

WITTCHEN

PREZENTACJA WYNIKÓW ZA 4Q I 12M 2025

29 kwietnia 2026, Palmiry

Elegance & Young

WITTCHEN

OGRANICZENIE ODPOWIEDZIALNOŚCI

Niniejsza prezentacja została sporządzona przez Zarząd spółki Wittchen S.A. („Spółka" lub „Emitent") w celu prezentacji wyników za 4 kwartał 2025 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

45
sklepy online: 8 własnych e-sklepów, 37 marketplace'y (-9 r/r)

55,8%
sprzedaży 12M25

1 546 tys.
zrealizowanych zamówień w 12M25, tj. +18% sprzedanych sztuk produktów r/r

SPRZEDAŻ OFF-LINE

Salony tradycyjne pod markami Wittchen i Wittchen Travel

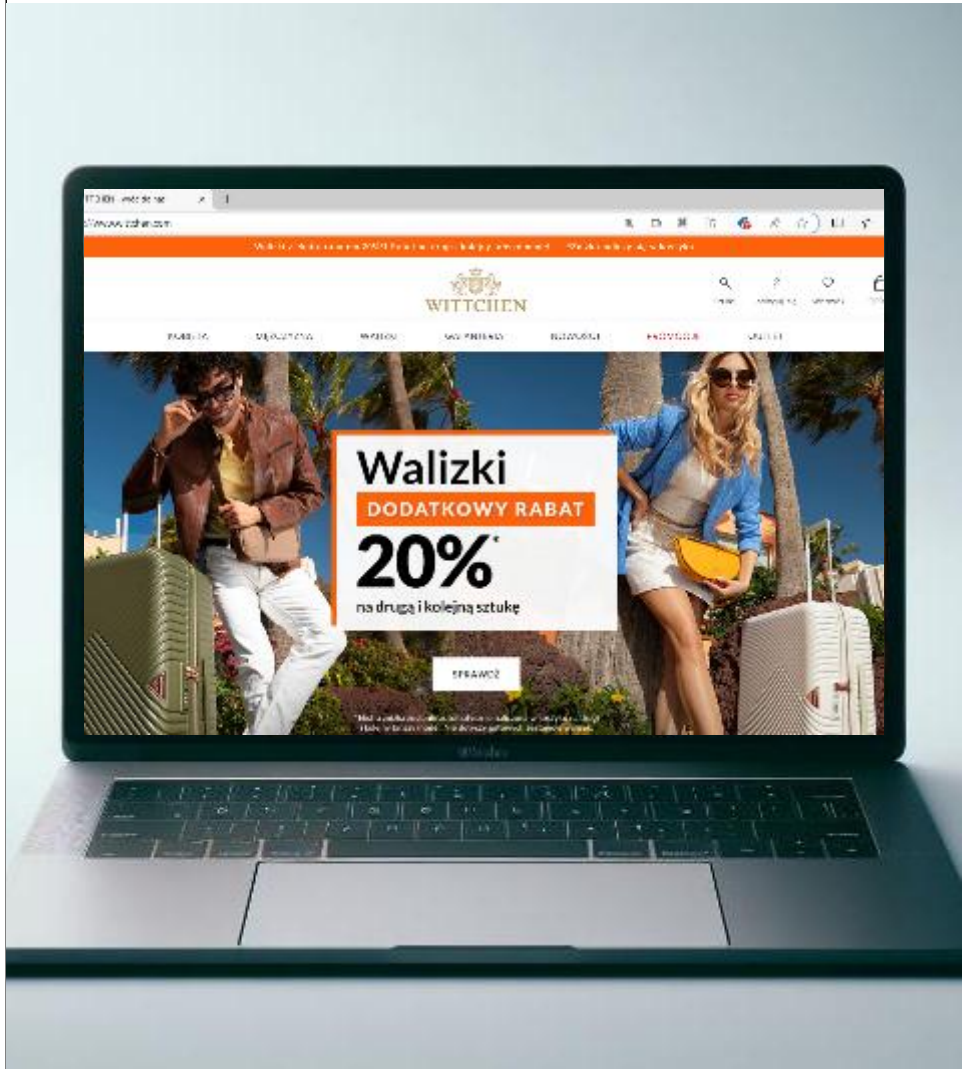
10 370 m2 (+72 m2 k/k)
110 salonów na koniec 4Q25: 86 w Polsce, 6 w Czechach, 3 na Węgrzech, 1 na Słowacji, 3 w Rumunii, 2 w Austrii, 1 w Niemczech oraz 8 franczyzowych w Ukrainie

33,4%
sprzedaży 12M25

POZOSTAŁA SPRZEDAŻ

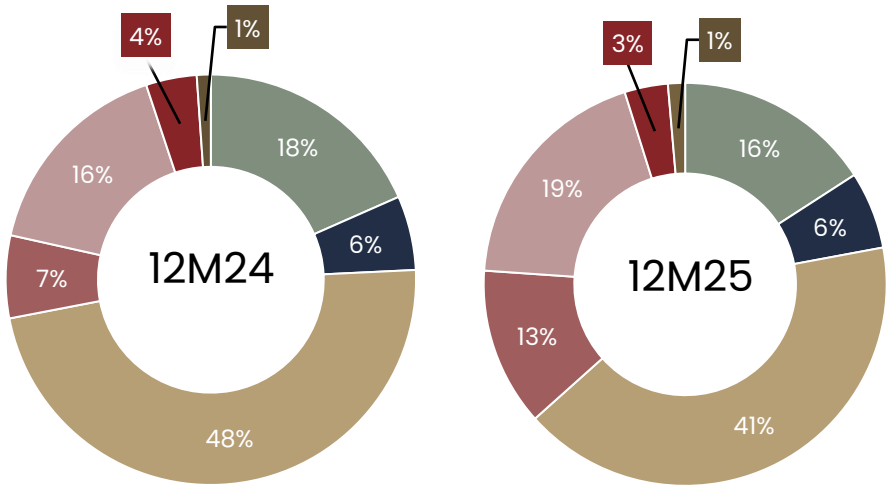
Klienci biznesowi, hurt

10,8%
sprzedaży 12M25



WITTCHEN

ASORTYMENT DOSTOSOWANY DO KLIENTA I OTOCZENIA



Segment bagażu, mimo strategicznego znaczenia, pozostaje pod presją cenową wynikającą z silnej konkurencji

