

answer.

# PREZENTACJA INWESTORSKA 3Q 2023

listopad 2023

**WSTEP**



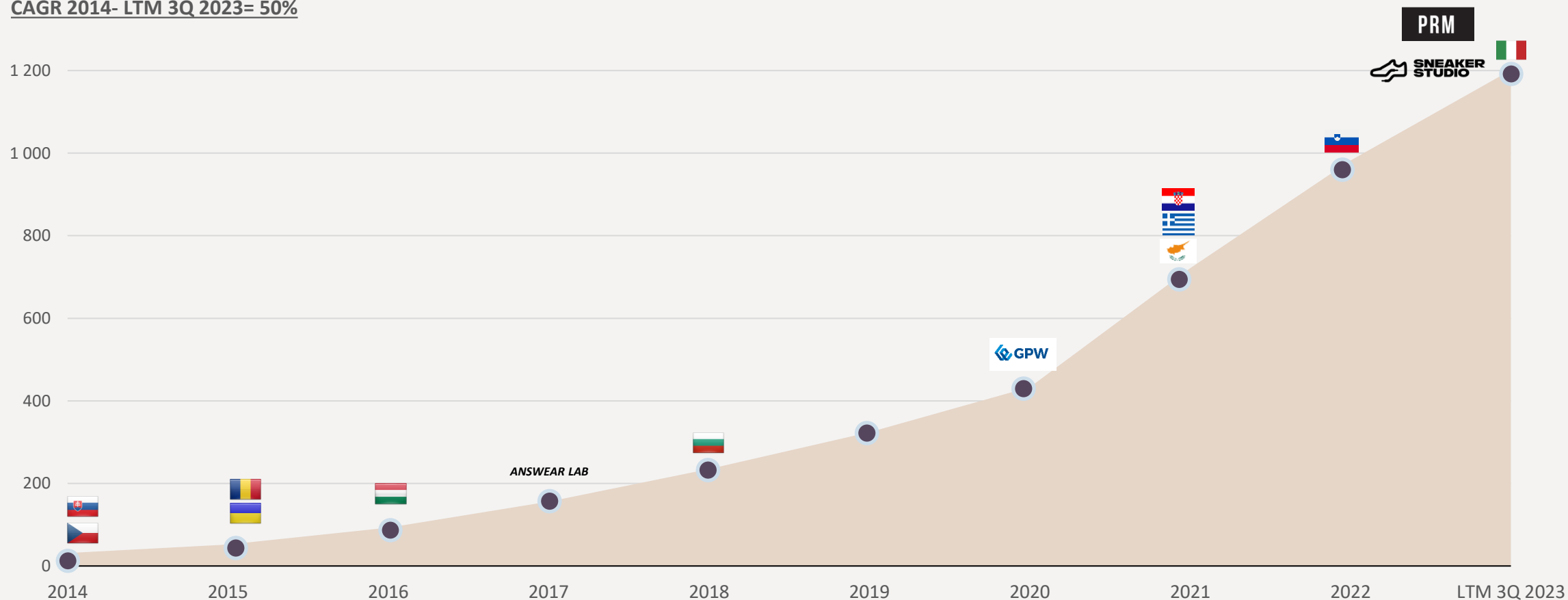
# NAJSZYBCIEJ ROSNĄCY FASHION E-COMMERCE W EUROPIE

ANSWEAR.com

Przekroczenie 1 mld zł przychodów ze średnioroczną dynamiką rzędu 50% od blisko dekady

Sprzedaż on-line (mln PLN)

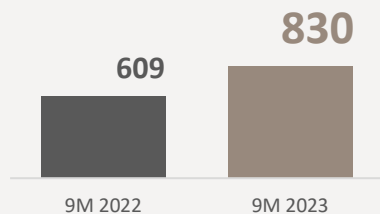
CAGR 2014- LTM 3Q 2023= 50%



# PODSUMOWANIE 9M 2023

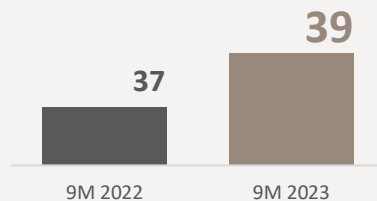
## Przychody (mln PLN)

+36% rdr.



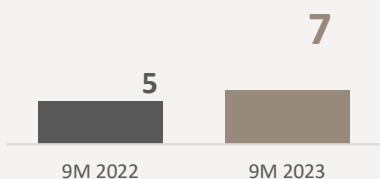
## EBITDA (mln PLN)

+3% rdr.



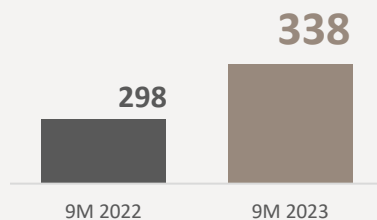
## Zysk netto (mln PLN)

+25% rdr.



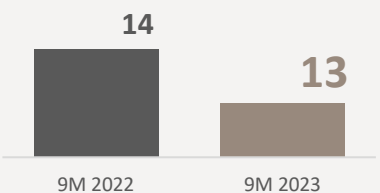
## AOV (w PLN)

+40 zł rdr.



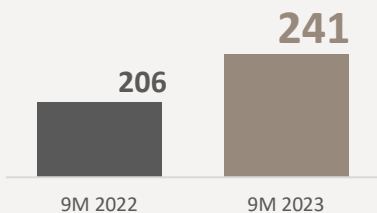
## % kosztów logistyki (vs. sprzedaż)

-1 p.p. rdr.



## #modelokolorów (tys.)

+17% rdr.



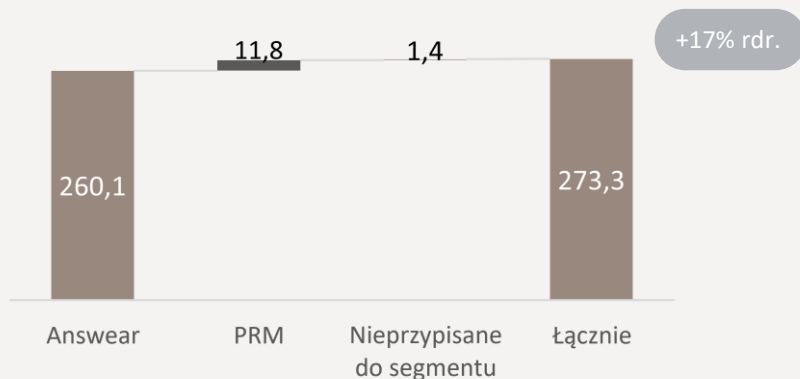
answear.



