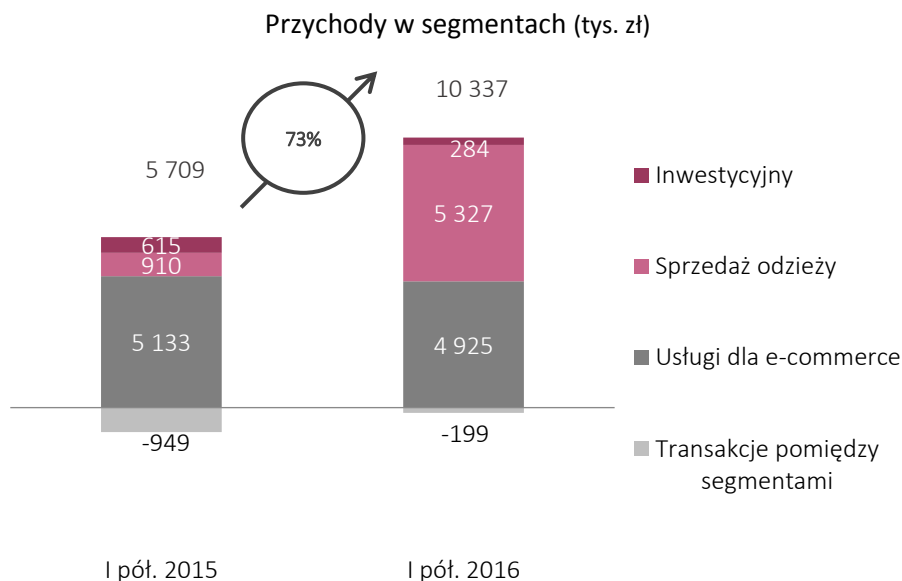


Grupa HubStyle zwiększyła przychody o 73% w I półroczu

HubStyle, notowany na warszawskiej giełdzie właściciel popularnych marek odzieżowych, podsumował I półrocze 2016 r. W tym okresie władze Spółki koncentrowały się na dalszym rozwoju skali biznesu i wzroście sprzedaży – wprowadzono dwa nowe koncepty, dla których opracowano kompleksowe strategie marketingowe, rozpoczęto współpracę z znanymi blogerkami i gwiazdami, wzmocniono logistykę oraz obszar IT. Dzięki podjętym działaniom przychody netto ze sprzedaży wzrosły o 73 proc.

W I półroczu 2016 r. Grupa HubStyle odnotowała 9 726 tys. zł przychodów netto ze sprzedaży wobec 5 626 tys. zł przed rokiem. Strata netto wyniosła 1 937 tys. zł i była związana z kosztami wdrożenia kolejnych dwóch marek odzieżowych i opracowaniem dla nich strategii marketingowych i uruchomieniem nowego silnika do zarządzania platformami sklepowymi. Wszystkie wydatki związane z opracowaniem nowych rozwiązań dedykowanych segmentowi odzieżowemu zostały potraktowane jako koszty operacyjne i w całości zostały odniesione na wynik finansowy I półrocza 2016 r. Poniesione wydatki mają na celu przygotowanie Grupy do intensywnego rozwoju w kolejnych kwartałach.



„W I półroczu udział naszego segmentu odzieżowego po raz pierwszy przekroczył połowę przychodów Grupy. Osiągnięte wyniki dowodzą, że przyjęta strategia, zgodnie z którą za kluczowe aktywo Grupy uznajemy spółkę Sugarfree i dalszy rozwój na rynku e-commerce poprzez budowę portfolio silnych, dobrze rozpoznawalnych marek własnych, doskonale się sprawdza” – mówi Monika Englicht, Prezes Zarządu HubStyle SA. „Na chwilę obecną nasze portfolio jest kompletne i tworzy je pięć brandów. Największy udział we wzroście ma nasza najbardziej dojrzała marka, czyli Sugarfree, ale również

HubStyle

nasze nowe koncepty poprawiają swoje wyniki.” – mówi Wiktor Dymecki, Członek Zarządu, Dyrektor Finansowy HubStyle SA.

W I półroczu 2016 r. HubStyle wprowadził kolejne dwa koncepty modowe: Kragelman - pierwszy męski brand w portfolio - oraz Freakylicks - skierowany do młodych kobiet, brand mody ulicznej. Był to okres przygotowań do ich uruchomienia - opracowane zostały kompleksowe strategie marketingowe, prowadzone były badania rynku i działania związane z przygotowaniem kanałów sprzedaży nowych branż. W I półroczu po raz pierwszy przychody segmentu sprzedaży odzieży przewyższyły przychody segmentu usługi dla e-commerce, za którego główne aktywo uważa się Nokaut.pl. Przychody segmentu odzieży wyniosły 5 327 tys. zł i miały 50,6 proc. udział w całości przychodów dla całej Grupy.

„W I półroczu zacieśniliśmy współpracę ze znanymi blogerkami. W tym czasie zrealizowaliśmy wiele pomysłów i kampanii promocyjnych. Nasze marki stają się coraz bardziej rozpoznawalne i są również chętnie wybierane przez polskie gwiazdy” – mówi Monika Englicht, Prezes Zarządu HubStyle S.A.

W I półroczu 2016 r. Grupa prowadziła również prace związane z uruchomieniem nowego silnika do zarządzania platformami sklepowymi, a także z wdrożeniem systemu ERP. Poniesione w tym okresie nakłady umożliwiają HubStyle rozwój skalowalnej infrastruktury i wzmocnienie logistyki.

W czerwcu Zarząd HubStyle SA mając na uwadze najlepsze rynkowe praktyki, jak również chęć bycia spółką przewidywalną i przejrzystą dla inwestorów, zdecydował o publikacji comiesięcznych kluczowych danych sprzedażowych z segmentu modowego i e-commerce, w formie raportu bieżącego, który po raz pierwszy został opublikowany w czerwcu 2016 r. za miesiąc maj. Spółka regularnie przekazuje informacje dotyczące przychodów ze sprzedaży w segmencie sprzedaży odzieży oraz e-commerce, za poprzedni miesiąc wraz z danymi za okres porównywalny poprzedniego roku obrotowego.

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 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

HubStyle

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 takim 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 kobiece, uliczny styl, dodając pikanterii tradycyjnym rozwiązaniom. Kładzie nacisk na indywidualny, odważny styl, jednocześnie kreując tematy do dyskusji wśród innych marek.