Segment galanterii i dodatków odnotowuje wzrost, szczególnie w odzieży i dodatkach, co wspiera poprawę miksu sprzedażowego

Rozszerzenie oferty o nowe linie odzieży i dodatków z materiałów ekologicznych, wspierające zrównoważony rozwój asortymentu



WITTCHEN

02

WYNIKI FINANSOWE



WITTCHEN

WYNIKI 4Q I 12M25

- Sprzedaż za 12M25 o 5% większa r/r
- Wyższe tempo sprzedaży w 4Q25 pozytywnie wpłynęło na wyniki całego roku
- Wyższa sprzedaż oraz niższe koszty finansowe pozytywnie przełożyły się na wynik netto

mln PLN, MSSF 16	4Q25	4Q24	r/r	12M25	12M24	r/r
Przychody	**151,1**	**133,1**	**13,5%**	**476,7**	**454,2**	**5,0%**
Marża brutto (%)	61,5%	61,5%	0,0 p.p.	61,7%	61,8%	-0,1 p.p.
Koszty SG&A	71,2	63,8	11,6%	243,8	226,3	7,7%
Koszty jako % sprzedaży	47,9%	47,2%	1,5%	51,1%	49,8%	2,6%
Zysk operacyjny	**21,3**	**16,8**	**13,9%**	**47,9**	**51,7**	**-7,5%**
Marża operacyjna (%)	14,1%	12,6%	1,5 p.p.	10,0%	11,4%	-1,4 p.p.
Zysk netto	16,7	8,9	88,9%	35,3	34,2	3,2%
EBITDA	**29,4**	**24,9**	**18,1%**	**80,0**	**82,8**	**-3,4%**
Marża EBITDA (%)	19,5%	18,7%	1,2 p.p.	16,8%	18,2%	-1,4 p.p.

Najwyższa roczna sprzedaż w historii Grupy

Elegance & Young

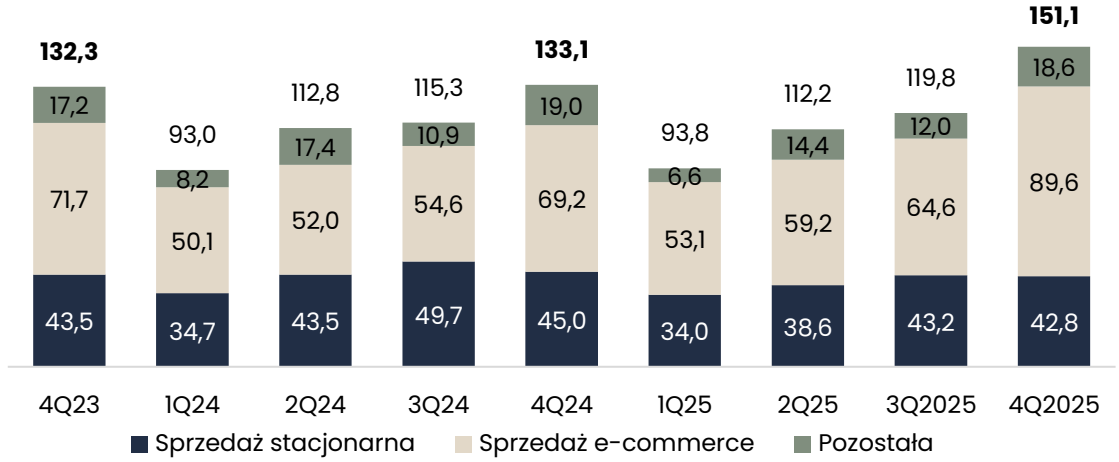
WITTCHEN

WYŻSZA SPRZEDAŻ ONLINE W 4Q25

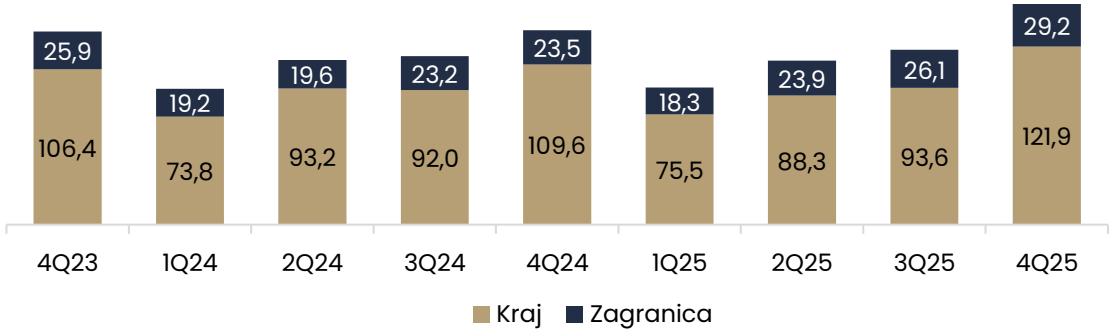
- Wzrost sprzedaży e-commerce o 30% r/r (+20,4 mln PLN)
- Sprzedaż w salonach na zbliżonym poziomie r/r (-2,1 mln PLN)
- W segmencie B2B odnotowano spadek sprzedaży o 2,2% r/r (-0,4 mln PLN)
- Sprzedaż zagraniczna wzrosła o 23,9% r/r
- Udział sprzedaży zagranicznej: 19% w 4Q25 vs. 18% w 4Q24

