



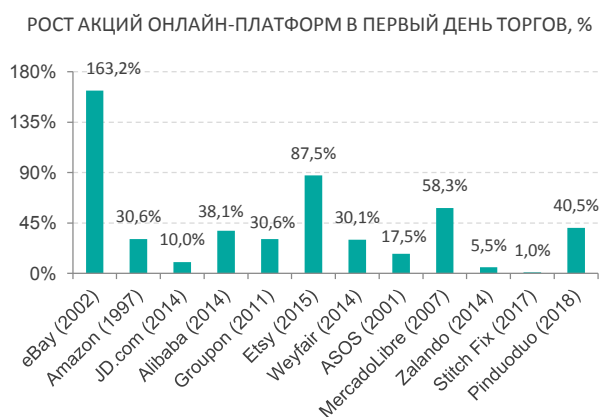
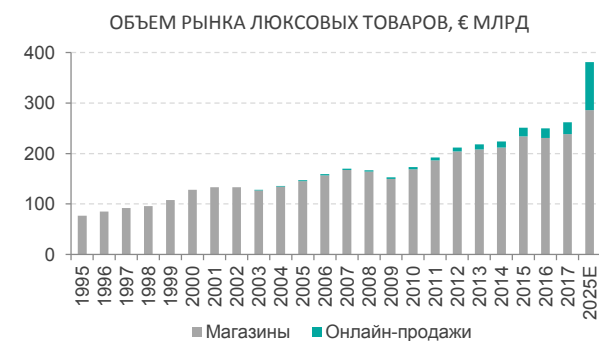
**Farfetch** – онлайн-платформа, предоставляющая доступ к более чем 3200 ведущим мировым люксовыми брендами одежды, аксессуаров, ювелирных изделий с доставкой в более чем 190 стран мира. В отличие от традиционных ритейлеров, Farfetch не владеет продаваемым товаром, а служит промежуточным звеном между брендами и покупателями по аналогии с eBay, Amazon, JD.com и Alibaba.

20 августа 2018 года Farfetch подала заявку на проведение IPO на Нью-Йоркской фондовой бирже под тикером FTCH. Компания может быть оценена в \$5 млрд.

Биржа	Тикер	Дата размещения	Цена размещения	Потенциал роста
NYSE	FTCH	2H 2018	-	20-30%

Глобальный рынок люксовых товаров стабильно растет: с 1995 по 2017 год средние темпы роста составили 5,7% в год, а увеличение онлайн-продаж в 2003-2017 годах происходило в среднем на 25% в год. В ближайшие 8 лет рынок ожидает трансформация. Сменится портрет покупателя: доля миллениалов на рынке повысится с 27% в 2016 году до 40% в 2025 году. Уже сейчас все покупатели люксовых товаров в возрасте 15-35 лет используют Интернет. В связи с этим доля онлайн-продаж увеличится с 9% в 2017 году до 25% в 2025 году, а общий объем рынка личных товаров роскоши – с \$307 млрд до \$446 млрд.

В 2025 году 75% продаж все еще будут проходить через традиционные каналы ритейла, поэтому Farfetch намерена существенно улучшить это направление. 12 апреля 2017 года компания представила платформу «магазин будущего», которая свяжет онлайн и оффлайн каналы продаж. Система будет собирать данные о покупателе, которые затем могут использоваться партнерами для того, чтобы лучше понять клиента и улучшить персональный сервис. Платформа уже опробована на купленном в 2015 году бутике Browns. Концепт работает как операционная система с открытым кодом, в связи с чем может дополняться идеями третьих сторон. В феврале 2018 года Farfetch заключила партнерское соглашение с CHANEL в рамках данного направления.



**Причины участвовать в IPO Farfetch:**

- 1) Farfetch – это платформа в секторе электронной коммерции, который вырастет более чем в 2 раза с 2017 по 2021 год. При этом доля онлайн-продаж люксовых товаров достигнет 25% к 2025 году по сравнению с 9% в 2017 году.
- 2) На фоне рекордного за последние 20 лет закрытия почти 7 тыс. магазинов в США в 2017 году Farfetch совершает трансформацию в секторе традиционного ритейла, представляя «магазин будущего». Платформа может использоваться другими ритейлерами, которые пытаются приспособиться к изменениям на рынке. Таким образом, Farfetch выступит проводником между онлайн и оффлайн каналами продаж.
- 3) Обычно акции крупнейших онлайн-платформ показывали положительную динамику по итогам первого дня торгов после IPO при том, что эти компании размещались на биржах США, Европы в различных десятилетиях. Медианный рост акций в первый день торгов среди 12 крупнейших IPO онлайн-платформ составил 30,6%.

**Farfetch - это**

- одна из крупнейших в мире онлайн-платформ по продаже люксовых товаров
- доставка в более чем 190 стран мира
- более 900 тыс. активных покупателей, число которых увеличивается более чем на 40% в год
- 1,9 млн заказов ежегодно, которые растут более чем на 40% в год
- более 3200 мировых люксовых брендов

**Финансовые результаты Farfetch (\$ млн)**

	2015	2016	2017	1H 2018
Выручка	142,3	242,1	386,0	267,5
EBITDA Adj.	-47,4	-53,4	-58,1	-49,1
Чистый убыток	-61,1	-81,5	-112,3	-68,4

Данный материал и содержащиеся в нем сведения предназначены исключительно для клиентов ООО «Кьюбизф Эдвайзери», носят исключительно информативный характер и не могут рассматриваться ни как приглашение или побуждение сделать оферту, ни как просьба купить, или продать ценные бумаги/другие финансовые инструменты, либо осуществлять какую-либо иную инвестиционную деятельность. Представленная информация подготовлена на основе источников, которые, по мнению авторов данного аналитического обзора, являются надежными, но при этом отражает исключительно мнение авторов относительно анализируемых объектов. Несмотря на то, что настоящий обзор был составлен с максимально возможной тщательностью, ни его авторы, ни ООО «Кьюбизф Эдвайзери» не заявляют и не гарантируют ни прямо, ни косвенно его точность и полноту. Любая информация и любые суждения, приведенные в данном материале, являются суждениями на момент публикации настоящего аналитического обзора и могут быть изменены без предупреждения. Ни ООО «Кьюбизф Эдвайзери», ни его сотрудники не несут ответственности за какие-либо потери, возникшие в результате использования настоящего материала либо в какой-либо другой связи с ним. Копирование, воспроизводство и/или распространение настоящего материала, частично или полностью, без письменного разрешения ООО «Кьюбизф Эдвайзери» категорически запрещено.