



WITTCHEN

25 LAT
NA POLSKIM
RYNKU

Informacje o Grupie Wittchen
październik 2015 r.

Elegance & Young

**Grupa WITTCHEN zajmuje się sprzedażą ekskluzywnej galanterii,
butów i odzieży skórzanej oraz luksusowych dodatków i akcesoriów podróżnych.**

Budowana od ponad 25 lat marka WITTCHEN jest jedną z najbardziej rozpoznawalnych marek dóbr luksusowych w kraju.

W ostatnich latach Grupa WITTCHEN notuje dynamiczny wzrost sprzedaży i wyników finansowych.

Jej strategia zakłada umacnianie pozycji lidera na rynku polskim, m.in. poprzez rozbudowę sieci własnych salonów detalicznych, rozwój w obszarze e-commerce, dotarcie do szerszej grupy klientów, a także rozwijanie sprzedaży na rynkach zagranicznych.

Rozpoznawalna marka, mocna pozycja na rosnącym rynku

Wittchen jest liderem na polskim rynku luksusowych dodatków i akcesoriów skórzanych. Prowadzi także sprzedaż luksusowego obuwia skózanego i luksusowej odzieży skórzanej oraz bagażu.

Wyroby sprzedawane przez Grupę dostarczane są przez wyselekcjonowanych partnerów z którymi Spółka utrzymuje wieloletnie

relacje biznesowe. Relacje te przekładają się na dogodne warunki i terminowość dostaw oraz wysoką jakość dostarczanych produktów. Dzięki temu Grupa Wittchen ma również pierwszeństwo w porównaniu z konkurencją w dostępie do najnowocześniejszego wzornictwa.

Budowana od ponad 25 lat marka WITTCHEN jest wielokrotnie nagradzana i jedną z najbardziej rozpoznawalnych marek w kraju. Jak wynika z raportu Rynek dóbr luksusowych w Polsce, Edycja 2014, przygotowanego przez KPMG, marka WITTCHEN jest w Polsce drugą z najczęściej wymienianych marką luksusowych dodatków, za Louis Vuitton a przed Gucci (wg badania przeprowadzonego w dwóch grupach ankietowanych, tj. osób o miesięcznych dochodach w przedziale 7-10 tys. zł oraz 10-20 tys. zł).

Zgodnie z raportem KPMG, w 2014 r. wartość krajowego rynku luksusowej odzieży i dodatków wyniosła ponad 2 mld zł, a wartość całego rynku dóbr luksusowych sięgnęła 12,6 mld zł. Prognozuje się, że w 2016 r. wartość tego rynku sięgnie niemal 13 mld zł i będzie systematycznie rosła w kolejnych latach.

Unikalny profil

Profil działalności Grupy Wittchen jest pod wieloma względami unikalny. W swoich działaniach Wittchen łączy kompetencje z jednej strony artystyczne (kolekcje, marketing, produkt), z drugiej strony czysto pragmatyczne (dyscyplina kosztowa, finanse, logistyka). Pod względem asortymentu Grupa oferuje znacznie rozleglejszą gamę produktów niż firmy konkurencyjne i oferuje je na różnych poziomach cenowych. Pod względem kanałów sprzedaży Wittchen oprócz własnych salonów detalicznych, oferuje produkty także poprzez dynamicznie rozwijający się sklep internetowy oraz prowadzi sprzedaż do firm.

Strategia produktowa

Obecna strategia produktowa Grupy zawiera się w hasło *Elegance & Young*. Oznacza oferowanie produktów zarówno klasycznych, eleganckich, nieco droższych, skierowanych do tradycyjnych najzamożniejszych klientów, jak i sprzedaż produktów modowych, kolorowych, wpisujących się w najnowsze światowe trendy, skierowanych do klientów dynamicznych, lubiących eksperymentować, ale jednocześnie szukających produktów markowych i eleganckich.

Rozległa sieć salonów i dynamiczny rozwój sprzedaży internetowej

Grupa Wittchen zarządza jedną z największych sieci sprzedaży luksusowych dodatków w Polsce. Stacjonarna sieć sprzedaży detalicznej obejmuje obecnie 54 sklepy WITTCHEN oraz 11 sklepów V VIP COLLECTION. Grupa prowadzi również sprzedaż w Internecie, a dział e-commerce jest obecnie najszybciej rozwijającym się działem firmy. Spółka planuje dalszy rozwój w sektorze e-commerce oraz zintegrowanie tradycyjnej sprzedaży stacjonarnej ze sprzedażą on-line (tzw. omnichannel).

Wittchen posiada także własne, nowoczesne centrum logistyczne, zlokalizowane w Palmirach koło Warszawy. Centrum jest przystosowane do pracy 24 godziny na dobę, pozwala obsługiwać rosnące obroty, przede wszystkim w zakresie e-commerce. W 2014 r. centrum w Palmirach obsługiwało ponad 1,1 mln produktów.

