ESOTIQ & HENDERSON

Prezentacja inwestorska

WYNIKI ZA 9M25

Listopad 2025

ESOTIQ & HENDERSON

Wyniki finansowe 9M25

ESOTIQ & HENDERSON

Podsumowanie 9M25

ORAZ WYDARZEŃ DO DATY PUBLIKACJI RAPORTU

157,8

MLN ZŁ ZYSKU BRUTTO

Skonsolidowany zysk brutto na sprzedaży Grupy w 9M25 wyniósł 157,8 mln zł, a marża ukształtowała się na poziomie ok. 67%. Głównym celem na kolejne kwartały jest systematyczne zwiększanie sprzedaży przy równoczesnym utrzymaniu wysokiej marży brutto.

234,9

MLN ZŁ PRZYCHODÓW

W pierwszych dziewięciu miesiącach 2025 roku Grupa osiągnęła 234,9 mln zł skonsolidowanych przychodów ze sprzedaży, co oznacza wzrost o 8,3% r/r.

286

LICZBA SALONÓW

Na koniec 3Q25 produkty Grupy były sprzedawane w 286 salonach (265 salonów w Polsce) o łącznej powierzchni 18 188 m^2.

256,8

MLN ZŁ SKONSOLIDOWANYCH PRZYCHODÓW

Skonsolidowane przychody ze sprzedaży w okresie 10 miesięcy 2025 r. wyniosły około 256,8 mln zł i były wyższe o ok 9 proc., niż w tym samym okresie roku ubiegłego. W ujęciu narastającym skonsolidowana marża ze sprzedaży w okresie styczeń – październik 2025 r. wyniosła około 67 proc. i według szacunków była niższa o 1 p.p. w porównaniu z marżą osiągniętą w odpowiednim okresie roku ubiegłego.

ESOTIQ & HENDERSON

Wyniki finansowe 9M25 (w mln zł)

	PRZYCHODY	EBITDA	EBIT	WYNIK NETTO
Grupa:	234,9 (+8,3% r/r)	22,6 (-9,7% r/r)	10,0 (-11,4% r/r)	5,6 (-25,1% r/r)
Jednostka dominująca:	153,9 (+7,9% r/r)	23,5 (-7,1% r/r)	10,5 (-9,3% r/r)	6,2 (-21,5% r/r)

ESOTIQ & HENDERSON

Rachunek zysków i strat 3Q

JEDNOSTKA DOMINUJĄCA

- Przychody ze sprzedaży wzrosły o 14,0% r/r, osiągając 91,48 mln PLN.
- Zysk brutto na sprzedaży zwiększył się o 12,8% r/r do 57,91 mln PLN, przy marży brutto na poziomie 63,3% (spadek o 0,7 p.p. r/r).
- Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu wzrosły o 11,9% r/r, sięgając 54,08 mln PLN.
- Zysk operacyjny poprawił się o 47,0% r/r, rosnąc do 4,75 mln PLN; marża operacyjna wyniosła 5,2% (wzrost z 4,0% r/r).
- Zysk netto wzrósł o 71,9% r/r do 2,85 mln PLN, przy wzroście marży netto z 2,1% do 3,1%.
- EBITDA zwiększyła się o 16,6% r/r, osiągając 9,22 mln PLN, przy wzroście marży EBITDA z 9,9% do 10,1%.

W tys. PLN	3Q25	3Q24	Zmiana	Zmiana %
Przychody ze sprzedaży	**91 475**	**80 220**	**11 255**	**14,0%**
Koszt sprzedanych towarów	*33 570*	*28 907*	*4 663*	*16,1%*
Zysk brutto na sprzedaży	**57 905**	**51 313**	**6 592**	**12,8%**
Marża brutto na sprzedaży (%)	*63,3%*	*64,0%*	-	-
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	*54 076*	*48 341*	*5 735*	*11,9%*
Zysk (strata) operacyjny	**4 753**	**3 234**	**1 519**	**47,0%**
Marża operacyjna (%)	*5,2%*	*4,0%*	-	-
Zysk (strata) netto	**2 848**	**1 657**	**1 191**	**71,9%**
Marża netto (%)	*3,1%*	*2,1%*	-	-
EBITDA	**9 215**	**7 902**	**1 313**	**16,6%**
Marża EBITDA (%)	*10,1%*	*9,9%*	-	-

ESOTIQ & HENDERSON

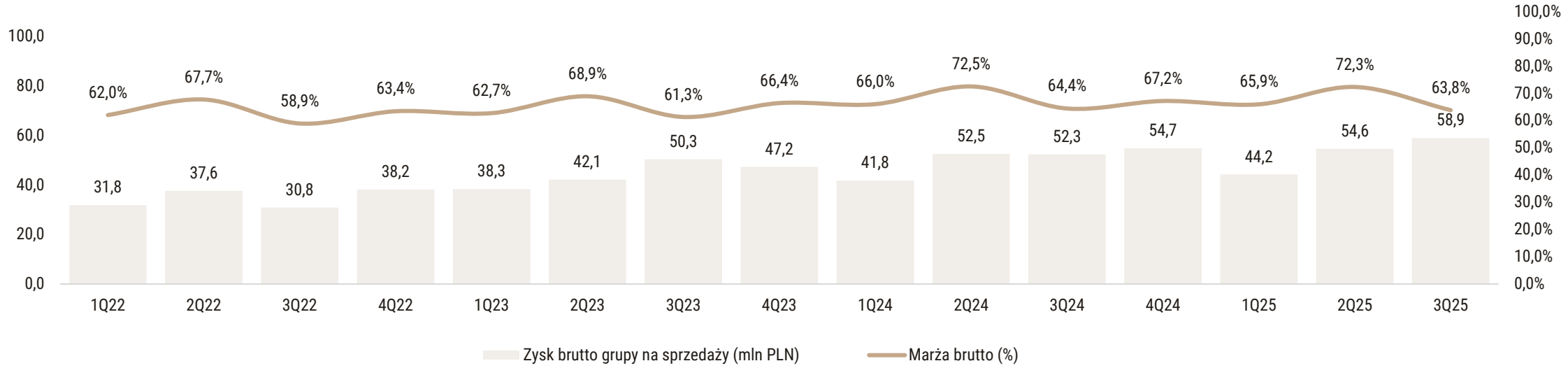
Rachunek zysków i strat 3Q

GRUPA KAPITAŁOWA

- Przychody ze sprzedaży wzrosły o 13,8% r/r, osiągając 92,41 mln PLN.
- Zysk brutto na sprzedaży zwiększył się o 12,8% r/r do 58,95 mln PLN, przy marży brutto na poziomie 63,8% (spadek o 0,6 p.p. r/r).
- Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu wzrosły o 12,2% r/r, sięgając 55,57 mln PLN.
- Zysk operacyjny poprawił się o 45,2% r/r, rosnąc do 4,32 mln PLN; marża operacyjna wyniosła 4,7% (wzrost z 3,7% r/r).
- Zysk netto wzrósł o 78,2% r/r do 2,44 mln PLN, a marża netto zwiększyła się z 1,7% do 2,6%.
- EBITDA zwiększyła się o 13,3% r/r, osiągając 8,64 mln PLN, przy marży EBITDA na poziomie 9,3% (spadek o 0,1 p.p. r/r).

W tys. PLN	3Q25	3Q24	Zmiana	Zmiana %
Przychody ze sprzedaży	**92 408**	**81 192**	**11 216**	**13,8%**
Koszt sprzedanych towarów	*33 461*	*28 943*	*4 518*	*15,6%*
Zysk brutto na sprzedaży	**58 947**	**52 249**	6 698	12,8%
Marża brutto na sprzedaży (%)	*63,8%*	*64,4%*	-	-
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	*55 569*	*49 547*	*6 022*	*12,2%*
Zysk (strata) operacyjny	**4 315**	**2 971**	**1 344**	**45,2%**
Marża operacyjna (%)	*4,7%*	*3,7%*	-	-
Zysk (strata) netto	**2 438**	**1 368**	**1 070**	**78,2%**
Marża netto (%)	*2,6%*	*1,7%*	-	-
EBITDA	**8 639**	**7 626**	**1 013**	**13,3%**
Marża EBITDA (%)	*9,3%*	*9,4%*	-	-

Solidny i stabilny poziom marży brutto



- Utrzymanie wysokiej marży brutto na sprzedaży jest głównym celem biznesowym spółki.
- W ujęciu narastającym skonsolidowana marża ze sprzedaży w okresie styczeń – październik 2025 r. wyniosła około 67 proc. i według szacunków była niższa o 1 p.p. w porównaniu z marżą osiągniętą w odpowiednim okresie roku ubiegłego.

