



ESOTIQ & HENDERSON
exclusive lingerie

Wyniki za 2Q17

28 września 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.



1

Podsumowanie biznesowe

2

Wyniki 2Q17 i 1H17

3

Podział Grupy

4



Plany na 2017

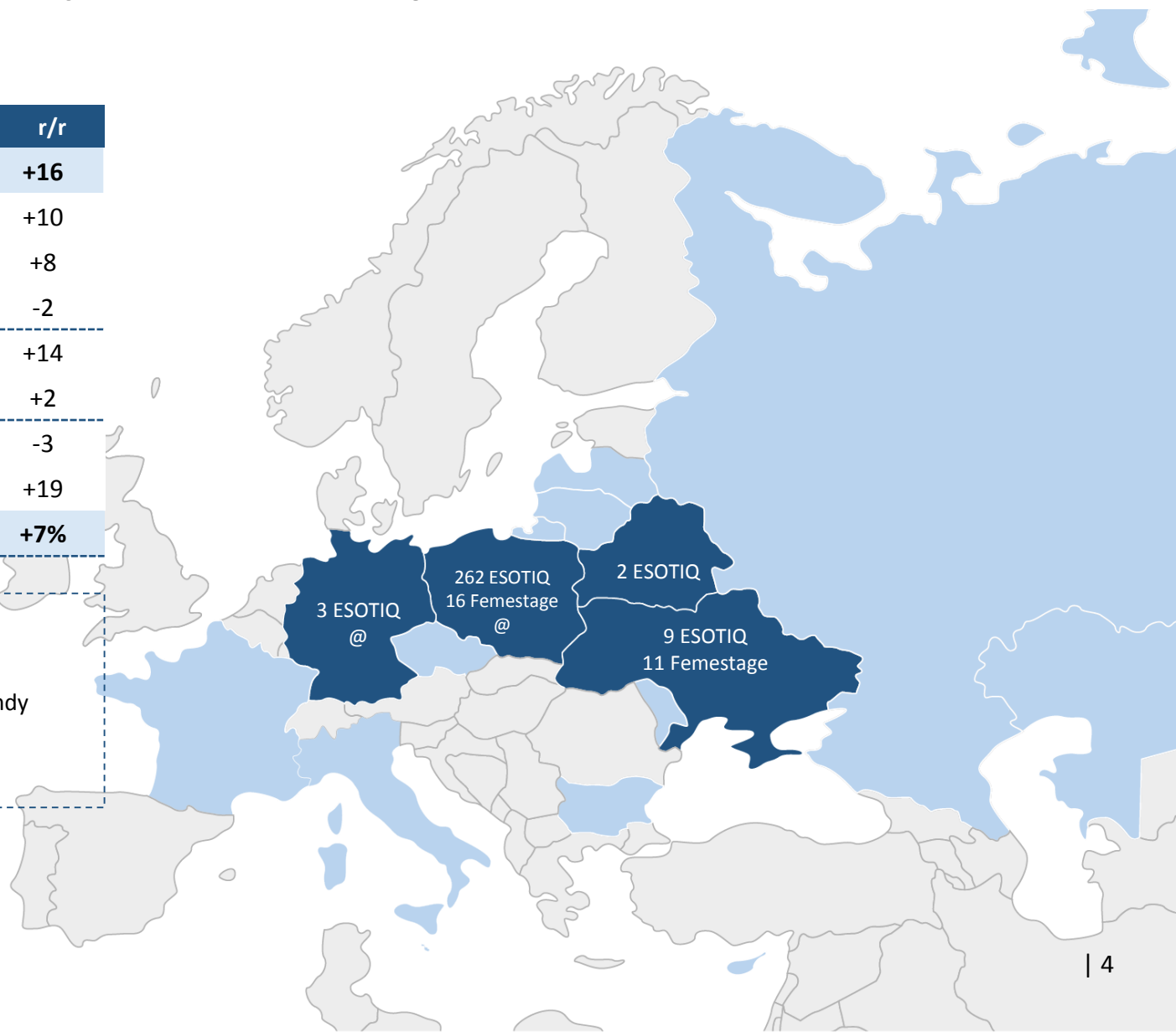
5

Materiały pomocnicze

Ponad 300 sklepów w 4 krajach

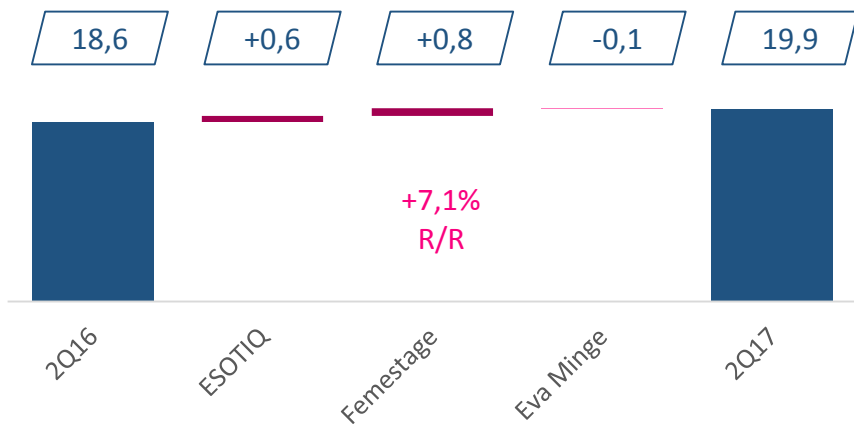
30.06.2017	Salony	r/r
Grupa E&H	303	+16
ESOTIQ	276	+10
Femestage	27	+8
Eva Minge	0	-2
Sklepy franczyzowe	236	+14
Sklepy własne	67	+2
Polska	278	-3
Zagranica	25	+19
Powierzchnia (m2)	19 891	+7%

	Sieć detaliczna
	Sprzedaż hurtowa i multibrandy
@	Sklep internetowy



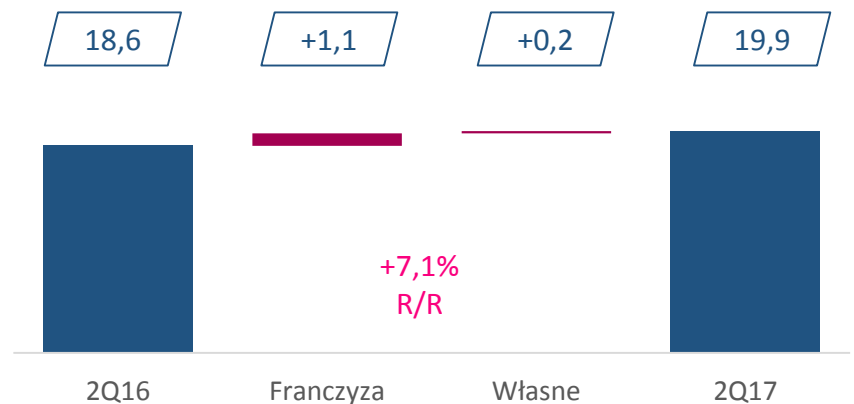
Dynamiczny wzrost powierzchni

PRZYROST WG MAREK R/R, 2Q17 (tys. m²)

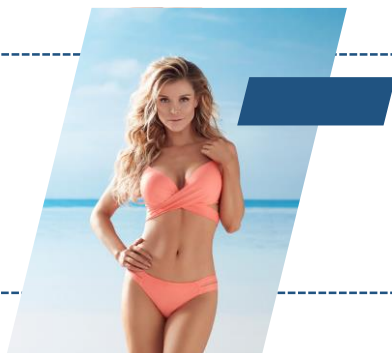


- Na koniec 2Q17 powierzchnia Grupy była większa o 7% r/r, dzięki otwarciom sklepów franczyzowych na Ukrainie i na Białorusi oraz nowym sklepom własnym w Polsce.
- ESOTIQ Polska: otwarcia sklepów własnych, optymalizacja sieci sklepów franczyzowych.
- ESOTIQ za granicą: stabilizacja sieci w Niemczech w 2Q17, ale dynamiczny rozwój na Wschodzie.
- Szybszy rozwój sklepów franczyzowych niż sklepów własnych ze względu na koncentrację na rozwoju sklepów franczyzowych na Ukrainie i na Białorusi.

PRZYROST POWIERZCHNI R/R, 2Q17 (tys. m²)



Szerszy asortyment ESOTIQ w 2Q17



Kontynuacja współpracy z Joanną Krupą.

Bardzo dobra sprzedaż poszerzonej oferty kostiumów kąpielowych.

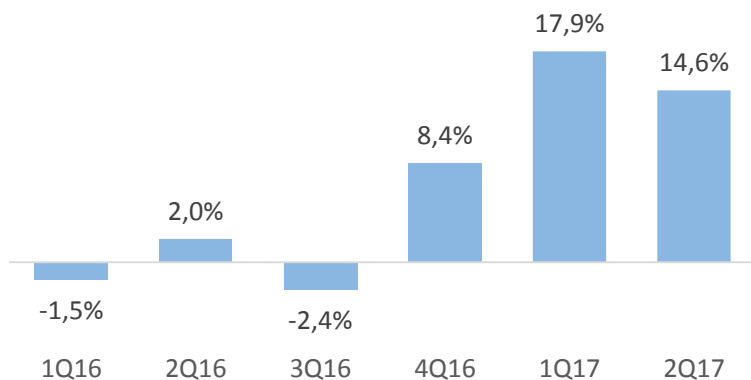
Rosnąca sprzedaż perfum zarówno w sklepach ESOTIQ, on-line jak i u partnerów handlowych.



