

Prezentacja Inwestorska Stars.Space S.A.

Sporządzona w związku z publiczną ofertą nie mniej niż 3 000 000 i nie więcej niż 4 550 000 akcji zwykłych na okaziciela serii C STARS.SPACe S.A. z siedzibą w Warszawie

dnia 30.09.2021 r.



Niniejszy dokument nie był zatwierdzany ani weryfikowany w żaden sposób przez Komisję Nadzoru Finansowego, a jego treść nie była badana ani zatwierdzana przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. Niniejszy materiał ma charakter wyłącznie promocyjny i reklamowy, a rodzaj oferty publicznej nie wymaga sporządzenia i opublikowania prospektu emisyjnego ani memorandum informacyjnego. Wszelkie wiążące informacje dotyczące spółki STARS.SPACe S.A. oraz szczegółów oferty publicznej akcji dostępne są na stronie crowdconnect.pl oraz Stars.Space, a prezentowany materiał nie stanowi podstawy rekomendacji nabycia akcji ani podstawy do podjęcia decyzji o nabyciu akcji STARS SPACE S.A.

Nota prawna

Niniejszy materiał ma charakter wyłącznie promocyjny i reklamowy, a rodzaj oferty publicznej nie wymaga sporządzenia i opublikowania prospektu emisyjnego ani memorandum informacyjnego.

Niniejszy dokument został opracowany wyłącznie w celach informacyjnych, a żaden z zapisów w nim zawartych nie stanowi jakiegokolwiek rekomendacji czy porady inwestycyjnej, prawnej czy podatkowej, ani też nie jest wskazaniem, iż jakkolwiek inwestycja lub strategia jest odpowiednia w indywidualnej sytuacji inwestora. Przedstawione w niniejszym dokumencie opisy nie stanowią również oferty w rozumieniu art. 66 Kodeksu cywilnego, mają one charakter wyłącznie informacyjny.

Przed podjęciem decyzji inwestycyjnej należy zapoznać się z dokumentem ofertowym sporządzonym na podstawie art. 1 ust. 3 Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/1129 z dnia 14 czerwca 2017 r. w sprawie prospektu, który ma być publikowany w związku z ofertą publiczną papierów wartościowych lub dopuszczeniem ich do obrotu na rynku regulowanym oraz uchylenia dyrektywy 2003/71/WE („Rozporządzenie 2017/1129”) i art. 37a ustawy o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych, zamieszczonym na stronie internetowej <http://emisja.stars.space>, w tym przede wszystkim z zamieszczonymi w nim podstawowymi informacjami o emitencie papierów wartościowych, warunkach i zasadach oferty, ze wskazaniem oferowanych papierów wartościowych, celach emisji, na które mają być przeznaczone środki uzyskane z emisji papieru wartościowego, istotnych czynnikach ryzyka oraz oświadczeniem emitenta o odpowiedzialności za informacje zawarte w tym dokumencie.

Niektóre informacje zawarte w niniejszym materiale nie stanowią faktów historycznych, lecz odnoszą się do przyszłości. Dotyczy to w szczególności informacji w zakresie strategii, rozwoju działalności, prognoz rynkowych, planowanych nakładów inwestycyjnych, przyszłych przychodów lub kosztów. Informacje te należy traktować wyłącznie jako przewidywania wiążące się z ryzykiem i niepewnością, a zatem nie można zapewnić, iż przewidywania te zostaną spełnione. Przedstawione w niniejszym dokumencie treści stanowią własność spółki STARS.SPACE S.A.

Niniejszy dokument nie był zatwierdzany ani weryfikowany w żaden sposób przez Komisję Nadzoru Finansowego, a jego treść nie była badana ani zatwierdzana przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A.



O Stars.Space S.A.



**Najgorętsza premiera
kosmetyczna tej jesieni**



1532
SKLEPY
z produktami Stars

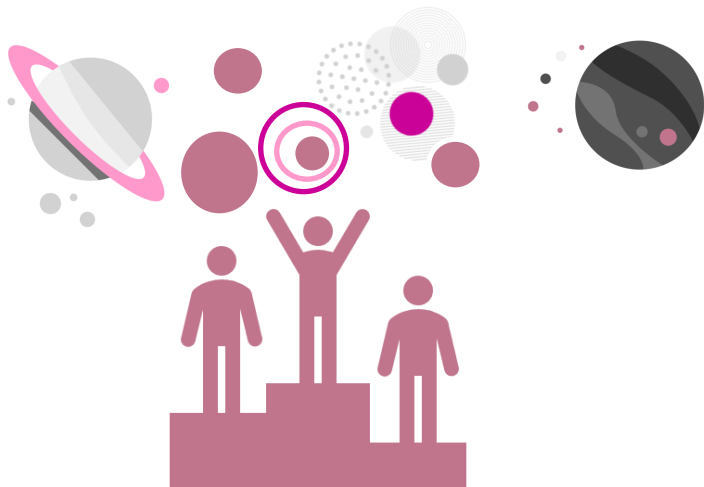
1
KILOMETR
półki sklepowej
z produktami Stars

26
MILIONÓW
obserwujących profile
gwiazd marki

2
MILIARDY
wyświetleń materiałów
na social mediach
naszych gwiazd

Niniejszy dokument nie był zatwierdzany ani weryfikowany w żaden sposób przez Komisję Nadzoru Finansowego, a jego treść nie była badana ani zatwierdzana przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. Niniejszy materiał ma charakter wyłącznie promocyjny i reklamowy, a rodzaj oferty publicznej nie wymaga sporządzenia i opublikowania prospektu emisyjnego ani memorandum informacyjnego. Wszelkie wiążące informacje dotyczące spółki STARS.SPACЕ S.A. oraz szczegółów oferty publicznej akcji dostępne są na stronie crowdconnect.pl oraz stars.space, a prezentowany materiał nie stanowi podstawy rekomendacji nabycia akcji ani podstawy do podjęcia decyzji o nabyciu akcji STARS.SPACЕ S.A.

O Stars.Space S.A.



ONLYBIO.life

Onlybio.life S.A. , spółka zależna z Grupy Hub.Tech S.A., piastuje miejsce lidera krajowego rynku bio-eco-wege kosmetyków.

Źródło: GfK Polonia dla Puls Biznesu

Stars.Space S.A. to spółka technologiczna, która w swojej działalności skupia się na przewidywaniu trendów na rynku konsumenckim przy wykorzystaniu sztucznej inteligencji, analizy Big Data oraz ich monetyzacji przy wykorzystaniu bogatego know-how w zakresie marketingu i sprzedaży.

Stars.Space S.A. jest częścią grupy kapitałowej Hub.Tech S.A. – krajowego potentata na rynku chemii gospodarczej i produktów kosmetycznych na bazie biosurfaktantów. Hub.Tech S.A. posiada własne laboratorium i nowoczesne linie produkcyjne.

Grupa Hub.Tech S.A. posiada bogate doświadczenie w wykorzystywaniu nowoczesnych technologii w sprzedaży, w tym influencer marketingu. Pierwszym projektem grupy, promowanym z wykorzystaniem mediów społecznościowych i nowoczesnych technologii, była sprzedaż marek **OnlyBio** oraz **OnlyEco***, która jest komercyjnym sukcesem.

* Emitent zaznacza, że nie jest właścicielem marek i produktów OnlyBio i OnlyEco oraz że nie czerpie żadnych korzyści ekonomicznych związanych z ich sprzedażą. Właścicielem wskazanych marek jest Onlybio.Life S.A., spółka zależna od Hub.Tech S.A., podmiotu dominującego względem Emitenta. Jednocześnie Zarząd Spółki zaznacza, że osoby odpowiedzialne za sukces komercyjny produktów OnlyBio i OnlyEco, w tym za sukces ich kampanii promocyjnej, są obecnie zatrudnione również przez Emitenta.

