

ESOTIQ & HENDERSON®

Prezentacja inwestorska

WYNIKI ZA PIERWSZY KWARTAŁ 2024 ROKU

27 maja 2024 roku

ESOTIQ & HENDERSON®



Wyniki finansowe 1Q24

41,8

MLN ZŁ ZYSKU BRUTTO

Zysk brutto na sprzedaży Grupy w 1Q24 wyniósł 41,8 mln zł, a marża ukształtowała się na poziomie ok. 66,0%. Głównym celem na kolejne kwartały jest systematyczne zwiększanie sprzedaży przy równoczesnym podnoszeniu marży brutto.

63,2

MLN ZŁ PRZYCHODÓW

Grupa wypracowała w 1Q24 poziom przychodów ze sprzedaży w kwocie 63,2 mln zł (wzrost o +3,5% r/r). Wzrost wartości zamówień poprzez aplikację mobilną o 81% r/r.

288

LICZBA SALONÓW

Na koniec 1Q24 Grupa posiadała 288 salonów o łącznej powierzchni 17 788 m². Niewielki spadek powierzchni o 1,5% r/r był spowodowany głównie zamknięciami salonów w Polsce.

83,2

SKONSOLIDOWANYCH PRZYCHODÓW

Skonsolidowane przychody ze sprzedaży w okresie pierwszych czterech miesięcy 2024 r. wyniosły około 83,2 mln zł i były wyższe o około 4 procent, niż w tym samym okresie roku ubiegłego. W ujęciu narastającym skonsolidowana marża ze sprzedaży w okresie styczeń – kwiecień 2024 r. wyniosła około 68 proc. i była wyższa o ok. 4 p.p. r/r.

Wyniki finansowe 1Q24 (w mln zł)



Rachunek zysków i strat

JEDNOSTKA DOMINUJĄCA

- Przychody ze sprzedaży na poziomie 63,1 mln zł (wzrost o +5,3% r/r).
- Zysk netto w 1Q24 wzrósł o 1074% i wyniósł 0,6 mln zł.
- Wzrost zysku brutto na sprzedaży do 41,1 mln zł (wzrost o 11,1% r/r).
- Wzrost zysku operacyjnego do 1,9 mln zł (+13,0% r/r).
- Poprawa rentowności na wszystkich poziomach.
- Korzystny kurs dolara wspierał wyniki finansowe.

W tys. PLN	1Q24	1Q23	Zmiana	Zmiana %
Przychody ze sprzedaży	63 096	59 892	3 204	5,3%
<i>Koszt sprzedanych towarów</i>	22 000	22 908	-908	-4,0%
Zysk brutto na sprzedaży	41 096	36 984	4 112	11,1%
<i>Marża brutto na sprzedaży (%)</i>	65,1%	61,8%		
<i>Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu</i>	39 669	36 098	3 571	9,9%
Zysk (strata) operacyjny	1 894	1 676	218	13,0%
<i>Marża operacyjna (%)</i>	3,0%	2,8%		
Zysk (strata) netto	599	51	548	1074,5%
<i>Marża netto (%)</i>	0,9%	0,1%		
EBITDA	6 350	5 450	900	16,5%
<i>Marża EBITDA (%)</i>	10,1%	9,1%		

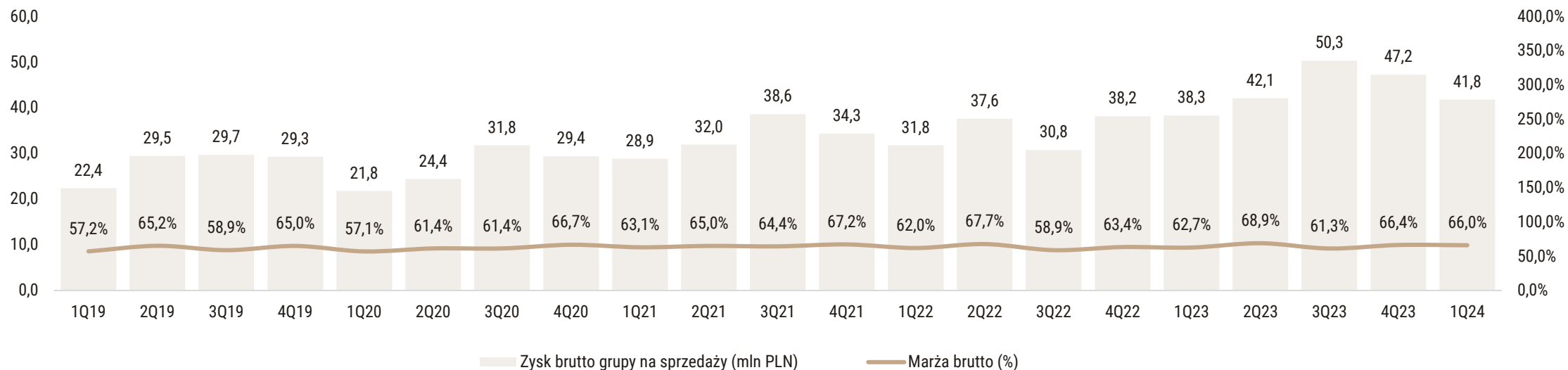
Rachunek zysków i strat

GRUPA KAPITAŁOWA

- Sprzedaż w 1Q24 wyniosła 63,2 mln zł (+3,5% r/r).
- Wzrost zysku brutto na sprzedaży (+9,0% r/r).
Marża brutto na sprzedaży na poziomie 66,0%.
- Zysk netto w 1Q24 wyniósł 0,3 mln zł (+49,8% r/r).
- Wzrost udziału sprzedaży nowej kolekcji w 1Q24 względem 1Q23.
- Spółka poszukuje rozwiązań i wdraża optymalizację zarówno w obszarze kosztów wewnętrznych spółki, jak również w sieci sprzedaży, tak aby maksymalizować rentowność.

W tys. PLN	1Q24	1Q23	Zmiana	Zmiana %
Przychody ze sprzedaży	63 237	61 098	2 139	3,5%
<i>Koszt sprzedanych towarów</i>	21 483	22 787	-1 304	-5,7%
Zysk brutto na sprzedaży	41 754	38 311	3 443	9,0%
<i>Marża brutto na sprzedaży (%)</i>	66,0%	62,7%		
<i>Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu</i>	40 561	37 573	2 988	8,0%
Zysk (strata) operacyjny	1 669	1 545	124	8,0%
<i>Marża operacyjna (%)</i>	2,6%	2,5%		
Zysk (strata) netto	325	217	108	49,8%
<i>Marża netto (%)</i>	0,5%	0,4%		
EBITDA	6 150	5 382	768	14,3%
<i>Marża EBITDA (%)</i>	9,7%	8,8%		

Stabilny poziom marży brutto



- Marża wartościowa brutto na sprzedaży jest głównym celem biznesowym spółki.

Realizacji celu sprzyjają:

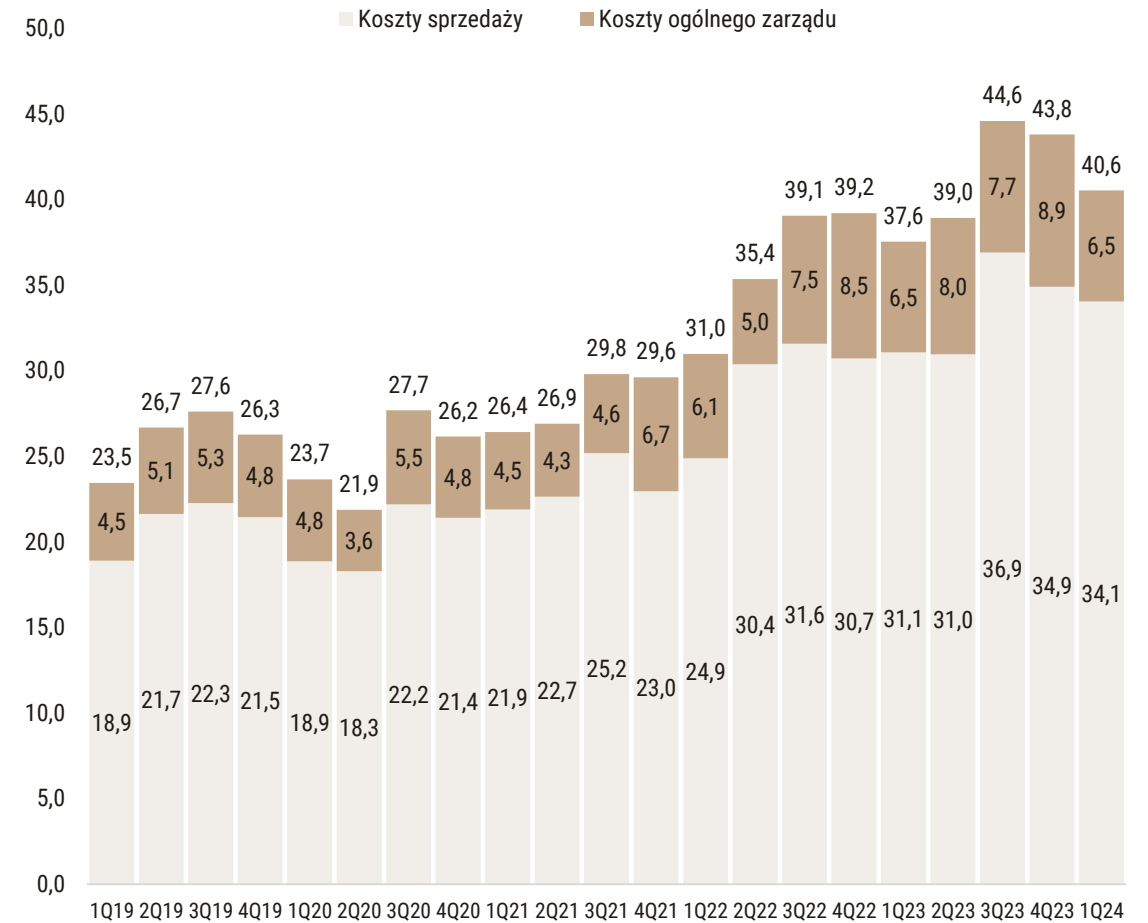
- Wprowadzenie kolekcji wiosna/lato wcześniej niż w poprzednich latach.
- Dzięki skutecznej odsprzedaży starszych kolekcji, struktura asortymentowa zapasów pozwala skupić się na sprzedaży nowych kolekcji.
- Nowe podejście do zarządzania planem sprzedaży i polityką sprzedażową – modyfikacja działań promocyjnych przyniosła wzrost marży.
- Wysoka marża początkowa oraz korzystny kurs dolara.

Koszty/m ² na miesiąc	1Q24	1Q23	r/r
Koszty SG&A Grupy	346	374	-7,5%
Esotiq Polska sklepy	328	350	-6,3%

- Spółka zainicjowała projekty mające na celu optymalizację i automatyzację procesów. Inwestowanie w zaawansowane technologicznie oprogramowania mają na celu poprawę efektywności operacyjnej, co umożliwi utrzymanie obecnej liczby pracowników niezbędnych do zarządzania tymi procesami.
- Spadek kosztów/m² w Grupie o -7,5% r/r. Spółka wdraża optymalizację kosztów, aby poprawić rentowność.

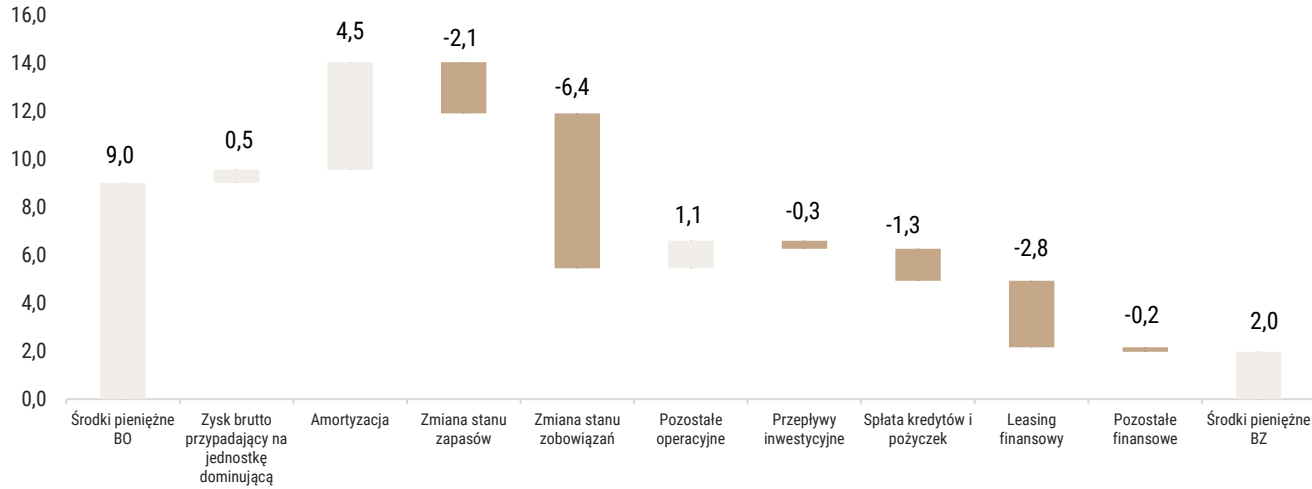
Koszty Grupy/m²

KOSZTY OPERACYJNE GRUPY (mln PLN)



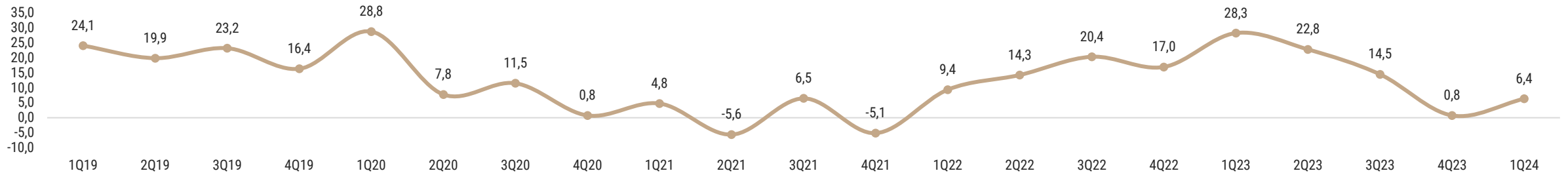
Zadłużenie i gotówka

PRZEPIŁYWKY FINANSOWE GRUPY 1Q24 (mln PLN)



- Grupa zakończyła 1Q24 środkami pieniężnymi w kwocie 2,0 mln zł. Największe pozycje w cash flow to zmiana stanu zobowiązań, spłaty z tytułu kredytów i pożyczek i leasingu finansowego.
- Dane na poniższym wykresie (dług netto) są porównywalne do poprzednich okresów. Nie uwzględniają MSSF16.
- Spadek długu netto r/r jest spowodowany bieżącą spłatą krótkoterminowych kredytów i pożyczek, leasingu finansowego.

DŁUG NETTO (mln PLN)



Kapitał pracujący i zapasy

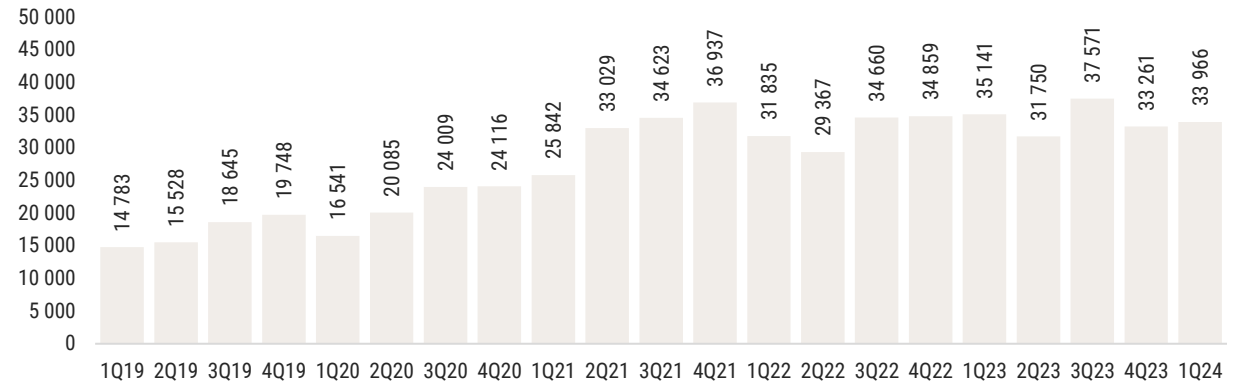
Poziom zapasów na koniec marca 2024 roku zmniejszył się o 28% r/r dzięki konsekwentnej strategii wyprzedawania stoków i pobudzenia rotacji towarów poprzez akcje promocyjne.

Nowe podejście do zarządzania stokiem umożliwiło osiągnięcie celów biznesowych w poszczególnych kanałach dystrybucji.

