

WITTCHEN

PREZENTACJA WYNIKÓW ZA 2Q 2026

25 września 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 2 kwartał 2026 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

8
własnych e-sklepów, obecność na wiodących platformach marketplace

57,4%
sprzedaży 06M26

660 tys.
zrealizowanych zamówień w 06M26, tj. +4% sprzedanych sztuk produktów r/r

SPRZEDAŻ OFF-LINE

Salony tradycyjne pod markami Wittchen i Wittchen Travel

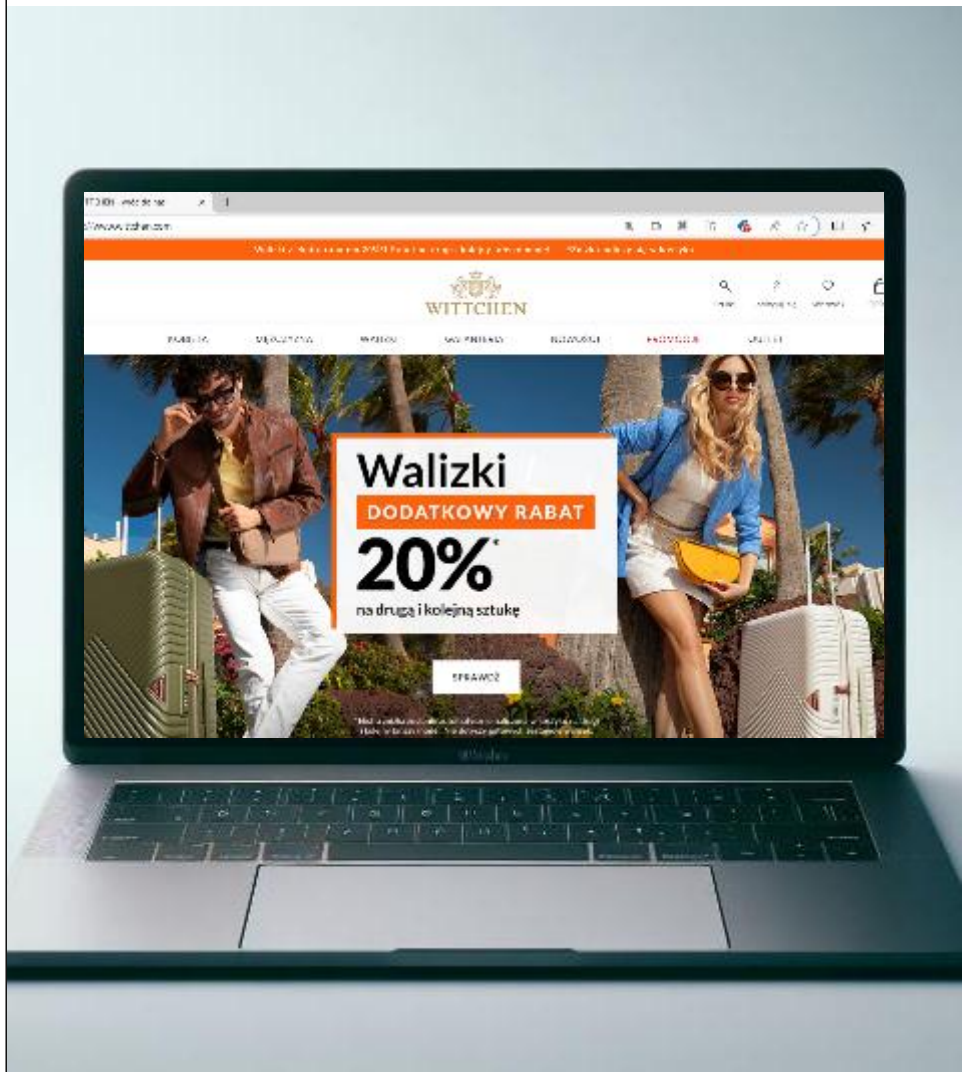
10 046 m2 (-306 m2 r/r)
105 salonów na koniec 2Q26 (-7 r/r): 82 w Polsce, 5 w Czechach, 3 na Węgrzech, 1 na Słowacji, 3 w Rumunii, 2 w Austrii, 1 w Niemczech oraz 8 franczyzowych w Ukrainie.

31,3%
sprzedaży 06M26

POZOSTAŁA SPRZEDAŻ

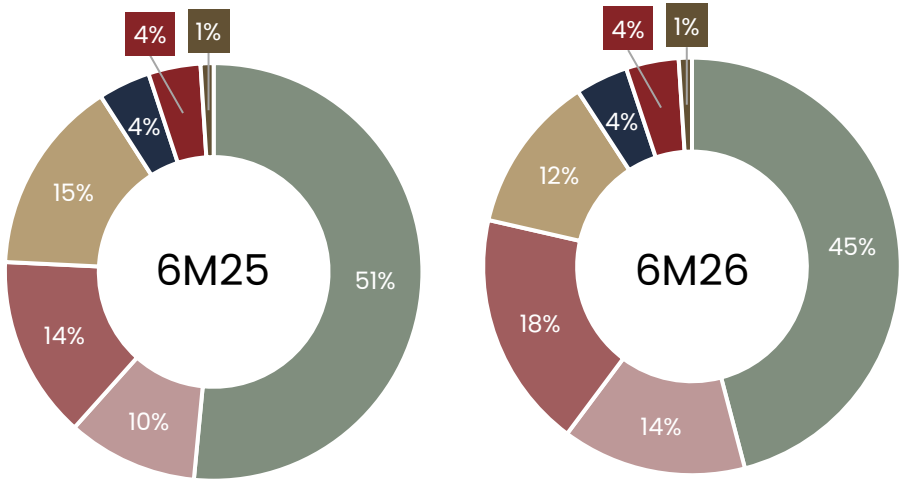
Klienci biznesowi, hurt

11,3%
sprzedaży 06M26



WITTCHEN

STRUKTURA SPRZEDAŻY - PODZIAŁ ASORTYMENTOWY



Walizki
Torby i plecaki „Free on Board”, teczki, saszetki, kosmetyczki
Ubrania i dodatki
Torebki
Portfele
Pozostałe
Usługi

Segment walizek pozostaje pod silną presją cenową wynikającą z dużej konkurencji.

