁOWĘ 2024

1. Utrzymanie wzrostu sprzedaży oraz rentowności
2. Dalsza ekspansja międzynarodowa i budowa świadomości marki
3. Optymalizacja kosztów logistyki
4. Poprawa efektywności sieci sprzedaży i współpracy z marketplace'ami

SZANSE
wzrost świadomości marki zagranicą
rozszerzanie bazy klientów na platformach marketplace
optymalizacja kosztów prowizyjnych
RYZYKA
osłabienie popytu konsumenckiego
labilność łańcuchów dostaw i koszty transportu
nasilenie konkurencji m.in. ze strony azjatyckich platform sprzedażowych





ROZBUDOWA CENTRUM LOGISTYCZNEGO

Budowa trzeciej hali magazynowej w centrum logistycznym w Palmirach.

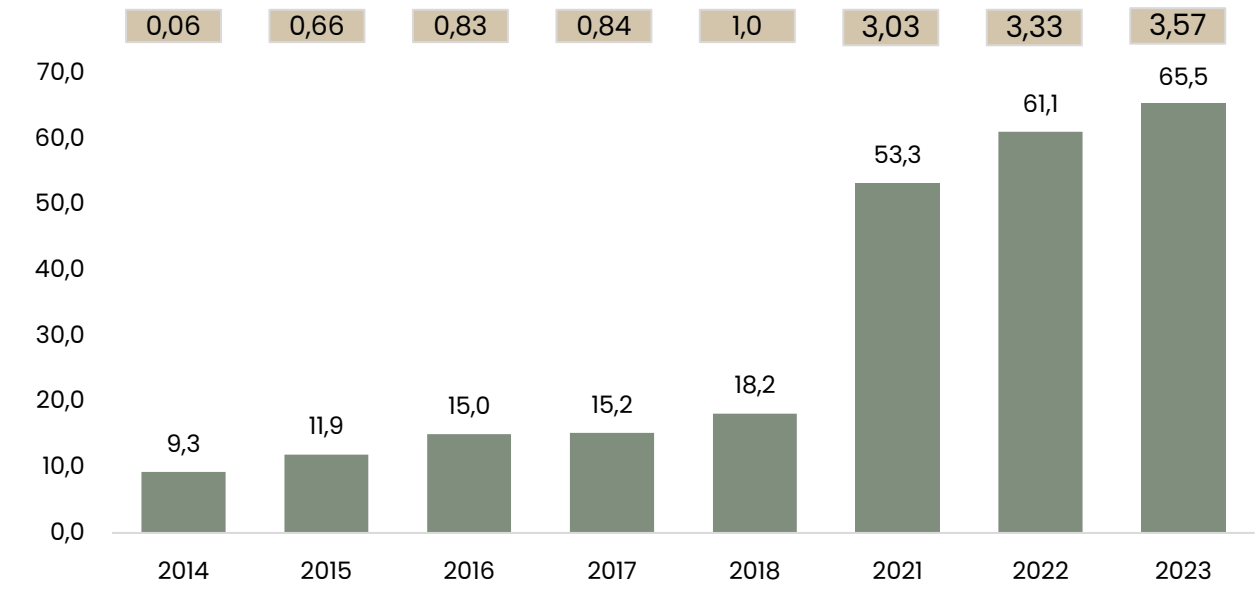
Zakończenie prac projektowych na przełomie 2024/25 r.

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

Zmniejszenie zewnętrznych kosztów magazynowania towarów oraz opakowań

WYPŁACANE DYWIDENDY

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



- Dywidenda w wysokości 3,57 PLN na 1 akcję z zysku za 2023 r.
- **Stopa dywidendy 10,8% - jedna z najwyższych wśród spółek z GPW w 2024 r.**



WITTCHEN

GRUPA WITTCHEN PODSUMOWANIE

01. W 2Q24 stopniowa odbudowa sprzedaży i rentowności

02. Podtrzymanie strategii rozwoju w segmentach on-line i off-line

03. Optymalizacja logistyki – planowana rozbudowa centrum logistycznego

04. Elastyczne zarządzanie zapasami nastawione na zaspokojenie potrzeb klienta

05. Zyskowna spółka ze stabilnym cash-flow



04

PYTANIA I ODPOWIEDZI



WITTCHEN

05

SLAJDY POMOCNICZE



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 7 KRAJACH

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



STABILNA LICZBA SKLEPÓW

Liczba sklepów	2Q'22	3Q'22	4Q'22	1Q'23	2Q'23	3Q'23	4Q'23	1Q'24	2Q'24
Polska	96	97	96	95	94	94	93	91	91
Czechy	6	6	6	7	7	7	7	7	7
Węgry	1	3	3	3	3	3	3	3	3
Słowacja							1	1	1
Rumunia							1	1	1
Niemcy									1
Austria									2
Ukraina (franczyza)	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Razem	**113**	**116**	**115**	**115**	**114**	**114**	**115**	**113**	**116**