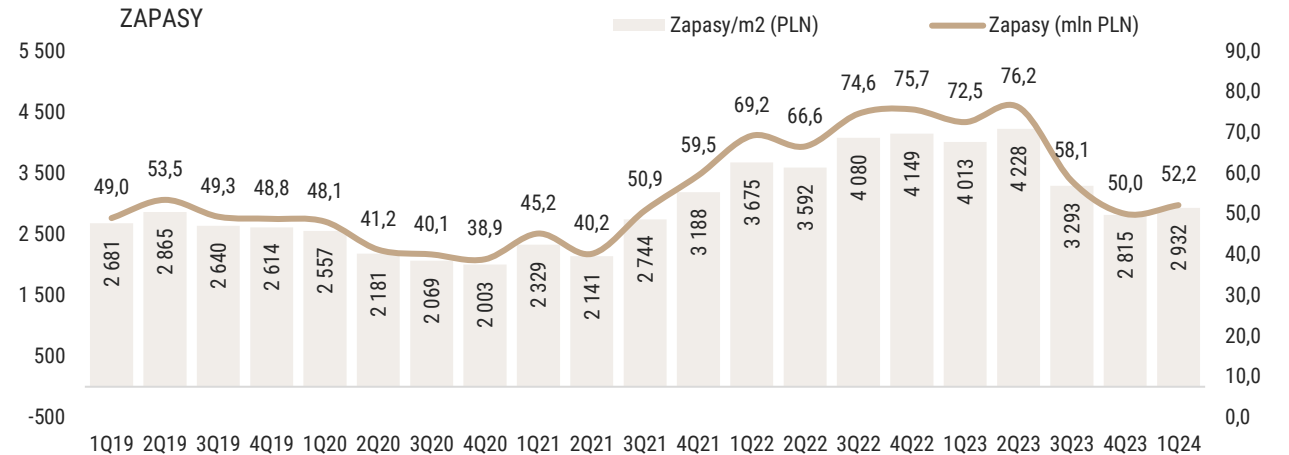
Wzmocnienie kanałów sprzedaży online pozwoliło na odsprzedaż dużej ilości produktów o wysokiej wartości.

Wskaźnik kapitału pracującego znajduje się na bezpiecznym poziomie.

KAPITAŁ PRACUJĄCY (tys. PLN)



ZAPASY



ESOTIQ & HENDERSON®



Podsumowanie biznesowe

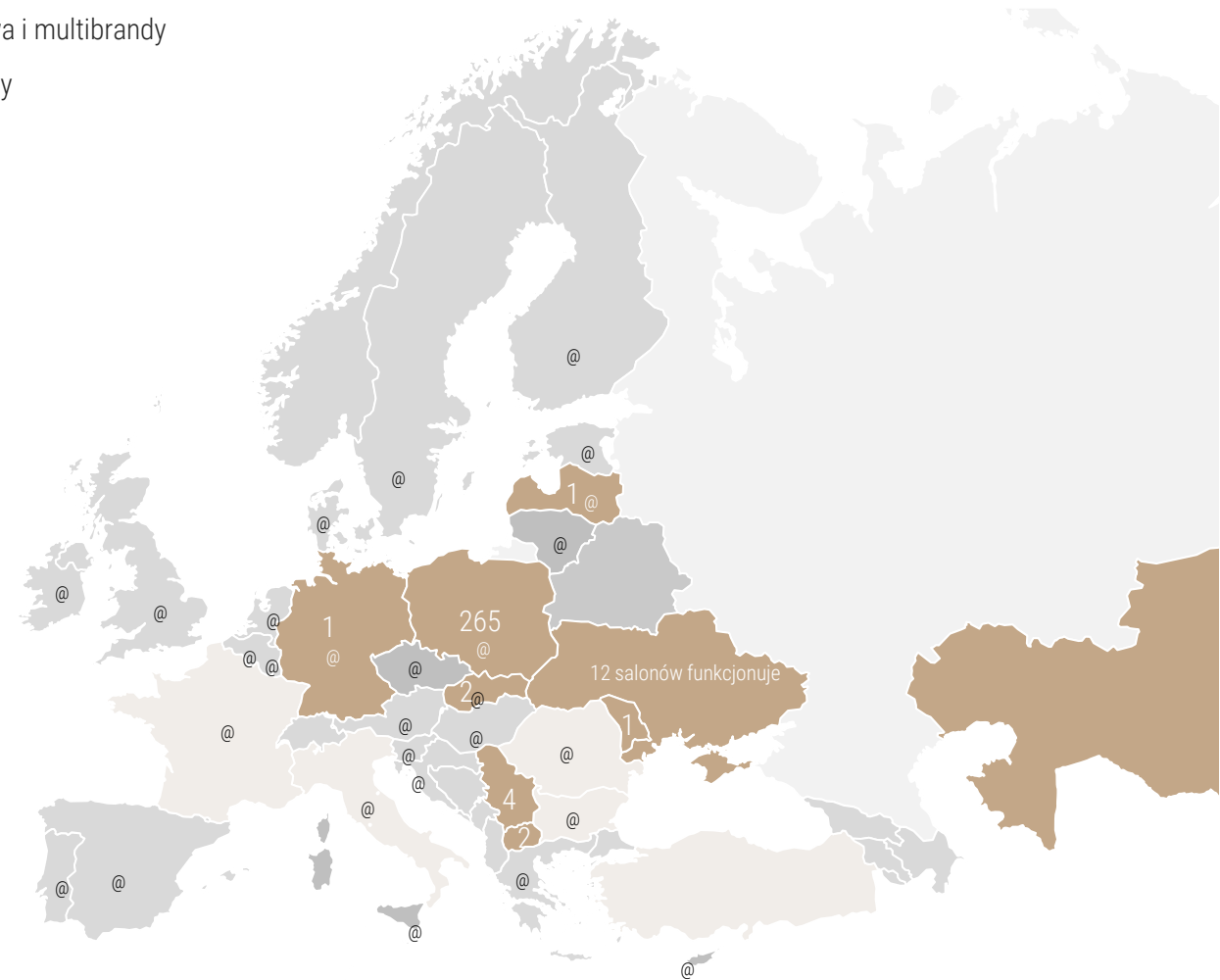
Salony marki ESOTIQ w 8 krajach

25 ON-LINE

- Strategia sprzedażowa Esotiq zakłada obecność marki na rynkach: polskim i europejskim w kanałach sprzedaży offline oraz online (głównie poprzez ofertę na poszczególnych marketplaces).

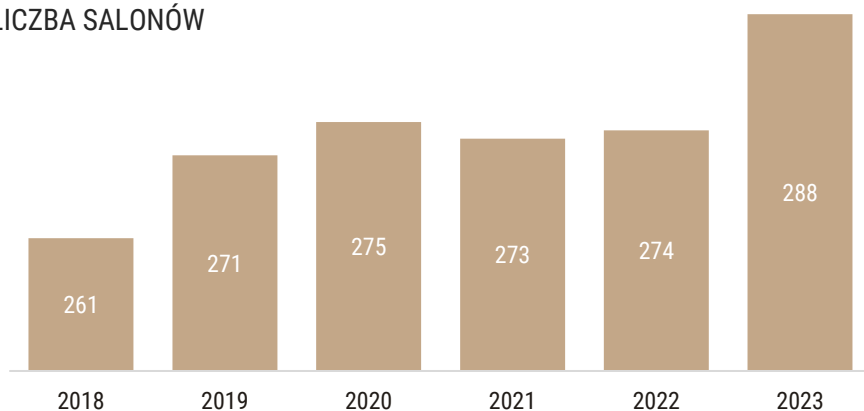
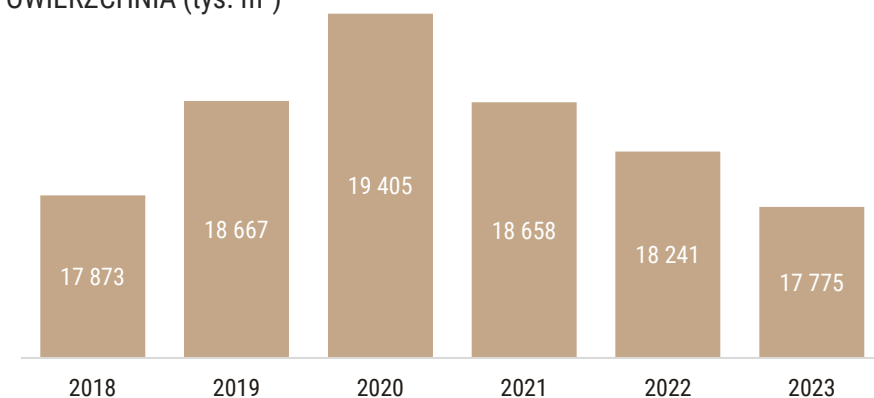
- Sieć salonów własnych i partnerskich
- Sprzedaż hurtowa i multibrandy
- @ Sklep internetowy

31.03.2024	Salony	Zmiana r/r
Grupa E&H	288	-4
Sklepy partnerskie	218	-7
Sklepy własne	70	3
Polska	265	-6
Zagranica	23	+2
Powierzchnia (m ²)	17 788	-1,5%



Rozwój sieci salonów sprzedaży ESOTIQ

LICZBA SALONÓW

POWIERZCHNIA (tys. m²)

Optymalizacja sieci salonów sprzedaży – cel spółki

- Wprowadzono nowy, wielopłaszczyznowy system szkoleniowy on-line dla personelu salonów. Dodatkowo wdrożono nowy system motywacyjny dla pracowników salonów.
- Analiza potencjału poszczególnych lokalizacji umożliwiła wypracowanie strategii działania dla utrzymania jedynie wysoko rentownych punktów sprzedaży.
- Do dziś spółka jest w procesie pozyskiwania nowych lokalizacji, jednak nowe punkty sprzedaży muszą zapewniać wysoką rentowność.
- Selektywne podejście do przejęć salonów i pozyskiwania nowych lokalizacji, aby zapewniały wysoką rentowność.
- W kolejnych okresach spółka będzie rozwijać nowy model biznesowy franczyzy depozytowej ESOTIQ MICRO zaprojektowany dla mniejszych miast.