Niniejszy dokument nie był zatwierdzany ani weryfikowany w żaden sposób przez Komisję Nadzoru Finansowego, a jego treść nie była badana ani zatwierdzana przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. Niniejszy materiał ma charakter wyłącznie promocyjny i reklamowy, a rodzaj oferty publicznej nie wymaga sporządzenia i opublikowania prospektu emisyjnego ani memorandum informacyjnego. Wszelkie wiążące informacje dotyczące spółki STARS.SPAC S.A. oraz szczegółów oferty publicznej akcji dostępne są na stronie crowdconnect.pl oraz stars.space, a prezentowany materiał nie stanowi podstawy rekomendacji nabycia akcji ani podstawy do podjęcia decyzji o nabyciu akcji STARS.SPAC S.A.

Doświadczony zespół

Członkowie Organów Spółki



Maciej Zegarski

Prezes Zarządu
Stars.Space S.A.

Studiował na Uniwersytecie Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy oraz w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie. Obecnie jest doktorantem na Wydziale Nauk o Zdrowiu Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu. W OnlyBio.life od 2019 r. pełnił rolę dyrektora kreatywnego marki.

W spółce odpowiedzialny jest za koordynowanie prac projektowych i wdrożeniowych, opracowywanie strategii promocji oraz koordynowanie bieżących spraw organizacyjnych.



Marcin Pawlikowski


Członek Rady Nadzorczej
Stars.Space S.A.,
Wiceprezes Grupy Hub.Tech S.A.

Absolwent Wydziału Architektury, Budownictwa i Inżynierii Środowiska Politechniki Poznańskiej, oraz kierunku Finanse i Rachunkowość Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie.

Pełni funkcję Prezesa Zarządu Onlybio.life S.A. od 29 grudnia 2020 r., oraz Prezesa Zarządu Boruta-Zachem Kolor S.A. od 2 kwietnia 2020 r.

Kluczowe osoby w zespole

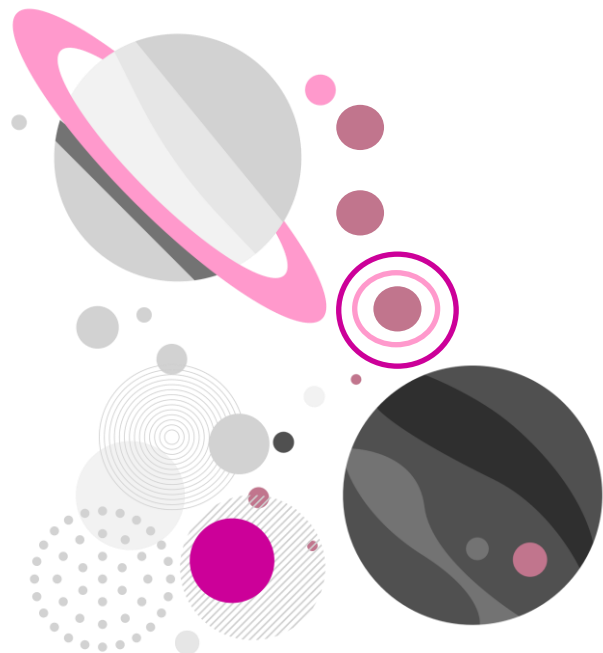
Dyrektor kreatywny marki ● Art. Designer marki (projektant) ● Dyrektor handlowy ● Starszy specjalista ds. social media



Głównym filarem działalności Stars.Space S.A. jest **monetyzacja influencer marketingu** poprzez wprowadzanie na rynek oryginalnych, kreatywnych projektów.

Pierwszym projektem Stars.Space S.A. będzie **linia kosmetyków „Stars from the Stars”**, przy współpracy z platformą społecznościową **TikTok** i siecią drogerii **Rossmann**.

Technologiczny potencjał projektu



Stars.Space S.A. posiada własne narzędzia IT, które pozwoliły na stworzenie złożonej, precyzyjnej technologii analizy informatycznej przy tworzeniu designu i formuł opakowań.

Firma wykorzystuje nowoczesne technologie w badaniach konsumenckich, czego przykładem są badania dotyczące postrzegania produktów przez konsumentów przy użyciu technologii VR.

Opakowania produktów oraz struktura komunikacji na produktach zostały opracowane na bazie innowacyjnego systemu integracji kamer typu eye tracking z goglami VR. Pozwala to na pozyskanie informacji, które elementy opakowania najbardziej przyciągają uwagę konsumentów. Wskazane rozwiązanie pozwala na ułożenie produktów na półkach sklepowych, w taki sposób aby znajdowały się w zasięgu wzroku Klienta.

Za pomocą algorytmów i sztucznej inteligencji dokonywana jest analiza dużych zbiorów danych na temat zachowań konsumenckich, co pozwala możliwie efektywnie dopasować działania marketingowe.

Dlaczego TikTok?



TikTok to mobilna aplikacja internetowa umożliwiająca wysyłanie krótkich materiałów wideo.

TikTok jest najczęściej pobieraną aplikacją mobilną na świecie. Obecnie ponad **2 miliardy pobrań**.

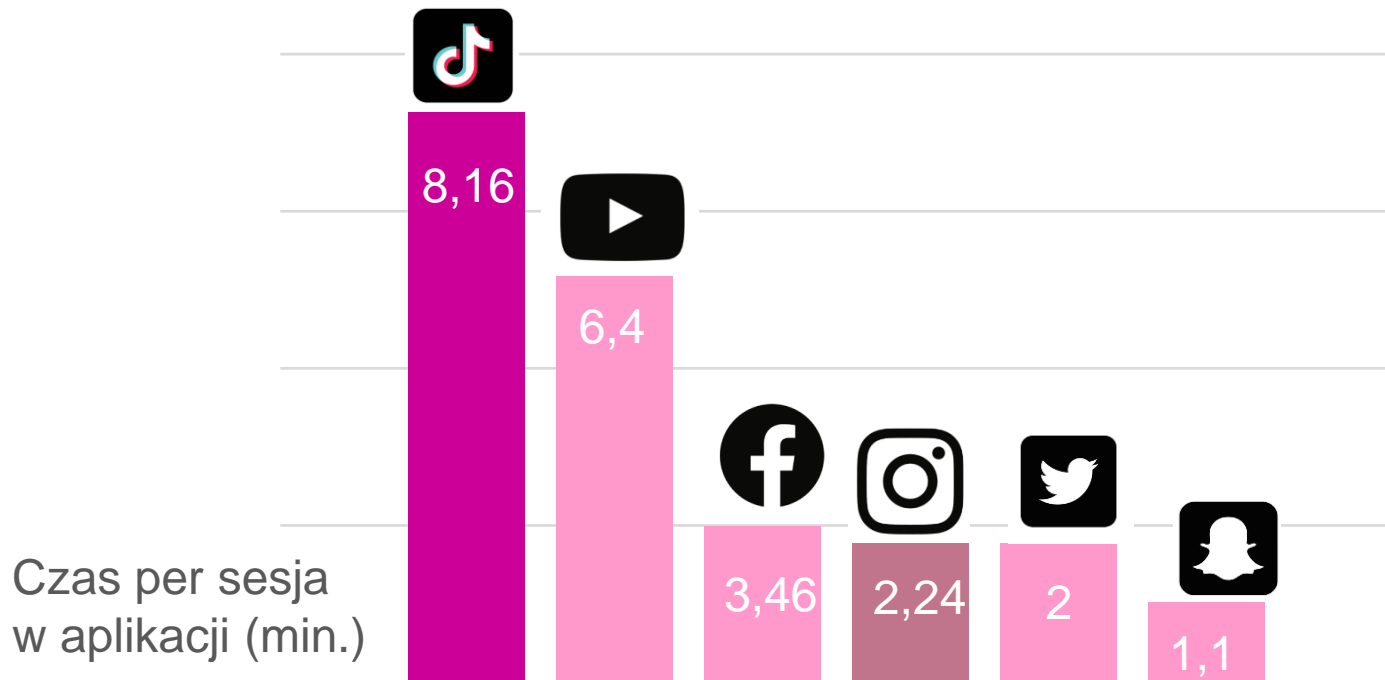


Statystyczny użytkownik TikTok spędza na platformie **więcej** niż na YouTube.