Wzmocnieniem kategorii bagażu są torby i plecaki „Free on Board” oraz akcesoria podróżne.

Odzież i dodatki wzmacniają dywersyfikację miksu produktowego.



Elegance & Young

02

WYNIKI FINANSOWE



WITTCHEN

WYNIKI 2Q I 6M 2026

- Sprzedaż niższa o 6,7% r/r w 2Q26 oraz o 7,5% r/r w 6M26
- Utrzymanie marży brutto na poziomie powyżej 60% w 6M26
- Wzrost kosztów operacyjnych, związany m.in. z wyższymi kosztami logistyki (wysoki poziom zwrotów w kategorii odzież) oraz działań marketingowych
- Efekt dźwigni operacyjnej – spadek sprzedaży tej skali przy wysokich kosztach stałych przekłada się na znaczący spadek rentowności

mln PLN, MSSF 16	2Q26	2Q25	r/r	6M26	6M25	r/r
Przychody	**104,7**	**112,2**	**-6,7%**	**190,5**	**205,9**	**-7,5%**
Marża brutto (%)	59,8%	60,9%	-1,1 p.p.	60,8%	61,4%	-0,6 p.p.
Koszty SG&A	60,7	58,6	3,6%	118,0	112,3	5,1%
Koszty jako % sprzedaży	58,0%	52,2%	5,8 p.p.	62,0%	54,5%	7,5 p.p.
Zysk operacyjny	**1,8**	**9,4**	**-81,1%**	**-1,6**	**13,4**	**-**
Marża operacyjna (%)	1,7%	8,4%	-6,7 p.p.	-0,8%	6,5%	-7,3 p.p.
Zysk netto	0,4	5,4	-92,2%	-4,7	9,7	-
EBITDA	**9,9**	**17,5**	**-43,6%**	**14,6**	**29,3**	**-50,3%**
Marża EBITDA (%)	9,4%	15,6%	-6,2 p.p.	7,6%	14,2%	-6,6 p.p.

Rentowność pod presją niższej sprzedaży i wysokich kosztów operacyjnych

WITTCHEN

STABILNA SPRZEDAŻ ONLINE W 2Q26

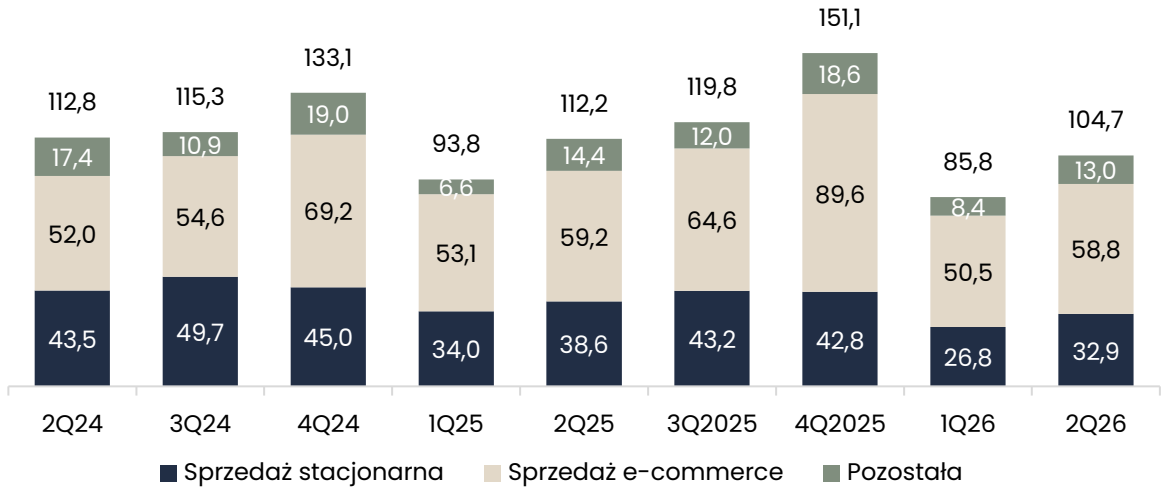
Łączny spadek sprzedaży w 2Q26 o 6,7% r/r:

- Stabilna sprzedaż e-commerce (-0,6% r/r)
- Niższa sprzedaż w salonach (-14,7 % r/r) oraz w segmencie B2B (-10,1% r/r)

