

# 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).