

Oferta akcji Answear.com S.A. będzie przeprowadzana wyłącznie na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej. W związku z powyższym rozpowszechnianie niniejszego dokumentu w niektórych państwach może być zabronione. Niedozwolona jest dystrybucja niniejszego dokumentu na terytorium Stanów Zjednoczonych Ameryki, Kanady, Japonii lub Australii. Informacje zawarte w załączonym dokumencie nie stanowią oferty sprzedaży ani zaproszenia do złożenia oferty nabycia papierów wartościowych w Stanach Zjednoczonych Ameryki, Kanadzie, Japonii ani Australii.

## **W drodze na giełdę – Answear.com S.A.**

---

### ***Działalność grupy***

Emitent prowadzi działalność polegającą na sprzedaży elektronicznej odzieży, obuwia oraz akcesoriów. Emitent samodzielnie organizuje cały proces sprzedaży, poczynając od zakupu towarów, wprowadzenia ich na magazyn, zaprezentowania na stronie internetowej i w aplikacji mobilnej, dostarczenia narzędzi do ich wyszukiwania, poprzez proces składania zamówienia i obsługi klienta, aż po dostawę zamówionego towaru i obsługę potencjalnych zwrotów. Emitent koncentruje się na rozpoznawalnych markach w swoich kategoriach, starannie selekcionując ofertę tak, aby była maksymalnie dopasowana do poszczególnych rynków zbytu, przy jednoczesnym zapewnieniu Emitentowi odpowiedniej rotacji produktów i rentowności sprzedaży. Emitent oferuje szeroki wybór kolekcji damskich, męskich i dziecięcych. W ofercie Emitenta, według stanu na dzień 30 czerwca 2020 r. znajduje się ok. 80 tys. produktów – ubrania, buty i akcesoria dla kobiet, mężczyzn i dzieci z ponad 350 światowych marek. W poprzednich okresach liczba pozycji asortymentowych wynosiła odpowiednio: 55 tys. w 2017 r., 66 tys. w 2018 r., 77 tys. w 2019 r. oraz 75 tys. na koniec pierwszego półrocza w 2019 r. Wśród nich są popularne marki odzieżowe (Mango, Vero Moda), marki sportowe (Adidas, Nike, New Balance), marki jeansowe (Levi's, Lee, Wrangler), a także znane marki premium (Diesel, Guess Jeans, CK, Tommy Hilfiger, Valentino, DKNY). Istotną częścią oferty są marki premium charakteryzujące się wysoką ceną jednostkową, pozytywnie wpływającą na wartość średniego koszyka i rentowność transakcji, i tym samym średnią rentowność pojedynczej transakcji. Oferta produktów z niższej półki cenowej jest oparta głównie o produkty Marki Własnej, dającej możliwość generowania wyższych marż, oraz marki Medicine.

### ***Cele i strategia***

Celem Emitenta jest pozostanie jednym z liderów w sprzedaży mody online na rynkach krajów Europy Środkowo-Wschodniej w segmencie ludzi młodych (25 – 40 lat).

Docelowym klientem Emitenta jest przede wszystkim przedstawiciel Klasy średniej, któremu Emitent oferuje nową jakość zakupów, w postaci o wiele bogatszej i ciekawszej niż w galeriach handlowych oferty aspiracyjnych marek, pozwalającej na podkreślenie statusu społecznego oraz zaspokojenie oczekiwań wygody i przyjemności dokonywania zakupów. Pod pojęciem „klasy średniej” w Polsce rozumie się osoby, które dysponują dochodem rozporządzalnym (liczonym jako dochód bez stałych wydatków) w przedziale od 1.500 do 4.500 PLN – na podstawie raportu Polskiego Instytutu Ekonomicznego. Jak wynika z badania, są to ludzie, którzy cenią wygodę, komfort, dysponują zwiększoną siłą nabywczą, mają wysokie aspiracje i są zorientowani na zakup produktów bardziej prestiżowych, z

wyższej półki. Niekoniecznie je już posiadają, ale przynajmniej chcieliby posiadać, ponieważ w pewnym sensie marka nabywanego produktu definiuje ich status. Należą do niej przedsiębiorcy, naukowcy oraz specjaliści z różnych dziedzin, lekarze, prawnicy, specjaliści od marketingu, informatycy, dziennikarze, artyści, nauczyciele szkół wyższych i średnich. Są to osoby posiadające wyższe wykształcenie, co nie jest jednakże warunkiem koniecznym. Szacuje się, że polska Klasa średnia liczy od 11 do 12 mln osób, co stawia nas w czołówce państw europejskich.

