



ESOTIQ & HENDERSON®

Prezentacja inwestorska

WYNIKI ZA 2024 ROK

Kwiecień 2025



ESOTIQ & HENDERSON®

Wyniki finansowe Y2024

Podsumowanie Y2024

ORAZ WYDARZEŃ DO DATY PUBLIKACJI RAPORTU

201,2

MLN ZŁ ZYSKU BRUTTO

Zysk brutto na sprzedaży Grupy w 2024 roku wyniósł 201,2 mln zł, a marża ukształtowała się na poziomie ok. 67,5%. Głównym celem na kolejne kwartały jest systematyczne zwiększanie sprzedaży przy równoczesnym podnoszeniu marży brutto.

298,3

MLN ZŁ PRZYCHODÓW

Grupa wypracowała w Y2024 poziom przychodów ze sprzedaży w kwocie 298,3 mln zł (wzrost o +8,3% r/r). To najwyższy wynik w historii Grupy.

293

LICZBA SALONÓW

Na koniec 4Q24 Grupa posiadała 293 (269 salonów w Polsce) salonów o łącznej powierzchni 18 326 m². Ilość powierzchni utrzymuje się na stabilnym poziomie, co jest wynikiem działań optymalizujących jakość sieci.

66,3

MLN ZŁ SKONSOLIDOWANYCH PRZYCHODÓW

Skonsolidowane przychody ze sprzedaży w okresie 3 pierwszych miesięcy 2025 r. wyniosły około 66,3 mln zł i były wyższe o ok 6 proc., niż w tym samym okresie roku ubiegłego. W ujęciu narastającym skonsolidowana marża ze sprzedaży w okresie styczeń – marzec 2025 r. wyniosła około 66 proc. i według szacunków była taka sama jak marża osiągnięta w odpowiednim okresie roku ubiegłego.

Wyniki finansowe Y2024 (w mln zł)

Grupa:



Jednostka dominująca:



Rachunek zysków i strat 4Q

JEDNOSTKA DOMINUJĄCA

- **Zysk brutto na sprzedaży:** Wzrost o 14,2% r/r do 53,20 mln PLN, przy jednoczesnej poprawie marży brutto z 66,3% do 66,5%.
- **Przychody ze sprzedaży:** Wzrost o 13,7% r/r do 80 mln zł
- **Koszty sprzedaży i zarządu:** Wzrost o 11,1% r/r do 47,47 mln PLN.
- **Zysk operacyjny:** Silny wzrost o 50,4% r/r do 6,97 mln PLN, co przełożyło się na wzrost marży operacyjnej z 6,6% do 8,7%.
- **Zysk netto:** Wzrost o 21,1% r/r do 3,35 mln PLN, przy poprawie marży netto z 3,9% do 4,2%.
- **EBITDA:** Wzrost o 23,5% r/r do 10,84 mln PLN, co przełożyło się na wzrost marży EBITDA z 12,5% do 13,6%.

W tys. PLN	4Q24	4Q23	Zmiana	Zmiana %
Przychody ze sprzedaży	79 964	70 319	9 645	13,7%
<i>Koszt sprzedanych towarów</i>	<i>26 763</i>	<i>23 713</i>	<i>3 050</i>	<i>12,9%</i>
Zysk brutto na sprzedaży	53 201	46 606	6 595	14,2%
<i>Marża brutto na sprzedaży (%)</i>	<i>66,5%</i>	<i>66,3%</i>	<i>0</i>	<i>0,4%</i>
<i>Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu</i>	<i>47 470</i>	<i>42 712</i>	<i>4 758</i>	<i>11,1%</i>
Zysk (strata) operacyjny	6 970	4 634	2 336	50,4%
<i>Marża operacyjna (%)</i>	<i>8,7%</i>	<i>6,6%</i>	<i>0</i>	<i>32,3%</i>
Zysk (strata) netto	3 350	2 766	584	21,1%
<i>Marża netto (%)</i>	<i>4,2%</i>	<i>3,9%</i>	<i>0</i>	<i>6,5%</i>
EBITDA	10 842	8 779	2 063	23,5%
<i>Marża EBITDA (%)</i>	<i>13,6%</i>	<i>12,5%</i>	<i>0</i>	<i>8,6%</i>

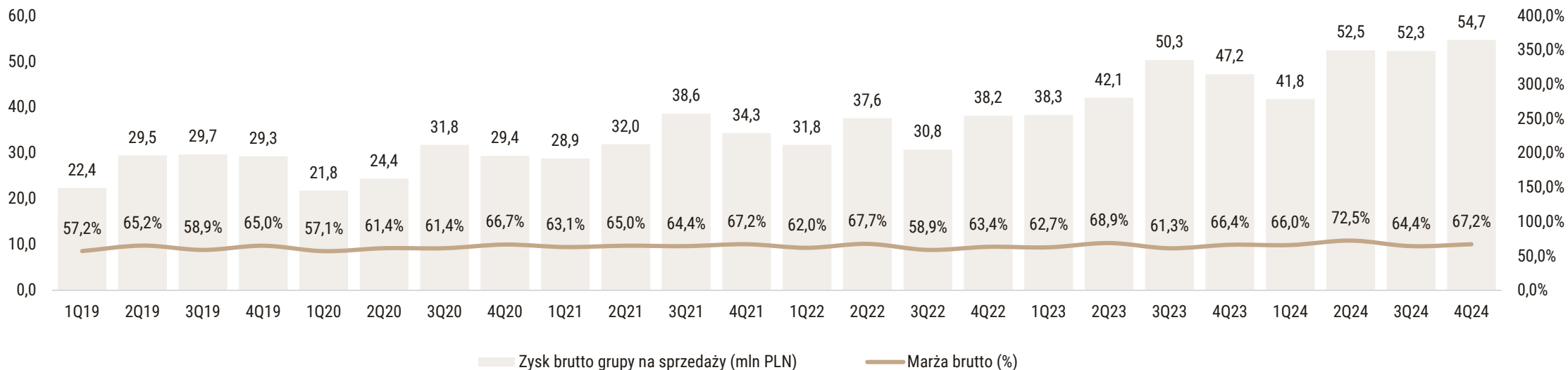
Rachunek zysków i strat 4Q

GRUPA KAPITAŁOWA

- **Przychody ze sprzedaży:** Wzrost o 14,6% r/r do poziomu 81,51 mln PLN..
- **Zysk brutto na sprzedaży:** Wzrost o 15,9% r/r do 54,74 mln PLN, przy wzroście marży brutto z 66,4% do 67,2%.
- **Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu:** Wzrost o 11,4% r/r do 48,84 mln PLN.
- **Zysk operacyjny:** Wzrost o 59,6% r/r do 7,15 mln PLN, a marża operacyjna poprawiła się z 6,3% do 8,8%.
- **Zysk netto:** Znaczący wzrost o 49,4% r/r do 3,51 mln PLN, przy wzroście marży netto z 3,3% do 4,3%.
- **EBITDA:** Wzrost o 26,9% r/r do 10,95 mln PLN, co przełożyło się na poprawę marży EBITDA z 12,1% do 13,4%.

W tys. PLN	4Q24	4Q23	Zmiana	Zmiana %
Przychody ze sprzedaży	81 513	71 145	10 368	14,6%
<i>Koszt sprzedanych towarów</i>	<i>26 769</i>	<i>23 903</i>	<i>2 866</i>	<i>12,0%</i>
Zysk brutto na sprzedaży	54 744	47 242	7 502	15,9%
<i>Marża brutto na sprzedaży (%)</i>	<i>67,2%</i>	<i>66,4%</i>	<i>0</i>	<i>1,1%</i>
<i>Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu</i>	<i>48 843</i>	<i>43 833</i>	<i>5 010</i>	<i>11,4%</i>
Zysk (strata) operacyjny	7 152	4 480	2 672	59,6%
<i>Marża operacyjna (%)</i>	<i>8,8%</i>	<i>6,3%</i>	<i>0</i>	<i>39,3%</i>
Zysk (strata) netto	3 507	2 347	1 160	49,4%
<i>Marża netto (%)</i>	<i>4,3%</i>	<i>3,3%</i>	<i>0</i>	<i>30,4%</i>
EBITDA	10 951	8 631	2 320	26,9%
<i>Marża EBITDA (%)</i>	<i>13,4%</i>	<i>12,1%</i>	<i>0</i>	<i>10,7%</i>

