



Wyniki za 2016

kwiecień 2017

Oświadczenie

Niniejsza prezentacja („Prezentacja”) została przygotowana przez ESOTIQ & Henderson SA ("Spółka") z należytą starannością. Może ona jednak posiadać pewne nieścisłości lub pominięcia. Prezentacja nie zawiera kompletnej ani całościowej analizy finansowej Spółki, jak również nie przedstawia jej pozycji i perspektyw w kompletny ani całościowy sposób. Dlatego zaleca się, aby każda osoba zamierzająca podjąć decyzję inwestycyjną odnośnie Spółki opierała się na informacjach ujawnionych w oficjalnych raportach sporządzonych i opublikowanych zgodnie z przepisami prawa obowiązującymi Spółkę. Prezentacja została sporządzona wyłącznie w celach informacyjnych i nie stanowi oferty kupna bądź sprzedaży instrumentów finansowych.

Prezentacja może zawierać stwierdzenia dotyczące przyszłości, jednak nie mogą być one odbierane jako projekcje przyszłych wyników Spółki. Stwierdzenia dotyczące przyszłych wyników finansowych nie stanowią gwarancji, że takie wyniki zostaną osiągnięte. Oczekiwania Zarządu Spółki są oparte na bieżącej wiedzy i są zależne od szeregu czynników, które mogą powodować, że faktyczne wyniki będą w sposób istotny różnić się od wyników opisanych w tym dokumencie. Wiele spośród tych czynników pozostaje poza świadomością i kontrolą Spółki czy też możliwością ich przewidzenia.

Spółka, jej dyrektorzy, członkowie kierownictwa, doradcy i przedstawiciele takich osób nie ponoszą żadnej odpowiedzialności z jakiegokolwiek powodu wynikającego z dowolnego wykorzystania niniejszej Prezentacji. Ponadto, żadne informacje zawarte w Prezentacji nie stanowią zobowiązania ani oświadczenia ze strony Spółki, jej kierownictwa czy dyrektorów, doradców lub przedstawicieli takich osób. Stwierdzenia zawarte w Prezentacji wyrażają stanowisko Spółki na dzień sporządzenia Prezentacji. Nie muszą być prawdziwe dla kolejnych okresów. Spółka nie podejmuje żadnego zobowiązania do publikowania korekt czy aktualizacji stwierdzeń zawartych w Prezentacji w celu odzwierciedlenia zmian zaistniałych po dacie sporządzenia Prezentacji.

Agenda

Najważniejsze wydarzenia

Wyniki 2016

Plany 2017

Materiały pomocnicze



Ponad 300 sklepów w 4 krajach

stan na koniec 2016

salony

GRUPA E&H 304 +31

ESOTIQ 276 +22

FEMESTAGE 28 +11

EVA MINGE 0 -2

FRANCZYZA 241 +29

WŁASNE 63 +2

POLSKA 279 +12

ZAGRANICA 25 +19

powierzchnia

GRUPA E&H 20 056 m² +14%



Najważniejsze wydarzenia 2016 roku



Otwarcie sklepów franczyzowych ESOTIQ i Femestage na Ukrainie.



Nowe zapachy perfum sygnowane przez Joannę Krupę, dostępne także w sieci Rossmann.

KWIECIEŃ

SIERPIEŃ

WRZESIEŃ

PAŹDZIERNIK

2016



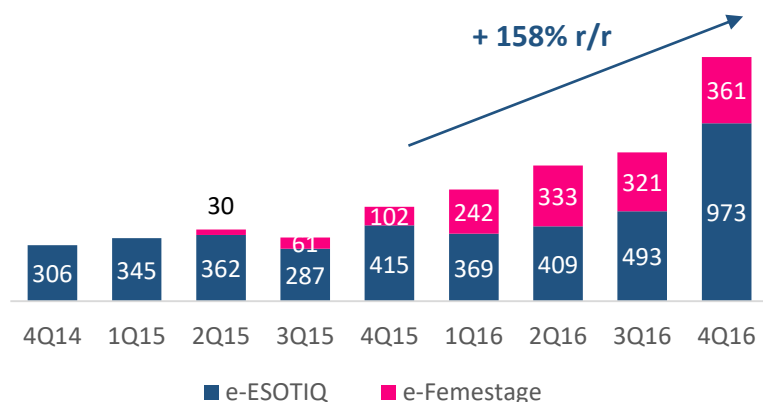
Pierwsze sklepy franczyzowe ESOTIQ na Białorusi.



Złożenie planu podziału grupy kapitałowej do Sądu w Gdańsku.

Trzycyfrowy wzrost sprzedaży on-line

PRZYCHODY E-SKLEPÓW (tys. PLN)



- W 4Q16 przychody z e-sklepu marki ESOTIQ w Polsce wzrosły o 135% r/r.
- W 4Q16 przychody e-sklepu marki Femestage w Polsce wzrosły o 254% r/r.

DANE SKLEPÓW INTERNETOWYCH ZA 4Q16

	ESOTIQ PL	r/r
Użytkownicy	398 387	+40%
Liczba odston	5 422 532	+11%
	Femestage	r/r
Użytkownicy	132 404	+187%
Liczba odston	1 636 072	+234%

Nasze sklepy on-line

www.esotiq.com

de.esotiq.com

www.femestage.com

www.henderson.pl

www.finalsale.pl.

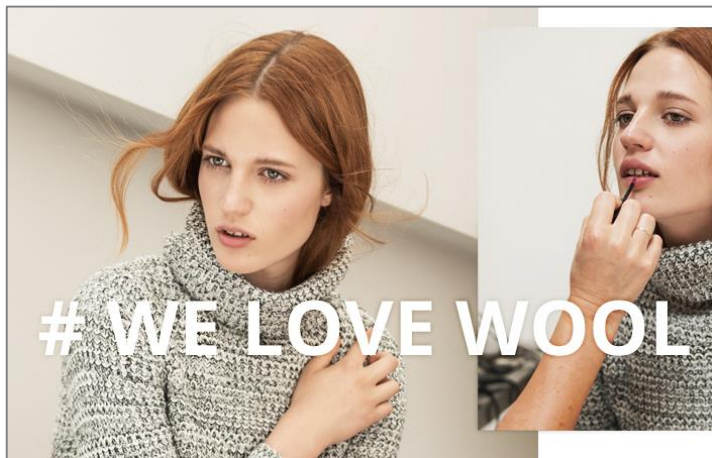
Produkty ESOTIQ i Femestage dostępne są również na platformach multibrandowych.

Nowości w ESOTIQ

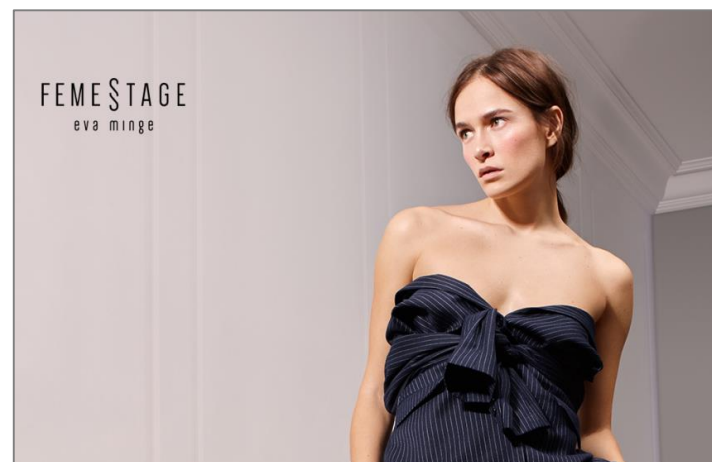


- Premiera nowej linii kosmetyków do twarzy ESOTIQ FORMULA.
- Premiera linii perfum #follow by Joanna Krupa, dostępnych także w sieci Rossmann.
- Współpraca z magazynami modowymi m.in. AVANTI podczas promocji kolekcji jesień/zima 2016/17.
- Cross-promocja z Esotiq-Douglas w sklepach online obu marek.
- Jesiennie-zimowa współpraca cross-promocyjna z marką BRAUN.
- Liczne okazyjne kampanie promocyjne np. Halloween, Black Friday, Mikołajki.
- Od lutego start nowych kolekcji bielizny, odzieży sportowej, piżam oraz strojów plażowych.

Nowości w Femestage



- Współpraca z magazynami modowymi m.in. Twój Styl, Party Style, Avanti, Hot Moda, Women's Health, Grazia, Show, Viva!, Gala, LOGO, Flesz, Claudia.
- Liczne atrakcyjne akcje rabatowe i promocyjne np. We Love Wool, Otul się na zimę, Black Friday.
- Od lutego start nowej kolekcji wiosna/lato 2017.