Według badań firmy IQS „Raport Adults Power, 2019”, ta grupa konsumentów jest otwarta na nowe doświadczenia – nowe formy wypoczynku, nowe produkty, marki, nowinki technologiczne. Mają dużą gotowość na zmiany w różnych obszarach życia. Są nowoczesni, podążają za trendami. Tendencję zachowań zakupowych tej grupy determinuje fakt, że osoby te często dużo pracują i mają mało wolnego czasu, który jest dla nich bardzo cenny. Dlatego nie chcą go poświęcać na odwiedzanie galerii handlowych i zakupy w sklepach stacjonarnych, a zakupy online są dla nich rozwiązaniem i często z nich korzystają. I przede wszystkim dla tej grupy klientów Emitent będzie kierował i dalej rozwijał swoją ofertę.

Zarząd Emitenta posiada sprecyzowaną strategię rozwoju Emitenta na najbliższe lata. W 2020 r. Emitent planuje obronę i kontynuowanie ugruntowania pozycji na już istniejących rynkach, poprawę parametrów sprzedaży i intensywne działania mające na celu pozyskanie nowych klientów. Zarząd planuje także dalsze poszerzenie oferty produktowej co powinno pozwolić na skuteczne konkurowanie z lokalnymi przedstawicielami branży. Emitent pragnie zaoferować nowo tworzącej się Klasie średniej nową jakość zakupów w postaci o wiele bogatszej i ciekawszej oferty, aspiracyjnych marek, pozwalającą na podkreślenie statusu społecznego i zaspokojenie oczekiwań wygody i przyjemności dokonywania zakupów. Poszerzenie oferty wraz z ciągłym dopasowywaniem jej do potrzeb klienta pozwala na efektywne zwiększanie rotacji zapasu magazynowego, a co za tym idzie na znaczną poprawę generowanych marż na sprzedaży. Emitent planuje także pozyskanie środków z Oferty. Środki te powinny pomóc w realizacji planów wzrostowych w latach 2021-2022.

Emitent dynamicznie rozwija sprzedaż odzieży, obuwia oraz akcesoriów w kanale internetowym. Kluczową cechą Answear.com jest – obok aktywności marketingowych służących promowaniu sklepów i docieraniu do nowych klientów – ciągła realizacja nowych pomysłów funkcjonalnych. Emitent nadal będzie skupiał się na wprowadzaniu nowych rozwiązań informatycznych, mających na celu dostarczenie klientom zupełnie nowej jakości funkcjonowania sklepów internetowych, a także dużo lepszą i szybszą obsługę klienta. Lata 2017-2019 były okresem intensyfikacji prac nad Marką Własną i optymalizacją procesów wsparcia. Skala działań marketingowych zostanie utrzymana wspólnie do planowanych wzrostów sprzedaży. Emitent jest przygotowany do dalszego wzrostu i otwarcia nowych rynków, z w pełni skalowalnymi narzędziami i procesami wsparcia tego rozwoju oraz infrastrukturą logistyczną.

## Historia

W lutym 2011 r. odbył się oficjalny start sklepu internetowego [www.answer.com](http://www.answer.com), który początkowo był prowadzony przez spółkę Invest PBB spółka z ograniczoną odpowiedzialnością S.K.A

W 2012 r. Krzysztof Bajolek i Arkadiusz Bajolek założyli spółkę Wearco sp. z o.o., w tym samym roku sklep internetowy wraz z zespołem składników majątkowych i niemajątkowych tworzących zorganizowaną część przedsiębiorstwa został wniesiony do spółki Wearco sp. z o.o.