Solidny i stabilny poziom marży brutto



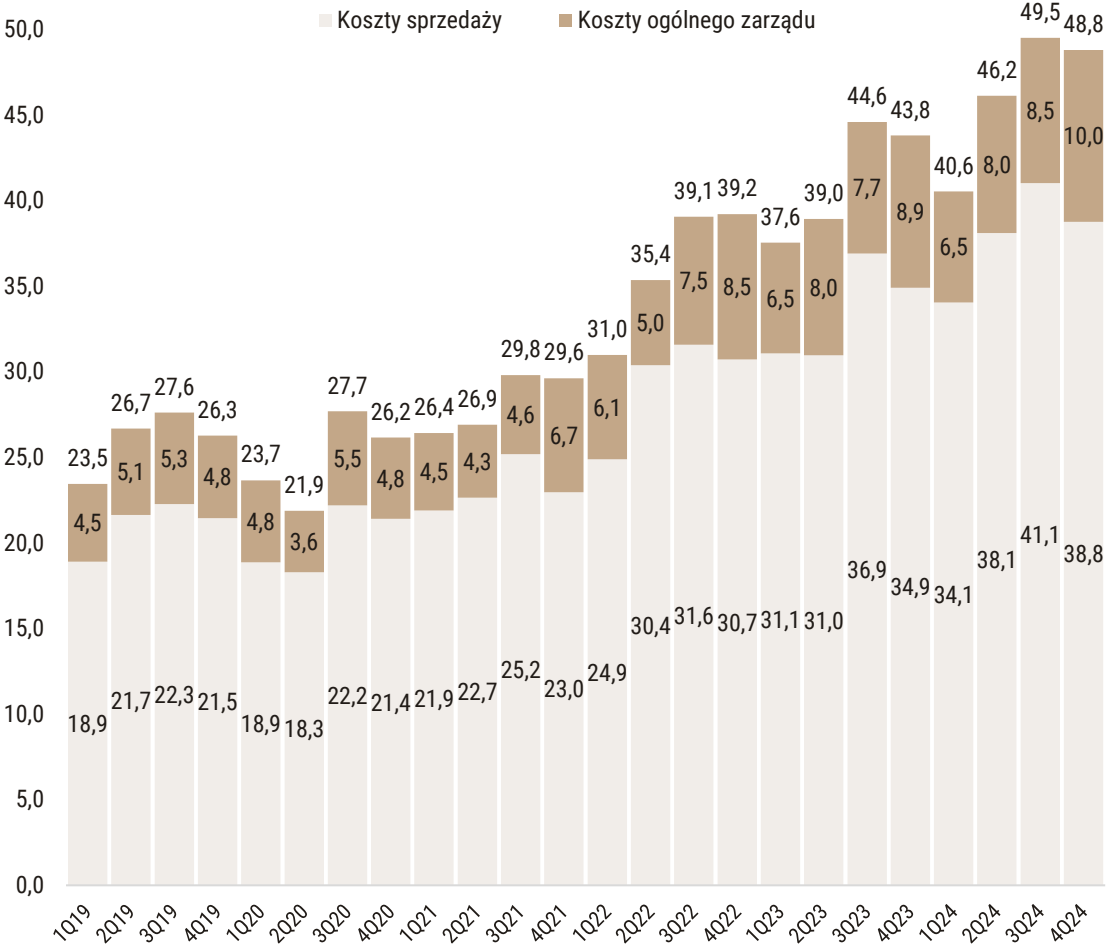
- Wzrost wartości marży brutto na sprzedaży jest głównym celem biznesowym spółki.
- W ujęciu narastającym skonsolidowana marża ze sprzedaży w okresie styczeń – marzec 2025 r. wyniosła około 66 proc. i według szacunków była taka sama jak marża osiągnięta w odpowiednim okresie roku ubiegłego.
- **Realizacji celu sprzyjały:**
 - W grudniu 2024 - wysoki udział nowej kolekcji w sprzedaży, co istotnie wsparło realizację założonych celów. Skupienie się na sprzedaży nowej kolekcji przełożyło się bezpośrednio na wzrost GMR%.
 - Wysoka marża początkowa oraz korzystny kurs dolara.
 - Zapewniona kompleksowy asortyment, którego dostępność wpłynęła znacząco na wyniki zwłaszcza online i realizację spektakularnych wzrostów sprzedaży YOY

Koszty Grupy/m²

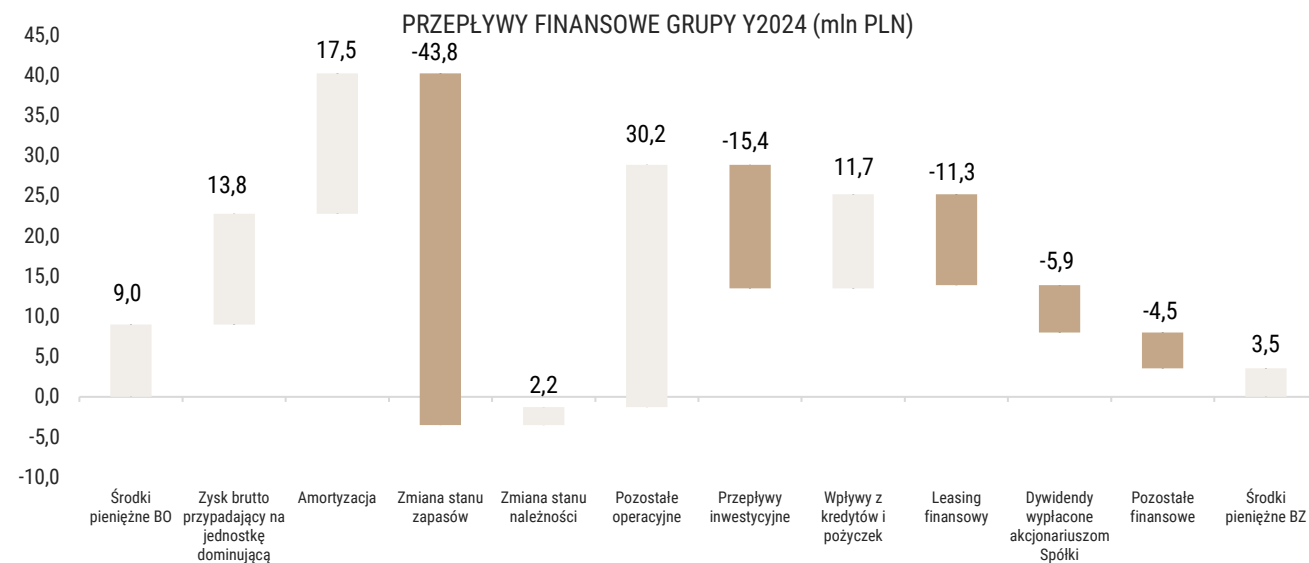
Koszty/m ² na miesiąc	4Q24	4Q23	r/r
Koszty SG&A Grupy	305	375	-19%
Esotiq Polska sklepy	366	355	3%

- Spółka opracowała nową strategię logistyki na lata 2025–2028, koncentrującą się na optymalizacji procesów, zwiększeniu efektywności operacyjnej oraz obniżeniu kosztów związanych z procesami logistycznymi. Oprócz aspektu kosztowego istotnym elementem będzie również poprawa szybkości realizacji zamówień e-commerce oraz zwiększenie satysfakcji klientów.
- Przeprowadzono kompleksowy audyt wszystkich obszarów działalności.

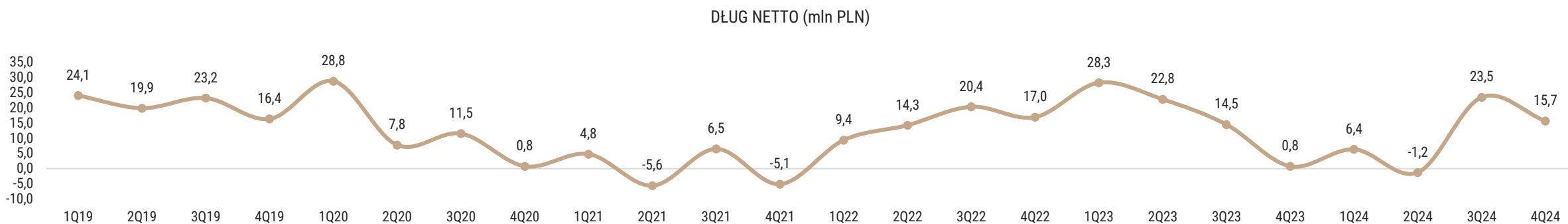
KOSZTY OPERACYJNE GRUPY (mln PLN)



Zadłużenie i gotówka



- Grupa zakończyła 2024 rok z poziomem środków pieniężnych wynoszącym 3,5 mln zł. Kluczowe pozycje wpływające na przepływy pieniężne obejmowały zmiany w poziomie zapasów i zobowiązań, wpływy z kredytów i pożyczek, finansowanie leasingu oraz wypłatę dywidendy w wysokości 5,9 mln zł.
- Dane na poniższym wykresie (dług netto) są porównywalne do poprzednich okresów. Nie uwzględniają MSSF16.
- Wzrost zadłużenia wynika z zaciągnięcia krótkoterminowych kredytów i pożyczek oraz mniejszego stanu środków pieniężnych na koniec okresu (w głównej mierze na skutek wypłaty dywidendy 5,9 mln zł w 3Q24) i zwiększeniu zapasów.