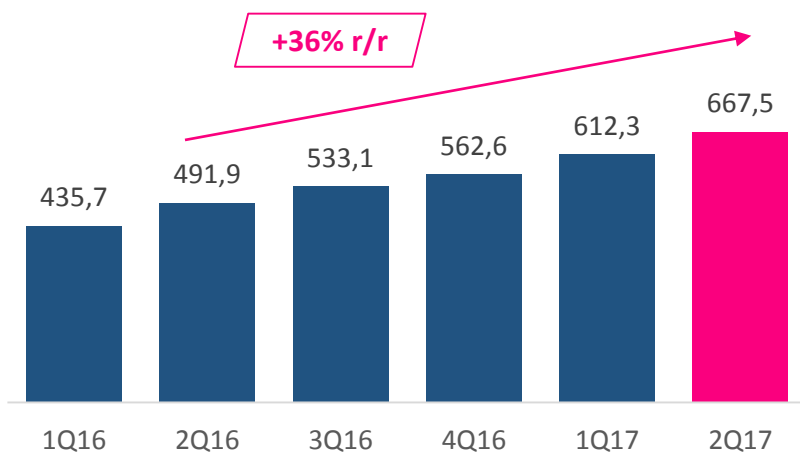
Podążamy za trendami. Poszerzona kolekcja homewear spotkała się z bardzo dobrym odbiorem w 2Q17.

Wysokie dynamiki LFL w ESOTIQ

SPRZEDAŻ PORÓWNYWALNA ESOTIQ, LFL (%)

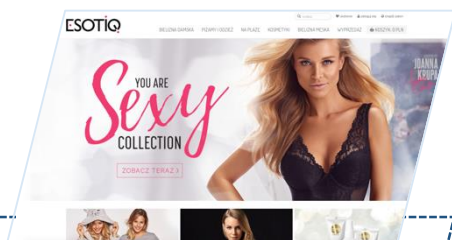


UCZESTNICZKI ESOTIQ CLUB (tys.)



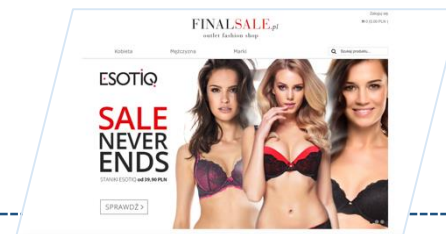
- Wysoki ok. 15% wzrost sprzedaży w sklepach porównywalnych ESOTIQ w Polsce w 2Q17.
- Pozytywny wpływ sprzedaży droższych produktów. Zahamowanie spadków trafficu w 2Q17.
- W 1H17 LFL w ESOTIQ Polska to aż 16%.
- Prawie 0,7 mln lojalnych klientek w ESOTIQ CLUB na koniec 2Q17, około 40% przyrost r/r.
- Dzięki dobrze dobranym promocjom, lojalne klientki zwiększają traffic w sklepach ESOTIQ.

Sukces wdrożenia omnichannel



Od 1Q17
z sukcesem
w sklepach w
Polsce funkcjonuje
omnichannel.

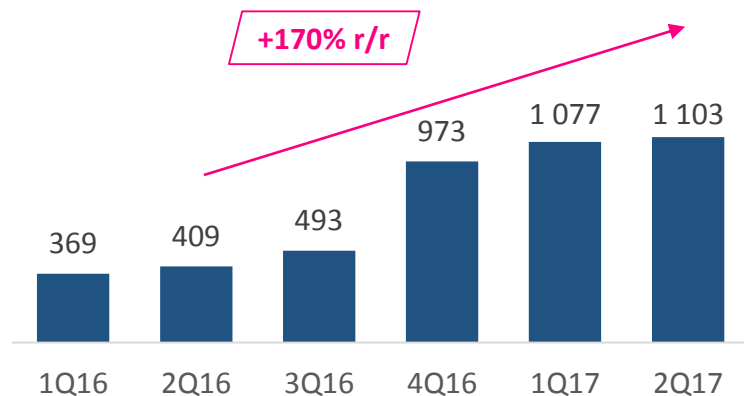
Około
40%
klientów
internetowych
wybiera odbiór
zakupionego
towaru w sklepie.



Zwrotu
towarów
zamówionych
on-line można
dokonać
w salonach.

Trzycyfrowy wzrost sprzedaży on-line

PRZYCHODY E-SKLEPU ESOTIQ PL, (tys. PLN)



NASZE PLATFORMY INTERNETOWE

www.esotiq.com

www.henderson.pl

www.finalsale.pl

de.esotiq.com

- Internet jest dla nas coraz ważniejszym kanałem sprzedaży, m.in. dzięki udanemu wdrożeniu omnichannel.
- Posiadamy 4 sklepy internetowe naszych marek.
- W 2Q17 przychody z e-sklepu marki ESOTIQ w Polsce wyniosły 1,1 mln PLN, rosnąc 170% r/r.
- Oprócz własnych e-sklepów, nasze produkty są dostępne na własnej platformie outletowej oraz multibrandowych platformach internetowych w kraju i zagranicą.



1

Podsumowanie biznesowe

2

Wyniki 2Q17 i 1H17

3

Podział Grupy

4

Plany na 2017

5

Materiały pomocnicze

Główne liczby 1H17

WYNIKI SPÓŁKI MATKI W 1H17

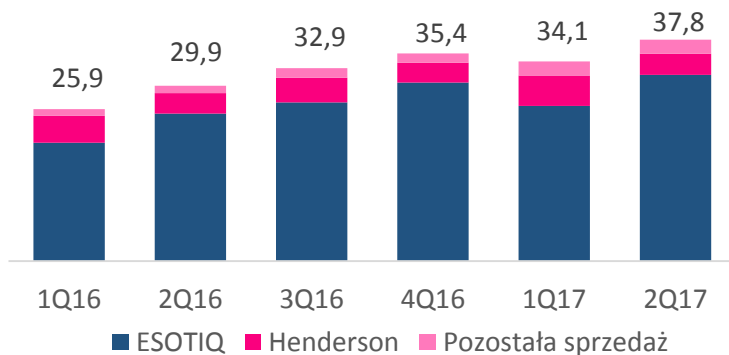
mln PLN	1H17	r/r
Sprzedaż	71,8	28,6%
Zysk brutto na sprzedaży	42,3	27,3%
Marża	58,8%	-0,6 p.p.
EBIT	4,7	+367,8%

WYNIKI GRUPY W 1H17

mln PLN	1H17	r/r
Sprzedaż	79,2	24,7%
Zysk brutto na sprzedaży	45,9	24,6%
Marża	58,0%	0,0 p.p.
EBIT	0,1	n/m

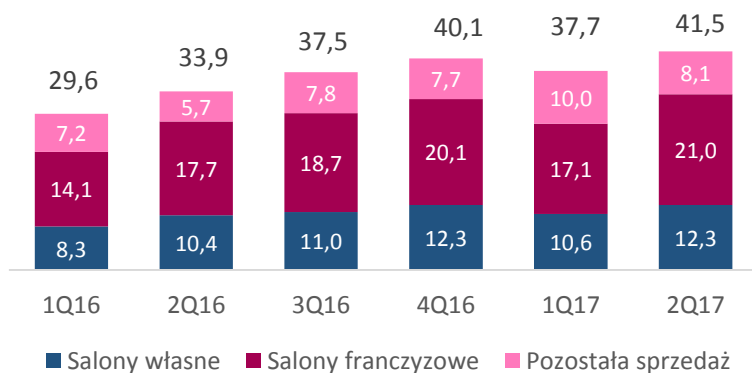
Dwucyfrowe dynamiki sprzedaży Grupy

SPRZEDAŻ SPÓŁKI MATKI (mIn PLN)



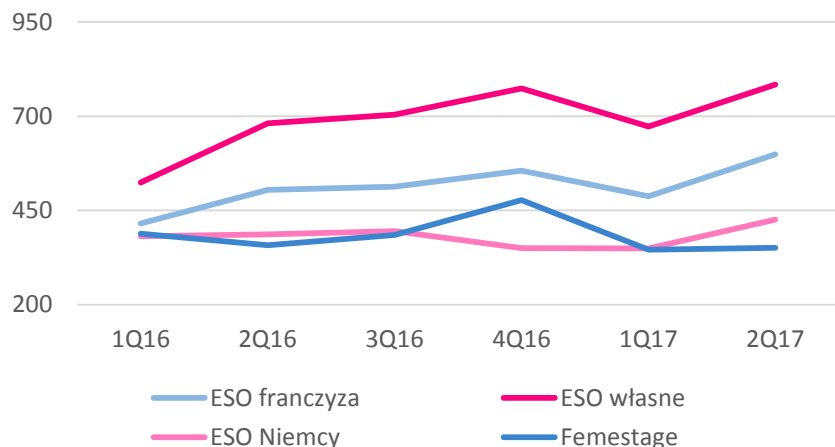
- Sprzedaż Grupy w 2Q17 wyniosła 41,5 mln PLN, wzrost o 22,5% r/r.
- Największym kontrybutorem do sprzedaży pozostała marka ESOTIQ. Sprzedaż spółki matki wyniosła 37,8 mln PLN w 2Q17, 26,2% wyżej r/r.
- Marka Femestage dodała 3,1 mln PLN do przychodów w 2Q17.
- W 2Q17 sprzedaż w kraju dominowała nad sprzedażą zagraniczną: 3 sklepy ESOTIQ w Niemczech dodały 0,4 mln PLN do przychodów grupy. Wzrost o 23% r/r wynika z lepszej rozpoznawalności marki.
- Sprzedaż do sklepów na Ukrainie i Białorusi jest uwzględniona w pozostałej sprzedaży.