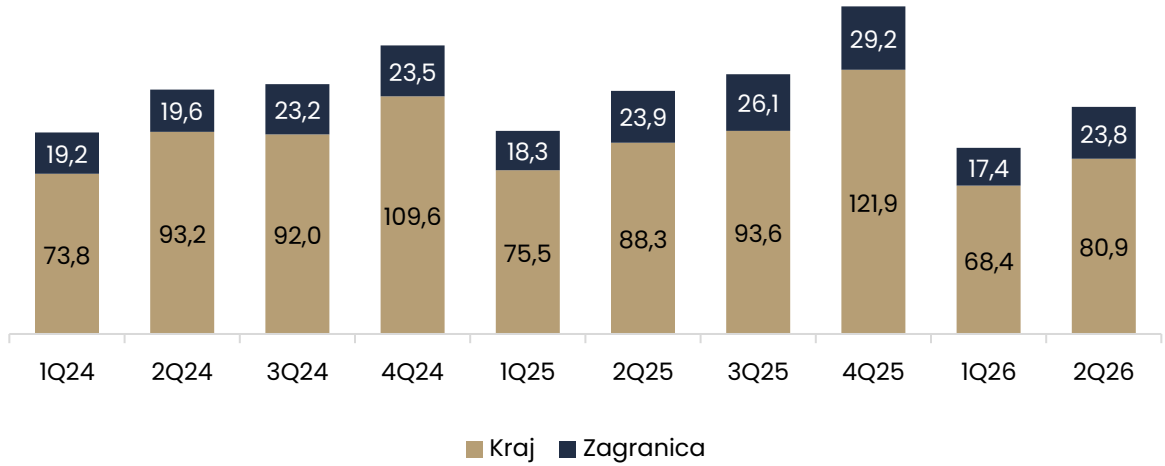
- Stabilna sprzedaż zagraniczna (-0,1% r/r)
- Udział sprzedaży zagranicznej: 23% w 2Q26 wobec 21% w 2Q25

Elegance& Young

Kwartalna sprzedaż
(mln PLN)



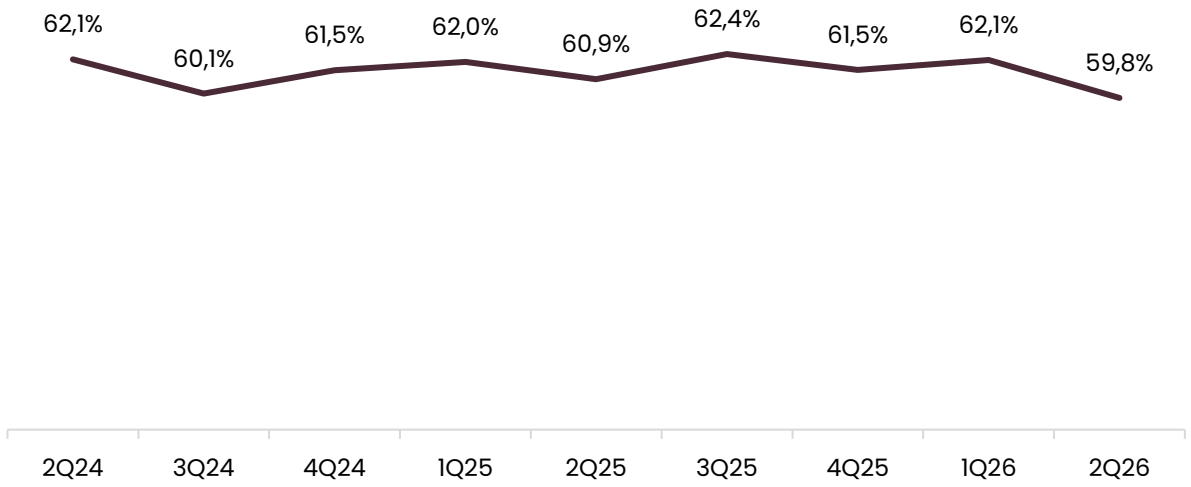
Kwartalna sprzedaż
(mln PLN)



WITTCHEN

MARŻA BRUTTO NA SPRZEDAŻY

Kwartalna marża brutto na sprzedaży



- Utrzymanie marży brutto na sprzedaży powyżej 60% w 6M26
- Utrzymująca się presja cenowa wpływająca na poziom marży w 2Q26
- Wrażliwość popytu konsumenckiego i presja kosztowa

