

**Raport bieżący nr 14/2022****Data sporządzenia:** 5 lipca 2022 r.**Temat:** Wstępne wybrane dane dotyczące sprzedaży Answear.com S.A. za II kwartał 2022 r. oraz I półrocze 2022 r.**Podstawa prawna:** Art. 17 ust. 1 MAR - informacje poufne.**Treść raportu:**

Zarząd Answear.com SA ("Spółka") przekazuje do publicznej wiadomości wstępne wybrane dane dotyczące sprzedaży Spółki za II kwartał 2022 r. oraz I półrocze 2022 r. wraz z wartościami porównawczymi za II kwartał 2021 r. oraz I półrocze 2021 r.

Wstępne dane dotyczące sprzedaży za II kwartał 2022 r. oraz I półrocze 2022 r.:

- W drugim kwartale 2022 r. sprzedaż online (1) wzrosła o 30% w porównaniu do analogicznego okresu 2021 r., osiągając kwotę 198 mln zł (II kwartał 2021 r.: 152 mln zł). Sprzedaż online za I półrocze 2022 r. wyniosła 364 mln zł i wzrosła o 31% w porównaniu do I półrocza 2021 r., w którym zanotowano sprzedaż online w wysokości 278 mln zł.
- Przychody ze sprzedaży według sprawozdawczości MSSF (2) w drugim kwartale 2022 r. wyniosły 196 mln zł osiągając dynamikę 2Q2022 / 2Q2021 na poziomie 34% (II kwartał 2021 r.: 146 mln zł). Przychody ze sprzedaży za I półrocze 2022 r. wyniosły 374 mln zł i wzrosły o 39% w porównaniu do I półrocza 2021 r., w którym przychody ze sprzedaży wyniosły 270 mln zł.

Komentarz Zarządu do danych liczbowych:

- drugi kwartał to intensywna sprzedaż kolekcji letniej, która była uzupełniana sprzedażą nowej kategorii produktowej „Home&Lifestyle”. Konsekwentnie w tym okresie Spółka poszerzała i pogłębiała ofertę zwłaszcza w segmencie marek premium, natomiast marka własna answear.LAB zaprezentowała nową kolekcję „Be Brave”, inspirowaną silnymi i odważnymi kobietami znanymi ze świata popkultury i sztuki;
- sentyment zakupowy, obniżony w pierwszym kwartale wydarzeniami z Ukrainy, stopniowo odbudowywał się, zapewniając solidne dynamiki wzrostów sprzedaży;
- w maju br. Zarząd podjął decyzję o ponownym uruchomieniu dostaw do klientów na rynku ukraińskim (komunikat nr 10/2022 z dnia 16 maja 2022 r.). Po wznowieniu działalności na tym rynku, w ciągu dwóch miesięcy (maj i czerwiec) Spółka zanotowała dodatnią dynamikę sprzedaży on-line w porównaniu do analogicznego okresu dwóch miesięcy zeszłego roku;
- w czerwcu br. Spółka otworzyła działalność na 11 rynku – w Słowenii – kraju o wysokim wskaźniku dochodu „per capita” i dużej świadomości marek premium oraz rynkiem z potencjałem dalszych optymalizacji w zakresie obsługi logistycznej Answear.com dla kierunku bałkańskiego;
- Spółka w drugim kwartale kontynuowała działania mające na celu zwiększenie efektywności operacyjnej, a poprawa wskaźników operacyjnych oraz finansowych w połączeniu z osiągniętą dynamiką sprzedaży, zdaniem Zarządu, powinna przełożyć się na dobrą rentowność w tym okresie.

**Objaśnienia:**

(1) Sprzedaż online obejmuje zafiskalizowaną sprzedaż w danym okresie, z uwzględnieniem zafiskalizowanych, czyli dokonanych przez klientów i przyjętych na magazyn zwrotów w tym okresie, jak również sprzedaż prowadzoną na zasadach komisji wyrażoną w pełnej wartości (w cenie sprzedaży netto do klienta) oraz opłaty klientów za transport przesyłek o wartości poniżej progu darmowej dostawy;

(2) Przychody ze sprzedaży według sprawozdawczości MSSF obejmują przychody ze sprzedaży towarów zakupionych na rachunek własny i przychody ze sprzedaży usług, czyli głównie prowizje z tytułu sprzedaży komisowej, prowizję za prowadzenie sklepu [www.wearmedicine.com](http://www.wearmedicine.com) oraz opłaty klientów za transport przesyłek poniżej progu darmowej dostawy. Przychody ze sprzedaży uwzględniają również wartość rezerw na spodziewane w kolejnym okresie zwroty dotyczące sprzedaży z raportowanego okresu oraz wartość rezerwy na program lojalnościowy dla klientów.

Zastrzeżenie: Spółka informuje, że przedstawione dane sprzedażowe są wstępne, a ich obliczenia zostały dokonane według aktualnej wiedzy Zarządu i mogą różnić się od ostatecznych danych za II kwartał 2022 r. oraz I półrocze 2022 r., które będą znane po pełnym zamknięciu ksiąg rachunkowych.