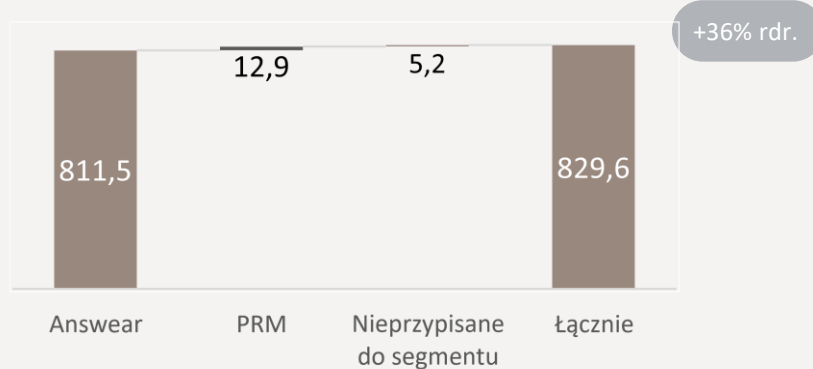
# PODSUMOWANIE WYNIKÓW FINANSOWYCH

## Wyniki 3Q pod presją trudnego otoczenia rynkowego oraz straty PRM

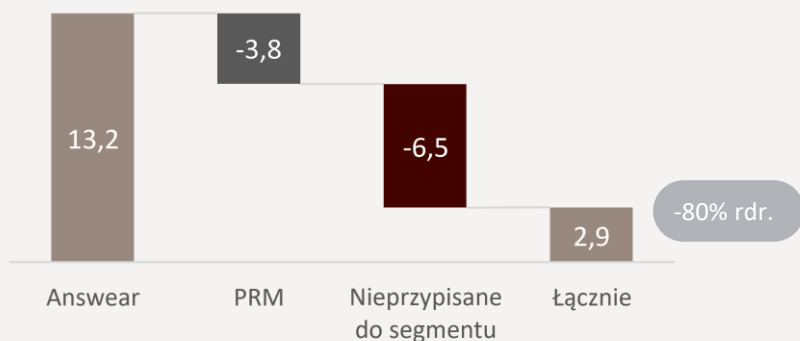
Przychody (mIn PLN) w Q3 2023



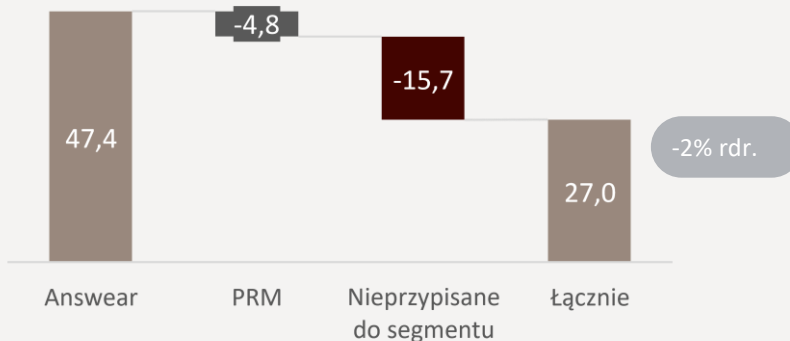
Przychody (mIn PLN) po 9M 2023



Zysk z działalności operacyjnej (mIn PLN) w Q3 2023



Zysk z działalności operacyjnej (mIn PLN) po 9M 2023



# answear.

- Trudne warunki makroekonomiczne, spowolnienie gospodarcze oraz słabnący popyt konsumencki wpływają na wskaźniki sprzedaży
- Niekorzystne warunki pogodowe w minionym kwartale, z wyjątkowo wysoką temperaturą we wrześniu 2023 w Europie
- PRM wygenerował stratę, kontrybucja do rentowności spodziewana w 2024 r.
- Pomimo powyższych negatywnych czynników Answear na poziomie przychodów odnotował 17% dynamikę
- Wyniki należy analizować w horyzoncie 9 m-cy, ponieważ słaby 3Q to efekt również wyższej niż planowano sprzedaży w I półroczu

# NAJWAŻNIEJSZE WYDARZENIA 3Q 2023

answear.

## KONTYNUACJA DYNAMICZNEGO WZROSTU NA POZIOMIE TOP-LINE

- Jedna z najszybciej rozwijających się platform e-commerce w Europie w branży fashion, mimo wymagającej sytuacji rynkowej
- Wzrost sprzedaży po 9M2023 o 36% rdr. (829 mln zł)
- Dobry performance rynków zagranicznych w szczególności rynku ukraińskiego

## ROZWÓJ I INTEGRACJA MARKI PRM

- Pozyskanie nowych marek do oferty
- Uruchomienie kolejnych rynków zagranicznych
- Kontynuacja dalszego procesu integracji

## POZYSKANIE 29 MLN ZŁ NA ROZWÓJ MARKI PRM

- Przeprowadzenie emisji akcji (SPO) do 1 mln akcji po cenie maksymalnej 29 zł
- Pozyskane środki zostaną przeznaczone na powiększenie oferty produktowej, otwarcie i rozwój działalności na nowych rynkach, a także wydatki marketingowe

## PODPISANIE UMOWY NAJMU POD PIERWSZY SKŁEP STACJONARNY

- Sklep dla Answear oraz PRM zlokalizowany będzie w Fabryce Norblina w Warszawie
- Wejście w sprzedaż stacjonarną zapewni lepsze warunki współpracy z markami, a także lepsze dotarcie do klienta



**ANSWEAR.COM**



# KOMPLEKSOWA OFERTA

W 3Q 2023 Answear.com posiadał 241 tys. modelokolorów



Ubrania

48%



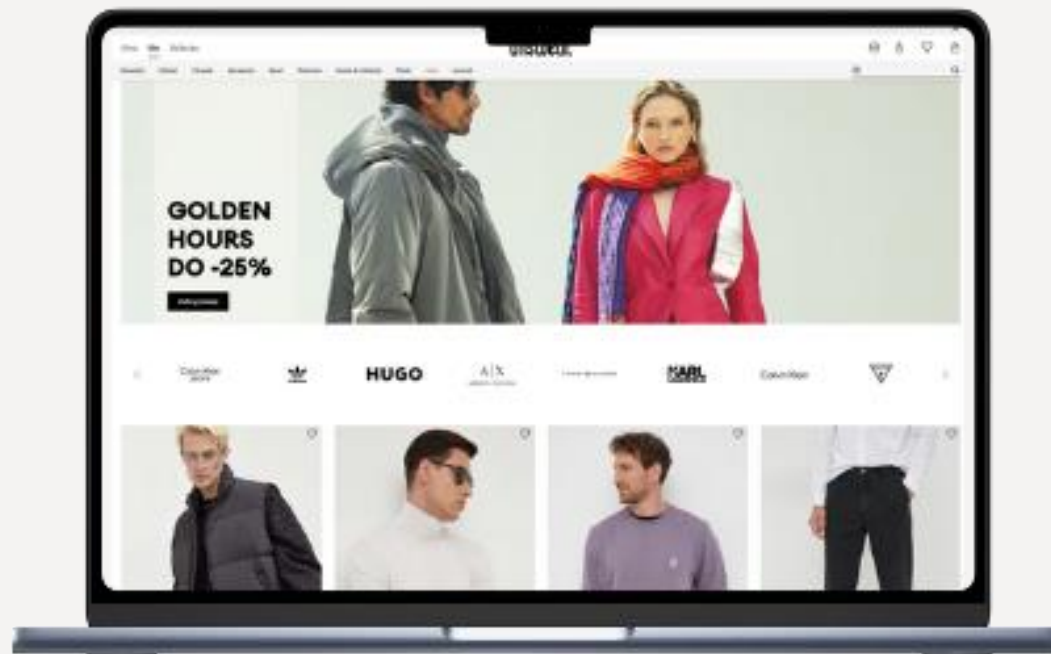
Obuwie

30%



Akcesoria

22%



59%

Marki premium



29%

Średnia półka - commercial



12%

Marki segmentu „entry”