Esotiq & Henderson wchodzi w 2025 rok z silnym zapleczem operacyjnym – poziom zapasów towaru wynosi 93,8 mln zł, co zapewnia spółce pełną gotowość sprzedażową na nadchodzące miesiące.

Wskazany poziom zapasu stanowił niezbędne wymaganie dla rozpoczęcia relokacji towaru do nowego magazynu. Dzięki temu, mimo konieczności równoległej obsługi dwóch lokalizacji magazynowych, zapewniono odpowiednią ciągłość operacyjną i wysoką dostępność całej oferty we wszystkich kanałach sprzedaży.

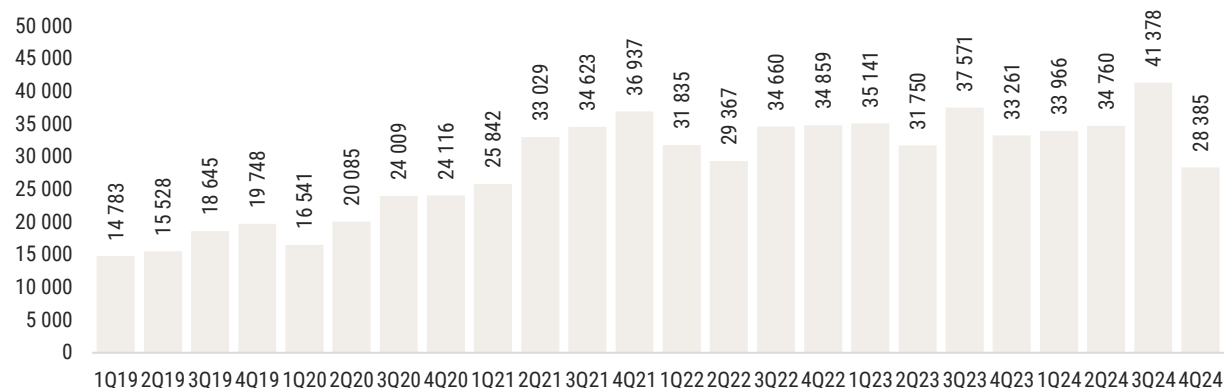
Zakup nowych grup asortymentowych pozwala nam lepiej zaspokajać rosnące oczekiwania naszych klientów.

Wyniki sprzedaży poprzez marketplaces były w analizowanym okresie najwyższe w historii spółki.

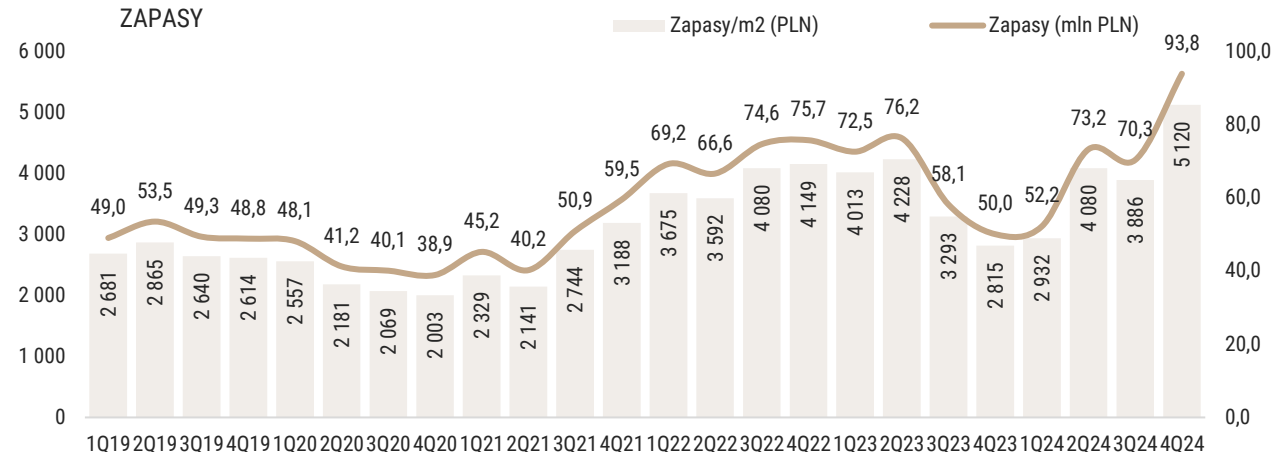
Spadek wskaźnika kapitału pracującego wynika ze wzrostów zapasów.

Kapitał pracujący i zapasy

KAPITAŁ PRACUJĄCY (tys. PLN)



ZAPASY



ESOTIQ & HENDERSON®

Podsumowanie biznesowe



Salony marki ESOTIQ w 8 krajach

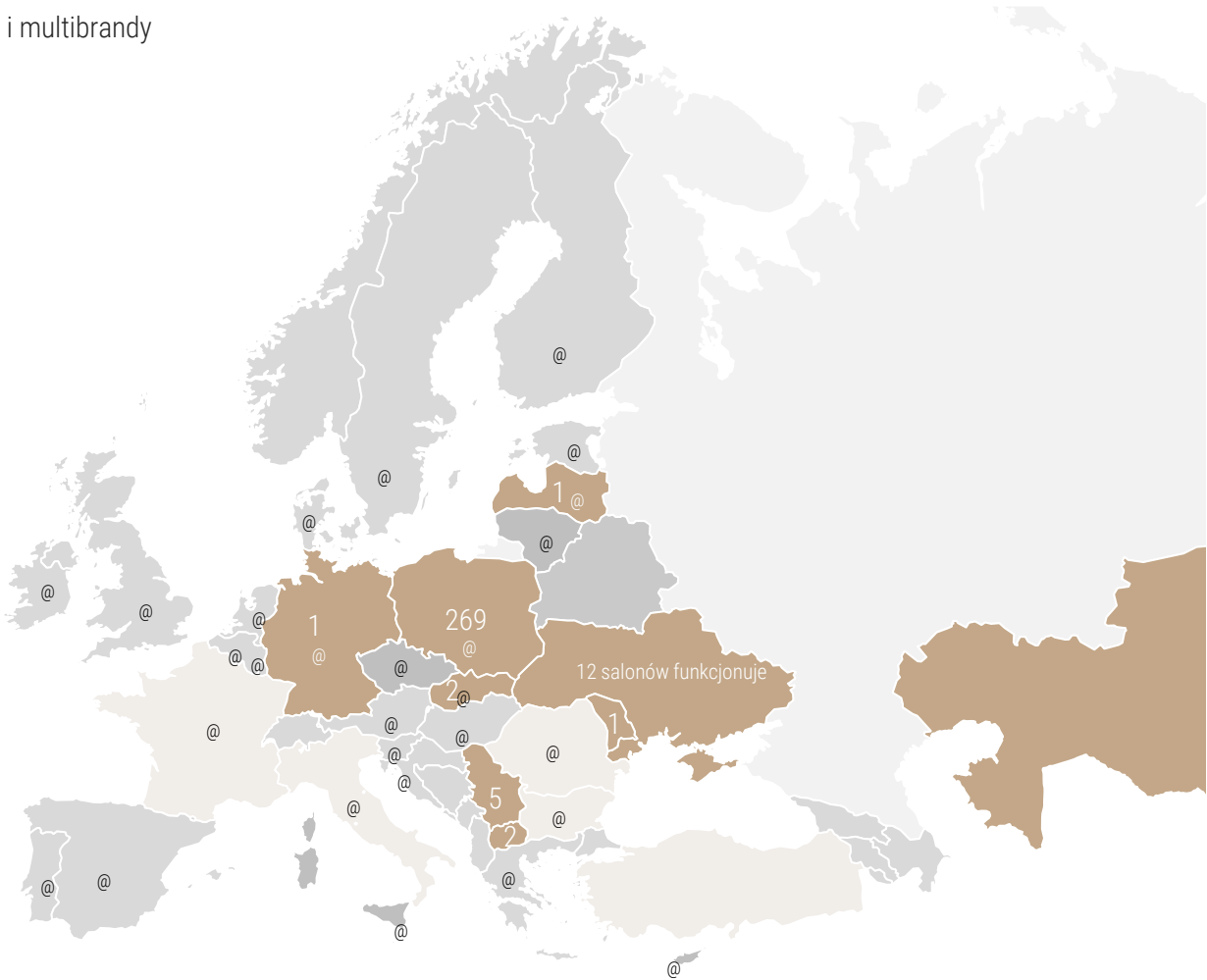
25 ON-LINE

- 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 franczyzowych
- Sprzedaż hurtowa i multibrandy
- @ Sklep internetowy