TikTok w **sierpniu br. odwiedziło w Polsce 10,37 mln internautów**, zapewniając 31,23 proc. w rynku platform społecznościowych.



TikTok liderem przyciągania uwagi



Źródło: AppAnnie, April 2021, EU5 audience

Dane przedstawione na konferencji *TikTok for Business* w dniu 16.09.2021 r.

Niniejszy dokument nie był zatwierdzany ani weryfikowany w żaden sposób przez Komisję Nadzoru Finansowego, a jego treść nie była badana ani zatwierdzana przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. Niniejszy materiał ma charakter wyłącznie promocyjny i reklamowy, a rodzaj oferty publicznej nie wymaga sporządzenia i opublikowania prospektu emisyjnego ani memorandum informacyjnego. Wszelkie wiążące informacje dotyczące spółki STARS.SPACe S.A. oraz szczegółów oferty publicznej akcji dostępne są na stronie crowdconnect.pl oraz stars.space, a prezentowany materiał nie stanowi podstawy rekomendacji nabycia akcji ani podstawy do podjęcia decyzji o nabyciu akcji STARS.SPACe S.A.

TikTok efektywną platformą sprzedażową

TikTok oferuje 2x wyższą efektywność
sprzedażową vs. inne media



Źródło: Nielsen MMM report

Dane przedstawione na konferencji *TikTok for Business* w dniu 16.09.2021 r.

Międzynarodowy potencjał TikToka

INDIE

1/3 użytkowników smartfonów w Indiach
pobrało TikTok

CHINY

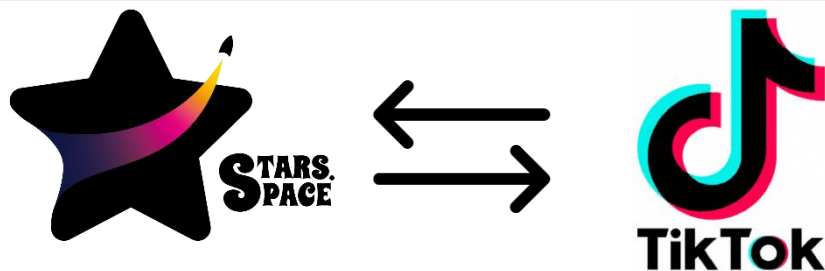
Chińska wersja aplikacji o nazwie Douyin
ma 600 milionów aktywnych użytkowników
dziennie

USA

Przeciętny mieszkaniec Stanów
Zjednoczonych otwiera aplikację TikTok
8 razy dziennie

Stany Zjednoczone są trzecim co do
wielkości krajem pod względem pobrań






Działalność Stars.Space będzie koncentrować się na rynkach międzynarodowych, na których partnerem marketingowym jest TikTok*

Platforma TikTok jest wiodącym kanałem budowania wizerunku marki.

Przyjęta strategia przewiduje zaangażowanie dużej grupy influencerów o znaczących zasięgach oraz zastosowanie autorskich efektów wizualnych i elementów performance marketingu

*Umowa zawarta dnia 29.07.2021 roku



Głównym filarem działalności Stars.Space S.A. jest **monetyzacja influencer marketingu** poprzez wprowadzanie na rynek oryginalnych, kreatywnych projektów.

Pierwszym projektem Stars.Space S.A. będzie **linia kosmetyków „Stars from the Stars”**, przy współpracy z platformą społecznościową **TikTok** i siecią drogerii **Rossmann**.

Grupa docelowa



Pokolenie Z i ALFA

Internetowi indywidualiści

Oglądają tutoriale

Kreatywni

Uczą się przedsiębiorczości na swoim kieszonkowym

Dopiero rozpoczynają swoją przygodę z pielęgnacją

Żyją w Internecie, kupują stacjonarnie

Wymagający

Podążają za trendami, są zawsze na bieżąco

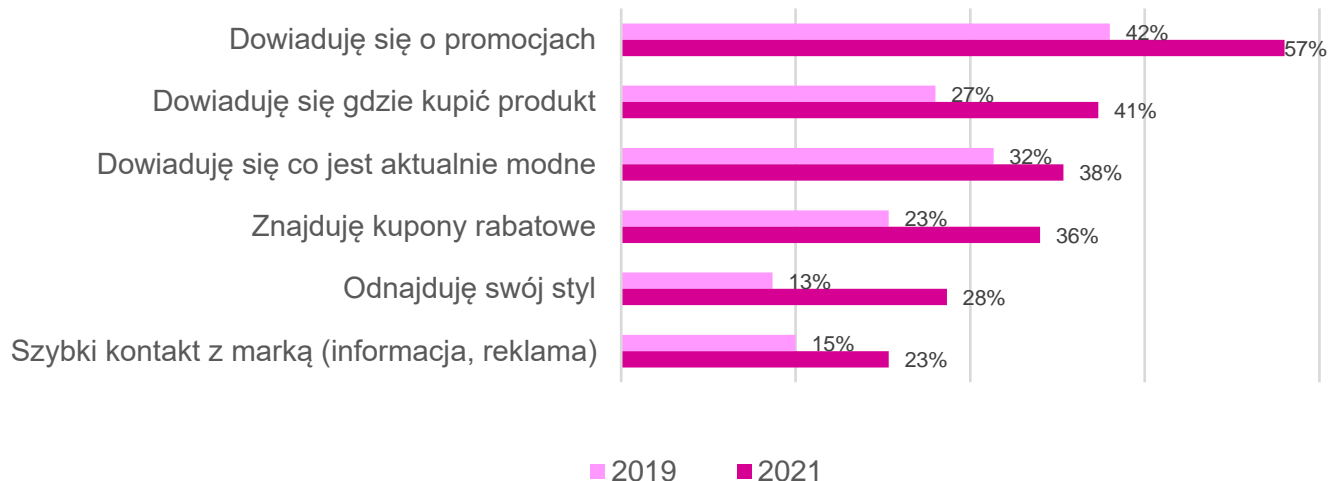
Dysponują środkami na własne wydatki

Testują



Social media coraz bardziej istotne w zakupach Generacji Z

Dzięki mediom społecznościowym pokolenie Z:



Źródło: Raport *Jak kupuje generacja Z* – II edycja przygotowana przez Accenture i Fashion biznes, kwiecień 2021 r.

Media społecznościowe są dla młodego pokolenia miejscem z którego przede wszystkim czerpią inspiracje, pomagając odnaleźć im swój własny styl.

Ponad połowa Generacji Z szuka w social mediach informacji o promocjach produktów, a także tego gdzie można je kupić.

21% przedstawicieli Generacji Z chwali się swoimi zakupami w mediach społecznościowych



Udostępnianie zakupów
w mediach społecznościowych
to szansa dla marek na budowanie relacji
z klientem i kreowanie mikrotrendów

Źródło: Raport *Jak kupuje generacja Z* – II edycja przygotowana przez Accenture i Fashion biznes, kwiecień 2021 r.