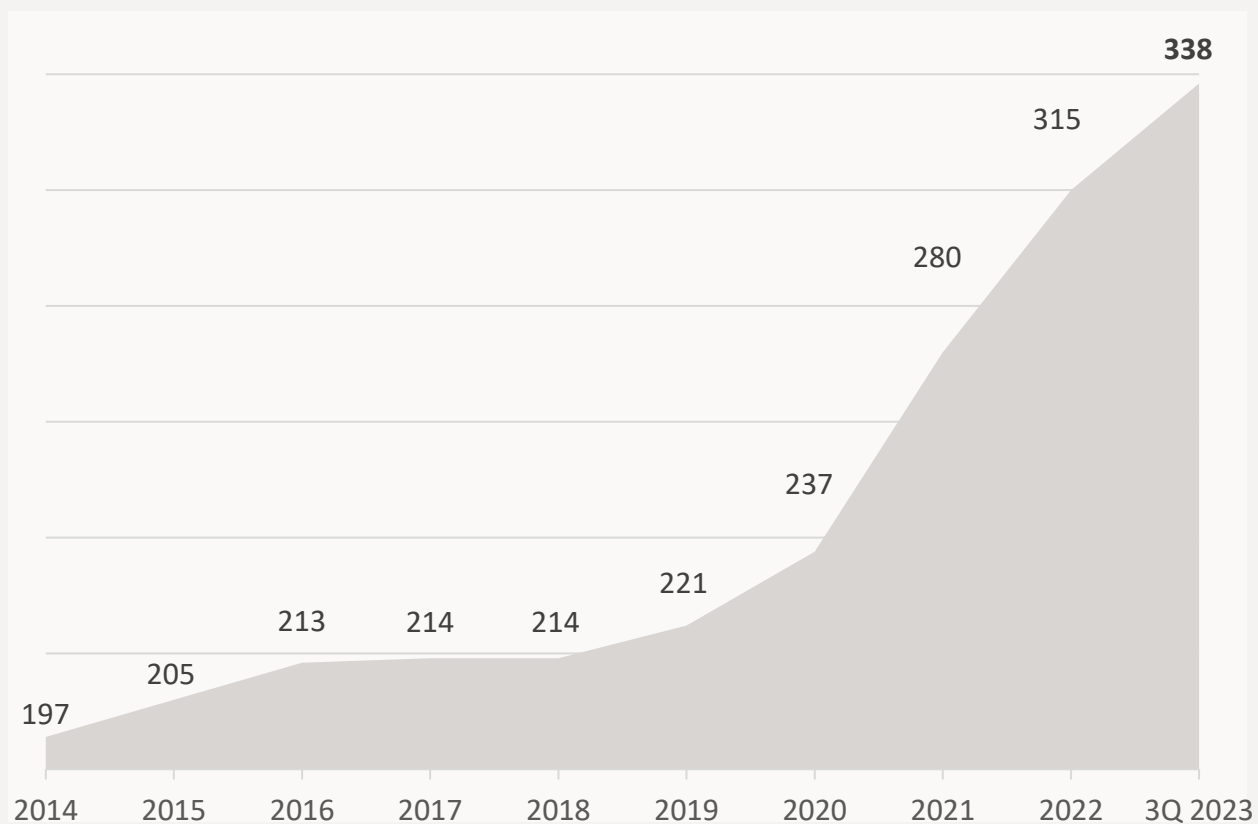




# KONSEKWETNA POPRAWA AOV

Stale zwiększana średnia wartość zamówienia to efekt konsekwentnego rozwoju oferty produktowej zwłaszcza w segmencie premium.

Średnia wartość zamówienia (PLN)



answear.



# PEŁNA KONTROLA NAD KLUCZOWYMI PROCESAMI W E-COMM.

## LOGISTYKA



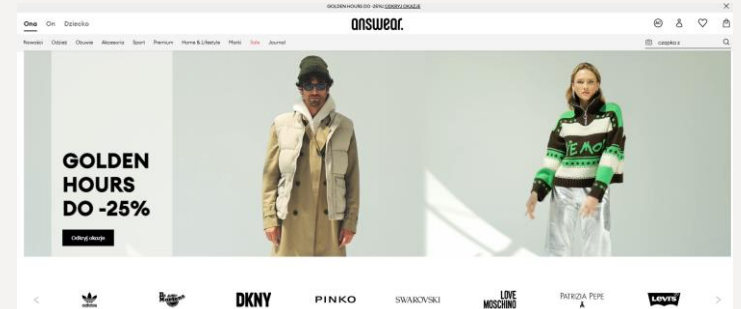
- Magazyn centralny w Kokotowie (obok Krakowa)
- 39 000 m2 (ze stopniowym podnajmowaniem niewykorzystanej powierzchni)
- 500 mln GMV – potencjalny przychód, 4-kondygnacyjna antresola
- Answear.com posiada lokalne centra logistyczne oraz korzysta z usług lokalnych kurierów, dzięki czemu oferuje najszybszą i najtańszą dostawę w regionie.

## STUDIO FOTO-VIDEO



- Własne zaplecze foto/video o powierzchni 6 800 m2 w skład którego wchodzi 11 studia foto-video, 2 studia image content
- Answear.com indywidualnie robi sesje zdjęciowe nowych produktów. Dodatkowo zdecydowana większość z nich posiada video, co wyróżnia spółkę wśród konkurencji i poprawia konwersję zakupów.

## PLATFORMA E-COMMERCE I APLIKACJA



- Udoskonalona platforma oraz aplikacja mobilna oferowana na wszystkich rynkach, na których działa Answear.com
- Platforma wykorzystuje najnowsze technologie i nowoczesną infrastrukturę techniczną
- Charakteryzuje się wysokim UX, szybkością działania oraz udoskonalonym procesem zakupowym.

