



**stoprocent**® HARDCORE  
QUALITY  
SINCE 1999

**TWÓRZ Z NAMI**  
lidera **branży streetwear**

# NASZA WIZJA

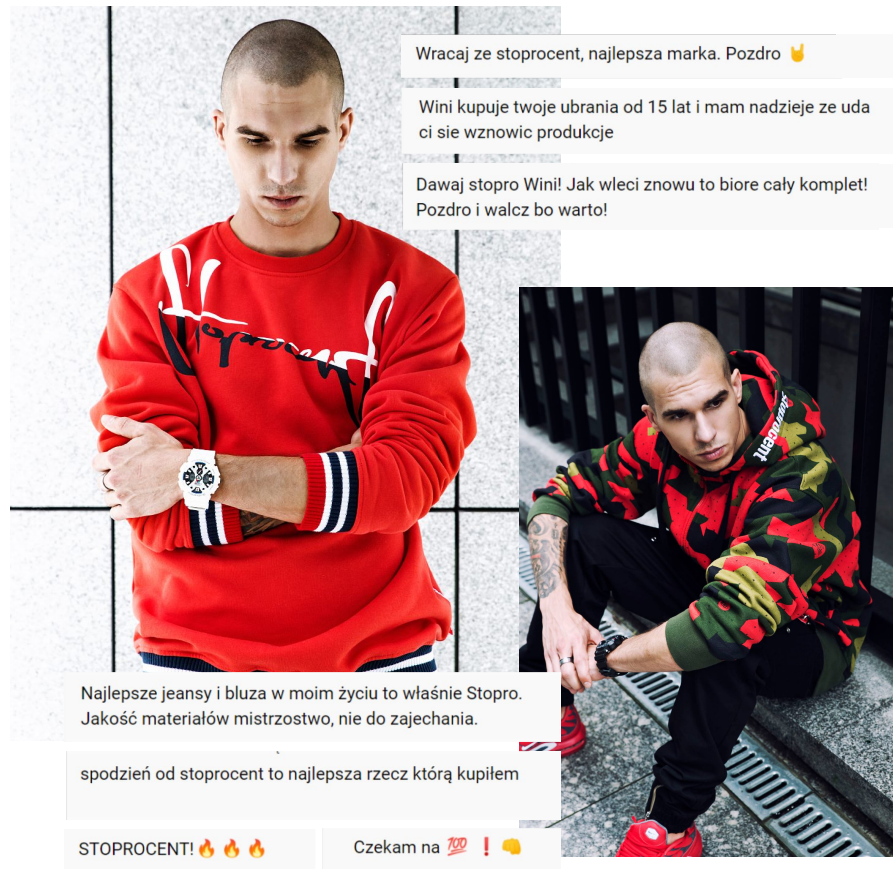
## reaktywacja **Stoprocent**

Sentyment do marki Stoprocent nie zniknął — widzimy to w tysiącach internetowych komentarzy. Fani cenią ubrania Stopro za bezkompromisową jakość, zaskakujące wzornictwo, poczucie humoru i dbałość o szczegóły.

**Mając to na uwadze, jeszcze w 2022 roku, chcemy po rocznej przerwie zaoferować pierwszą kolekcję Stoprocent.**

Z przebudowanym zespołem stawiającym nacisk na specjalistów, ale i indywidualistów niebojących się wyzwań, przejrzystą strukturą biznesową i determinacją.

Marka Stoprocent będzie odróżniać się od konkurencji maksymalnie dopracowanymi dropami skoncentrowanymi nie tylko na modzie, ale i bardzo konsekwentnym przekazie stawiającym na wolność jednostki i pasję poznania, jak i komentowania otaczającego nas świata.



# KRÓTKA historia **Stoprocent**

W 1999 roku jako spółka cywilna 100% stworzyliśmy markę Stoprocent, ponieważ w Polsce nie było ubrań które chcielibyśmy nosić. Bardzo szybko okazało się, że wokół jest mnóstwo osób, które miały podobne odczucia. W ten sposób marka Stoprocent stała się jedną z pierwszych marek streetwearowych w Polsce.

Marka Stoprocent ubierała raperów, sportowców i innych liderów opinii. Była pierwszą polską bezkompromisową marką nieudającą zagranicznej, która nie bała się wyznaczać trendów i przekraczać granic tego co wolno, a co nie.