Realizacji celu sprzyjały:

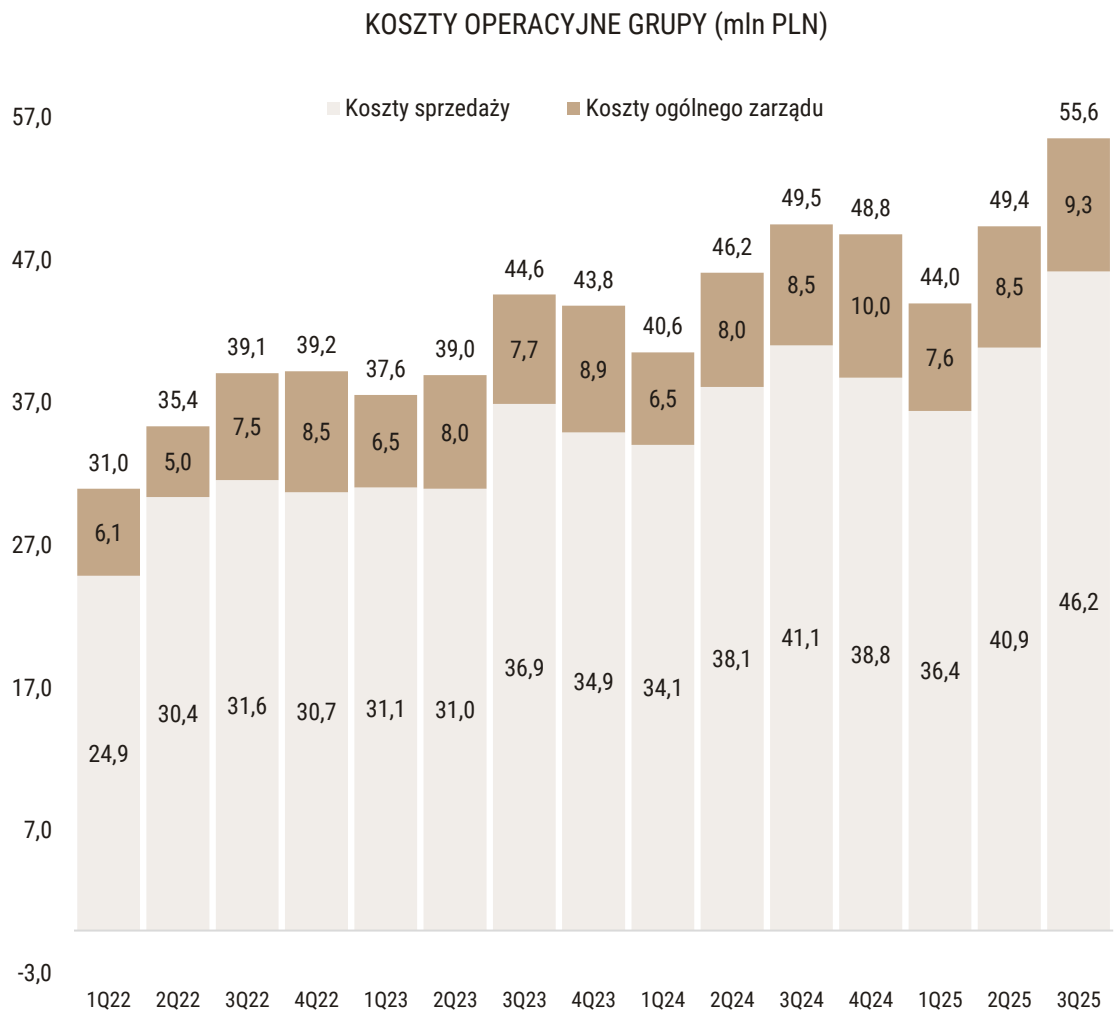
- Omnichannel i współpraca z InPost – centralny magazyn e-commerce i szybka logistyka (<24h) poprawiają efektywność i ograniczają koszty operacyjne, co pośrednio wspiera marżę.
- Silne kampanie ambasadorskie i współprace zwiększają sprzedaż produktów premium i pozwalają utrzymać korzystne ceny.
- Wysoka marża początkowa.

ESOTIQ & HENDERSON

Koszty Grupy/m²

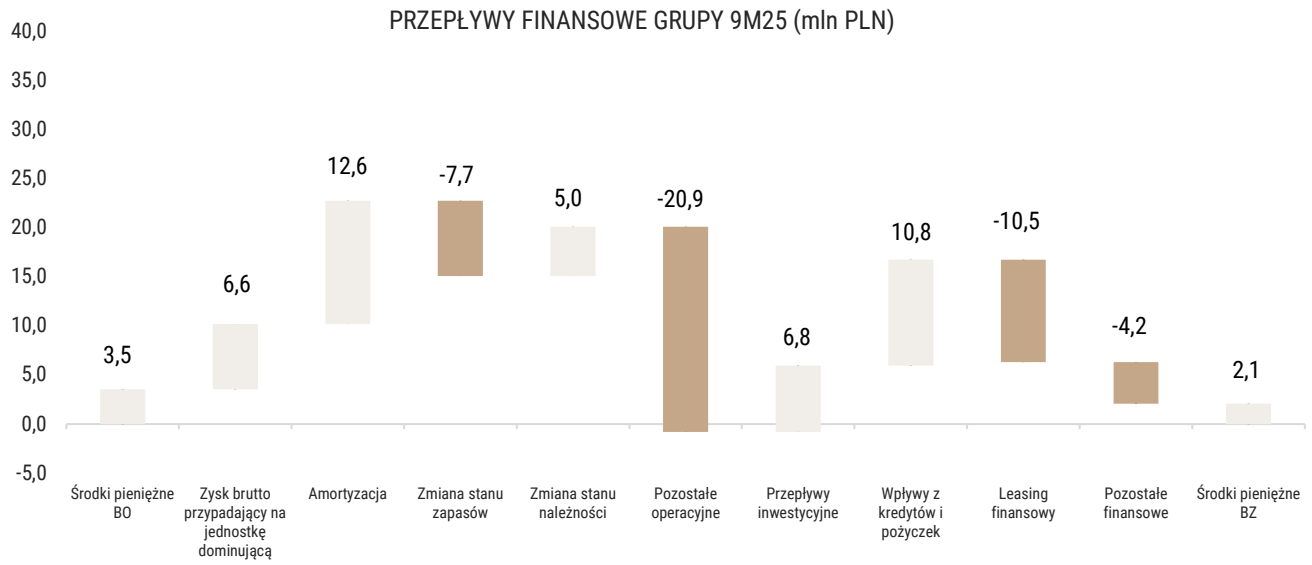
Koszty/m² na miesiąc	3Q25	3Q24	r/r
Koszty SG&A Grupy	**469**	**432**	**+8,6%**
Esotiq Polska sklepy	441	409	+7,8%

- Grupa w trzecim kwartale 2025 roku odnotowała 55,6 mln zł kosztów SG&A (+12,2% r/r), Spółka realizuje program optymalizacji logistyki, którego celem jest poprawa efektywności kosztowej w kolejnych okresach. Po I etapie, w którym nowy operator logistyczny obsługiwał jedynie kanał internetowy (e-commerce), stopniowo przejął on pełną obsługę wszystkich kanałów dystrybucji (B2B) . Zakończona pełna relokacja towaru i centralizacja procesów powinny przynieść trwałą redukcję kosztów logistyki oraz poprawę sprawności operacyjnej a także stworzyć solidną bazę do dalszego skalowania biznesu.
- Wyższe koszty SG&A są efektem intensywnego sezonu, zmian w obszarze logistyki oraz działań marketingowych i promocyjnych wspierających wzrost sprzedaży.