W 2012 r. Wearco sp. z o.o. uruchomiła program lojalnościowy „AnswearClub” – jeden z pierwszych w branży modowej, który pozwolił klientom odkładać 10% wartości koszyka na kolejne zakupy.

W 2013 r. Akcjonariusz Sprzedający zainwestował w Wearco sp. z o.o., obejmując mniejszościowy pakiet udziałów. Środki pozyskane od Akcjonariusza Sprzedającego zostały przeznaczone na sfinansowanie ekspansji Wearco sp. z o.o. w regionie Europy Środkowo-Wschodniej.

W 2014 r. Wearco sp. z o.o. rozpoczęła działalność na pierwszych zagranicznych rynkach – w Czechach i na Słowacji.

W 2015 r. Wearco sp. z o.o. wkroczyła ze swoją ofertą na kolejne rynki Europy Środkowo-Wschodniej – na Ukrainie oraz w Rumunii.

W 2016 r. Wearco sp. z o.o. weszła ze swoją ofertą na rynek na Węgrzech, a całkowite przychody ze sprzedaży spółki przekroczyły 20 mln EUR.

W 2017 r. Wearco sp. z o.o. uruchomiła aplikację mobilną – nowy kanał sprzedaży, umożliwiający klientom dokonywanie zakupów. W tym samym roku spółka wprowadziła również nową strategię komunikacji „We Are The Answear”.

W 2018 r. Wearco sp. z o.o. zdecydowała się na dalszy krok ekspansji – do Bułgarii oraz zrealizowała kolejny cel – przekroczyła 50 mln EUR przychodów. Spółka utworzyła również własny dział deweloperski celem przeprowadzenia aktualizacji i rozwoju swojego systemu IT obsługującego sprzedaż internetową.

W 2019 r. Wearco sp. z o.o. zmieniła lokalizację swojego magazynu, z dotychczasowej lokalizacji w Skawinie do nowego centrum magazynowego mieszczącego się w Kokotowie, o całkowitej powierzchni 39 tys. m<sup>2</sup>. W tym samym roku Wearco sp. z o.o. zmieniła formę prawną na spółkę akcyjną. Rejestracja Emitenta w KRS nastąpiła w dniu 29 listopada 2019 r.

W dniu 25 września 2020 r. w Rejestrze Przedsiębiorców KRS została zarejestrowana zmiana nazwy

Emitenta z Wearco Spółka Akcyjna na Answear.com Spółka Akcyjna

**Czynniki ryzyka  
dotyczące  
działalności Emitenta**

Przed podjęciem decyzji o inwestycji w Akcje, Inwestor powinien dokonać wnikliwej analizy przedstawionych poniżej czynników ryzyka oraz pozostałych informacji zawartych w Prospekcie. Wystąpienie któregośkolwiek z poniższych czynników ryzyka może mieć istotnie negatywny wpływ na działalność i sytuację finansową Emitenta lub jego grupy kapitałowej, a w konsekwencji na cenę akcji Emitenta. Spadek ceny rynkowej akcji Emitenta, w tym Akcji Oferowanych, może spowodować, że Inwestor poniesie stratę równą wartości inwestycji w akcje Emitenta lub jej części.

Przedstawione poniżej ryzyka w danym czasie mogą okazać się niekompletne. Emitent oraz inwestycja w akcje Emitenta mogą być narażone na dodatkowe ryzyka, które w Dacie Prospektu nie są znane podmiotom odpowiedzialnym za sporządzenie Prospektu.

