

The image shows a vertical stack of four dark green rectangular boxes on the left side of the page. The top box contains the text 'WOOD & COMPANY' in white, with 'WOOD' on the top line, '&' in the middle, and 'COMPANY' on the bottom line. The second box contains 'INVESTMENT BANKING', the third contains 'CAPITAL MARKETS', and the fourth contains 'ASSET MANAGEMENT'. The background of the entire page is a blurred image of a shoe store display with various sneakers on glass shelves.

WOOD
&
COMPANY

INVESTMENT BANKING

CAPITAL MARKETS

ASSET MANAGEMENT

~~FOOTSHOP~~

NÁVRH BYZNYSOVÉ KOMBINACE

WOOD SPAC One a.s.

A

Footshop s.r.o.

Duben 2023

Tento dokument je obchodním sdělením

Tento dokument vypracovala společnost WOOD SPAC One a.s. se sídlem náměstí Republiky 1079 / 1a, Nové Město, 110 00 Praha 1, IČ 14027348 („**SPAC**“) za účelem představení byznysové kombinace v souladu s Prospektem SPACu ze dne 2. února 2022.

SPAC vypracoval a uveřejnil prospekt za účelem svého IPO na Burze cenných papírů Praha ve smyslu čl. 2 písm. d) Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2017/1129 ze dne 14. června 2017 o prospektu, který má být zveřejněn při veřejné nabídce nebo přijetí cenných papírů k obchodování na regulovaném trhu, a o zrušení směrnice 2003/71/ES („**Prospekt**“). Následně společnost připravila a zveřejnila oběžník pro akcionáře („**Oběžník pro akcionáře**“), který má představit byznysovou kombinaci s cílovou společností („**Byznysová kombinace**“) pro účely valné hromady akcionářů SPACu. Prospekt i Oběžník akcionářů jsou k dispozici na internetových stránkách SPACu <http://www.woodspac.cz>.

Tento dokument má pouze informativní charakter a neobsahuje vyčerpávající informace o Byznysové kombinaci, cílové společnosti nebo SPACu. Zveřejněné informace jsou získané z různých zdrojů, které SPAC považuje za spolehlivé. Přestože byl tento dokument vypracován v dobré víře, SPAC neodpovídá za úplnost a přesnost zde obsažených informací. Úspěšné investice v minulosti nezaručují příznivé výsledky v budoucnosti. Byznysová kombinace a investiční produkt SPAC obecně nemusí být vhodné pro každého investora. Případné názory obsažené v tomto dokumentu nezohledňují situaci a osobní poměry jednotlivých investorů, jejich finanční zázemí, znalosti, zkušenosti, cíle nebo potřeby a jejich cílem není doporučit konkrétní rozhodnutí, investiční nástroje nebo strategie konkrétním investorům. Každý investor musí učinit vlastní rozhodnutí o Byznysové kombinaci a cílové společnosti na základě řádného zvážení potenciálních nebezpečí a rizik, vlastních investičních strategií, vlastní právní, daňové a finanční situace a všech dalších relevantních okolností.

Každý příjemce tohoto dokumentu a každý investor nebo potenciální investor by se měl poradit se svými právními, finančními a jinými odbornými poradci ohledně vhodnosti Byznysové kombinace a své investice do SPACu obecně.

Každý příjemce tohoto dokumentu a každý investor nebo potenciální investor by si měl před svým rozhodnutím řádně přečíst Prospekt a Oběžník pro akcionáře jako celek, aby plně porozuměl potenciálním rizikům a výnosům spojeným s Byznysovou kombinací s cílovou společností.

SPAC se tímto výslovně zříká jakékoli odpovědnosti za případné nepřesnosti, chyby či neúplnost informací obsažených v tomto dokumentu. Ačkoli se SPAC domnívá, že informace a názory obsažené v tomto dokumentu vycházejí z přiměřených předpokladů, jakékoli predikce podléhají mnoha rizikům a nejistotám, z nichž ne všechna budou v této prezentaci nebo jinde vyčerpávajícím způsobem popsána. Příjemci tohoto dokumentu by neměli tyto predikce považovat za neměnné, neměli by očekávat, že budou s určitostí naplněny nebo že bude dosaženo očekávaných cílů. Upozorňujeme, že veškeré případné predikce v této prezentaci jsou učiněny k datu této prezentace a SPAC se nezavazuje aktualizovat jakékoli informace nebo predikce učiněné s ohledem na události nebo okolnosti po tomto datu nebo s ohledem na výskyt neočekávaných událostí. Pro vyloučení pochybností SPAC prohlašuje, že za takové informace a predikce nepřebírá žádnou odpovědnost. Informace nebo názory obsažené v tomto dokumentu mohou obsahovat informace nebo vycházet z informací získaných z veřejně dostupných zdrojů, které nebyly nezávisle ověřeny. Neposkytuje se žádná záruka za přesnost, úplnost nebo spolehlivost takových informací. Z důvodu zaokrouhlování nemusí některé číselné údaje v této prezentaci přesně odpovídat součtům a procenta nemusí přesně odrážet absolutní hodnoty. Jakýkoli odkaz na slova „aktuální“, „nyní“ nebo podobný termín se vztahuje k datu této prezentace.

Finanční údaje za rok 2022 uvedené v tomto dokumentu jsou předběžné.

Tento dokument a informace v něm obsažené, které nejsou veřejně známé, nesmí být bez souhlasu SPACu žádným způsobem reprodukovány a zveřejněny.

Tento dokument představuje stanovisko SPACu k datu jeho vydání a může být změněno bez předchozího upozornění.

