Informacja prasowa

12 września 2024 r.

Grupa Wittchen z lekkim wzrostem sprzedaży oraz rentowności operacyjnej w wymagającym otoczeniu rynkowym

W drugim kwartale 2024 roku Grupa Wittchen osiągnęła 112,8 mln zł przychodów, co oznacza wzrost o ponad 2% r/r. Wypracowany w tym okresie zysk operacyjny wyniósł 16,5 mln zł (+4,8% r/r), a wynik EBITDA sięgnął 24,4 mln zł (+6,7% r/r). Grupa kontynuuje ekspansję zagraniczną, konsekwentnie realizując plany dotyczące otwierania nowych salonów stacjonarnych. W drugim kwartale uruchomiła placówki w Niemczech i Austrii, zaś w lipcu br. drugi salon w Rumunii.

Zdecydowaną większość przychodów Grupy Wittchen (ok. 83%) stanowi sprzedaż krajowa, która w drugim kwartale br. zwiększyła się o ponad 6% r/r do ponad 93 mln zł, głównie dzięki wzrostowi w segmencie klientów biznesowych. Wzrost ten z nawiązką skompensował niższą sprzedaż na rynkach zagranicznych, na co wpłynęło pogorszenie koniunktury w Niemczech oraz umocnienie się złotego wobec euro (negatywny wpływ na poziom sprzedaży wyrażonej w polskiej walucie).

W drugim kwartale Grupa Wittchen utrzymała wysoki poziom marży brutto na sprzedaży, która wyniosła 62,1%, co oznacza nieznaczny spadek rok do roku. Jest on odzwierciedleniem silnej presji na ceny, szczególnie w kategorii bagaż, będącej od kilku lat najistotniejszą kategorią produktów oferowanych przez Grupę.

W drugim kwartale br. Grupa Wittchen zdołała poprawić rentowność operacyjną prowadzonej działalności, zwiększając zysk operacyjny do 16,5 mln zł (+4,8% r/r), a wynik EBITDA do 24,4 mln zł (+6,7% r/r). Zysk netto wyniósł z kolei 11,8 mln zł wobec 13,2 mln zł przed rokiem, kiedy to istotny pozytywny wpływ na tę pozycję miały przychody finansowe, głównie z tytułu różnic kursowych.

– *Konsumenci wciąż są bardzo ostrożni, jeżeli chodzi o wydatki, co potwierdzają raportowane przez GUS niskie odczyty dotyczące sprzedaży detalicznej w kategorii: tekstylia, odzież i obuwie. Obserwujemy również wyraźne schłodzenie koniunktury w Niemczech, które są dla nas jednym z kluczowych rynków zagranicznych. W takim otoczeniu w drugim kwartale osiągnęliśmy niewielki wzrost sprzedaży i liczymy, że zdołamy trwale odwrócić negatywną tendencję z dwóch poprzednich kwartałów. Dążymy do zwiększania sprzedaży we wszystkich kanałach i jednocześnie uważnie kontrolujemy koszty. Notujemy rosnący udział przychodów ze sprzedaży w naszej sieci stacjonarnej. Klienci odwiedzający nasze salony, doświadczający wysokiej jakości produktów i obsługi, w mniejszym stopniu są wrażliwi na cenę, która w przypadku zakupów online często przesądza o zakupie* – komentuje **Jędrzej Wittchen, prezes Wittchen S.A.**

– *W pierwszym półroczu kontynuowaliśmy inwestycje w rozwój sprzedaży za granicą, zarówno online, jak i w sieci stacjonarnej. Uruchomiliśmy salony w Niemczech, Austrii i Rumunii. Rumuński rynek jest obiecujący, bo przeciętny dochód rozporządzalny konsumentów rośnie*

i wykazują oni większą skłonność do zakupów. Jeszcze w tym roku planujemy otworzyć w Bukareszcie trzeci salon marki Wittchen – dodaje **prezes Jędrzej Wittchen.**

Grupa chce także uruchomić własny e-sklep w Słowacji. Na koniec drugiego kwartału produkty marki Wittchen były oferowane w 24 krajach Europy, za pośrednictwem 7 własnych e-sklepów oraz 46 platform marketplace.

Stale rosnące znaczenie kanału e-commerce i konieczność zwiększania efektywności w tym obszarze sprawiły, że Grupa Wittchen zmodernizuje i rozbuduje własne centrum logistyczne w Palmirach koło Warszawy. Obecne dwie hale magazynowe zostaną uzupełnione o trzeci budynek, zaś wyposażenie hali nr 1 zostanie w dużym stopniu zautomatyzowane. Na przełomie 2024 i 2025 r. planowne jest zakończenie prac projektowych i przygotowawczych. Z uwagi na planowaną budowę węzła drogowego w Palmirach w ramach trasy S7, w bezpośrednim sąsiedztwie siedziby Spółki, musiała ona dostosować do tych planów harmonogram swojej inwestycji. Rozpoczęcie budowy hali magazynowej zaplanowane jest obecnie na 2025 rok.

***

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 7 krajach (wliczając Polskę), 46 platformy marketplace w 24 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)	**2Q 2024**	2Q 2023	Zmiana r/r	**1H 2024**	1H 2023	Zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	**112,8**	110,4	2,2%	**205,8**	206,7	-0,5%
Zysk brutto na sprzedaży	**70,0**	70,2	-0,3%	**129,4**	130,9	-1,1%
Marża brutto na sprzedaży	**62,1%**	63,6%	-1,5 p.p.	**62,9%**	63,3%	-0,4 p.p.
Zysk z działalności operacyjnej	**16,5**	15,8	4,8%	**23,4**	28,2	-17,1%
EBITDA [(1)]	**24,4**	22,9	6,7%	**38,6**	42,4	-9,0%
Zysk netto	**11,8**	13,2	-10,5%	**16,7**	23,2	-28,3%

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

***

Kontakt dla mediów:

NBS Communications

e-mail: wittchen@nbs.com.pl

Maciej Szczepaniak, tel. 514 985 845

Krzysztof Woch, tel. 516 173 691