SPRZEDAŻ GRUPY (mIn PLN)



Wzrost sprzedaży/ m2

SPRZEDAŻ MAREK/ m2 (PLN na miesiąc)



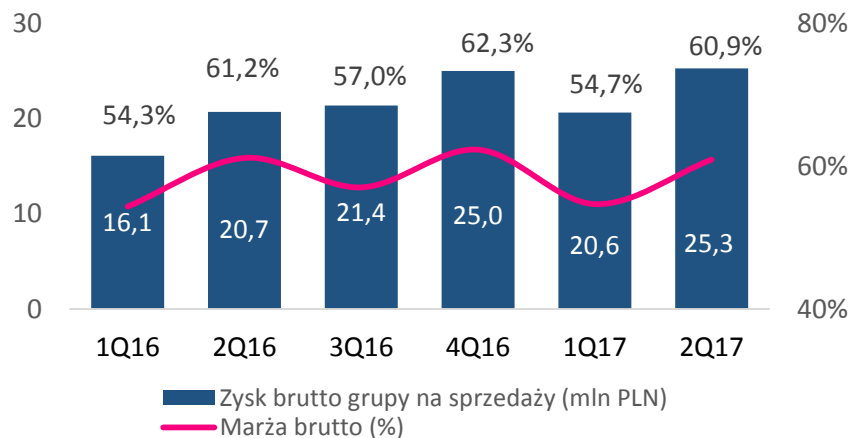
SPRZEDAŻ GRUPY/ m2 (PLN na miesiąc)

mIn PLN	2Q16	2Q17	r/r
Grupa kapitałowa	617	695	12,6%
Sprzedaż detaliczna (Polska i Niemcy)	521	609	17,0%
ESOTIQ Polska	550	648	17,8%
ESOTIQ Niemcy	387	426	10,1%
Femestage Polska	358	351	-1,9%

- Dynamiczny wzrost sprzedaży Grupy/ m2 oraz sprzedaży detalicznej/ m2 mimo wzrostu powierzchni grupy ze względu na wysokie LFL w ESOTIQ Polska.
- Dwucyfrowy wzrost sprzedaży/ m2 ESOTQ w Polsce w 2Q17 efektem: bardzo dobrego odbioru nowej kolekcji przez klientki, rozszerzenia asortymentu oraz optymalizacji sieci sklepów.
- Poprawa sprzedaży/ m2 ESOTIQ w Niemczech w 2Q17 ze względu na poprawę rozpoznawalności marki (akcje marketingowe i współpraca z blogerami w miastach, w których posiadamy sklepy).
- Sprzedaż/ m2 Femestage w Polsce niższa r/r ze względu na większy udział promocji.

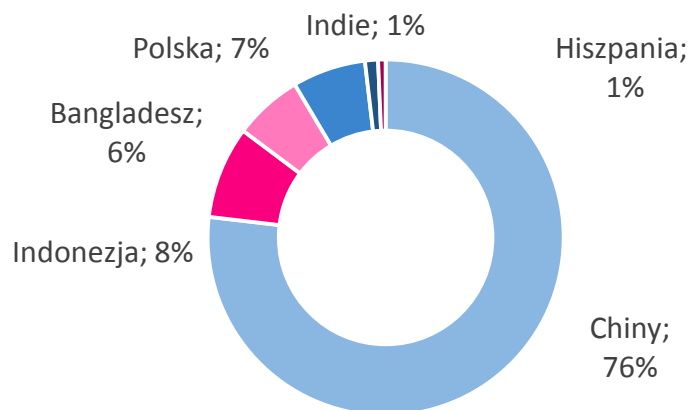
Marża brutto na wysokim poziomie

ZYSK BRUTTO I MARŻA BRUTTO GRUPY



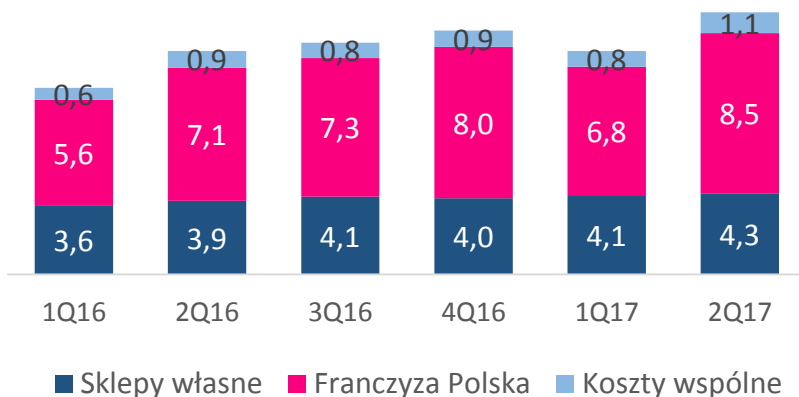
- Stabilnie wysoka marża brutto Grupy na poziomie 60,9% w 2Q17.
- Kwartalna marża brutto spółki matki:
 - wysoki poziom 62,0% w 2Q17, dzięki nowym produktom oraz przemyślanej strategii promocyjnej,
 - nieznaczny spadek o 1 p.p. r/r ze względu na wyższy udział eksportu o niższej marży niż sprzedaż detaliczna.
- Marża brutto na sklepach ESOTIQ w Niemczech pozostaje na poziomach korzystniejszych niż w kraju.
- Niższa r/r marża brutto w Femestage ze względu na rozwój sprzedaży internetowej oraz mocniejsze akcje rabatowe.

STRUKTURA WALUTOWA ZAKUPÓW W 1H17

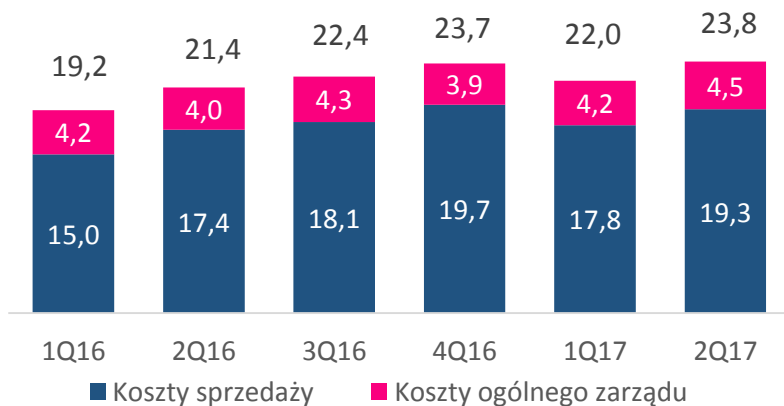


Koszty pod kontrolą

KOSZTY SKLEPÓW SPÓŁKI MATKI (mIn PLN)



KOSZTY OPERACYJNE GRUPY (mIn PLN)



- Koszty operacyjne spółki matki wzrosły o 15,5% r/r, a koszty sklepów o 17% r/r, znacząco poniżej wzrostu sprzedaży.
- W Polsce w 2Q17 koszty sklepów własnych ESOTIQ wzrosły o 10% r/r, a koszty sklepów franczyzowych o 21% r/r.
- Znaczące ograniczenie kosztów/ m2 w ESOTIQ Niemcy ze względu na renegocjacje czynszu w jednym z salonów.
- Wzrost kosztów grupy/ m2 głównie ze względu na wzrosty w spółce matce.

Koszty/ m2 na miesiąc	2Q16	2Q17	r/r
Koszty SG&A grupy	390	399	2,5%
ESOTIQ Polska sklepy	256	294	14,9%
ESOTIQ Niemcy spółka*	966	528	-45,3%
Femestage Polska sklepy	308	297	-3,6%

* Koszty 2Q16 nie uwzględniają jednorazowych kosztów związanych z pozyskaniem finansowania z TFI BGK, które wyniosły ok. 160 tys. PLN.

Bardzo dobre wyniki spółki matki

KWARTALNE WYNIKI SPÓŁKI MATKI

mIn PLN	2Q16	2Q17	r/r
Przychody	29,9	37,8	26,2%
Zysk brutto na sprzedaży	18,9	23,4	24,3%
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	<i>63,0%</i>	<i>62,0%</i>	<i>-1,0 p.p.</i>
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	17,3	20,0	15,5%
Zysk operacyjny	1,8	3,4	92,0%
<i>Marża operacyjna</i>	<i>5,9%</i>	<i>9,0%</i>	<i>3,1 p.p.</i>
Zysk netto	1,7	2,9	76,9%

- Dwucyfrowy wzrost sprzedaży przy wysokiej marży brutto.
- Koszty operacyjne pod kontrolą mimo kosztów podziału (0,1 mln PLN w 2Q17).
- Podwojenie zysku operacyjnego i netto.