OBSAH

A. Představení Transakce

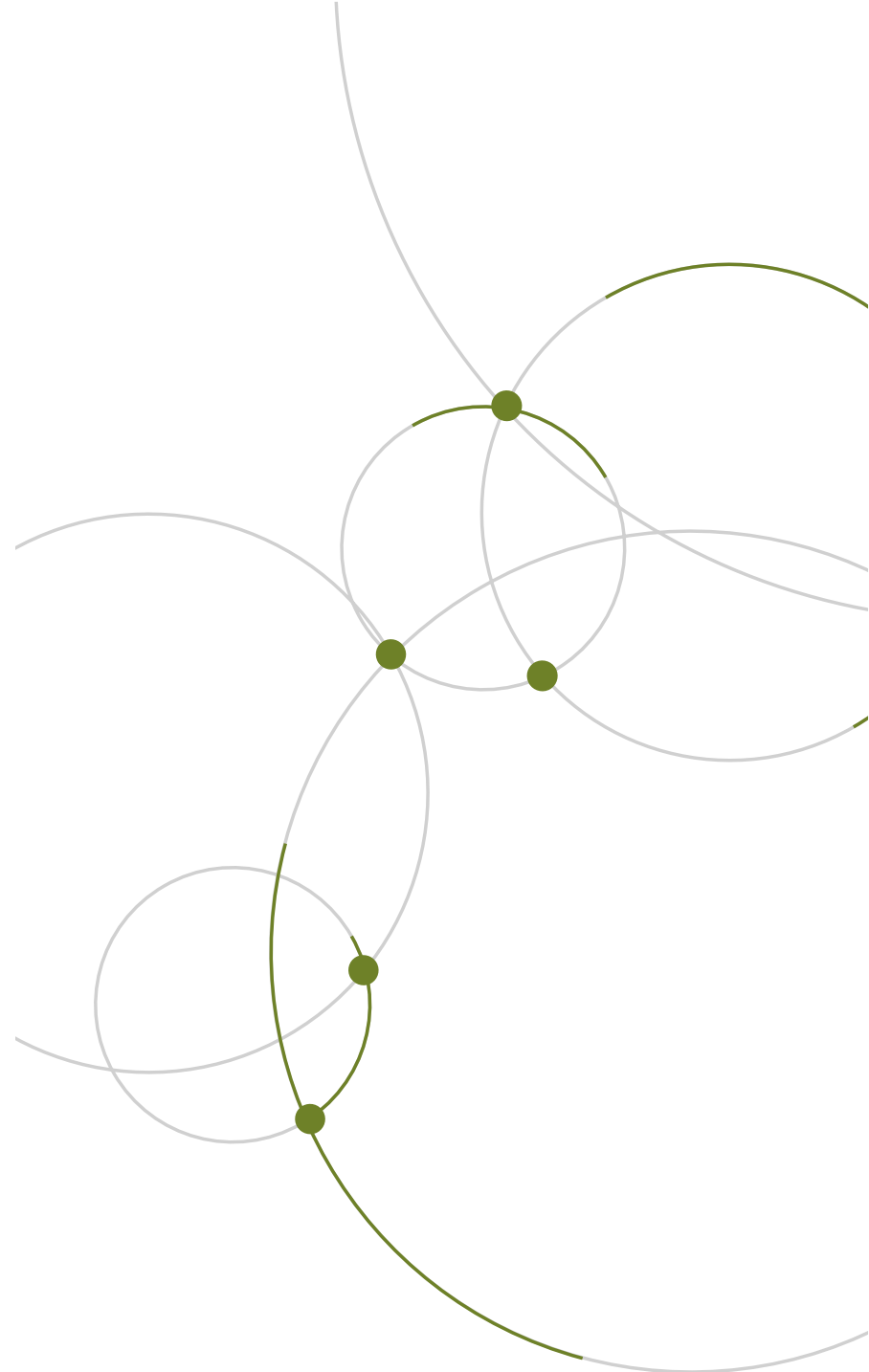
B. Představení Společnosti

C. Proč investovat

1. Prvotřídní zákaznická zkušenost online i offline
2. Skutečně mezinárodní společnost
3. Exkluzivní partnerství s globálními streetwearovými značkami
4. Nejsledovanější společnost na sociálních sítích v České republice a na Slovensku
5. Zkušený management vedený zakladatelem Společnosti
6. Výrazné oživení po covidu a dobré předpoklady pro růst
7. Nejrychleji rostoucí segment trhu s obuví
8. Společnost s atraktivním profilem, která splňuje všechna investiční kritéria SPACu

D. Appendix

1. Mechanika transakce WOOD SPAC One
2. Ilustrace výchozích parametrů SPACu a simulace výnosnosti pro investora

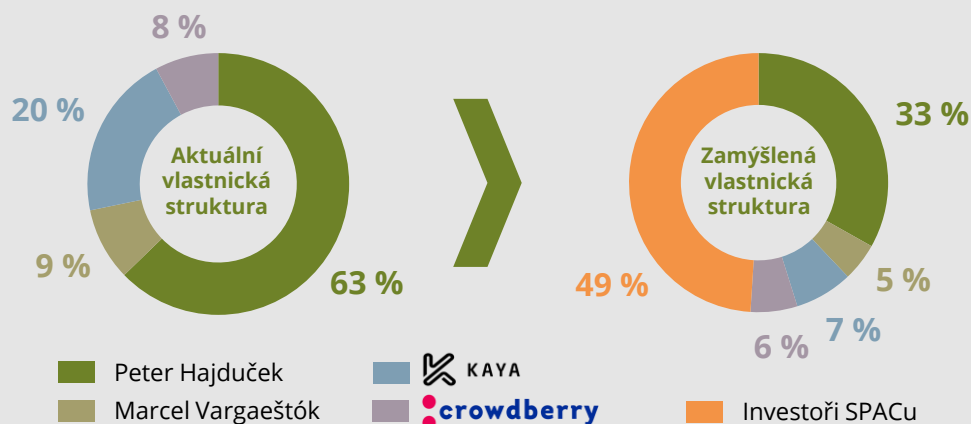


POPIS TRANSAKCE

- WOOD SPAC One a.s. (dále SPAC) učinil dohodu se stávajícími akcionáři Footshopu s.r.o. (dále Footshop nebo Společnost), který je předním online prodejcem prémiové streetwearové obuvi a oblečení ve střední a východní Evropě (CEE), sídlícím v České republice, na **odkoupení až 49% podílu ve Společnosti**. Dohoda podléhá schválení akcionářů SPACu v souladu s Prospektem SPACu ze dne 2. února 2022 (dále Transakce nebo Byznysová kombinace)
- Pokud bude Byznysová kombinace schválena, dojde k fúzi SPACu a Footshopu a akcie Footshopu se stanou veřejně obchodovatelné
- Stávající akcionáři Footshopu jsou Peter Hajduček (zakladatel a CEO), Marcel Vargaestók (angel investor), Kaya (přední český venture kapitálový fond) a Crowdberry (česko-slovenská crowdfundingová platforma pro investice do růstových společností)
- Navrhovaná Transakce splňuje všechna investiční kritéria stanovená v Prospektu SPACu

STRUKTURA TRANSAKCE

Předpokládaná vlastnická struktura Footshopu při 100 % hlasů akcionářů SPACu ve prospěch Transakce:



OCENĚNÍ SPOLEČNOSTI

OCENĚNÍ PŘED INVESTICÍ (KČ)	TRŽBY 2023P (KČ)	NÁSOBEK TRŽEB 2023P
833,2 mil.	1 177–1 240 mil.	0.67–0.71x

- Navrhovaná Transakce ocenila hodnotu Společnosti před investicí (pre-money enterprise value) na **833,2 mil. Kč**, což znamená 0,67x–0,71x násobek 2023P Tržeb
- Věříme, že **ocenění Společnosti je atraktivní pro akcionáře SPACu participující na Transakci** a že zároveň adekvátně odměňuje stávající akcionáře Společnosti
- Všichni stávající akcionáři** Footshopu **zůstávají i po Transakci významně zainvestovaní** ve Společnosti

VYUŽITÍ PROSTŘEDKŮ

PRIMÁRNÍ SLOŽKA - NAVÝŠENÍ KAPITÁLU

214–317
mil. Kč



Nové kamenné obchody v evropských městech



Expanze na nové trhy



Vlastní značka



Optimalizace kapitálové struktury

SEKUNDÁRNÍ SLOŽKA

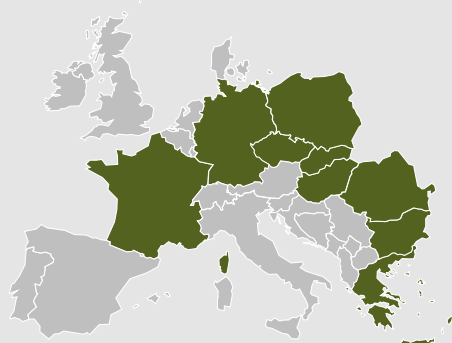
207
mil. Kč




Částečný exit stávajících akcionářů

PŘEDSTAVENÍ FOOTSHOPU


Footshop je evropský maloobchodní prodejce s významným zastoupením v 9 zemích, přičemž tržby mimo Českou republiku tvoří více než 70 %



Footshop aktivně komunikuje na sociálních sítích a je nejsledovanější společností v České republice a na Slovensku

