

WITTCHEN

PREZENTACJA WYNIKÓW ZA 3Q 2024

22 listopada 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 3 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'ów (+3 r/r)

48,8%
sprzedaży 9M24

865 tys.
zrealizowanych zamówień w 9M24, tj. +2% r/r, przy nieco niższej wartości sprzedaży. Sprzedane ilości produktów: +10% r/r 9M24

SPRZEDAŻ OFF-LINE

Salony tradycyjne pod markami Wittchen i Wittchen Travel

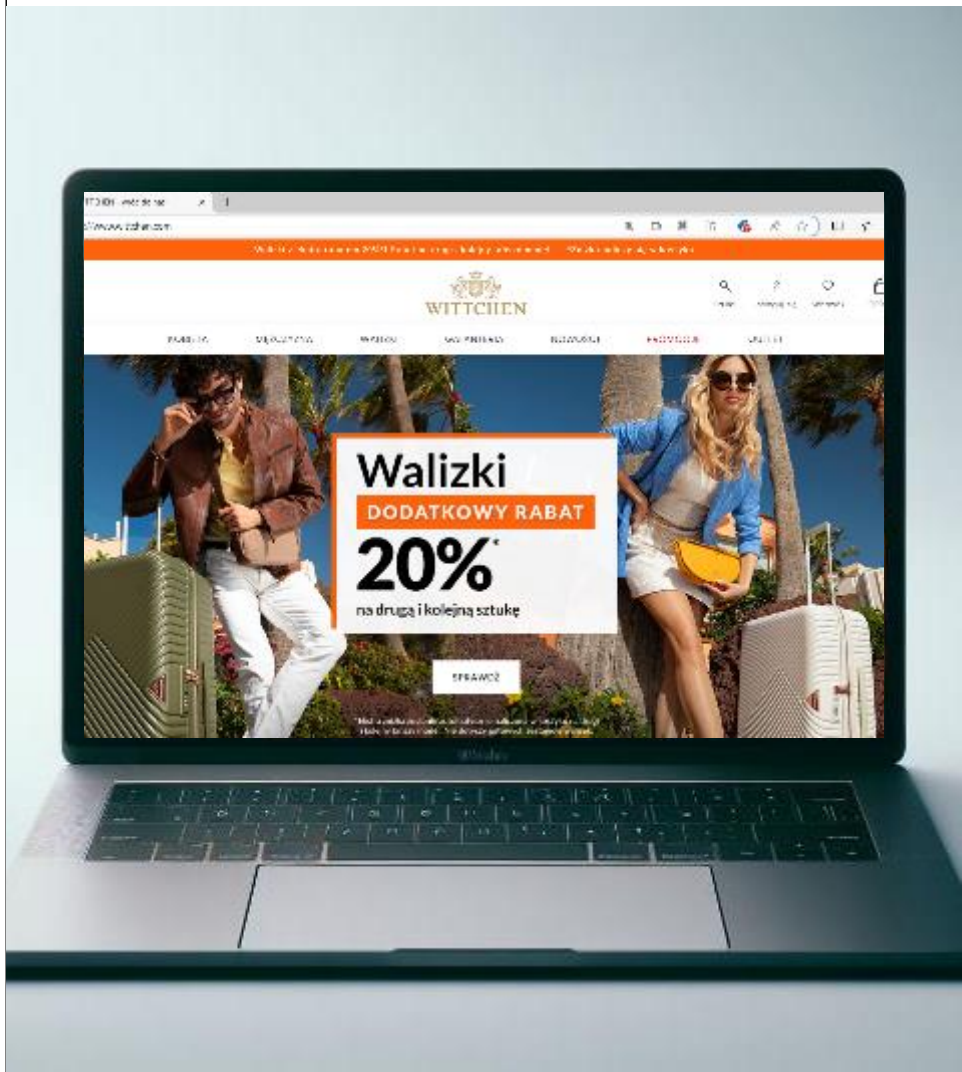
10 367 m2 (+649 m2 k/k)
117 salonów na koniec 3Q24: 91 w Polsce, 7 w Czechach, 3 na Węgrzech, 1 na Słowacji, 2 w Rumunii, 2 w Austrii, 1 w Niemczech oraz 10 franczyzowych w Ukrainie.