SKUMULOWANE WYNIKI SPÓŁKI MATKI

mIn PLN	1H16	1H17	r/r
Przychody	55,9	71,8	28,6%
Zysk brutto na sprzedaży	33,2	42,3	27,3%
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	<i>59,4%</i>	<i>58,8%</i>	<i>-0,6 p.p.</i>
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	32,6	38,0	16,5%
Zysk operacyjny	1,0	4,7	367,8%
<i>Marża operacyjna</i>	<i>1,8%</i>	<i>6,5%</i>	<i>4,7 p.p.</i>
Zysk netto	0,8	4,1	399,6%

- Wysoka dynamika sprzedaży ze względu na mocny wynik obu kwartałów.
- Wysoki poziom marży brutto w 1H17 mimo wyprzedaży w 1Q17, dzięki poszerzonej ofercie.
- Znacząca poprawa wyniku operacyjnego i netto m.in. ze względu na kontrolę kosztów operacyjnych.

EBIT Grupy powyżej zera

KWARTALNE WYNIKI GRUPY

mIn PLN	2Q16	2Q17	r/r
Przychody	33,9	41,5	22,5%
Zysk brutto na sprzedaży	20,7	25,3	22,0%
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	<i>61,2%</i>	<i>60,9%</i>	<i>-0,3 p.p.</i>
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	21,4	23,8	11,5%
Zysk operacyjny	-0,6	1,2	n/m
<i>Marża operacyjna</i>	<i>-1,8%</i>	<i>2,9%</i>	<i>4,7 p.p.</i>
Zysk netto	-0,4	0,9	n/m

- Wysoki poziom przychodów.
- Stabilna marża brutto mimo koncentracji na uwolnieniu gotówki w części odzieżowej.
- Wzrost kosztów sprzedaży i ogólnego zarządu poniżej wzrostu przychodów.

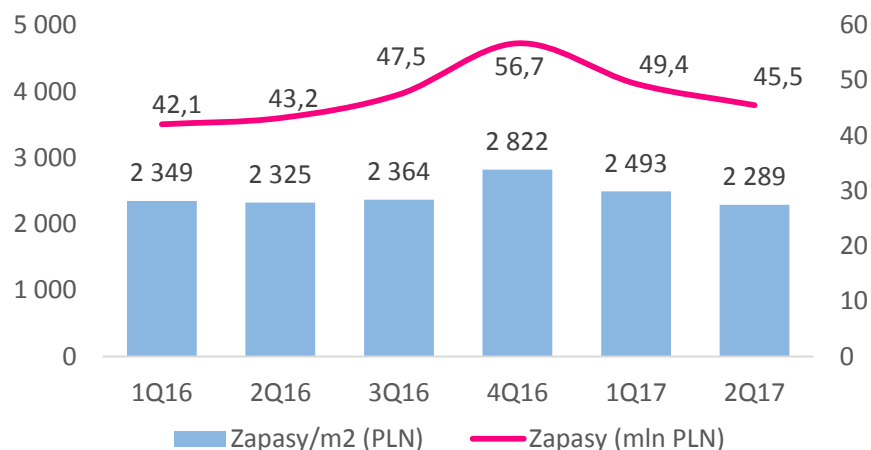
SKUMULOWANE WYNIKI GRUPY

mIn PLN	1H16	1H17	r/r
Przychody	63,5	79,2	24,7%
Zysk brutto na sprzedaży	36,8	45,9	24,6%
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	<i>58,0%</i>	<i>58,0%</i>	<i>0,0 p.p.</i>
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	40,6	45,9	12,9%
Zysk operacyjny	-3,4	0,1	n/m
<i>Marża operacyjna</i>	<i>-5,4%</i>	<i>0,2%</i>	<i>5,6 p.p.</i>
Zysk netto	-3,4	-0,1	n/m

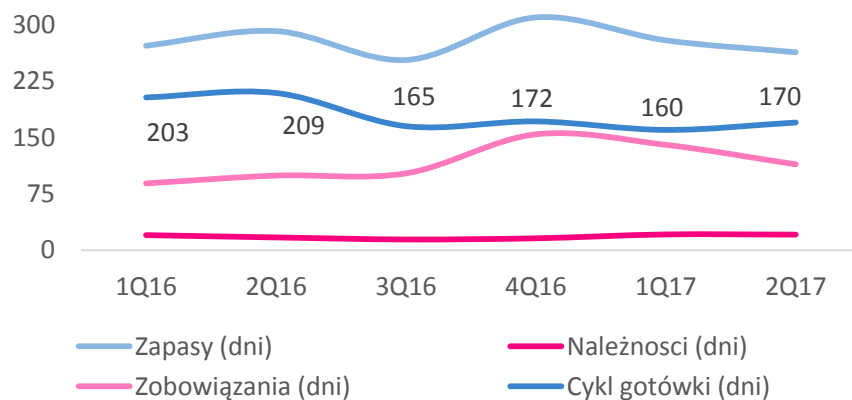
- Dynamiczny wzrost przychodów, ale stabilizacja marży brutto.
- Wynik operacyjny Grupy powyżej zera – wysoki poziom EBITu spółki matki, ale inwestycje w sklepy własne Femestage i ESOTIQ w Niemczech.
- Znaczące zmniejszenie straty netto.

Uwolnienie zapasów

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



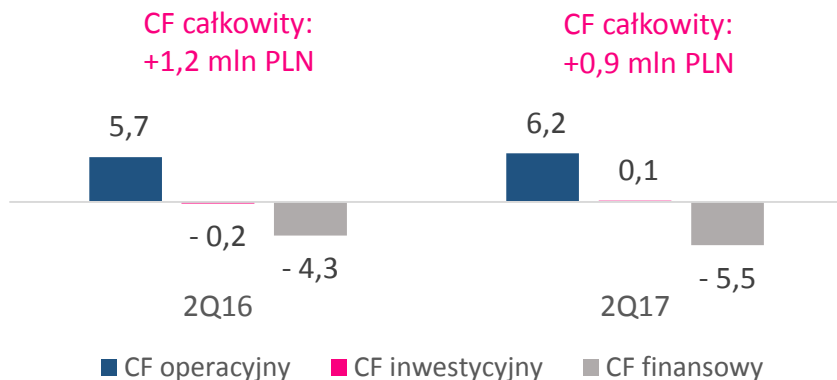
CYKL GOTÓWKI (dni)



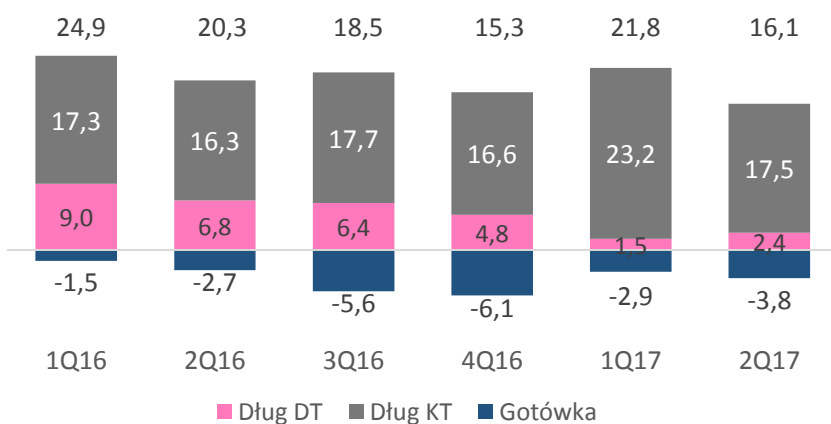
- W 1H17 uwolniliśmy 11,2 mln PLN zapasów na poziomie Grupy dzięki:
 - wyprzedażom w 1Q17 w obu markach,
 - z sukcesem przeprowadzonym akcjom promocyjnym w 2Q17 w salonach oraz w internecie,
 - wykorzystaniu platformy wyprzedażowej finalsale.
- 5% wzrost zapasów grupy r/r na koniec 2Q17 wynika z planowanego rozwoju sieci detalicznej oraz przewidywanych wyższych r/r wolumenów sprzedaży hurtowej w 2H17.
- Zapasy na m2 spadły o 2% r/r, ze względu na 7% r/r wzrost powierzchni.
- Szybszy cykl obrotu gotówki r/r:
 - znacząco szybszy cykl obrotu zapasami,
 - ale też szybszy cykl obrotu zobowiązaniami.

Silne przepływy, mniejszy dług netto

PRZEPŁYWY FINANSOWE GRUPY (mln PLN)



DŁUG NETTO (mln PLN)



- W 2Q17 wygenerowaliśmy 0,9 mln PLN gotówki.
- Przepływy operacyjne: +6,2 mln PLN
 - +3,7 mln PLN z uwolnienia zapasów,
 - spadek należności i neutralny wpływ zobowiązań.
- Przepływy inwestycyjne: +0,1 mln PLN
 - płatności za nowe sklepy własne wyniosły 0,1 mln PLN w 2Q17 wobec 0,35 w 2Q16.
- Przepływy finansowe: -5,5 mln PLN
 - spłata kredytów i pożyczek ze względu na silne przepływy operacyjne.
- Spadek zadłużenia netto r/r ze względu na korzystniejsze przepływy operacyjne.
- Mniejsze zadłużenie długoterminowe r/r ze względu na przeniesienie jednego z kredytów do zobowiązań krótkoterminowych (termin spłaty poniżej 12 miesięcy na datę bilansową).
- Zadłużenie odsetkowe podajemy jako sumę długu bankowego i leasingu finansowego.

