

MCI inwestuje w Answear.com

11.07.2013

MCI.TechVentures, fundusz z Grupy MCI inwestujący w spółki technologiczne na etapie wzrostu i ekspansji, zrealizował inwestycję w Wearco sp. z o.o., spółkę prowadzącą Answear.com, największy w Polsce oraz Europie Środkowo-Wschodniej multibrandowy sklep odzieżowy online, oferujący ponad 200 najpopularniejszych światowych marek odzieży, obuwia i akcesoriów.

Fundusz MCI.TechVentures obejmując mniejszościowy pakiet udziałów w Wearco, konsekwentnie realizuje strategię inwestycyjną zakładającą inwestycje w spółki posiadające pozycję lidera w wybranych segmentach rynku e-commerce, charakteryzujących się dużym potencjałem wzrostu.

- Answear.com, oferujący ponad 200 marek i 15 tys. produktów jest pierwszym projektem o tak dużej skali na rynku polskim, który może z sukcesem wykorzystać wysoką dynamikę wzrostu segmentu e-fashion - powiedział Sylwester Janik, Partner w MCI Management S.A. prowadzący projekt - Jednocześnie, spółka jest rozwijana przez doświadczonych przedsiębiorców, którzy odnieśli sukces nie tylko w zakresie budowy sieci tradycyjnych sklepów odzieżowych, lecz również wprowadzania własnych marek, co jest ważne dla zyskowności tego typu przedsięwzięć jak Answear.com - dodaje.

Answear.com to czwarta po Intymna.pl (lider segmentu sprzedaży bielizny online), KupiVIP.ru (lider sprzedaży odzieży online w Rosji w formule klubu zakupowego) oraz 21Diamonds.de (lider sprzedaży biżuterii i dodatków w Niemczech) spółka z segmentu e-fashion w portfelu inwestycyjnym MCI. TechVentures. Podobnie jak w przypadku trzech pierwszych inwestycji, zaangażowanie MCI w Answear.com nie ograniczy się tylko do inwestycji finansowej. Celem funduszu jest wsparcie zarządu spółki w zakresie realizacji strategii rozwoju zakładającej wzrost udziału w rynku w Polsce oraz krajach sąsiednich.

- Celem jest umocnienie pozycji rynkowej Answear.com w Polsce i wybranych krajach Europy Środkowo-Wschodniej w segmencie multibrandowych sklepów online. Jesteśmy przekonani, że dzięki pozyskaniu tak doświadczonego inwestora jakim jest fundusz MCI.TechVentures osiągniemy ten cel szybciej, m.in. poszerzając ofertę produktową dla

klientów, zwiększając nakłady na promocję oraz wprowadzając własną markę”- powiedział Krzysztof Bajolek, Prezes i założyciel Wearco.

Polski rynek e-commerce charakteryzuje się dużym potencjał wzrostu. Wyniki badań wskazują, że w ubiegłym roku na zakupy w Internecie Polacy wydali 21 mld zł Według danych Forrester Research wartość e-handlu w Polsce wzrosła w 2013 roku o 24 proc., dzięki czemu Polska będzie liderem w Europie pod względem dynamiki wzrostu. Równie optymistyczne są dane firmy Nielsen. Według jej badań branża internetowa zyskuje coraz większe zaufanie wśród Polaków, dzięki czemu w najbliższym czasie liczba klientów robiących zakupy w sklepach internetowych może zwiększyć się o blisko 25%.

O Wearco sp. z o.o., (Answear.com):

Spółka została założona w 2011 r. przez Krzysztofa Bajółka i zespół związany poprzednio z Artmanem (marki House i Mohito) i LPP. Answear.com to pierwsza multibrandowa platforma e-commerce w polskiej branży odzieżowej. Answear to połączenie sklepu internetowego i bogatej części lifestylowej, w obrębie której publikowane są sesje wizerunkowe i rekomendacje profesjonalnych stylistów. W 2011 r. otworzył swój pierwszy salon stacjonarny w kieleckiej galerii Echo. Wśród ponad 200 marek dostępnych w Answear znajdują się między innymi G-Star, Pepe Jeans, Scotch & Soda, Tom Tailor, Diesel, Tommy Hilfiger, Marco Polo, Calvin Klein, Melissa, Guess Jeans, Jack & Jones, Vero Moda, Nike Sportswear, Adidas, Desigual, Clark, Vagabond, Onitsuka Tiger, Cheap Monday.

Według rankingu sklepów internetowych (edycja 2012) przygotowanego przez money.pl, Gazetę Wyborczą i portal wyborcza.biz, Answear.com zajął 1. miejsce w kategorii moda (odzież, obuwie, biżuteria).