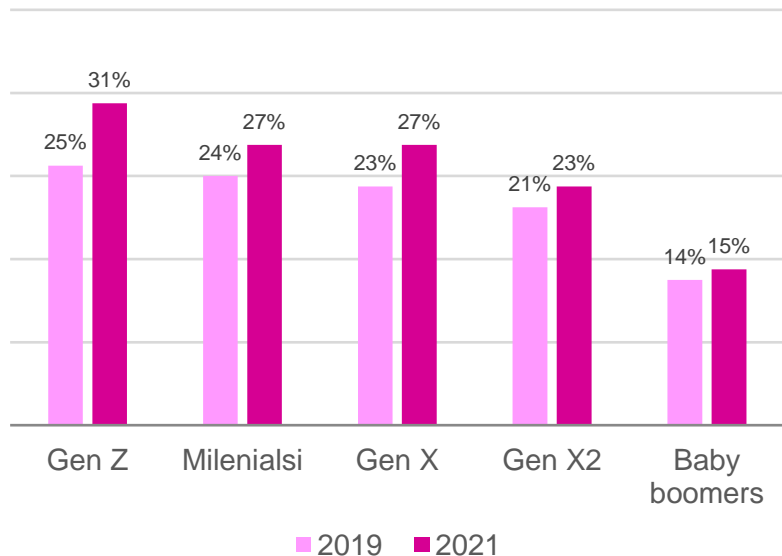
Rosnący wpływ twórców internetowych na zakupy

Opinie influencerów pomagają konsumentom podejmować decyzje zakupowe, a blisko połowa z nich jest gotowa zapłacić **więcej** za rekomendowany produkt

Rośnie rola edukacyjna mediów społecznościowych, a Generacja Z docenia ją dużo bardziej niż starsze pokolenia.

Dla firm oznacza to, że serwisy społecznościowe to również miejsce, w którym znacznie częściej powinny komunikować nie tylko informacje związane z produktem, ale też **treści edukacyjne czy społeczne.**

Odsetek respondentów z poszczególnych grup wiekowych, którzy często lub zawsze sugerują się opinią influencerów przy robieniu zakupów online



Źródło: Raport *Jak kupuje generacja Z* – II edycja przygotowana przez Accenture i Fashion biznes, kwiecień 2021 r.

Grupa kapitałowa



HUB•TECH

Stars.Space S.A. korzysta z zasobów innych podmiotów Grupy*

ONLYBIO.life

Posiada własną linię produkcyjną oraz powierzchnię magazynową.

Odpowiada za obszar produkcji kosmetyków oraz pakowania logistyki i dostaw.

InventionBio
biochemistry for a better future

Posiada do dyspozycji laboratorium i wiedzę z zakresu tworzenia kosmetyków.

Odpowiada za stworzenie i dostarczenie formuł kosmetyków.



* Emitent zaznacza, że nie jest właścicielem marek i produktów OnlyBio i OnlyEco oraz że nie czerpie żadnych korzyści ekonomicznych związanych z ich sprzedażą. Właścicielem wskazanych marek jest Onlybio.Life S.A., spółka zależna od Hub.Tech S.A., podmiotu dominującego względem Emitenta. Jednocześnie Zarząd Spółki zaznacza, że osoby odpowiedzialne za sukces komercyjny produktów OnlyBio i OnlyEco, w tym za sukces ich kampanii promocyjnej, są obecnie zatrudnione również przez Emitenta.

Niniejszy dokument nie był zatwierdzany ani weryfikowany w żaden sposób przez Komisję Nadzoru Finansowego, a jego treść nie była badana ani zatwierdzana przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. Niniejszy materiał ma charakter wyłącznie promocyjny i reklamowy, a rodzaj oferty publicznej nie wymaga sporządzenia i opublikowania prospektu emisyjnego ani memorandum informacyjnego. Wszelkie wiążące informacje dotyczące spółki STARS.SPACE S.A. oraz szczegółów oferty publicznej akcji dostępne są na stronie crowdconnect.pl oraz stars.space, a prezentowany materiał nie stanowi podstawy rekomendacji nabycia akcji ani podstawy do podjęcia decyzji o nabyciu akcji STARS.SPACE S.A.

Case Study OnlyBio.life*

Onlybio.life to tiktokowa marka beauty nr 1 w Polsce!

ONLYBIO.life

@onlybio.life ✓

104

Obserwujesz

121,3K

Obserwujący

2,1M

Polubienia

Wiadomość



Dane na dzień 21 września 2021 r.

* Emitent zaznacza, że nie jest właścicielem marek i produktów OnlyBio i OnlyEco oraz że nie czerpie żadnych korzyści ekonomicznych związanych z ich sprzedażą. Właścicielem wskazanych marek jest Onlybio.Life S.A., spółka zależna od Hub.Tech S.A., podmiotu dominującego względem Emitenta. Jednocześnie Zarząd Spółki zaznacza, że osoby odpowiedzialne za sukces komercyjny produktów OnlyBio i OnlyEco, w tym za sukces ich kampanii promocyjnej, są obecnie zatrudnione również przez Emitenta.

Niniejszy dokument nie był zatwierdzany ani weryfikowany w żaden sposób przez Komisję Nadzoru Finansowego, a jego treść nie była badana ani zatwierdzana przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. Niniejszy materiał ma charakter wyłącznie promocyjny i reklamowy, a rodzaj oferty publicznej nie wymaga sporządzenia i opublikowania prospektu emisyjnego ani memorandum informacyjnego. Wszelkie wiążące informacje dotyczące spółki STARS.SPACE S.A. oraz szczegółów oferty publicznej akcji dostępne są na stronie crowdconnect.pl oraz stars.space, a prezentowany materiał nie stanowi podstawy rekomendacji nabycia akcji ani podstawy do podjęcia decyzji o nabyciu akcji STARS.SPACE S.A.

Case Study OnlyBio.life*

Nr 1

wśród polskich marek beauty
na TikTok.

121,3 tys.

łączna liczba obserwujących

2,1 mln

polubień filmów na profilu
od 17. stycznia

67 900

wzrost obserwujących w okresie
marzec - wrzesień

Dane na dzień 21 września 2021 r.

* Emitent zaznacza, że nie jest właścicielem marek i produktów OnlyBio i OnlyEco oraz że nie czerpie żadnych korzyści ekonomicznych związanych z ich sprzedażą. Właścicielem wskazanych marek jest Onlybio.Life S.A., spółka zależna od Hub.Tech S.A., podmiotu dominującego względem Emitenta. Jednocześnie Zarząd Spółki zaznacza, że osoby odpowiedzialne za sukces komercyjny produktów OnlyBio i OnlyEco, w tym za sukces ich kampanii promocyjnej, są obecnie zatrudnione również przez Emitenta.



Niniejszy dokument nie był zatwierdzany ani weryfikowany w żaden sposób przez Komisję Nadzoru Finansowego, a jego treść nie była badana ani zatwierdzana przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. Niniejszy materiał ma charakter wyłącznie promocyjny i reklamowy, a rodzaj oferty publicznej nie wymaga sporządzenia i opublikowania prospektu emisyjnego ani memorandum informacyjnego. Wszelkie wiążące informacje dotyczące spółki STARS SPACE S.A. oraz szczegółów oferty publicznej akcji dostępne są na stronie crowdconnect.pl oraz stars.space, a prezentowany materiał nie stanowi podstawy rekomendacji nabycia akcji ani podstawy do podjęcia decyzji o nabyciu akcji STARS SPACE S.A.

OnlyBio.life – wyniki sprzedaży 1H 2021*



Przychody (mln PLN)

39,7

Zysk netto (mln PLN)

6,1

* Emitent zaznacza, że nie jest właścicielem marek i produktów OnlyBio i OnlyEco oraz że nie czerpie żadnych korzyści ekonomicznych związanych z ich sprzedażą. Właścicielem wskazanych marek jest Onlybio.Life S.A., spółka zależna od Hub.Tech S.A., podmiotu dominującego względem Emitenta. Jednocześnie Zarząd Spółki zaznacza, że osoby odpowiedzialne za sukces komercyjny produktów OnlyBio i OnlyEco, w tym za sukces ich kampanii promocyjnej, są obecnie zatrudnione również przez Emitenta.