Podsumowanie I półrocza 2017

1 Dynamiczny wzrost powierzchni Grupy

2 Dalszy rozwój e-commerce

3 Wysoka marża brutto

4 Uwolnienie zapasów

5 Zmniejszenie długu netto



1

Podsumowanie biznesowe

2

Wyniki 2Q17 i 1H17

3

Podział Grupy

4

Plany na 2017

5

Materiały pomocnicze

Podział Grupy - struktura

STRUKTURA NA 30.06.2017

BIELIZNA I MODA DAMSKA

ESOTIQ & Henderson S.A.

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

ESOTIQ Germany GmbH

51%

Działalność w Niemczech.

Luma Sp. z o.o.

100%

Wynajem powierzchni handlowej.

Femestage Eva Minge
Sp. z o.o.

100%

Sprzedaż odzieży pod marką Femestage.

Eva Minge Design
Sp. z o.o.

75%

Sprzedaż pod marką Eva Minge; sprzedaż licencji.

EMG S.A.

100%

Spółka, która przejmie aktywa odzieżowe.

STRUKTURA PO PODZIALE

BIELIZNA

ESOTIQ & Henderson S.A.

notowana na GPW

ESOTIQ Germany GmbH

51%

Luma Sp. z o.o.

100%

MODA DAMSKA

Eva Minge Group S.A. (EMG)

docelowo notowana na New Connect

Femestage Eva Minge
Sp. z o.o.

100%

Eva Minge Design
Sp. z o.o.

75%

Podział Grupy - powody

POWODY, DLA KTÓRYCH ZARZĄD ZDECYDOWAŁ SIĘ NA PODZIAŁ GRUPY:

1

Zwiększenie zdolności do konkutowania na rynku oraz umożliwienia wzrostu wartości rozwijającego się segmentu modowego.

2

Uzyskanie wiarygodnej rynkowej wyceny działalności z zachowaniem możliwości efektywnego pomiaru jej rezultatów.

3

Zwiększenie efektywności i przejrzystości zarządzania Grupą E&H dla akcjonariuszy i potencjalnych inwestorów poprzez uproszczenie struktur i koncentrację na poszczególnych segmentach działalności.

4

Umożliwienie inwestorom większej elastyczności inwestowania w E&H lub w segment mody w zależności od rodzaju prowadzonej przez nie działalności.

Podział Grupy - etapy

5 maja
2016

Podjęcie decyzji o podziale Grupy.
Rozpoczęcie prac nad planem podziału.

30 września
2016

Złożenie planu podziału Grupy do sądu.

3 marca
2017

Rejestracja przez sąd spółki EMG, do której w ramach podziału przeniesione będą spółki odzieżowe.

21 lipca
2017

Zarejestrowanie podziału Grupy przez sąd.
Zaprzestanie konsolidacji EMG.

3 sierpnia
2017

Pierwszy dzień notowań akcji E&H bez prawa do otrzymania akcji EMG.

Podział Grupy - skutki

SPOSÓB PODZIAŁU

- Podział grupy został dokonany przez przeniesienie majątku spółek odzieżowych na spółkę EMG S.A.
- Spółka EMG S.A. powstała przed rejestracją podziału Grupy przez sąd.
- Przy podziale Grupy akcjonariusze ESOTIQ & Henderson S.A. otrzymali akcje EMG S.A. - łącznie 2,2 mln akcji.
- Plan podziału został oparty o bilans spółki matki na dzień 01 sierpnia 2016 roku. Zgodnie z przepisami musiał on być stworzony na dowolny dzień miesiąca poprzedzającego złożenie planu podziału.
- Wydzielane aktywa zostały wycenione przez biegłego rewidenta na 21,7 mln PLN, w zbliżonej wielkości co w sprawozdaniu E&H S.A.

SKUTKI PODZIAŁU

- W wyniku podziału powstały dwie oddzielne grupy kapitałowe z odwzorowaną strukturą akcjonariatu.
- Po podziale Grupa E&H pozostaje notowana na głównym parkiecie GPW w Warszawie.
- Spółka EMG S.A. pozostaje na chwilę obecną poza parkietem giełdowym.
- Od momentu podziału wyniki Grupy EMG nie będą konsolidowane przez Grupę E&H.



1

Podsumowanie biznesowe

2

Wyniki 2Q17 i 1H17

3

Podział Grupy

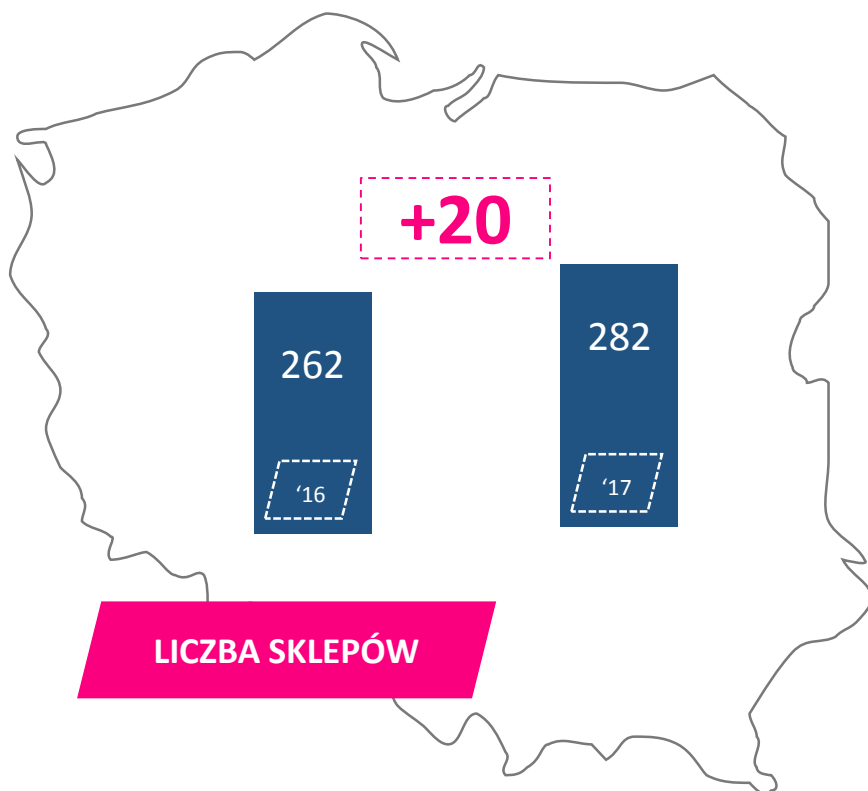
4

Plany na 2017

5

Materiały pomocnicze

Dynamiczny rozwój ESOTIQ w Polsce



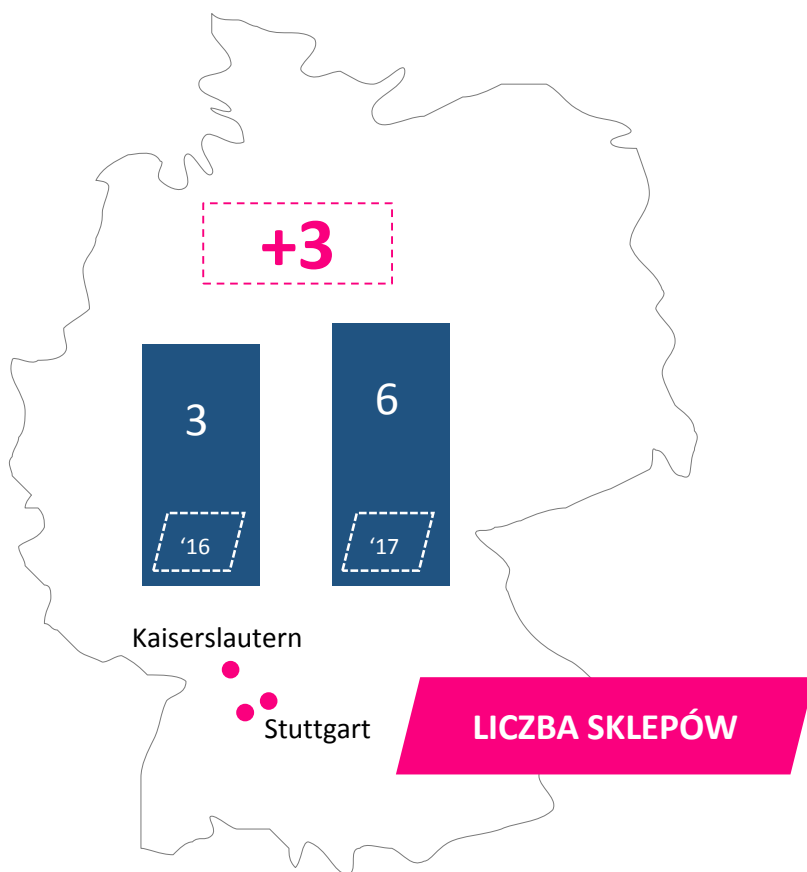
DZIAŁANIA ROZWOJOWE

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

WYNIKI I INWESTYCJE

- 20 nowych sklepów netto w 2017 roku. Stawiamy na jakość lokalizacji.
- Brak wydatków inwestycyjnych przy rozwoju przez franczyzę.
- Fit-outy przy nowych sklepach własnych.