Ekspansja międzynarodowa ESOTIQ

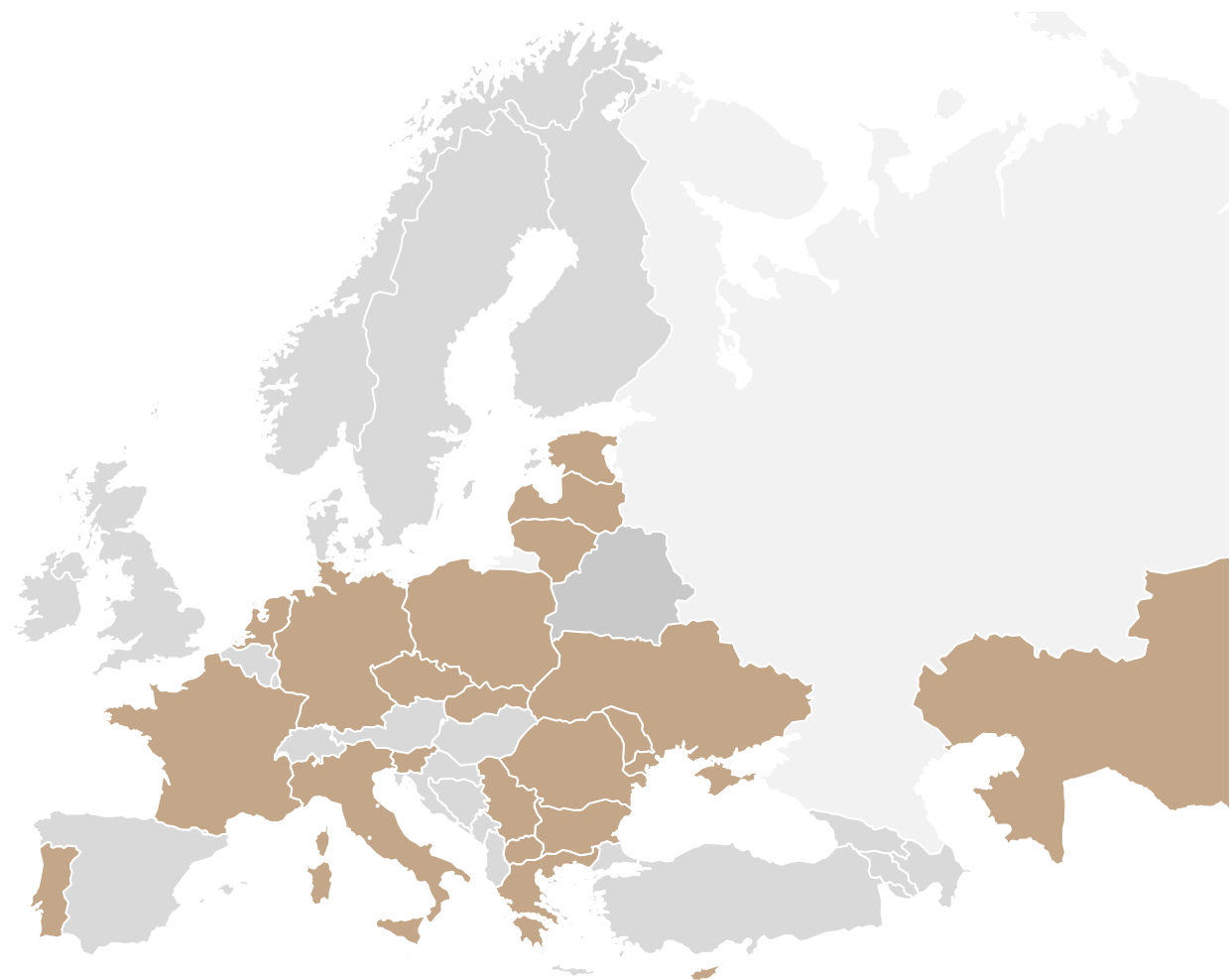
- W 1Q24 sprzedaż zagraniczną prowadziliśmy do takich krajów jak: Bułgaria, Cypr, Czechy, Estonia, Francja, Grecja, Gruzja, Kazachstan, Litwa, Łotwa, Macedonia, Mołdawia, Niemcy, Portugalia, Serbia, Słowacja, Słowenia, Ukraina, Węgry oraz Włochy.
- Rozwinęliśmy współpracę z partnerami lokalnymi na rynkach bałkańskich, gdzie prowadzimy obecnie 7 nowych sklepów partnerskich (łącznie liczba sklepów partnerskich poza granicami Polski to 22 salony).
- Trwa rozpoczęty w 2023 roku proces pozyskiwania nowych partnerów dla tworzenia kolejnych sklepów partnerskich i sieci sprzedaży na rynkach: Bułgarii, Czech, Kosowa czy Zjednoczonych Emiratów Arabskich.
- W IV kwartale 2023 roku spółka określiła strategię dla obecności posiadanych marek na rynkach zagranicznych. Zostały zdefiniowane kanały sprzedaży, w jakich będzie rozwijana sprzedaż: kanał tradycyjny, czyli sklepy partnerskie, sklepy multibrandowe, hurtownie i dystrybutorzy oraz kanał online, czyli sklepy online oraz platformy sprzedażowe. Miejsce sprzedaży jest zawsze dopasowywane do potencjału i potrzeb rynku.

Kraj/Miasto	Liczba salonów (31.03.2024)
Łotwa	1
Mołdawia	1
Macedonia Północna	2
Serbia	4
Słowacja	2
Ukraina	12

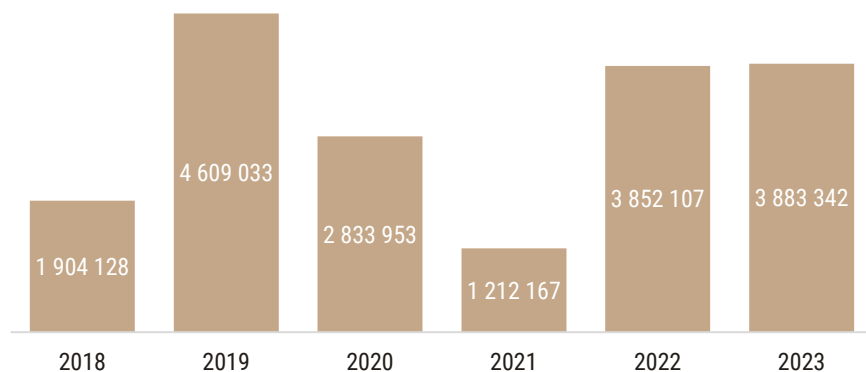
Plany ekspansji międzynarodowej 2024-2027

- Bazując na dotychczasowych doświadczeniach sprzedażowych został opracowany plan obecności marek należących do Spółki na rynkach międzynarodowych. Został w nim uwzględniony kanał online, a w szczególności możliwości płynące z obecności na platformach zakupowych.
- Określone zostały kluczowe rynki dla dalszej ekspansji poprzez rozwój dystrybucji lub sklepów partnerskich: Czechy, Słowacja, Rumunia, Bułgaria oraz Chorwacja.
- Kluczowe rynki dla ekspansji poprzez platformy marketplace - Niemcy oraz pozostałe kraje Europy Zachodniej.