39,8%
sprzedaży 9M24

POZOSTAŁA SPRZEDAŻ

Klienci biznesowi, hurt

11,4%
sprzedaży 9M24

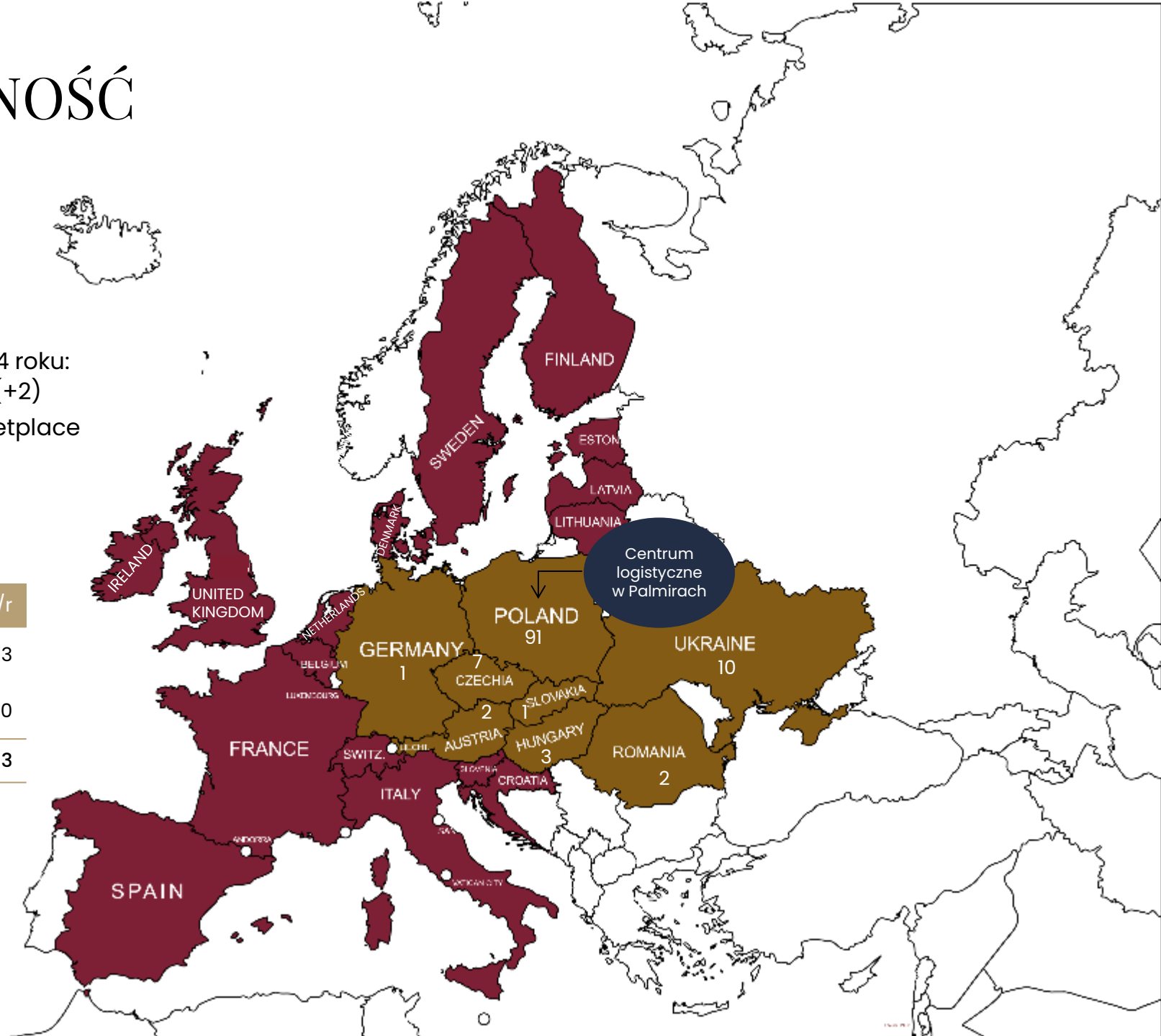


WITTCHEN

ROSNĄCA OBECNOŚĆ W EUROPIE

- Własne sklepy online w 7 krajach (na koniec 3Q24)
- 5 nowych salonów otwartych w 2024 roku: Austria (+2), Niemcy (+1), Rumunia (+2)
- Obecność na 46 platformach marketplace w 24 krajach Europy

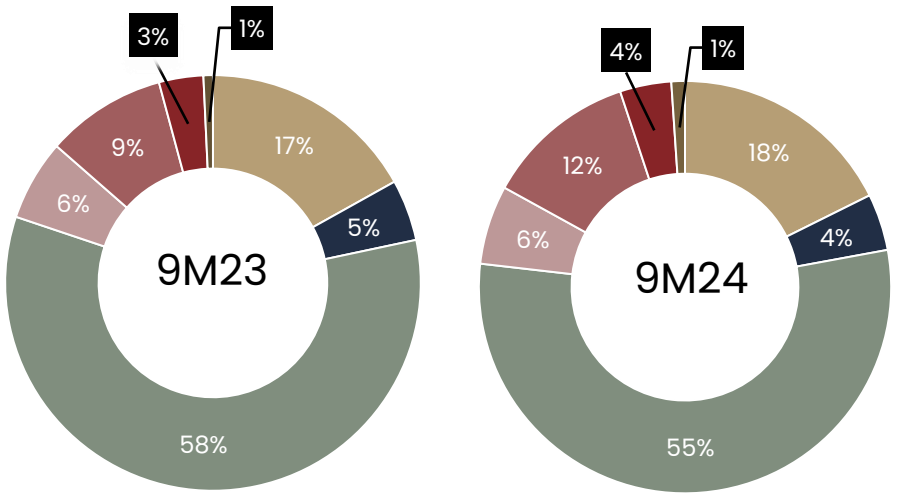
Sklepy stacjonarne	3Q24	r/r
Wittchen	103	+3
Wittchen Travel	14	0
Razem	117	+3



Elegance & Young

WITTCHEN

ASORTYMENT DOSTOSOWANY DO KLIENTA I OTOCZENIA



Bagaż, nasza główna kategoria produktów, w warunkach silnej konkurencji.

Wzrost udziału torebek i plecaków w łącznej sprzedaży. Oferta dla kobiet, jak i dla mężczyzn.

Wzmocnienie oferty ubrań i dodatków.



02

WYNIKI FINANSOWE



WITTCHEN

WYNIKI 3Q24

PRZYCHODY	115,3 mln PLN -10,0% r/r
MARŻA BRUTTO NA SPRZEDAŻY	60,1% -2,2 p.p. r/r
EBIT	11,5 mln PLN -51,2% r/r
MARŻA EBIT	10,0% -8,5 p.p. r/r
ZYSK NETTO	8,7 mln PLN -49,8% r/r