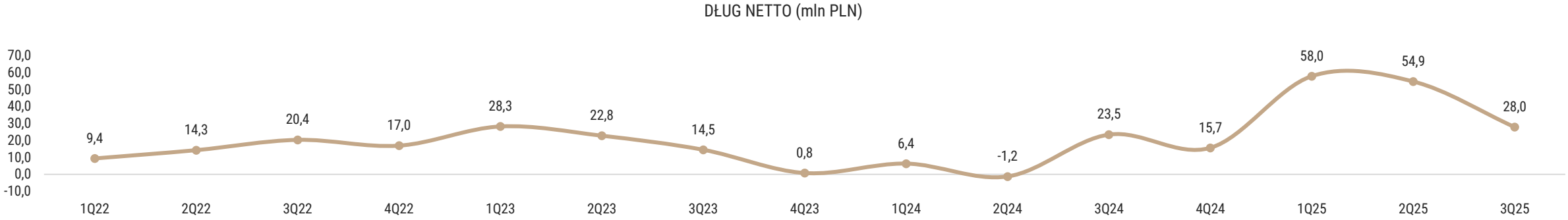


ESOTIQ & HENDERSON

Zadłużenie i gotówka



- Grupa zakończyła 9 miesięcy 2025 roku z poziomem środków pieniężnych wynoszącym 2,1 mln zł.
- Spółka w IV kwartale 2025 r. przeznaczyła 5,9 mln zł na wypłatę dywidendy. Dniem ustalenia prawa do dywidendy był 29 września 2025 r., a jej wypłata nastąpiła 28 października 2025 r.
- W III kwartale Spółka podjęła decyzję o zamianie kredytu finansującego zakup nieruchomości na leasing. Transakcja pozwoliła wygenerować dodatni przepływ gotówki, uzyskane środki poprawiają płynność finansową Spółki i tworzą przestrzeń do realizacji kolejnych inwestycji. Zakup własnej siedziby zwiększa wartość aktywów, stabilizuje przyszłe koszty oraz stanowi istotne wsparcie dla długofalowej strategii rozwoju Grupy.

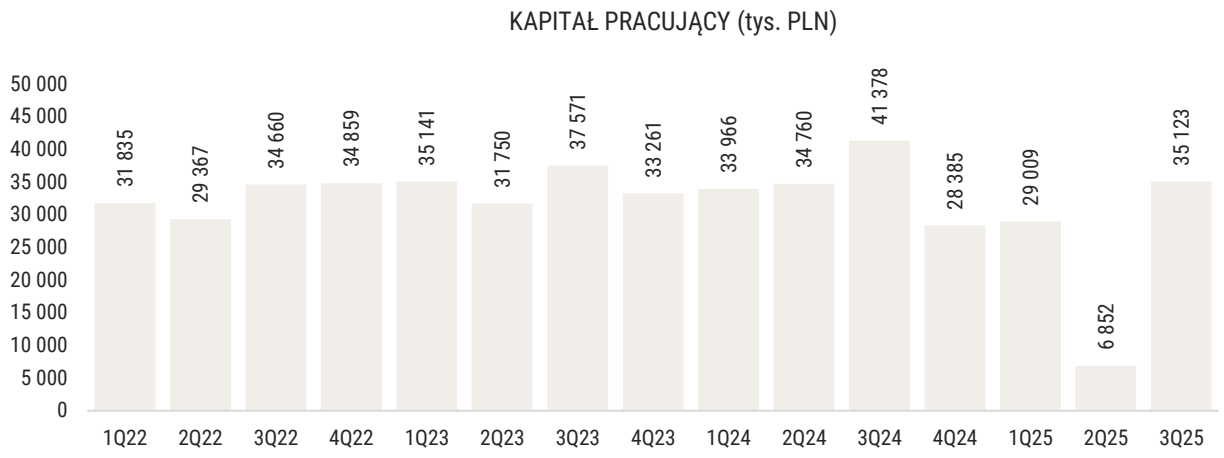


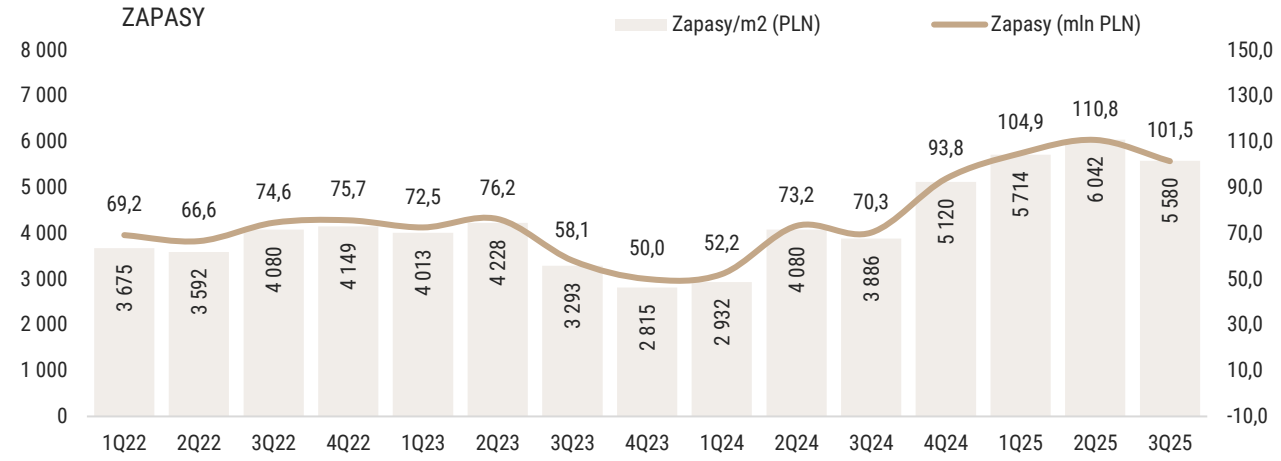
Dług netto = suma długu bankowego, leasingu finansowego i faktoringu, pomniejszona o środki pieniężne
Dane na powyższym wykresie (dług netto) są porównywalne do poprzednich okresów. Nie uwzględniają MSSF16.

ESOTIQ & HENDERSON

Kapitał pracujący i zapasy

- Esotiq & Henderson zakończył III kwartał 2025 r. z silnym zapleczem operacyjnym – poziom zapasów towaru wyniósł 101,5 mln zł, co zapewniało Spółce pełną gotowość sprzedażową na kolejne miesiące.
- W III kwartale pozytywny wpływ na poziom kapitału pracującego i płynność finansową miała decyzja o zamianie kredytu na leasing, która ograniczyła zobowiązania krótkoterminowe i zwiększyła elastyczność inwestycyjną Spółki.
- Zakończony został kolejny etap integracji z nowym operatorem logistycznym, dzięki czemu usprawniony został proces realizacji zamówień hurtowych i eksportowych.





ESOTIQ & HENDERSON

Podsumowanie biznesowe

ESOTIQ & HENDERSON

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).

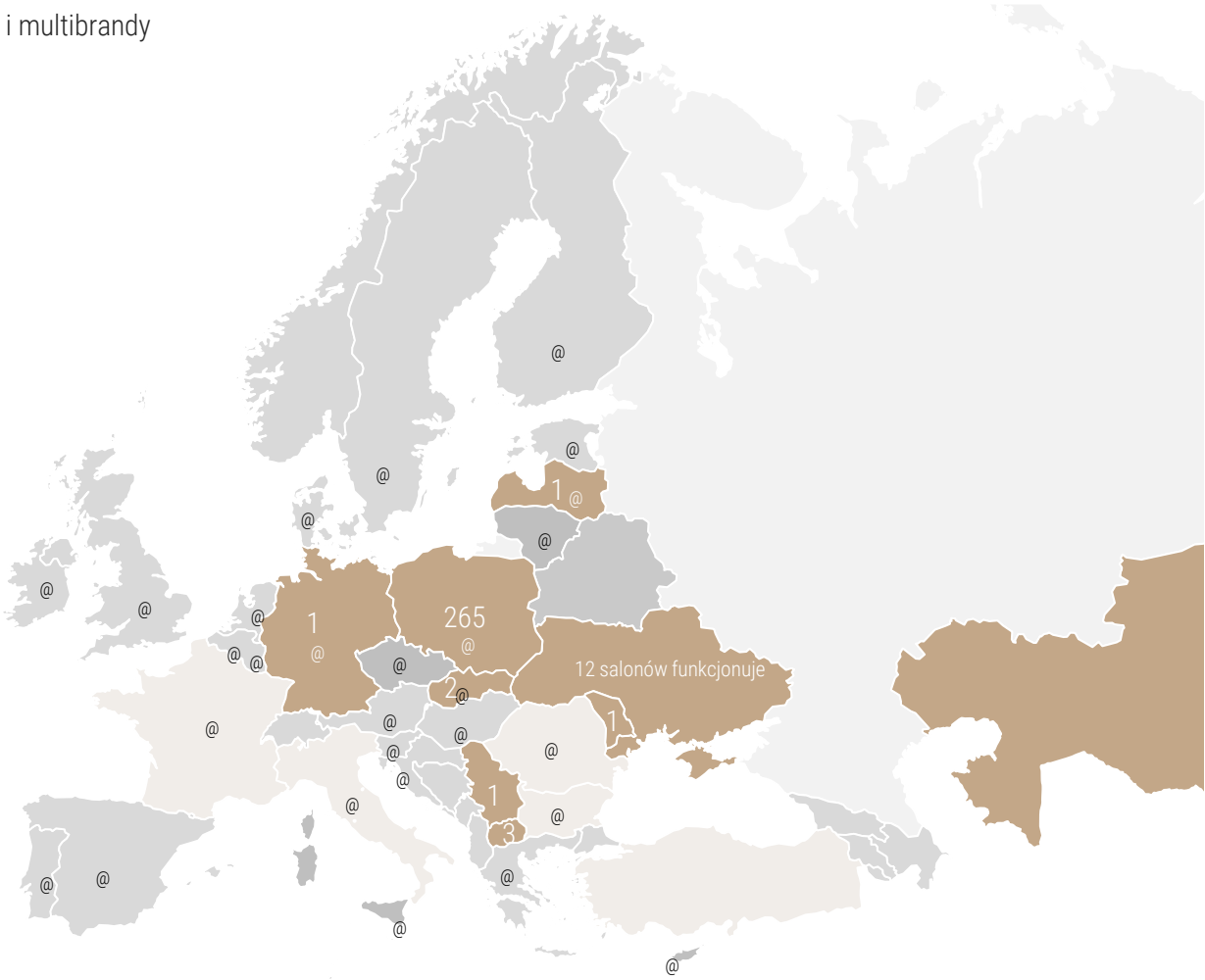
30.09.2025	Salony	Zmiana r/r
Grupa E&H	**286**	**-3**
Sklepy franczyzowe i partnerskie	212	-6
Sklepy własne monobrandowe	74	+3