Agenda

Najważniejsze wydarzenia

Wyniki 2016

Plany 2017

Materiały pomocnicze



Główne liczby 4Q16 i 2016

Wyniki Grupy za 4Q16

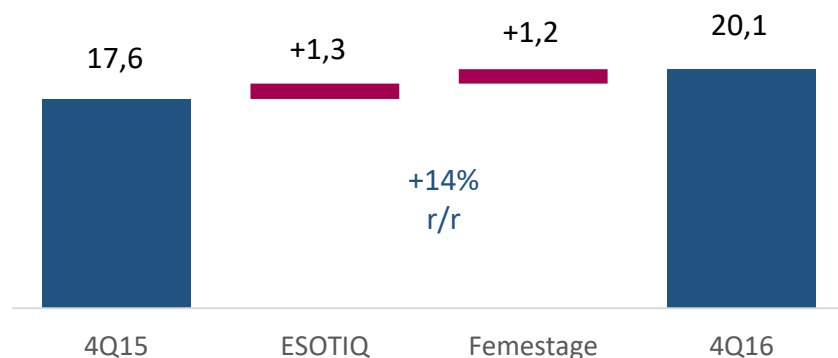
	mIn PLN	r/r
Przychody	40	+21%
Marża brutto	25	+38%
	62%	
EBIT	1,0	

Wyniki Grupy za 2016

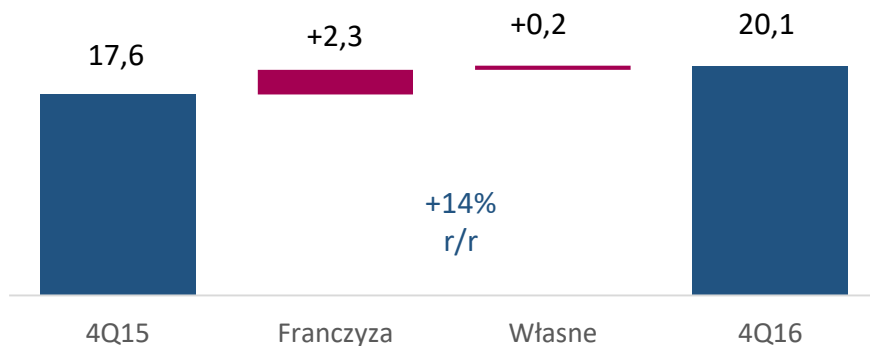
	mIn PLN	r/r
Przychody	141	+17%
Marża brutto	83	+15%
	59%	
EBIT	-3,3	

Zmiana powierzchni w 2016

PRZYROST POWIERZCHNI WG MAREK (tys. m²)



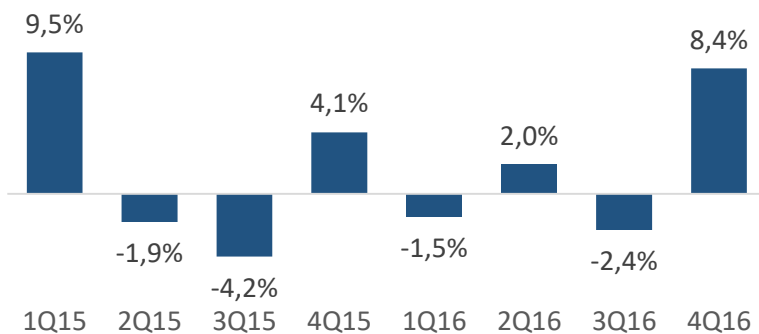
PRZYROST WG KANAŁÓW SPRZEDAŻY (tys. m²)



- Na koniec 4Q16 powierzchnia grupy wzrosła o 14% r/r.
- Otworzyliśmy nowe sklepy w Polsce, na Ukrainie i na Białorusi.
- Marka ESOTIQ otworzyła 22 salony.
- Marka Femestage otworzyła 11 salonów.
- Otworzyliśmy 29 salonów franczyzowych oraz 2 sklepy własne.
- Koncentracja rozwoju na sklepach franczyzowych ESOTIQ i Femestage w Polsce, na Ukrainie i Białorusi.

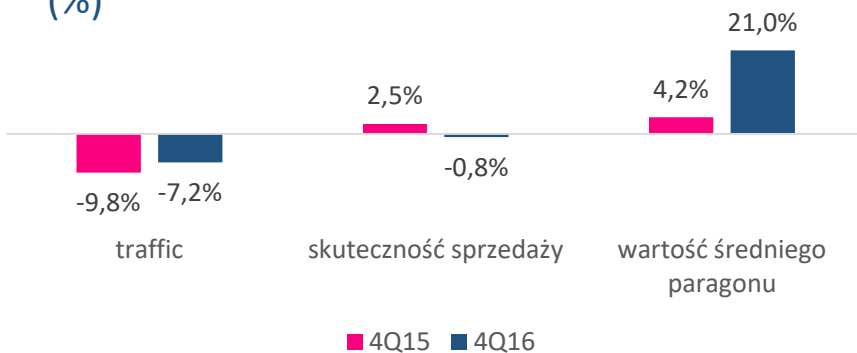
Wysoka skuteczność sprzedaży

DYNAMIKA SPRZEDAŻY W SKLEPACH PORÓWNYWALNYCH ESOTIQ, LFL (%)



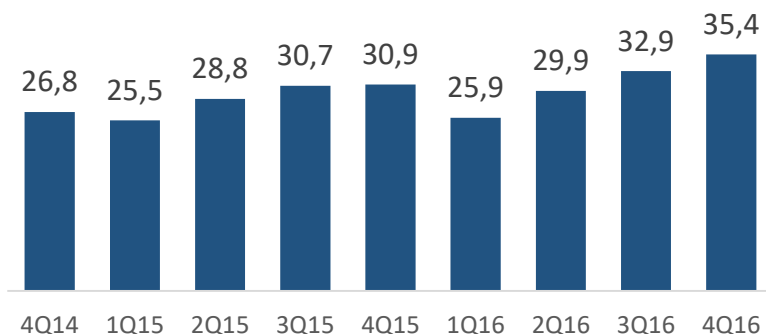
- ➊ Ponad 8% wzrost sprzedaży w 4Q16 w sklepach porównywalnych ESOTIQ w Polsce.
- ➋ Wzrost wartości średniego paragonu o 21% r/r.
- ➌ Utrzymanie wysokiego wskaźnika skuteczności sprzedaży (liczba paragonów/traffic), dzięki efektywnym działaniom marketingowym.

PARAMETRY SPRZEDAŻY ESOTIQ W 4Q16 (%)

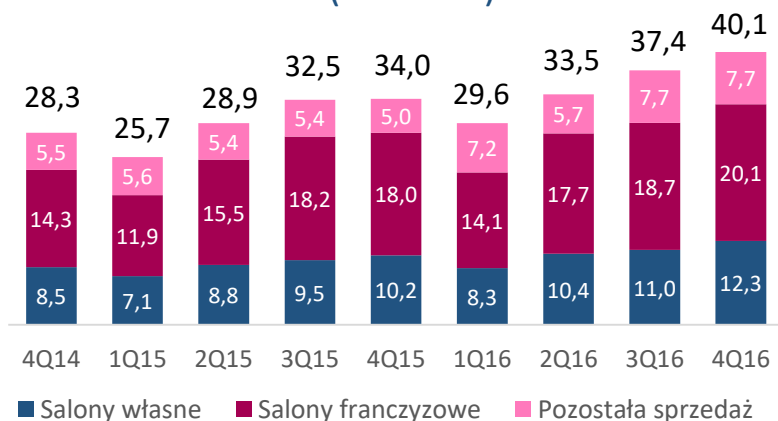


Dwucyfrowe dynamiki sprzedaży

SPRZEDAŻ SPÓŁKI MATKI (mIn PLN)



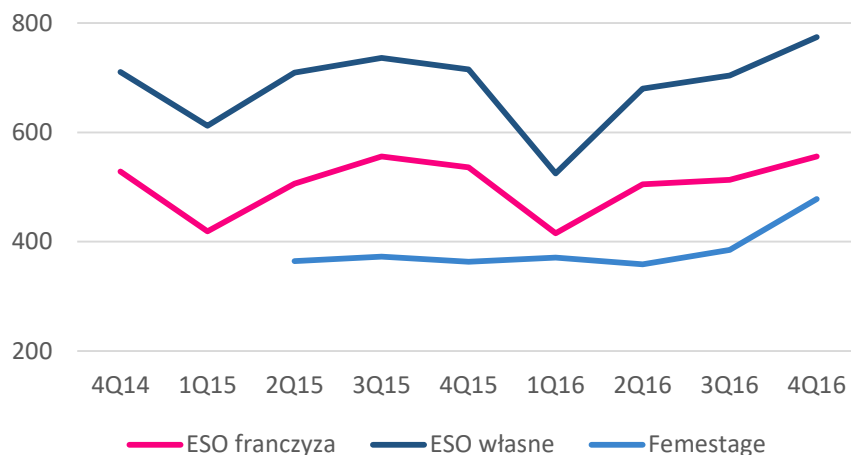
SPRZEDAŻ GRUPY (mIn PLN)



- Wzrost sprzedaży spółki matki o 15% w 4Q16 r/r, a grupy o 21% r/r.
- Największy udział w sprzedaży miała marka ESOTIQ.
- Marka Femestage uzyskała 4,5 mln PLN przychodu w 4Q16 (wzrost o 90% r/r).
- W 4Q16 wzrosła sprzedaż w każdym kanale dystrybucji.
- Dynamiczny wzrost pozostałej sprzedaży ponieważ jest tam uwzględniona sprzedaż do sklepów na Ukrainie i Białorusi.