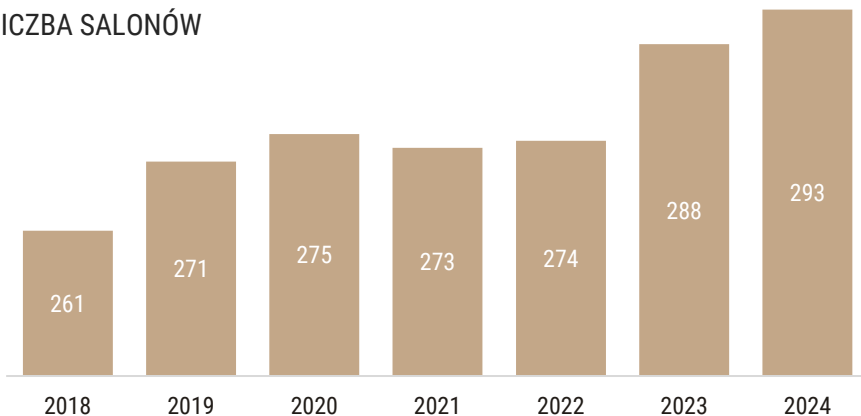
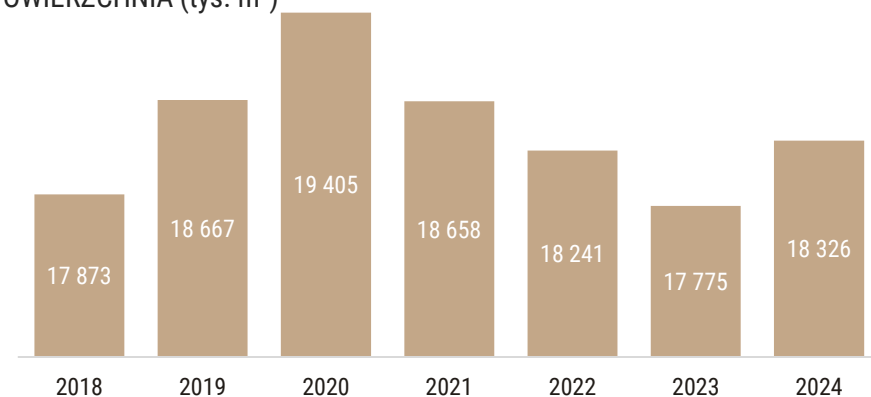
31.12.2024	Salony	Zmiana r/r
Grupa E&H	293	+5
Sklepy franczyzowe	220	+4
Sklepy własne monobrandowe	73	+1

31.12.2024	Salony	Zmiana r/r
Polska	269	+3
Zagranica	24	+2



Rozwój sieci salonów sprzedaży ESOTIQ

LICZBA SALONÓW

POWIERZCHNIA (tys. m²)

Optimalizacja sieci salonów sprzedaży – cel spółki

- Do dziś spółka jest w procesie pozyskiwania nowych lokalizacji, jednak nowe punkty sprzedaży muszą zapewniać wysoką rentowność.
- Wprowadzenie w 3Q24 marki BLOOVII do sklepów.
- Selektywne podejście do przejęć salonów i pozyskiwania nowych lokalizacji, aby zapewniały wysoką rentowność.
- Podjęte działania szkoleniowe pozwalają realizować założone KPI przez personel. Działania te wspierają nowe kampanie marketingowe.
- Infrastruktura IT – Wdrożono nowy system sprzedażowy (POS), szkoląc setki sprzedawców dla zwiększenia efektywności operacyjnej.
- Usprawnianie systemu alokacji i relokacji towaru między salonami, które będzie widoczne w 1Q25 zbuduje jeszcze większą synergię zarządzania powierzchnią i zapasami.
- W kolejnych okresach spółka będzie rozwijać nowy model biznesowy franczyzy depozytowej ESOTIQ MICRO zaprojektowany dla mniejszych miast.

74,2 mln zł

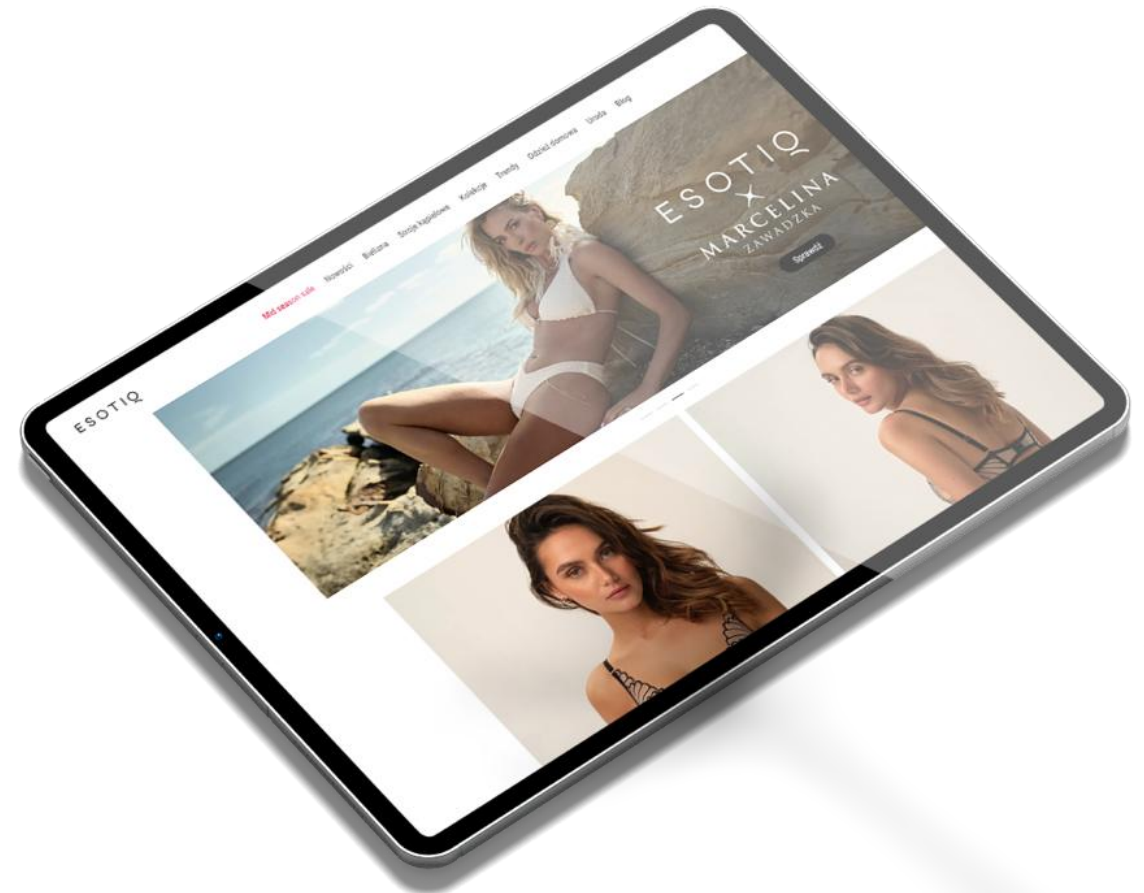
SPRZEDAŻY WYGENEROWANEJ
ONLINE W 2024 roku

25%

UDZIAŁ SPRZEDAŻY ONLINE
W CAŁOŚCI BIZNESU SPÓŁKI

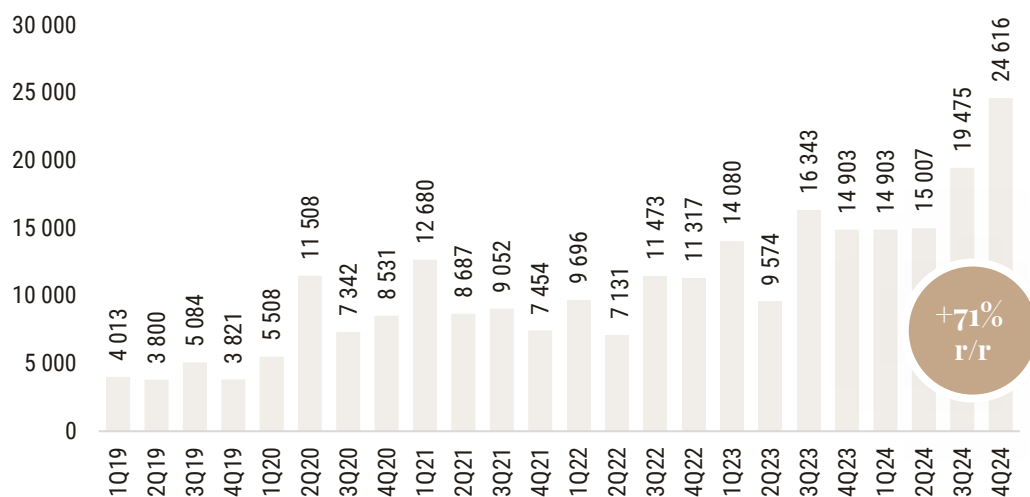
- **Rekordowy wynik sprzedaży internetowej w 4Q24:** 24,8 mln zł (wzrost o +71% r/r)
- **Sprzedaż przez własne platformy e-commerce** oraz zewnętrzne platformy marketplace, zapewniające szerokie dotarcie do klientów.
- **Wdrożenie technologii React** - wyraźna poprawa wydajności strony i bardziej komfortowe doświadczenia użytkowników (nawet przy dużym natężeniu ruchu).
- **Rozwój aplikacji mobilnej** jako kluczowego kanału sprzedaży, która generuje 27% całkowitej sprzedaży online.
- **Program lojalnościowy Esotiq Club**, z ponad 1,69 mln uczestników.
- **Model omnichannel**, umożliwiający łatwą nawigację oraz integrację różnych kanałów sprzedaży.
- **Szeroki wybór metod płatności**, w tym płatności odroczone, dla wygody klientów.
- **Szybkie i wygodne** opcje dostawy do domu klienta lub do wybranych punktów odbioru.