30.09.2025	Salony	Zmiana r/r
Polska	265	0
Zagranica	21	-3

Sieć salonów własnych, franczyzowych i partnerskich

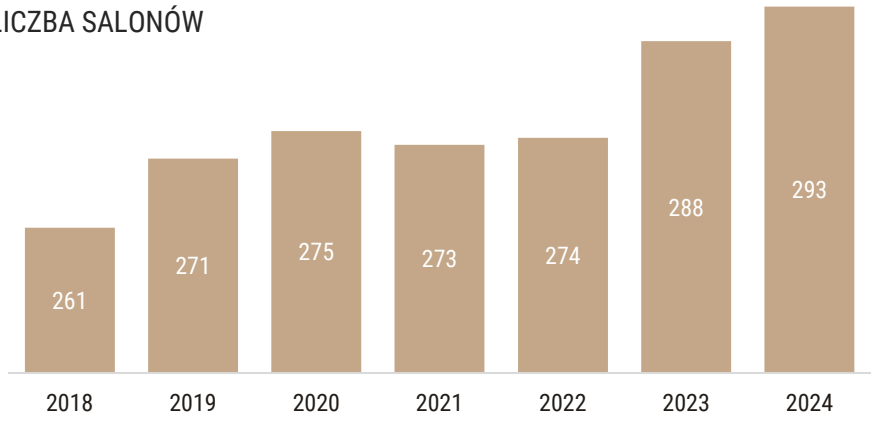
Sprzedaż hurtowa i multibrandy

@ Sklep internetowy

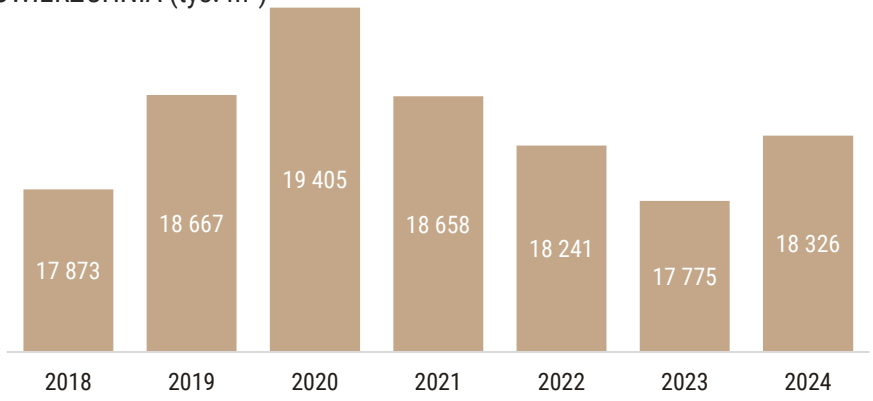


Rozwój sieci salonów sprzedaży ESOTIQ

LICZBA SALONÓW



POWIERZCHNIA (tys. m^2)



Optymalizacja sieci salonów sprzedaży – cel spółki

- Wzmocniliśmy strategiczną współpracę z kluczowym partnerem – trwają prace nad odświeżeniem i rozszerzeniem oferty produktowej, która zostanie zaprezentowana w nowej odsłonie wizualnej.
- Prowadziliśmy rozmowy dotyczące wprowadzenia asortymentu bieliźnianego oraz perfumeryjnego do kolejnych sieci handlowych, co otwiera nowe możliwości dystrybucyjne.
- We wrześniu spółka otworzyła nowy concept store w warszawskiej Arkadii – jednym z największych i najbardziej prestiżowych centrów handlowych w Polsce.
- Wprowadzenie nowych linii produktowych BLOOVII, Shape i Sensual. Zaprezentowaliśmy marki Esotiq i Henderson oraz nowe kolekcje Sensual i Shapewear, które spotkały się z bardzo pozytywnym odbiorem klientów.
- Wprowadzenie linii Sensual do sklepów (w tym 4 sklepy z pełną ofertą: Warszawa Arkadia, Kraków Bonarka, Gdańsk Bałtycka, Warszawa sklep autonomiczny).