Większa sprzedaż na m2

SPRZEDAŻ WG MAREK/ m2 (PLN na miesiąc)



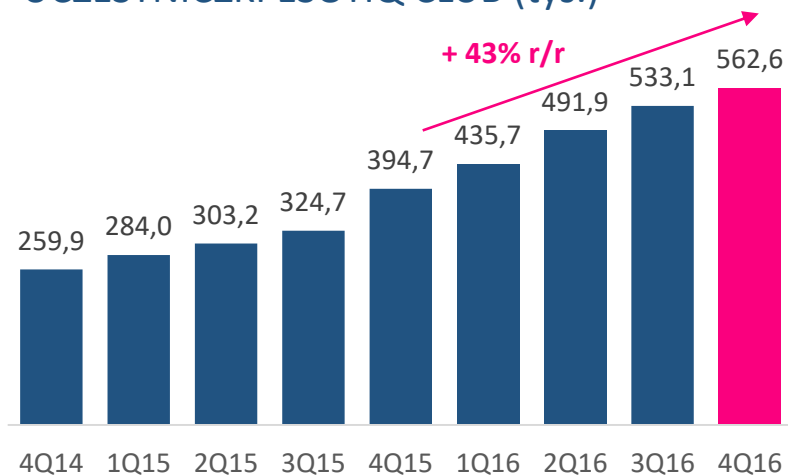
- Rosnąca sprzedaż i niski przyrost powierzchni poprawia średniomiesięczną sprzedaż grupy/ m2.
- Sprzedaż na m2 w sklepach własnych ESOTIQ jest o prawie 40% wyższa niż sprzedaż na m2 w sklepach franczyzowych.
- Wyższa sprzedaż/ m2 w salonach Femestage w Polsce ze względu na wzrost rozpoznawalności marki.

SPRZEDAŻ / m2 (PLN na miesiąc)

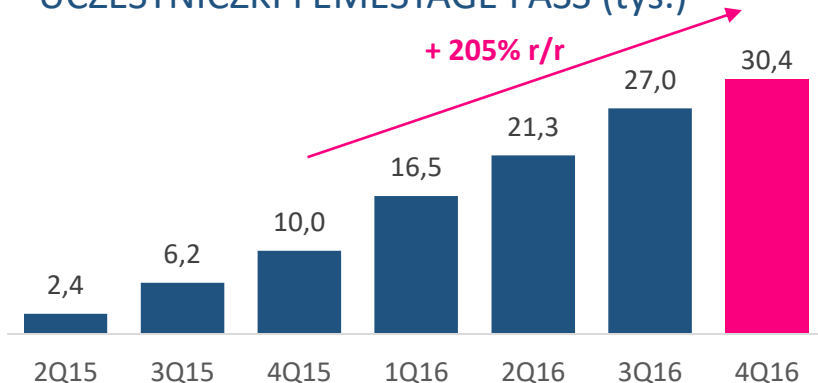
	4Q15	4Q16	r/r
Grupa kapitałowa	669	745	11,5%
ESOTIQ Polska	695	752	8,2%
Femestage Polska	415	676	62,7%

Rośnie grono lojalnych klientek

UCZESTNICZKI ESOTIQ CLUB (tys.)



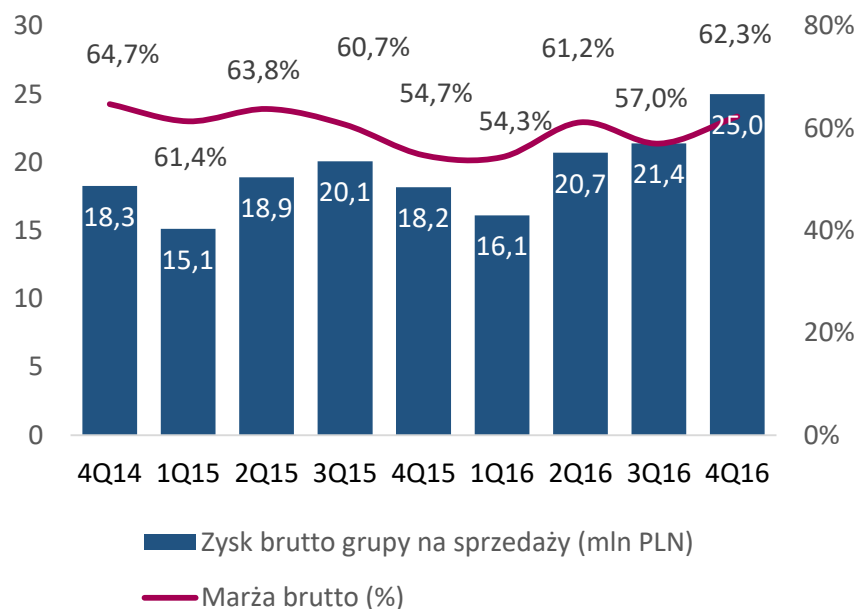
UCZESTNICZKI FEMESTAGE PASS (tys.)



- Kluby lojalnościowe: ESOTIQ CLUB i Femestage PASS.
- Ponad 40% przyrost uczestniczek ESOTIQ CLUB w 4Q16 r.
- Już 560 tys. lojalnych klientek na koniec 2016 roku.
- W klubie Femestage Pass liczba uczestniczek potroiła się w 2016 roku i wyniosła ponad 30 tys. na koniec grudnia.
- W obu programach lojalnościowych stosujemy cashback oraz promocje zachęcające klientki do ponownych zakupów w sklepach.
- Promocja marki Femestage kierowana do klientek ESOTIQ CLUB.

Marża brutto na wysokim poziomie

ZYSK BRUTTO NA SPRZEDAŻY I MARŻA BRUTTO NA SPRZEDAŻY GRUPY

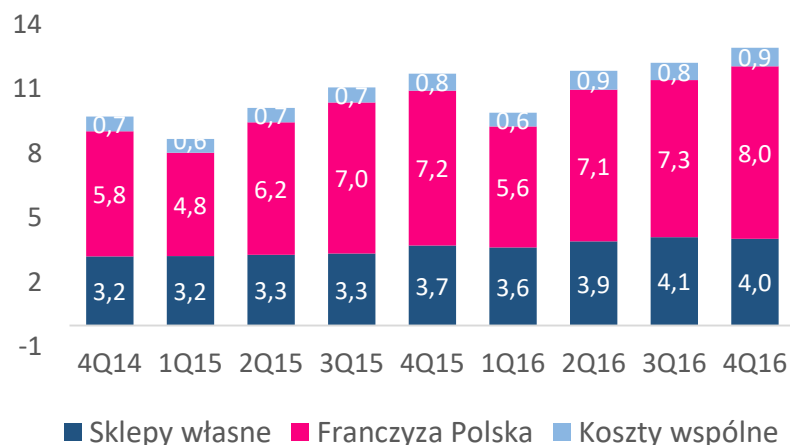


- Istotny wzrost marży brutto grupy do 62,3%, wynikający z:
 - wzrostu cen detalicznych
 - niższych kosztów zakupu towarów
 - skuteczniejszych działań marketingowych
- Zysk brutto na sprzedaży grupy w 4Q16 wzrósł o 37,6% r/r, do 25 mln PLN.

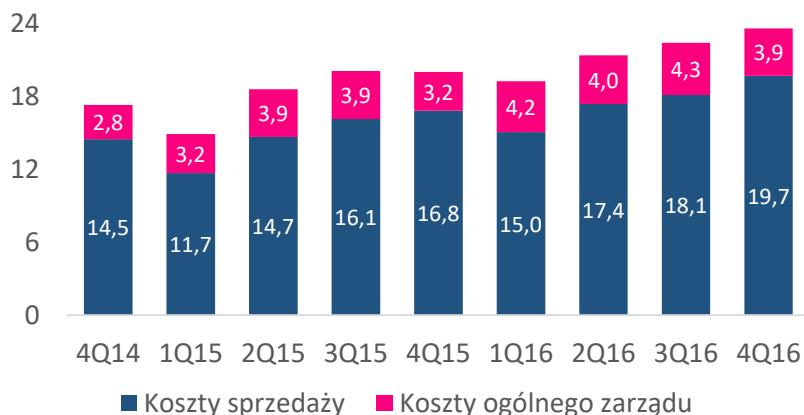
Nota: Zysk brutto na sprzedaży za 4Q14 doprowadzony do danych porównywalnych z pozostałymi kwartałami.

Inwestujemy w e-commerce i marketing

KOSZTY SKLEPÓW SPÓŁKI MATKI (mln PLN)



KOSZTY OPERACYJNE GRUPY (mln PLN)



- Koszty sklepów spółki matki wzrosły o 10% r/r vs. 15% wzrostu przychodów.
- Koszty operacyjne grupy wzrosły o 18% r/r vs. 21% wzrostu przychodów grupy.
- Wzrost kosztów względu na:
 - większe koszty najmu wynikające ze zmiany kursów walut
 - większe koszty prowizji franchyzobiorców wynikające z wyższych przychodów
 - wzrost kosztów marketingu
 - rozwój kanału e-commerce

Koszty / m2 PLN na miesiąc	4Q15	4Q16	r/r
Koszty SG&A grupy	389	421	8,0%
ESOTIQ Polska sklepy	261	272	4,0%
Femestage Polska sklepy	319	321	0,8%

Nota: Koszty sprzedaży za 4Q14 doprowadzone do danych porównywalnych z pozostałymi kwartałami.