- **Ryzyko związane z niezrealizowaniem strategii Emitenta.**
- **Ryzyko związane z rozpoznawalnością i wizerunkiem Emitent oraz siłą marki.**
- **Ryzyko związane z utrzymaniem bazy klientów.**
- **Ryzyko związane z jakością produktów oferowanych przez Emitenta.**
- **Ryzyko zakłóceń, awarii lub złamania zabezpieczeń systemów informatycznych.**
- **Ryzyko związane z rozwojem nowych technologii.**
- **Ryzyko niesprzedanych towarów.**
- **Ryzyko związane z cyklem produkcyjno-logistycznym, produkcją usługową i nieterminowymi dostawami produktów Emitenta.**
- **Ryzyko związane z magazynem centralnym Emitenta.**
- **Ryzyko związane z korzystaniem przez Emitenta z finansowania dłużnego.**
- **Ryzyko związane z formą własności magazynu centralnego.**
- **Ryzyko związane z działaniami marketingowymi.**
- **Ryzyko związane ze zwrotami zamówień.**
- **Ryzyko związane z limitami należności i ubezpieczeniem należności handlowych od Emitenta.**
- **Ryzyko związane z naruszeniem praw własności intelektualnej.**
- **Ryzyko związane z zasobami ludzkimi.**
- **Ryzyko zewnętrznych dostawców usług płatniczych.**
- **Ryzyko związane z niewystarczającą ochroną ubezpieczeniową Emitenta.**

- Ryzyko związane z pogorszeniem lub utratą relacji z dostawcami produktów oferowanych przez Emitenta.

**Wybrane  
historyczne  
informacje  
finansowe**

**Tabela 1. Wybrane informacje finansowe z rachunku zysków i strat dla wskazanych okresów**

(w tys. PLN)	Od 1 stycznia 2020 do 30 września 2020 (niezbadane)	Od 1 stycznia 2020 do 30 czerwca 2020 (zbadane)	Od 1 stycznia 2019 do 31 grudnia 2019 (zbadane)	Od 1 stycznia 2018 do 31 grudnia 2018 (zbadane)	Od 1 stycznia 2017 do 31 grudnia 2017 (zbadane)
Przychody ze sprzedaży	263 433	173 244	311 207	220 796	145 040
Koszt działalności operacyjnej	250 289	164 840	304 293 2	227 088	151 763
Amortyzacja	6 152	4 056	5 240	3 581	3 227
Zużycie materiałów i energii	2 966	1 898	4 316	3 754	2 229
Usługi obce	37 536	24 644	47 329	33 413	22 800
Podatki i opłaty	340	190	510	514	303
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników	21 528	13 807	28 780	23 857	16 192
Pozostałe koszty rodzajowe	26 891	17 565	36 487	31 192	23 406
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	154 876	102 679	181 630	130 776 8	83 605
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	13 144	8 404	6 914	-6 292	-6 722
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	12 092	8 119	4 374	-6 998	-7 834
Zysk (strata) netto	4 353	2 518	10 874	-8 280	- 8 876
Zysk (strata) netto na jedną akcję	0,28	0,16	0.74	-0.58	-0.71

Źródło: Sprawozdania Finansowe. Historyczne Informacje Finansowe; Śródroczne Informacje Finansowe, Kwartalne Informacje Finansowe

**Tabela 2. Wybrane informacje finansowe ze sprawozdania z sytuacji finansowej na wskazane daty**

(w tys. PLN)	Od 1 stycznia 2020 do 30 września 2020 (niezbadane)	Od 1 stycznia 2020 do 30 czerwca 2020 (zbadane)	Od 1 stycznia 2019 do 31 grudnia 2019 (zbadane)	Od 1 stycznia 2018 do 31 grudnia 2018 (zbadane)	Od 1 stycznia 2017 do 31 grudnia 2017 (zbadane)
Aktywa trwałe	77 294	78 813	80 652	11 651	11 444
Aktywa obrotowe	143 236	116 951	126 605	99 410	73 523
Zapasy	113 542	74 482	88 808	69 074	53 672
Należność	21 856	20 139	24 239	21 478	13 510
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	6 734	21 005	12 213	7 534	5 023
Aktywa razem	220 530	195 765	207 257	111 061	84 967
Kapitał własny	58 596	56 762	54 244	35 072	27 331
Zobowiązania	161 934	139 003	153 013	75 989	57 636
Długoterminowe	61 080	54 160	55 319	952	1 404
Krótkoterminowe	100 854	84 843	97 694	75 037	56 232
Pasywa razem	220 530	195 765	207 257	111 061	84 967