Elegance & Young

Kwartalna sprzedaż
(mln PLN)



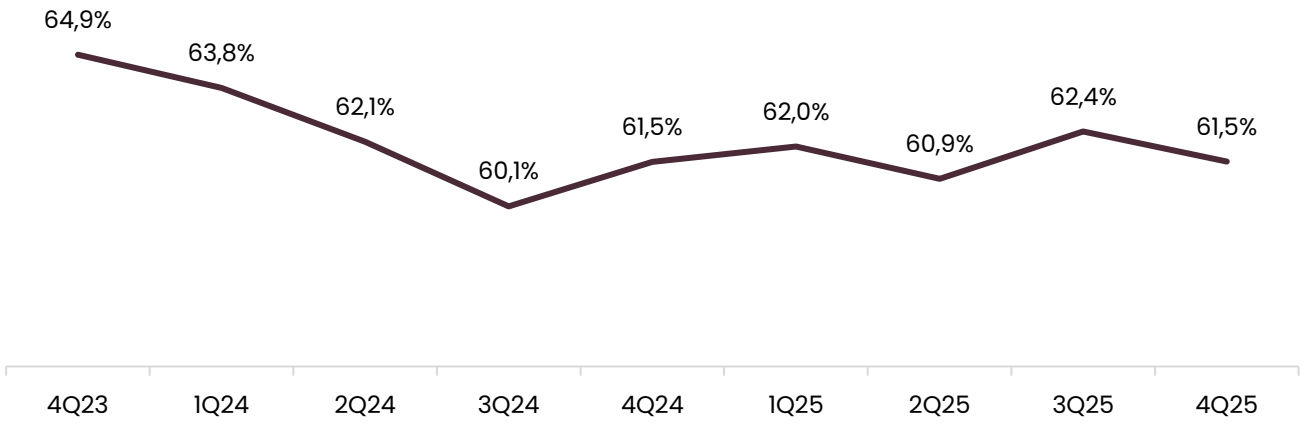
Kwartalna sprzedaż
(mln PLN)



WITTCHEN

UTRZYMANIE POZIOMU MARŻY MIMO PRESJI KONKURENCJI

Kwartalna marża brutto na sprzedaży



- Działania wyprzedażowe i zwiększona aktywność promocyjna bez istotnego negatywnego wpływu na marżę w 4Q25
- Utrzymanie ponad 61-procentowej marży w 4Q25 mimo presji konkurencyjnej

Kluczowe elementy wpływające na marżę brutto:
koszt zakupu
koszty transportu i logistyki
poziom kursu PLN/USD/EUR
polityka promocyjna
popyt konsumencki

Stabilny poziom marży brutto: **61,5%** w 4Q25

WITTCHEN

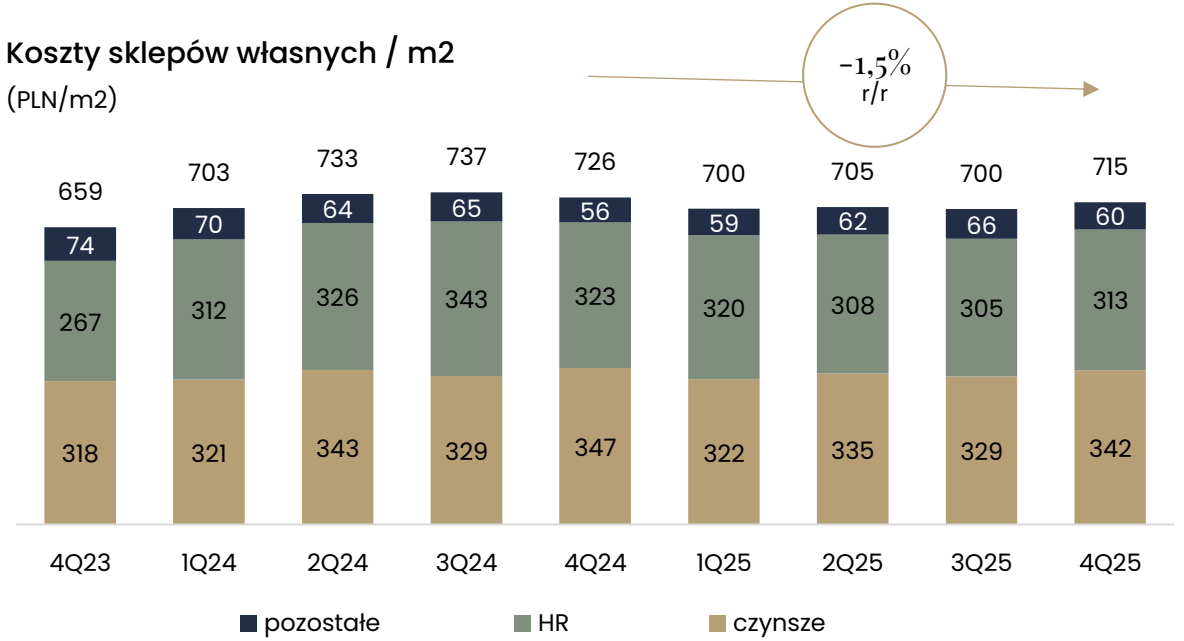
WZROST KOSZTÓW SPRZEDAŻY

- Spadek kosztów sklepów własnych / m² w 4Q25 o 1,5% r/r:
  - stabilny poziom kosztów najmu powierzchni (-1,4% r/r), sprzyjający kurs EUR/PLN
  - spadek kosztów HR/m² o 3% - większa powierzchnia sklepów po relokacji i stabilizacja dynamiki wynagrodzeń
- Wyższe koszty sprzedaży wynikające z konieczności utrzymywania wysokiej aktywności marketingowej w warunkach silnej konkurencji
- Łączne koszty SG&A/m2 w 4Q25 wyższe o 9,3% r/r