Ocena wyników spółki matki

KWARTALNE WYNIKI SPÓŁKI MATKI

mIn PLN (MSSF)	4Q15	4Q16	r/r
Przychody	30,9	35,4	14,5%
Zysk brutto na sprzedaży	17,2	22,1	28,6%
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	<i>55,5%</i>	<i>62,3%</i>	<i>6,8 p.p.</i>
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	16,6	19,2	15,4%
Zysk operacyjny	0,2	2,7	1211%
<i>Marża operacyjna</i>	<i>0,7%</i>	<i>7,6%</i>	<i>6,9 pp</i>
Zysk netto	0,1	1,9	2471%

ROCZNE WYNIKI SPÓŁKI MATKI

mIn PLN (MSSF)	2015	2016	r/r
Przychody	115,9	124,2	7,2%
Zysk brutto na sprzedaży	66,6	74,4	11,7%
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	<i>57,4%</i>	<i>59,9%</i>	<i>2,5 p.p.</i>
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	61,7	69,7	13,1%
Zysk operacyjny	5,4	5,0	-8,0%
<i>Marża operacyjna</i>	<i>4,7%</i>	<i>4,0%</i>	<i>-0,7 p.p.</i>
Zysk netto	3,6	4,1	12,4%

OCENA WYNIKÓW SPÓŁKI MATKI

- Kontynuacja dynamicznego rozwoju sieci sprzedaży oraz kanału e-commerce, wsparte działaniami marketingowymi.
- Większa dynamika kosztów operacyjnych związana z rozwojem.
- Zwiększenie efektywności sprzedaży, w szczególności w 4Q16, pozwoliło na pokrycie kosztów rozwoju.
- Poprawa wyniku netto w 2016 roku.

Ocena wyników grupy kapitałowej

KWARTALNE WYNIKI GRUPY KAPITAŁOWEJ

mIn PLN (MSSF)	4Q15	4Q16	r/r
Przychody	33,2	40,1	20,8%
Zysk brutto na sprzedaży	18,2	25,0	37,6%
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	<i>54,7%</i>	<i>62,3%</i>	<i>7,6 p.p.</i>
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	20,0	23,7	18,3%
Zysk operacyjny	-2,1	1,0	n/m
<i>Marża operacyjna</i>	<i>-6,4%</i>	<i>2,4%</i>	<i>8,8 p.p.</i>
Zysk netto	-2,0	0,2	n/m

ROCZNE WYNIKI GRUPY KAPITAŁOWEJ

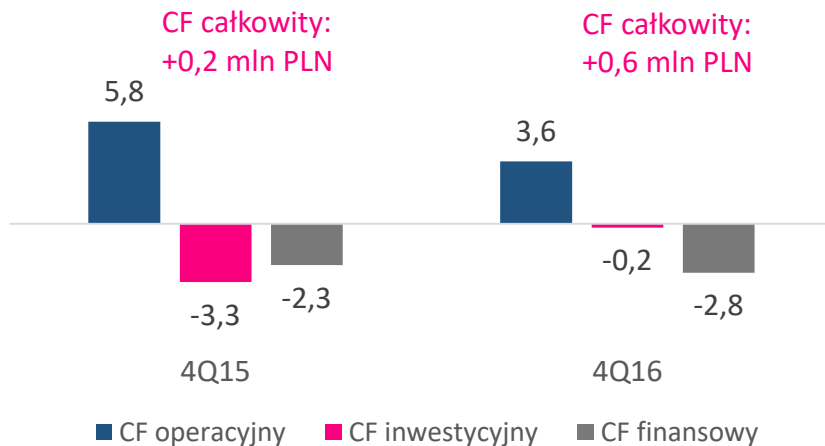
mIn PLN (MSSF)	2015	2016	r/r
Przychody	120,6	141,1	17,0%
Zysk brutto na sprzedaży	72,3	83,2	15,1%
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	<i>59,9%</i>	<i>59,0%</i>	<i>-0,9 p.p.</i>
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	73,6	86,7	17,8%
Zysk operacyjny	-0,7	-3,3	352,9%
<i>Marża operacyjna</i>	<i>-0,6%</i>	<i>-2,4%</i>	<i>-1,8 p.p.</i>
Zysk netto	-2,1	-4,0	n/m

OCENA WYNIKÓW GRUPY KAPITAŁOWEJ

- Wyniki grupy kapitałowej pod presją rozwoju marki Femestage oraz kanału e-commerce.
- Przychody ze sprzedaży sieci Femestage nie pokrywają jeszcze kosztów jej działalności.
- Zdecydowana poprawa rentowności w 4Q16.

Korzystne przepływy operacyjne

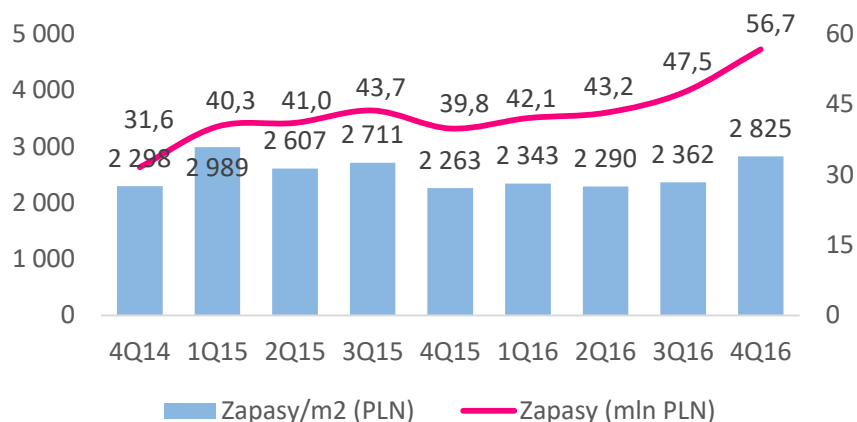
PRZEPŁYWY FINANSOWE GRUPY (mln PLN)



- W 4Q16 wygenerowaliśmy 0,6 mln PLN gotówki.
- Przepływy operacyjne: 3,6 mln PLN
 - większy przyrost zapasów ze względu na znaczący planowany wzrost sprzedaży,
 - wzrost należności ze względu na zwiększenie sprzedaży hurtowej,
 - wzrost zobowiązań ze względu na większe zamówienia.
- Przepływy inwestycyjne: -0,2 mln PLN
 - płatności za nowe sklepy własne wyniosły niecałe 0,1 mln PLN (głównie rozwój poprzez franczyzę),
- Przepływy finansowe: -2,8 mln PLN
 - spłata kredytów i leasingu.

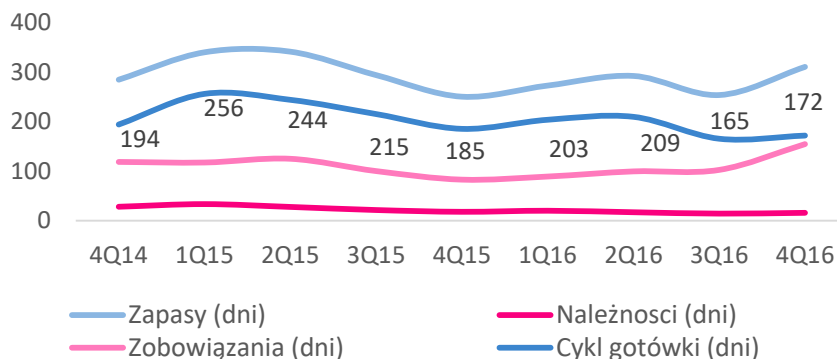
Szybszy obrót gotówki

ZAPASY (mln PLN) i ZAPASY/m2 (PLN)



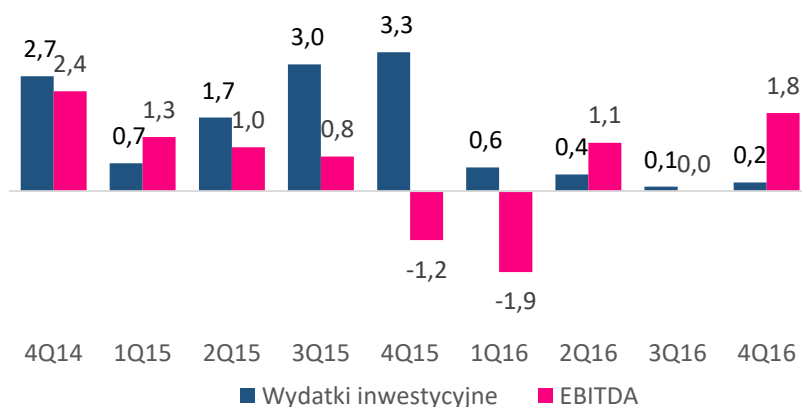
- Wzrost zapasów wynika ze:
 - znaczącego planowanego wzrostu sprzedaży,
 - wcześniejszego wprowadzenia kolekcji wiosna/lato 2017, zgodnie z trendem występującym w branży,
 - wzrostu kursu dolara.
- Szybszy cykl obrotu gotówki.