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

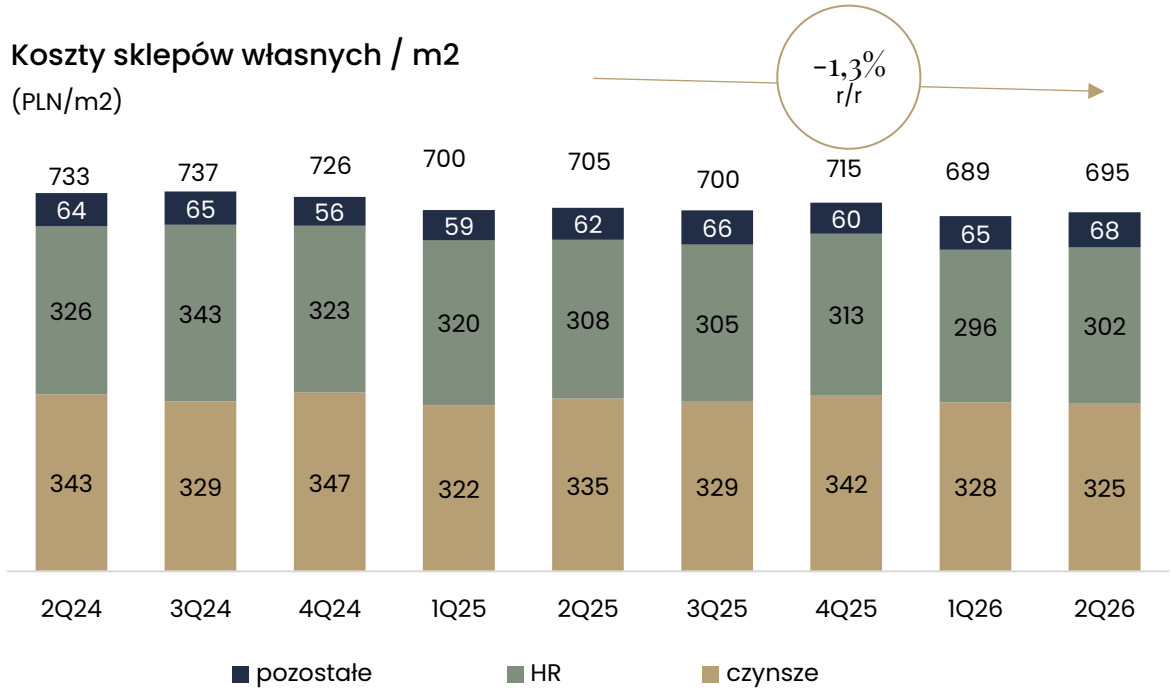
Marża brutto
w całym półroczu
60,8%

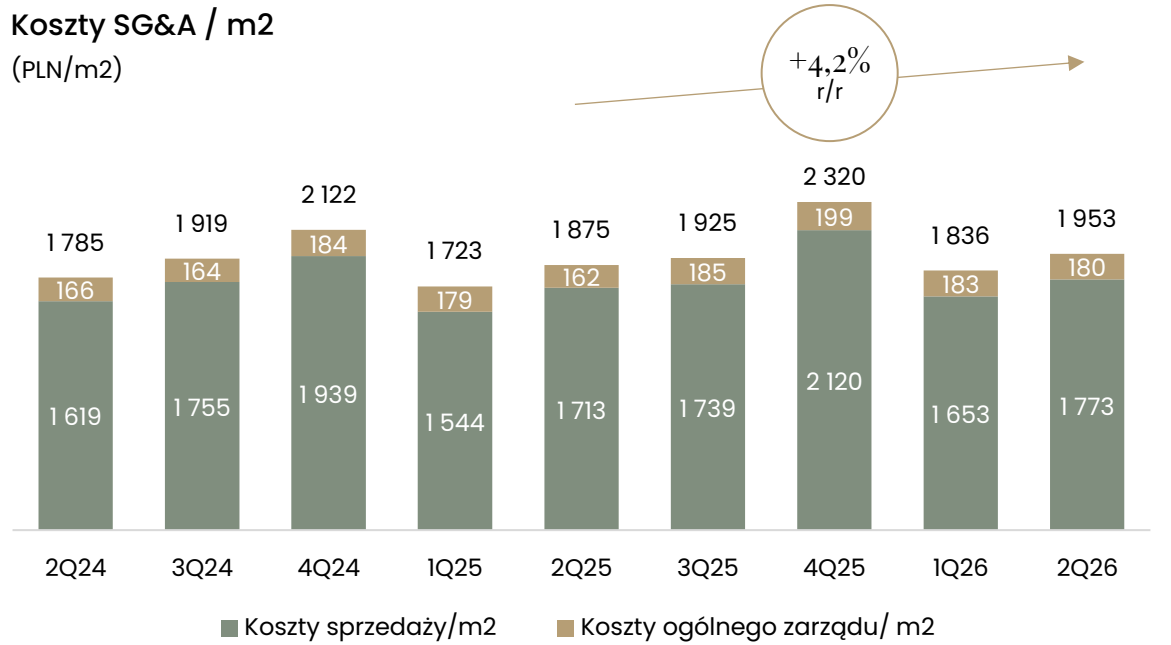
WITTCHEN

WZROST KOSZTÓW SPRZEDAŻY

- Koszty sklepów własnych / m² - spadek w 2Q26 o 1,3% r/r:
  - spadek kosztów najmu powierzchni (-2,8% r/r)
  - spadek kosztów HR/m² (-2,0% r/r) - większa powierzchnia sklepów po relokacjach i stabilizacja dynamiki wynagrodzeń
  - wzrost pozostałych kosztów sklepów/m² o 10,2% r/r
- Wzrost o 3,5% r/r kosztów sprzedaży/m2
- Wyższe o 4,2% r/r koszty SG&A/m2

