

## Założenia Strategiczne Grupy Modern Commerce S.A. na lata 2021-2024

Warszawa, 21.06.2021

Zarząd Modern Commerce S.A. niniejszym prezentuje akcjonariuszom oraz pozostałym interesariuszom strategię rozwoju grupy Modern Commerce (dalej „Grupa”) na lata 2021-2024, przy założeniu włączenia do grupy spółki IT Fashion Polska Group & Partners, właściciela marki Moliera2.com.

Główne cele strategiczne to:

- stworzenie wyjątkowego ekosystemu firm e-commerce na krajowym rynku poprzez konsolidację komplementarnych platform, głównie w obszarze dóbr luksusowych i premium;
- osiągnięcie wiodącej pozycji na krajowym rynku sprzedaży online dóbr luksusowych i premium;
- osiągnięcie korzyści skali i głębokich synergii operacyjnych pomiędzy platformami, prowadzących do fundamentalnych przewag konkurencyjnych, w tym poprzez:
  - wykorzystanie potencjału marketingowego marki Moliera2, m.in. w obszarze niezagospodarowanych kategorii fashion i innych dóbr i usług luksusowych;
  - wykorzystanie doświadczenia Złotych Wyprzedaży w sprzedaży w drugim cyklu życia produktu;
  - wspólną infrastrukturę logistyczno-operacyjną;
  - wykorzystanie wspólnych rozwiązań analityczno-technologicznych i narzędzi MarTech.

Dzięki przyjętej strategii Grupa zamierza osiągnąć solidne podstawy do dalszego dynamicznego wzrostu i rozwoju, aby w najbliższych latach stać się jednym z czołowych graczy na rynku e-fashion w Polsce.

Modern Commerce przejmując 80% udziałów spółki IT Fashion Polska Group & Partners, właściciela marki Moliera2.com oraz pozostałe udziały należącej do Grupy spółki Mamissima.pl (z ekskluzywnymi produktami dla dzieci) rozpocznie wdrażanie założonej strategii.

Strategia Grupy obejmuje cele i aspiracje finansowe oraz operacyjne w horyzoncie 2021-2024:

- celem połączonych podmiotów jest wygenerowanie w 2021 r. łącznie przychodów w wys. ok. 128 mln zł oraz EBITDA w wys. ponad 8 mln zł (w ujęciu pro-forma);
- w 2022 r. celem jest osiągnięcie skonsolidowanych przychodów ze sprzedaży Grupy na poziomie 160 – 170 mln zł, udział przychodów e-commerce na poziomie 75-80% skonsolidowanych przychodów ze sprzedaży, uzyskanie rentowności EBITDA na poziomie 9%;
- dzięki wdrożeniu założonej strategii, celem jest osiągnięcie do 2024 r. skonsolidowanych przychodów ze sprzedaży Grupy poziomu ponad 260 mln zł i wzrostu wyniku EBITDA do blisko 30 mln zł.

### **ZAŁOŻENIA STRATEGICZNE GRUPY MODERN COMMERCE S.A.**

**Przyjęty plan działań obejmuje synergię serwisów z portfolio Grupy.** W najbliższym czasie zgodnie z założoną strategią nastąpi scalenie posiadanych podmiotów, w tym Moliera2, Mamissima oraz multibrandowego serwisu Zlotewyprzedaze.pl. Planowane działania operacyjne zakładają m.in.:

- **wprowadzenie synergii kompetencji i sformatowanie struktury do końca Q1 2022 r.** Stworzenie eksperckiego zespołu wysoce wykwalifikowanych pracowników we wszystkich obszarach nowoczesnego e-commerce. Misją powstałej komórki będzie wywindowanie Grupy do poziomu jednego z liderów sprzedaży dóbr luksusowych online;

- **zrównoważoną grupową strategię sprzedażową.** Podmioty z Grupy obejmą wspólny kierunek przy doborze celów sprzedażowych bazując na największej rynkowej bazie dostawców (jako suma kontrahentów pojedynczych podmiotów z Grupy). Selektywny dobór oferty i cyklu życia produktu dla poszczególnych serwisów wyklucza ryzyko wzajemnej kanibalizacji wyników sprzedażowych oraz udziałów w rynku;
- **dynamiczną strategię marketingową.** Spojrzenie na wszystkie biznesy z punktu widzenia jednego gracza i najsilniejszego brandu Grupy MC (Moliera2) którego przewagą negocjacyjną będzie istniejące portfolio serwisów. Silniejsze otwarcie w pertraktacjach z agencjami marketingowymi, firmami technologicznymi czy mediami;
- **wzmocnienie wizerunku i świadomości poszczególnych brandów Grupy.** Spójna strategia komunikacji w tworzeniu jednolitego podmiotu Modern Commerce oraz kontynuacja budowy eksperckości organizacji (liczne publikacje eksperckie w mediach branżowych oraz cykliczne badania konsumenckie). Wzajemne wykorzystanie kompetencji i wieloletnich doświadczeń w ramach współpracy podmiotów w Grupie MC;
- **optymalizację działań logistycznych** w ramach uwspólnienia operatora dla wszystkich jednostek z Grupy ze zdecydowanym skróceniem dostawy w ramach oferty stałej, oraz przygotowanie obsługi logistycznej pod międzynarodową ekspansję;
- **dalsze dynamiczne promowanie i skalowanie usługi marketplace** w ramach projektu Moliera2 i Przyjaciele oraz uruchomienie podobnych inicjatyw w pozostałych jednostkach Grupy.