 775+ tis. fanoušků

 620+ tis. sledujících

 95k+ tis. odběratelů

 86k+ tis. sledujících

2022 TRŽBY

1,06 mld. Kč

2022 ADJUSTED
EBITDA

21 mil. Kč

2023P RŮST TRŽEB

11–17%

2023P RŮST ADJUSTED
EBITDA

145–185%



- Footshop je maloobchodním prodejcem prémiové streetwearové obuvi a oblečení, specializujícím se na prémiové tenisky, provozujícím dva internetové obchody a tři kamenné obchody. Společnost byla založena v roce 2012 a sídlí v Praze
- Společnost prodává produkty online především v Evropě, její stránky jsou ale dostupné celosvětově. Footshop také provozuje tři prémiové kamenné obchody v evropských hlavních městech – Praze, Budapešti a Bukurešti
- Největší trhy pro Footshop jsou Bulharsko, Česká republika, Francie, Maďarsko, Německo, Polsko, Rumunsko, Řecko a Slovensko
- Ve své kategorii je Footshop považovaný za inovativní a odvážnou značku zaměřující se na mladší generaci. Za poslední dva roky nakoupilo na Footshopu více než 586 tis. unikátních online zákazníků, napříč Evropou a celosvětově. Na několika trzích včetně České republiky je Footshop hráčem číslo 1 v segmentu prémiové streetwearové obuvi a oblečení
- Footshop navázal silné vztahy s předními globálními značkami streetwearových bot a oblečení. Tyto vztahy umožňují Společnosti prodávat exkluzivní a prémiové produkty, které jsou dostupné pouze omezenému počtu prodejců a často v omezeném množství. Společnost prodává širokou škálu značek včetně Nike, adidas, Converse, Y-3 nebo Vans
- V roce 2021 Footshop koupil svého hlavního konkurenta v České republice – Queens, online maloobchodního prodejce streetwearu orientovaného více na oblečení, zatímco Footshop se především zaměřuje na obuv

Peter Hajduček je zakladatel a CEO Footshopu, který proměnil ze studentského projektu na předního prodejce streetwearových bot a oblečení v CEE



- Footshop přináší prvotřídní zákaznickou zkušenost online i offline. Kombinuje luxus a jedinečnou atmosféru svých kamenných obchodů s širokou nabídkou, profesionální prezentací a vynikajícím zákaznickým servisem online
- Footshop se odlišuje od běžných prodejců propagací streetwearové kultury, pořádáním různých akcí, jako jsou například výstavy či koncerty ve spolupráci s klíčovými dodavateli

1. Prvotřídní zákaznická zkušenost online i offline

Footshop usiluje o **prvotřídní zákaznickou zkušenost, ať už online nebo offline**. To znamená **prémiové umístění kamenných obchodů** s profesionální obsluhou, stejně jako široký výběr produktů online, s vlastními vysoce kvalitními fotografiemi, výjimečnou zákaznickou podporou a rychlým doručením

2. Skutečně mezinárodní společnost

Footshop prodává většinu zboží mimo Českou republiku, přičemž **více než 70 % tržeb generuje v zahraničí**. Společnost pokračuje v mezinárodní expanzi. V posledních dvou letech výrazně posílila své zastoupení v Polsku a Řecku

3. Exkluzivní partnerství s globálními streetwearovými značkami

Díky neutuchající podpoře streetwearové kultury, jedinečnému přístupu a autenticitě se **Footshopu podařilo navázat silné vztahy s klíčovými značkami streetwearové obuvi a oblečení a získat přístup k těm nejexkluzivnějším produktům**, které nejsou v běžných obchodech k dostání

4. Nejsledovanější společnost na sociálních sítích v České republice a na Slovensku

Footshop je **nejsledovanější společností na sociálních sítích v České republice a na Slovensku** s více než **1,5 mil. sledujícími** na různých platformách, čímž si udržuje **velkou komunitu věrných zákazníků**

5. Zkušený management vedený zakladatelem Společnosti

Footshop vede vrcholový manažerský tým složený ze zkušených profesionálů, v jehož čele stojí **zakladatel Společnosti Peter Hajduček, ikona české a slovenské sneaker (tj. „teniskové“) komunity**

6. Výrazné oživení po covidu a dobré předpoklady pro růst

Efektivní restrukturalizace, zahrnující optimalizaci pracovní síly, snížení režijních nákladů a uzavření nerentabilních kamenných obchodů, **pomohla Společnosti po pandemii v roce 2022 rychle navýšit tržby i ziskovost**

7. Nejrychleji rostoucí segment trhu s obuví

V roce 2022 tvořil **segment tenisek 19 % celosvětového trhu s obuví**. Jedná se o **nejrychleji rostoucí segment, jehož velikost by se měla v Evropě zvýšit z 16,0 mld. USD v roce 2022 na 24,7 mld. USD v roce 2027** při **složené roční míře růstu (CAGR) 9,06 %**

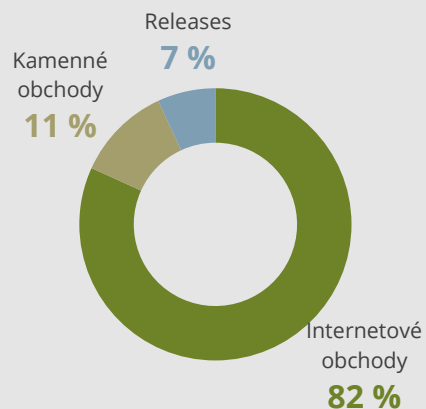
8. Společnost s atraktivním profilem, která splňuje všechna investiční kritéria SPACu

Footshop je **atraktivní společnost, která splňuje všechna investiční kritéria stanovená v Prospektu SPACu**, jako je působení v oblasti e-commerce, silné zastoupení v regionu střední a východní Evropy a vysoký růstový potenciál



PRODEJNÍ KANÁLY

TRŽBY 2022 PO PRODEJNÍCH KANÁLECH⁽¹⁾

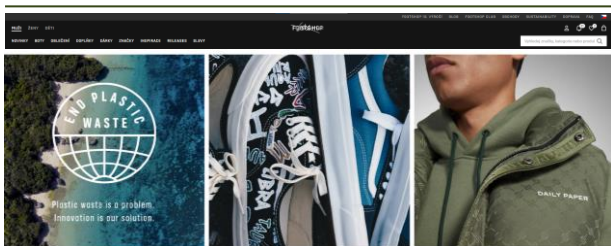


Note: (1) Segment Internetové obchody zahrnuje B2B prodeje, které jsou marginální

- Footshop prodává většinu zboží online prostřednictvím svých dvou internetových obchodů pod značkami Footshop a Queens. Tyto internetové obchody jsou dostupné v několika jazycích, nabízejí široký výběr produktů, které jsou profesionálně prezentovány a rychle doručeny
- Nejexkluzivnější produkty se prodávají prostřednictvím speciální platformy nazvané Releases v internetovém obchodě Footshop. Zde jsou produkty „vydávány“ v určitých termínech a zákazníci si je mohou zakoupit pouze po registraci a následném vylosování v tombole
- Všechny současné kamenné obchody jsou prémiové butiky nacházející se v nejlepších lokalitách, provozovány pod značkou Footshop

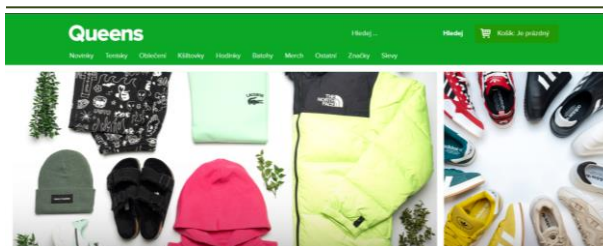
INTERNETOVÉ OBCHODY

FOOTSHOP



Internetový ochod pod značkou Footshop se zaměřuje především na prémiovou streetwearovou obuv a oblečení, přičemž nejexkluzivnější tenisky se prodávají na platformě Releases prostřednictvím tomboly

QUEENS



Internetový obchod pod značkou Queens se zaměřuje spíše na městské oblečení orientované více na ženy