Elegance & Young





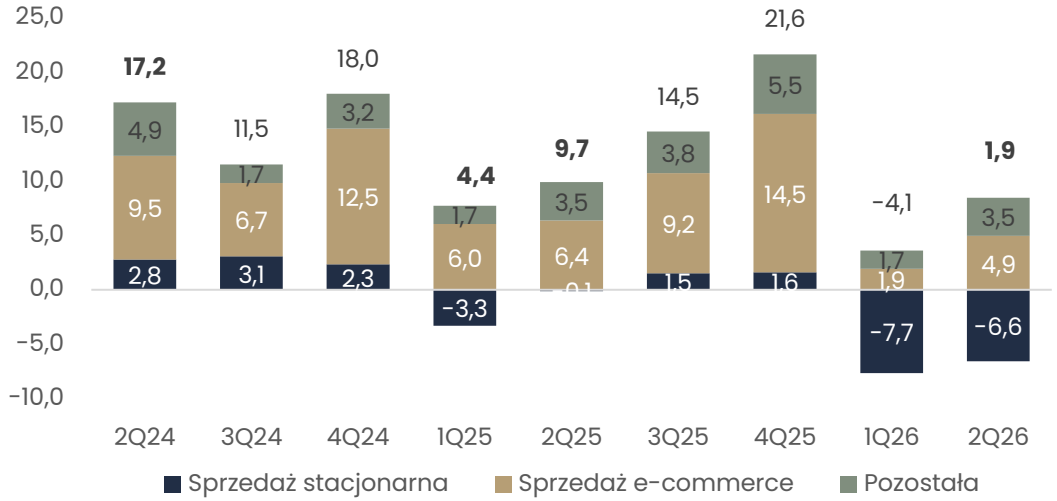
WITTCHEN

WYNIK EBIT POD PRESJĄ

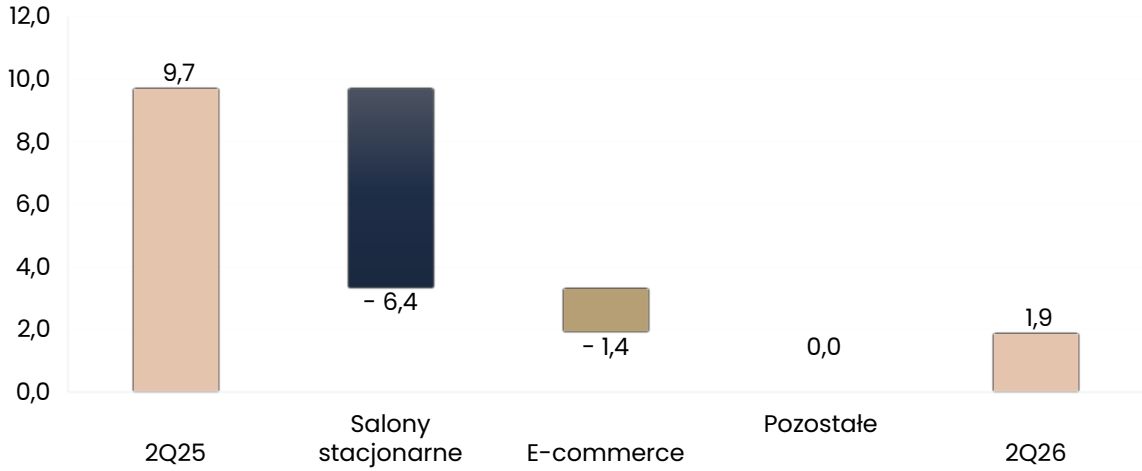
- Pogorszenie rentowności sieci stacjonarnej na skutek niższej sprzedaży przy wysokich kosztach stałych
- W kanale online utrzymująca się presja cenowa ze strony azjatyckich platform
- Na wynik EBIT wpływały również czynniki zewnętrzne, w tym sytuacja geopolityczna, warunki pogodowe oraz zmienne otoczenie konsumenckie

Elegance & Young

Podział wyniku na działalności podstawowej
(mln PLN, MSSF16)



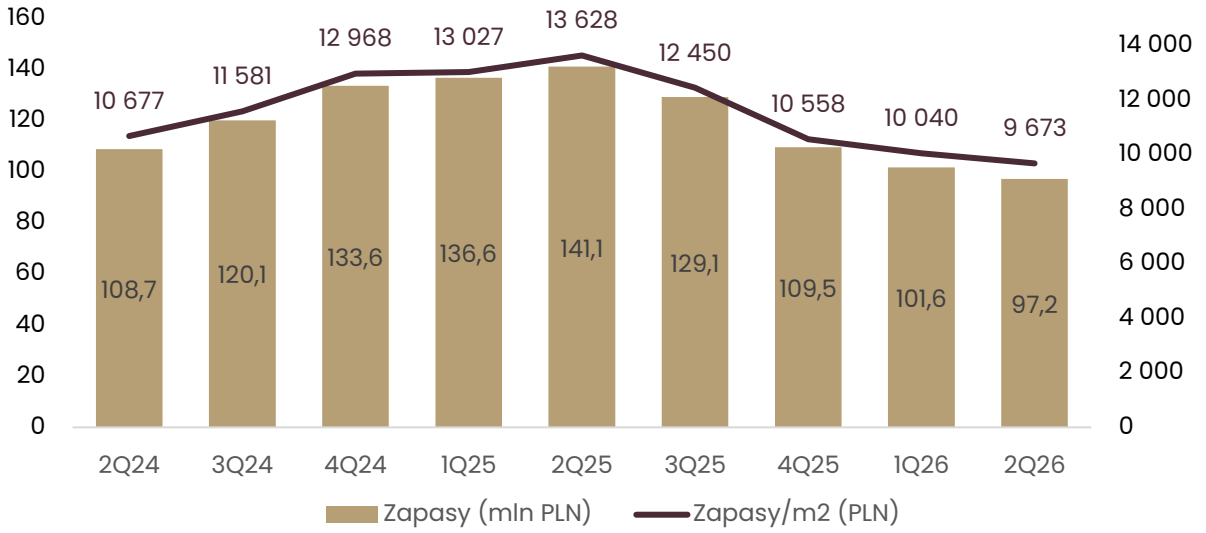
Zmiana wyniku na działalności podstawowej r/r
(mln PLN, MSSF16)



ZMNIEJSZENIE POZIOMU ZAPASÓW

- Dostosowanie poziomu zapasów do bieżącego popytu oraz wyprzedaż starszych kolekcji przełożyły się na poprawę rotacji towaru
- Zmniejszenie poziomu zapasów o 31% r/r
- Zapasy w przeliczeniu na m^2 zmalały o 30% r/r
- Przestrzeń do wprowadzenia nowych kolekcji i ponownego zwiększenia zapasów w celu zapewnienia optymalnej dostępności produktów

