

**Raport bieżący nr 35/2021**

**Data sporządzenia:** 5 października 2021 r.

**Temat:** Wstępne wybrane dane dotyczące sprzedaży Answear.com S.A. za III kwartał 2021 r. oraz 9 m-cy 2021 r.

**Podstawa prawna:** Art. 17 ust. 1 MAR - informacje poufne.

**Treść raportu:**

Zarząd Answear.com S.A. („Spółka”) przekazuje do publicznej wiadomości wstępne wybrane dane dotyczące sprzedaży Spółki za III kwartał 2021 r. oraz 9 miesięcy 2021 r. wraz z wartościami porównawczymi za III kwartał 2020 r. oraz 9 miesięcy 2020 r.

**Wstępne dane dotyczące sprzedaży za III kwartał 2021 r. oraz 9 miesięcy 2021 r.:**

- W trzecim kwartale 2021 r. sprzedaż online (1) wzrosła o 73% w porównaniu do analogicznego okresu 2020 r., osiągając kwotę 161 mln zł (III kwartał 2020 r.: 93 mln zł). Sprzedaż online za 9 miesięcy 2021 r. wyniosła 439 mln zł i wzrosła o 60% w porównaniu do 9 miesięcy 2020 r., w których zanotowano sprzedaż online w wysokości 274 mln zł.
- Przychody ze sprzedaży według sprawozdawczości MSSF (2) w trzecim kwartale 2021 r. wyniosły 155 mln zł osiągając dynamikę 3Q2021 / 3Q2020 na poziomie 72% (III kwartał 2020 r.: 90 mln zł). Przychody ze sprzedaży za 9 miesięcy 2021 r. wyniosły 424 mln zł i wzrosły o 61% w porównaniu do 9 miesięcy 2020 r., w którym przychody ze sprzedaży wyniosły 263 mln zł.

**Komentarz Zarządu Spółki do danych liczbowych:**

Trzeci kwartał to okres kontynuacji pozytywnego trendu wzrostu sprzedaży obserwowanego w Spółce w całym 2021 r. Osiągnięta dynamika r/r na kwartalnej sprzedaży online w wysokości 73% to efekt następujących czynników wzrostu:

- Dynamicznie powiększającej się bogatej oferty produktowej, wprowadzenia do sprzedaży wielu nowych marek, szczególnie w segmencie premium;
- Znaczącej poprawy zatowarowania, zwiększenia szerokości oferty oraz głębokości zapasu towarów oferowanych klientom do natychmiastowego zakupu, skutkującego atrakcyjną i konkurencyjną propozycją kolekcji w okresie letnich wyprzedazy;
- Skutecznych i efektywnych działań marketingowych ukierunkowanych na umocnienie marki na wszystkich rynkach oraz skutkujących wzrostem konwersji i wartości średniego koszyka;
- Zwiększenia liczby rynków na których działa Answear – dwa nowe kierunki, czyli Grecja i Chorwacja, z potencjałem do dalszych wzrostów w kolejnych okresach;
- Dalszego rozwoju własnej platformy e-commerce oraz aplikacji mobilnej wdrożonej na wszystkich rynkach Spółki, skutkującego poprawą doświadczenia zakupowego klienta;
- Stałego zwiększania zdolności magazynowych i wydajności operacyjnej, m.in. poprzez powiększenie powierzchni magazynowej w centrum logistycznym w Kokotowie;

- Dalszego rozwoju marki własnej - nowa kolekcja specjalna Answear.LAB „Girl Power” zaoferowana do sprzedaży w trzecim kwartale, wyróżniająca Answear na tle konkurencji i przyciągająca kobiety do sklepu internetowego Answear.com

Objaśnienia:

(1) Sprzedaż online obejmuje zafiskalizowaną sprzedaż w danym okresie (z uwzględnieniem zafiskalizowanych zwrotów), łącznie ze sprzedażą prowadzoną na zasadach komisju wyrażoną w pełnej wartości (w cenie sprzedaży do klienta), jak również opłatami klientów za transport przesyłek o wartości poniżej progu darmowej dostawy;

(2) Przychody ze sprzedaży według sprawozdawczości MSSF obejmują przychody ze sprzedaży towarów zakupionych na rachunek własny i przychody ze sprzedaży usług, czyli głównie prowizje z tytułu sprzedaży komisowej, prowizję za prowadzenie sklepu [www.wearmedicine.com](http://www.wearmedicine.com) oraz opłaty klientów za transport przesyłek poniżej progu darmowej dostawy. Przychody ze sprzedaży są pomniejszone również o wartość rezerw na spodziewane w kolejnym okresie zwroty dotyczące sprzedaży z raportowanego okresu oraz wartość rezerwy na program lojalnościowy dla klientów.

Zastrzeżenie: Spółka informuje, że przedstawione dane sprzedażowe są wstępne, a ich obliczenia zostały dokonane według aktualnej wiedzy Zarządu i mogą różnić się od ostatecznych danych za III kwartał 2021 r. i 9 m-cy 2021 r., które będą znane po pełnym zamknięciu ksiąg rachunkowych.