Dalszy rozwój ESOTIQ w Niemczech



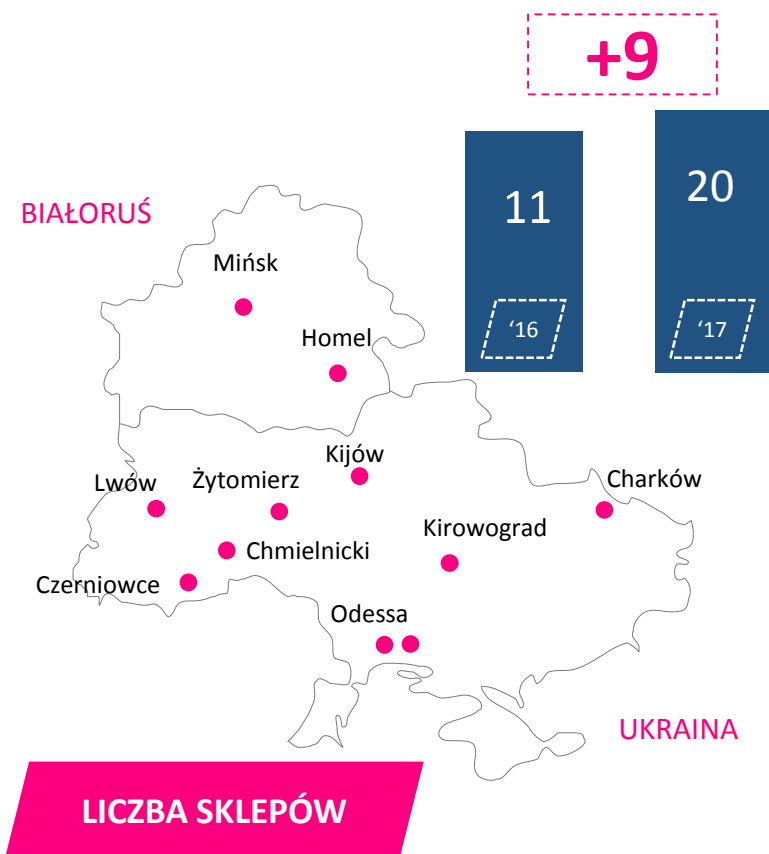
DZIAŁANIA ROZWOJOWE

- Rejestracja dokapitalizowania ESOTIQ Germany GmbH przez E&H S.A. i TFI BGK w kwocie 1 mln EUR w 4Q16.
- Dzięki temu nastąpi przyśpieszenie rozwoju w Niemczech w 2H17 roku.
- Rozwój poprzez otwarcia w centrach handlowych w dużych i średnich miastach. Koncentracja na istniejących galeriach.
- Poszukujemy franczyzobiorców.

WYNIKI I INWESTYCJE

- Celem jest dalsza poprawa sprzedaży/ m2.
- Chcemy utrzymać marżę brutto na sprzedaży na poziomach korzystniejszych niż w Polsce.

Rozwój ESOTIQ na Ukrainie i Białorusi



DZIAŁANIA ROZWOJOWE

- Kontynuacja sprzedaży poprzez salony franczyzowe oraz sprzedaży hurtowej do sklepów multibrandowych.
- Sklepy w galeriach handlowych w dużych miastach na Ukrainie i Białorusi.
- Markowe produkty ESOTIQ.
- Możliwość sprzedaży kolekcji z poprzednich sezonów.

WYNIKI I INWESTYCJE

- Bezpieczny sposób rozliczeń.
- Wydatki inwestycyjne są po stronie franczyzobiorcy.

Plany segmentu bielizny na 2017 rok

- 1 Otwarcia dobrych jakościowo lokalizacji
- 2 Dynamiczny rozwój e-commerce
- 3 Utrzymanie wysokiej marży brutto
- 4 Koszty operacyjne pod kontrolą
- 5 Zmniejszenie poziomu zapasów oraz zadłużenia



1

Podsumowanie biznesowe

2

Wyniki 2Q17 i 1H17

3

Podział Grupy

4

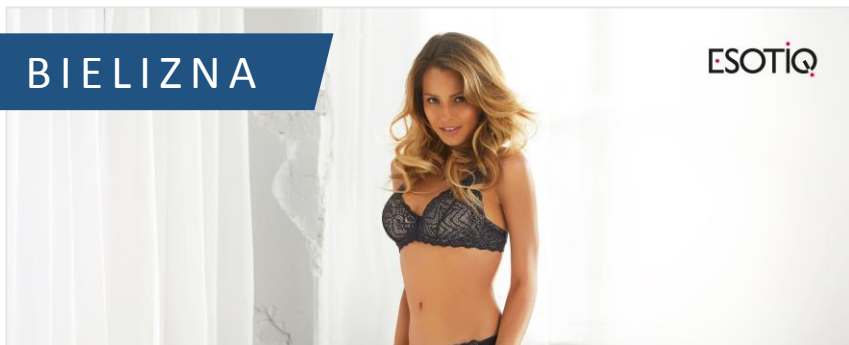
Plany na 2017

5

Materiały pomocnicze

Dwie linie biznesowe (przed podziałem)

BIELIZNA



- 90% 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

ODZIEŻ



- 10% sprzedaży grupy
- Współpraca z Ewą Minge od 2012
- Marka moda Femestage
 - eleganckie ubrania dla kobiet w przystępnej cenie
 - 16 sklepów w Polsce i 11 na Ukrainie (franczyzowe)
- Marki modowe Eva Minge oraz Eva Minge Milano
 - luksusowa odzież dla kobiet
 - punkty multibrandowe we Włoszech i na świecie

Zdywersyfikowana sieć sprzedaży



SKLEPY WŁASNE

- 67 sklepów
- 29% sprzedaży grupy
- Sklepy ESOTIQ w Polsce
- Salony ESOTIQ w Niemczech
- Sklepy Femestage w Polsce



SKLEPY FRANCYZOWE

- 236 sklepów
- 48% 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
- 23% sprzedaży grupy
- Sprzedaż hurtowa i poprzez punkty multibrandowe
- Kraje: Białoruś, Bułgaria, Cypr, Czechy, Francja, Kazachstan, Litwa, Łotwa, Malta, Mołdawia, Polska, Rosja, Ukraina, Włochy

Rozwój sieci sklepów

Liczba sklepów	1Q16	2Q16	3Q16	4Q16	1Q17	2Q17
ESOTIQ Polska	253	261	263	262	257	262
Sklepy franczyzowe	209	216	218	217	211	213
Sklepy własne	44	45	45	45	46	49
ESOTIQ Niemcy	3	3	3	3	3	3
Sklepy franczyzowe	-	-	-	-	-	-
Sklepy własne	3	3	3	3	3	3
ESOTIQ Wschód franczyza	0	2	10	11	11	11
Femestage Polska	18	18	18	17	17	16
Sklepy franczyzowe	2	3	3	2	2	1
Sklepy własne	16	15	15	15	15	15
Femestage Wschód franczyza	-	1	10	11	11	11
Eva Minge Design	2	2	2	-	-	-
Sklepy franczyzowe	-	-	-	-	-	-
Sklepy własne	2	2	2	-	-	-
SUMA SKLEPÓW	276	287	306	304	299	303
Sklepy franczyzowe	211	222	241	241	235	236
Sklepy własne	65	65	65	63	64	67