Elegance & Young

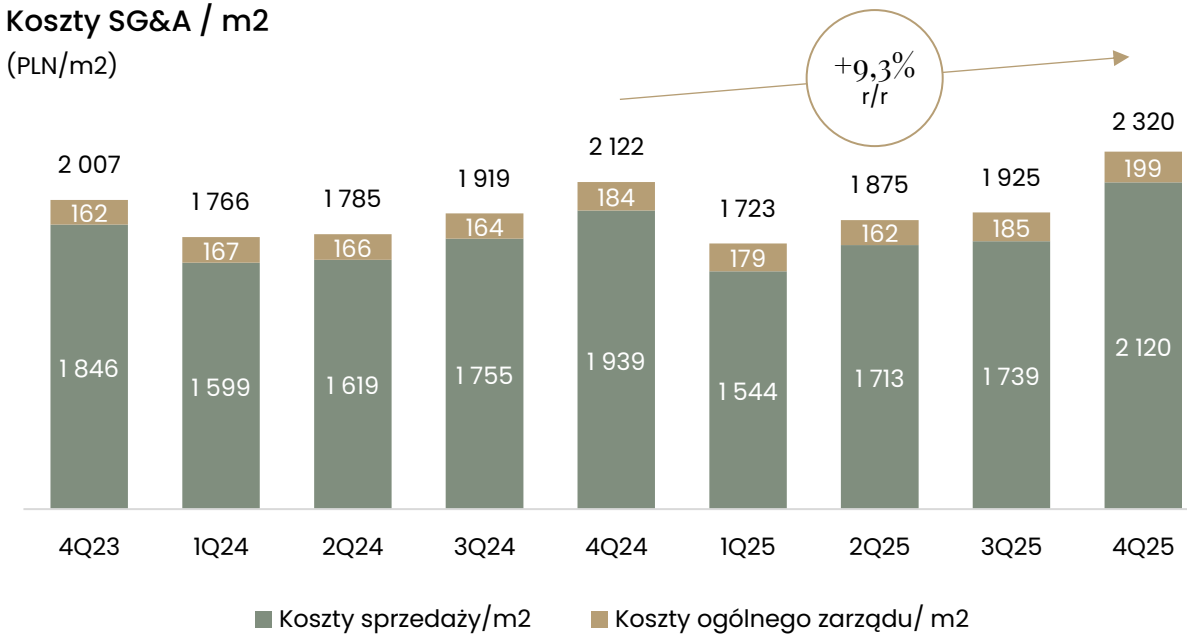
Koszty sklepów własnych / m2

(PLN/m2)



Koszty SG&A / m2

(PLN/m2)



WITTCHEN

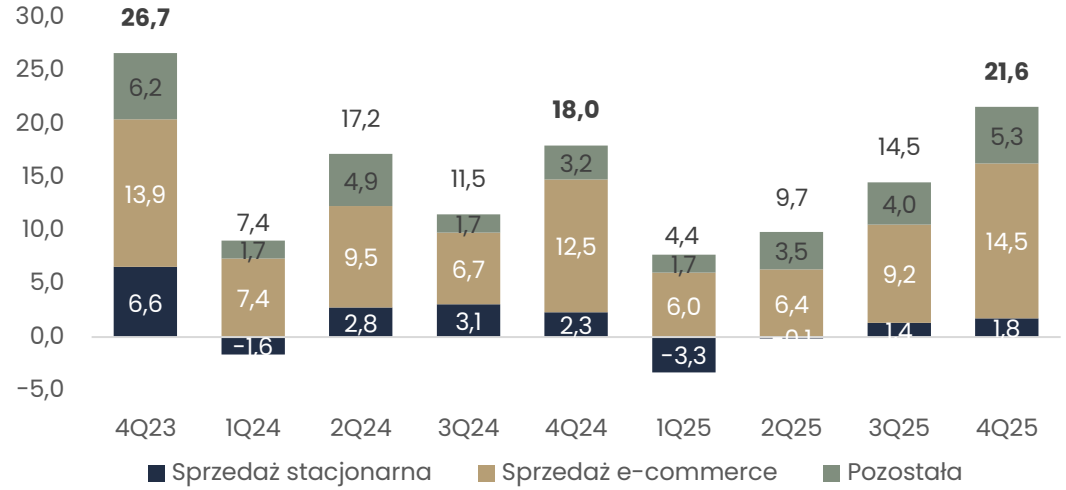
WYNIK EBIT POD PRESJĄ SILNEJ KONKURENCJI

- Istotny wzrost wyniku operacyjnego w kanale e-commerce w 4Q25
- W kanale online utrzymująca się silna presja cenowa ze strony azjatyckich platform handlowych
- Lekki spadek wyników offline wynika z mniejszej liczby salonów oraz utrzymującej się presji kosztowej, sprzedaż pozostaje stabilna