Silny segment B2B

Poza segmentem detalicznym, który obejmuje sprzedaż w salonach i sprzedaż internetową, znaczący stały udział w sprzedaży Grupy ma również segment B2B. W 2014 r. stanowił on niemal 28% sprzedaży ogółem. Obejmuje on sprzedaż do klientów korporacyjnych, sieci handlowych oraz odbiorców hurtowych prowadzących sklepy multibrandowe, a także sprzedaż do kontrahentów zagranicznych.

Choć produkty Grupy sprzedawane są przede wszystkim na rynku krajowym, marka Wittchen jest obecna także na rynkach zagranicznych, głównie wschodnich (Rosja, Ukraina, Białoruś). Obecna strategia nie zakłada jednak rozwijania sprzedaży na rynkach wschodnich lecz wejście na rynki zachodnie, w pierwszej kolejności do Niemiec, przy czym początkowo wyłącznie w segmencie e-commerce. Sprzedaż produktów Wittchen w Niemczech już się rozpoczęła i jest realizowana poprzez uruchomiony tam sklep internetowy (www.wittchen.com/de)



WITTCHEN

25 LAT
NA POLSKIM
RYNKU



www.wittchen.com

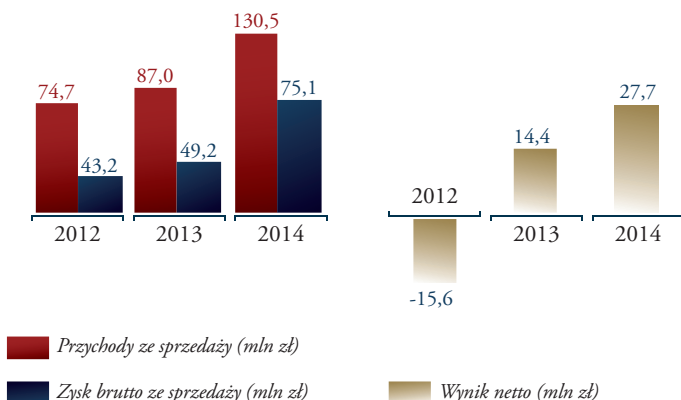


Rosnące przychody i zyski

Konsekwentna realizacja misji oraz strategii Grupy, a także przeprowadzone w latach 2012-2013 działania restrukturyzacyjne i optymalizacyjne, przełożyły się na dynamiczny wzrost sprzedaży w ostatnich latach oraz trwałą poprawę wyników finansowych. Przychody Grupy WITTCHEN w latach 2012-2014 rosły średniorocznie o 32%, czyli szybciej niż cały rynek dóbr luksusowych w Polsce.

W 2014 r. przychody ze sprzedaży Grupy WITTCHEN sięgnęły 130,5 mln zł, co oznacza wzrost o 50% rok do roku, zaś zysk netto wyniósł 27,7 mln zł, czyli o 92% więcej niż w 2013 r. Wzrost przychodów wynikał głównie ze zwiększenia wartości sprzedaży w segmencie detalicznym. Było to możliwe dzięki wzrostowi wartości sprzedaży w istniejących salonach, rozszerzeniu asortymentu, zwiększającej się sprzedaży internetowej, oraz rosnącemu rynkowi luksusowych dodatków w Polsce.

Grupa Wittchen – wybrane wyniki finansowe



Główne elementy strategii Grupy WITTCHEN:

- **Utrzymywanie dominującej pozycji na polskim rynku – utrzymanie wysokiego poziomu sprzedaży na m² i umiarkowany wzrost nowych placówek, ograniczony do wybranych galerii handlowych. Spółka przewiduje osiągnięcie docelowej liczby około 90 punktów sprzedaży do 2020 r.**
- **Wdrożenie projektu omnichannel (integracja kanałów sprzedaży) i dalszy rozwój e-commerce.**
- **Dywersyfikacja bazy dostawców – zarówno ilościowo jak i geograficznie.**
- **Bezpieczna ekspansja zagraniczna – sprzedaż hurtowa na dotychczasowe rynki wschodnie realizowana wyłącznie za gotówkę, koncentracja na rozwijaniu sprzedaży internetowej na nowych rynkach (głównie Niemcy, ale też Norwegia i Rosja). Strategia nie zakłada więc ponoszenia nakładów związanych z budową sieci sprzedaży za granicą.**

Zaangażowany i doświadczony Zarząd

Grupa Wittchen kierowana jest przez Zarząd łączący wieloletnie doświadczenie w sektorze dóbr luksusowych z wiedzą i praktyką z zakresu zarządzania przedsiębiorstwami. Twórcą Grupy Jędrzej Wittchen rozpoczął sprzedaż produktów pod marką WITTCHEN w 1990 r. i nieprzerwanie sprawuje funkcję Prezesa Zarządu Wittchen S.A. oraz jej poprzedników prawnych.