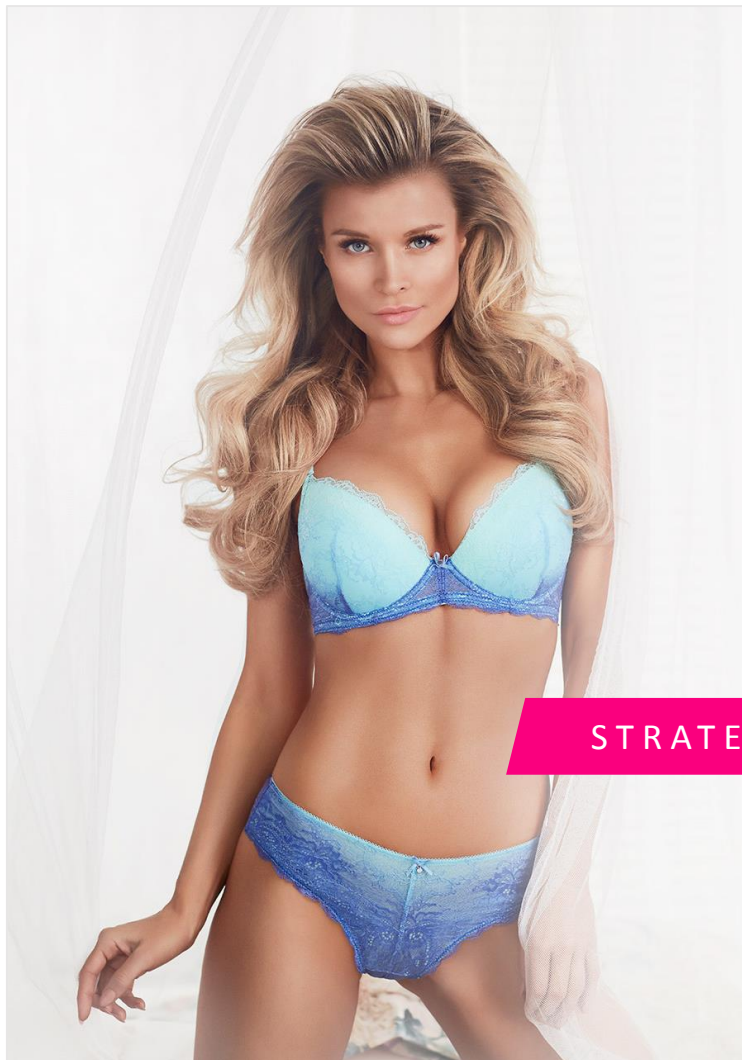
Rozwój powierzchni

Powierzchnia sklepów m2	1Q16	2Q16	3Q16	4Q16	1Q17	2Q17
ESOTIQ Polska	15 314	15 703	15 930	15 820	15 535	15 837
Sklepy franczyzowe	11 407	11 728	11 936	11 845	11 499	11 635
Sklepy własne	3 907	3 975	3 994	3 975	4 036	4 202
ESOTIQ Niemcy	270	270	270	314	314	314
Sklepy franczyzowe	-	-	-	-	-	-
Sklepy własne	270	270	270	314	314	314
ESOTIQ Wschód franczyza	-	152	567	617	617	617
Femestage Polska	2 202	2 202	2 202	2 248	2 248	2 022
Sklepy franczyzowe	214	336	336	214	214	122
Sklepy własne	1 988	1 866	1 866	2 034	2 034	1 900
Femestage Wschód franczyza	-	130	981	1 101	1 101	1 101
Eva Minge Design	120	120	120	-	-	-
Sklepy franczyzowe	-	-	-	-	-	-
Sklepy własne	120	120	120	-	-	-
SUMA SKLEPÓW	17 906	18 577	20 070	20 100	19 815	19 891
Sklepy franczyzowe	11 621	12 346	13 820	13 777	13 431	13 475
Sklepy własne	6 285	6 231	6 250	6 323	6 384	6 416

Rozwój średniej wielkości sklepów

Średnia wielkość sklepu m2	1Q16	2Q16	3Q16	4Q16	1Q17	2Q17
ESOTIQ Polska	61	60	61	60	60	60
Sklepy franczyzowe	55	54	55	55	54	55
Sklepy własne	89	88	89	88	88	86
ESOTIQ Niemcy	90	90	90	105	105	105
Sklepy franczyzowe	-	-	-	-	-	-
Sklepy własne	90	90	90	105	105	105
ESOTIQ Wschód franczyza	-	76	57	56	56	56
Femestage Polska	122	122	122	132	132	126
Sklepy franczyzowe	107	112	112	107	107	122
Sklepy własne	124	124	124	136	136	127
Femestage Wschód franczyza	-	130	98	100	100	100
Eva Minge Design	60	60	60	-	-	-
Sklepy franczyzowe	-	-	-	-	-	-
Sklepy własne	60	60	60	-	-	-
SUMA SKLEPÓW	65	65	66	66	66	66
Sklepy franczyzowe	55	56	57	57	57	57
Sklepy własne	97	96	96	100	100	96

Marka ESOTIQ

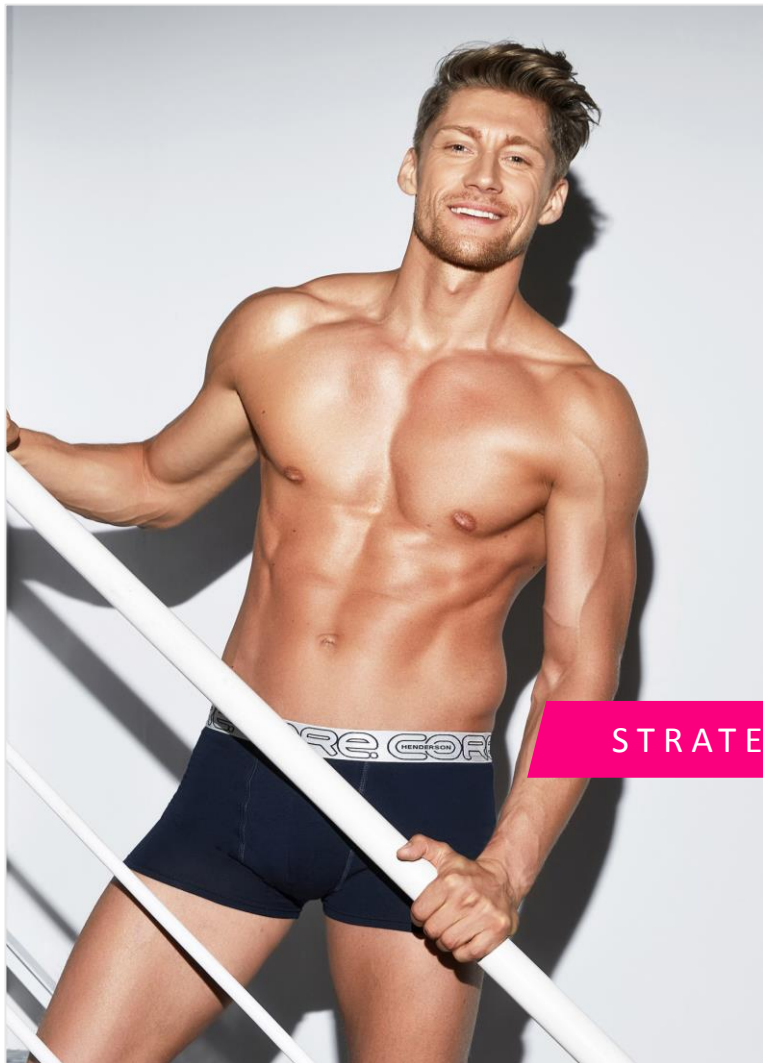


Asortyment	Bielizna dla kobiet, piżamy, stroje kąpielowe, homewear, kosmetyki, perfumy
Grupa klientów	Kobiety w wieku +20 lat
Debiut rynkowy	2006/2007
Sprzedaż	Sklepy franczyzowe, własne, Internet
Liczba sklepów	276 sklepów (262 Polska, 3 Niemcy, 9 Ukraina, 2 Białoruś)
Kraje	Białoruś, Bułgaria, Cypr,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

STRATEGIA BIZNESOWA

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

Marka FEMESTAGE (przed podziałem)



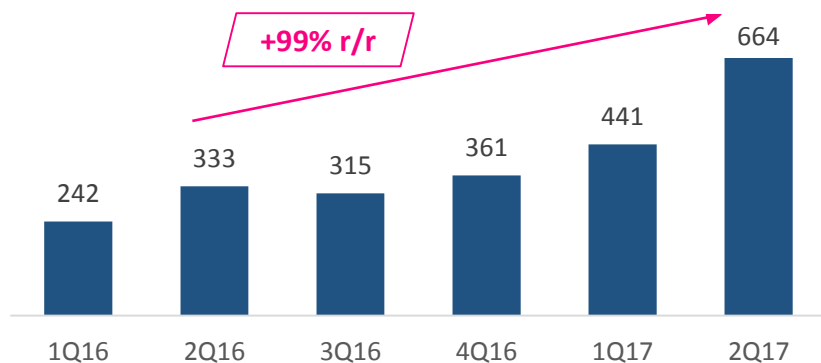
Asortyment	Eleganckie ubrania i akcesoria do pracy i na co dzień
Grupa klientów	Kobiety w wieku +25 lat
Debiut rynkowy	2015
Sprzedaż	Sklepy franczyzowe, własne, Internet
Kraje	27 (16 Polska, 11 Ukraina)

STRATEGIA BIZNESOWA

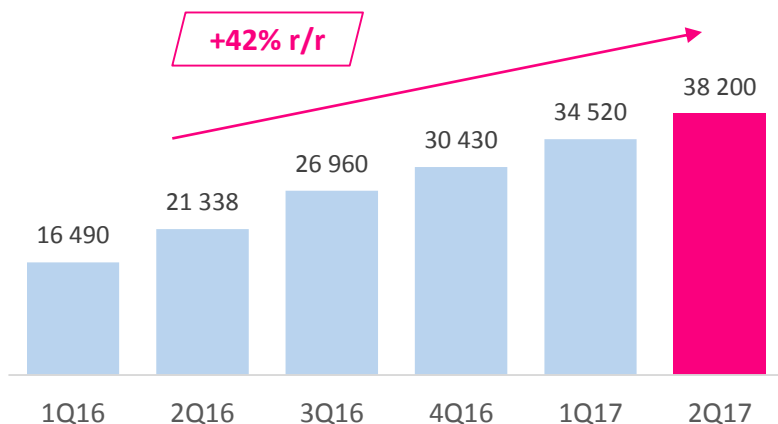
- Eva Minge dyrektorem kreatywnym marki.
- Konsekwentne poszerzanie asortymentu marki.
- Praca nad rozpoznawalnością marki.