Rozwój sprzedaży online Esotiq



Rekordowa sprzedaż online w 4Q24

PRZYCHODY E-SKLEPÓW (tys. PLN)



Platformy internetowe ESOTIQ:

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

- W 2024 roku sprzedaż online była realizowana na platformach własnych: Esotiq, Henderson. Realizowaliśmy sprzedaż na naszych własnych platformach: Esotiq.com, Henderson.pl oraz Vosedo.
- W czwartym kwartale skonsolidowane przychody ze sprzedaży internetowej wyniosły ok. 25 mln zł i były wyższe o 71 proc., niż w porównywalnym okresie 2023 r.
- Skonsolidowane przychody ze sprzedaży internetowej w okresie 3 pierwszych miesięcy 2025 r. wyniosły ponad 23 mln zł i były wyższe o 61 proc., niż w porównywalnym okresie 2024 r.
- W tym okresie dokonaliśmy szeregu zmian w funkcjonowaniu e-commerce, np. poprawiliśmy UX/UI dla karty produktu, wdrożyliśmy ramki rekomendacyjne (wykorzystujące rozwiązania AI), a także rozszerzyliśmy portfel dostępnych metod płatności (w tym płatności odroczone).
- Dotychczasowa działalność sprzedażowa na platformach marketplace została poddana szczegółowej analizie. Na podstawie wyciągniętych wniosków opracowano nowe podejście obejmujące aspekty związane z samymi platformami, modelami biznesowymi, asortymentem oraz polityką sprzedażową.
- Ustabilizowano sprzedaż na kluczowych platformach: Zalando, Allegro i Modivo. Zwiększono widoczność oferty poprzez dodanie nowych produktów, co pozwoliło na osiągnięcie historycznie najwyższych wyników sprzedaży w tych kanałach.
- Do zespołu marketplace dołączyło również dwóch nowych menedżerów, posiadających doświadczenie w tym kanale sprzedażowym.

Aplikacja mobilna Esotiq

- Przeniesienie procesu sprzedaży do aplikacji mobilnej znacząco podniosło wygodę zakupów dla klientek. Dzięki temu rozwiązaniu użytkownicy mogą zamawiać produkty w wygodny sposób, oszczędzając czas. Regularny rozwój aplikacji i dostosowywanie jej funkcji do potrzeb klientek sprawiają, że zakupy stają się bardziej intuicyjne.
- Imponujący wzrost pobrań aplikacji – w czwartym kwartale aplikację pobrano ponad 60 tys. razy, a na koniec grudnia liczba pobrań przekroczyła pół miliona. Użytkownicy aplikacji otrzymują bogatsze treści marketingowe w formie wiadomości push i mobile pushe, które mogą zawierać materiały graficzne i są bardziej rozbudowane niż tradycyjne SMS-y.
- Marketing Automation – w Q3 wdrożono nowe scenariusze działań w ramach Marketing Automation, które wygenerowały ponad 10% przychodów. W Q4 realizowane były dalsze prace, wykorzystujące rozwiązania MA, np. ramki rekomendacji, wpływające na poprawę działań up-sellingowych.
- Rozwój bazy newslettera – w czwartym kwartale baza użytkowników newslettera powiększyła się o około 15 tys., osiągając liczbę ponad ćwierć miliona subskrybentów.
- Performance marketing – działania performance zostały znacząco rozwinięte poprzez precyzyjne alokowanie budżetów mediowych na poszczególne źródła. To pozwoliło na skuteczne i efektywne dotarcie do nowych użytkowników oraz zwiększenie zasięgu oferty przy zachowaniu dyscypliny kosztowej prowadzonych kampanii.



Dołącz do
ESOTIQ
CLUB

i zyskaj dodatkowe rabaty



Zeskanuj kod aparatem
i pobierz aplikację

Działania marketingowe ESOTIQ

1,69 mln

ilość uczestników ESOTIQ
CLUB

513k

pobrań aplikacji
stan na 31.12.2024 r.

2,5 mln

zasięg kampanii wizerunkowej
online i offline

- Pierwsza kampania wizerunkowa w modelu omnichannel – połączenie działań online i offline (Internet, przestrzeń miejska, galerie handlowe).
- Akcja z Fundacją Rak'n'Roll stanowiła połączenie działań budujących społeczność marki z aktywnością pro społeczną polegającą na wsparciu dla kobiet, które doświadczyły choroby raka piersi. Zaangażowanie spółki w akcję miało bardzo pozytywny oddźwięk i umocniło relacje z obecnymi klientkami, jednocześnie docierając do nowych. Spółka dofinansowała działalność funkcji.
- Nawiązanie współpracy z topowymi influencerami i publikacje w mediach takich jak Vogue i Elle.
- Start cyklu edukacyjnych nagrań brafittingowych, wzmacniających pozycję Esotiq jako eksperta w dziedzinie bielizny.
- Przedłużenie kontraktów z Joanną Krupą i Marceliną Zawadzką.
- Launch nowej linii Bloovii – nowoczesna kampania ze świeżą stylistyką marki.
- Otwarcie mini showroomu BLOOVII w Gdańsku (Ciało Studio) i start cyklu self care.
- Udana wdrożenie programu MasterCard Bezcenne Chwile – formalności i komunikacja.
- 17 ▪ Realizacja kampanii cross-brandingowych z: Credit Agricole, T-Mobile, ING, Biedronką, Super Pharm, wakacje.pl, DHL, Home&You, Pakiet Plus.
- Kampania z Rossmannem promująca perfumy ambasaderek marki.