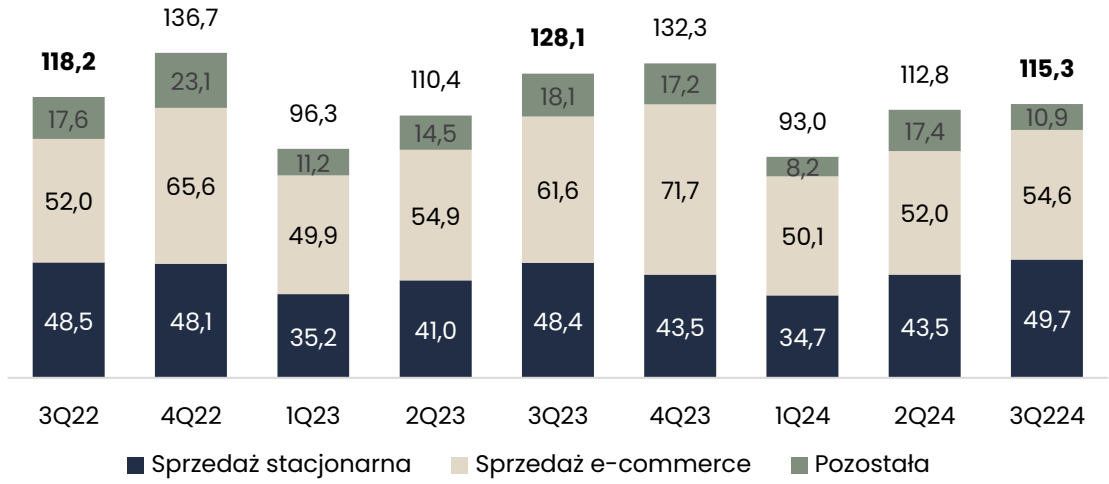


WITTCHEN

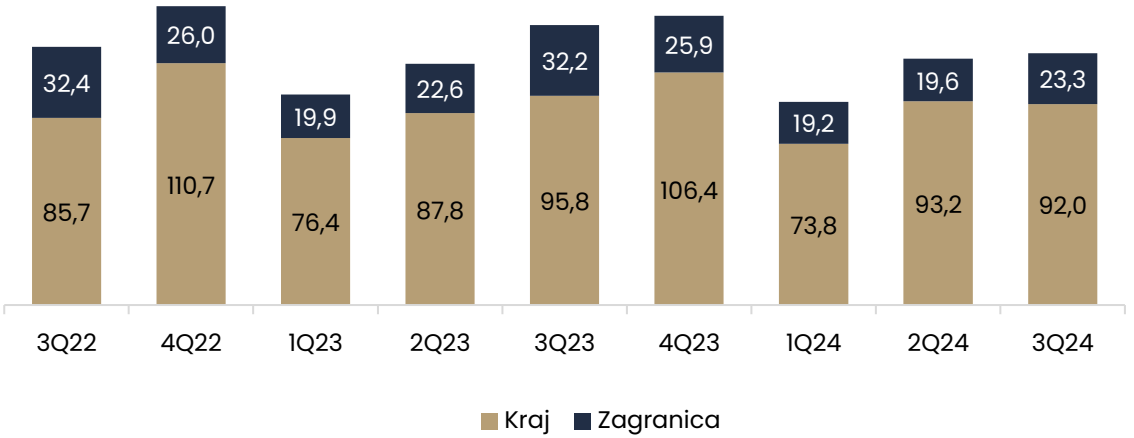
W 3Q24 WZROST SPRZEDAŻY OFF-LINE (NOWE SALONY ZA GRANICĄ)

- Wzrost sprzedaży w salonach o 2,7% r/r (+1,3 mPLN), za sprawą powiększenia liczby salonów za granicą (+6 salonów r/r)
- Spadek sprzedaży e-commerce o 11,3% (-7,0 mPLN), mimo rosnącego wolumenu sprzedaży
- Spadek sprzedaży B2B o 39,4% r/r (-7,1 mPLN), w tym na marketplace'ach (hurt)
- Sprzedaż zagraniczna niższa o 27,9% r/r wskutek m.in. schłodzenia koniunktury w Niemczech i wpływu umocnienia się złotego wobec euro i walut regionu
- Udział sprzedaży zagranicznej w 3Q24 wyniósł 20% vs. 25% w 3Q23

Kwartalna sprzedaż
(mln PLN)



Kwartalna sprzedaż
(mln PLN)

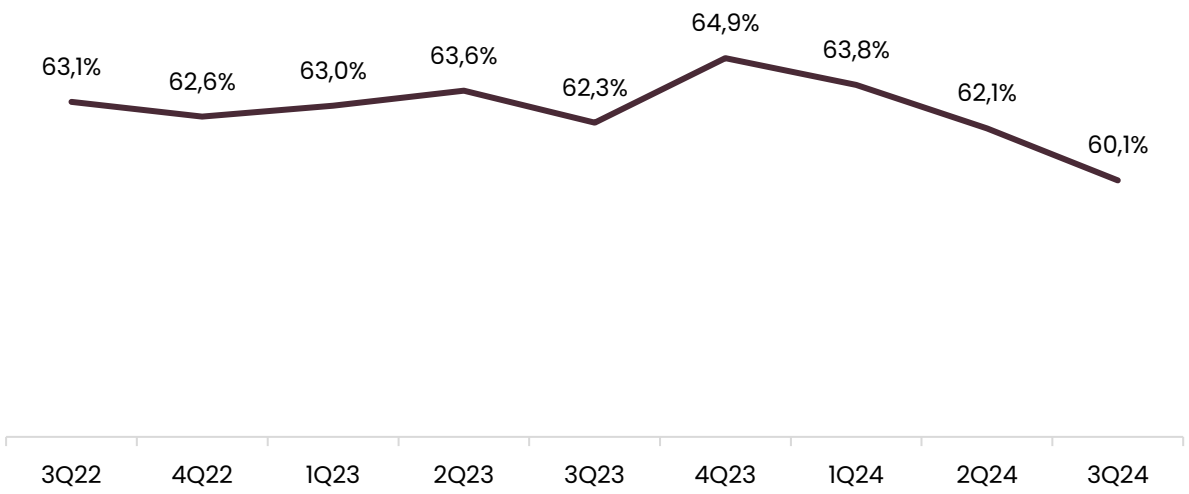


Elegance & Young

WITTCHEN

UTRZYMANIE WYSOKIEJ MARŻY BRUTTO NA SPRZEDAŻY

Kwartalna marża brutto na sprzedaży



- Presja cenowa na poziom marży brutto w 3Q24
- Zwiększone koszty frachtu z istotnym wpływem na 3Q
- Silna konkurencja na rynku zwłaszcza w obszarze walizek