CYKLE OBROTOWOŚCI

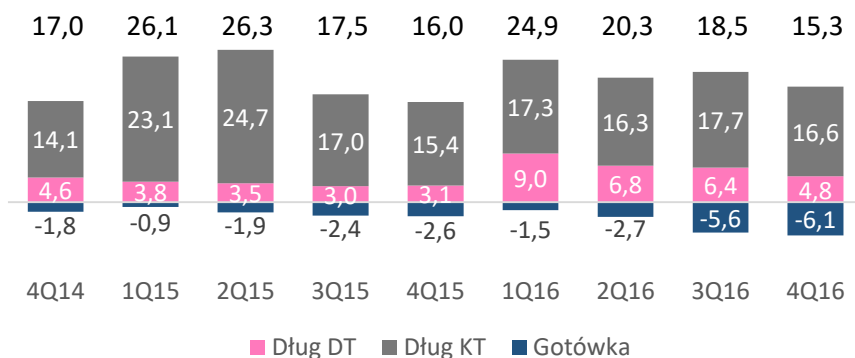


Zmniejszamy dług netto

WYDATKI INWESTYCYJNE (mln PLN)



DŁUG NETTO (mln PLN)



- Niższy poziom wydatków inwestycyjnych w 4Q16 i całym 2016 roku.
- Koncentracja na otwarciach sklepów franczyzowych ESOTIQ i Femestage w Polsce, na Ukrainie i na Białorusi.
- Sklepy franczyzowe nie wymagają od nas nakładów inwestycyjnych.
- Poprawa struktury zadłużenia (wydłużamy zapadalność długu).
- Zmniejszenie poziomu długu netto.
- Zadłużenie odsetkowe podajemy jako sumę długu bankowego i leasingu finansowego.

Agenda

Najważniejsze wydarzenia

Wyniki 2016

Plany 2017

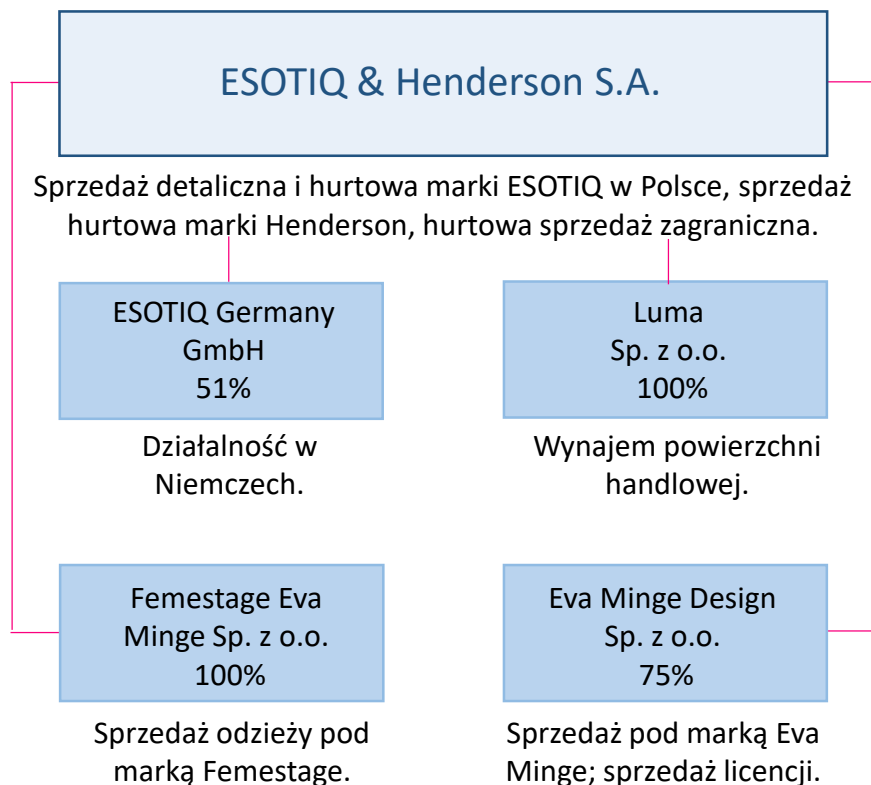
Materiały pomocnicze



Podział Grupy - struktura

STRUKTURA NA 31.12.2016

BIELIZNA I MODA DAMSKA

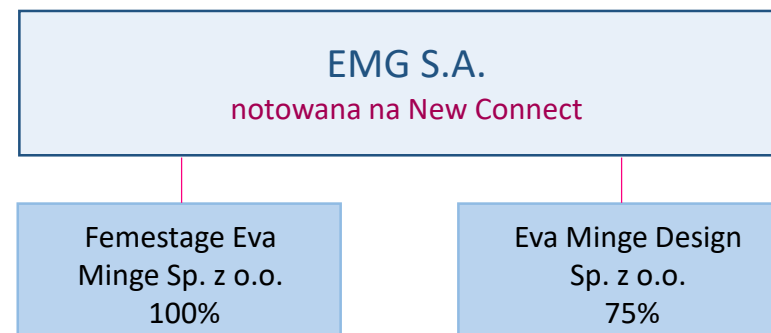


DOCELOWA STRUKTURA

BIELIZNA



MODA DAMSKA



Plan podziału Grupy

PLAN PODZIAŁU

- Przy podziale grupy akcjonariusze ESOTIQ & Henderson S.A. dostaną akcje EMG S.A. łącznie wydanych będzie 2,2 mln akcji.
- Podział grupy zostanie dokonany przez przeniesienie majątku części odzieżowej grupy na spółkę EMG S.A.
- Spółka EMG S.A. powstanie w momencie rejestracji przez Sąd podziału grupy.
- Plan podziału zawiera bilans spółki matki na dzień 01 sierpnia 2016 roku. Zgodnie z przepisami musi on być stworzony na dowolny dzień miesiąca poprzedzającego złożenie planu podziału.
- Wydzielane aktywa zostały wycenione przez biegłego rewidenta na 21,6 mln PLN, w tej samej wielkości co w sprawozdaniu E&H S.A. Przy podziale, wielkość ta pomniejszy kapitały własne spółki matki.

HARMONOGRAM

Maj 2016 Decyzja o podziale Grupy

Wrzesień 2016 Plan podziału

2Q17 Przewidywane
zakończenie podziału

WPŁYW PODZIAŁU NA SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE

Transakcja powinna mieć neutralny wpływ na wielkość skonsolidowanego kapitału własnego.

E&H pozostanie grupą kapitałową raportującą zgodnie z MSSF.

Rozwój ESOTIQ w Polsce

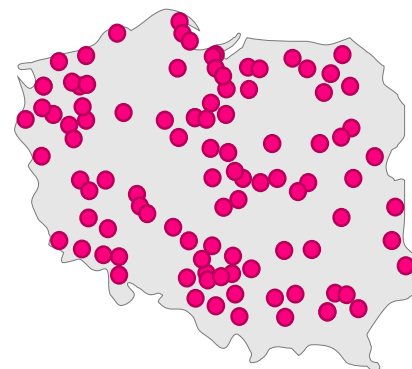
PROMOCJA I SIĘĆ SPRZEDAŻY

- Utrzymanie pozycji lidera.
- Rozwój organiczny głównie poprzez franczyzę.
- Selektywne podejście do przejęć sieci sklepów z korzystnymi lokalizacjami.
- Dalszy rozwój sprzedaży internetowej.

WYNIKI I INWESTYCJE

- Organiczny wzrost: około 20 nowych sklepów w 2017 roku.
- Koncentracja na jakości lokalizacji.
- Brak wydatków inwestycyjnych przy rozwoju przez franczyzę.

SIĘĆ SPRZEDAŻY



LICZBA SKLEPÓW



Rozwój ESOTIQ w Niemczech

PROMOCJA I SIEĆ SPRZEDAŻY

- Dokapitalizowanie ESOTIQ Germany GmbH przez E&H S.A. i TFI BGK w 3Q16 w kwocie 1 mln EUR.
- Dzięki temu nastąpi przyspieszenie rozwoju w Niemczech w 2017 roku.
- Rozwój poprzez otwarcia w centrach handlowych w dużych i średnich miastach. Koncentracja na istniejących galeriach.
- Sklepy multibrandowe w średnich miastach (koncept *shop-in-shop*).

WYNIKI I INWESTYCJE

- Celem jest poprawa sprzedaży/ m2.
- Utrzymanie marży brutto na sprzedaży na poziomach korzystniejszych niż w Polsce.

SIEĆ SPRZEDAŻY



LICZBA SKLEPÓW



Rozwój Femestage w Polsce

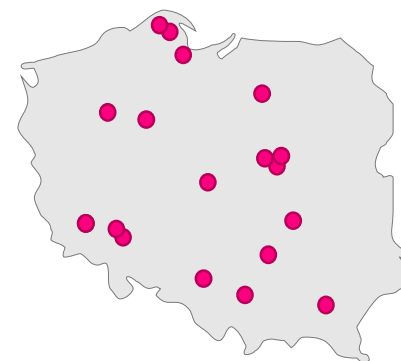
PROMOCJA I SIEĆ SPRZEDAŻY

- Sklepy w galeriach handlowych w dużych i średnich miastach Polski.
- Dalszy rozwój sprzedaży internetowej.
- Eva Minge jest ambasadorem marki i współtwórcą kolekcji.

WYNIKI I INWESTYCJE

- Celem jest wzrost sprzedaży na m2.
- Nacisk na efektywność w istniejących salonach.