Elegance & Young

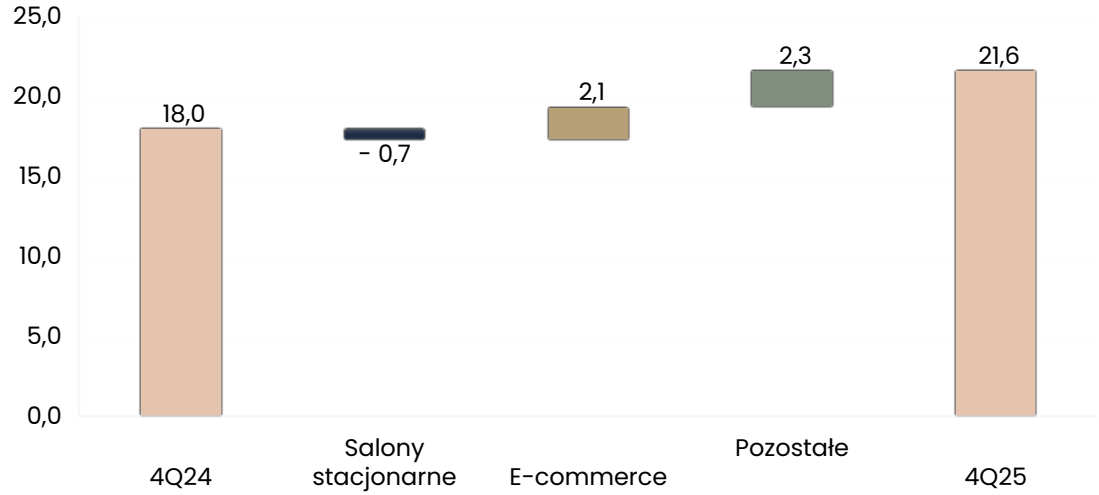
Podział wyniku na działalności podstawowej

(mln PLN, MSSF16)



Zmiana wyniku na działalności podstawowej r/r

(mln PLN, MSSF16)

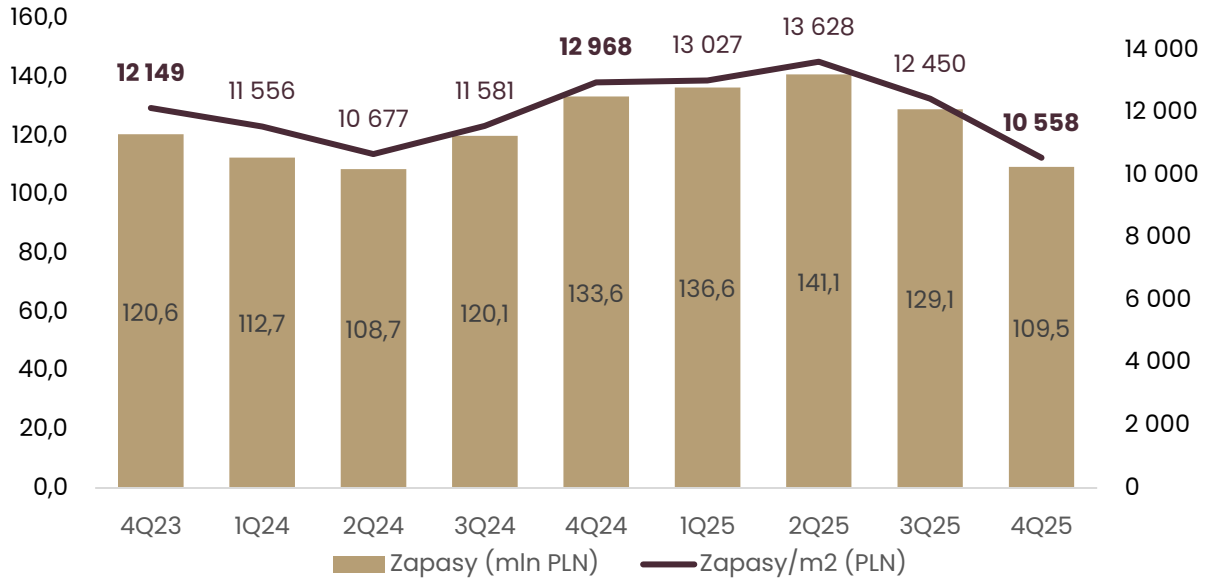


WITTCHEN

OPTYMALIZACJA POZIOMU ZAPASÓW

- Optymalizacja poziomu zapasów względem popytu rynkowego, wsparta efektywną wyprzedażą starszych kolekcji
- Spadek zapasów o 18% r/r
- Spadek zapasów w przeliczeniu na m² o 19% r/r