24h (w dni robocze)	1-2 dni robocze	1-2 dni robocze	1-2 dni robocze	4-9 dni robocze	2-5 dni robocze	2-3 dni robocze	3-6 dni robocze	1-3 dni robocze	1-3 dni robocze	7-9 dni robocze	1-4 dni robocze

**PRM**

**WEJŚCIE W NOWY  
SEGMENT LUXURY  
SNEAKERS &  
STREETWEAR**



[onswear.com](https://onswear.com)

# PRZEJĘCIE SNEAKERSTUDIO I PRM

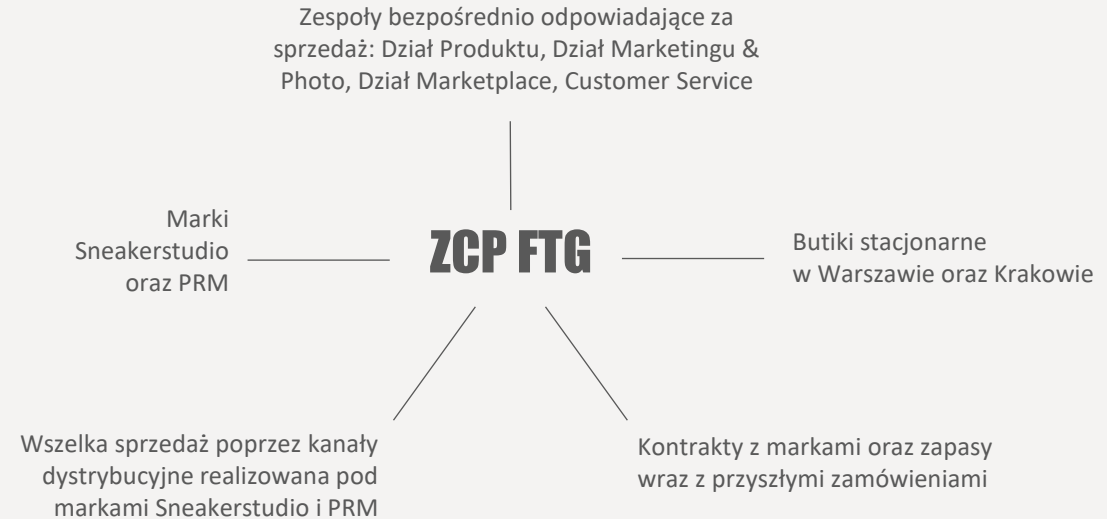
## Przejęcie ZCP ze spółki Fashion Trends Group (FTG)



- Lider rynku w sprzedaży obuwia typu sneakers i odzieży streetwear w segmencie mid premium w Polsce i na Ukrainie oraz drugim co do wielkości sklepem ze sneakersami w CEE
- Zasięg działalności obejmuje **głównie CEE**
- Jeden z **kluczowych partnerów w regionie dla adidas Originals, New Balance, Veja czy Carhartt**

### PRM

- Nowy koncept oferujący **produkty z segmentu luxury streetwear & fashion kierowane do pokolenia millenialsów i GEN-Z**
- **Unikalna oferta produktowa** w tym z najwyższej półki **adidas** czy znanych i cenionych na zachodzie Europy marek takich jak **Marni, Y-3, Rick Owens, A.P.C., MISBHV czy A-Cold-Wall**
- Produkty sprzedawane są przez globalną witrynę internetową oraz butik stacjonarny w Warszawie.



### Struktura transakcji

- Płatność akcjami Answear.com w liczbie 350.000 akcji i 100.000 warrantów subskrypcyjnych zamiennych na akcje do 2033 r.
- Wstępna kalkulacja aktywów netto na dzień przejęcia to -6.9 mln PLN oznacza nieobjęcie żadnej z 200.000 akcji serii H
- Uchwalenie programu motywacyjnego dla udziałowca FTG p. Łukasza Lepczyńskiego – wg aneksowanej umowy do 125.000 akcji
- Cena emisyjna ustalona została na 29 zł za akcję/warrant subskrypcyjny

# POTENCJAŁ AKWIZYCJI

## Możliwość uwalniania synergii operacyjnych

### Sneakerstudio & PRM

- Unikalna oferta produktowa i marki
- Dobra pozycja rynkowa, rozpoznawalność i wiarygodność wśród społeczności młodego pokolenia na rynkach CEE
- Baza klientów zainteresowanych produktami premium streetwear & sneakers

### Answer

- Skala działalności w CEE
- Efektywna logistyka, najszybsza dostawa w CEE
- Nowoczesny magazyn o potencjale realizacji sprzedaży do 500m Euro GMV
- Nowoczesne studio photo
- Własne rozwiązania ecommerce
- Zoptymalizowane koszty jednostkowe per transakcja

- Przyspieszenie rozwoju i wzrostu przychodów
- Poprawa konwersji i efektywności prowadzonych działań reklamowych
- Poprawa efektywności procesowej i kosztowej
- Osiągnięcie dobrej rentowności



# RYNEK SNEAKERS I STREETWEAR

## Podstawowe cechy

### Rosnąca popularność

Rynek streetwear oraz sneakers cieszy się dynamicznym wzrostem popularności wśród młodych ludzi na całym świecie. Kultura uliczna i moda stały się niezwykle istotnymi aspektami życia młodych konsumentów, którzy poszukują unikalnych i stylowych ubrań oraz butów.

### Kolaboracje i kolekcje limitowane

Marki streetwear i producenci sneakers często współpracują ze znanymi osobami, innymi markami oraz artystami, tworząc kolekcje limitowane. Te ekskluzywne produkty są często bardzo pożądane przez kolekcjonerów i fanów, a ich wydanie staje się wydarzeniem samym w sobie.

### Wyraz indywidualności

Streetwear oraz sneakers dają ludziom możliwość wyrażania swojej indywidualności i stylu. Konsumentom zależy na noszeniu ubrań i butów, które są autentyczne, oryginalne i odzwierciedlają ich osobowość.

## Streetwear wszedł w świat high-fashion

- Marki high-fashion współpracują z markami streetwear, aby marki high-fashion były jeszcze bardziej pożądane wśród młodszych pokoleń, oraz marki streetwear'owe zyskiwały status luksusowych
- Niektóre marki streetwear, poprzez swoją wysoką cenę, są postrzegane, jako marki luksusowe

**Gucci x The North Face**  
**Gucci x Adidas**  
**Prada x Adidas**  
**Jacquemus x Nike**  
**Tiffany x Nike**  
**Louis Vuitton x Supreme**

**2/3**

klientów określa, że streetwear nie wyjdzie z mody <sup>1)</sup>

**62%**

klientów określa, że sneakersy to produkty które z największym prawdopodobieństwem zakupią <sup>1)</sup>

**185 mld USD**

wartość globalnego rynku odzieży streetwear, co stanowi około 10% całego światowego rynku odzieży i obuwia <sup>1)</sup>

**37 mld PLN**

wartość rynku dóbr luksusowych w Polsce w 2022 r. (wzrost o 19% rdr.)<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Strategy& - Streetwear: the new exclusivity

<sup>2)</sup> KPMG – Rynek dóbr luksusowych w Polsce

# POZYSKANIE 29 MLN ZŁ NA ROZWÓJ PRM

- Answear.com z powodzeniem przeprowadził SPO, w którym uplasował wszystkie akcje i pozyskał 29 mln zł
- Pozyskane środki zostaną przeznaczone na powiększenie oferty produktowej, otwarcie i rozwój działalności na nowych rynkach, a także wydatki marketingowe

## Pozyskane marki w ofercie PRM w Q3 2023



## Ekspansja zagraniczna PRM

 czerwiec 2023	 lipiec 2023	 wrzesień 2023
 czerwiec 2023	 lipiec 2023	 wrzesień 2023
 czerwiec 2023	 sierpień 2023	 listopad 2023
 czerwiec 2023	 sierpień 2023	