Źródło: Sprawozdania Finansowe. Historyczne Informacje Finansowe; Śródroczne Informacje Finansowe, Kwartalne Informacje Finansowe

**Tabela 3. Wybrane pozycje ze sprawozdania z przepływów pieniężnych dla wskazanych okresów**

(w tys. PLN)	Od 1 stycznia 2020 do 30 września 2020 (niezbadane)	Od 1 stycznia 2020 do 30 czerwca 2020 (zbadane)	Od 1 stycznia 2019 do 31 grudnia 2019 (zbadane)	Od 1 stycznia 2018 do 31 grudnia 2018 (zbadane)	Od 1 stycznia 2017 do 31 grudnia 2017 (zbadane)
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	4 325	30 549	-2 367	-14 872	-21 071
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	7 359	-1 066	-4 257	-2 726	-1 854
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	-17 162	-20 691	11 303	20 109	25 954
Zwiększenia/(zmniejszenie) netto środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	-5 478	8 792	4 679	2 511	3 030
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty na początek roku obrotowego	12 213	12 213	7 534	5 023	1 993
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty na koniec roku obrotowego	6 735	21 005	12 213	7 534	5 023

Źródło: Sprawozdania Finansowe. Historyczne Informacje Finansowe; Śródroczne Informacje Finansowe, Kwartalne Informacje Finansowe

**Informacje o Ofercie**

Na podstawie Prospektu przedmiotem Oferty jest do 4.364.500 (słownie: cztery miliony trzysta sześćdziesiąt cztery tysiące pięćset) akcji zwykłych, o wartości nominalnej 0,05 PLN (słownie: pięć groszy) każda, w tym:

- 1) nie mniej niż 1.000.000 i nie więcej niż 1.841.000 (słownie: milion osiemset czterdzieści jeden tysięcy) nowo emitowanych Akcji Serii D oferowanych przez Emitenta oraz
- 2) nie więcej niż 2.523.500 (słownie: dwa miliony pięćset dwadzieścia trzy tysiące pięćset) Akcji Serii A oferowanych przez Akcjonariusza Sprzedającego – MCI.PrivateVentures FIZ.

Poniższa tabela przedstawia strukturę akcjonariatu na Datę Prospektu

Tabela 1. Struktura akcjonariatu na Datę Prospektu.

	Liczba akcji/głosów (szt.)	Wartość nominalna posiadanych akcji (PLN)	% kapitału/ głosów (w zaokrągleniu do 2. miejsca po przecinku)
Forum X Fundusz Inwestycyjny Zamknięty	10.302.000	515.100,00	67,12%
Akcjonariusz Sprzedający	5.047.000	252.350,00	32,88%

*Źródło: Spółka.*

Akcjonariuszem posiadającym bezpośrednio powyżej 5% w ogólnej liczbie głosów na WZA jest Forum X Fundusz Inwestycyjny Zamknięty, zarządzany przez Forum Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. z siedzibą w Krakowie, który posiada bezpośrednio 10.302.000 akcji Emitenta, stanowiących 67,12% kapitału zakładowego Emitenta, uprawniających do 10.302.000 głosów stanowiących 67,12% ogólnej liczby głosów na WZA. Drugim akcjonariuszem posiadającym ponad 5% w ogólnej liczbie głosów na WZA jest Akcjonariusz Sprzedający, zarządzany przez MCI TFI, który posiada bezpośrednio 5.047.000 akcji Emitenta, stanowiących 32,88% kapitału zakładowego Emitenta, uprawniających do 5.047.000 głosów stanowiących 32,88% ogólnej liczby głosów na WZA. W Dacie Prospektu żaden inny podmiot nie posiada akcji Emitenta

Akcjonariusz Sprzedający posiada bezpośrednio 5.047.000 akcji Emitenta, które stanowią 32,88% kapitału zakładowego Emitenta i uprawniają do 5.047.000 głosów stanowiących 32,88% ogólnej liczby głosów na WZA. Akcjonariusz Sprzedający po zakończeniu Oferty:

- 1) przy założeniu sprzedaży wszystkich Akcji Sprzedawanych oraz objęcia wszystkich Nowych Akcji, posiadać będzie bezpośrednio 2.523.500 akcji Emitenta, które stanowią 14,68% kapitału zakładowego Emitenta i uprawniać będą do 2.523.500 głosów stanowiących 14,68% ogólnej liczby głosów na WZA,
- 2) przy założeniu niedokonania sprzedaży jakichkolwiek Akcji Sprzedawanych, natomiast objęcia wszystkich Nowych Akcji przez Inwestorów (innych niż Akcjonariusz Sprzedający), posiadać będzie bezpośrednio 5.047.000 akcji Emitenta, które stanowią 29,36% kapitału zakładowego Emitenta i uprawniać będą do 5.047.000 głosów stanowiących 29,36% ogólnej liczby głosów na WZA.

Niniejszy materiał (oraz informacje w nim zamieszczone) ma charakter wyłącznie promocyjny (reklamowy). W szczególności, nie stanowi on jakiegokolwiek oferty sprzedaży, nakłaniania lub zaproszenia do składania ofert ani propozycji nabycia instrumentów finansowych, jak również nie należy traktować go jako źródła wiedzy wystarczającej do podjęcia decyzji inwestycyjnej dotyczącej nabywania instrumentów finansowych, w szczególności na terytorium Polski. Jedynym prawnie wiążącym dokumentem zawierającym informacje o Answear.com S.A. z siedzibą w Krakowie („Spółka”), na podstawie którego zostanie przeprowadzona pierwsza oferta publiczna akcji Spółki na terytorium Polski, jest prospekt, sporządzony zgodnie z postanowieniami Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/1129 z dnia 14 czerwca 2017 w sprawie prospektu, który ma być publikowany w związku z ofertą publiczną papierów wartościowych lub dopuszczeniem ich do obrotu na rynku regulowanym oraz uchylenia dyrektywy 2003/71/WE.

Prospekt, po jego zatwierdzeniu w dniu 9 grudnia 2020 roku przez Komisję Nadzoru Finansowego („KNF”), jest jedynym prawnie wiążącym dokumentem ofertowym zawierającym informacje o Spółce i oferowanych papierach wartościowych Spółki, a także o ich dopuszczeniu i wprowadzeniu do obrotu na rynku regulowanym prowadzonym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. Prospekt został opublikowany na stronie internetowej Spółki (<https://answear.com/relacje-inwestorskie>) i Firmy Inwestycyjnej ([www.trigon.pl](http://www.trigon.pl)). Zatwierdzenia Prospektu przez KNF nie można rozumieć jako poparcia dla papierów wartościowych oferowanych w ofercie lub objętych dopuszczeniem do obrotu na rynku regulowanym. Wszystkie szacunki, opinie i prognozy zawarte w materiale są aktualne na dzień jego sporządzenia, a zaprezentowane przyszłe wyniki Spółki mogą nie być zgodne z przedstawionymi prognozami. Informacje zawarte w materiałach są aktualne na dzień ich umieszczenia na stronie internetowej i mogą być zmieniane bez wcześniejszego powiadomienia, mogą być także niepełne lub skrócone oraz mogą nie zawierać wszystkich istotnych informacji dotyczących Spółki. Odpowiedzialność za sposób wykorzystania informacji zawartych w niniejszym materiale spoczywa wyłącznie na osobie korzystającej z tego materiału.

Oferta akcji Answear.com S.A. będzie przeprowadzana wyłącznie na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej. W związku z powyższym rozpowszechnianie niniejszego dokumentu w niektórych państwach może być zabronione. Niedozwolona jest dystrybucja niniejszego dokumentu na terytorium Stanów Zjednoczonych Ameryki, Kanady, Japonii lub Australii. Informacje zawarte w załączonym dokumencie nie stanowią oferty sprzedaży ani zaproszenia do złożenia oferty nabycia papierów wartościowych w Stanach Zjednoczonych Ameryki, Kanadzie, Japonii ani Australii.