KAMENNÉ OBCHODY

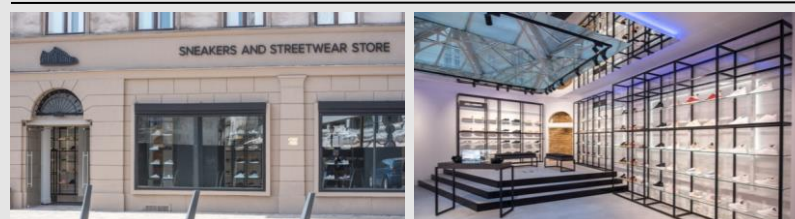
FOOTSHOP PRAHA



FOOTSHOP BUKUREŠŤ



FOOTSHOP BUDAPEŠŤ

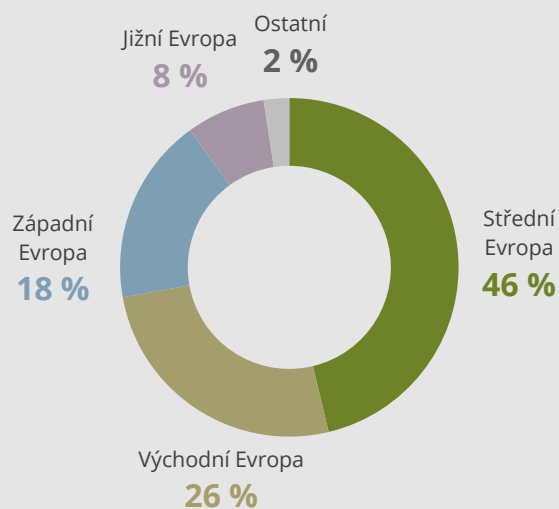


- Footshop provozuje tři kamenné obchody pod značkou Footshop – v Praze, Bukurešti a Budapešti. V blízké budoucnosti Footshop zvažuje další rozšíření sítě kamenných obchodů otevřením nových obchodů pod značkou Footshop v Bratislavě a Varšavě a obchodu pod značkou Queens v Praze
- Kamenné obchody jsou propojeny s internetovými obchody, což zákazníkům umožňuje vyzvednout si online objednávky na prodejně

MEZINÁRODNÍ PŮSOBNÍ

- Footshop je mezinárodní společnost **prodávající většinu zboží mimo Českou republiku**, přičemž více než 70 % tržeb generuje v zahraničí. **Největší trhy pro Footshop jsou Bulharsko, Česká republika, Francie, Maďarsko, Německo, Polsko, Rumunsko, Řecko a Slovensko**
- Společnost pokračuje v mezinárodní expanzi. V posledních dvou letech **výrazně posílila své zastoupení v Polsku a Řecku**
- Internetový obchod Footshopu je **celosvětově dostupný prostřednictvím domény footshop.com**, přes kterou nabízí produkty po celém světě a dodává je do více než 150 zemí
- Společnost plánuje další rozšíření své **mezinárodní působnosti otevřením nových kamenných obchodů**, přičemž první dva z nich by měly být otevřeny pod značkou Footshop v Bratislavě a Varšavě. Později zvažuje otevření kamenných obchodů Footshopu v dalších evropských hlavních městech a jiných velkých městech

TRŽBY 2022 PO REGIONECH



Největší trhy pro Footshop jsou Bulharsko, Česká republika, Francie, Maďarsko, Německo, Polsko, Rumunsko, Řecko a Slovensko



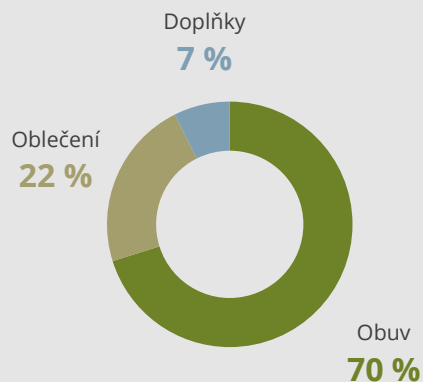
■ Největší trhy pro Footshop

● Existující kamenné obchody Footshopu v Praze, Budapešti a Bukurešti

● Uvažované kamenné obchody Footshopu – Bratislava a Varšava, a Praha pod značkou Queens

EXKLUZIVNÍ PARTNERSTVÍ S KLÍČOVÝMI ZNAČKAMI

TRŽBY⁽¹⁾ 2022 PO KATEGORIÍCH



Note: (1) Pouze tržby z prodeje zboží, doprava není zahrnuta

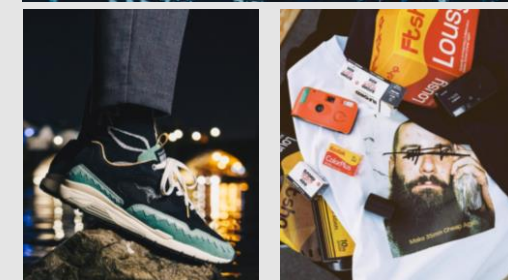
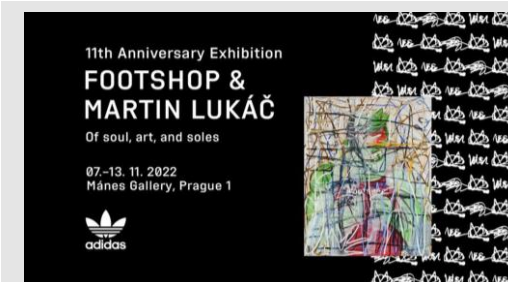
OBUV A OBLEČENÍ



OBLEČENÍ



- Footshop **prodává obuv a oblečení nejprestižnějších streetwearových značek**, jako jsou **Nike, adidas, Converse, Y-3, Vans, New Balance** nebo **Asics**. Celkem distribuuje více než 70 značek
- Díky neutuchající podpoře streetwearové kultury, jedinečnému přístupu a autenticitě se **Footshopu podařilo navázat silné vztahy s klíčovými značkami** streetwearové obuvi a oblečení. Díky tomu má Footshop **přístup k prémiovým, špičkovým výrobkům**, které jsou v prodeji pouze u vybraných partnerů po celém světě a v omezeném množství
- V roce 2015 se **Footshop stal členem adidas Consortium, exkluzivní skupiny prodejců** s nejlepším přístupem ke špičkovým produktům adidas, jako jsou limitované edice tenisek. Footshop je **jediným členem adidas Consortium přítomným na českém, maďarském, rumunském a slovenském trhu**
- Footshop disponuje přímým přístupem k většině výrobců značek, které distribuuje. Na mnoha trzích je **jediným prodejcem, který má takový přímý přístup** (značky jako například Y-3 nebo Comme des Garçons)
- Footshop pravidelně spolupracuje se svými partnery na **organizaci jedinečných marketingových akcí**, jako byla například **akce k 11. výročí Footshopu, sponzorovaná společností adidas** nebo zařazení Footshopu do prestižní série **Talking Shop společnosti Nike**
- Příležitostně Footshop spolupracuje se světovými značkami, návrháři nebo umělci na **tvorbě vlastních limitovaných edic tenisek nebo oblečení**. V roce 2020 například **Footshop spolupracoval se značkou adidas na vytvoření tenisek Footshop X ADIDAS SUPERSTAR BLUEPRINTING**, které uplatňují tradici českého modrotisku. Mezi další příklady patří tenisky Footshop X KANGAROOS, tenisky Footshop X FILLING PIECES nebo kolekce oblečení Footshop X Lousy Auber