Zapasy łącznie oraz zapasy w przeliczeniu/m^2





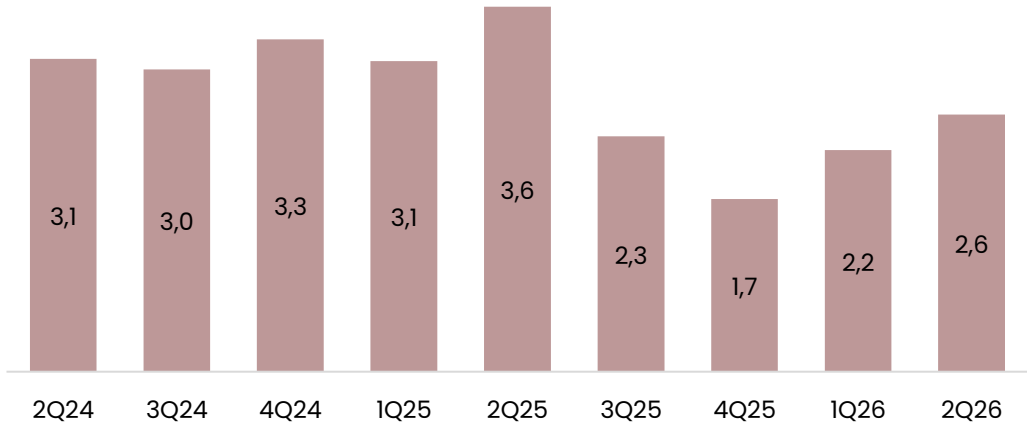
WITTCHEN

INWESTYCJE I ZADŁUŻENIE

- W 2Q26 stabilne nakłady inwestycyjne, związane głównie z IT, e-commerce oraz modernizacją salonów stacjonarnych
- Rozpoczęcie rozbudowy centrum logistycznego planowane w 4Q26
- Brak zobowiązań kredytowych na koniec 2Q26
- Środki pieniężne na koniec 2Q26 na poziomie 20,5 mln PLN

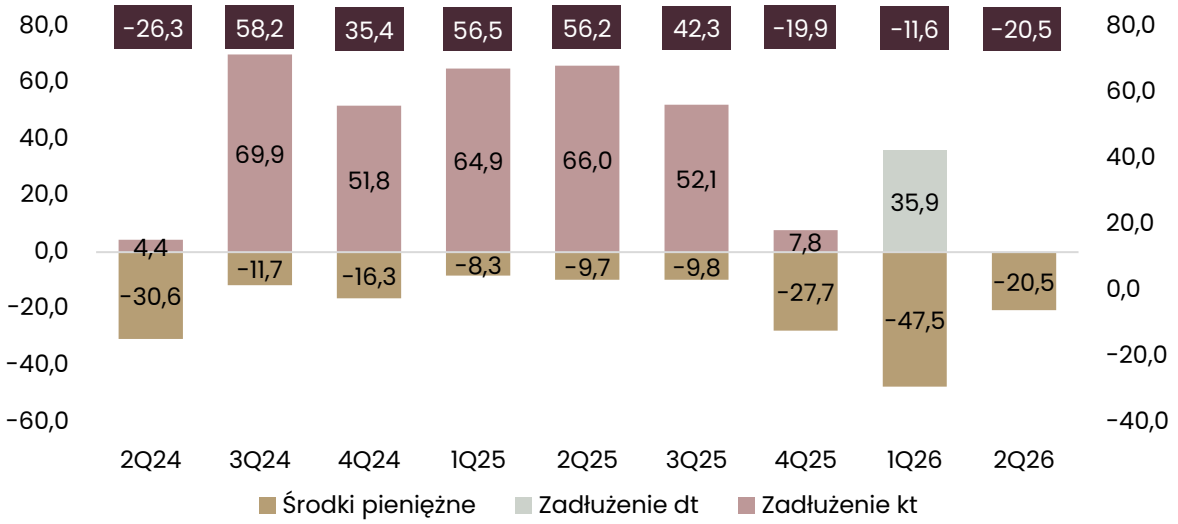
Kwartalne wydatki inwestycyjne

(mln PLN)



Zadłużenie netto

(mln PLN, MSR17)