Nie chcąc zaszkodzić reputacji Stoprocent, w 2021 zawiesiliśmy działalność firmy, ze względu na pandemię i nierzetelnych licencjobiorców.



# WŁAŚNIE WRACAMY!

Dlatego w 2022 roku powołaliśmy nową spółkę 100% S.A., wnosząc do niej znak towarowy Stoprocent.

Zreorganizowaliśmy się i wracamy w nowej, jeszcze lepsze odsłonie.

Właśnie reaktywujemy legendarną markę Stoprocent!



# BHAG:

Być rozpoznawalnym streetwear'owym brandem na świecie,  
**reprezentującym własny unikatowy styl!**

**300 mln zł**

obrotu rocznie — długoterminowy cel finansowy\*

\*Spółka nie gwarantuje osiągnięcia tego celu finansowego.  
Inwestycja w startupy wiąże się z ryzykiem. Przed dokonaniem  
inwestycji powinniście zapoznać się z dokumentem ofertowym  
i wskazanymi tam ryzykami inwestycyjnymi.

**misja**

Ubrania to dla nas platforma, przez którą dzielimy  
się ze światem naszymi poglądami i poczuciem  
humoru. Stworzenie unikatowych produktów  
kojarzonych tylko z naszą marką.

# STOPOCENT

W **liczbach**

**6 000 000 zł**

sprzedaż 100% s.c. w 2016 roku\*

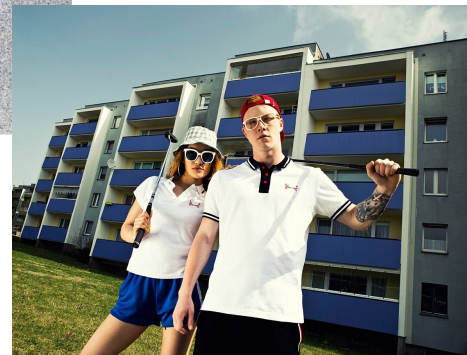
**13 500 000 zł**

prognozowana sprzedaż 100% S.A. w 2026 roku

**5 172 000 zł**

prognozowana EBIDTA 100% S.A w 2026 roku

\* Dane dotyczą spółki 100% s.c. Jej działalność operacyjna w postaci zorganizowanej części przedsiębiorstwa została wniesiona do powstałego w 2022 roku emitenta — spółki 100% S.A.



# MODEL biznesowy **Stoprocent**



Sprzedaż przez własny sklep e-commerce. Flagowy showroom jako element komunikacji marki, w mniejszym stopniu kanał sprzedaży.



Rozbudowane kanały socialowe, w tym własny kanał YT, oraz intensywna współpraca z liderami opinii publicznej i wybranymi influencerami.



Sprzedaż pierwszej, niewielkiej kolekcji jeszcze w 2022 roku, potem stopniowe zwiększanie liczby modeli i sztuk.



Wraz ze wzrostem wielkości kolekcji stopniowe skalowanie procesów produkcji i logistyki.

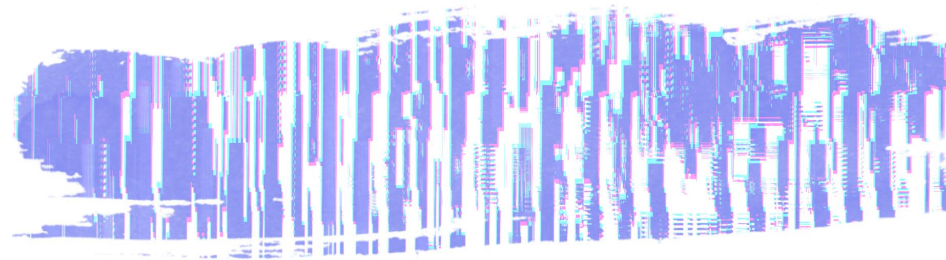


Zakładana średnia wartość koszyka: 180 zł brutto.