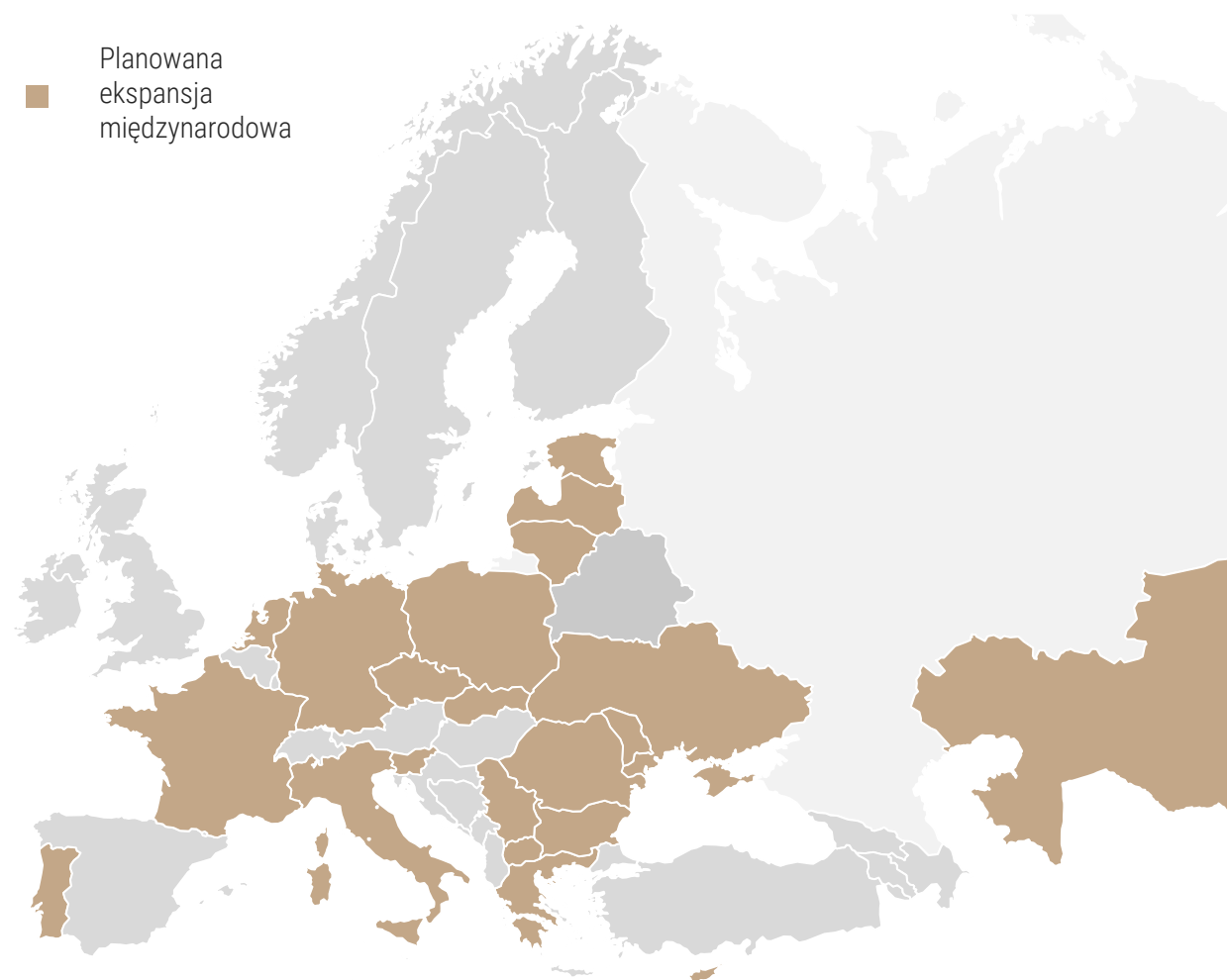
Rozwój rynku eksportowego

Kraj/Miasto	Liczba salonów (31.12.2024)
Łotwa	1
Mołdawia	1
Macedonia Północna	2
Serbia	5
Słowacja	2
Ukraina	12

- W 4Q24 sprzedaż zagraniczna w modelu B2B prowadzona była łącznie do 20 krajów, przy współpracy z 30 współpracującymi podmiotami. W Europie spółka posiada łącznie 23 sklepy partnerskie (w 6 krajach).
- W Q4 2024 roku odbyły się pierwsze kampanie z klubami zakupowymi jak Limango, VENTE-PRIVEE.COM, www.veepee.com, które obejmowały sprzedaż na terenie Francji. Kolejne kampanie w roku 2025 będą obejmować większą ilość krajów. Planujemy sprzedaż w tym kanale na terenie Francji, Austrii i Niemiec, Szwajcarii i Hiszpanii.

Plany ekspansji międzynarodowej 2024–2027

- Dotychczasowa strategia ekspansji międzynarodowej została poddana weryfikacji. Stworzono kompleksowy plan rozwoju marek należących do Spółki na rynkach międzynarodowych, koncentrujący się na wybranych obszarach produktowych. Trwa przygotowanie poszerzonej oferty, którą spółka będzie zdobywać nowe rynki w roku 2025 i kolejnych latach.
- Nowe podejście zakłada działanie poprzez obecność w kanale online oraz offline, przy użyciu dopasowanych modeli biznesowych oraz narzędzi oddziaływania.
- Określone zostały kluczowe rynki dla dalszej ekspansji poprzez rozwój dystrybucji lub sklepów partnerskich:
 - Czechy,
 - Słowacja,
 - Rumunia,
 - Bułgaria
- Kluczowe rynki dla ekspansji poprzez platformy marketplace - Niemcy oraz pozostałe kraje Europy Zachodniej.

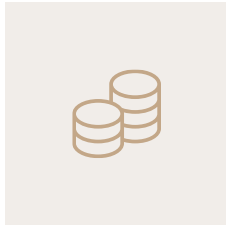




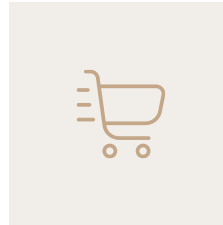
ESOTIQ & HENDERSON®

Długoterminowe cele Spółki

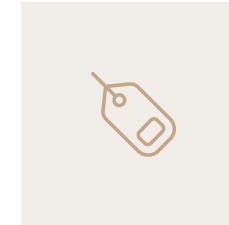
Główne cele spółki



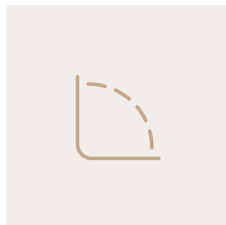
Kontynuacja wzrostu sprzedaży przy jednoczesnym wzroście marży wartościowej brutto



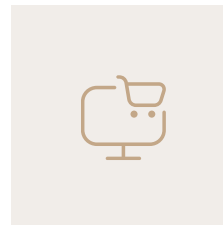
Przyspieszenie rotacji towaru w sieci sprzedaży oraz optymalizacja jego jakości handlowej



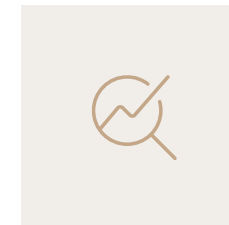
Wdrożenie nowych linii produktowych dla poszerzenia oferty



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



Dynamiczny rozwój kanału sprzedaży online poprzez platformy własne oraz marketplaces



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

Przewagi konkurencyjne

Silna pozycja finansowa

Stabilna marża brutto na poziomie ok. 67,5% w 2024 roku, co jest wynikiem ogromnego doświadczenia zakupowego, skutecznej polityki cenowej i zarządzania zapasami.

Dynamiczny rozwój sprzedaży online

W 2024 roku sprzedaż online stanowiła ok. 25% całkowitej sprzedaży, co potwierdza skuteczność strategii omnichannel.

Zarządzanie kosztami i efektywność operacyjna

Spółka zainicjowała projekty mające na celu automatyzację procesów oraz wdrażanie zaawansowanych technologicznie rozwiązań, co przekłada się na lepszą efektywność operacyjną.

Szeroka oferta wysokiej jakości produktów

Unikalne know-how w konstrukcji bielizny i brafittingu wyróżnia markę i przyciąga lojalnych klientów. Rozszerzenie oferty o -linię Bloovii oraz bieliznę kształtującą oraz konkurencyjna głębokość asortymentu, zwiększa zainteresowanie nowych i obecnych klientów.

Efektywna strategia marketingowa

Nowe kampanie marketingowe oraz współpraca z rozpoznawalnymi ambasadorami marki (np. Joanna Krupa, Marcelina Zawadzka) przyczyniają się do wzrostu rozpoznawalności marki Esotiq.

Silna baza lojalnych klientów

Program lojalnościowy Esotiq Club, z ponad 1,69 mln uczestników, jest znaczącym atutem, który wspiera stabilność przychodów. Wysokie zaangażowanie klientów, w tym aktywność w aplikacji mobilnej, przekłada się na większą częstotliwość zakupów i długoterminową lojalność.





ESOTIQ & HENDERSON®

Outlook



Outlook na I półrocze

- W ramach rozwoju oferty produktowej, kontynuowana jest sprzedaż kolekcji linii ESOTIQ BLOOVII, skierowanej do młodszej klientki. Niższy poziom cenowy, świeży design i lifestylowy charakter produktów stwarzają szansę na dotarcie do nowych grup odbiorczyń i budowanie długoterminowej lojalności.
- Spółka pozostaje dobrze zabezpieczona operacyjnie – w 2H24 zbudowano odpowiedni poziom zapasu towaru, który minimalizuje ryzyko związane z ewentualnymi opóźnieniami dostaw w kolejnych miesiącach. Co istotne, po sukcesywnej odsprzedaży starszych kolekcji, struktura magazynu sprzyja generowaniu wysokich marż – dominują produkty z nowej, atrakcyjnej i wysokomarżowej oferty.
- Po stronie popytowej nadal obserwowana jest wysoka wrażliwość klientek na cenę. Dzięki doświadczeniu zakupowemu i silnej pozycji negocjacyjnej, Esotiq może oferować produkty w konkurencyjnych cenach, nie rezygnując z rentowności.



ESOTIQ & HENDERSON®

Informacje
dodatkowe

SKLEPY STACJONARNE

WŁASNE SALONY

Spółka prowadzi sklepy własne pod marką Esotiq (monobrandowe), zlokalizowane w popularnych centrach handlowych w Polsce. Esotiq rozszerza też działania na otwarcie nowych conceptów sklepów, w tym sklepu autonomicznego i pop-up store w White Marlin w Sopocie.

SKLEPY FRANCYZOWE

Spółka rozwija sieć sklepów francyzowych co pozwala na ekspansję z mniejszym ryzykiem kapitałowym. Partnerzy biznesowi prowadzą sklepy na zasadzie francyzy depozytowej, co umożliwia firmie szybsze zwiększanie zasięgu geograficznego przy ograniczonych inwestycjach.