Elegance Young

WITTCHEN

GRUPA WITTCHEN PODSUMOWANIE

01. Sprzedaż pod presją słabszego popytu i konkurencji

02. Rozwój kanału e-commerce i optymalizacja sieci stacjonarnej

03. Ewolucja oferty produktowej, nowe kolekcje na sezon jesień-zima 2026

04. Ryzyko presji kosztowej w związku z sytuacją geopolityczną

05. Przygotowanie do rozbudowy centrum logistycznego



WITTCHEN

04

PYTANIA I ODPOWIEDZI



05

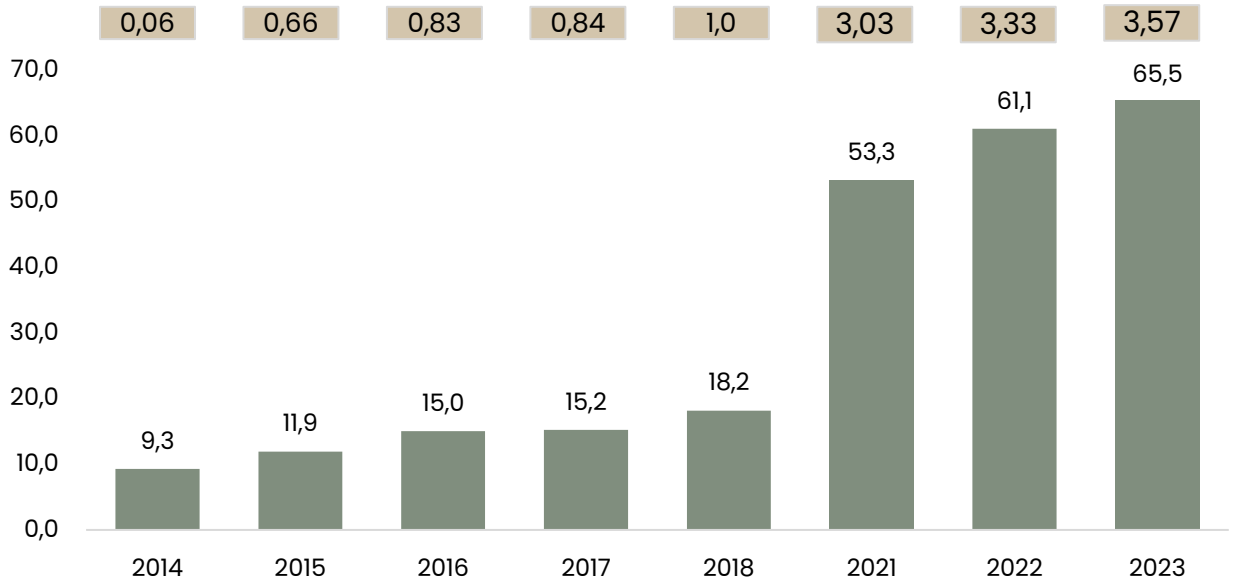
SLAJDY POMOCNICZE



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 poprawa rentowności oraz zapewnienie finansowania kluczowych inwestycji



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



WITTCHEN

LICZBA SKLEPÓW

Liczba sklepów	2Q'24	3Q'24	4Q'24	1Q'25	2Q'25	3Q'25	4Q'25	1Q'26	2Q'26
Polska	91	91	90	89	87	86	86	82	82
Czechy	7	7	7	7	7	6	6	6	5
Węgry	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Słowacja	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Rumunia	1	2	3	3	3	3	3	3	3
Niemcy	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Austria	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Ukraina (franczyza)	10	10	8	8	8	8	8	8	8
Razem	**116**	**117**	**115**	**114**	**112**	**110**	**110**	**106**	**105**

Liczba sklepów	2Q'24	3Q'24	4Q'24	1Q'25	2Q'25	3Q'25	4Q'25	1Q'26	2Q'26
Salon	96	96	93	92	89	87	87	85	84
Outlet	20	21	22	22	23	23	23	21	21
Stoisko	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Razem	**116**	**117**	**115**	**114**	**112**	**110**	**110**	**106**	**105**

Liczba sklepów	2Q'24	3Q'24	4Q'24	1Q'25	2Q'25	3Q'25	4Q'25	1Q'26	2Q'26
Wittchen	102	103	101	100	99	97	97	96	95
Wittchen Travel	14	14	14	14	13	13	13	10	10
Razem	**116**	**117**	**115**	**114**	**112**	**110**	**110**	**106**	**105**

Liczba sklepów	2Q'24	3Q'24	4Q'24	1Q'25	2Q'25	3Q'25	4Q'25	1Q'26	2Q'26
Własne	106	107	107	106	104	102	102	98	97
Franczyzowe (patronackie)	10	10	8	8	8	8	8	8	8
Razem	**116**	**117**	**115**	**114**	**112**	**110**	**110**	**106**	**105**

WITTCHEN

POWIERZCHNIA SKLEPÓW

m2	2Q'24	3Q'24	4Q'24	1Q'25	2Q'25	3Q'25	4Q'25	1Q'26	2Q'26
Polska	7 883	7 918	7 857	8 045	7 911	8 008	8 008	7 759	7 759
Czechy	629	629	629	629	629	550	550	550	475
Węgry	249	249	249	249	249	249	249	249	249
Słowacja	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Rumunia	73	225	327	327	327	327	327	327	327
Niemcy	158	158	158	158	158	158	158	158	158
Austria	216	216	216	216	216	216	216	216	216
Ukraina	880	880	770	770	770	770	770	770	770
Razem	**10 180**	**10 367**	**10 298**	**10 486**	**10 352**	**10 370**	**10 370**	**10 121**	**10 046**

m2	2Q'24	3Q'24	4Q'24	1Q'25	2Q'25	3Q'25	4Q'25	1Q'26	2Q'26
Salon	8 370	8 404	8 213	8 315	8 081	8 001	8 001	7 902	7 827
Outlet	1 810	1 963	2 086	2 171	2 271	2 369	2 369	2 219	2 219
Stoisko	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Razem	**10 180**	**10 367**	**10 298**	**10 486**	**10 352**	**10 370**	**10 370**	**10 121**	**10 046**

m2	2Q'24	3Q'24	4Q'24	1Q'25	2Q'25	3Q'25	4Q'25	1Q'26	2Q'26
Wittchen	9 050	9 237	9 168	9 356	9 302	9 320	9 320	9 282	9 207
Wittchen Travel	1 130	1 130	1 130	1 130	1 050	1 050	1 050	839	839
Razem	**10 180**	**10 367**	**10 298**	**10 486**	**10 352**	**10 370**	**10 370**	**10 121**	**10 046**

m2	2Q'24	3Q'24	4Q'24	1Q'25	2Q'25	3Q'25	4Q'25	1Q'26	2Q'26
Własne	9 300	9 487	9 528	9 716	9 582	9 600	9 600	9 351	9 276
Franczyzowe (patronackie)	880	880	770	770	770	770	770	770	770
Razem	**10 180**	**10 367**	**10 298**	**10 486**	**10 352**	**10 370**	**10 370**	**10 121**	**10 046**