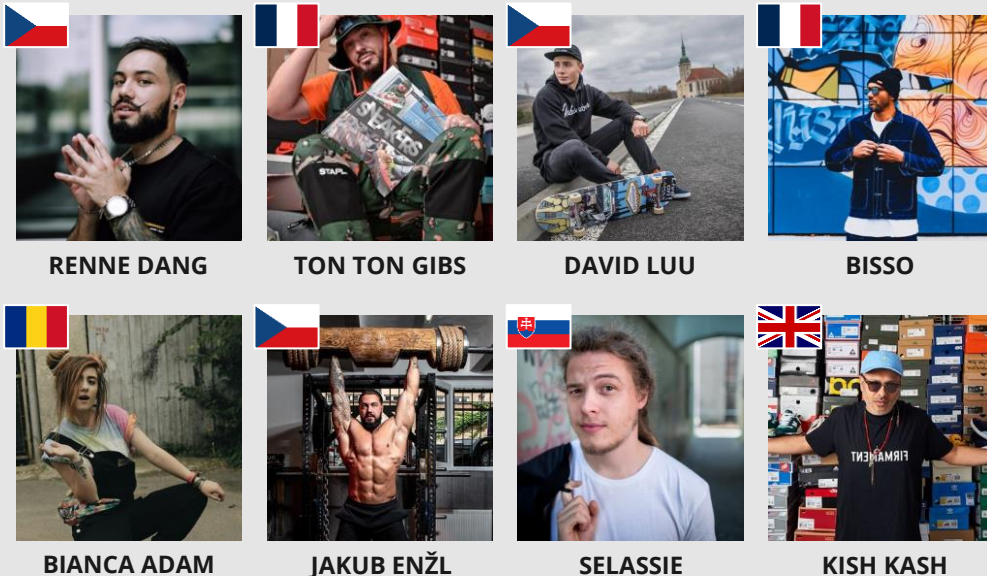


SOCIÁLNÍ SÍŤ A KOMUNITA

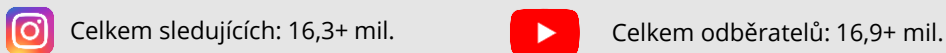
Footshop aktivně komunikuje na sociálních sítích a je **nejsledovanější společností v České republice a na Slovensku**



Footshop reprezentuje řada známých osobností, jako jsou umělci, sportovci nebo hudebníci, například **Renne Dang, Bianca Adam, Jakub Enžl** nebo **Ton Ton Gibs**



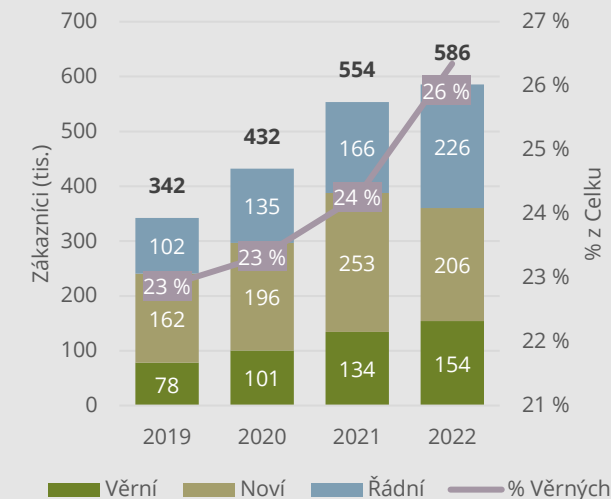
Influenceri Footshopu mají velký dosah na sociálních sítích



ZÁKAZNÍCI

- Footshop se zaměřuje především na **dobře situované mladé lidi a teenagery**, kteří se **zajímají o módu a streetwearovou kulturu**
- Kromě silného zastoupení na sociálních sítích má Footshop **velký počet odběratelů e-mailových newsletterů** – více než **2,3 mil.** Společnost **měsíčně odešle více než 13 mil. e-mailů**
- Za **poslední dva roky nakoupilo ve Footshopu 586 tis. unikátních online zákazníků** a od založení Společnosti si ve Footshopu objednalo více než **1 mil. unikátních online zákazníků**
- Věrní zákazníci tvoří více než čtvrtinu online zákazníků**
- Footshop nabízí svým **nejvěrnějším zákazníkům členství ve speciálním věrnostním programu**, který jim poskytuje přednostní přístup k exkluzivním produktům a dalším výhodám

VÝVOJ ONLINE ZÁKAZNICKÉ BÁZE⁽¹⁾



- Věrní zákazníci** uskutečnili v posledních dvou letech alespoň 2 nákupy. Věrní zákazníci **tvoří stále větší část online zákazníků Footshopu**
- Noví zákazníci** uskutečnili v posledním roce jeden nákup
- Řádní zákazníci** uskutečnili jeden nákup před jedním až dvěma lety

(1) Online zákaznická báze se v daném roce skládá ze zákazníků, kteří v posledních dvou letech nakoupili online.

ZAKLADATEL A CEO



- **Peter Hajduček založil Footshop v roce 2011** jako součást své bakalářské práce a postupem času ho proměnil z internetového obchodu se skateboardovou obuví na **předního online prodejce** prémiových **tenisek a streetwearového oblečení** ve střední a východní Evropě
- **Peter Hajduček je dnes s 62,8 % největším akcionářem společnosti Footshop a působí jako CEO Společnosti.** Má na starosti strategický rozvoj, nové iniciativy a každodenní řízení Společnosti
- Po zamýšlené Transakci zůstává **Peter Hajduček největším samostatným akcionářem** Footshopu, **zavázal se pokračovat jako CEO** a řídit další růst Společnosti

ZKUŠENÝ MANAGEMENT

Peter Hajduček vede vrcholový manažerský tým složený ze zkušených profesionálů s rozmanitým profesním pozadím



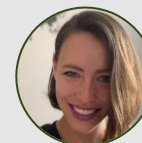
Aleš Pitro
obchodní ředitel

Více než 20 let zkušeností v maloobchodním prodeji a managementu, předchozí zkušenosti ze společností Bibloo, Kika a Pietro Filipi



Pavel Jurenčák
ředitel maloobchodu

Více než 20 let zkušeností v maloobchodním prodeji a managementu, předchozí zkušenosti ze společností adidas, Rossignol a Asics



Adriana Jurdová
marketingová ředitelka

Více než 8 let zkušeností v oblasti marketingu a analýzy dat, předchozí zkušenosti ze společností Eyerim a Exponea



Jan Neuvirt
provozní ředitel

Více než 8 let zkušeností v oblasti controllingu a logistiky, předchozí zkušenosti z EPH a KPMG



Daniel Urban
ředitel IT

Více než 6 let praxe v IT, předchozí zkušenosti ze společností Avast a Commerzbank