Liczba sklepów	2Q'22	3Q'22	4Q'22	1Q'23	2Q'23	3Q'23	4Q'23	1Q'24	2Q'24
Salon	91	94	93	93	92	92	95	93	96
Outlet	21	21	21	21	21	21	20	20	20
Stoisko	1	1	1	1	1	1	0	0	0
Razem	**113**	**116**	**115**	**115**	**114**	**114**	**115**	**113**	**116**

Liczba sklepów	2Q'22	3Q'22	4Q'22	1Q'23	2Q'23	3Q'23	4Q'23	1Q'24	2Q'24
Wittchen	96	99	98	100	100	100	101	99	102
Wittchen Travel	17	17	17	15	14	14	14	14	14
Razem	**113**	**116**	**115**	**115**	**114**	**114**	**115**	**113**	**116**

Liczba sklepów	2Q'22	3Q'22	4Q'22	1Q'23	2Q'23	3Q'23	4Q'23	1Q'24	2Q'24
Własne	103	106	105	105	104	104	105	103	106
Franczyzowe (patronackie)	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Razem	**113**	**116**	**115**	**115**	**114**	**114**	**115**	**115**	**116**

WITTCHEN

STABILNA POWIERZCHNIA

m2	2Q'22	3Q'22	4Q2'2	1Q'23	2Q'23	3Q'23	4Q'23	1Q'24	2Q'24
Polska	7 909	8 000	7 952	8 036	7 960	7 960	8 006	7 826	7 883
Czechy	508	508	508	629	629	629	629	629	629
Węgry	86	249	249	249	249	249	249	249	249
Słowacja							92	92	92
Rumunia							73	73	73
Niemcy									158
Austria									216
Ukraina	880	880	880	880	880	880	880	880	880
Razem	**9 383**	**9 637**	**9 589**	**9 794**	**9 718**	**9 718**	**9 929**	**9 749**	**10 180**

m2	2Q'22	3Q'22	4Q'22	1Q'23	2Q'23	3Q'23	4Q'23	1Q'24	2Q'24
Salon	7 543	7 797	7 749	7 907	7 831	7 831	8 119	7 939	8 370
Outlet	1 826	1 826	1 826	1 873	1 873	1 873	1 810	1 810	1 810
Stoisko	14	14	14	14	14	14	0	0	0
Razem	**9 383**	**9 637**	**9 589**	**9 794**	**9 718**	**9 718**	**9 929**	**9 749**	**10 180**

m2	2Q22	3Q22	4Q22	1Q'23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q'24	2Q'24
Wittchen	8 068	8 322	8 322	8 588	8 588	8 588	8 799	8 619	9 050
Wittchen Travel	1 315	1 315	1 267	1 206	1 130	1 130	1 130	1 130	1 130
Razem	**9 383**	**9 637**	**9 589**	**9 794**	**9 718**	**9 718**	**9 929**	**9 749**	**10 180**

m2	2Q'22	3Q'22	4Q'22	1Q'23	2Q'23	3Q'23	4Q'23	1Q'24	2Q'24
Własne	8 503	8 757	8 709	8 914	8 838	8 838	9 049	8 869	9 300
Franczyzowe (patronackie)	880	880	880	880	880	880	880	880	880
Razem	**9 383**	**9 637**	**9 589**	**9 794**	**9 718**	**9 718**	**9 929**	**9 749**	**10 180**

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

KLIENCI DETALICZNI

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

85%
przychodów
w 2Q24

KLIENCI BIZNESOWI

Partnerzy biznesowi krajowi
i zagraniczni (hurt)

15%
przychodów
w 2Q24

KLIENCI DETALICZNI I BIZNESOWI



WITTCHEN

KWARTALNE WYNIKI FINANSOWE

mln PLN	2Q22	3Q22	4Q22	1Q'23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24
Przychody	86,8	118,2	136,7	96,3	110,4	128,1	132,3	93,0	112,8
Zysk brutto na sprzedaży	55,4	74,6	85,5	60,7	70,2	79,8	85,8	59,3	70,0
Marża (%)	63,8%	63,1%	62,6%	63,0%	63,6%	62,3%	64,9%	63,81%	62,1%
Koszty SG&A	36,9	45,5	51,1	47,7	53,7	56,0	59,1	51,9	52,8
Pozostała działalność operacyjna	-1,0	0,2	0,1	-0,5	-0,7	-0,1	-0,9	-0,6	-0,7
Zysk operacyjny	17,5	29,3	34,6	12,5	15,8	23,7	25,8	6,9	16,5
Marża (%)	20,1%	24,8%	25,3%	12,9%	14,3%	18,5%	19,5%	7,40%	14,7%
Działalność finansowa netto	-3,9	-6,9	1,5	0,6	2,0	-3,8	-0,2	-0,9	-0,8
Podatek	-2,4	-4,6	-7,1	-3,0	-4,6	-1,8	-5,3	-1,1	-4,0
Zysk netto	11,1	17,9	29,0	10,1	13,2	18,0	20,7	4,9	11,8
EBITDA	23,7	36,2	40,7	19,5	22,9	30,5	33,7	14,1	24,4
Marża (%)	27,3%	30,6%	29,8%	20,2%	20,7%	24%	25,0%	15,20%	21,7%