Dynamiczny rozwój Femestage on-line

PRZYCHODY E-SKLEPU FEMESTAGE POLSKA (tys. PLN)



UCZESTNICZKI FEMESTAGE PASS



- W 2Q17 dynamicznie rosły przychody e-sklepu marki Femestage, osiągając 0,7 mln PLN. Stanowiło to już około 22% sprzedaży tej spółki.
- W 1H17 Femestage brało udział w promocjach typu „weekend zakupów”, m.in. Joy, Cosmopolitan, Avanti, Wysokie Obcasy, Twój Styl.
- Kampanie promocyjne przełożyły się na wzrost zainteresowania marką.
- Klub lojalnościowy marki Femestage działa od początku jej istnienia.
- Liczba uczestniczek wzrosła o 42% r/r na koniec 2Q17 i wyniosła ponad 38 tysięcy.
- Z sukcesem stosujemy cashback oraz promocje zachęcające klientki do ponownych zakupów w sklepach.

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.

FRANCZYZOBIORCA

- 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.

- 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.
- Wysyłka materiałów marketingowych.
- Szkolenie personelu ze znajomości produktu.

ZALETY

- Rozszerzenie obecności na Ukrainie.
- Bezpieczny sposób rozliczeń - sprzedaż zabezpieczona przedpłatami i gwarancjami bankowymi.
- Brak wydatków inwestycyjnych.

FRANCYZOBIORCA

- 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.

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

Kwartalne wyniki grupy kapitałowej

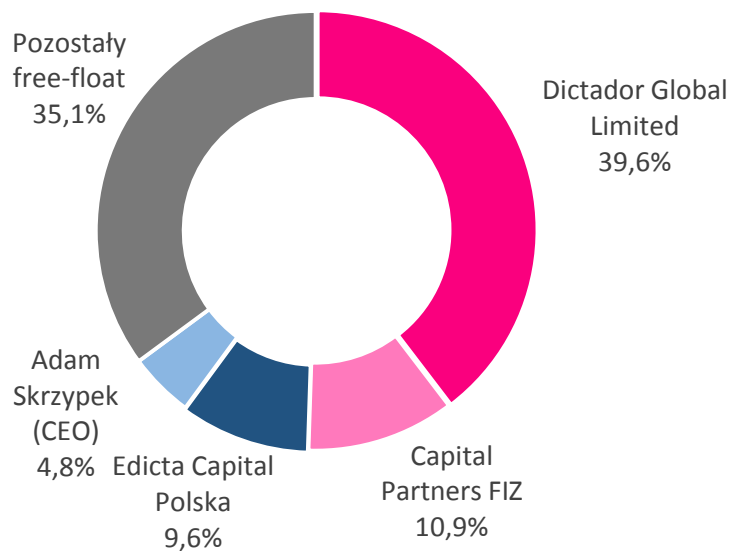
mIn PLN	4Q15	4Q16	r/r	1Q16	1Q17	r/r	2Q16	2Q17	r/r
Przychody grupy	33,2	40,1	20,8%	29,6	37,7	27,2%	33,9	41,5	22,5%
Koszt wytworzenia	-15,0	-15,1	0,6%	-13,5	-17,1	26,3%	-13,2	-16,2	23,2%
Zysk brutto na sprzedaży grupy	18,2	25,0	37,6%	16,1	20,6	28,1%	20,7	25,3	22,0%
Marża brutto grupy na sprzedaży	<i>54,7%</i>	<i>62,3%</i>		<i>54,3%</i>	<i>54,7%</i>		<i>61,2%</i>	<i>60,9%</i>	
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	-20,0	-23,7	18,3%	-19,2	-22,0	14,5%	-21,4	-23,8	11,5%
Pozostała działalność operacyjna	-0,3	-0,4		0,3	0,3		0,0	-0,2	
Zysk operacyjny	-2,1	1,0	n/m	-2,8	-1,1	n/m	-0,6	1,2	n/m
Marża operacyjna grupy	<i>-6,4%</i>	<i>2,4%</i>		<i>-9,5%</i>	<i>-2,8%</i>		<i>-1,8%</i>	<i>2,9%</i>	
Działalność finansowa netto	-0,2	-0,4		0,0	0,0		0,1	0,2	
Zysk brutto	-2,3	0,6	n/m	-2,8	-1,1	n/m	-0,5	1,3	n/m
Podatek	-0,1	-0,5		-0,1	-0,2		0,0	-0,7	
Mniejszości	0,5	0,1		0,0	0,3		0,1	0,3	
Zysk netto grupy	-2,0	0,2	n/m	-2,9	-1,0	n/m	-0,4	0,9	n/m
Marża netto grupy	<i>-6,0%</i>	<i>0,5%</i>		<i>-9,9%</i>	<i>-2,7%</i>		<i>-1,3%</i>	<i>2,1%</i>	

Skumulowane wyniki grupy kapitałowej

mIn PLN	2015	2016	r/r	1Q16	1Q17	r/r	1H16	1H17	r/r
Przychody grupy	120,6	141,1	17,0%	29,6	37,7	27,2%	63,5	79,2	24,7%
Koszt wytworzenia	-48,3	-57,9	19,9%	-13,5	-17,1	26,3%	-26,7	-33,3	24,8%
Zysk brutto na sprzedaży grupy	72,3	83,2	15,1%	16,1	20,6	28,1%	36,8	45,9	24,6%
Marża brutto grupy na sprzedaży	59,9%	59,0%		54,3%	54,7%		58,0%	58,0%	
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	-73,6	-86,7	17,8%	-19,2	-22,0	14,5%	-40,6	-45,9	12,9%
Pozostała działalność operacyjna	0,5	0,1		0,3	0,3		0,3	0,1	
Zysk operacyjny	-0,7	-3,3	n/m	-2,8	-1,1	n/m	-3,4	0,1	n/m
Marża operacyjna grupy	-0,6%	-2,4%		-9,5%	-2,8%		-5,4%	0,2%	
Działalność finansowa netto	-1,1	-0,2		0,0	0,0		0,1	0,1	
Zysk brutto	-1,9	-3,5	n/m	-2,8	-1,1	n/m	-3,3	0,3	n/m
Podatek	-1,1	-0,9		-0,1	-0,2		-0,1	-1,0	
Mniejszości	0,8	0,3		0,0	0,3		0,1	0,6	
Zysk netto grupy	-2,1	-4,0	n/m	-2,9	-1,0	n/m	-3,4	-0,1	n/m
Marża netto grupy	-1,8%	-2,9%		-9,9%	-2,7%		-5,3%	-0,2%	

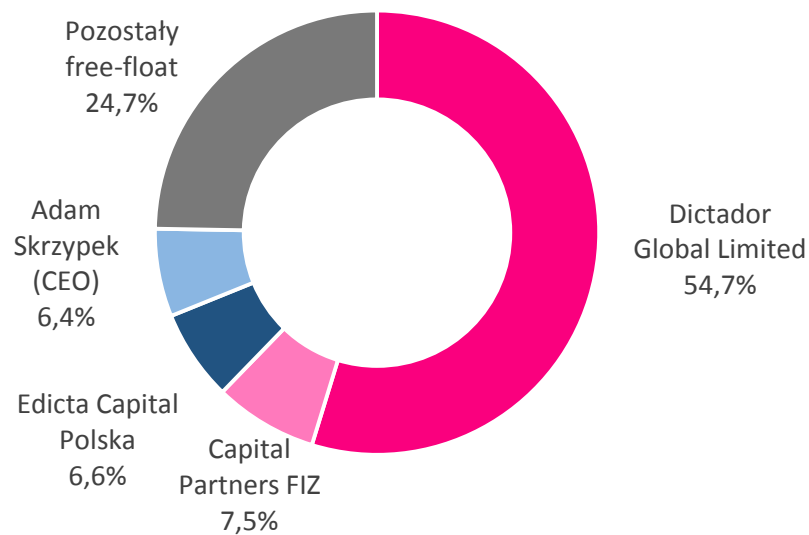
Struktura akcji i głosów

UDZIAŁ W AKCJACH (30.06.2017)



Ilość akcji: 2 233 500

UDZIAŁ W GŁOSACH (30.06.2017)



Ilość głosów: 3 233 500

Słownik użytych pojęć

Franczyza w Polsce

Prowadzenie sieci sklepów poprzez pośrednika. Sklepy Spółki w Polsce prowadzone są w formie franczyzy depozytowej.

Franczyza na Ukrainie i Białorusi

Sprzedaż towaru do partnerów franczyzowych, którzy prowadzą sklepy pod marką ESOTIQ i/lub Femestage.

EBITDA

Zysk operacyjny powiększony o amortyzację z rachunku przepływów pieniężnych.

Średniomiesięczna sprzedaż/m2

Kwartalna sprzedaż grupy, segmentu lub marki/ średnia pracująca całkowita powierzchnia / 3.

Średniomiesięczne koszty SG&A /m2

Kwartalne koszty SG&A/ średnia pracująca całkowita powierzchnia / 3.

Zapasy / m2

Zapasy grupy/ całkowita powierzchnia sklepów na koniec kwartału.

Cykl rotacji zapasów

Średnie kwartalne zapasy/ kwartalny koszt własny sprzedaży * 90 dni.

Cykl rotacji należności

Średnie kwartalne należności/ kwartalna 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.

DANE ADRESOWE

ESOTIQ & Henderson S.A.

Szybowcowa 8A, Gdańsk

Tel. +48 58 728 48 00

www.esotiqhenderson.com

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