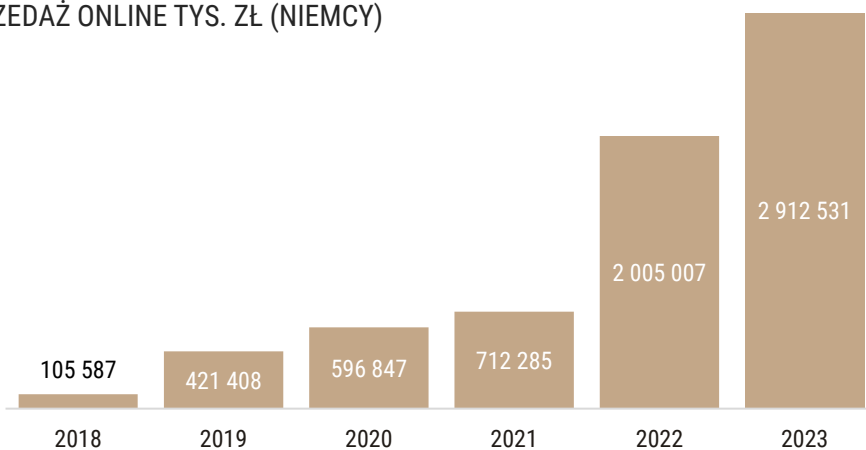
■ Planowana ekspansja międzynarodowa



SPRZEDAŻ SPÓŁKI NIEMIECKIEJ (TYS. ZŁ)



SPRZEDAŻ ONLINE TYS. ZŁ (NIEMCY)



ESOTIQ na rynku niemieckim

- W pierwszym kwartale 2024 roku sprzedaż na rynku niemieckim wyniosła 0,9 mln zł, co oznacza spadek o 32% w porównaniu do poprzedniego roku.
- Głównym kanałem sprzedaży był kanał online, obejmujący zarówno własny sklep internetowy, jak i obecność na platformach zakupowych. Sprzedaż online w tym okresie osiągnęła 0,7 mln zł, co stanowi spadek o 31% rok do roku.
- Grupa prowadzi intensywne działania mające na celu poprawę rentowności spółki oraz opracowanie optymalnego planu strategicznego.
- W ramach tych działań przeprowadzono redukcję kosztów, wprowadzono nowe podejście do zarządzania sprzedażą oraz zapewniono szeroki dostęp do zapasów spółki macierzystej.
- Trwa wdrażanie rozwiązań informatycznych, które mają na celu zwiększenie sprzedaży na platformach marketplace, zarówno w ramach istniejących partnerstw, jak i poprzez nawiązywanie nowych współprac.

Rozwój kanałów sprzedaży online ESOTIQ

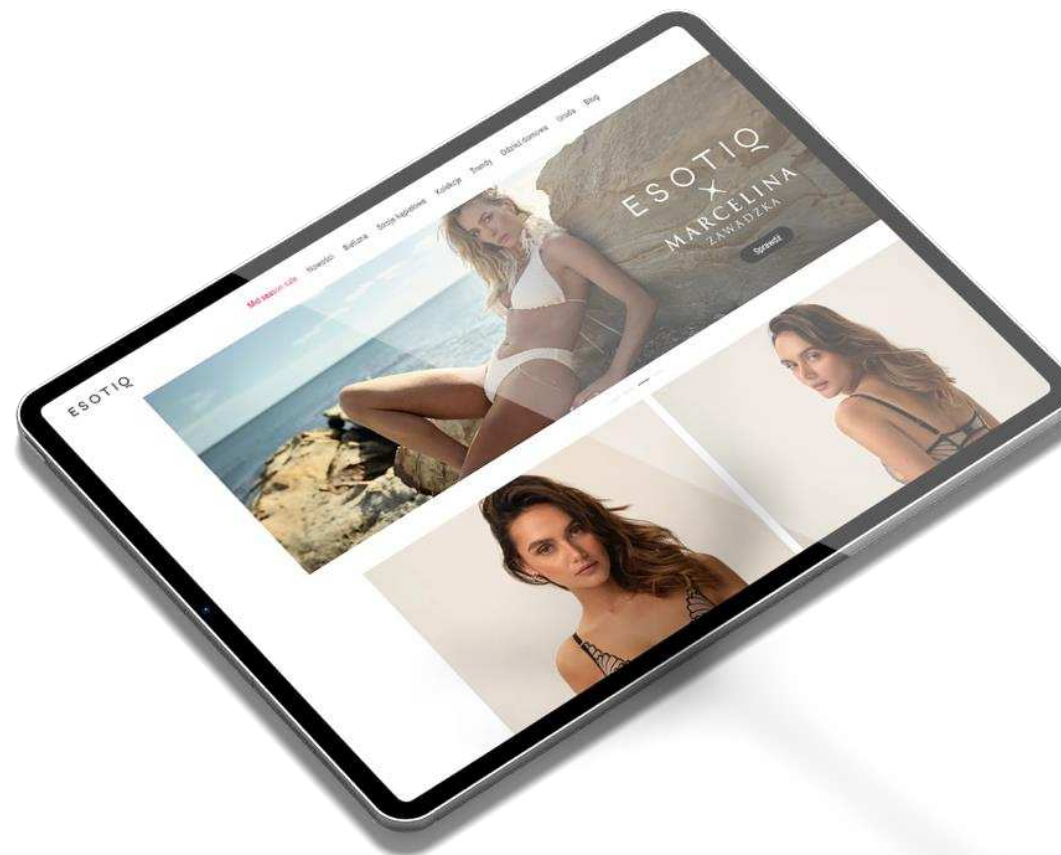
14,9 mln zł

SPRZEDAŻY WYGENEROWANEJ
ONLINE W 1Q24

24%

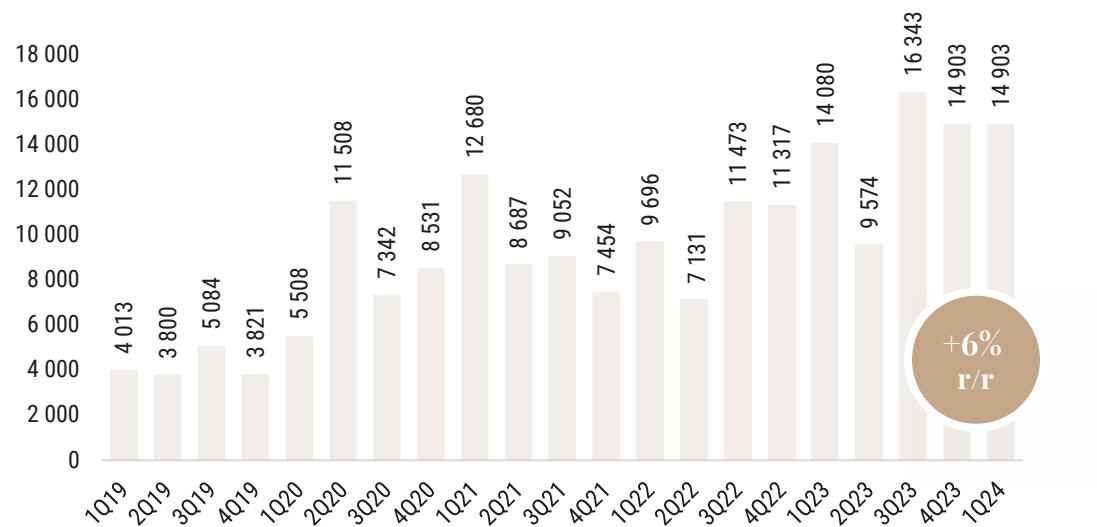
UDZIAŁ SPRZEDAŻY ONLINE
W CAŁOŚCI BIZNESU SPÓŁKI

- Sprzedaż zarówno przez własne platformy handlu online, jak i poprzez zewnętrzne platformy marketplace.
- Spółka oferuje szybką dostawę do domu klienta lub do wybranego punktu odbioru.
- Spółka zapewnia prostą ścieżkę zakupową oraz układ strony internetowej, który umożliwia łatwą nawigację.
- Zastosowanie modelu omnichannel dla optymalizacji sprzedaży.
- Szeroki wybór operatorów płatności w tym płatności odroczonej.



Sprzedaż online w 1Q24

PRZYCHODY E-SKLEPÓW (tys. PLN)



Platformy internetowe ESOTIQ:

- www.esotiq.com/pl/pl/
- <https://henderson.pl/>
- www.esotiq.com/de/de
- <https://vosedo.com/>

- Realizowaliśmy sprzedaż na naszych własnych platformach: Esotiq, Henderson, Vosedo oraz Final Sale (do listopada 2023).
- Odnotowaliśmy 6% wzrost sprzedaży na naszych platformach r/r.
- Wprowadzone zostały nowe narzędzia do komunikacji z klientami, które zapewniają lepszą obsługę posprzedażową.
- Wprowadzono kolekcję dostępną tylko online, odpowiadającą na potrzeby zakupowe klientów internetowych.
- Utrzymanie stabilnej sprzedaży na platformach partnerskich (marketplaces), takich jak: Zalando, About You, Allegro, Modivo i Amazon.