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	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26	2Q26
Przychody	112,8	115,3	133,1	93,8	112,2	119,8	151,1	85,8	104,7
Zysk brutto na sprzedaży	70,0	69,2	81,8	58,1	68,3	74,8	92,9	53,3	62,6
Marża (%)	62,1%	60,1%	61,47%	61,96%	60,9%	62,4%	61,5%	62,1%	59,8%
Koszty SG&A	52,8	57,7	63,8	53,7	58,6	60,3	71,2	57,3	60,7
Pozostała działalność operacyjna	-0,7	0,0	-1,2	-0,5	-0,3	-1,4	-0,3	0,7	-0,1
Zysk operacyjny	16,5	11,5	16,8	3,9	9,4	13,1	21,3	-3,4	1,8
Marża (%)	14,7%	10,0%	12,59%	4,21%	8,4%	11,0%	14,1%	-3,9%	1,7%
Działalność finansowa netto	-0,8	-0,7	-3,4	2,1	-1,4	-1,6	-1,4	-1,4	-1,1
Podatek	-4,0	-2,2	-3,5	-1,8	-2,5	-2,6	-3,2	-0,3	-0,2
Zysk netto	11,8	8,7	9,9	4,2	5,4	8,9	16,7	-5,1	0,4
EBITDA	24,4	19,3	24,9	11,8	17,5	21,3	29,4	4,7	9,9
Marża (%)	21,7%	16,8%	18,71%	12,62%	15,6%	17,8%	19,5%	5,5%	9,4%

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.

Elegance & Young

BILANS

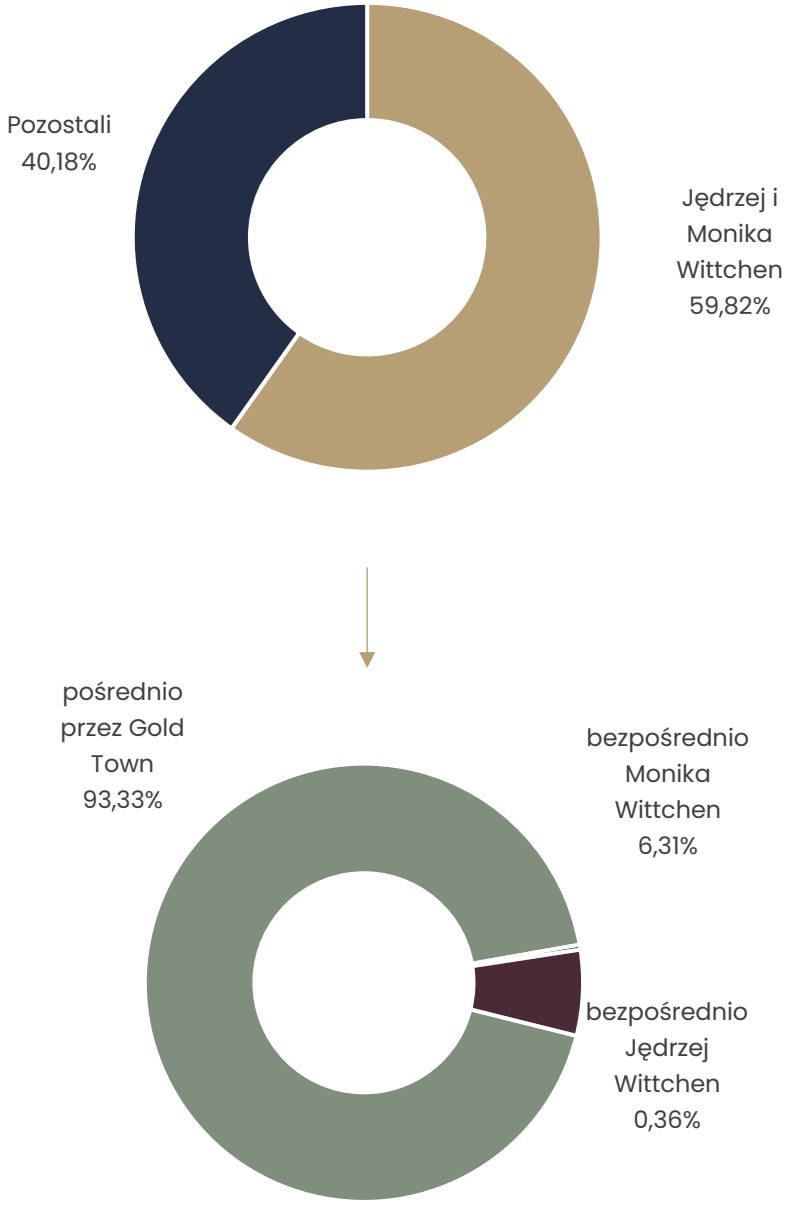
	2Q25	2Q26
Aktywa trwałe	**170,8**	**161,3**
rzeczowe aktywa trwałe	74,9	71,7
aktywa niematerialne i goodwill	29,2	30,3
aktywa z tytułu prawa do użytkowania	63,7	56,7
Aktywa obrotowe	**206,7**	**168,8**
zapasy	141,1	97,2
należności handlowe	51,9	43,1
środki pieniężne	9,7	20,5
Aktywa	**377,5**	**330,1**

Kapitał własny	**195,6**	**215,8**
Zobowiązania długoterminowe	**53,0**	**45,6**
zobowiązania odsetkowe	0,0	0,0
zobowiązania z tytułu leasingu (MSSF16)	48,0	40,8
rozliczenia międzyokresowe	4,8	4,6
Zobowiązania krótkoterminowe	**128,9**	**68,7**
zobowiązania odsetkowe	66,2	0,0
zobowiązania z tytułu leasingu (MSSF16)	16,5	18,5
zobowiązania handlowe	43,8	47,5
Kapitały własne i zobowiązania	**377,5**	**330,1**

FIRMA RODZINNA, STABILNY AKCJONARIAT

Stan na 30 czerwca 2026r.	Liczba akcji/głosów	% udział
Jędrzej i Monika Wittchen	11 051 244	59,82%
pośrednio poprzez Fundację Rodziny Wittchen Fundację Rodzinną	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.



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
wittchen@nbs.com.pl

