



Informacja prasowa

Warszawa, 17 maja 2016 r.

### **56% wzrost sprzedaży Grupy HubStyle w I kwartale**

**HubStyle, właściciel popularnych marek odzieżowych, w I kwartale 2016 r. koncentrował się na dynamicznym wzroście skali biznesu – do wprowadzenia przygotowano dwa nowe koncepty modowe, wzmocniono obszar IT oraz logistykę. Przychody netto ze sprzedaży Grupy w pierwszych 3 miesiącach roku 2016 r. wzrosły o 56 proc.**

W I kwartale 2016 r. Grupa HubStyle odnotowała 4 644 tys. zł przychodów netto ze sprzedaży wobec 2 982 tys. zł przed rokiem. Ze względu na istotne nakłady związane z wdrażaniem kolejnych dwóch konceptów modowych, uruchomieniem nowego silnika do zarządzania platformami sklepowymi, a także wdrożeniem systemu ERP, w I kwartale Grupa poniosła 848 tys. zł straty wobec 213 tys. zł straty rok wcześniej. Poniesione wydatki mają na celu przygotowanie Grupy do intensywnego rozwoju w kolejnych kwartałach.

*„Jesteśmy na ważnym etapie rozwoju, który jest kluczowy z punktu widzenia przygotowania Grupy do dalszych, dynamicznych wzrostów. Poniesione w pierwszym kwartale nakłady umożliwiają nam rozwój skalowalnej infrastruktury i wzmocnienie logistyki” – mówi Wiktor Dymecki, Członek Zarządu, Dyrektor Finansowy HubStyle SA.*

Pierwsze trzy miesiące 2016 r. były okresem przygotowań do wprowadzenia kolejnych dwóch konceptów modowych. Opracowana została kompleksowa strategia marketingowa, prowadzone były działania związane z przygotowaniem kanałów sprzedaży nowych branów. Już w II kwartale HubStyle wprowadził dwie nowe marki: Kragelman - pierwszy męski brand w portfolio - oraz Freakylicks - skierowany do młodych kobiet, brand mody ulicznej.

*„Po wdrożeniu w ostatnich tygodniach dwóch nowych marek nasze portfolio jest kompletne. Uruchomione pod koniec 2015 r. Cardio Bunny już po trzech miesiącach osiągnęło poziom sprzedaży zapewniający rentowność operacyjną, dobrze radzi sobie Sugarfree – nasz najbardziej rozwinięty koncept. Pracujemy nad doprowadzeniem do rentowności naszych nowych brandów” – mówi Monika Englicht, Prezes Zarządu HubStyle S.A.*

W I kwartale 2016 r. Grupa prowadziła również prace związane z uruchomieniem nowego silnika do zarządzania platformami sklepowymi, a także z wdrożeniem systemu ERP. Wszystkie wydatki związane z opracowaniem nowych rozwiązań dedykowanych segmentowi odzieżowemu zostały potraktowane jako koszty operacyjne i wpłynęły na obniżenie wyniku w I kwartale 2016 r. Obecnie portfolio HubStyle jest kompletne, a Grupa koncentruje się na dynamicznym wzroście skali biznesu już działających marek odzieżowych.

#### **O Grupie:**

**Grupa HubStyle** to nowoczesne i innowacyjne przedsiębiorstwo na miarę XXI wieku. Jesteśmy dynamiczną spółką, która z roku na rok odnotowuje wzrost udziału w rynku, stwarzając tym samym

# HubStyle

coraz to lepsze perspektywy dla naszych akcjonariuszy. HubStyle koncentruje się na dynamicznie rosnących obszarach e-commerce: budowie silnego portfolio własnych marek lifestyle'owych oraz prowadzeniu platformy internetowej służącej do komunikacji pomiędzy sprzedającymi a kupującymi. Nasz zespół składa się wyłącznie z profesjonalistów, którzy dokładają wszelkich starań, aby HubStyle utrzymała pozycję lidera rynkowego oraz kontynuowała swój rozwój.

**Sugarfree** to marka oferująca modne sukienki, które są projektowane i szyte w Polsce. W naszej kolekcji znajdują się zarówno sukienki na specjalne okazje jak i na co dzień. Staramy się szybko reagować na zmieniające się trendy i często aktualizować ofertę, by dostarczać naszym Klientkom najmodniejsze fasony i wzory danego sezonu. Bardzo duży nacisk kładziemy na szybką i profesjonalną obsługę klienta, dzięki czemu zyskujemy wiele pozytywnych opinii na temat działania naszego sklepu internetowego.

Marka **Cardio Bunny** została stworzona dla młodych kobiet które aktywnie spędzają wolny czas. Marka wychodzi naprzeciw modzie bycia fit oraz zdrowemu trybowi życia, oferując swoim klientkom sportowe ubrania, które są noszone również poza siłownią. Przewagą Cardio Bunny nad innymi markami jest oferta kobiecych i modnych ubrań na siłownię.

U podstaw marki **Emente** stoi sprzeciw wobec nijakim ubraniom, które są produkowane w tysiącach sztuk na Dalekim Wschodzie i wyglądają dobrze tylko do pierwszego prania. Emente to kolekcje tworzone przez kobiety, z myślą o potrzebach innych kobiet, które wyznają podobne wartości. Oferowany asortyment jest unikatowy pod względem jakości oraz opieki nad każdą klientką. Ubrania uszyte są z tkanin najwyższej jakości, w polskich szwalniach, przy zachowaniu tradycyjnych technik krawieckich.

**Kragelman** to marka pierwsza marka w portfolio HubStyle skierowana do nowoczesnych mężczyzn, coraz częściej zapracowanych, aktywnych i dbających o swój wygląd. Koszule o zróżnicowanej stylistyce dostosowane są do aktualnych trendów modowych, a jednocześnie wygodne. Łączą miejską elegancję z luzem i naturalnością. Nazwa marki Kragelman powstała od słowa kragel, czyli kołnierz.

Marka **Freakylicks** skupia się na modzie ulicznej, podkreśla niepokorność, charyzmę i odwagę w kobiecym stylu ubierania. Brand wnosi świeżość w styl ubierania się młodych i niezależnych kobiet żyjących w dużym mieście. Kreuje kobiecy, uliczny styl, dodając pikanterii tradycyjnym rozwiązaniom. Kładzie nacisk na indywidualny, odważny styl, jednocześnie kreując tematy do dyskusji wśród innych marek.