Niniejszy dokument nie był zatwierdzany ani weryfikowany w żaden sposób przez Komisję Nadzoru Finansowego, a jego treść nie była badana ani zatwierdzana przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. Niniejszy materiał ma charakter wyłącznie promocyjny i reklamowy, a rodzaj oferty publicznej nie wymaga sporządzenia i opublikowania prospektu emisyjnego ani memorandum informacyjnego. Wszelkie wiążące informacje dotyczące spółki STARS.SPACE S.A. oraz szczegóły oferty publicznej akcji dostępne są na stronie crowdconnect.pl oraz stars.space, a prezentowany materiał nie stanowi podstawy rekomendacji nabycia akcji ani podstawy do podjęcia decyzji o nabyciu akcji STARS.SPACE S.A.

400 mln zł

Wartość polskiego rynku bio-eco-wege kosmetyków

Dynamiczny wzrost wartości w ciągu 12 miesięcy (od lipca 2020 do lipca br) - wzrost ze 180 mln zł

OnlyBio.life* odpowiada za blisko

10% rynku bio-eco-wege kosmetyków.

Jest to m.in. efekt skutecznie realizowanych działań sprzedażowo-marketingowych spółki, dużych inwestycji w ekologiczny segment biznesu oraz sprzyjających trendów rynkowych.

Źródło: GfK Polonia dla Puls Biznesu



* Emitent zaznacza, że nie jest właścicielem marek i produktów OnlyBio i OnlyEco oraz że nie czerpie żadnych korzyści ekonomicznych związanych z ich sprzedażą. Właścicielem wskazanych marek jest Onlybio.Life S.A., spółka zależna od Hub.Tech S.A., podmiotu dominującego względem Emitenta. Jednocześnie Zarząd Spółki zaznacza, że osoby odpowiedzialne za sukces komercyjny produktów OnlyBio i OnlyEco, w tym za sukces ich kampanii promocyjnej, są obecnie zatrudnione również przez Emitenta.

Niniejszy dokument nie był zatwierdzany ani weryfikowany w żaden sposób przez Komisję Nadzoru Finansowego, a jego treść nie była badana ani zatwierdzana przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. Niniejszy materiał ma charakter wyłącznie promocyjny i reklamowy, a rodzaj oferty publicznej nie wymaga sporządzenia i opublikowania prospektu emisyjnego ani memorandum informacyjnego. Wszelkie wiążące informacje dotyczące spółki STARS.SPACE S.A. oraz szczegółów oferty publicznej akcji dostępne są na stronie crowdconnect.pl oraz stars.space, a prezentowany materiał nie stanowi podstawy rekomendacji nabycia akcji ani podstawy do podjęcia decyzji o nabyciu akcji STARS.SPACE S.A.



Stars.Space S.A. przedstawia nową markę dla nowej grupy docelowej



**Pierwsza influencerska marka
kosmetyków nie z tego świata!**



Stars from the Stars to marka produktów inspirowanych kosmosem. Na rynek trafiła seria **niezwykłych kosmetyków do włosów i ciała** oparta na księżycowym rytuale pielęgnacji.



Niniejszy dokument nie był zatwierdzany ani weryfikowany w żaden sposób przez Komisję Nadzoru Finansowego, a jego treść nie była badana ani zatwierdzana przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. Niniejszy materiał ma charakter wyłącznie promocyjny i reklamowy, a rodzaj oferty publicznej nie wymaga sporządzenia i opublikowania prospektu emisyjnego ani memorandum informacyjnego. Wszelkie wiążące informacje dotyczące spółki STARS.SPAC S.A. oraz szczegółów oferty publicznej akcji dostępne są na stronie crowdconnect.pl oraz stars.space, a prezentowany materiał nie stanowi podstawy rekomendacji nabycia akcji ani podstawy do podjęcia decyzji o nabyciu akcji STARS.SPAC S.A.



Stars from the stars to wspólny projekt



Należy do Grupy Kapitałowej
Hub.Tech S.A.



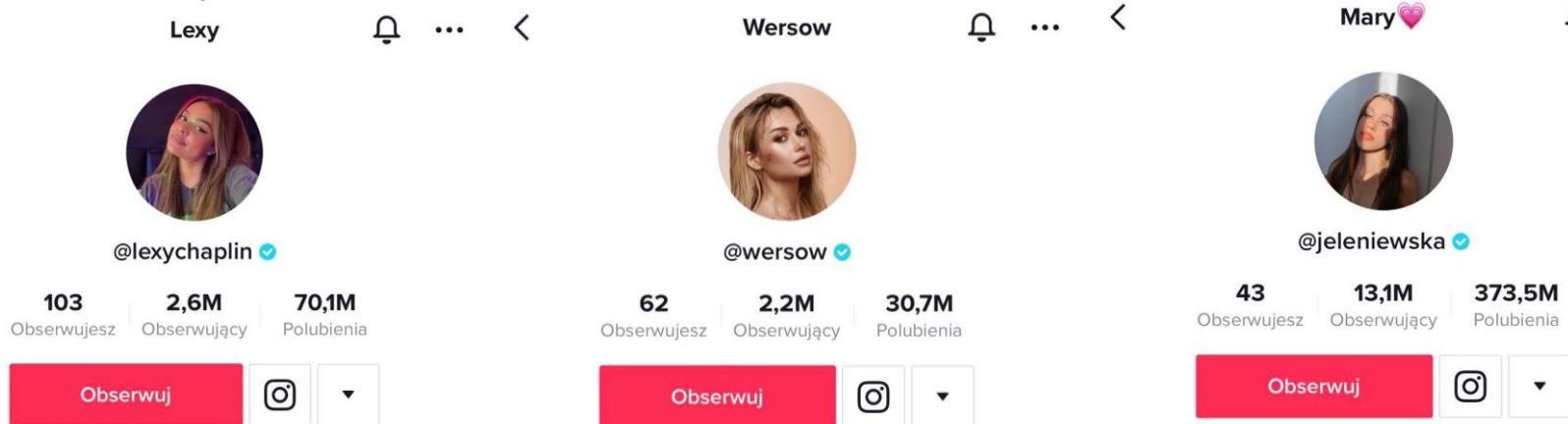
Wiodąca platforma promocji marki,
która od początku do końca
jest tworzona przez influencerów
skupionych wokół niej. Są oni
zaangażowani nie tylko w działania
promocyjne, ale zostali także włączeni
do procesu kreowania produktów.
Łącznie do współpracy zaprosiliśmy ok
100 osób

ROSSMANN

Wyłączny dystrybutor marki
Stars from the Stars w kanale offline
w Polsce

Zaangażowanie twórców z TikToka w promocję Stars from the Stars

Dane na dzień 21 września 2021 r.



hi
Jedne z najbardziej rozpoznawalnych twarzy polskiego TikToka współpracują ze Stars.Space S.A. na podstawie umów o dzieło, które zobowiązują je do wykonania określonych aktywności na TikToku i Instagramie, związanych z promocją marki Stars from the Stars w zamian za wynagrodzenie.

Ponadto Stars.Space S.A. współpracuje na zasadach barterowych z około setką innych influencerów.

Otrzymali oni pakiet kosmetyków Spółki w zamian za promocję na swoich kontach prywatnych.

Niniejszy dokument nie był zatwierdzany ani weryfikowany w żaden sposób przez Komisję Nadzoru Finansowego, a jego treść nie była badana ani zatwierdzana przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. Niniejszy materiał ma charakter wyłącznie promocyjny i reklamowy, a rodzaj oferty publicznej nie wymaga sporządzenia i opublikowania prospektu emisyjnego ani memorandum informacyjnego. Wszelkie wiążące informacje dotyczące spółki STARS.SPACE S.A. oraz szczegółów oferty publicznej akcji dostępne są na stronie crowdconnect.pl oraz stars.space, a prezentowany materiał nie stanowi podstawy rekomendacji nabycia akcji ani podstawy do podjęcia decyzji o nabyciu akcji STARS.SPACE S.A.