ESOTIQ & HENDERSON

Rozwój sprzedaży online Esotiq

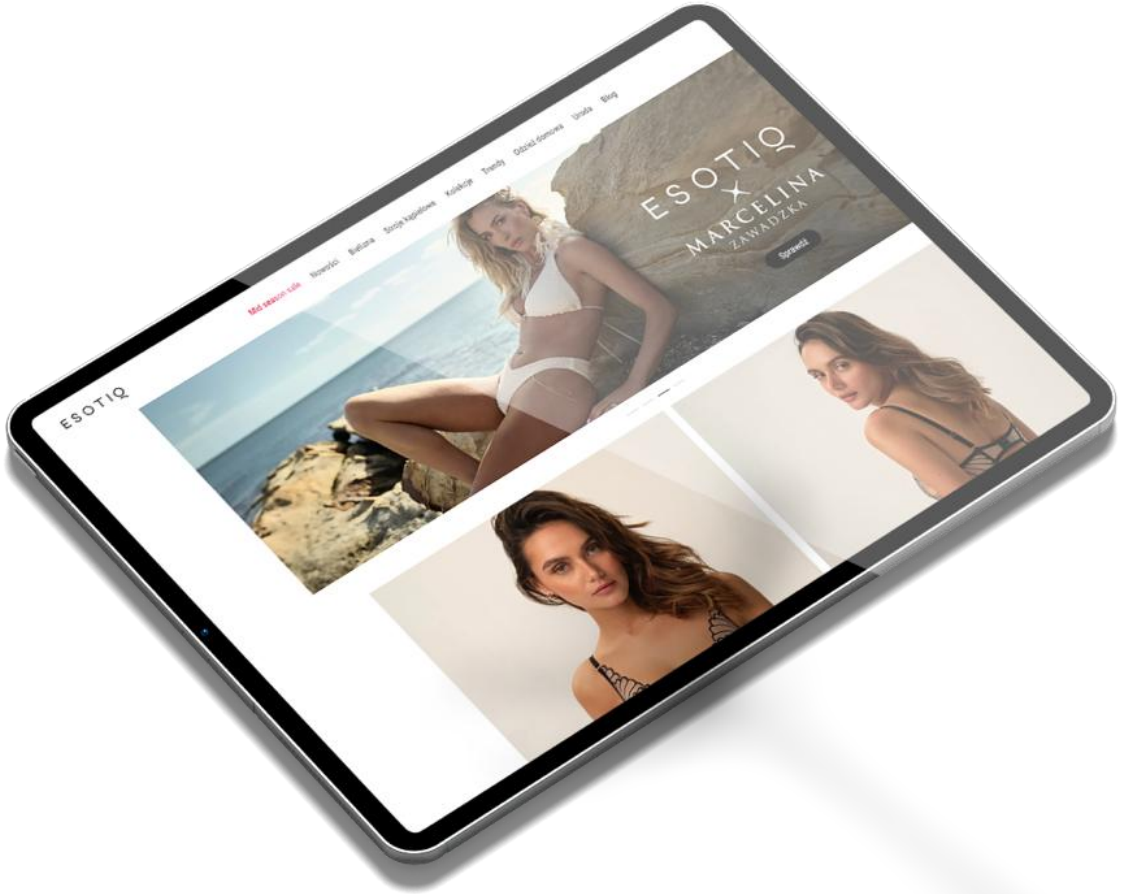
70,7 mln zł

SPRZEDAŻY WYGENEROWANEJ ONLINE W 9M25

30%

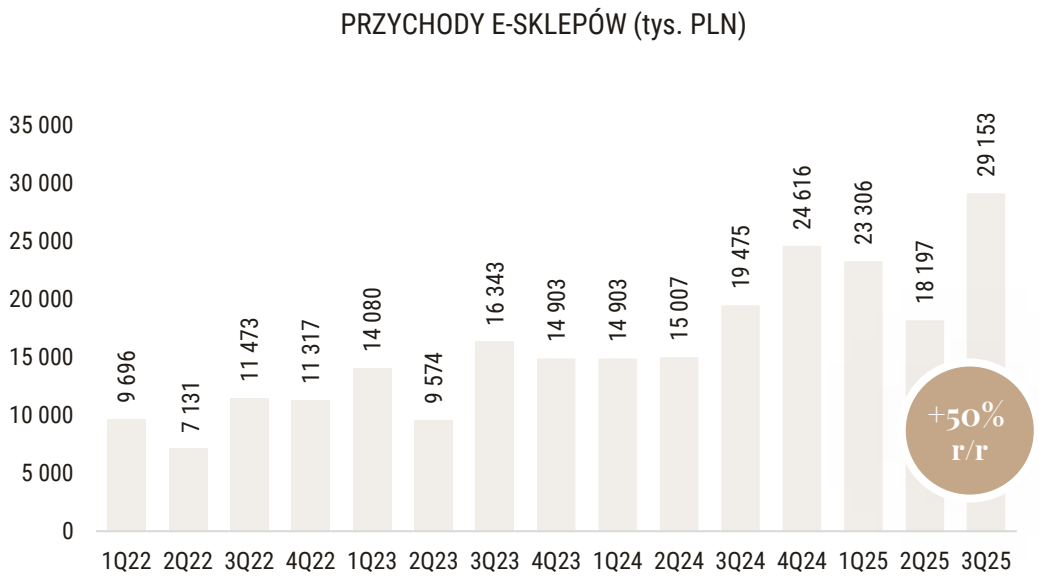
UDZIAŁ SPRZEDAŻY ONLINE

- **Sprzedaż przez własne platformy e-commerce** oraz zewnętrzne platformy marketplace, zapewniające szerokie dotarcie do klientów.
- **Wygodne zwroty on-line web w aplikacji mobilnej**. Klienci dokonując zwrotu towaru mogą go wyklikać wprost na zamówieniu, prosty i szybki proces.
- **Rozwój aplikacji mobilnej** jako kluczowego kanału sprzedaży, która generuje 20% całkowitej sprzedaży online.
- **Program lojalnościowy Esotiq Club**, z ponad 1,55 mln uczestników.
- **Model omnichannel**, umożliwiający łatwą nawigację oraz integrację różnych kanałów sprzedaży.
- **Szeroki wybór metod płatności**, w tym płatności odroczonych, dla wygody klientów.
- **Szybkie i wygodne** opcje dostawy do domu klienta lub do wybranych punktów odbioru.



ESOTIQ & HENDERSON

Rekordowa sprzedaż online w 3Q25



Platformy internetowe ESOTIQ:

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

- W 9M25 sprzedaż online była realizowana na platformach własnych: Esotiq.com, Henderson.pl oraz Vosedo.com.
- W trzecim kwartale skonsolidowane przychody ze sprzedaży internetowej wyniosły ok. 29,1 mln zł i były wyższe o 50 proc., niż w porównywalnym okresie 2024 r.
- Skonsolidowane przychody ze sprzedaży internetowej w okresie 10 miesięcy 2025 r. wyniosły ok 75,2 mln zł i były wyższe o ok 40 proc., niż w porównywalnym okresie 2024 r.
- Uruchomiona została sprzedaż w marketplace'ach w oparciu o nasz główny magazyn, dzięki czemu cała kolekcja dostępna jest szybciej dla klientów i sama realizacja zamówień odbywa się szybciej i bez dodatkowych transferów międzymagazynowych.
- W sierpniu wdrożono w sklepie internetowym moduł AI Search – wewnętrzną wyszukiwarkę opartą na algorytmach sztucznej inteligencji, która poprawia trafność wyników poprzez obsługę synonimów, literówek oraz innych błędów w zapytaniach użytkowników.
- W sklepie internetowym wdrożono funkcję QuickShop, umożliwiającą dodanie produktu do koszyka bezpośrednio z poziomu listingu, co skraca ścieżkę zakupową użytkowników i wspiera wzrost współczynnika konwersji.
- Ustabilizowano sprzedaż na kluczowych platformach: Zalando, Allegro i Modivo. Zwiększono widoczność oferty poprzez dodanie nowych produktów, co pozwoliło na osiągniecie historycznie najwyższych wyników sprzedaży w tych kanałach.

ESOTIQ & HENDERSON

Rozwój rynku eksportowego

Planowane kierunki rozwoju sprzedaży międzynarodowej:

- Ekspansja na rynek rumuński – uruchomienie sprzedaży na wiodącym marketplace eMAG, co pozwoli nam dotrzeć do szerokiej bazy lokalnych klientów.
- Rozszerzenie obecności na kluczowych platformach e-commerce – nawiązanie współpracy z marketplace'ami Fashion Days i Trendyol (Rumunia). Start sprzedaży: III kwartał 2025 r.
- Wejście do programu partnerskiego Zalando – rozpoczęcie procesu integracji z Zalando Partner Program, z uruchomieniem sprzedaży w III kwartale 2025 r.

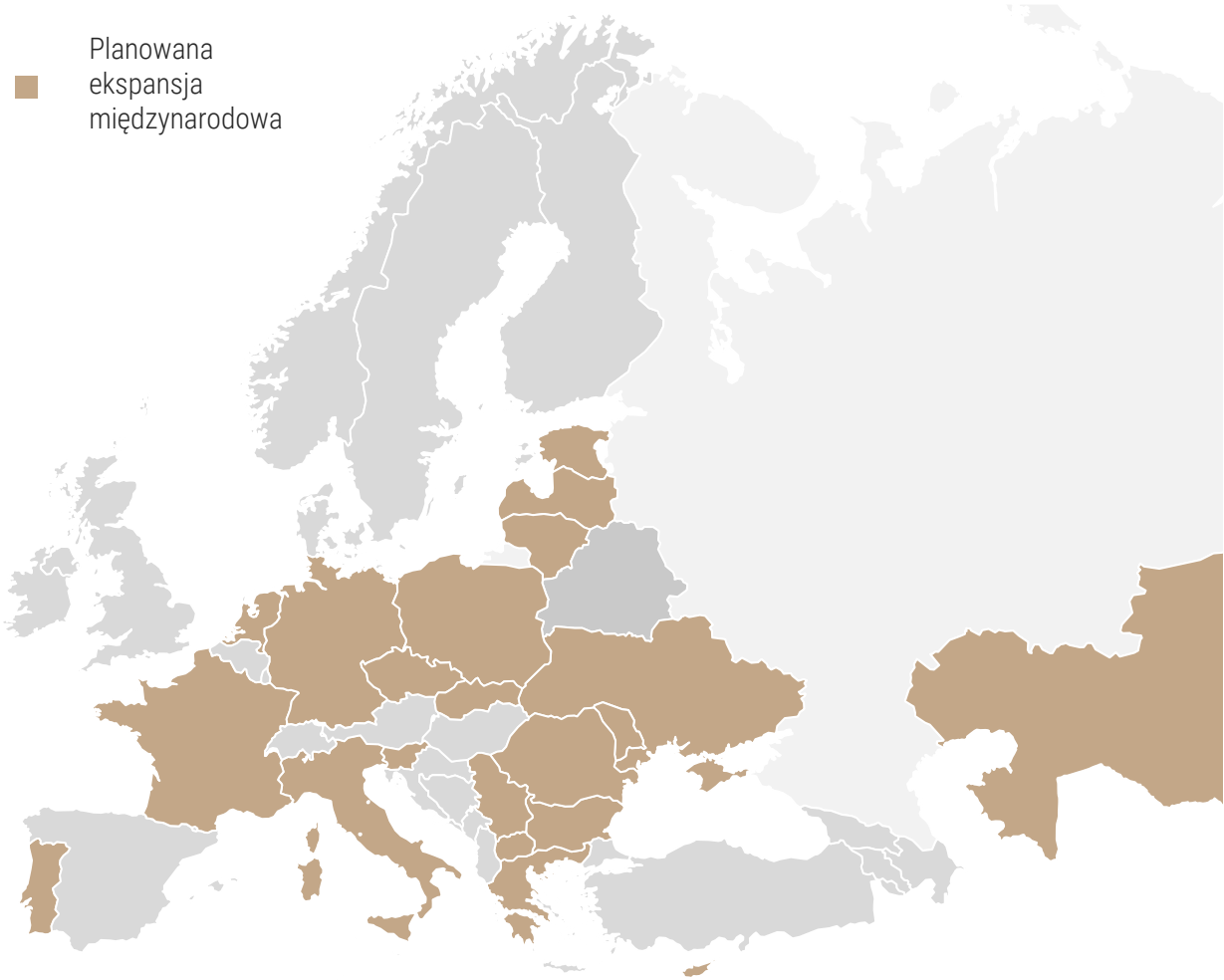
Kraj/Miasto	Liczba salonów (30.09.2025)
Łotwa	**1**
Mołdawia	**1**
Macedonia Północna	**3**
Serbia	**1**
Słowacja	**2**
Ukraina	**12**