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

Marża brutto powyżej 60% w wymagającym otoczeniu rynkowym

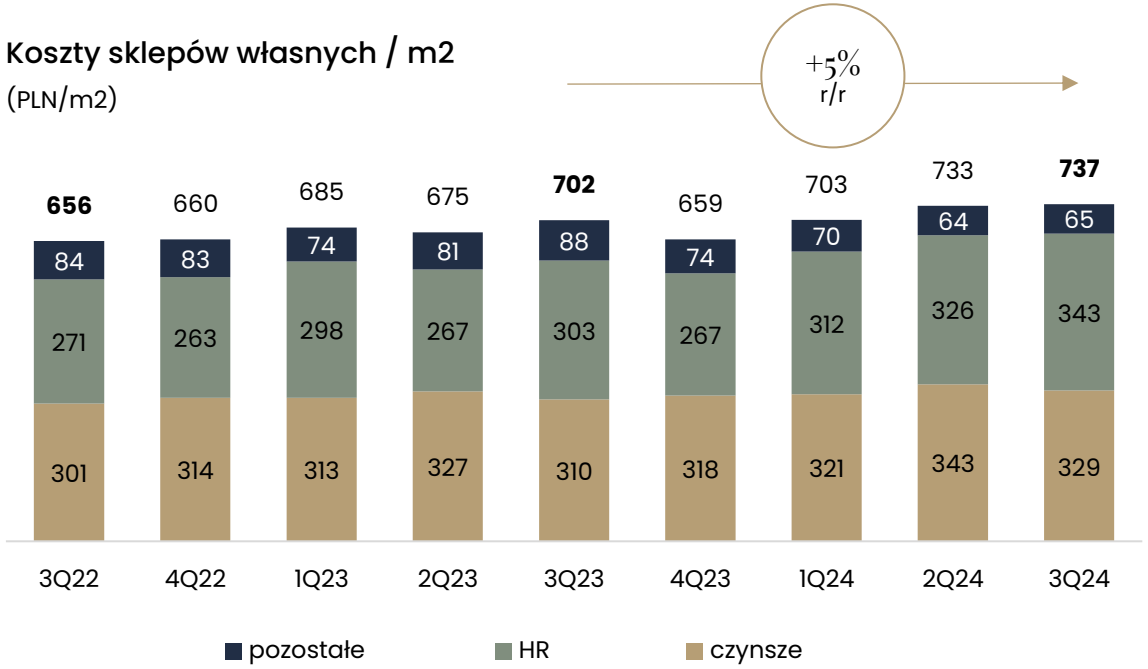
WITTCHEN

KOSZTY SKLEPÓW POD KONTROLĄ

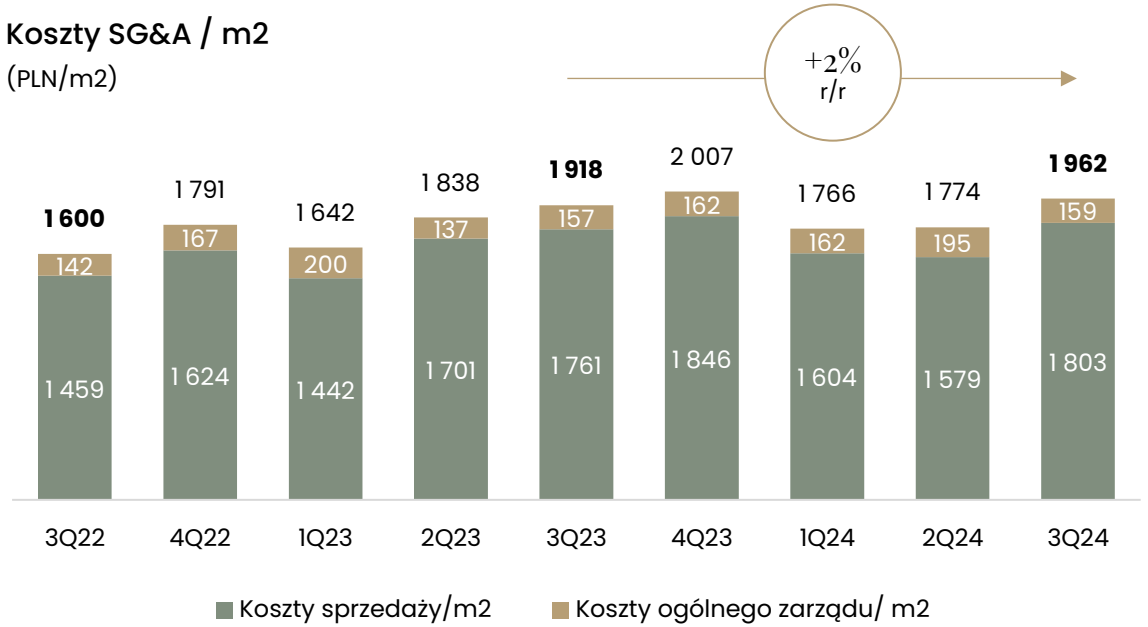
- Presja inflacyjna na koszty sklepów własnych - wzrost kosztów/m² w 3Q24 o 5% r/r:
  - +6% r/r wzrost stawek czynszów: wzrost kosztów energii elektrycznej i innych kosztów eksploatacji oraz wyższe koszty salonów zagranicznych, złagodzone spadkiem kursu EUR/PLN
  - +13% r/r wzrost kosztów HR/m2 ze względu na presję płacową w wyniku podwyższenia płacy minimalnej i wyższych stawek wynagrodzeń w sklepach zagranicznych
  - -27% r/r spadek pozostałych kosztów sklepów/m² – optymalizacja kosztów transportu i IT
  - +2% r/r wzrostu kosztów sprzedaży/m²
  - Stabilne koszty ogólnego zarządu/m²

Elegance& Young

Koszty sklepów własnych / m2
(PLN/m2)



Koszty SG&A / m2
(PLN/m2)



WITTCHEN

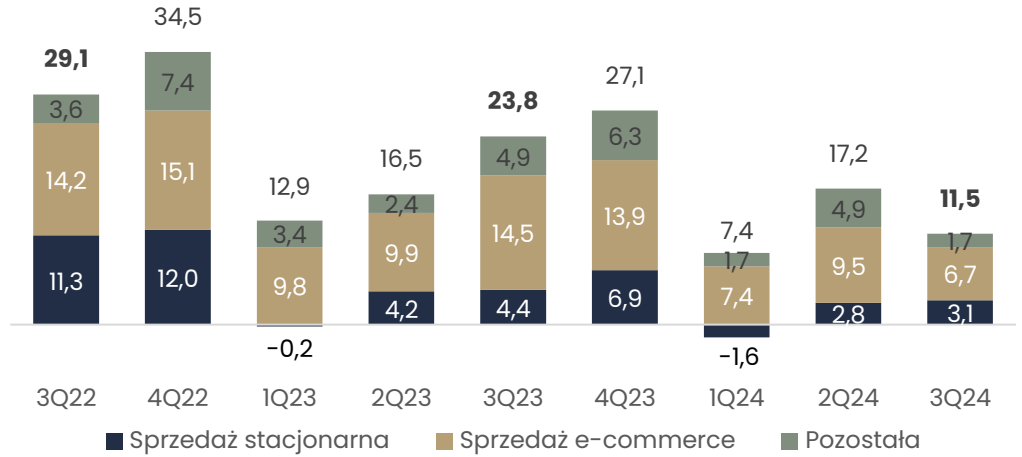
NIŻSZY EBIT, GŁÓWNIE W KANALE ONLINE

- Kanał online pod silną presją, głównie za granicą
- W segmencie B2B istotne oddziaływanie wyników dużych marketplace
- Off-line ze wzrostem kosztów HR oraz czynszów, jednak spadek wyników relatywnie najmniejszy (pozytywny wpływ nowych salonów zagranicznych)