SIEĆ SPRZEDAŻY



LICZBA SKLEPÓW



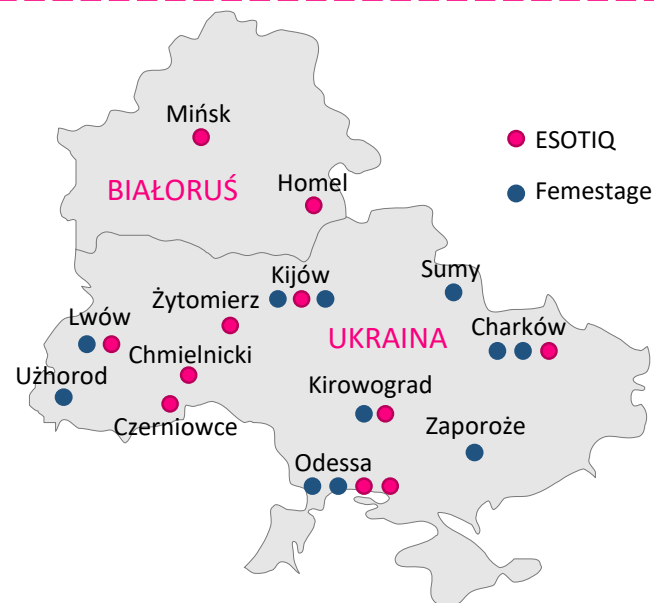
Rozwój na Ukrainie i Białorusi

PROMOCJA I SIEĆ SPRZEDAŻY

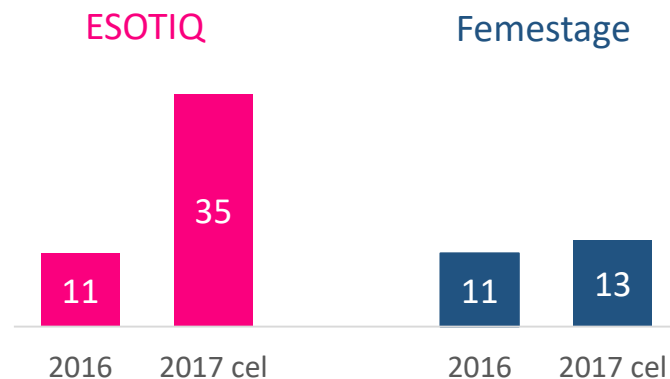
- Sprzedaż poprzez salony franczyzowe ESOTIQ i Femestage oraz sprzedaż hurtowa do sklepów multibrandowych.
- Sklepy w galeriach handlowych w dużych miastach na Ukrainie i Białorusi.
- Możliwość sprzedaży kolekcji z poprzednich sezonów.

WYNIKI I INWESTYCJE

- Bezpieczny sposób rozliczeń (sprzedaż zabezpieczona przedpłatami i gwarancjami bankowymi).
- Wydatki inwestycyjne są po stronie franczyzobiorcy.



LICZBA SKLEPÓW



Podsumowanie planów na 2017 rok

1

Dalszy rozwój e-commerce

2

Utrzymanie wysokiej marży brutto

3

Poprawa skonsolidowanego wyniku grupy



Agenda

Najważniejsze wydarzenia

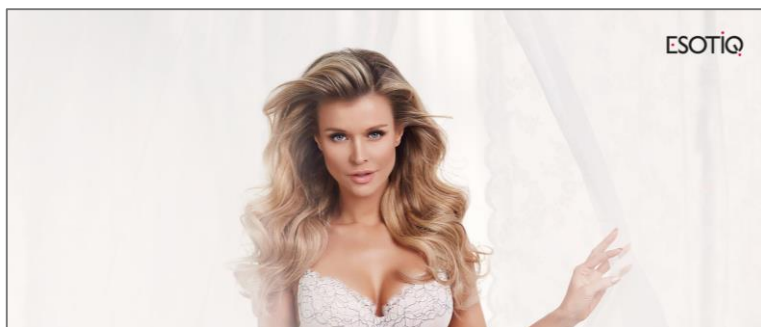
Wyniki 2016

Plany 2017

Materiały pomocnicze



Dwie linie biznesowe



BIELIZNA

- 89% sprzedaży grupy (lider rynkowy)
- Marka ESOTIQ
 - bielizna dla kobiet
 - sklepy własne i franczyzowe
 - na rynku od 2006/2007
 - współpraca z Joanną Krupą od 2011
 - 262 sklepy w Polsce, 3 w Niemczech (własne), 9 na Ukrainie i 2 na Białorusi (franczyza)
- Marka Henderson
 - bielizna dla mężczyzn, na rynku od 1998
 - sprzedaż hurtowa



MODA DAMSKA

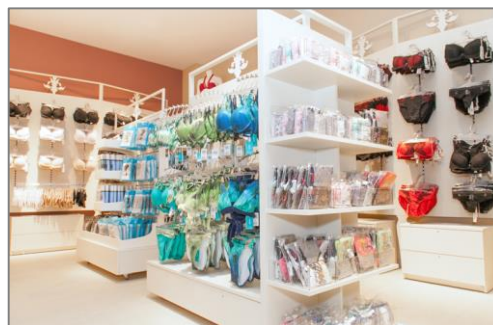
- 11% sprzedaży grupy
- Współpraca z Ewą Minge od 2012
- Marka modowa Femestage
 - eleganckie ubrania dla kobiet w przystępnej cenie
 - 17 sklepów w Polsce i 11 na Ukrainie (franczyzowe)
- Marki modowe Eva Minge oraz Eva Minge Milano
 - luksusowa odzież dla kobiet
 - 70 punktów multibrandowych we Włoszech oraz 25 na świecie.

Zdywersyfikowana sieć sprzedaży



SKLEPY WŁASNE

- 63 sklepy
- 29% sprzedaży grupy
- Sklepy ESOTIQ w Polsce i w Niemczech
- Sklepy Femestage w Polsce
- Sklepy Eva Minge w Polsce



SKLEPY FRANCYZOWE

- 241 sklepów
- 50% sprzedaży grupy
- Sklepy ESOTIQ i Femestage w Polsce w formie franczyzy depozytowej (marża detaliczna w grupie)
- Sklepy francyzowe ESOTIQ i Femestage na Ukrainie i na Białorusi



INTERNET, HURT I MULTIBRANDY

- 450 punktów sprzedaży
- 21% sprzedaży grupy
- Sprzedaż hurtowa i poprzez punkty multibrandowe
- Kraje: Białoruś, Bułgaria, Cypr, Czechy, Francja, Kazachstan, Łotwa, Litwa, Mołdawia, Norwegia, Polska, Rosja, Ukraina, Włochy

Rozwój sieci sklepów

Liczba sklepów	1Q14	2Q14	3Q14	4Q14	1Q15	2Q15	3Q15	4Q15	1Q16	2Q16	3Q16	4Q16
ESOTIQ Polska	192	201	207	214	220	234	243	250	253	261	263	262
Sklepy franczyzowe	154	162	168	176	182	196	203	207	209	216	218	217
Sklepy własne	38	39	39	38	38	38	40	43	44	45	45	45
ESOTIQ Niemcy	-	-	1	2	3	3	3	4	3	3	3	3
Sklepy franczyzowe	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-
Sklepy własne	-	-	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3
ESOTIQ Wschód franczyza	-	-	-	-	-	0	0	0	0	2	10	11
Femestage Polska	-	-	-	-	-	10	10	17	18	18	18	17
Sklepy franczyzowe	-	-	-	-	-	2	2	2	2	3	3	2
Sklepy własne	-	-	-	-	-	8	8	15	16	15	15	15
Femestage Wschód franczyza	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	10	11
Eva Minge Design	5	7	7	7	4	4	2	2	2	2	2	0
Sklepy franczyzowe	1	2	2	2	1	1	-	-	-	-	-	-
Sklepy własne	4	5	5	5	3	3	2	2	2	2	2	0
SUMA SKLEPÓW	197	208	215	223	227	251	258	273	276	287	306	304
Sklepy franczyzowe	155	164	170	178	183	199	205	210	211	222	241	241
Sklepy własne	42	44	45	45	44	52	53	63	65	65	65	63

Rozwój powierzchni

Powierzchnia sklepów m2	1Q14	2Q14	3Q14	4Q14	1Q15	2Q15	3Q15	4Q15	1Q16	2Q16	3Q16	4Q16
ESOTIQ Polska	11 966	12 441	12 688	12 898	13 144	13 943	14 517	15 114	15 314	15 703	15 930	15 820
Sklepy franczyzowe	8 402	8 778	9 091	9 441	9 687	10 481	10 872	11 260	11 407	11 728	11 936	11 845
Sklepy własne	3 564	3 663	3 597	3 457	3 457	3 462	3 645	3 854	3 907	3 975	3 994	3 975
ESOTIQ Niemcy	-	-	90	180	270	270	270	300	270	270	270	270
Sklepy franczyzowe	-	-	-	-	-	-	-	30	-	-	-	-
Sklepy własne	-	-	90	180	270	270	270	270	270	270	270	270
ESOTIQ Wschód franczyza	-	-	-	-	-	-	-	-	-	152	567	617
Femestage Polska	-	-	-	-	-	1 162	1 162	2 025	2 202	2 202	2 202	2 248
Sklepy franczyzowe	-	-	-	-	-	205	205	230	214	336	336	214
Sklepy własne	-	-	-	-	-	957	957	1 795	1 988	1 866	1 866	2 034
Femestage Wschód franczyza	-	-	-	-	-	-	-	-	-	130	981	1 101
Eva Minge Design	579	664	664	664	325	325	120	120	120	120	120	-
Sklepy franczyzowe	85	170	170	170	85	85	-	-	-	-	-	-
Sklepy własne	494	494	494	494	240	240	120	120	120	120	120	-
SUMA SKLEPÓW	12 545	13 105	13 442	13 742	13 739	15 700	16 069	17 559	17 906	18 577	20 070	20 056
Sklepy franczyzowe	8 487	8 948	9 261	9 611	9 772	10 771	11 077	11 520	11 621	12 346	13 820	13 777
Sklepy własne	4 058	4 157	4 181	4 131	3 967	4 929	4 992	6 039	6 285	6 231	6 250	6 279