Stars from the Stars – działania marketingowe

Kampania HTC #itsaboutstars

- Stars.Space S.A przeprowadzi kampanię HTC (Hashtag Challenge) pod nazwą #itsaboutstars, która będzie trwała 66 dni.
- Start kampanii planowany jest na 10.10.2021 r., a kulminacja i wybór zwycięzców na 15.12.2021 r.
- Konkurs polegający na pokazaniu kosmicznej stylizacji przy wykorzystaniu autorskiego efektu wizualnego.

Omnichannelowe podejście do marketingu

- W prasie biznesowej, rozrywkowej i innej publikowane są artykuły i wzmianki o nowej serii produktów kosmetycznych.
- Połączenie świata offline i wirtualnego:
Oznaczenie półek i podłóg w sklepach Rossmann specjalną naklejką z kodem QR, który przekieruje użytkownika bezpośrednio do unikatowego efektu #itsaboutstars oraz obrandowane logiem TikToka i Stars from the Stars.



Innowacyjne podejście w doborze oferty produktowej



W tradycyjnym ujęciu najpierw tworzony jest produkt, a następnie do niego przygotowana jest kampania marketingowa.

Stars.Space S.A. odwrócił podejście w kwestii planowania strategii produktowej.

Znając oczekiwania konsumentów tworzy linie kosmetyczne.

Oddolne podejście w tworzeniu kosmetyków, to większe szanse na sukces produktów.

Stosując narzędzia służące do monitorowania Internetu i wyszukiwania słów kluczowych, Stars.Space S.A. jest w stanie określić jakie cechy powinien mieć produkt **jeszcze przed rozpoczęciem jego produkcji.**

Produkt jest dopasowywany do aktualnych trendów na podstawie zidentyfikowanych oczekiwań.

Wykorzystywane narzędzia do analizy BigData:

1. Brand24
2. Google Keyword Planner
3. Senuto
4. Google trends



Zastosowanie technologii VR oraz eye trackingu w śledzeniu zachowań Klientów



Eye tracking to metoda, podczas której śledzona jest droga wzroku.

W badaniach marketingowych polega na śledzeniu gałek ocznych kamerą oraz przy użyciu diod elektroluminescencyjnych, które umieszczane są w rogu ekranu. Dzięki tej metodzie można określić, jakie elementy przyciągane są przez wzrok człowieka oraz na jakie elementy patrzy dłużej, a jakie pomija.

Stars.Space prowadzi badania związane z ekspozycją produktów na półkach sklepowych łącząc narzędzia eye trackingu z goglami VR (ang. Virtual Reality – wirtualna rzeczywistość).

Pozwala to na przeprowadzanie analiz bez fizycznego udziału grupy badawczej w sklepie.

Półki sklepowe zostają odtworzone w wirtualnej przestrzeni.

Harmonogram rozwoju projektu





Podsumowanie

- ✓ Umiejętność monetyzacji influencer marketingu
 - ✓ Technologiczny wymiar projektu
- ✓ Analiza BigData z wykorzystaniem narzędzi wspierających monitoringu sieci, takich jak Brand24, Google Keyword Planner, Seuto oraz Google Trends
 - ✓ Skalowalność biznesu
 - ✓ Promocja na rynkach zagranicznych dzięki międzynarodowemu partnerstwu TikToka



Kluczowe elementy strategii rozwoju

Strategia
rozwoju

- Influencer marketing przy wykorzystaniu mediów społecznościowych i platform video
- Śledzenie trendów w Internecie
- Zastosowanie technologii VR oraz eye trackingu w śledzeniu zachowań Klientów
- Współpraca z siecią drogerii ROSSMANN
- Produkcja kosmetyków przy współpracy z ONLYBIO.LIFE S.A.
- Tworzenie formuł kosmetyków
- Rozwój wachlarza produktów i obszaru działalności
- Pozycjonowanie produktów: wyselekcjonowanie grupy odbiorców wynika z przyjętej strategii marketingowej kierowanej głównie przy użyciu mediów społecznościowych, w szczególności platformy TikTok



Niniejszy dokument nie był zatwierdzany ani weryfikowany w żaden sposób przez Komisję Nadzoru Finansowego, a jego treść nie była badana ani zatwierdzana przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. Niniejszy materiał ma charakter wyłącznie promocyjny i reklamowy, a rodzaj oferty publicznej nie wymaga sporządzenia i opublikowania prospektu emisyjnego ani memorandum informacyjnego. Wszelkie wiążące informacje dotyczące spółki STARS.SPACE S.A. oraz szczegółów oferty publicznej akcji dostępne są na stronie crowdconnect.pl oraz stars.space, a prezentowany materiał nie stanowi podstawy rekomendacji nabycia akcji ani podstawy do podjęcia decyzji o nabyciu akcji STARS.SPACE S.A.



Parametry emisji

Nazwa spółki	Stars.Space S.A.
Liczba i seria oferowanych akcji	4 550 000 akcji serii C
Cena nominalna i emisyjna akcji	0,10 PLN i 1,00 PLN
Kapitał pozyskiwany w emisji i % udział w kapitale zakładowym	4 550 000 PLN i 13,17%
Wycena spółki po emisji	34 550 000 PLN
Transza I	Od 7 października do 13 października 2021 roku Emitent zaferuje w ramach pierwszej transzy 1 000 000 sztuk akcji serii C
Transza II	Od 14 października do 20 października 2021 roku Emitent zaferuje w ramach drugiej transzy 3 550 000 sztuk akcji serii C
Miejsce dokonywania zapisów	https://stars.space
Planowany termin złożenia wniosku o wprowadzenie akcji do Alternatywnego Systemy Obrotu na rynku NewConnect	1 kw. 2022 rok

Niniejszy dokument nie był zatwierdzany ani weryfikowany w żaden sposób przez Komisję Nadzoru Finansowego, a jego treść nie była badana ani zatwierdzana przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. Niniejszy materiał ma charakter wyłącznie promocyjny i reklamowy, a rodzaj oferty publicznej nie wymaga sporządzenia i opublikowania prospektu emisyjnego ani memorandum informacyjnego. Wszelkie wiążące informacje dotyczące spółki STARS.SPACE S.A. oraz szczegółów oferty publicznej akcji dostępne są na stronie crowdconnect.pl oraz stars.space, a prezentowany materiał nie stanowi podstawy rekomendacji nabycia akcji ani podstawy do podjęcia decyzji o nabyciu akcji STARS.SPACE S.A.



Cele emisyjne

Cel emisyjny	Segment działalności (produkt, usługa, akwizycja, etc.)	Całkowite nakłady	Planowane finansowanie z emisji akcji	Planowany termin realizacji
Sfinansowanie produkcji kosmetyków w ramach współpracy z ONLYBIO.LIFE	Produkt	1.550.000 PLN	1.550.000 PLN	Do końca 2021
Działania marketingowe związane z promocją marki kosmetyków „STARS FROM THE STARS” w mediach społecznościowych	Usługa	3.000.000 PLN	3.000.000 PLN	Do końca 2021
Suma		4.550.000 PLN	4.550.000 PLN	

Zarząd Emitenta wskazuje, iż w przypadku niepozyskania wystarczających w całości środków finansowych z emisji akcji serii C na zrealizowanie przedstawionych celów emisyjnych. Spółka przeznaczy zysk z działalności na pokrycie brakujących kwot do zrealizowania przedstawionych celów emisyjnych.