- W Serbii w 2025 roku doszło do redukcji sieci o 3 lokalizacje z uwagi na problemy finansowe lokalnych partnerów. Zmiana ta wpisuje się w proces porządkowania i wzmacniania jakości całej sieci.
- W trzecim kwartale kontynuowaliśmy realizację strategii wzmacniania sprzedaży w kanałach B2B, BTC oraz Retail, z naciskiem na systematyczną ekspansję międzynarodową.
- Zrealizowaliśmy serię spotkań z potencjalnymi partnerami w Europie Zachodniej (Francja, Włochy, Hiszpania, Grecja) i prowadzimy negocjacje dotyczące wprowadzenia naszej oferty na te rynki.

ESOTIQ & HENDERSON

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

ESOTIQ CLUB

Aplikacja mobilna Esotiq

- **Przeniesienie procesu sprzedaży** do aplikacji mobilnej znacząco podniosło wygodę zakupów dla klientek. Dzięki temu rozwiązaniu użytkowniczki 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** – na koniec września liczba pobrań przekroczyła 674 tys. 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.
- **Nowy design HOME 2.0** – odświeżony wygląd strony głównej aplikacji mobilnej dla lepszego UX/UI.
- **Funkcja "Shop the Look"** – inspiracje zakupowe w aplikacji z możliwością szybkiego dodania całych stylizacji do koszyka.
- **Wdrożenie magazynu IP1** – nowe centrum logistyczne zwiększające efektywność realizacji zamówień.
- **Wysyłka do paczkomatów dla zamówień salonowych** – nowa opcja dostawy zwiększająca wygodę klientów.

Dołącz do

ESOTIQ CLUB

i zyskaj dodatkowe rabaty

Zeskanuj kod aparatem
i pobierz aplikację

ESOTIQ & HENDERSON

Działania marketingowe ESOTIQ

1,55 mln

ilość uczestników ESOTIQ CLUB

674k

pobrań aplikacji
stan na 30.09.2025

53,6 mln

zasięg kampanii na Facebooku
w 3Q25

- Stały wzrost zasięgów w social media
- Współprace z influencerami i ambasadorkami: Marcelina Zawadzka, Joanna Krupa, Ewa Minge, Agata Sieramska. W maju Esotiq również rozpoczął kolabrację z Ewą Chodakowską, co ma wzmocnić wizerunek marki w obszarze zdrowia, aktywności i kobiecej energii, a od III kwartału 2025 roku dołączyła także Julia Wieniawa. Rozpoczęcie współpracy z Julią Wieniawą znacznie wpłynęło na zasięgi marki, jej post informujący o partnerstwie osiągnął imponujący wynik 2,7 mln wyświetleń.
- Brafitting – kontynuacja contentu wspierającego salony
- Działania marketingowe były skoncentrowane na rozwoju profili na platformach: Instagram, TikTok oraz Pinterest.

ESOTIQ & HENDERSON

Długoterminowe cele Spółki

ESOTIQ & HENDERSON

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

ESOTIQ & HENDERSON

Przewagi konkurencyjne

Silna pozycja finansowa

Stabilna marża brutto na poziomie ok. 64% w 3Q25, co jest wynikiem ogromnego doświadczenia zakupowego, skutecznej polityki cenowej i zarządzania zapasami.

Dynamiczny rozwój sprzedaży online

W 9M25 sprzedaż online stanowiła ok.30% 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 i bieliznę kształtującą oraz konkurencyjna głębokość asortymentu zwiększa zainteresowanie nowych i obecnych klientów.

Efektywna strategia marketingowa

Nowe kampanie marketingowe oraz współpraca z rozpoznawalnymi ambasadorkami marki, takimi jak Joanna Krupa, Marcelina Zawadzka i Ewa Chodakowska, przyczyniają się do wzrostu rozpoznawalności Esotiq. Z kolei w III kwartale 2025 roku do grona ambasadorek dołączyła Julia Wieniawa, co dodatkowo poszerza zasięg i atrakcyjność komunikacji marketingowej spółki.

Silna baza lojalnych klientów

Program lojalnościowy Esotiq Club, z ponad 1,55 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

Informacje dodatkowe

ESOTIQ & HENDERSON

Model biznesowy

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 konceptów sklepów, w tym sklepu autonomicznego i pop-up store w White Marlin w Sopocie.

SKLEPY FRANCZYZOWE

Spółka rozwija sieć sklepów franczyzowych co pozwala na ekspansję z mniejszym ryzykiem kapitałowym. Partnerzy biznesowi prowadzą sklepy na zasadzie franczyzy 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. Zalando, Amazon, Allegro, Empik czy Modivo.

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 265 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.

Marka Esotiq

Działania marketingowe wspierane są przez współpracę z topowymi modelkami, Joanną Krupą, Marceliną Zawadzką oraz kolaboracje z gwiazdami, o których wkrótce poinformujemy rynek. W maju Esotiq również rozpoczął kolabrację z Ewą Chodakowską, co ma wzmocnić wizerunek marki w obszarze zdrowia, aktywności i kobiecej energii. Z kolei w III kwartale 2025 roku do grona ambasadorek dołączyła Julia Wieniawa, co dodatkowo poszerza zasięg i atrakcyjność komunikacji marketingowej spółki.

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

ESOTIQ & HENDERSON

Nowa linia produktowa Bloovii

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.
- Nowa linia Bloovii została wprowadzona do sprzedaży w sklepach stacjonarnych i online.

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.