SPRZEDAŻ ONLINE

WŁASNE PLATFORMY E-COMMERCE

Spółka intensywnie rozwija sprzedaż online poprzez swoje własne platformy internetowe. **Najważniejsza z nich to Esotiq.com.** Sprzedaż Internetowa stanowi istotną część przychodów firmy, a jej udział rośnie z każdym rokiem.

MARKETPLACES

Produkty Esotiq i Henderson są dostępne w szerokiej ofercie dla klientów polskich i zagranicznych, poprzez platformy zewnętrzne tj. Zalano, Amazon, Allegro, Empik czy Modivo.

Model biznesowy

B2B

Na rynku polskim spółka prowadzi sprzedaż marki Henderson poprzez kanał B2B. Sprzedaż realizowana jest do hurtowników, detalistów i sieci handlowych. Na rynkach zagranicznych w sprzedaży B2B oferowane są obydwie marki: Esotiq i Henderson.

Marka Esotiq



Esotiq to marka damskiej bielizny, bielizny nocnej oraz strojów kąpielowych, obecna 25 lat na polskim rynku.

Produkty marki są dostępne w 269 sklepach monobrandowych, zlokalizowanych na terenie całej Polski oraz online - na platformie esotiq.com oraz wybranych marketplaces (m.in. Zalando). Oferta Esotiq plasuje się w średnio-wyższym segmencie cenowym. Cechą charakterystyczną jest szeroko rozmiarowa oferta produktów, która umożliwia perfekcyjne dopasowanie do różnorodnych typów sylwetki.

Produkty Esotiq wyróżniają się zaawansowaną technologią i wyjątkową konstrukcją bielizny, która sprawia, że lepiej odpowiadają na potrzeby klientek w porównaniu do innych marek sieciowych. Potwierdzeniem tego sukcesu są bestsellerowe produkty Esotiq; nasz najlepszy produkt sprzedaliśmy już w ponad 2 milionach sztuk! Esotiq oferuje usługę brafittingu w salonach stacjonarnych, co dodatkowo wzmacnia więź klientek z marką.

Działania marketingowe wspierane są przez współpracę z topowymi modelkami, Joanną Krupą, Marceliną Zawadzką oraz kolaboracje z gwiazdami, o których wkrótce poinformujemy rynek.

Od sezonu AW24 wprowadziliśmy nową linię dedykowaną młodszej klientce - BLOOVII by Esotiq, dostępną w tej samej sieci sprzedaży, co nasze dotychczasowe produkty.

Marka Esotiq



The logo for Bloovii is displayed in white on a teal background. It features the word 'bloovii' in a stylized, lowercase font. The 'b' is a simple circle with a vertical line. The 'l' is a vertical line. The 'o' is a circle. The 'v' is a simple 'v' shape. The 'i' is a vertical line with a dot. The second 'i' is a vertical line with a dot. The 'ii' at the end is a vertical line with a dot.

Nowa linia produktowa Bloovii

- Dla klientów oczekujących nowoczesnej stylistyki 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.
- Wprowadzenie Bloovii do sklepów.

Marka Henderson



Henderson to marka bielizny męskiej i damskiej, która od 25 lat jest obecna na polskim rynku. Charakterystyczne dla marki jest wzornictwo premium, które wyróżnia się ponadczasową elegancją. Minimalistyczne, bazowe produkty Henderson wykonane są z naturalnych materiałów, co zapewnia wysoką jakość i komfort użytkowania.

Asortyment marki Henderson to bielizna damska i męska (oferowane w wygodnych wielopakach), piżamy i szlafroki.

Produkty Henderson dostępne są w punktach sprzedaży partnerów B2B, takich jak sieci handlowe (np. Rossmann), a także online i na platformach marketplace zarówno w Polsce jak i za granicą.



Przewaga konkurencyjna Esotiq brafitting

- Brafitting jest podstawową kompetencją Spółki i stanowi istotny element ścieżki sprzedażowej we wszystkich kanałach dystrybucji.
- Zespoły sprzedażowe w salonach Esotiq regularnie uczestniczą w szkoleniach z zakresu brafittingu, aby podnieść swoje umiejętności i efektywność.
- Spółka planuje wykorzystać swoje unikalne know-how z zakresu gorseciarstwa i konstrukcji bielizny. Celem jest budowanie profesjonalnego wizerunku jej marek oraz wsparcie działań marketingowych.
- Rozpoczęliśmy cykl nagrań Brafittingowych. Wdrożyliśmy serię edukacyjnych nagrań dotyczących brafittingu, które wzmacniają pozycję Esotiq jako eksperta w dziedzinie bielizny. Materiały te budują większą świadomość i zaufanie do marki.

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

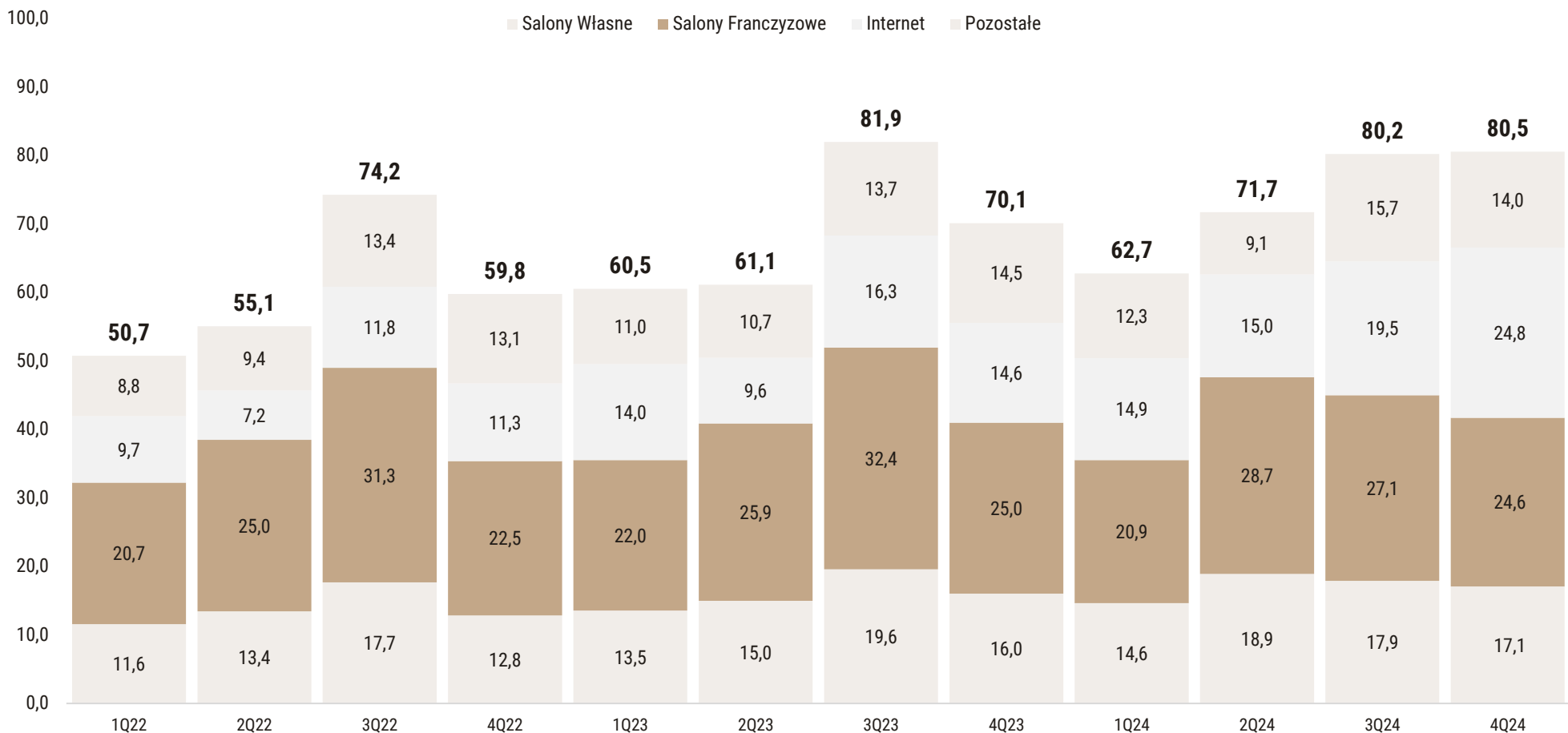
FRANCZYZOBIORCA

- 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 (mln 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	2Q	3Q	4Q
MARKA Esotiq	297	308	306	304	303	306	313	312	312	307	303	304	305	299	296	295	292	292	286	288	288	287	289	293
Esotiq Polska	263	268	268	271	269	272	276	275	275	278	274	273	275	278	276	274	271	270	265	266	265	264	265	269
Sklepy partnerskie	208	211	211	212	209	212	214	213	213	216	213	211	211	213	210	208	206	200	196	198	196	193	195	197
Sklepy własne	55	57	57	59	60	60	62	62	62	62	61	62	64	65	66	66	65	70	69	69	69	71	70	72
Esotiq Niemcy	9	9	9	9	9	8	8	8	8	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	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	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	23	23	24
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	287	289	293
Sklepy partnerskie	233	242	240	236	234	238	243	242	242	243	240	240	239	232	228	227	225	220	216	219	218	215	218	220
Sklepy własne	64	66	66	68	69	68	70	70	70	64	63	64	66	67	68	68	67	72	70	69	70	72	71	73