# ROADMAP

nasze **plany**



# BIZNES TO BIZNES

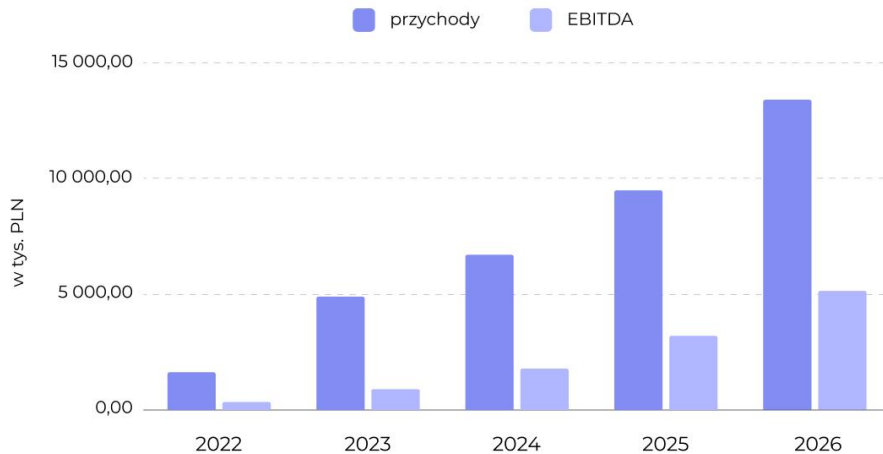
## jakie mamy prognozy?

Pierwszą kolekcję planujemy zacząć sprzedawać we wrześniu 2022 roku. Nie startujemy od zera: mamy wzorniki, pracujemy już nad nowymi designami. Mamy też znaną markę i duże grono jej fanów. Dzięki temu możemy szybciej dotrzeć do klientów.

Dzięki minimalizacji kosztów, już w pierwszym roku działalności przewidujemy dodatni wynik finansowy.

Terminy są orientacyjne i zależne od sytuacji rynkowej. Spółka nie może zagwarantować, że zostaną dotrzymane. Każda inwestycja wiąże się z ryzykiem.

źródło: dokument wyceny spółki stanowiący załącznik do dokumentu ofertowego emisji, dostępny na stronie emisji; w załączniku wskazane są szczegółowe założenia prognoz wyników finansowych



Wartość kolekcji [w tys. PLN]				
F2022	F2023	F2024	F2025	F2026
<b>1 000</b>	<b>3 000</b>	<b>4 000</b>	<b>7 000</b>	<b>10 000</b>

# **POLSKI** rynek **streetwearu**

## **30 mld PLN rocznie**

Wartość rynku mody w Polsce  
(źródło: KPMG "Fashion Market in Poland")

## **10%**

Tyle na tym rynku stanowi streetwear  
(źródło: PwC)

## **65%**

Najważniejszych streetwearowych influencerów  
to osoby związane z muzyką  
(źródło: Streetwear Impact Report)



# RYNEK

dlatego nam **się uda?**

## social media

wraz ze wzrostem wielkości kolekcji stopniowe skalowanie procesów produkcji i logistyki

## streetwear

jako osobisty środek wyrazu, zauważamy rosnącą popularność marek reprezentujących ściśle ukierunkowane poglądy



## renesans

deskorolki i stały wzrost znaczenia kultury hip-hopu.



## społeczne dropy

naszą zjawiskowość upatrujemy w zaangażowanych społecznie dropach, podejmujących nietuzinkowe tematy

# DLACZEGO WARTO ZOSTAĆ inwestorem **Stoprocent**

## Zachowawcza wycena i duży procent oferowany

Oferujemy w emisji aż **30% własności spółki** wg wyceny **o 2,5 mln niższej** niż wycena oparta na zdyskontowanych przepływach pieniężnych.

## Mocna marka i silna społeczność

Nie startujemy od zera: wznawiamy kultową markę z **lojalnymi odbiorcami**.

## Wpływ na kierunki rozwoju firmy

Akcjonariusze mogą na bieżąco uczestniczyć w dyskusjach w ramach **zamkniętej grupy** — nie tylko podczas WZA.

## Dostęp do preorderów i limitowanych dropów

Akcjonariusze zyskują wyjątkową możliwość zamawiania modeli jeszcze **przed oficjalną premierą** danej kolekcji, a także zakupu **krótkich serii**, które nie znajdują się w regularnej sprzedaży.



# WYCENA

100% S.A.