## Dalsze plany rozwoju PRM

Do końca 2023  
uruchomienie  
sprzedaży na  
pozostałych rynkach  
oraz na  
marketplace'ach  
modowych premium

2024  
uruchomienie  
dedykowanej aplikacji  
mobilnej



2023/2024  
Uruchomienie nowego  
flagship store

2025-2026  
Ekspansja na nowe rynki  
oraz uruchomienie  
kolejnych flagship store w  
największych stolicach w  
CEE

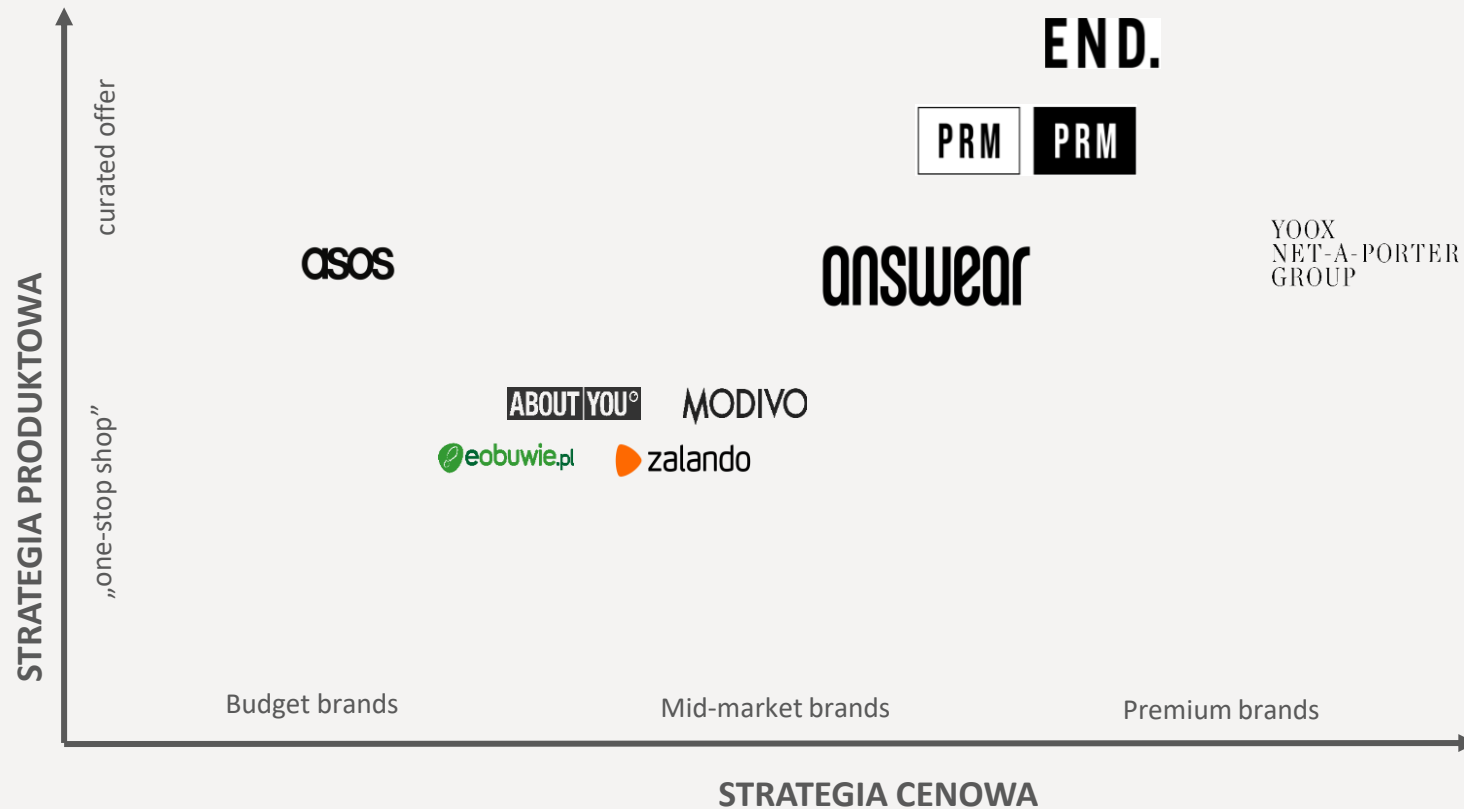
**Jeden z liderów  
fashion e-commerce  
w CEE**





# POZYCJONOWANIE WZGLĘDEM KONKURENCJI

answear.com

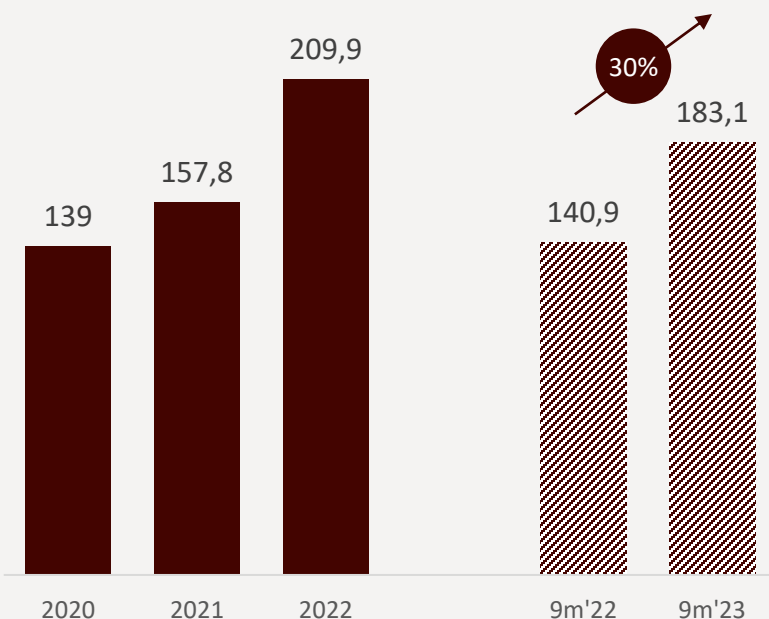


- Answear jako sklep oferujący wyselekcjonowane marki i najlepsze produkty z segmentu premium & lifestyle, charakteryzujący się szybką i wygodną dostawą oraz najlepszym doświadczeniem zakupowym klienta
- PRM jako wiodący sklep w segmencie high-end fashion & streetwear posiadający w ofercie topowe światowe marki luksusowe oraz szeroką ofertę sneakersów z najwyższej półki, w tym liczne limitowane kolekcje

(1) Specjalizacja produktowa /Dopasowanie do rynku: – Gust i potrzeby klientów – Określona grupa docelowa – Poziom obsługi klienta