Zapasy łącznie oraz zapasy w przeliczeniu/m²





Elegance& Young

WITTCHEN

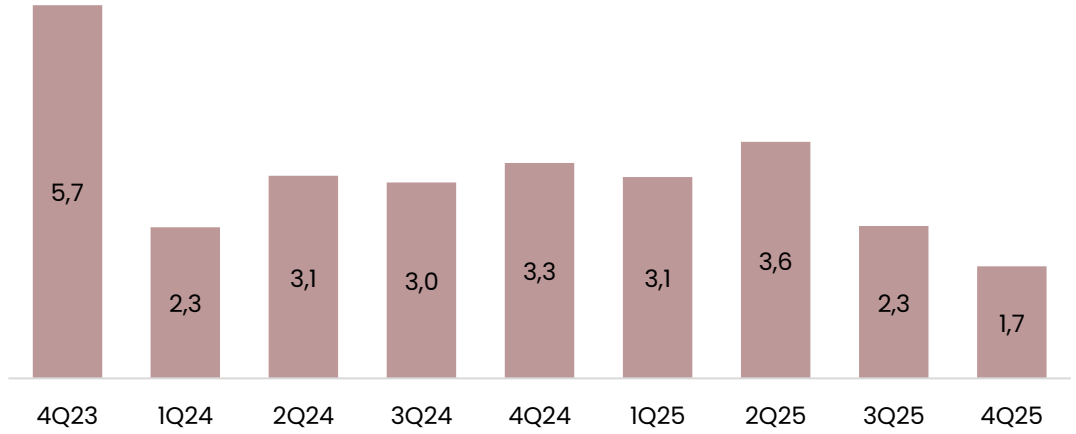
INWESTYCJE I ZADŁUŻENIE

- Wydatki inwestycyjne w 12M25 związane głównie z IT, e-commerce oraz modernizacją salonów stacjonarnych
- Pozytywny wpływ redukcji zadłużenia i kosztów finansowych na cash flow
- Nadwyżka stanu gotówki nad zobowiązaniami finansowymi na koniec 4Q25

Elegance& Young

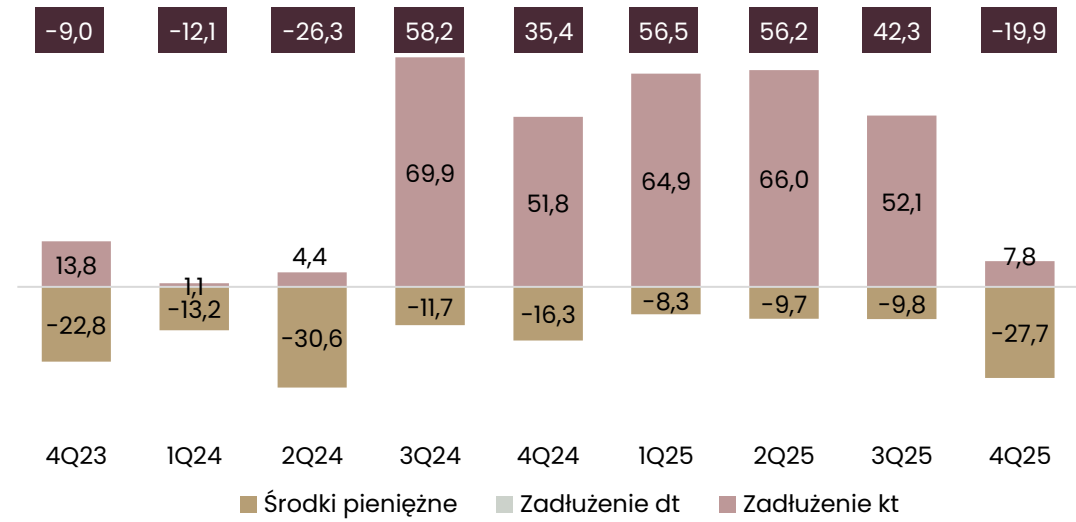
Kwartalne wydatki inwestycyjne

(mln PLN)



Zadłużenie netto

(mln PLN, MSR17)



WITTCHEN

GRUPA WITTCHEN – SPOJRZENIE W PRZYSZŁOŚĆ

01. Sprzedaż pod presją niestabilnego popytu konsumenckiego i silnej konkurencji

02. Dalszy rozwój kanału e-commerce oraz optymalizacja sieci stacjonarnej

03. Ewolucja miksu produktowego: większy udział odzieży i akcesoriów, mniejszy udział walizek

04. Działania na rzecz poprawy efektywności kosztowej Grupy oraz rozbudowa centrum dystrybucyjnego

05. Ryzyko presji kosztowej w związku z sytuacją geopolityczną



04

PYTANIA I ODPOWIEDZI



05

SLAJDY POMOCNICZE

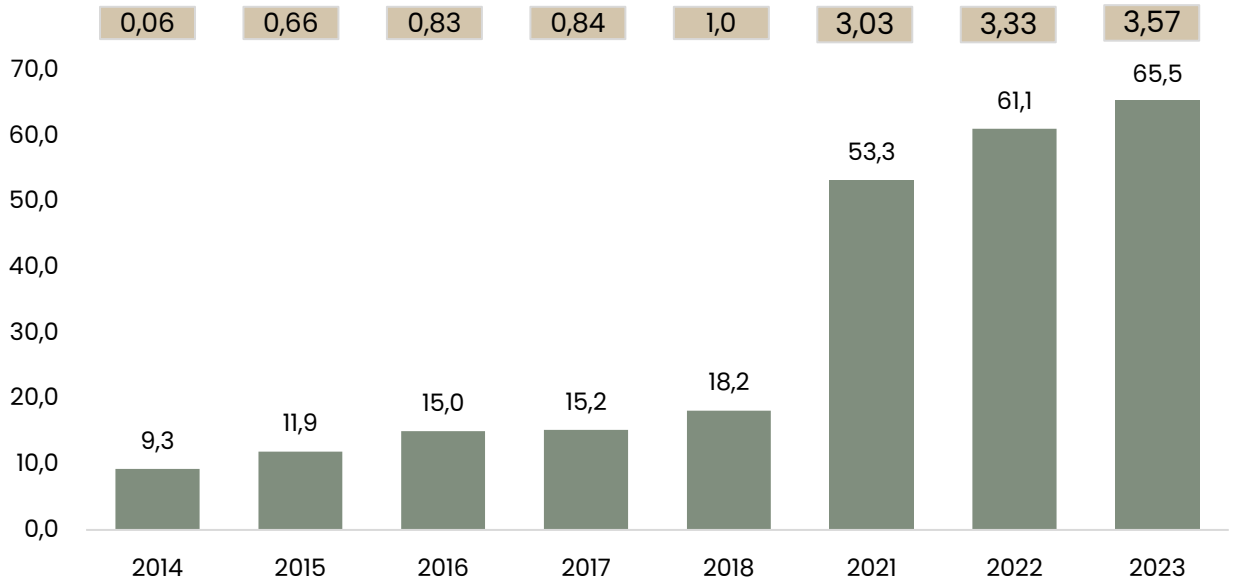


WITTCHEN

WYPŁACANE DYWIDENDY

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

Dywidenda na 1 akcję



- Z początkiem 2026 roku Zarząd zaktualizował politykę dywidendową – nie będzie rekomendować wypłaty dywidendy za lata 2025-2027
- Priorytetem Zarządu jest restrukturyzacja zadłużenia, poprawa rentowności oraz zapewnienie finansowania kluczowych inwestycji