Aplikacja mobilna Esotiq

- Rozwój aplikacji jako jednego z głównych kanałów sprzedaży. Sprzedaż za pośrednictwem aplikacji stanowi 27% całkowitej wartości sprzedaży realizowanej w ramach handlu elektronicznego.
- W pierwszym kwartale 2023 nastąpiło 43 213 tys. pobrań, a w tym samym okresie w roku 2024 było 70 404 pobrań, dając tym samym wzrost o 63%.
- W pierwszym kwartale 2024 rozpoczęliśmy wdrożenie przekładające się na rozwój funkcjonalności i poprawę UX/UI w obrębie listy prezentowej dostępnej na aplikacji mobilnej Esotiq.
- Aplikacja podnosi częstotliwość zakupów klientów.
- Aplikacja Esotiq w roku 2023 uzyskała wysokie oceny użytkowników (Google Play 4,8).



Dołącz do

ESOTIQ
CLUB

i zyskaj dodatkowe rabaty



Zeskanuj kod aparatem
i pobierz aplikację

Dołącz

Działania marketingowe ESOTIQ

1,5 mln

ilość uczestników ESOTIQ CLUB

1,2 mln

Wyświetleń kampanii na TikToku

1,3 mln

zasięg na Facebooku

- Wejście nowej kolekcji bielizny Esotiq – promowanej w kampanii przez Marcelinę Zawadzką i Kasię Tutak – nowa odsłona Esotiq w bardziej wizerunkowym wydaniu (bestseller z wizerunkowej kolekcji body Nugat).
- Kolejnym etapem naszych działań marketingowych dla klubowiczów Esotiq Club jest zachęcenie klientów do pobrania naszej aplikacji i nawiązania z nami kontaktu.
- W lutym – kampania na Tik Toku „święto brafittingu”. (Realizacja założonego KPI: 1,2 mln views).
- Kampania Walentynkowa - współpraca ze zwyciężczynią programu Top Model - Dominiką Wysocką
- Zmiany w marketingu, nowa strategia wizerunkowa, nowa strategia komunikacji – działania rozwojowe marki: opracowanie nowego brand booka marki, przygotowanie do rebrandingu (kwiecień), nowe sesje zdjęciowe, audyt komunikacji marketingowej (digital/retail) i stworzenie nowej strategii komunikacji, rozwój w strukturach wewnętrznych marketingu firmy Esotiq & Henderson.



ESOTIQ & HENDERSON®



Cele spółki na
2024 rok

Główne cele Spółki



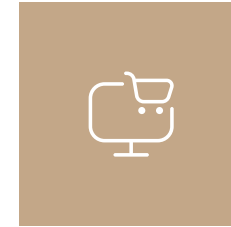
Kontynuacja wzrostu sprzedaży przy jednoczesnym wzroście marży wartościowej brutto



Przyspieszenie rotacji towaru w sieci sprzedaży oraz optymalizacja jego jakości handlowej.



Wdrożenie nowych linii produktowych dla poszerzenia oferty



Dynamiczny rozwój kanału sprzedaży online poprzez platformy własne oraz marketplaces



Rozwój powierzchni handlowej poprzez nowy model franczyzy depozytowej ESOTIQ MICRO (PL) oraz sklepy partnerskie (poza granicami PL)



Ekspansja międzynarodowa w kooperacji z partnerami lokalnymi



Wdrożenie strategii marketingowej skierowanej na pozyskanie szerszej grupy klientów i dalszy wzrost rozpoznawalności marki.

Nowe linie produktowe w ofercie ESOTIQ



Know-how spółki umożliwia dodanie nowych linii biznesu, dla powiększenia oferty handlowej, zaspokajającej potrzeby szerszej grupy klientów:

- Nowe kolaboracje w ramach marki ESOTIQ: ESOTIQ x Joanna Krupa, ESOTIQ x Marcelina Zawadzka.
- Kolekcja ESOTIQ online only.
- Rozszerzona kolekcja strojów kąpielowych ESOTIQ, zaprojektowana w kolaboracjach.
- Nowa linia dedykowana młodszemu klientowi – BLOOVII.
- Nowa linia bielizny premium.
- Koncept bielizny funkcyjnej.
- Kolekcja Henderson online only.

The logo for 'bloovii' is displayed in white on a teal background. The letters are stylized and lowercase. The 'o's are connected, and the 'i's have a small circle above them, resembling a pair of eyes or a smile.

Nowa linia produktowa Bloovii

- Dla młodszych klientów przygotowano nową linię produktową Bloovii, co rozszerza ofertę Spółki.
- Produkty Bloovii są tworzone na bazie profesjonalnej wiedzy i doświadczenia Esotiq, co stanowi ich wyróżnik na rynku.
- Struktura oferty produktowej została dostosowana do oczekiwań klientów korzystających z internetu.
- W ofercie zostały zintegrowane najnowsze trendy handlowe oraz mody, aby odpowiadać na bieżące preferencje konsumentów.

Przewaga konkurencyjna ESOTIQ brafitting



- Brafitting jest podstawową kompetencją Spółki i stanowi istotny element ścieżki sprzedażowej we wszystkich kanałach dystrybucji.
- Zespoły sprzedażowe w salonach Esotiqą będą regularnie uczestniczyć w szkoleniach z zakresu brafittingu, aby podnieść swoje umiejętności i efektywność.
- W 2024 roku spółka planuje wykorzystać swoje unikalne know-how z zakresu gorseciarstwa i konstrukcji bielizny. Celem jest budowanie profesjonalnego wizerunku jej marek oraz wsparcie działań marketingowych.

ESOTIQ & HENDERSON®



Informacje
dodatkowe



Henderson projektuje męską i damską bieliznę od 25 lat. Koncentrujemy się na tworzeniu produktów najwyższej jakości. Wykorzystujemy tkaniny i dzianiny stworzone z naturalnych materiałów, m.in. bawełny i włókien bambusowych, które łączymy z domieszką materiałów syntetycznych. Otrzymujemy w ten sposób materiały cieńsze i lżejsze, a równocześnie bardziej wytrzymałe i elastyczne.

Naszych klientów interesuje komfort, nas również to, jak wyglądają w swojej ulubionej bieliźnie. Dlatego łączymy komfort z atrakcyjnymi, modnymi projektami, tworząc bestsellerowe modele. W ofercie znajdują się również piżamy i wygodna odzież domowa dla niej i dla niego. Klienci często wybierają również slipy i bokserki sprzedawane w wielopakach.

Nowe rynki zagraniczne – Bułgaria, Estonia, Włochy, Węgry, Gruzja, Serbia i Słowenia

- Najnowsze trendy i szeroka oferta.
- Przystępna cena i wysoka jakość wykonania.
- Wysoka rozpoznawalności marki powodem udzielenia licencji na sprzedaż koszul męskich na miarę.

Franczyza depozytowa w Polsce

E&H (jednostka dominująca)

