

Answear.com planuje debiut na GPW

16.09.2020

Właściciel Answear.com, czołowej platformy cyfrowej sprzedaży odzieży w Europie Środkowo-Wschodniej, złożył Prospekt Emisyjny do zatwierdzenia przez Komisję Nadzoru Finansowego. Spółka chce zadebiutować na głównym rynku Giełdy Papierów Wartościowych. Debiut planowany jest na koniec 2020 r.

Answear.com to internetowa platforma sprzedażowa z markową odzieżą, obuwiem oraz akcesoriami, która działa od 2011 r. Spółka prowadzi obecnie działalność w 7 krajach Europy Środkowo-Wschodniej: Polska, Czechy, Słowacja, Węgry, Rumunia, Bułgaria i Ukraina. Sprzedaż jest zdywersyfikowana geograficznie, a żaden z rynków nie stanowi więcej niż 30 proc. udziału w całkowitych przychodach Spółki.

- Już niedługo Answear.com dołączy do grona spółek publicznych. To naturalny krok związany z dynamicznym rozwojem biznesu, dużą już obecną skalą działalności i jeszcze większym apetytem na przyszłość. Złożyliśmy Prospekt Emisyjny do Komisji Nadzoru Finansowego, co oznacza, że jesteśmy coraz bliżej debiutu na rynku głównym Giełdy Papierów Wartościowych. - komentuje Krzysztof Bajolek, prezes zarządu Wearco S.A. - spółka jest w trakcie zmiany nazwy na Answear.com S.A.

Sklep oferuje około 80 tys. produktów z ponad 350 światowych marek. Istotną częścią oferty są marki premium (np. Diesel, Guess Jeans, CK, Tommy Hilfiger, Valentino, DKNY). Produkty z niższej półki cenowej są oparte głównie o markę własną Answear LAB.

- Jesteśmy pierwszym graczem w segmencie elektronicznej sprzedaży odzieży i obuwia na rynkach Europy Środkowo-Wschodniej. Dzięki temu osiągamy przewagę na polu rozpoznawalności marki oraz niższych kosztów marketingu. Nasi klienci doceniają nasz doskonały serwis w postaci szybkiej dostawy, łatwych zwrotów, oraz atrakcyjnego programu lojalnościowego. Jesteśmy również beneficjentami szybkiego wzrostu rynku e-commerce - dodaje Krzysztof Bajolek.

Według ekspertów wartość handlu elektronicznego w Polsce może przekroczyć rekordowe 100 mld zł już w 2020 r. Jak szacuje Unity Group, w kolejnych latach do 2025 r. jego wartość będzie rosła co najmniej o 20 proc. rocznie. Natomiast rynek odzieży i obuwia w Polsce ma w 2020 r. osiągnąć wartości 40,3 mld zł, co oznacza wzrost r/r o 4,13 proc.*

- Answear.com dynamicznie rośnie zarówno pod względem liczby klientów, jak i sprzedaży. Już ubiegły rok był bardzo dobry - przychody ze sprzedaży spółki w 2019 roku wyniosły 311,2 mln zł, co oznacza wzrost o ok. 40,9 proc. r/r, a w tym roku obserwujemy dalszy, skokowy wzrost zainteresowania zakupami w sieci w całym regionie Europy Środkowo-Wschodniej. - mówi Krzysztof Bajolek.

Właścicielem platformy Answear.com jest Wearco S.A. Spółka jest w trakcie rejestracji zmiany nazwy na Answear.com S.A.

Prospekt po jego zatwierdzeniu przez Komisję Nadzoru Finansowego zostanie opublikowany na stronie internetowej Spółki <https://answear.com/relacjeinwestorskie>.

*Raport *PMR - Clothing and footwear retail market in Poland 2019*, (listopad 2019 r.)

O Answear.com:

Wearco S.A. to właściciel internetowej platformy sprzedażowej Answear.com z markową odzieżą, obuwiem oraz akcesoriami. Sklep oferuje około 80 tys. produktów z ponad 350 światowych marek. Wśród nich są popularne marki odzieżowe (Mango, Vero Moda), marki sportowe (Adidas, Nike, New Balance), marki jeansowe (Levi's, Lee, Wrangler), a także marki premium (Diesel, Guess Jeans, CK, Tommy Hilfiger, Valentino, DKNY). Produkty z segmentu ekonomicznego są oparte głównie o markę własną (Answear LAB).