Elegance& Young

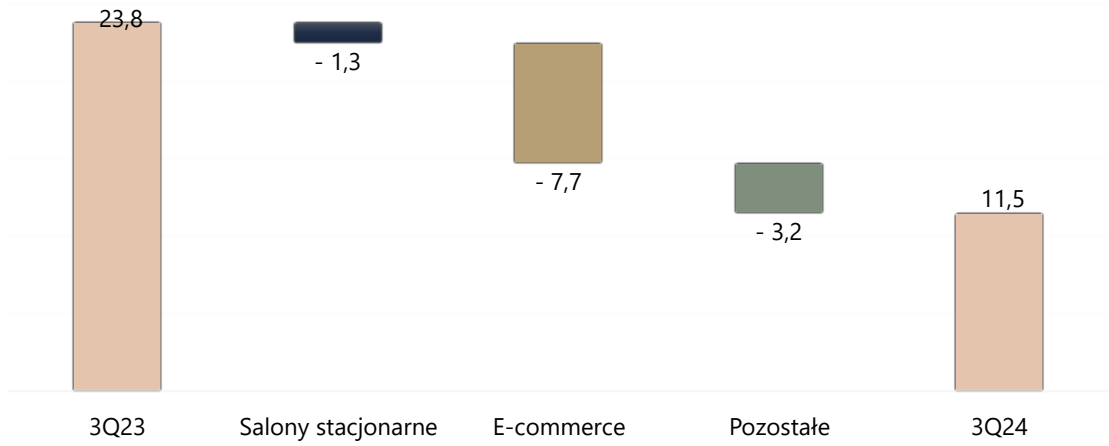
Podział wyniku na działalności podstawowej

(mln PLN, MSSF16)



Zmiana wyniku na działalności podstawowej r/r

(mln PLN, MSSF16)



WITTCHEN

PODSTAWOWE WYNIKI 3Q24

- Marża brutto na poziomie 60,1%
- 3Q24 znacznie poniżej oczekiwań w wyniku schłodzenia koniunktury za granicą, presji cenowej, większych kosztów frachtu i nasilonej konkurencji w segmencie walizek
- Koszty SG&A pod kontrolą (+3% r/r)

mln PLN, MSSF16	3Q24	3Q23	r/r
Przychody	115,3	128,1	-10,0%
Marża brutto na sprzedaży (%)	60,1%	62,3%	-2,2 p.p.
Koszty SG&A	57,7	56,0	3,0%
Koszty jako % sprzedaży	50,1%	43,8%	6,3%
Zysk operacyjny	**11,5**	**23,7**	**-51,2%**
Marża operacyjna (%)	10,0%	18,5%	8,5 p.p.
Zysk netto	8,7	17,4	-49,8%
EBITDA	19,3	30,5	-36,6%
Marża EBITDA (%)	16,8%	23,8%	-7.0 p.p.

Niższa sprzedaż w 3Q24 powodem presji na rentowność

Elegance& Young

WITTCHEN

PODSTAWOWE WYNIKI 9M24

- Sprzedaż za 9M24 nieco mniejsza niż w analogicznym okresie 2023
- Utrzymanie wysokiej marży brutto na poziomie 61,9%
- Umocnienie złotego z negatywnym wpływem na przychody finansowe
- Wynik na pozycjach finansowych niższy o ok. 1,1 mPLN głównie z tytułu odsetek od leasingu (MSSF16) oraz różnic kursowych (pozycje statystyczne)

mln PLN, MSSF16	9M24	9M23	r/r
Przychody	321,1	334,8	-4,1%
Marża brutto na sprzedaży (%)	61,9%	62,9%	-1,0 pp.
Koszty SG&A	162,5	157,5	3,2%
Koszty jako % sprzedaży	50,6%	47,0%	3,6 pp.
Zysk operacyjny	**35,0**	**51,9**	**-32,6%**
Marża operacyjna (%)	10,9%	15,5%	-4,6 pp.
Zysk netto	25,4	40,6	-37,5%
EBITDA	57,9	72,8	-20,6%
Marża (%)	18,0%	21,8%	-3,7pp.

Trzeci kwartał zaważył na wynikach 9M24

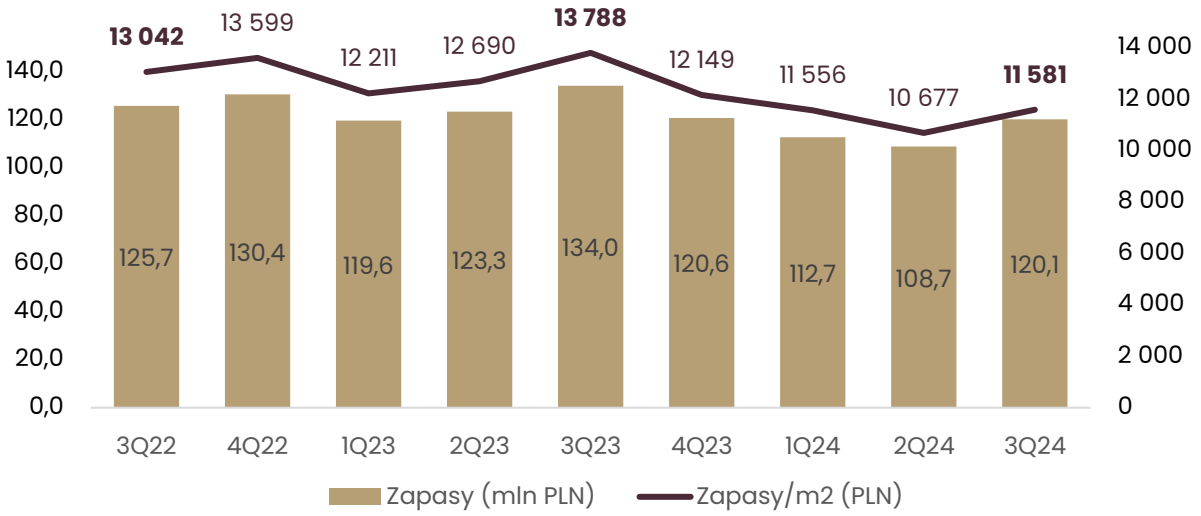
WITTCHEN

AKTYWNE ZARZĄDZANIE POZIOMEM ZAPASÓW

- Dopasowanie poziomu zapasów do potrzeb rynku i bieżącej sprzedaży (zmniejszenie poziomu zapasów o 10% r/r)
- Zapasy w przeliczeniu na m^2 zmalały o 18% r/r (optymalizacja)
- Zobowiązania handlowe w 37% finansowały zapasy w 3Q24 w porównaniu do 30% w 3Q23