Zarząd Emitenta zaznacza również, że wyżej opisane cele emisyjne mogą ulec zmianie w zakresie kwot i terminów ich realizacji, w przypadku, jeżeli Emitent uzna, że realizacja innych celów przyczyni się w lepszy sposób do rozwoju Spółki.

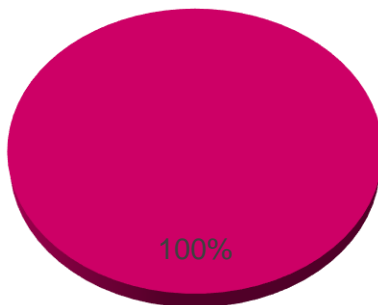


Niniejszy dokument nie był zatwierdzany ani weryfikowany w żaden sposób przez Komisję Nadzoru Finansowego, a jego treść nie była badana ani zatwierdzana przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. Niniejszy materiał ma charakter wyłącznie promocyjny i reklamowy, a rodzaj oferty publicznej nie wymaga sporządzenia i opublikowania prospektu emisyjnego ani memorandum informacyjnego. Wszelkie wiążące informacje dotyczące spółki STARS.SPACE S.A. oraz szczegółów oferty publicznej akcji dostępne są na stronie crowdconnect.pl oraz stars.space, a prezentowany materiał nie stanowi podstawy rekomendacji nabycia akcji ani podstawy do podjęcia decyzji o nabyciu akcji STARS.SPACE S.A.



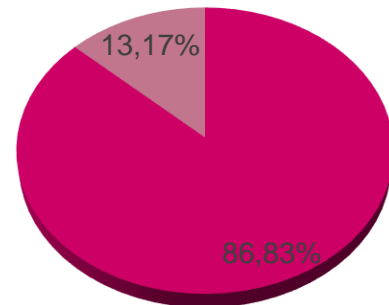
Struktura akcjonariatu

Struktura akcjonariatu przed emisją



■ HUB.TECH S.A.

Struktura akcjonariatu po zakończeniu emisji



■ HUB.TECH S.A ■ Akcjonariusze akcji serii C

W posiadaniu Hub.tech S.A.

seria A - 600 000 akcji
seria A1 - 400 000 akcji
seria B - 29 000 000 akcji

Nowi akcjonariusze serii C - 4 550 000 akcji

Niniejszy dokument nie był zatwierdzany ani weryfikowany w żaden sposób przez Komisję Nadzoru Finansowego, a jego treść nie była badana ani zatwierdzana przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. Niniejszy materiał ma charakter wyłącznie promocyjny i reklamowy, a rodzaj oferty publicznej nie wymaga sporządzenia i opublikowania prospektu emisyjnego ani memorandum informacyjnego. Wszelkie wiążące informacje dotyczące spółki STARS.SPACE S.A. oraz szczegółów oferty publicznej akcji dostępne są na stronie crowdconnect.pl oraz stars.space, a prezentowany materiał nie stanowi podstawy rekomendacji nabycia akcji ani podstawy do podjęcia decyzji o nabyciu akcji STARS.SPACE S.A.





Wybrane czynniki ryzyka



Informacji, którzy zamierzają podjąć decyzje inwestycyjne związane z papierami wartościowymi Emitenta, powinni przeanalizować czynniki ryzyka. Ziszczenie się dowolnego z nich, może mieć negatywny wpływ na działalność prowadzoną przez Emitenta i jego wyniki finansowe. Poniżej zamieszczono wybrane czynniki ryzyka.

Ryzyko związane z krótką historią działalności Emitenta

Dnia 16 czerwca 2021 roku na mocy uchwały nr 5 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy ujawnionej w akcie notarialnym o numerze Repertorium A nr 23788/2021 sporządzonym w Kancelarii Notarialnej „Paweł Błaszczak Robert Błaszczak Rafał Gąsiewski Michał Błaszczak Monika Fyk Tomasz Merta Notariusze Spółka Cywilna”, zlokalizowanej przy Placu Bankowym 1, 00-139 Warszawa Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy podjęło decyzję w sprawie zmiany Statutu Spółki poprzez uchylene jej dotychczasowej treści oraz przyjęcie nowej treści Statutu Spółki stanowiącej zarazem jej tekst jednolity.

Uchwała nr 5 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy, o której mowa powyżej stanowi, że Spółka działa pod zmienioną firmą na STARS.SPACE. Tym samym Emitent rozpoczął faktyczne prowadzenie działalności związanej z monetyzacją influencer marketingu w zakresie sprzedaży kosmetyków dopiero w 2021 r., przy czym pierwsza faktyczna sprzedaż miała miejsce w sierpniu 2021 r.

STARS.SPACE S.A. jest zatem przedsiębiorcą, który nie posiada ugruntowanej pozycji na rynku, co za tym idzie identyfikować należy niedogodności związane z rozpoznawalnością Spółki i marki kosmetyków “STARS FROM THE STARS”. Krótka obecność Spółki na rynku implikuje również trudności związane z pozyskaniem finansowania oraz z oceną efektywności prowadzonego modelu biznesowego, przy braku historycznych wyników. W celu zminimalizowania wskazanego ryzyka Emitent podjął współpracę z HUB.TECH S.A. (100% akcjonariuszem Spółki) skąd pozyskał finansowanie w wyniku emisji 29.000.000 akcji serii B o wartości nominalnej 0,10 PLN każda. Pozyskana kwota została przeznaczona na zabezpieczenie stoków magazynowych wyrobów gotowych u producenta (2,5 mln PLN). Pozostałe środki zostały przeznaczone na działalność bieżącą (0,4 mln PLN). Ryzyko braku doświadczenia wynikającego z krótkiej historii działalności minimalizowane jest poprzez zawieranie współpracy z doświadczonymi podmiotami, posiadającymi odpowiednie referencja. Spółka zawarła umowę o współpracę w zakresie produkcji, magazynowania i dystrybucji kosmetyków z ONLYBIO.LIFE S.A., spółką należącą do grupy kapitałowej HUB.TECH S.A., która w 2020 i 2021 roku osiągnęła komercyjny sukces produkcji linii kosmetyków do włosów Hair Balance. Kolejnym kluczowym partnerstwem zawartym przez Spółkę są relacje nawiązane z siecią drogerii ROSSMANN, gdzie skoncentrowana będzie sprzedaż produktów Emitenta. Planowana premiera produktów na półkach drogerii jest na jesień 2021 roku. Współpraca z uznaną marką zwłaszcza w początkowym etapie rozwoju daje Emitentowi mocną pozycję w odniesieniu do obecności jego produktów na półkach sklepowych. Według danych sieci ROSSMANN na koniec 2020 roku liczba drogerii sieci ROSSMANN w Polsce liczyła 1487 sztuk, co w odniesieniu do 2000 roku stanowi średni roczny wzrost liczby sklepów sieci w wysokości 17,31% rocznie.

Ponadto przyjęty model marketingowy opiera się o współpracę z influencerami (na dzień sporządzenia niniejszego Dokumentu zawarte umowy z trzema osobami) dzięki, której promowane będą kosmetyki pod marką “STARS FROM THE STARS” na platformie TikTok. W opinii Emitenta taki model kampanii promocyjnej jest najlepszym wyborem zważywszy na fakt, iż docelowym odbiorcom produktów są kobiety w wieku 12-25 lat.

Pomimo krótkiej historii działalności Spółki wskazane ryzyko minimalizowane jest poprzez zawiązywanie kluczowych partnerstw, których celem jest wsparcie Emitenta w zbudowaniu pozycji rynkowej oraz podjęty przez Zarząd szereg działań mających na celu realizację zaplanowanej strategii rozwoju.