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

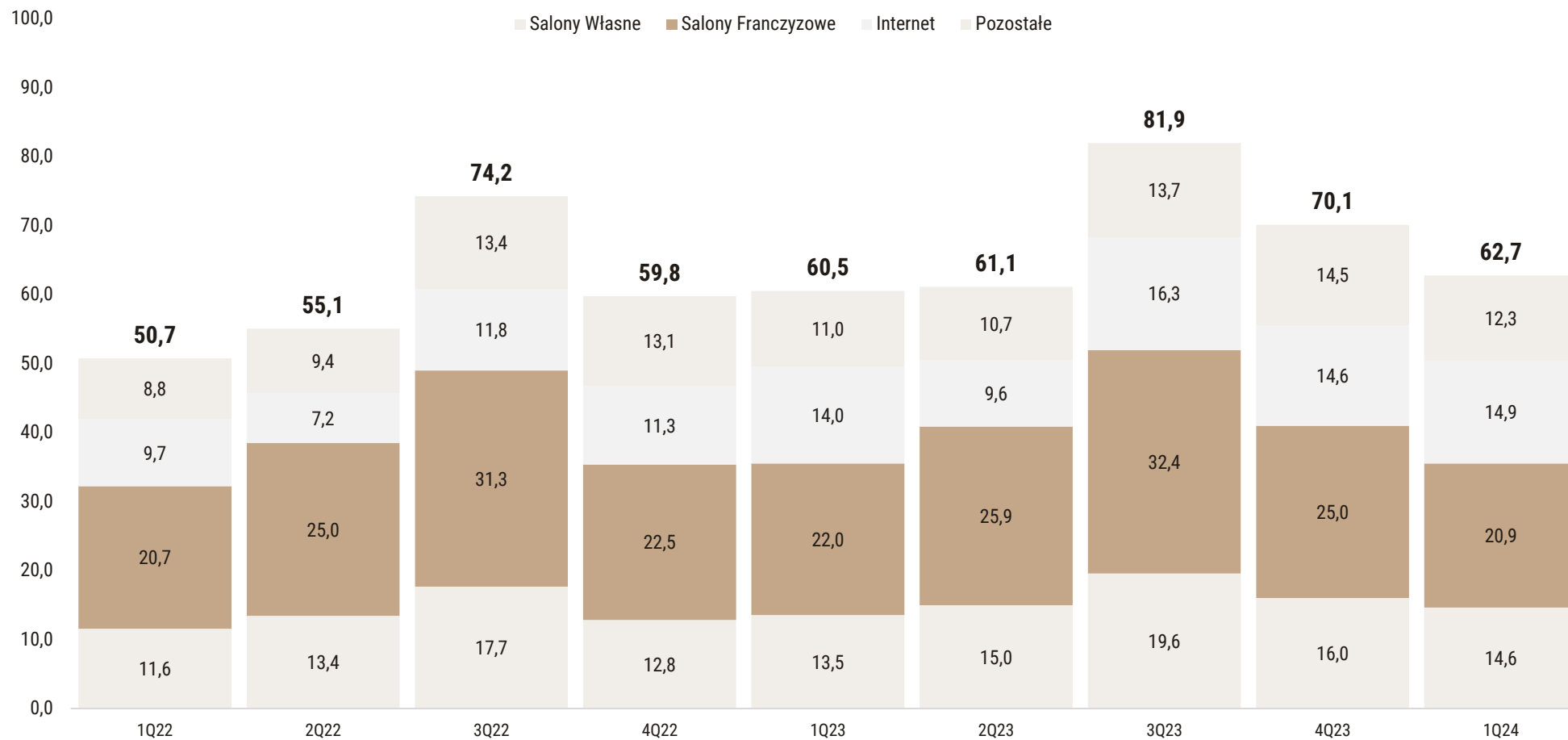
FRANCZYZOBIORCA

- 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.

Struktura sprzedaży

STRUKTURA SPRZEDAŻY GRUPY (mIn PLN)



Rozwój sieci sklepów

LICZBA SALONÓW	2019				2020				2021				2022				2023				2024
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
MARKA Esotiq	297	308	306	304	303	306	313	312	312	307	303	304	305	299	296	295	292	292	286	288	288
Esotiq Polska	263	268	268	271	269	272	276	275	275	278	274	273	275	278	276	274	271	270	265	266	265
Sklepy partnerskie	208	211	211	212	209	212	214	213	213	216	213	211	211	213	210	208	206	200	196	198	196
Sklepy własne	55	57	57	59	60	60	62	62	62	62	61	62	64	65	66	66	65	70	69	69	69
Esotiq Niemcy	9	9	9	9	9	8	8	8	8	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1
Sklepy partnerskie	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sklepy własne	9	9	9	9	9	8	8	8	8	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1
Esotiq Wschód i Serbia franczyza	25	31	29	24	25	26	29	29	29	29	27	29	28	19	18	19	19	20	20	21	22
SUMA SKLEPÓW GRUPY KAPITAŁOWEJ	297	308	306	304	303	306	313	312	312	307	303	304	305	299	296	295	292	292	286	288	288
Sklepy partnerskie	233	242	240	236	234	238	243	242	242	243	240	240	239	232	228	227	225	220	216	219	218
Sklepy własne	64	66	66	68	69	68	70	70	70	64	63	64	66	67	68	68	67	72	70	69	70

Rozwój powierzchni

POWIERZCHNIA SKLEPÓW m ²	2019				2020				2021				2022				2023				2024
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
MARKA Esotiq	18 090	18 661	18 689	18 667	18 818	18 902	19 364	19 405	19 408	18 773	18 537	18 658	18 836	18 535	18 285	18 241	18 088	18 028	17 643	17 775	17 788
Esotiq Polska	15 921	16 206	16 317	16 534	16 736	16 897	17 198	17 239	17 239	17 266	17 030	17 042	17 267	17 407	17 179	17 080	16 927	16 781	16 515	16 577	16 527
Sklepy partnerskie	11 329	11 543	11 534	11 595	11 642	11 803	11 937	11 978	11 978	12 134	11 951	11 881	11 967	12 017	11 807	11 693	11 621	11 146	10 967	11 054	10 947
Sklepy własne	4 592	4 663	4 783	4 939	5 094	5 094	5 261	5 261	5 261	5 132	5 079	5 161	5 300	5 390	5 327	5 387	5 306	5 635	5 548	5 523	5 580
Esotiq Niemcy	859	859	859	859	859	759	759	759	759	212	212	212	212	212	212	212	212	212	93	93	93
Sklepy partnerskie	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sklepy własne	859	859	859	859	859	759	759	759	759	212	212	212	212	212	212	212	212	212	93	93	93
Esotiq Wschód i Serbia franczyza	1 310	1 596	1 513	1 274	1 223	1 246	1 407	1 407	1 410	1 295	1 295	1 404	1 357	916	894	949	949	1 035	1 035	1 105	1 168
SUMA SKLEPÓW GRUPY KAPITAŁOWEJ	18 090	18 661	18 689	18 667	18 818	18 902	19 364	19 405	19 408	18 773	18 537	18 658	18 836	18 535	18 285	18 241	18 088	18 028	17 643	17 775	17 788
Sklepy partnerskie	12 639	13 139	13 047	12 689	12 865	13 049	13 344	13 385	13 388	13 429	13 246	13 285	13 324	12 933	12 701	12 642	12 570	12 181	12 002	12 159	12 115
Sklepy własne	5 451	5 522	5 642	5 798	5 953	5 853	6 020	6 020	6 020	5 344	5 291	5 373	5 512	5 602	5 584	5 599	5 518	5 847	5 641	5 616	5 673