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

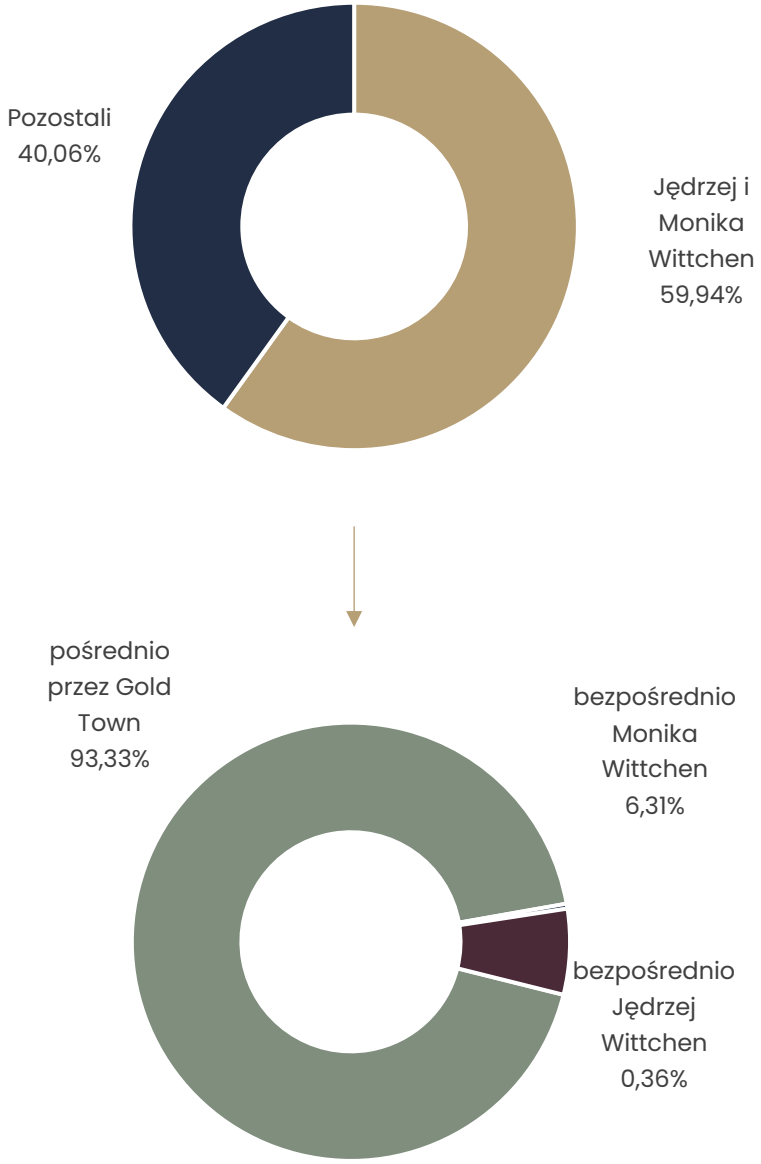
	2Q23	2Q24
Aktywa trwałe	**145,8**	**160,9**
rzeczowe aktywa trwałe	71,1	74,4
aktywa niematerialne i goodwill	26,9	28,5
aktywa z tytułu prawa do użytkowania	46,5	55,0
Aktywa obrotowe	**196,2**	**189,6**
zapasy	134	108,7
należności handlowe	48,6	47,6
środki pieniężne	24,2	30,6
Aktywa	**342,0**	**350,5**

Kapitał własny	**177,8**	**168,0**
Zobowiązania długoterminowe	**36,6**	**44,0**
zobowiązania odsetkowe	0,0	0,0
zobowiązania z tytułu leasingu (MSSF16)	31,4	38,9
rozliczenia międzyokresowe	5,1	5,0
Zobowiązania krótkoterminowe	**127,5**	**15,8**
zobowiązania podatkowe	0,0	4,4
zobowiązania z tytułu leasingu (MSSF16)	19,0	17,5
zobowiązania handlowe	104,4	114,2
Kapitały własne i zobowiązania	**342,0**	**350,5**

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.



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