PŘEHLED KLÍČOVÝCH FINANČNÍCH UKAZATELŮ

1,06
mld. Kč



11–17 % ~

1,18–1,24
mld. Kč

21
mil. Kč



145–185 % ~

52–60
mil. Kč

Tržby
2022

Růst Tržeb
2023P

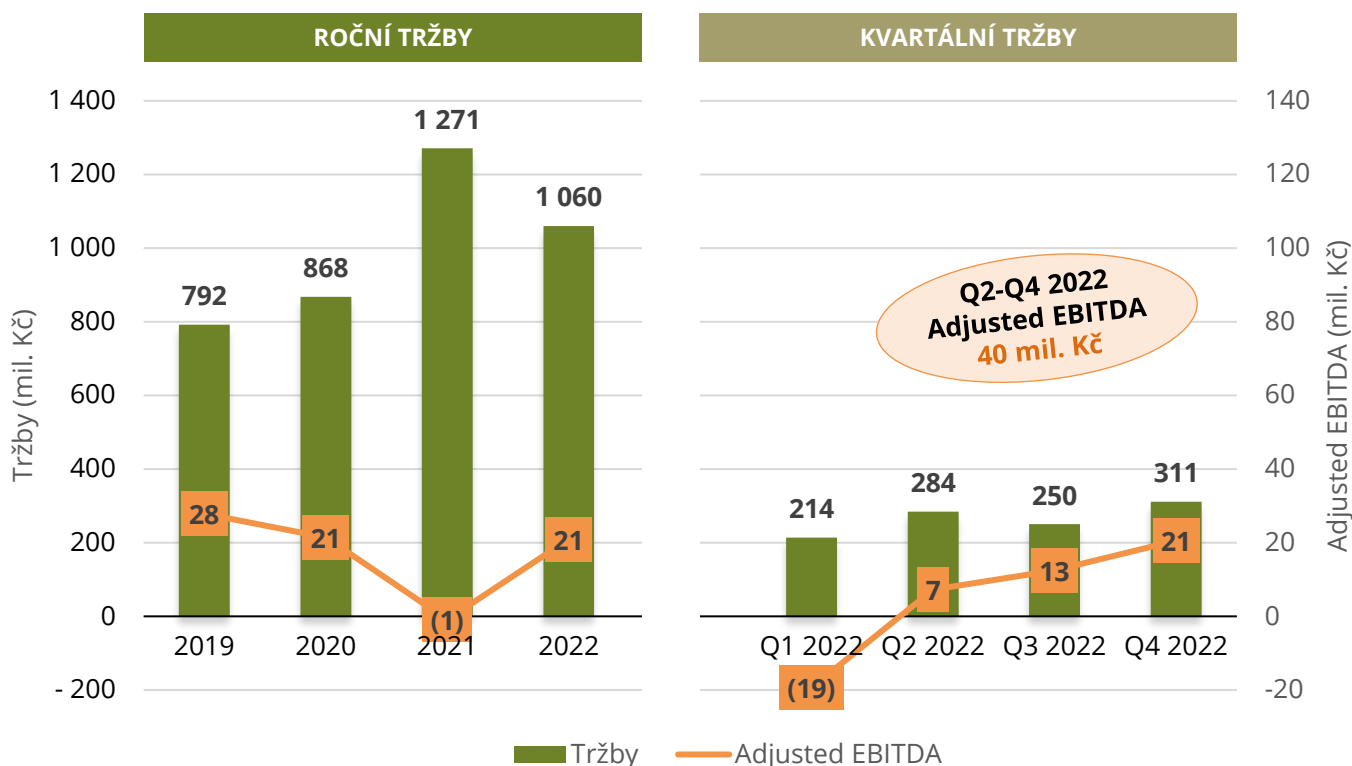
Tržby
2023P

Adjusted EBITDA
2022

Růst Adjusted
EBITDA 2023P

Adjusted EBITDA
2023P

Tržby a Adjusted EBITDA Footshopu, 2019–2022 a Q1–Q4 2022



- V roce 2022 se Tržby meziročně snížily o 16,6 %. To bylo způsobeno zejména rozsáhlým zpomalením e-commerce mezi 4. čtvrtletím 2021 a 1. čtvrtletím 2022
- Během tohoto zpomalení **prošel Footshop efektivní restrukturalizací**, optimalizoval počet zaměstnanců, snížil režijní náklady a uzavřel nerentabilní kamenné obchody
- Díky této reorganizaci **Footshop od 2. čtvrtletí 2022 opět nabral na dynamice** a navzdory negativním výsledkům za 1. čtvrtletí **dosáhl kladného celoročního výsledku s Adjusted EBITDA za poslední tři kvartály ve výši 40 mil. Kč**
- **Výhled zůstává pozitivní. V roce 2023 vedení očekává roční růst tržeb o 11–17 % a růst Adjusted EBITDA o 145–185 %. Strmý růst Adjusted EBITDA ve srovnání s rokem 2022 odráží (i) horší výkonnost podnikání v prvním čtvrtletí roku 2022, kdy Footshop vygeneroval ztrátu na úrovni Adjusted EBITDA ve výši 19 mil. Kč, a (ii) nové růstové iniciativy v roce 2023**

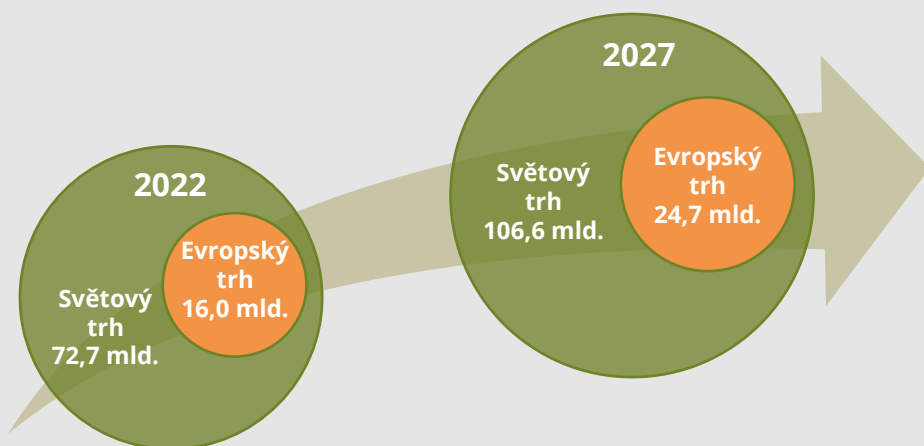
PŘEHLED TRHU S TENISKAMI⁽¹⁾

- Velikost světového trhu s teniskami se v roce 2022 odhaduje na 72,7 mld. USD (1,2 mld. párů) a předpokládá se, že v roce 2027 vzroste na přibližně 106,6 mld. USD při složené roční míře růstu (CAGR) 7,95 %
- Největší trh s teniskami představují Spojené státy, které budou mít v roce 2022 více než 30% podíl na celosvětovém trhu. Očekává se však, že nejrychleji rostoucími regiony budou Evropa a Asie
- Velikost evropského trhu s teniskami se v roce 2022 odhaduje na 16,0 mld. USD a předpokládá se, že v roce 2027 vzroste na 24,7 mld. USD při CAGR 9,06 %
- Hlavní hnací silou dalšího růstu trhu je rostoucí obliba tenisek podpořená novými trendy, jako je spolupráce tradičních streetwearových značek s luxusními značkami (např. Louis Vuitton, Gucci nebo Balenciaga), rostoucí trh sekundárního prodeje nebo vliv influencer marketingu

- Trh s teniskami táhnou dva největší hráči, Nike a adidas, mezi další velké hráče patří New Balance, Vans nebo Puma
- Tenisky se obvykle dělí na prémiové tenisky („úroveň 0“) a běžné tenisky („úroveň 1“, „úroveň 2“)
- Prémiové tenisky mohou prodávat pouze exkluzivní partneři. V případě značky adidas je mohou prodávat pouze obchody, které se stanou členy skupiny adidas Consortium. To platí pro Footshop od roku 2015, kdy se Společnost připojila k adidas Consortium
- Obyčejné tenisky jsou obecně dostupnější, ale současný trend na trhu nastavený výrobci vedoucích značek je snižovat alokace produktů pro běžné, nijak neodlišené prodejce ve prospěch specializovaných prodejců, jako je například Footshop



ODHADOVANÁ VELIKOST SVĚTOVÉHO A EVROPSKÉHO TRHU S TENISKAMI (USD)