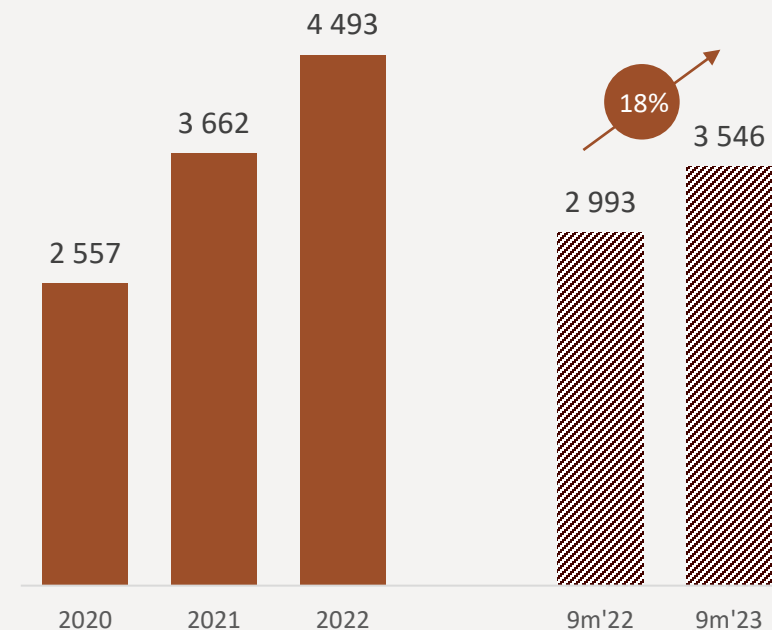
## Stale rosnące KPI pomimo dużej skali działalności biznesu

Liczba wizyt (mln)



- Systematyczny wzrost liczby odwiedzin na platformie, średniomiesięcznie w 9M 2023 zanotowaliśmy 20 mln wizyt/m-c.
- Poprawa wskaźnika udziału wizyt w kanale mobile, wynika z uruchomienia aplikacji mobilnej na wszystkich rynkach UE

Liczba zamówień (tys.)

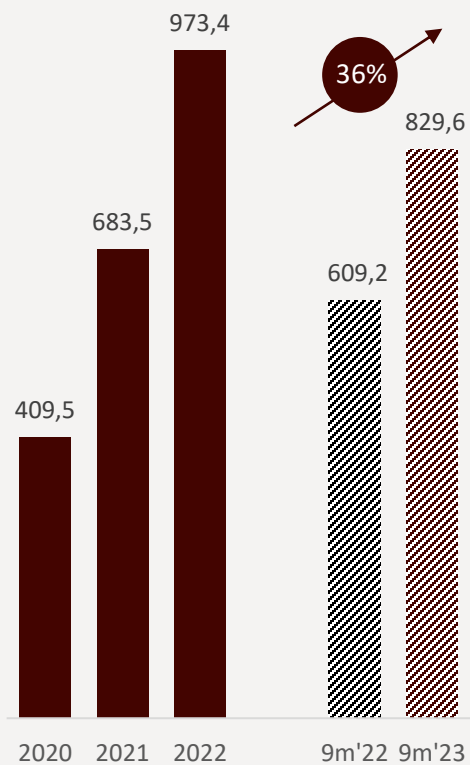


- Dynamicznie rosnąca liczba wizyt, pomimo nieznacznego spadku współczynnika konwersji, przełożyła się na dynamiczny wzrost liczby zamówień

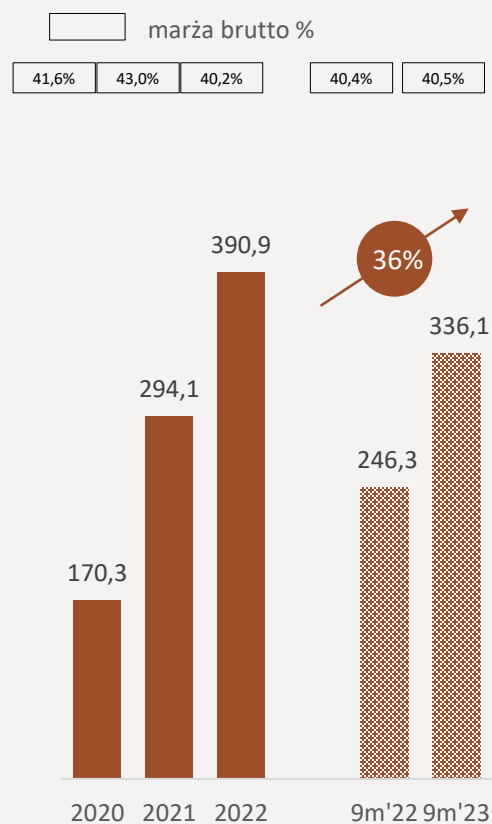
# DANE FINANSOWE

## Dynamiczny wzrost przychodów oraz rentowności

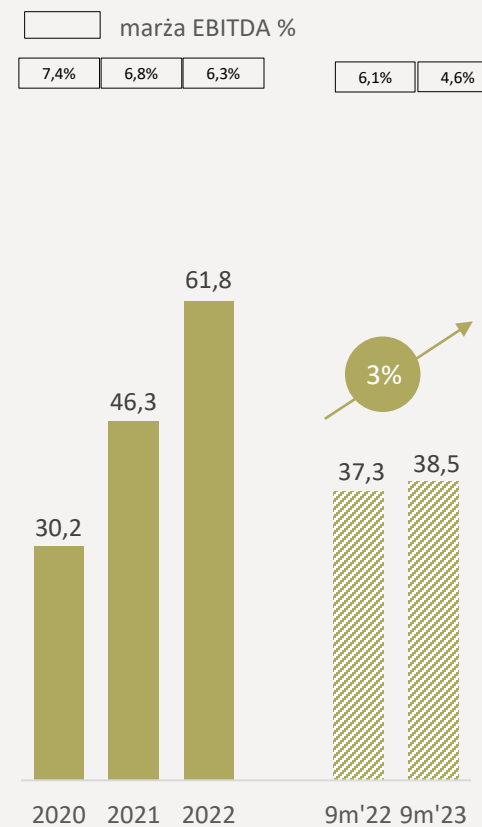
Łączne przychody (mln PLN)



Marża brutto (mln zł)



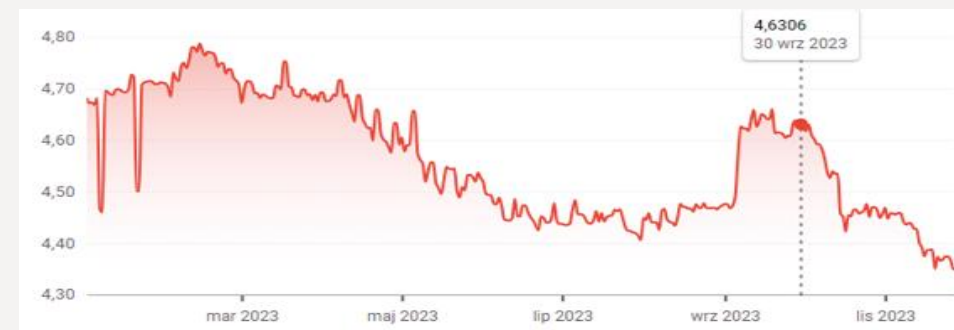
EBITDA (mln zł)