Średnia wielkość sklepów

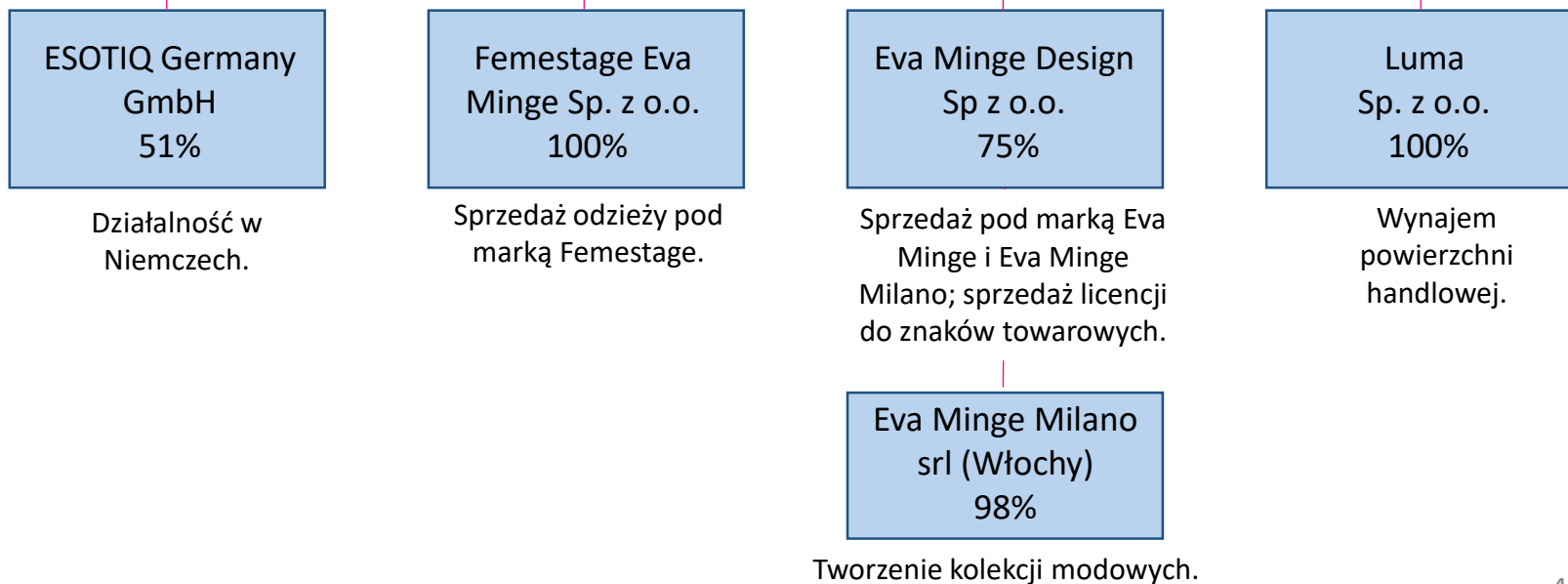
Średnia wielkość sklepu m2	1Q14	2Q14	3Q14	4Q14	1Q15	2Q15	3Q15	4Q15	1Q16	2Q16	3Q16	4Q16
ESOTIQ Polska	62	62	61	60	60	60	60	60	61	60	61	60
Sklepy franczyzowe	55	54	54	54	53	53	54	54	55	54	55	55
Sklepy własne	94	94	92	91	91	91	91	90	89	88	89	88
ESOTIQ Niemcy	-	-	90	90	90	90	90	75	90	90	90	90
Sklepy franczyzowe	-	-	-	-	-	-	-	30	-	-	-	-
Sklepy własne	-	-	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
ESOTIQ Wschód franczyza	-	-	-	-	-	-	-	-	-	76	57	56
Femestage Polska	-	-	-	-	-	116	116	119	122	122	122	132
Sklepy franczyzowe	-	-	-	-	-	103	103	115	107	112	112	107
Sklepy własne	-	-	-	-	-	120	120	120	124	124	124	136
Femestage Wschód franczyza	-	-	-	-	-	-	-	-	-	130	98	100
Eva Minge Design	116	95	95	95	81	81	60	60	60	60	60	-
Sklepy franczyzowe	85	85	85	85	85	85	-	-	-	-	-	-
Sklepy własne	124	99	99	99	80	80	60	60	60	60	60	-
SUMA SKLEPÓW	64	63	63	62	61	63	62	64	65	65	66	66
Sklepy franczyzowe	55	55	54	54	53	54	54	55	55	56	57	57
Sklepy własne	97	94	93	92	90	95	94	96	97	96	96	100

Struktura grupy przed podziałem

ESOTIQ & Henderson S.A.

Spółka matka
(sprawozdanie jednostkowe)

Sprzedaż detaliczna i hurtowa marki ESOTIQ w Polsce, sprzedaż hurtowa marki Henderson, hurtowa sprzedaż zagraniczna.



Marka ESOTIQ



Asortyment	Bielizna dla kobiet, piżamy, stroje kąpielowe, kosmetyki, perfumy
Grupa klientów	Kobiety w wieku +20 lat
Debiut rynkowy	2006/2007
Sprzedaż	Sklepy franczyzowe, własne, Internet
Liczba sklepów	276 sklepów (262 Polska, 3 Niemcy, 9 Ukraina, 2 Białoruś)
Kraje	Białoruś, Bułgaria, Cypr, Czechy, Francja, Kazachstan, Litwa, Łotwa, Mołdawia, Norwegia, Polska, Rosja, Ukraina, Włochy

STRATEGIA BIZNESOWA

- Indywidualne podejście do klientek (brafitting).
- Szeroka oferta bielizny, najnowsze trendy. Sprzedaż kosmetyków i perfum w sklepach.
- Budowanie rozpoznawalności marki m.in. poprzez współpracę z Joanną Krupą.

Marka HENDERSON



Asortyment	Bielizna dla mężczyzn, kąpielówki, piżamy
Grupa klientów	Mężczyźni w wieku +20 lat
Debiut rynkowy	1998
Sprzedaż	Sprzedaż hurtowa, sklepy multibrandowe, Internet
Kraje	Białoruś, Bułgaria, Cypr, Czechy, Francja, Kazachstan, Litwa, Łotwa, Mołdawia, Norwegia, Polska, Rosja, Ukraina, Włochy

STRATEGIA BIZNESOWA

- Najnowsze trendy i szeroka oferta.
- Przystępna cena i wysoka jakość wykonania.
- Wysoka rozpoznawalność marki.

Marka FEMESTAGE



Asortyment	Eleganckie ubrania i akcesoria do pracy i na co dzień
Grupa klientów	Kobiety w wieku +25 lat
Debiut rynkowy	2015
Sprzedaż	Sklepy franczyzowe, własne, Internet
Liczba sklepów	28 (17 Polska, 11 Ukraina)
Kraje	Polska, Ukraina, Litwa, Rosja

STRATEGIA BIZNESOWA

- Eva Minge jest ambasadorem marki i współtwórcą kolekcji.
- Konsekwentne poszerzanie asortymentu marki.
- Rozwój sieci poprzez sklepy własne oraz franczyzę.

Franczyza depozytowa

E&H (spółka matka)

KOSZTY I OBOWIĄZKI

- Towar i system sprzedażowy należy do E&H.
- E&H dostarcza towar do sklepów, organizuje obrót gotówki oraz odpowiada za promocję.
- Sprzedaż dokonywana jest na konto E&H.
- E&H płaci franczyzobiorcy ustalony % od wartości sprzedaży (koszt zmienny). Faktury wystawiane są co miesiąc.

ZALETY

- Uzyskiwanie marży detalicznej.
- Pełna kontrola nad towarem.
- Brak konieczności ponoszenia wydatków inwestycyjnych.
- Brak kosztów stałych.

FRANCYZOBIORCA

KOSZTY I OBOWIĄZKI

- Znajduje i wynajmuje korzystną lokalizację sklepu, zatrudnia pracowników.
- Inwestuje w wyposażenie i aranżację salonu (ok. 600 PLN netto/m²).
- Prowadzi lokal o powierzchni 50-70 m² w miastach większych niż 20 tys. mieszkańców.
- Odpowiada za braki i niedobory towarów.
- Umowa przewiduje 6 m-cy wypowiedzenia.

ZALETY

- Brak inwestycji w towar.
- Gotowy format biznesowy.
- Ułatwione dotarcie do klientów ze względu na rozpoznawalność marki.
- Wsparcie marketingowe.

Franczyza na Ukrainie i Białorusi

E&H (spółka matka)

KOSZTY I OBOWIĄZKI

- Sprzedaż hurtowa do lokalnego franczyzobiorcy.
- Sprzedaż zabezpieczona przedpłatami i gwarancjami bankowymi.
- Wysyłka materiałów marketingowych.
- Szkolenie personelu z produktu.

ZALETY

- Rozszerzenie obecności na Ukrainie.
- Bezpieczny sposób rozliczeń.
- Brak wydatków inwestycyjnych.

FRANCYZOBIORCA

KOSZTY I OBOWIĄZKI

- Towar (łącznie z dowozem) i system sprzedażowy należy do franczyzobiorcy.
- Znajduje i wynajmuje korzystną lokalizację sklepu, zatrudnia pracowników.
- Inwestuje w wyposażenie i aranżację salonu.
- Prowadzi lokal o powierzchni około 100 m².