W ramach prowadzonych działań Grupa zamierza utrzymać niezależność ofertową poszczególnych serwisów. Zastrzega jednak dalszą analizę optymalnego scenariusza dla wzmocnienia brandu Moliera2 w ramach pełnej oferty Grupy. W obecnym ujęciu poszczególne brandy będą funkcjonowały do końca Q1 2022 r. W tym czasie synergia przebiegać będzie pod znakiem wypunktowanych powyżej założeń. Spółki będą integrowane stopniowo, aby nie utracić obecnej dynamiki wzrostu poszczególnych brandów.

#### **SKONDENSOWANY KIERUNEK ROZWOJU POSZCZEGÓLNYCH BUSSINES UNITS**

- Moliera2 – do końca 2021 r. audyt wszystkich procesów spółki, który pozwoli na zidentyfikowanie i obranie optymalnych działań do osiągnięcia założonej strategii. Usprawnieniu będą podlegały kluczowe procesy z obszaru księgowości, raportowania (analityki), budżetowania oraz struktury przedsiębiorstwa. Dodatkowo, przeanalizowana zostanie architektura technologiczna wszystkich serwisów w grupie. W szczególności pod kątem funkcjonalności, przepustowości oraz użyteczności (UX).
- Złote Wyprzedaże – w 2021 r. koncentracja na wzbogaceniu oferty serwisu poprzez akwizycję nowych marek do aktualnego portfolio, w tym poszerzenie kompetencji new business. Spółka zamierza również kontynuować rozpoczęte już projekty rozwojowe w tym marketplace. Na przełomie 2021 i 2022 r. Złote Wyprzedaże rozpoczną inwestycje technologiczne, które pozwolą na sprawne wykorzystanie zgromadzonego potencjału bazy danych i jeszcze bardziej efektywny marketing. W 2022 r. spółka planuje kompetencyjnie wesprzeć Moliera2 w stworzeniu nowego konceptu obsługi posprzedażowej w drugim cyklu życia produktu.
- Mamissima – aktualnie trwają procesy łączenia kluczowych kompetencji pomiędzy serwisem Mamissima oraz Złotymi Wyprzedażami. W szczególności dotyczy to strategii marketingowej oraz realizacji ustalonych KPI. Do końca 2021 r. połączone zostaną pozostałe kluczowe obszary – m.in. produkcja, logistyka oraz księgowość. Dodatkowo, rozpoczęto wstępne rozpoznanie w przypadku stworzenia oferty produktów marki własnej. W dłuższym perspektywie czasu wprowadzenie kategorii Premium przy wykorzystaniu doświadczenia Moliera2 w obsłudze kategorii dóbr luksusowych.

#### **CELE I ASPIRACJE FINANSOWE ORAZ ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU W HORYZONCIE 2021-2024**

Strategia Grupy obejmuje cele i aspiracje finansowe oraz operacyjne w horyzoncie 2021-2024:

- celem połączonych podmiotów jest wygenerowanie w 2021 r. łączne przychodów w wys. ok. 128 mln zł oraz EBITDA w wys. ponad 8 mln zł (w ujęciu pro-forma);
- W 2022 r. celem jest osiągnięcie skonsolidowanych przychodów ze sprzedaży Grupy na poziomie 160 – 170 mln zł, udział przychodów e-commerce na poziomie 75-80% skonsolidowanych przychodów ze sprzedaży, uzyskanie rentowności EBITDA na poziomie 9%;
- dzięki wdrożeniu założonej strategii, celem jest osiągnięcie do 2024 r. skonsolidowanych przychodów ze sprzedaży Grupy poziomu ponad 260 mln zł i wzrostu wyniku EBITDA do blisko 30 mln zł.

Grupa przygotowuje plan zrównoważonego rozwoju w ramach czynników Environmental, Social and Governance (ESG). W najbliższych latach Modern Commerce planuje rozwijać współpracę z kontrahentami, których oferta jest zgodna z zasadami pro-środowiskowymi oraz prospołecznymi (w tym: dotyczącymi obniżenia wskaźników emisji CO<sub>2</sub>, zużycia energii elektrycznej i ilości wytwarzanych odpadów).

Dodatkowe informacje:

Wyniki Moliera2 za 2020 r.

Przychody ze sprzedaży towarów i usług	EBITDA	Zysk netto	Udział segmentu Online w całości przychodu
76,8 mln zł	3,4 mln zł	1,5 mln zł	63%

Zastrzeżenie:

Żadne stwierdzenie lub inny element zawarty w Strategii nie powinien być traktowany jako gwarancja, zapewnienie albo zobowiązanie do osiągnięcia w przyszłości jakiegokolwiek wyniku finansowego albo rezultatu finansowego przez Modern Commerce S.A. oraz Grupę. Modern Commerce S.A., żaden z podmiotów powiązanych spółki lub jej członkowie kadry kierowniczej lub pracownicy, poprzez publikację niniejszej Strategii, nie składają żadnych oświadczeń, gwarancji ani zobowiązań, wyraźnych lub dorozumianych co do osiągnięcia w przyszłości jakiegokolwiek wyniku finansowego i powyższa Strategia nie może stanowić podstawy powstania odpowiedzialności po stronie tych podmiotów w tym zakresie.