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	2Q	3Q	4Q
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	17 945	18 087	18 326
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	16 664	16 720	16 959
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	10 902	10 986	11 067
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	5 762	5 734	5 893
Esotiq Niemcy	859	859	859	859	859	759	759	759	759	212	212	212	212	212	212	212	212	212	93	93	93	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	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	1 281	1 274	1 274
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	17 945	18 087	18 326
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	12 090	12 260	12 341
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	5 855	5 827	5 986

Rozwój średniej wielkości sklepów

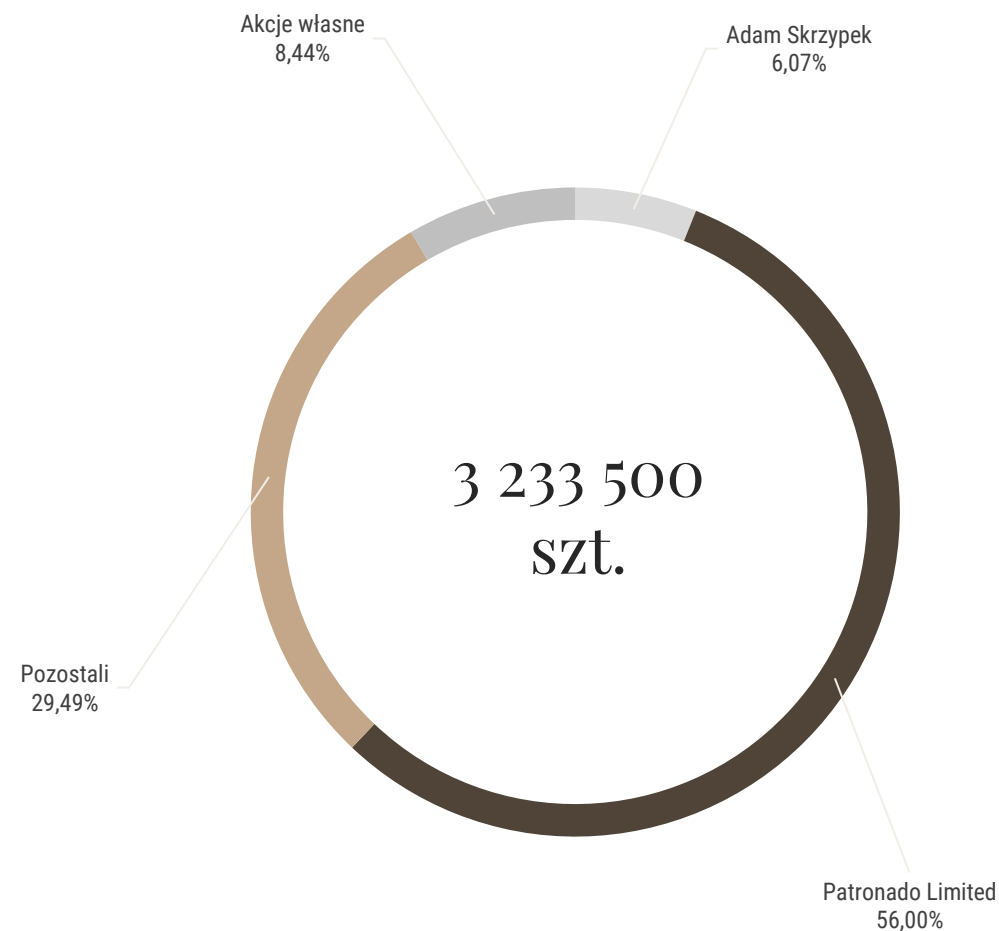
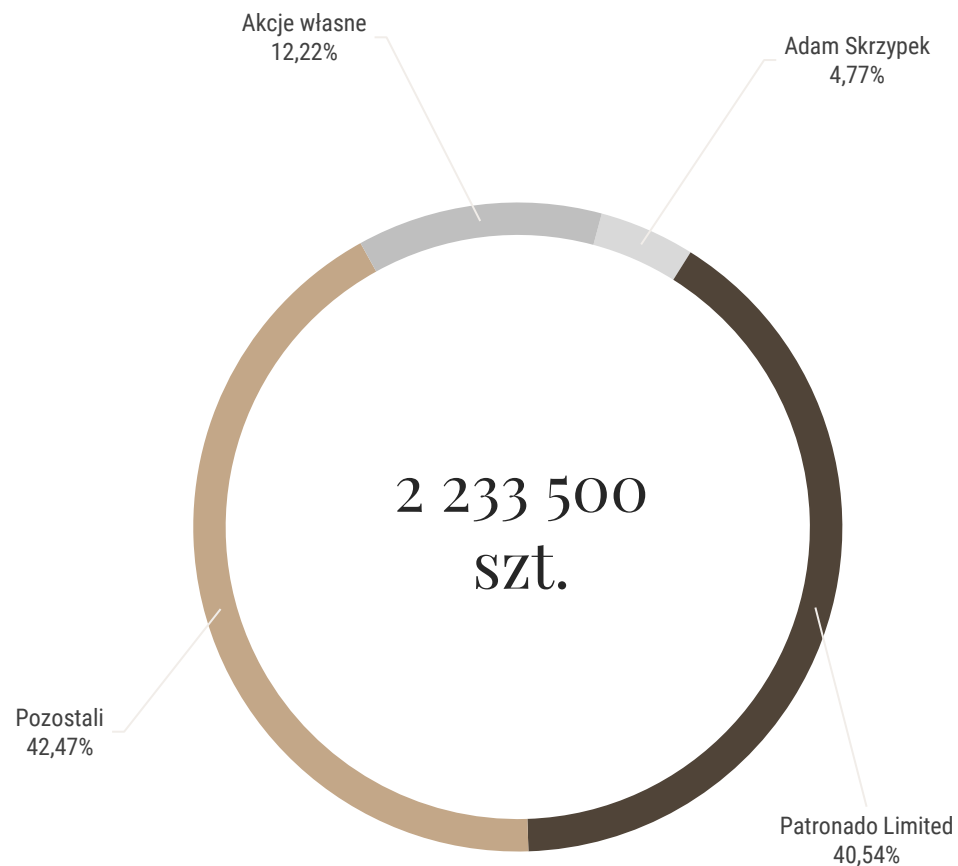
ŚREDNIA WIELKOŚĆ SALONU m²	2019				2020				2021				2022				2023				2024			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
MARKA Esotiq	61	61	61	61	62	62	62	62	62	61	61	61	62	62	62	62	62	62	62	62	62	63	63	63
Esotiq Polska	61	60	61	61	62	62	62	63	63	62	62	62	63	63	62	62	62	62	62	62	62	63	63	63
Sklepy partnerskie	54	55	55	55	56	56	56	56	56	56	56	56	57	56	56	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	81	82	82	81	80	80	81	81	81	82
Esotiq Niemcy	95	95	95	95	95	95	95	95	95	106	106	106	106	106	106	106	106	106	93	93	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	93	93	93	93	93	93
Esotiq Wschód i Serbia franczyza	52	51	52	53	49	48	49	49	49	45	48	48	48	48	50	50	50	52	52	53	53	56	55	53
SUMA SKLEPÓW GRUPY KAPITAŁOWEJ	61	61	61	61	62	62	62	62	62	61	61	61	62	62	62	62	62	62	62	62	62	63	63	63
Sklepy partnerskie	54	54	54	54	55	55	55	55	55	55	55	55	56	56	56	56	56	55	56	56	56	56	56	56
Sklepy własne	85	84	85	85	86	86	86	86	86	84	84	84	84	84	82	82	82	81	81	81	81	81	82	82

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	2Q24	3Q24	4Q24
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	72,4	81,2	81,5
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	19,9	28,9	26,8
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	52,5	52,2	54,7
Marża brutto grupy na sprzedaży	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%	72,5%	64,4%	67,2%
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	46,2	49,5	48,8
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	0,4	0,3	1,3
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	6,7	3,0	7,2
Marża operacyjna grupy	-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%	9,3%	3,7%	8,8%
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	-0,4	-0,6	-2,6
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	6,3	2,4	4,5
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	0,5	1,0	1,0
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	5,8	1,4	3,5
Marża netto grupy	-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%	8,0%	1,7%	4,3%

Struktura akcji i głosów

STAN NA 23 KWIETNIA 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)