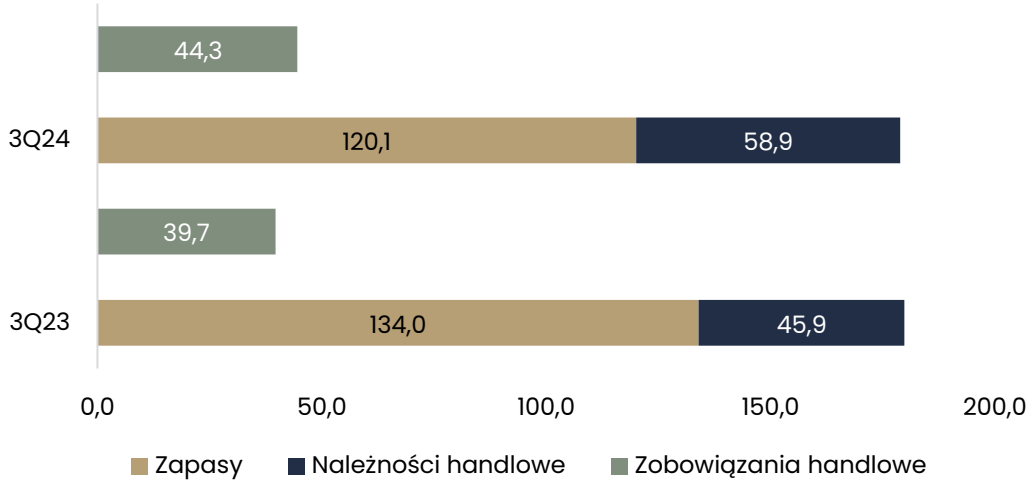
Elegance & Young

Zapasy łącznie oraz zapasy w przeliczeniu na m^2



Kapitał obrotowy

(mln PLN)



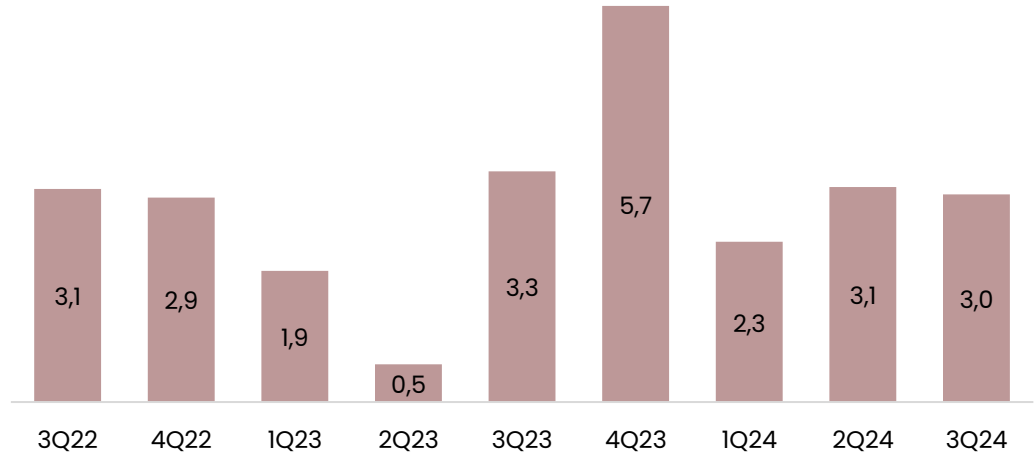
WITTCHEN

INWESTYCJE I ZADŁUŻENIE

- W 3Q24 wydatki inwestycyjne związane głównie z IT, e-commerce oraz salonami zagranicznymi i krajowymi (modernizacje i otwarcia) oraz
- Planowane inwestycje w 2024 roku po rewizji:
  - 6,5 mln zł – salony (ograniczenie vs. budżet)
  - 5,4 mln zł – IT oraz e-commerce (budżet bez istotnych zmian - dostosowanie do bieżących potrzeb)
  - 0,3 mln zł – rozbudowa hali i logistyka: w 2024 roku dokumentacja oraz prace projektowe
- Struktura finansowania biorąca pod uwagę budowę nowej hali magazynowej dostosowana do horyzontu inwestycji (finansowanie zewnętrzne)

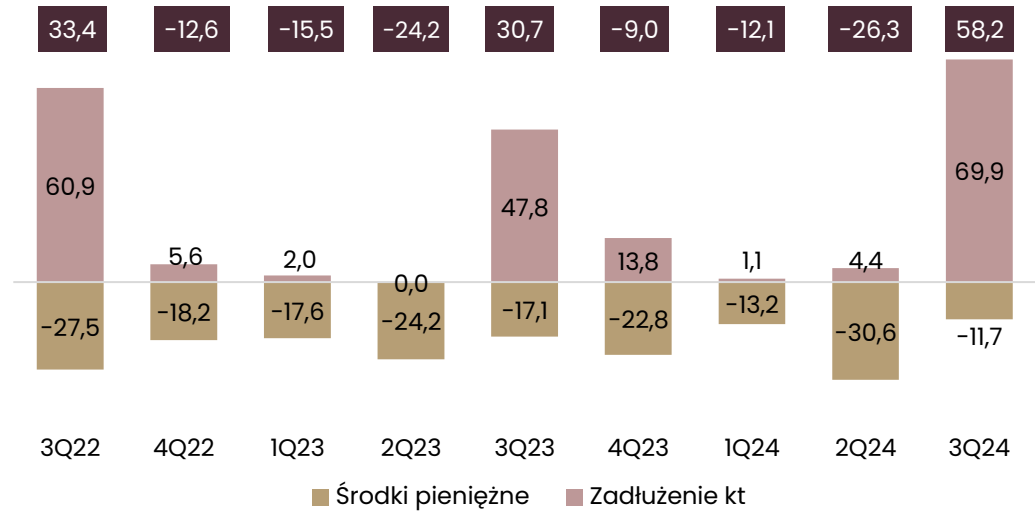
Kwartalne wydatki inwestycyjne

(mln PLN)



Zadłużenie netto

(mln PLN, MSR17)



WITTCHEN

PODSUMOWANIE 3Q24

01. Wartość sprzedaży niższa o 10% r/r przy wzroście wolumenu o 8% r/r

02. Marża brutto na sprzedaży: 60,1%

03. Marża EBITDA: 16,8%

04. Stabilne przepływy pieniężne z działalności operacyjnej

05. Aktywne zarządzanie poziomem zapasów: 120,1 mln zł na koniec 3Q24



WITTCHEN

03

PLANY 2024+



WITTCHEN

ZAŁOŻENIA NA 4Q24

1. Poprawa warunków współpracy z marketplace’ami
2. Kampania wizerunkowa w Polsce (w tym reklama TV) oraz umocnienie marki na rynkach zagranicznych
3. Poszerzenie asortymentu na czołowych platformach
4. Przygotowania do budowy nowej hali (dokumentacja i projekty)

SZANSE
budowa marki za granicą
rozszerzanie asortymentu 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