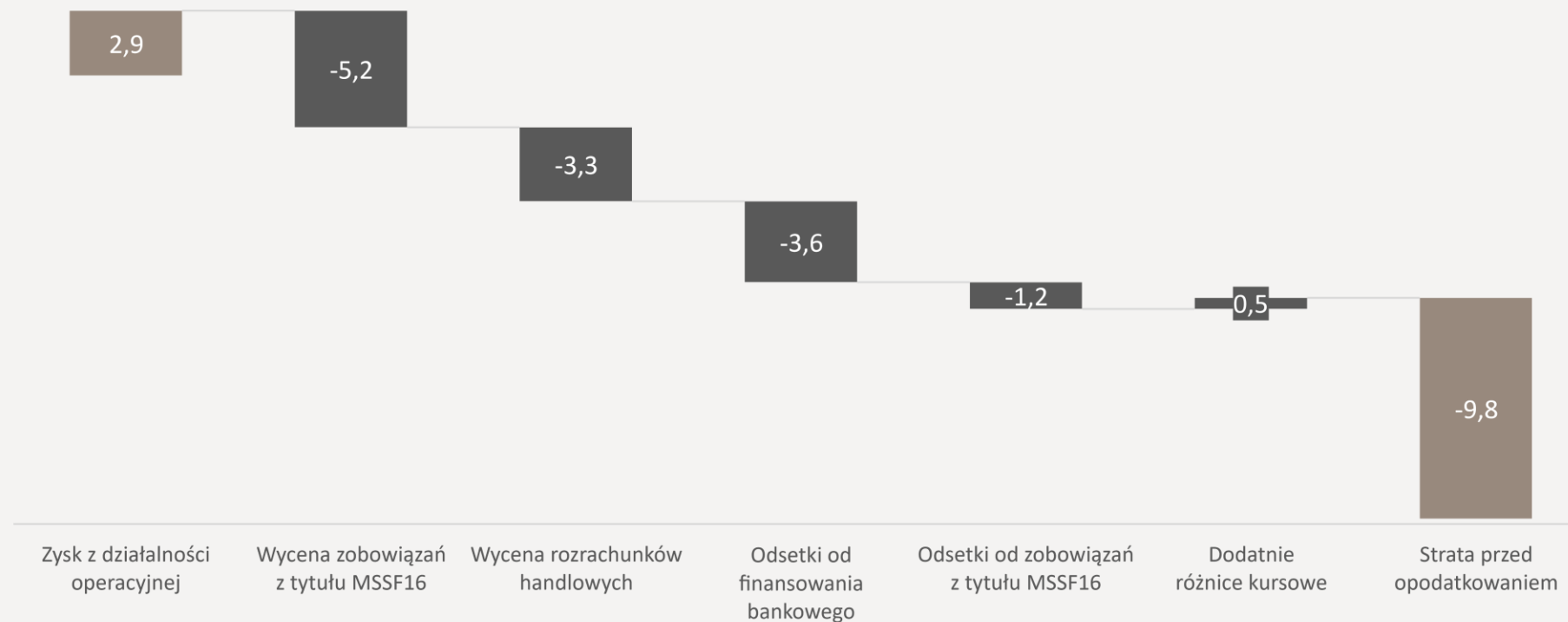
- Dynamiczny wzrost sprzedaży pomimo złożonej sytuacji makroekonomicznej i geopolitycznej
- Marża na sprzedaży wyniosła 40,5% co oznacza poprawę w stosunku do zeszłego roku 0,1 p.p., i to pomimo zmniejszenia udziału sprzedaży na zasadzie komisji oraz dewaluacji hrywny
- Podobny poziom EBITDA, co w zeszłym roku. Wynik był pod presją niższej niż zakładanej dynamiki sprzedaży w Q3 oraz ujemnej rentowności PRM

## Rentowność w 3Q 2023 pod presją różnic kursowych :

- Nieoczekiwana przez rynek mocna obniżka stóp procentowych osłabiła PLN w drugiej połowie września
- Wpływ na koszty finansowe 3Q poprzez wycenę zobowiązań z tyt. MSSF16 oraz wycenę rozrachunków w walutach obcych (EUR)

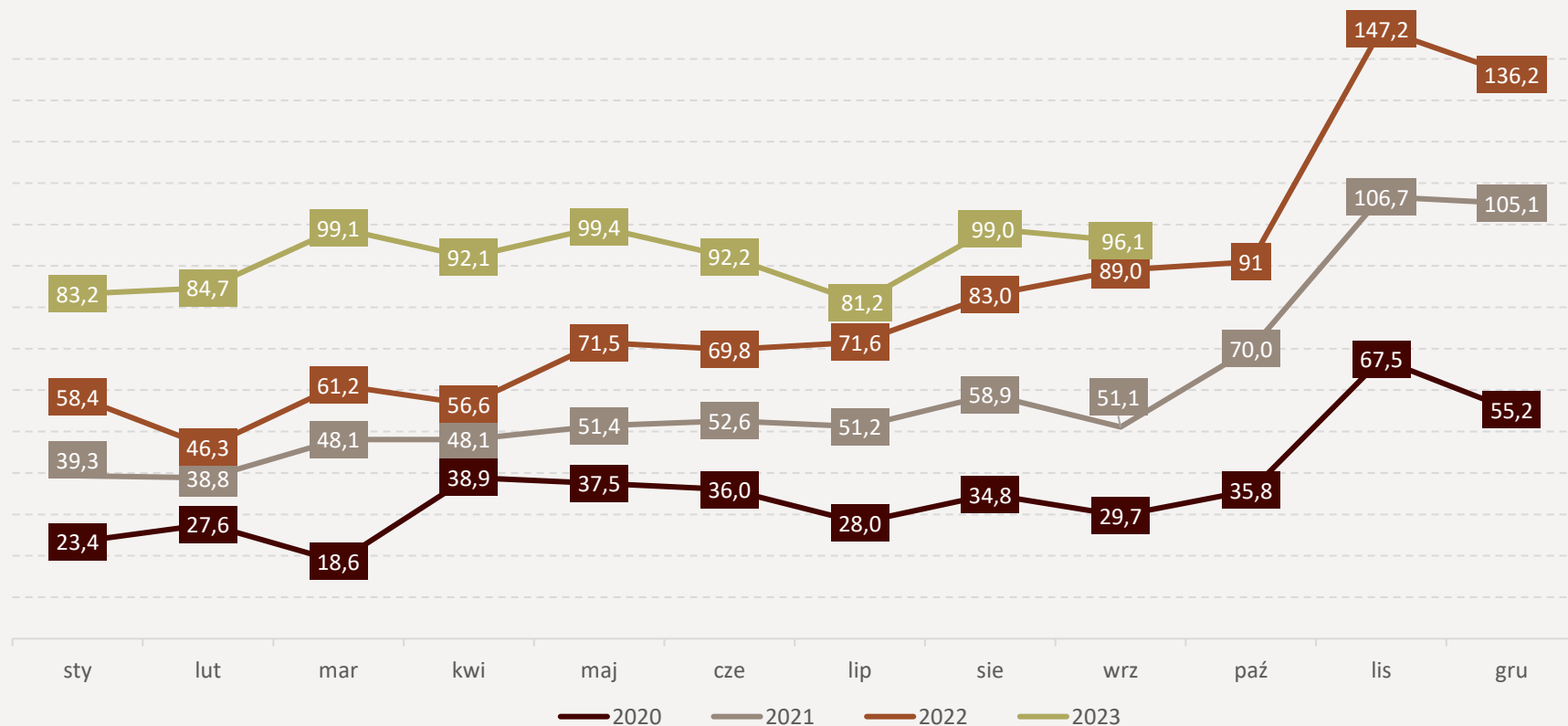


Koszty finansowe (mln PLN)