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 8 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	4Q'23	1Q'24	2Q'24	3Q'24	4Q'24	1Q'25	2Q'25	3Q'25	4Q'25
Polska	93	91	91	91	90	89	87	86	86
Czechy	7	7	7	7	7	7	7	6	6
Węgry	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Słowacja	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Rumunia	1	1	1	2	3	3	3	3	3
Niemcy			1	1	1	1	1	1	1
Austria			2	2	2	2	2	2	2
Ukraina (franczyza)	10	10	10	10	8	8	8	8	8
Razem	**115**	**113**	**116**	**117**	**115**	**114**	**112**	**110**	**110**

Liczba sklepów	4Q'23	1Q'24	2Q'24	3Q'24	4Q'24	1Q'25	2Q'25	3Q'25	4Q'25
Salon	95	93	96	96	93	92	89	87	87
Outlet	20	20	20	21	22	22	23	23	23
Stoisko	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Razem	**115**	**113**	**116**	**117**	**115**	**114**	**112**	**110**	**110**

Liczba sklepów	4Q'23	1Q'24	2Q'24	3Q'24	4Q'24	1Q'25	2Q'25	3Q'25	4Q'25
Wittchen	101	99	102	103	101	100	99	97	97
Wittchen Travel	14	14	14	14	14	14	13	13	13
Razem	**115**	**113**	**116**	**117**	**115**	**114**	**112**	**110**	**110**

Liczba sklepów	4Q'23	1Q'24	2Q'24	3Q'24	4Q'24	1Q'25	2Q'25	3Q'25	4Q'25
Własne	105	103	106	107	107	106	104	102	102
Franczyzowe (patronackie)	10	10	10	10	8	8	8	8	8
Razem	**115**	**115**	**116**	**117**	**115**	**114**	**112**	**110**	**110**

WITTCHEN

STABILNA POWIERZCHNIA

m2	4Q'23	1Q'24	2Q'24	3Q'24	4Q'24	1Q'25	2Q'25	3Q'25	4Q'25
Polska	8 006	7 826	7 883	7 918	7 857	8 045	7 911	8 008	8 008
Czechy	629	629	629	629	629	629	629	550	550
Węgry	249	249	249	249	249	249	249	249	249
Słowacja	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Rumunia	73	73	73	225	327	327	327	327	327
Niemcy			158	158	158	158	158	158	158
Austria			216	216	216	216	216	216	216
Ukraina	880	880	880	880	770	770	770	770	770
Razem	**9 929**	**9 749**	**10 180**	**10 367**	**10 298**	**10 486**	**10 352**	**10 370**	**10 370**

m2	4Q'23	1Q'24	2Q'24	3Q'24	4Q'24	1Q'25	2Q'25	3Q'25	4Q'25
Salon	8 119	7 939	8 370	8 404	8 213	8 315	8 081	8 001	8 001
Outlet	1 810	1 810	1 810	1 963	2 086	2 171	2 271	2 369	2 369
Stoisko	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Razem	**9 929**	**9 749**	**10 180**	**10 367**	**10 298**	**10 486**	**10 352**	**10 370**	**10 370**

m2	4Q23	1Q'24	2Q'24	3Q'24	4Q'24	1Q'25	2Q'25	3Q'25	4Q'25
Wittchen	8 799	8 619	9 050	9 237	9 168	9 356	9 302	9 320	9 320
Wittchen Travel	1 130	1 130	1 130	1 130	1 130	1 130	1 050	1 050	1 050
Razem	**9 929**	**9 749**	**10 180**	**10 367**	**10 298**	**10 486**	**10 352**	**10 370**	**10 370**

m2	4Q'23	1Q'24	2Q'24	3Q'24	4Q'24	1Q'25	2Q'25	3Q'25	4Q'25
Własne	9 049	8 869	9 300	9 487	9 528	9 716	9 582	9 600	9 600
Franczyzowe (patronackie)	880	880	880	880	770	770	770	770	770
Razem	**9 929**	**9 749**	**10 180**	**10 367**	**10 298**	**10 486**	**10 352**	**10 370**	**10 370**

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

KWARTALNE WYNIKI FINANSOWE

mln PLN	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25
Przychody	132,3	93,0	112,8	115,3	133,1	93,8	112,2	119,8	151,1
Zysk brutto na sprzedaży	85,8	59,3	70,0	69,2	81,8	58,1	68,3	74,8	92,9
Marża (%)	64,9%	63,81%	62,1%	60,1%	61,47%	61,96%	60,9%	62,4%	61,5%
Koszty SG&A	59,1	51,9	52,8	57,7	63,8	53,7	58,6	60,3	71,2
Pozostała działalność operacyjna	-0,9	-0,6	-0,7	0,0	-1,2	-0,5	-0,3	-1,4	-0,3
Zysk operacyjny	25,8	6,9	16,5	11,5	16,8	3,9	9,4	13,1	21,3
Marża (%)	19,5%	7,40%	14,7%	10,0%	12,59%	4,21%	8,4%	11,0%	14,1%
Działalność finansowa netto	-0,2	-0,9	-0,8	-0,7	-3,4	2,1	-1,4	-1,6	-1,4
Podatek	-5,3	-1,1	-4,0	-2,2	-3,5	-1,8	-2,5	-2,6	-3,2
Zysk netto	20,7	4,9	11,8	8,7	9,9	4,2	5,4	8,9	16,7
EBITDA	33,7	14,1	24,4	19,3	24,9	11,8	17,5	21,3	29,4
Marża (%)	25,0%	15,20%	21,7%	16,8%	18,71%	12,62%	15,6%	17,8%	19,5%