WITTCHEN

GRUPA WITTCHEN PODSUMOWANIE

01. Sprzedaż i rentowność pod presją dekoniunktury i konkurencji

02. Nowi partnerzy i rozwiązania wspierające sprzedaż e-commerce

03. Poszerzenie oferty produktowej

04. Wittchen pozostaje zyskowną spółką

05. Cel: powrót do trendu wzrostowego



WITTCHEN

04

PYTANIA I ODPOWIEDZI



WITTCHEN

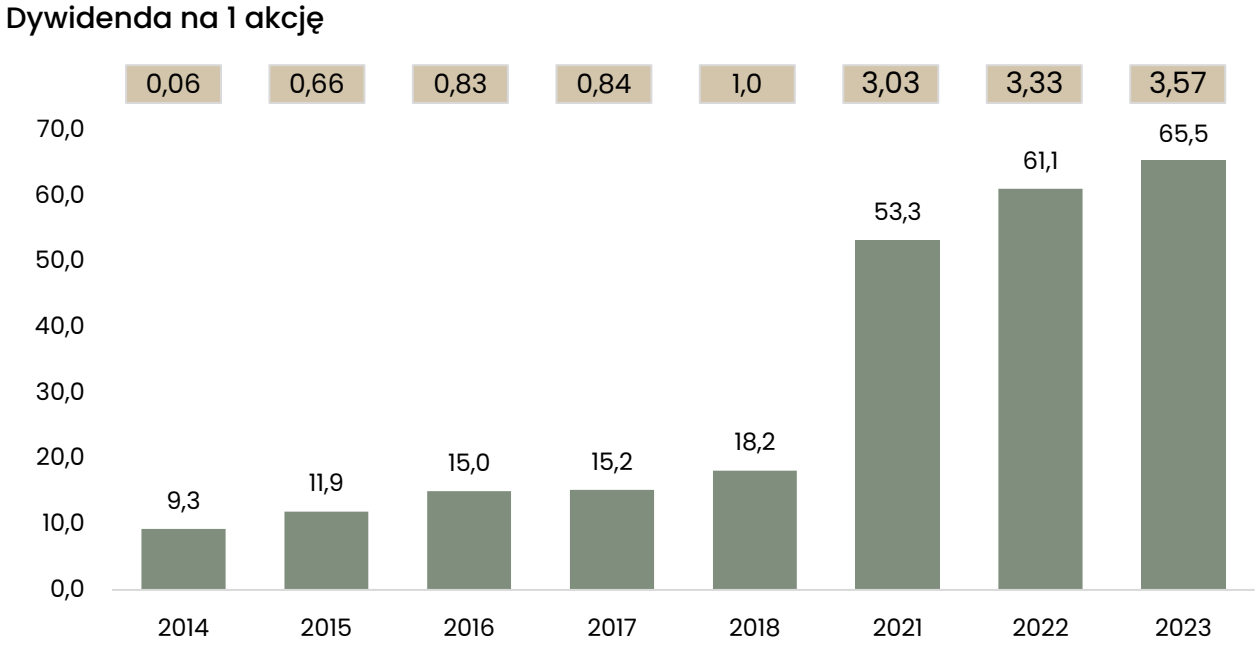
05

SLAJDY POMOCNICZE



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.**



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 produktów Grupy, zarówno poprzez salony sprzedaży detalicznej jak i sprzedaż internetową na terytorium Niemiec, siedziba w Berlinie	sprzedaż produktów Grupy, zarówno poprzez salony sprzedaży detalicznej jak i sprzedaż internetową na terytorium Rumunii, siedziba w Bukareszcie	sprzedaż stacjonarna produktów Grupy na terytorium Słowacji, siedziba w Bratysławie	sprzedaż produktów Grupy, zarówno poprzez salony sprzedaży detalicznej jak i sprzedaż internetową na terytorium Austrii, 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	3Q'22	4Q'22	1Q'23	2Q'23	3Q'23	4Q'23	1Q'24	2Q'24	3Q'24
Polska	97	96	95	94	94	93	91	91	91
Czechy	6	6	7	7	7	7	7	7	7
Węgry	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Słowacja						1	1	1	1
Rumunia						1	1	1	2
Niemcy								1	1
Austria								2	2
Ukraina (franczyza)	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Razem	**116**	**115**	**115**	**114**	**114**	**115**	**113**	**116**	**117**

Liczba sklepów	3Q'22	4Q'22	1Q'23	2Q'23	3Q'23	4Q'23	1Q'24	2Q'24	3Q'24
Salon	94	93	93	92	92	95	93	96	96
Outlet	21	21	21	21	21	20	20	20	21
Stoisko	1	1	1	1	1	0	0	0	0
Razem	**116**	**115**	**115**	**114**	**114**	**115**	**113**	**116**	**117**

Liczba sklepów	3Q'22	4Q'22	1Q'23	2Q'23	3Q'23	4Q'23	1Q'24	2Q'24	3Q'24
Wittchen	99	98	100	100	100	101	99	102	103
Wittchen Travel	17	17	15	14	14	14	14	14	14
Razem	**116**	**115**	**115**	**114**	**114**	**115**	**113**	**116**	**117**

Liczba sklepów	3Q'22	4Q'22	1Q'23	2Q'23	3Q'23	4Q'23	1Q'24	2Q'24	3Q'24
Własne	106	105	105	104	104	105	103	106	107
Franczyzowe (patronackie)	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Razem	**116**	**115**	**115**	**114**	**114**	**115**	**115**	**116**	**117**

WITTCHEN

STABILNA POWIERZCHNIA

m2	3Q'22	4Q2'2	1Q'23	2Q'23	3Q'23	4Q'23	1Q'24	2Q'24	3Q'24
Polska	8 000	7 952	8 036	7 960	7 960	8 006	7 826	7 883	7 918
Czechy	508	508	629	629	629	629	629	629	629
Węgry	249	249	249	249	249	249	249	249	249
Słowacja						92	92	92	92
Rumunia						73	73	73	225
Niemcy								158	158
Austria								216	216
Ukraina	880	880	880	880	880	880	880	880	880
Razem	**9 637**	**9 589**	**9 794**	**9 718**	**9 718**	**9 929**	**9 749**	**10 180**	**10 367**

m2	3Q'22	4Q'22	1Q'23	2Q'23	3Q'23	4Q'23	1Q'24	2Q'24	3Q'24
Salon	7 797	7 749	7 907	7 831	7 831	8 119	7 939	8 370	8 404
Outlet	1 826	1 826	1 873	1 873	1 873	1 810	1 810	1 810	1 963
Stoisko	14	14	14	14	14	0	0	0	0
Razem	**9 637**	**9 589**	**9 794**	**9 718**	**9 718**	**9 929**	**9 749**	**10 180**	**10 367**

m2	3Q22	4Q22	1Q'23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q'24	2Q'24	3Q'24
Wittchen	8 322	8 322	8 588	8 588	8 588	8 799	8 619	9 050	9 237
Wittchen Travel	1 315	1 267	1 206	1 130	1 130	1 130	1 130	1 130	1 130
Razem	**9 637**	**9 589**	**9 794**	**9 718**	**9 718**	**9 929**	**9 749**	**10 180**	**10 367**

m2	3Q'22	4Q'22	1Q'23	2Q'23	3Q'23	4Q'23	1Q'24	2Q'24	3Q'24
Własne	8 757	8 709	8 914	8 838	8 838	9 049	8 869	9 300	9 487
Franczyzowe (patronackie)	880	880	880	880	880	880	880	880	880
Razem	**9 637**	**9 589**	**9 794**	**9 718**	**9 718**	**9 929**	**9 749**	**10 180**	**10 367**