ESOTIQ & HENDERSON

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

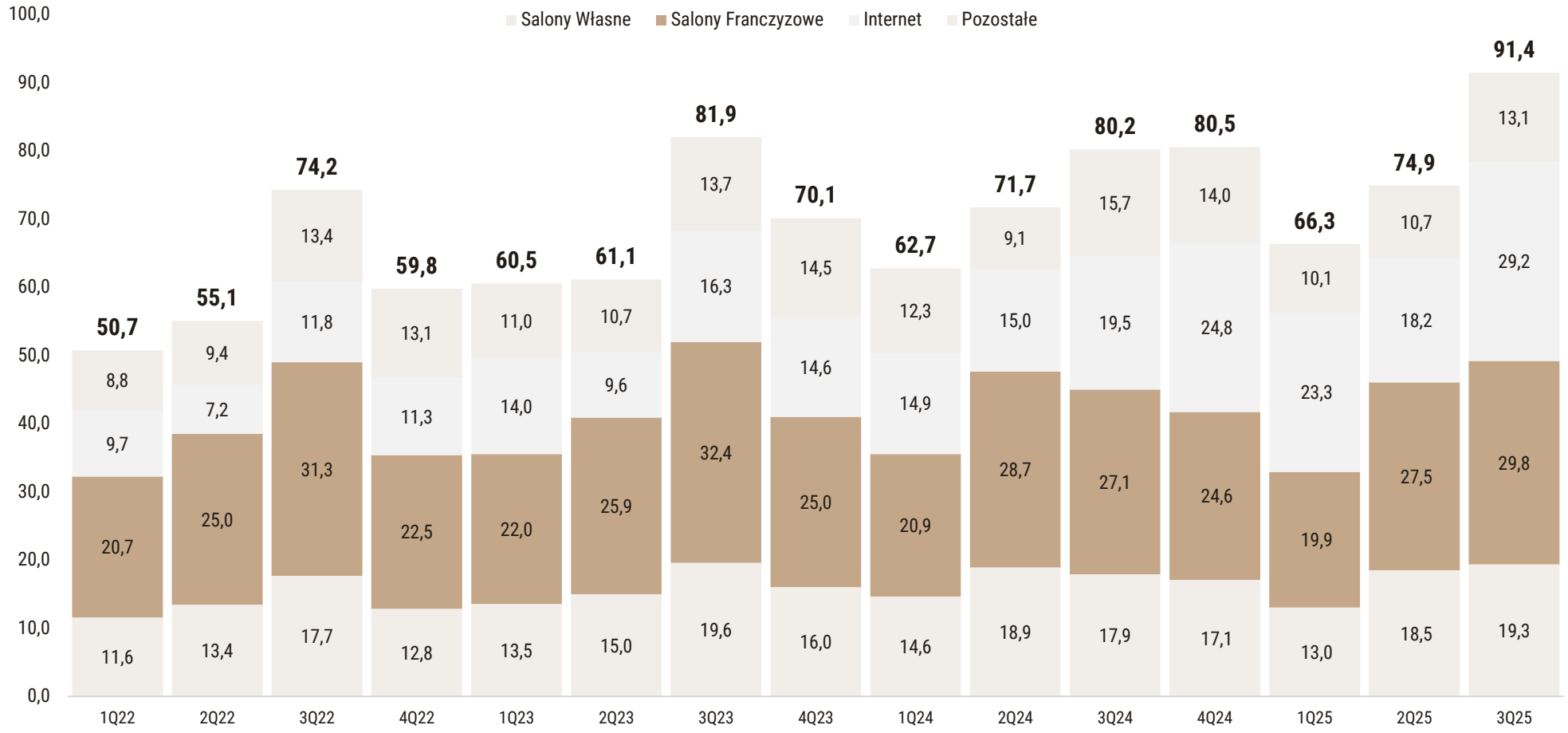
- Znajduje i wynajmuje korzystną lokalizację sklepu, zatrudnia pracowników.
- Inwestuje w wyposażenie i aranżację salonu (ok. 600 PLN netto/m2).
- Prowadzi lokal o powierzchni 50-70 m2 w miastach większych niż 20 tys. mieszkańców.
- Odpowiada za braki i niedobory towarów.
- Umowa przewiduje 6 m-cy wypowiedzenia.

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

ESOTIQ & HENDERSON

Struktura sprzedaży

STRUKTURA SPRZEDAŻY GRUPY (mln PLN)



ESOTIQ & HENDERSON

Rozwój sieci sklepów

LICZBA SALONÓW	2022				2023				2024				2025		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
MARKA Esotiq	**305**	**299**	**296**	**295**	**292**	**292**	**286**	**288**	**288**	**287**	**289**	**293**	**290**	**289**	**286**
Esotiq Polska	275	278	276	274	271	270	265	266	265	264	265	269	267	268	265
Sklepy partnerskie	211	213	210	208	206	200	196	198	196	193	195	197	196	197	192
Sklepy własne	64	65	66	66	65	70	69	69	69	71	70	72	71	71	73
Esotiq Niemcy	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Sklepy partnerskie	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sklepy własne	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Esotiq Wschód i Serbia franczyza	28	19	18	19	19	20	20	21	22	23	23	24	23	21	20
SUMA SKLEPÓW GRUPY KAPITAŁOWEJ	**305**	**299**	**296**	**295**	**292**	**292**	**286**	**288**	**288**	**287**	**289**	**293**	**290**	**289**	**286**
Sklepy partnerskie	**239**	**232**	**228**	**227**	**225**	**220**	**216**	**219**	**218**	**215**	**218**	**220**	**218**	**217**	**212**
Sklepy własne	**66**	**67**	**68**	**68**	**67**	**72**	**70**	**69**	**70**	**72**	**71**	**73**	**72**	**72**	**74**

ESOTIQ & HENDERSON

Rozwój powierzchni

POWIERZCHNIA SKLEPÓW m²	2022				2023				2024				2025		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
MARKA Esotiq	**18 836**	**18 535**	**18 285**	**18 241**	**18 088**	**18 028**	**17 643**	**17 775**	**17 788**	**17 945**	**18 087**	**18 326**	**18 365**	**18 337**	**18 188**
Esotiq Polska	17 267	17 407	17 179	17 080	16 927	16 781	16 515	16 577	16 527	16 664	16 720	16 959	16 997	17 092	16 996
Sklepy partnerskie	11 967	12 017	11 807	11 693	11 621	11 146	10 967	11 054	10 947	10 902	10 986	11 067	11 186	11 280	11 013
Sklepy własne	5 300	5 390	5 327	5 387	5 306	5 635	5 548	5 523	5 580	5 762	5 734	5 893	5 812	5 812	5 983
Esotiq Niemcy	212	212	212	212	212	212	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Sklepy partnerskie	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sklepy własne	212	212	212	212	212	212	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Esotiq Wschód i Serbia franczyza	1 357	916	894	949	949	1 035	1 035	1 105	1 168	1 281	1 274	1 274	1 275	1 152	1 100
SUMA SKLEPÓW GRUPY KAPITAŁOWEJ	**18 836**	**18 535**	**18 285**	**18 241**	**18 088**	**18 028**	**17 643**	**17 775**	**17 788**	**17 945**	**18 087**	**18 326**	**18 365**	**18 337**	**18 188**
Sklepy partnerskie	**13 324**	**12 933**	**12 701**	**12 642**	**12 570**	**12 181**	**12 002**	**12 159**	**12 115**	**12 090**	**12 260**	**12 341**	**12 460**	**12 432**	**12 113**
Sklepy własne	**5 512**	**5 602**	**5 584**	**5 599**	**5 518**	**5 847**	**5 641**	**5 616**	**5 673**	**5 855**	**5 827**	**5 986**	**5 905**	**5 905**	**6 076**

ESOTIQ & HENDERSON

Rozwój średniej wielkości sklepów

ŚREDNIA WIELKOŚĆ SALONU m²	2022				2023				2024				2025		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
MARKA Esotiq	**62**	**62**	**62**	**62**	**62**	**62**	**62**	**62**	**62**	**63**	**63**	**63**	**63**	**63**	**64**
Esotiq Polska	63	63	62	62	62	62	62	62	62	63	63	63	64	64	64
Sklepy partnerskie	57	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	57	57	57
Sklepy własne	83	83	81	82	82	81	80	80	81	81	81	82	82	82	82
Esotiq Niemcy	106	106	106	106	106	106	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Sklepy partnerskie	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sklepy własne	106	106	106	106	106	106	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Esotiq Wschód i Serbia franczyza	48	48	50	50	50	52	52	53	53	56	55	53	55	55	55
SUMA SKLEPÓW GRUPY KAPITAŁOWEJ	**62**	**62**	**62**	**62**	**62**	**62**	**62**	**62**	**62**	**63**	**63**	**63**	**63**	**63**	**64**
Sklepy partnerskie	**56**	**56**	**56**	**56**	**56**	**55**	**56**	**56**	**56**	**56**	**56**	**56**	**57**	**57**	**57**
Sklepy własne	**84**	**84**	**82**	**82**	**82**	**81**	**81**	**81**	**81**	**81**	**82**	**82**	**82**	**82**	**82**