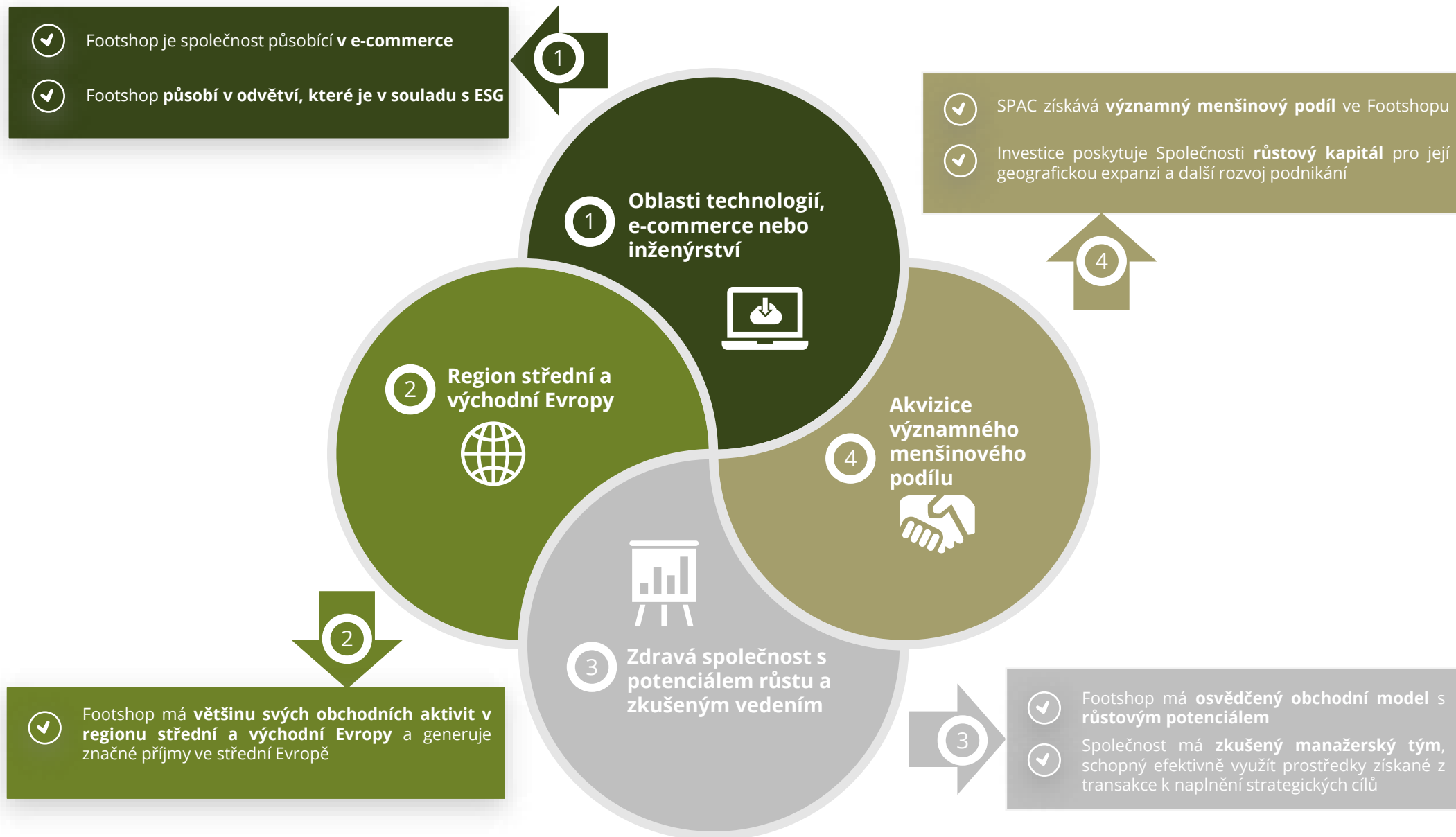
SEGMENTACE TRHU S OBUVÍ



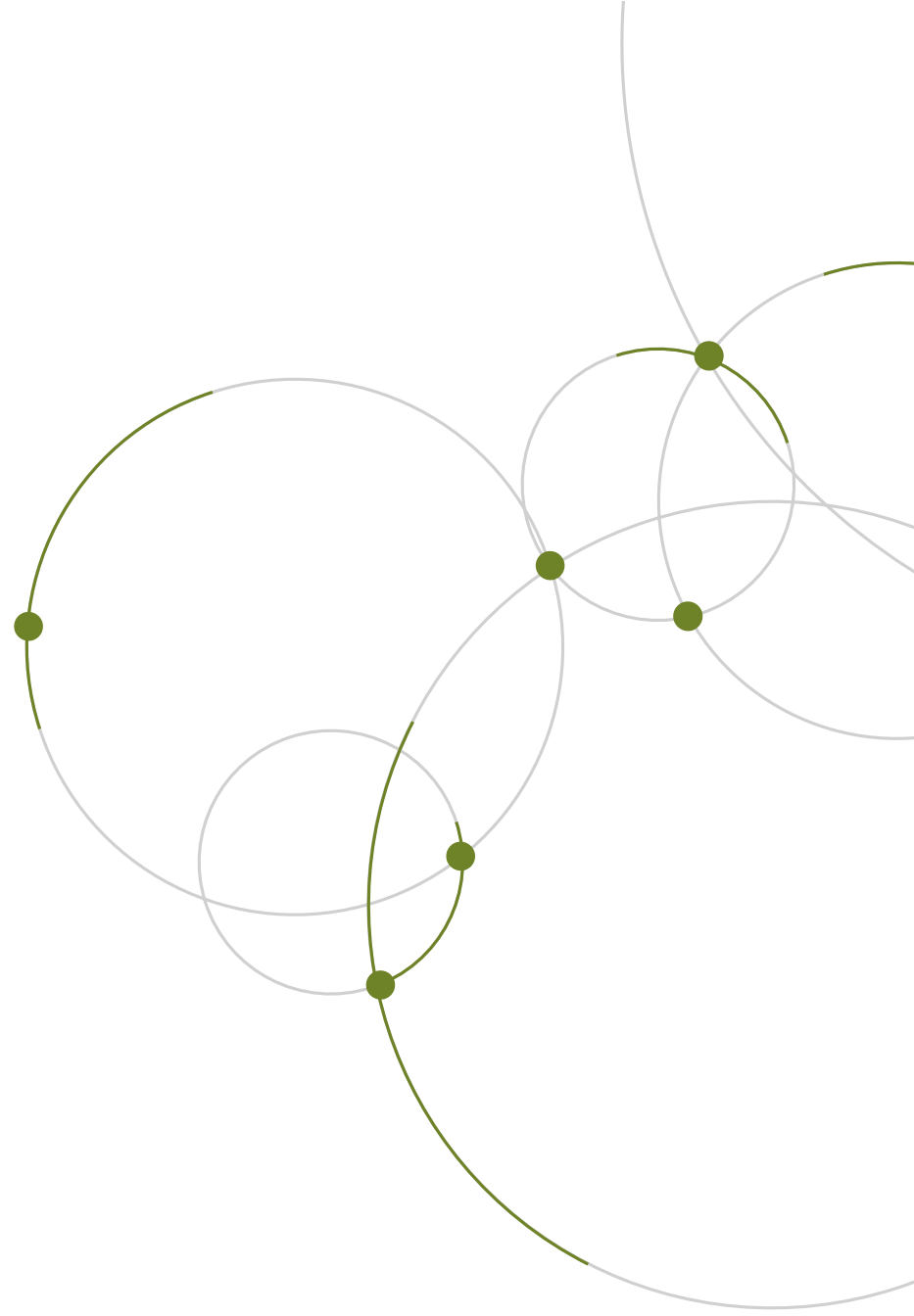
- Trh s obuví se skládá ze čtyř hlavních segmentů – sportovní obuv, kožená obuv, tenisky a textilová a ostatní obuv
- Segment tenisek tvoří nejrychleji rostoucí segment trhu s obuví v Evropě i celosvětově