## Wycena metodami DCF i porównawczą

— waga odpowiednio  $\frac{2}{3}$  i  $\frac{1}{3}$

**12,92 mln zł**

DCF (zdyskontowany cashflow)

**5,91 mln zł**

Metoda porównawcza (wskaźnik P/E  
na tle innych firm z sektora modowego)

# 10,5 mln zł

finalna wycena spółki pre-money



stoprocent.COM

# PLANY marketingowe **Stoprocent**



własny kanał YouTube oraz wykorzystanie zasięgów liderów opinii i wybranych influencerów



remarketing odbiorców naszych treści i wyjście do nowych grup (m.in. sportowcy-amatorzy)



charakterystyczny dla marki luz w komunikacji i zaskakujące współprace z markami i postaciami

# ODZIEŻ

## Stoprocent



**ulica**

Ubrania oparte na klasycznym logo marki tzw. tagu. Proste kroje wysoka jakość.



**sport**

To linia, jak sama nazwa wskazuje, poświęcona sportom. Od „Ćpaj Sport” przez kolaborację z Pogonią po dropy dedykowane indywidualnym dziedzinom.



**muzyka**

Tu się wyżywamy designersko. Dropy tematyczne, kolaboracje, innowacje + obrażanie złych ludzi.

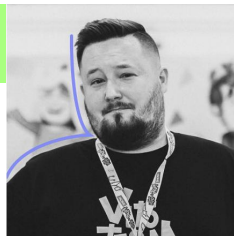
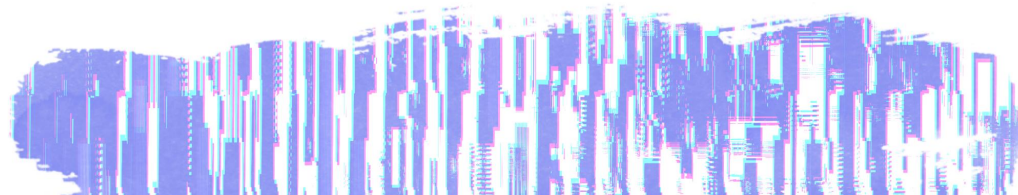
# JAK MOGĘ na tym zarobić?

<b>Cena 1 akcji</b>	35 zł	35 zł	35 zł	35 zł
<b>Roczna Dywidenda</b>	1 000 000,00 zł	2 000 000,00 zł	5 000 000,00 zł	10 000 000,00 zł
<b>Dywidenda na akcje</b>	2,33 zł	4,67 zł	11,67 zł	23,33 zł
<b>Roczna stopa zwrotu</b>	6,67%	13,33%	33,33%	66,67%

Powyższa tabela, ma charakter symulacji. Spółka 100% S.A nie gwarantuje osiągnięcia zawartych w tabeli wyników finansowych. Inwestycja w spółkę 100% S.A wiąże się z ryzykiem. Przed dokonaniem inwestycji zapoznaj się z dokumentem ofertowym oraz wskazanymi w nim ryzykami inwestycyjnymi.

# NASZ TEAM

## 100% S.A.



### Adam Romanowski

*dyrektor operacyjny i e-commerce*

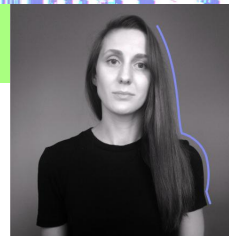
Menedżer z doświadczeniem rozkręcenia influencerskiego brandu i e-commerce.



### Maciej Grad

*dyrektor marketingu*

Strateg, ekspert digital marketingu, wykładowca, ex brand manager Semcore



### Arleta Matysiak

*główna projektantka*

Projektantka z wieloletnim doświadczeniem czuwania nad każdym etapem powstawania ubrań streetowych i sportowych. Ex head of design w 4f.



### Winicjusz Bartków

*dyrektor kreatywny, prezes zarządu*

Człowiek o wielu odcieniach: biznesman, kontestator, smakosz, obserwator i gawędziarz. Hedonista i jednocześnie muzyk. Prawdziwy fan i wyznawca hip-hopu.



### Mariola Bartków

*dyrektor finansowa*

Od 2002 roku osoba od finansów, administracji, spraw księgowych w firmie Stoprocent. Prowadzi na YouTube kanał "Ostatnio czytałam". Filmy ogląda też.



### Monika Gromadzińska

*główna projektantka*

Absolwentka studiów magisterskich i doktoranckich Wydziału Tkaniny i Ubioru ASP w Łodzi. Od 2013 roku kilkakrotnie prezentowała swoje kolekcje podczas Fashion Week Poland w sekcji OFF.

# POROZMAWIAMY

skontaktuj się **z nami**



**Adam Romanowski**



[adam@stoprocent.com](mailto:adam@stoprocent.com)



+48 690 609 025