Rozwój średniej wielkości sklepów

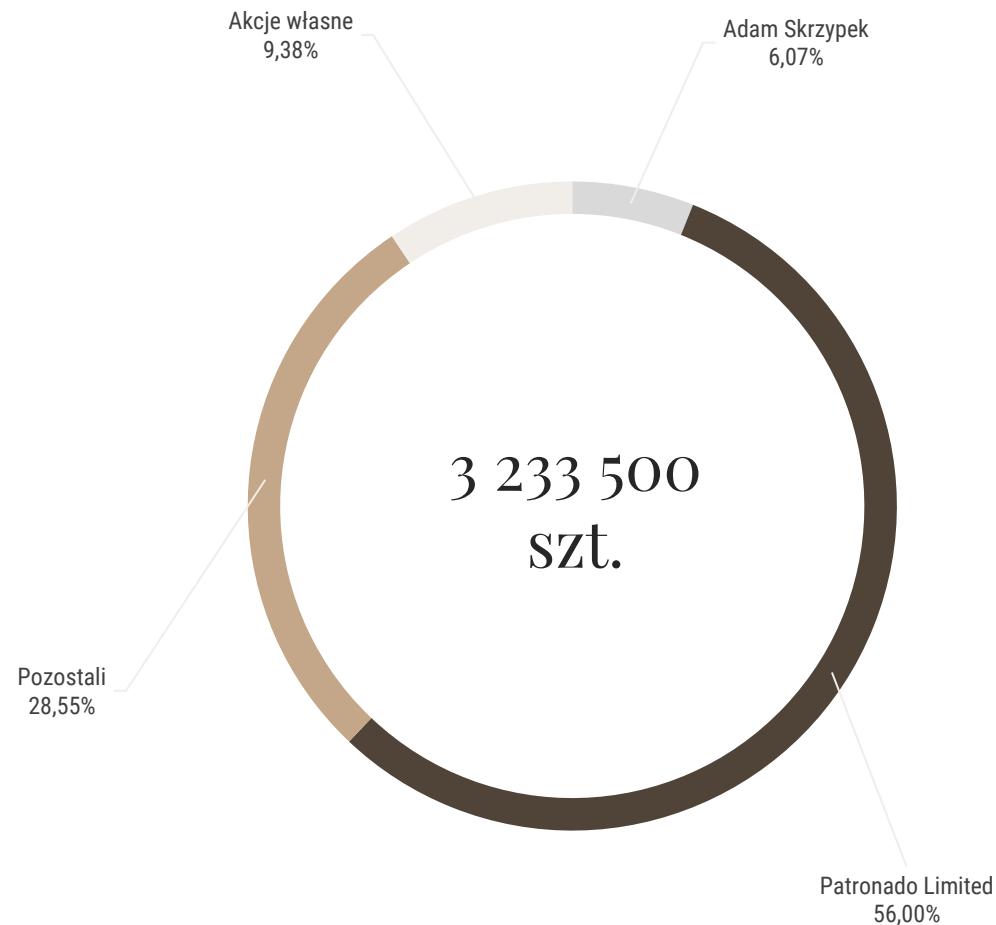
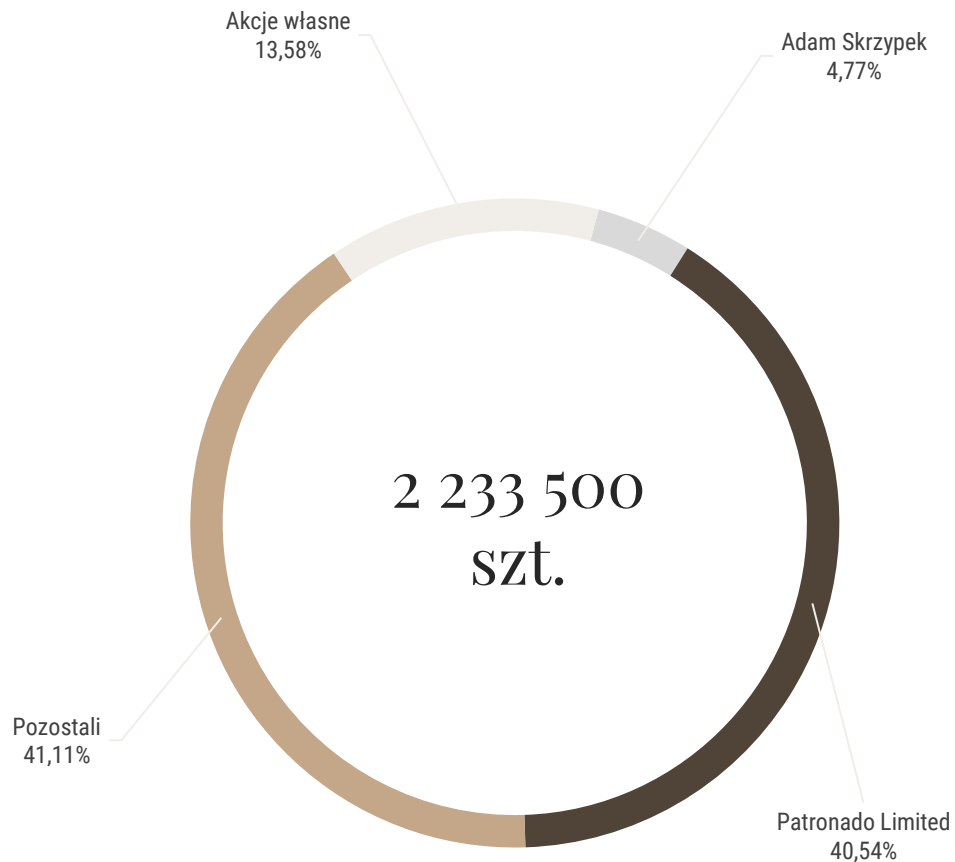
ŚREDNIA WIELKOŚĆ SALONU m ²	2019				2020				2021				2022				2023				2024		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q		
MARKA Esotiq	61	61	61	61	62	62	62	62	62	61	61	61	61	62	62	62	62	62	62	62	62	62	
Esotiq Polska	61	60	61	61	62	62	62	63	63	62	62	62	62	63	63	62	62	62	62	62	62	62	62
Sklepy partnerskie	54	55	55	55	56	56	56	56	56	56	56	56	56	57	56	56	56	56	56	56	56	56	56
Sklepy własne	83	82	84	84	85	85	85	85	85	83	83	83	83	83	83	81	82	82	81	80	80	80	81
Esotiq Niemcy	95	95	95	95	95	95	95	95	95	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	93	93	93	93
Sklepy partnerskie	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sklepy własne	95	95	95	95	95	95	95	95	95	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	93	93	93	93
Esotiq Wschód i Serbia franczyza	52	51	52	53	49	48	49	49	49	45	48	48	48	48	48	50	50	50	52	52	53	53	53
SUMA SKLEPÓW GRUPY KAPITAŁOWEJ	61	61	61	61	62	62	62	62	62	61	61	61	61	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
Sklepy partnerskie	54	54	54	54	55	55	55	55	55	55	55	55	55	56	56	56	56	56	55	56	56	56	56
Sklepy własne	85	84	85	85	86	86	86	86	86	84	84	84	84	84	84	82	82	82	81	81	81	81	81

Kwartalne wyniki Grupy

W MLN PLN	1Q19	2Q19	3Q19	4Q19	1Q20	2Q20	3Q20	4Q20	1Q21	2Q21	3Q21	4Q21	1Q22	2Q22	3Q22	4Q22	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24
Przychody grupy	39,1	45,2	50,4	45,1	38,3	39,7	51,7	44,0	45,7	49,1	59,9	51,1	51,3	55,5	74,8	60,2	61,1	61,1	82,1	71,1	63,2
Koszt wytworzenia	16,8	15,7	20,7	15,8	16,4	15,3	19,9	14,6	16,9	17,2	21,3	16,7	19,5	17,9	30,8	22,0	22,8	19,0	31,8	23,9	21,5
Zysk brutto na sprzedaży grupy	22,4	29,5	29,7	29,3	21,8	24,4	31,8	29,4	28,9	32,0	38,6	34,3	31,8	37,6	44,0	38,2	38,3	42,1	50,3	47,2	41,8
<i>Marża brutto grupy na sprzedaży</i>	57,2%	65,2%	58,9%	65,0%	56,9%	61,4%	61,4%	66,8%	63,1%	65,0%	64,4%	67,2%	62,0%	67,7%	58,8%	63,4%	62,7%	68,9%	61,3%	66,4%	66,1%
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	23,5	26,7	27,6	26,3	23,7	21,9	27,7	26,2	26,4	26,9	29,8	29,6	31,0	35,4	39,1	39,2	37,6	39,0	44,6	43,8	40,6
Pozostała działalność operacyjna	0,7	0,3	0,4	0,6	0,7	2,1	1,3	-1,5	0,6	0,6	0,1	2,6	0,4	2,0	1,2	2,7	0,8	0,6	0,5	1,1	0,5
Zysk operacyjny	-0,3	2,8	2,5	3,6	-1,7	3,4	4,4	1,7	3,0	5,7	8,9	5,2	1,0	4,2	6,2	1,6	1,5	3,7	6,3	4,5	1,7
<i>Marża operacyjna grupy</i>	-0,9%	6,1%	4,9%	7,9%	-4,4%	8,6%	8,4%	3,9%	6,6%	11,5%	14,9%	10,1%	2,0%	7,6%	8,3%	2,6%	2,5%	6,1%	7,6%	6,3%	2,7%
Działalność finansowa netto	-0,7	-0,5	-1,0	-0,7	-0,3	0,5	-0,3	-0,6	-0,3	-0,3	-0,3	-0,4	1,8	-1,3	-1,1	-1,1	-1,2	-2,1	1,4	-2,1	-1,1
Zysk brutto	-1,0	2,6	1,5	2,9	-2,0	2,6	4,1	1,1	2,7	5,1	8,6	4,4	2,8	2,9	5,1	-0,8	0,3	1,6	4,8	2,4	0,5
Podatek	0,1	0,7	0,5	0,8	0,0	0,7	0,8	0,6	0,4	0,7	1,1	2,2	0,5	0,7	0,5	0,3	0,1	0,6	1,0	0,0	0,2
Mniejszości	0,6	0,4	0,6	-0,5	-0,7	-0,2	-0,3	-0,5	-0,5	-1,0	-0,3	0,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Zysk netto grupy	-1,1	1,9	1,0	2,1	-2,0	2,0	3,3	0,5	2,3	4,4	7,5	2,2	2,3	2,2	4,6	-1,1	0,2	1,0	3,8	2,4	0,3
<i>Marża netto grupy</i>	-2,7%	4,2%	2,0%	4,6%	-5,2%	5,0%	6,4%	1,1%	5,0%	8,9%	12,5%	4,3%	4,5%	4,0%	6,1%	-1,8%	0,3%	1,6%	4,6%	3,4%	0,5%

Struktura akcji i głosów

STAN NA 27 MAJA 2024 ROKU





ESOTIQ & HENDERSON®

Kontakt

ESOTIQ & Henderson S.A.

Ul. Budowlanych 31C, Gdańsk

tel. +48 58 728 48 00

www.esotiq.com

www.esotiqhenderson.com

ir@esotiqhenderson.com

 [@esotiq](https://www.instagram.com/esotiq)

 [@henderson_underwear](https://www.instagram.com/henderson_underwear)

 [@esotiq](https://www.facebook.com/esotiq)