(1) Source: Statista, Červen 2022

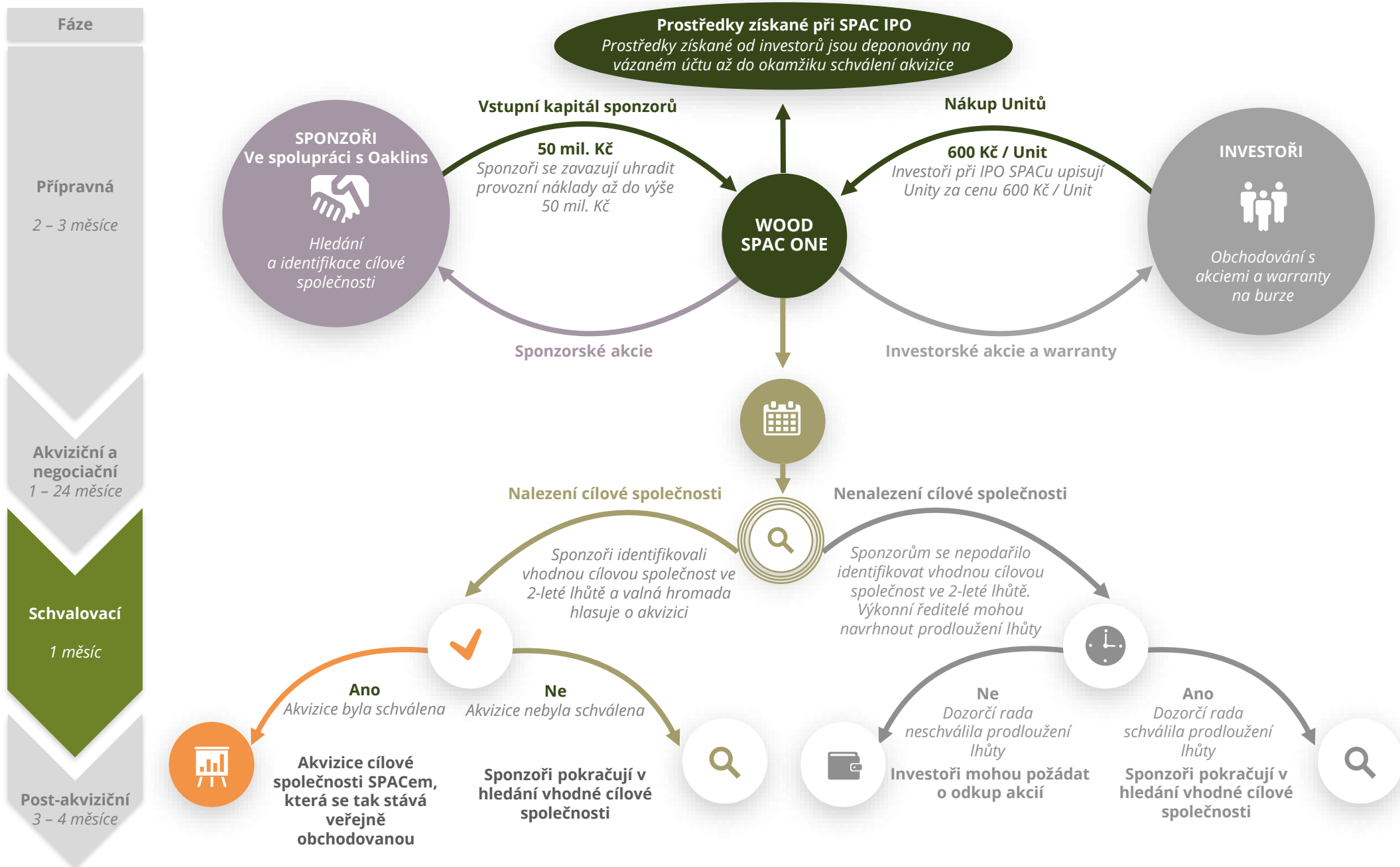
8. SPOLEČNOST S ATRAKTIVNÍM PROFILEM, KTERÁ SPLŇUJE VŠECHNA INVESTIČNÍ KRITÉRIA SPACU



APPENDIX



1. MECHANIKA TRANSAKCE WOOD SPAC ONE



2. ILUSTRACE VÝCHOZÍCH PARAMETRŮ SPACU A SIMULACE VÝNOSNOSTI PRO INVESTORA

ILUSTRACE VÝCHOZÍCH PARAMETRŮ

Celková velikost SPACu⁽¹⁾	~ 502.2 mil. Kč
Počet investorských akcií	4,8 mil. ks (100 Kč/ks)
Počet warrantů	5,1 mil. ks (1 ks ke každé investorské akci) ⁽²⁾
Počet sponzorských akcií ⁽³⁾	0,13 mil.
Valuace cílové společnosti (pre-money equity value)	750 mil. Kč
Valuace cílové společnosti (post-money equity value)	1 046 mil. Kč
SPAC podíl (před konverzí sponzorských akcií, post-money)	~ 48%

ILUSTRACE VÝNOSU PRO INVESTORA

Investovaná částka	1 mil. Kč
Počet investorem upsaných Units z toho:	1 667 ks
- Počet investorských akcií	10 000 ks
- Počet warrantů	10 000 ks

Cena akcie	100 Kč	110 Kč	120 Kč	130 Kč	140 Kč
Počet akcií bez konverze warrantů	10 000 ks	10 000 ks	10 000 ks	10 000 ks	10 000 ks
Výnos bez warrantů	0,0 %	10,0 %	20,0 %	30,0 %	40,0 %
Počet akcií po konverzi warrantů	10 000 ks	10 400 ks	11 200 ks	12 400 ks	12 400 ks
Hodnota investice	1 000 000 Kč	1 144 000 Kč	1 344 000 Kč	1 612 000 Kč	1 736 000 Kč
Celkový výnos pro investora⁽⁴⁾	-	14,2 %	33,8 %	60,0 %	72,4 %

Poznámky: (1) Množství prostředků WOOD SPAC ONE odhadnuté k 13.04.2023 za předpokladu redempce 10% akcií a transakčních nákladů. (2) Ze strany investora bude v případě konverze nutné uhradit jmenovitou hodnotu nově emitovaných akcií (5 Kč za akcii), která se bude pohybovat v jednotkách Kč na akcii. (3) Sponzorské akcie získávají sponzoři jako odměnu za realizaci SPAC transakce. Podmínky konverze sponzorských akcií a konverzní poměr je předem definovaný v IPO prospektu SPACu. (4) Na celkový výnos má vliv daňová povinnost. Uvedený výpočet prezentuje absolutní (neannualizovaný) výnos pro investora, který investoval do SPACu při jeho IPO.

- Kritériem pro alokaci warrantů je vlastnictví potřebného množství akcií v určitý rozhodný moment
 - **První polovina warrantů** (první 3) byla alokována investorům, kteří nakoupili akcii v rámci IPO SPACu
 - **Druhá polovina warrantů** (zbývající 3) je investorům alokována v případě, že drží akcie v určitý rozhodný den **po realizaci akvizice s cílovou společností**
- Nutnou podmínkou konverze warrantů je realizace akvizice, po níž bude v určitý rozhodný den následovat alokace druhé poloviny warrantů. Investoři budou následně oprávněni konvertovat příslušné warranty do akcií, jakmile cena akcie na burze dosáhne následujících milníků:
 - **První třetina warrantů** je konvertovatelná při dosažení cenové úrovně **110 Kč** za akcii při konverzním poměru 0,12 akcie za 1 warrant
 - **Druhá třetina warrantů** je konvertovatelná při dosažení cenové úrovně **120 Kč** za akcii při konverzním poměru 0,24 akcie za 1 warrant
 - **Třetí třetina warrantů** je konvertovatelná při dosažení cenové úrovně **130 Kč** za akcii při konverzním poměru 0,36 akcie za 1 warrant
- Zjednodušeně lze říct, že v případě splnění všech podmínek a po plné konverzi warrantů má investor o 24 % akcií navíc oproti původnímu počtu akcií do kterých investoval
- V případě růstu ceny akcie například o 30 % tak celkový výnos pro investora dosahuje až 60 % (viz tabulka vlevo dole)

Warranty	Cenový milník	Konverzní poměr
Warrant #1 (alokovaný při IPO)	110 Kč	0,12
Warrant #2 (alokovaný při IPO)	120 Kč	0,24
Warrant #3 (alokovaný při IPO)	130 Kč	0,36
Warrant #4 (alokovaný po akvizici)	110 Kč	0,12
Warrant #5 (alokovaný po akvizici)	120 Kč	0,24
Warrant #6 (alokovaný po akvizici)	130 Kč	0,36

WOOD
 &
C O M P A N Y

~~FOOTSHOP~~