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

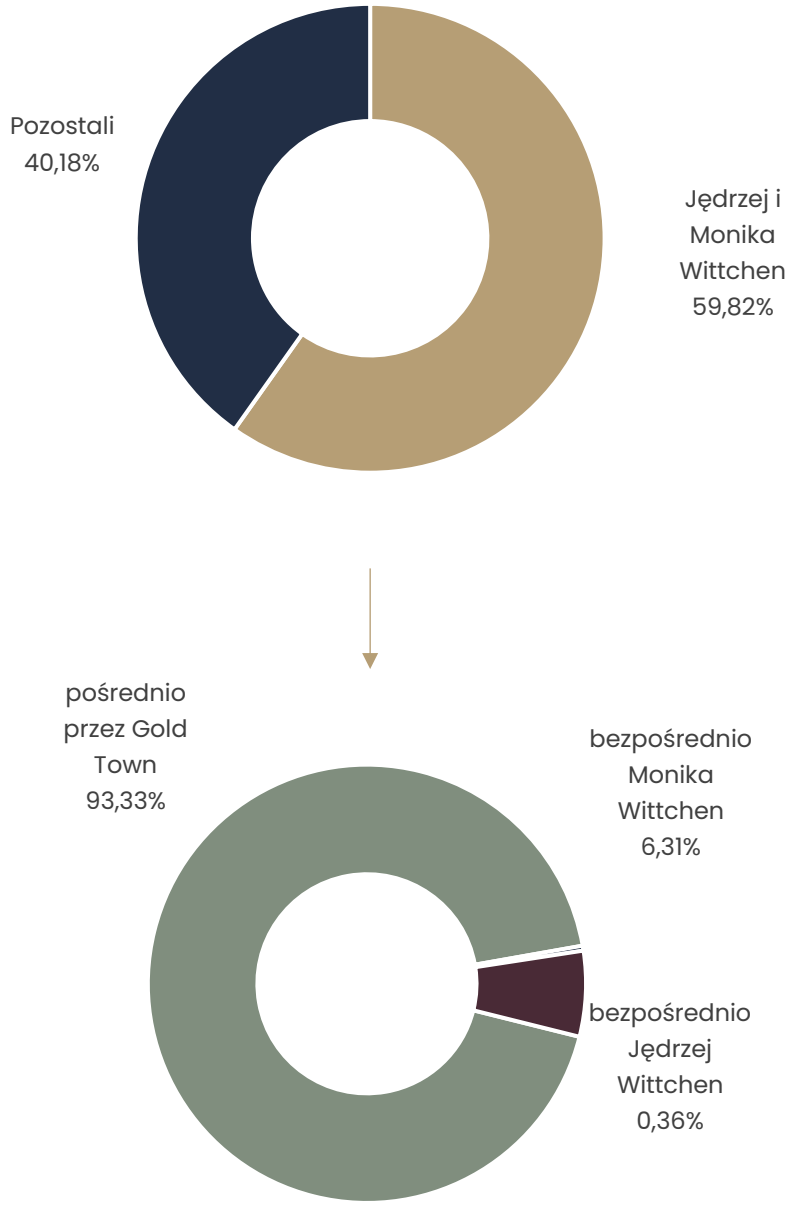
	4Q24	4Q25
Aktywa trwałe	**157,0**	**160,3**
rzeczowe aktywa trwałe	73,5	73,1
aktywa niematerialne i goodwill	29,2	29,9
aktywa z tytułu prawa do użytkowania	50,7	54,1
Aktywa obrotowe	**193,5**	**183,9**
zapasy	133,6	109,5
należności handlowe	41,3	41,1
środki pieniężne	16,3	27,7
Aktywa	**350,4**	**344,2**

Kapitał własny	**185,8**	**221,1**
Zobowiązania długoterminowe	**45,9**	**42,4**
zobowiązania odsetkowe	0,0	0,0
zobowiązania z tytułu leasingu (MSSF16)	40,9	37,5
rozliczenia międzyokresowe	4,9	4,7
Zobowiązania krótkoterminowe	**118,8**	**80,7**
zobowiązania podatkowe	51,8	7,8
zobowiązania z tytułu leasingu (MSSF16)	11,4	17,8
zobowiązania handlowe	53,3	52,6
Kapitały własne i zobowiązania	**350,4**	**344,2**

FIRMA RODZINNA, STABILNY AKCJONARIAT

Stan na 22 maja 2025 r.	Liczba akcji/głosów	% udział
Jędrzej i Monika Wittchen	11 051 244	59,82%
pośrednio przez Gold Town	10 313 776	55,83%
bezpośrednio Jędrzej Wittchen	40 160	0,22%
bezpośrednio Monika Wittchen	697 308	3,77%
Pozostali (free-float)	7 421 918	40,18%
Razem	**18 473 162**	**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
marcin.szygula@wittchen.com
tel.: +48 882 434 150