ZALETY

- Markowy towar (ESOTIQ i Femestage).
- Know-how dotyczący aranżacji sklepów.
- Wsparcie marketingowe.

Kwartalne wyniki grupy kapitałowej

WYNIKI GRUPY KAPITAŁOWEJ

mln PLN (MSSF)	1Q15	1Q16	2Q15	2Q16	3Q15	3Q16	4Q15	4Q16	r/r
Przychody grupy	24,6	29,6	29,6	33,9	33,1	37,5	33,2	40,1	20,8%
Koszt wytworzenia	-9,5	-13,5	-10,7	-13,2	-13,0	-16,1	15,0	15,1	0,6%
Zysk brutto na sprzedaży grupy	15,1	16,1	18,9	20,7	20,1	21,4	18,2	25,0	37,6%
<i>Marża brutto grupy na sprzedaży</i>	<i>61,4%</i>	<i>54,3%</i>	<i>63,8%</i>	<i>61,2%</i>	<i>60,7%</i>	<i>57,0%</i>	<i>54,7%</i>	<i>62,3%</i>	
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	-14,9	-19,2	-18,6	-21,4	-20,1	-22,4	20,0	23,7	18,3%
Pozostała działalność operacyjna	0,5	0,3	0,1	0,0	0,2	0,2	-0,3	-0,4	
Zysk operacyjny grupy	0,7	-2,8	0,5	-0,6	0,2	-0,9	-2,1	1,0	
<i>Marża operacyjna grupy</i>	<i>3,0%</i>	<i>-9,5%</i>	<i>1,5%</i>	<i>-1,8%</i>	<i>0,6%</i>	<i>-2,3%</i>	<i>-6,4%</i>	<i>2,4%</i>	
Działalność finansowa netto	-0,6	0,0	-0,3	0,1	-0,1	0,1	-0,2	-0,4	
Zysk brutto	0,2	-2,8	0,2	-0,5	0,1	-0,7	-2,3	0,6	
Podatek	0,0	-0,1	-0,5	0,0	-0,4	-0,2	0,1	0,5	
Mniejszości	-0,2	0,0	0,4	0,1	0,2	0,1	-0,5	-0,1	
Zysk netto grupy	0,0	-2,9	0,0	-0,4	-0,2	-0,9	-2,0	0,2	
<i>Marża netto grupy</i>	<i>0,0%</i>	<i>-9,9%</i>	<i>0,1%</i>	<i>-1,3%</i>	<i>-0,5%</i>	<i>-2,3%</i>	<i>-6,0%</i>	<i>0,5%</i>	

Roczne wyniki grupy kapitałowej

RACHUNEK WYNIKÓW

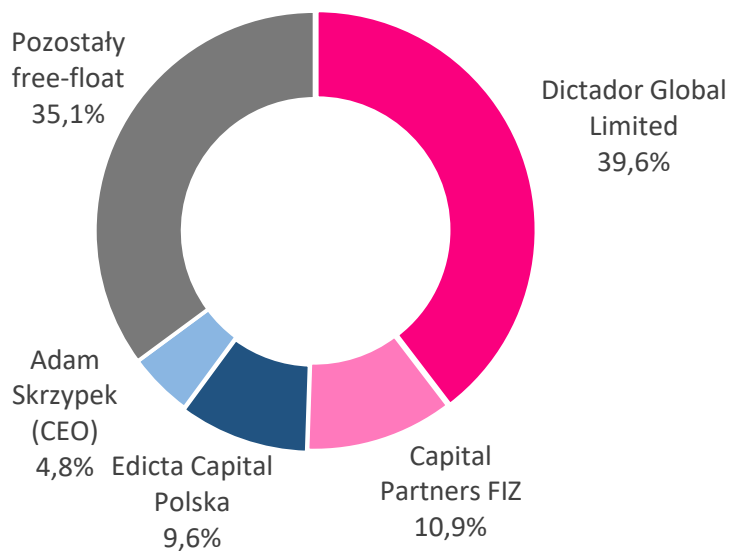
mln PLN (MSSF)	2015	2016	r/r
Przychody grupy	120,6	141,1	17,0%
Koszt wytworzenia	48,3	57,9	19,9%
Zysk brutto na sprzedaży grupy	72,3	83,2	15,1%
<i>Marża brutto grupy na sprzedaży</i>	<i>59,9%</i>	<i>59,0%</i>	
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	73,6	86,7	17,8%
Pozostała działalność operacyjna	0,5	0,1	
Zysk operacyjny grupy	-0,7	-3,3	n/m
<i>Marża operacyjna grupy</i>	<i>-0,6%</i>	<i>-2,4%</i>	
Działalność finansowa netto	-1,1	-0,2	
Zysk brutto	-1,9	-3,5	n/m
Podatek	1,1	0,9	
Mniejszości	-0,8	-0,3	
Zysk netto grupy	-2,1	-4,0	n/m
<i>Marża netto grupy</i>	<i>-1,8%</i>	<i>-2,9%</i>	

BILANS

mln PLN (MSSF)	2015	2016
Aktywa trwałe	38,5	36,7
Rzeczowe aktywa trwałe	11,7	9,8
Wartości niematerialne i prawne	26,2	26,0
Aktywa obrotowe	54,8	74,7
Zapasy	39,8	56,7
Należności handlowe	5,7	7,5
Środki pieniężne	2,6	6,1
Aktywa razem	93,3	111,4
Kapitał własny	52,5	48,6
Zobowiązania długoterminowe	7,2	9,0
Kredyty	1,3	3,7
Pozostałe zobowiązania finansowe	1,8	1,1
Zobowiązania krótkoterminowe	33,6	53,8
Zobowiązania handlowe	14,4	31,9
Kredyty	14,3	15,4
Pozostałe zobowiązania finansowe	1,8	1,1
Pasywa razem	93,3	111,4

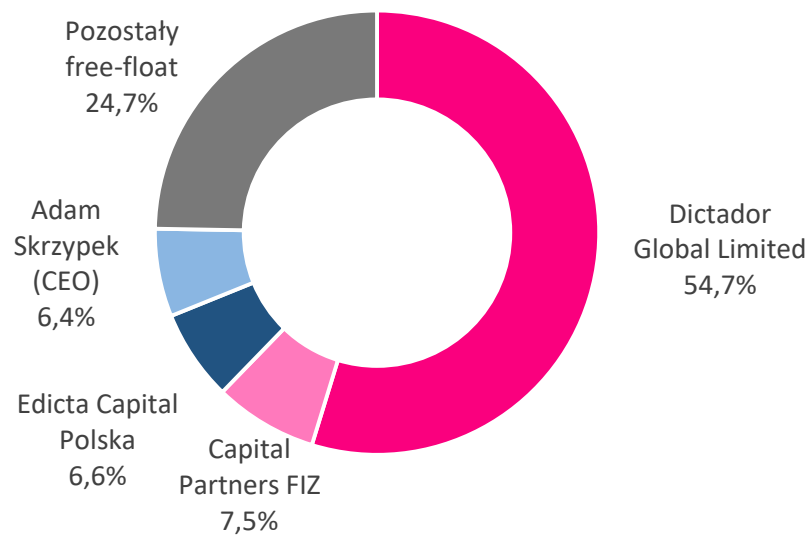
Struktura akcji i głosów

UDZIAŁ W AKCJACH
(31.12.2016)



Ilość akcji: 2 233 500

UDZIAŁ W GŁOSACH
(31.12.2016)



Ilość głosów: 3 233 500

Słowniczek

Franczyza w Polsce	Prowadzenie sieci sklepów poprzez pośrednika. Sklepy Spółki prowadzone są w formie franczyzy depozytowej.
Franczyza na Ukrainie i Białorusi	Sprzedaż towaru do partnerów francyzyzowych, którzy prowadzą sklepy pod marką ESOTIQ i/lub Femestage.
EBITDA	Zysk operacyjny powiększony o amortyzację z rachunku przepływów pieniężnych.
Średniomiesięczna sprzedaż/m2	Kwartałna sprzedaż grupy, segmentu lub marki/ średnią pracującą całkowitą powierzchnię / 3.
Średniomiesięczne koszty SG&A /m2	Kwartałne koszty SG&A/ całkowitą powierzchnię sklepów / 3.
Zapasy / m2	Zapasy grupy/ całkowita powierzchnia sklepów na koniec kwartału.
Cykl rotacji zapasów	Średnie kwartałne zapasy/ kwartałny koszt własny sprzedaży * 90 dni.
Cykl rotacji należności	Średnie kwartałne należności/ kwartałna sprzedaż grupy * 90 dni.
Cykl rotacji zobowiązań	Średnie zobowiązania handlowe/ koszt własny sprzedaży * 90 dni.
Cykl obrotu gotówki	Cykl obrotu zapasów + cykl obrotu należności – cykl obrotu zobowiązań.



KONTAKT DLA INWESTORÓW

Krzysztof Jakubowski, Wiceprezes Zarządu

kjakubowski@esotiq.com

ir@esotiqhenderson.com

Tel. 609 990 838

KONTAKT DLA MEDIÓW

Cezary Koprowicz, Koprowicz PR

cezary.koprowicz@koprowicz.pl

Tel. 600 013 327

DANE ADRESOWE

ESOTIQ & Henderson S.A.

Szybowcowa 8A, Gdańsk

Tel. +48 58 728 48 00

www.esotiqhenderson.com