# SPRZEDAŻ ONLINE

Stale rosnąca sprzedaż online w poszczególnych miesiącach wskazuje na konsekwentne i trwałe umacnianie pozycji marki na rynku

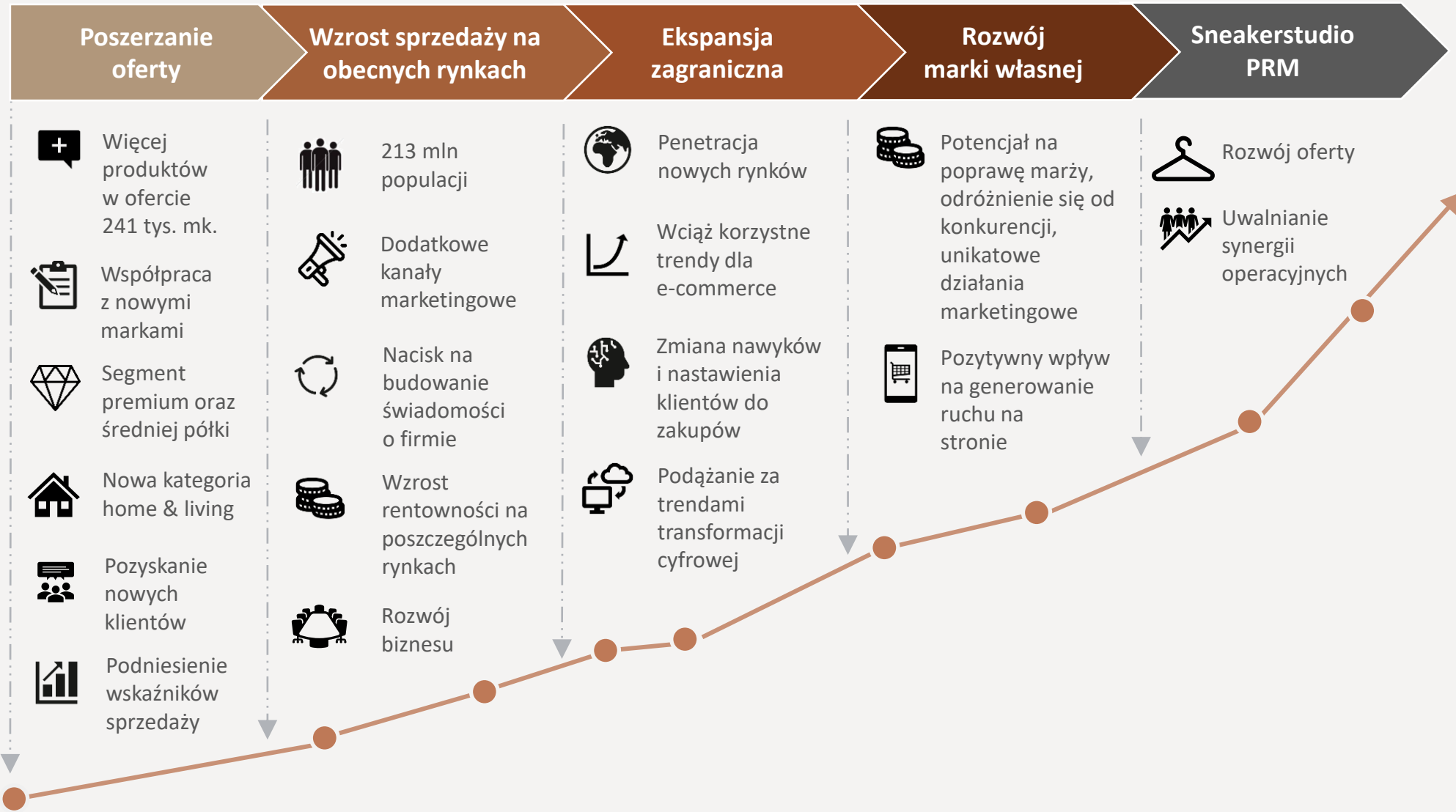


answear.com

- Słabnący popyt od połowy czerwca br widoczny na wszystkich rynkach regionu CEE
- Okres letnich wyprzedaży z zaciętą walką cenową, w który Answear wszedł z wyprzedaną kolekcją SS23 po bardzo dobrej pierwszej połowie roku
- Rekordowe temperatury we wrześniu 2023 r.:
  - średnia temperatura powietrza we wrześniu 2023 r. wyniosła w Polsce 17,7°C i była aż o 3,9 stopnia wyższa od średniej wieloletniej (1991-2020)
  - Polska jest rynkiem Answear najbardziej wysuniętym na północ

# STRATEGIA ROZWOJU

## Strategia i perspektywy rozwoju



# ATRAKCYJNOŚĆ ANSWEAR

## Dlaczego Answer.com

01. **Utrzymanie wysokiego tempa wzrostu** pomimo wymagającego otoczenia rynkowego oraz wyników poniżej zakładanych celów w Q3 2023
02. **Rozwój przejętych brandów PRM i Sneakers Studio** – paliwo do dalszego dynamicznego rozwoju, odróżnienie się od konkurencji, dotarcie do **nowej grupy klientów** oraz wejście w **nowy segment luxury sneakers & streetwear**
03. **Potencjał nowych rynków**, wejście na duży zachodni rynek włoski oraz **umacnianie pozycji na starych rynkach**, w tym dynamiczna odbudowa rynku ukraińskiego
04. **Stały wzrost wartości średniego zamówienia** wynikający z rozbudowy oferty produktowej i rosnącego udziału marek premium
05. **Poszerzanie oferty produktowej** – nowe marki, nowe kategorie produktów oraz rozwój marki własnej, dzięki czemu Spółka może **docierać szerzej do nowych klientów**



A woman with dark hair is standing in a doorway, looking back over her shoulder. She is wearing a long, double-breasted houndstooth coat over a white top and white trousers. The background consists of dark vertical panels and a lighter wall.

answear.

**DZIĘKUJEMY  
ZA UWAGĘ**

**ZAPRASZAMY DO KONTAKTU:**

[investor.relations@answear.com](mailto:investor.relations@answear.com)

[p.strzyzewski@innervalue.pl](mailto:p.strzyzewski@innervalue.pl)