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 I BIZNESOWI

KLIENCI DETALICZNI

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

91%
przychodów
w 3Q24

KLIENCI BIZNESOWI

Partnerzy biznesowi krajowi
i zagraniczni (hurt)

9%
przychodów
w 3Q24



WITTCHEN

KWARTALNE WYNIKI FINANSOWE

mln PLN	3Q22	4Q22	1Q'23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24
Przychody	118,2	136,7	96,3	110,4	128,1	132,3	93,0	112,8	115,3
Zysk brutto na sprzedaży	74,6	85,5	60,7	70,2	79,8	85,8	59,3	70,0	69,2
Marża (%)	63,1%	62,6%	63,0%	63,6%	62,3%	64,9%	63,81%	62,1%	60,1%
Koszty SG&A	45,5	51,1	47,7	53,7	56,0	59,1	51,9	52,8	57,7
Pozostała działalność operacyjna	0,2	0,1	-0,5	-0,7	-0,1	-0,9	-0,6	-0,7	0,0
Zysk operacyjny	29,3	34,6	12,5	15,8	23,7	25,8	6,9	16,5	11,5
Marża (%)	24,8%	25,3%	12,9%	14,3%	18,5%	19,5%	7,40%	14,7%	10,0%
Działalność finansowa netto	-6,9	1,5	0,6	2,0	-3,8	-0,2	-0,9	-0,8	-0,7
Podatek	-4,6	-7,1	-3,0	-4,6	-1,8	-5,3	-1,1	-4,0	-2,2
Zysk netto	17,9	29,0	10,1	13,2	18,0	20,7	4,9	11,8	8,7
EBITDA	36,2	40,7	19,5	22,9	30,5	33,7	14,1	24,4	19,3
Marża (%)	30,6%	29,8%	20,2%	20,7%	24%	25,0%	15,20%	21,7%	16,8%

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.

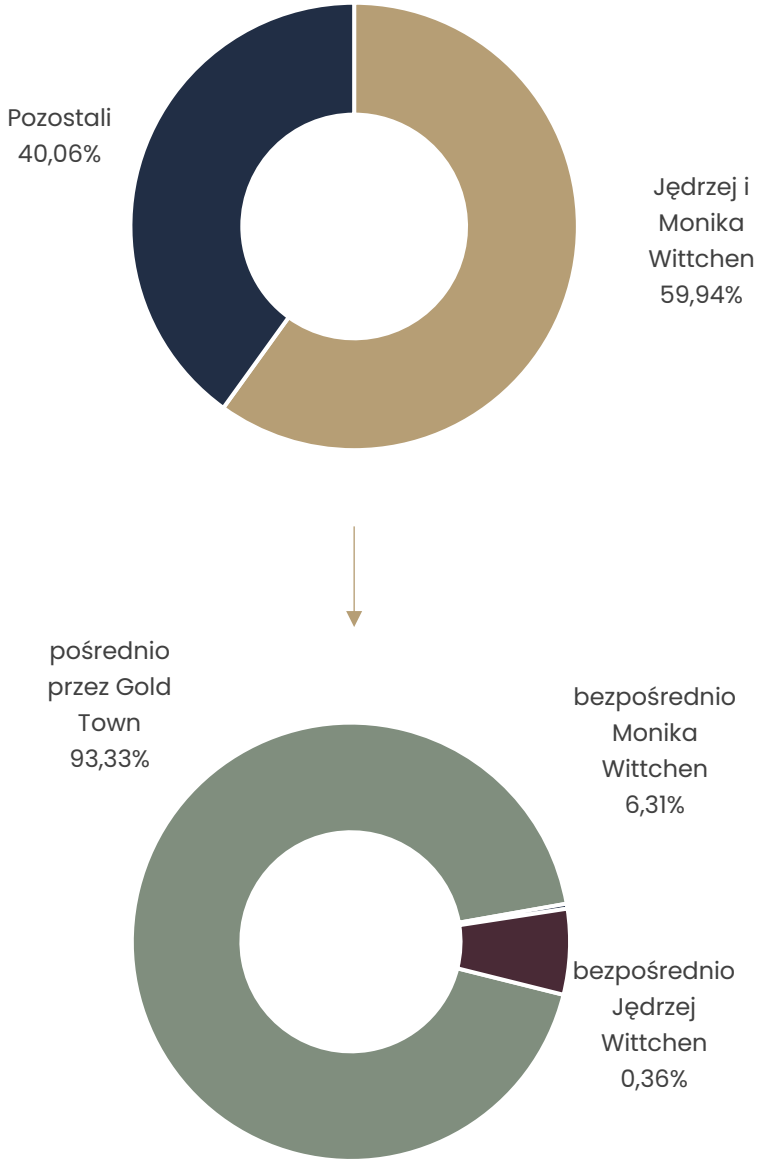
BEZPIECZNY BILANS

	3Q23	3Q24
Aktywa trwałe	**144,5**	**160,2**
rzeczowe aktywa trwałe	72,4	73,8
aktywa niematerialne i goodwill	27,1	28,8
aktywa z tytułu prawa do użytkowania	43,7	54,4
Aktywa obrotowe	**196,9**	**194,4**
zapasy	134	120,1
należności handlowe	45,9	58,9
środki pieniężne	17,1	11,7
Aktywa	**342,0**	**354,6**
Kapitał własny	**195,5**	**176,9**
Zobowiązania długoterminowe	**36,3**	**44,8**
zobowiązania odsetkowe	0,0	0,0
zobowiązania z tytułu leasingu (MSSF16)	31,1	39,7
rozliczenia międzyokresowe	5,1	4,9
Zobowiązania krótkoterminowe	**109,7**	**132,9**
pozostałe zobowiązania finansowe	47,8	69,9
zobowiązania z tytułu leasingu (MSSF16)	18,3	16,0
zobowiązania handlowe	39,7	44,3
Kapitały własne i zobowiązania	**342,0**	**354,6**

FIRMA RODZINNA, STABILNY AKCJONARIAT

Stan na 30 września 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: +48 517 241 786