Mocne strony i przewagi konkurencyjne Grupy WITTCHEN

- silna i rozpoznawalna marka;
- własne centrum logistyczne w Palmirach, pozwalające zoptymalizować procesy logistyczne;
- dynamicznie rozwijająca się sprzedaż w kanale e-commerce;
- wieloletnie relacje biznesowe z dostawcami zagranicznymi;
- najszersza na rynku oferta produktowa, na różnych poziomach cenowych, skierowana do szerokiego grona odbiorców;
- unikalne wzornictwo i najwyższa jakość luksusowych dodatków;
- duży udział kolekcji stałych, oraz rosnący udział sezonowych kolekcji skierowanych do młodych odbiorców;
- jedna z największych sieci punktów sprzedaży luksusowych dodatków w Polsce.



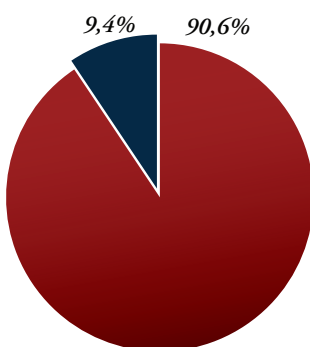
Jędrzej Wittchen
Prezes Zarządu
Strategia, finanse, logistyka, IT



Monika Wittchen
Wiceprezes Zarządu
Sprzedaż, marketing, produkt, HR

Strategia bezpiecznego wzrostu

Celem Grupy Wittchen jest utrzymanie pozycji lidera w branży oraz zwiększanie udziału w rynku galanterii skórzanej i akcesoriów w segmencie wyższym i średnim w Polsce. W celu dotarcia do jak najszerszej grupy klientów, Spółka zamierza m.in. wykorzystywać koncept *Elegance&Young*, rozwijać obszar e-commerce oraz integrować kanały sprzedaży (stacjonarny i online), a także w bezpieczny sposób rozwijać sprzedaż zagraniczną.



Polski kapitał

Wittchen S.A. to firma z polskim kapitałem. Głównymi akcjonariuszami Spółki są Prezes i Wiceprezes Zarządu – Jędrzej i Monika Wittchen, którzy pośrednio kontrolują ponad 90% akcji.

Obecna struktura akcjonariatu Wittchen S.A.:

- Jędrzej i Monika Wittchen*
- Pozostali akcjonariusze

* bezpośrednio i pośrednio (poprzez SIMEI Investments Ltd)

ZASTRZEŻENIE PRAWNE

Niniejszy materiał nie jest przeznaczony do rozpowszechniania, bezpośrednio albo pośrednio, na terytorium albo do Stanów Zjednoczonych Ameryki albo w innych państwach, w których publiczne rozpowszechnianie informacji zawartych w niniejszym materiale może podlegać ograniczeniom lub być zakazane przez prawo. Zawarte w niniejszym materiale informacje służą celom marketingowym i informacyjnym i nie stanowią oferty sprzedaży ani zachęty do składania ofert kupna, ani też nie nastąpi sprzedaż papierów wartościowych w żadnej jurysdykcji, w której oferta taka, zachęta lub sprzedaż byłaby beprawna przed rejestracją, zwolnieniem z rejestracji lub upoważnieniem na podstawie przepisów o papierach wartościowych danej jurysdykcji.

Informacje tu zawarte mogą stanowić stwierdzenia dotyczące przyszłości. Stwierdzenia takie mogą być identyfikowane poprzez użycie określeń dotyczących przyszłości, takich jak np. „może”, „będzie”, „spodziewa się”, „jest oczekiwany”, „powinno”, „przewiduje się”, „uważać”, „sądzić”, „zakłada się”, a także ich zaprzeczeń, ich odmian lub zbliżonych terminów. Stwierdzenia dotyczące przyszłości wiążą się z szeregiem znanych i nieznanych ryzyk, niepewności oraz innych czynników, które mogą wpłynąć na wyniki, poziom działalności, osiągnięcie celów Spółki oraz jej spółek zależnych i spowodować, że będą one istotnie różne od zakładanych przyszłych wyników. Z zastrzeżeniem obowiązujących przepisów prawa, Spółka nie zobowiązuje się do aktualizowania ani weryfikowania jakichkolwiek stwierdzeń dotyczących przyszłości, które mogą być tu zawarte w przypadku wystąpienia jakichkolwiek przyszłych wydarzeń, powzięcia nowych informacji czy wystąpienia jakichkolwiek innych okoliczności.

Papiery wartościowe będą oferowane wyłącznie na podstawie prospektu emisyjnego, zatwierdzonego przez Komisję Nadzoru Finansowego i opublikowanego przez emitenta w związku z tego rodzaju ofertą. Po zatwierdzeniu przez Komisję Nadzoru Finansowego prospekt zostanie udostępniony do publicznej wiadomości w formie elektronicznej na stronie internetowej Spółki (www.wittchen.com) oraz na stronie internetowej Oferującego – ING Securities S.A. (www.ingsecurities.pl).