ESOTIQ & HENDERSON

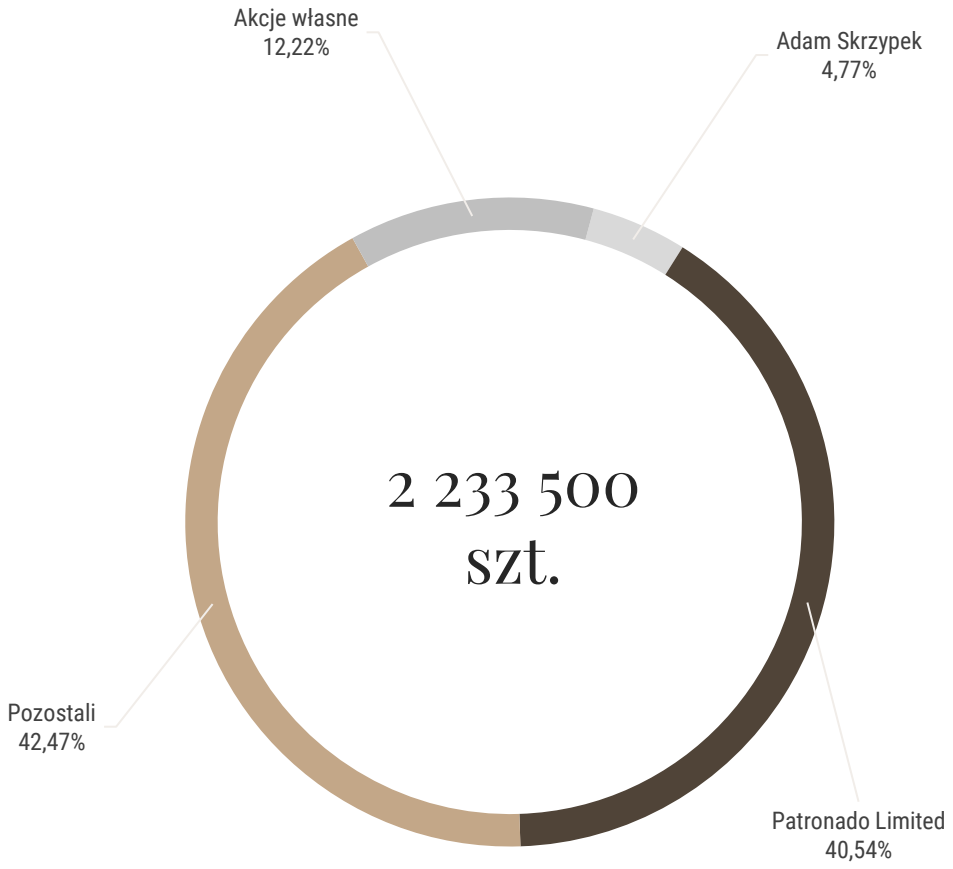
Kwartalne wyniki Grupy

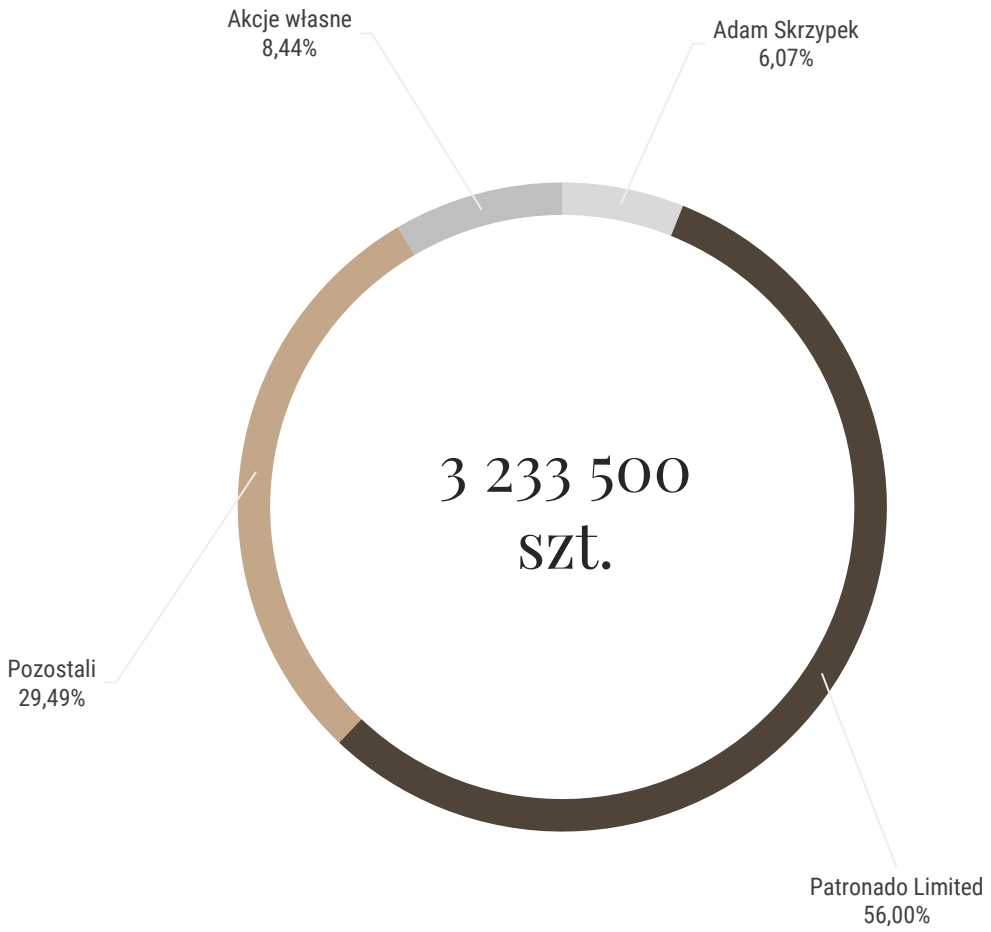
W MLN PLN	1Q22	2Q22	3Q22	4Q22	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25	2Q25	3Q25
Przychody grupy	**51,3**	**55,5**	**74,8**	**60,2**	**61,1**	**61,1**	**82,1**	**71,1**	**63,2**	**72,4**	**81,2**	**81,5**	**67,0**	**75,5**	**92,4**
Koszt wytworzenia	19,5	17,9	30,8	22,0	22,8	19,0	31,8	23,9	21,5	19,9	28,9	26,8	22,8	20,9	33,5
Zysk brutto na sprzedaży grupy	**31,8**	**37,6**	**44,0**	**38,2**	**38,3**	**42,1**	**50,3**	**47,2**	**41,8**	**52,5**	**52,2**	**54,7**	**44,2**	**54,6**	**58,9**
Marża brutto grupy na sprzedaży	*62,0%*	*67,7%*	*58,8%*	*63,4%*	*62,7%*	*68,9%*	*61,3%*	*66,4%*	*66,1%*	*72,5%*	*64,4%*	*67,2%*	*66,0%*	*72,3%*	63,8%
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	31,0	35,4	39,1	39,2	37,6	39,0	44,6	43,8	40,6	46,2	49,5	48,8	44,0	49,4	55,6
Pozostała działalność operacyjna	0,4	2,0	1,2	2,7	0,8	0,6	0,5	1,1	0,5	0,4	0,3	1,3	0,2	0,1	0,9
Zysk operacyjny	**1,0**	**4,2**	**6,2**	**1,6**	**1,5**	**3,7**	**6,3**	**4,5**	**1,7**	**6,7**	**3,0**	**7,2**	**0,4**	**5,3**	**4,3**
Marża operacyjna grupy	*2,0%*	*7,6%*	*8,3%*	*2,6%*	*2,5%*	*6,1%*	*7,6%*	*6,3%*	*2,7%*	*9,3%*	*3,7%*	*8,8%*	*0,6%*	*7,0%*	4,7%
Działalność finansowa netto	1,8	-1,3	-1,1	-1,1	-1,2	-2,1	1,4	-2,1	-1,1	-0,4	-0,6	-2,6	-0,3	-0,4	-1,6
Zysk brutto	**2,8**	**2,9**	**5,1**	**-0,8**	**0,3**	**1,6**	**4,8**	**2,4**	**0,5**	**6,3**	**2,4**	**4,5**	**0,1**	**3,9**	**2,6**
Podatek	0,5	0,7	0,5	0,3	0,1	0,6	1,0	0,0	0,2	0,5	1,0	1,0	0,2	0,5	0,2
Mniejszości	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Wynik netto grupy	**2,3**	**2,2**	**4,6**	**-1,1**	**0,2**	**1,0**	**3,8**	**2,4**	**0,3**	**5,8**	**1,4**	**3,5**	**-0,07**	**3,3**	**2,4**
Marża netto grupy	*4,5%*	*4,0%*	*6,1%*	*-1,8%*	*0,3%*	*1,6%*	*4,6%*	*3,4%*	*0,5%*	*8,0%*	*1,7%*	*4,3%*	*-0,1%*	*4,4%*	2,6%

ESOTIQ & HENDERSON

Struktura akcji i głosów

STAN 28 LISTOPADA 2025 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

@henderson_underwear

@esotiq