Wybrane czynniki ryzyka



Inwestorzy, którzy zamierzają podjąć decyzje inwestycyjne związane z papierami wartościowymi Emitenta, powinni przeanalizować czynniki ryzyka. Ziszczenie się dowolnego z nich, może mieć negatywny wpływ na działalność prowadzoną przez Emitenta i jego wyniki finansowe. Poniżej zamieszczono wybrane czynniki ryzyka.

Ryzyko związane z prowadzoną kampanią marketingową

Kluczowym elementem w obszarze działania Emitenta jest wykorzystanie nowoczesnych kanałów sprzedaży, głównie mediów społecznościowych do promocji linii kosmetycznej pod marką własną „STARS FROM THE STARS”. Grupą docelową klientów są młode kobiety w wieku 12-25 lat, w związku z czym działania promocyjne koncentrowane są na platformie TikTok. Według badań przeprowadzonych przez agencję GETHERO¹, serwis ten jest pozytywnie odbierany przez jego użytkowników, którymi w większości są młode kobiety (95% respondentów). Ponadto 25,6% osób biorących udział w badaniu to osoby w wieku 9-13 lat, 37,2% w wieku 14-15 lat, 27,6% 16-18 lat i 9,6% powyżej 19 lat, co koresponduje z obraną przez Emitenta grupą docelową odbiorców. Emitent korzysta ze współpracy z influencerami (ambasadorami marki) takimi jak: Maria Jeleniewska (Mary), Lexy Chaplin oraz Weronika Sowa (Wersow), dzięki którym planuje zapewnić rozpoznawalność oferowanych produktów. Wskazane osoby współpracują ze spółką na podstawie umów o dzieło które zobowiązują je do wykonania określonych aktywności na TikToku i Instagramie, związanych z promocją marki „STARS FROM THE STARS” w zamian za wynagrodzenie. Ponadto Emitent współpracuje na zasadach barterowych z około setką innych influencerów. Otrzymali oni pakiet kosmetyków Spółki w zamian za promocję na swoich kontaktach prywatnych.

Korzystając z możliwości marketingowych oferowanych przez social media Emitent przeprowadzi kampanię HTC (przy wykorzystaniu hasztagu) pod nazwą #itsaboutstars, która będzie trwała około 2 miesiące. Start kampanii HTC przewidziany jest na 10.10.2021 roku a jej kulminacja i wybór zwycięzców planowany jest na 15.12.2021 r. Konkurs będzie polegał na pokazaniu swojej kosmicznej stylizacji przy wykorzystaniu autorskiego efektu wizualnego.

Poza wskazanymi działaniami promocyjnymi, na dzień sporządzenia niniejszego dokumentu Emitent prowadzi również działania w zakresie marketingu tradycyjnego. W prasie biznesowej, rozrywkowej i innej publikowane są artykuły i wzmianki o nowej serii produktów kosmetycznych oferowanych przez STARS.SPAC S.A.

Sprzedaż kosmetyków jest i będzie finalizowana w sklepach stacjonarnych sieci drogerii ROSSMANN (szacunkowo około 90% przychodów) na półkach z oznaczonym logo TikToka półki sklepowe lub poprzez sklep internetowy Emitenta (szacunkowo około 10% przychodów). Wskazana struktura sprzedaży ma zostać osiągnięta w ciągu roku od uruchomienia sklepu online, który funkcjonuje od II połowy września 2021 r. Istnieje ryzyko, że przyjęta strategia marketingowa nie przyniesie zamierzonych efektów, a nakłady wydatkowane na marketing nie zostaną pokryte z wpływów ze sprzedaży bądź zostaną rozpoznane z opóźnieniem. Przełoży się to negatywnie na sytuację finansową, majątkową oraz gospodarczą Emitenta. W celu minimalizowania przedmiotowego ryzyka Emitent opracował autorski model doboru do współpracy influencerów, których kanały w serwisie TikTok charakteryzują się odpowiednimi parametrami, czego efektem ma być dotarcie do jak największej ilości potencjalnych klientów.

Przedmiotowe ryzyko jest minimalizowane przez fakt, że projekt stworzenia spółki STARS.SPAC S.A. mającej oferować kosmetyki dopasowane do potrzeb i preferencji konsumentów za pośrednictwem kanałów social mediowych jest pochodną komercyjnego sukcesu ONLYBIO.LIFE S.A. z 2020 i 2021 roku – podmiotu z grupy Hub.Tech S.A., w skład której wchodzi również Emitent. STARS.SPAC S.A. korzysta z doświadczenia osób, które realizowały kampanie marketingową ONLYBIO.LIFE S.A. i planuje przeprowadzenie takich kampanii, które przyniosły pożądaną skutek w 2021 roku (tak jak np.: sukcesem była kampania #onlybalance, która zanotowała 536 mln wyświetleń). Ponadto Emitent zatrudnia osoby, które współpracowały wcześniej z ONLYBIO.LIFE S.A. i były odpowiedzialne za sukces tej marki. Produkty OnlyBio oferowane przez ONLYBIO.LIFE S.A., przyniosły spółce przychody ze sprzedaży na poziomie około 39,7 mln PLN oraz zysk netto na poziomie około 6 mln PLN (dane na koniec I półrocza 2021 r.). Źródło sukcesu to przede wszystkim efekt wykorzystania nowoczesnym narzędzie influencer marketingu. Narzędzi, które wspierają markę w budowaniu pozytywnego wizerunku wśród klientów poprzez sieci społecznościowe skupione wokół influencerów. Zamiarem Emitenta jest powtórzyć sukces ONLYBIO.LIFE S.A.

¹Raport GetHero – „Kim są polscy użytkownicy TikTok, raport edycja 2019 r

Niniejszy dokument nie był zatwierdzany ani weryfikowany w żaden sposób przez Komisję Nadzoru Finansowego, a jego treść nie była badana ani zatwierdzana przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. Niniejszy materiał ma charakter wyłącznie promocyjny i reklamowy, a rodzaj oferty publicznej nie wymaga sporządzenia i opublikowania prospektu emisyjnego ani memorandum informacyjnego. Wszelkie wiążące informacje dotyczące spółki STARS.SPAC S.A. oraz szczegółów oferty publicznej akcji dostępne są na stronie crowdconnect.pl oraz stars.space, a prezentowany materiał nie stanowi podstawy rekomendacji nabycia akcji ani podstawy do podjęcia decyzji o nabyciu akcji STARS.SPAC S.A.



Wybrane czynniki ryzyka



Investorzy, którzy zamierzają podjąć decyzję związaną z papierami wartościowymi Emitenta, powinni przeanalizować czynniki ryzyka. Zniszczenie się dowolnego z nich, może mieć negatywny wpływ na działalność prowadzoną przez Emitenta i jego wyniki finansowe. Poniżej zamieszczono wybrane czynniki ryzyka.

Ryzyko związane z produkcją kontraktową kosmetyków Emitenta

Głównym obszarem działalności Emitenta jest marketing i budowanie zainteresowania wokół marki "STARS FROM THE STARS" w celu sprzedaży własnych kosmetyków. W związku z powyższym Emitent zleca produkcję oferowanych przez Spółkę kosmetyków do podmiotów zewnętrznych. Producentem kosmetyków jest ONLYBIO.LIFE S.A. z siedzibą w Bydgoszczy, spółka w 100% zależna od HUB.TECH S.A., głównego akcjonariusza Emitenta. Zarówno ONLYBIO.LIFE S.A., jak i Emitent, wchodzi w skład tej samej grupy kapitałowej. Istnieje ryzyko, że utrata ww. partnera lub problemy, które będą dotyczyły możliwości zachowania ciągłości jego działania (np. pożar, czy awaria linii produkcyjnej), będą skutkowały utrudnieniami czy przestojami w produkcji, a w związku z tym utrudnieniami w dystrybucji kosmetyków do klientów (w tym kluczowego dystrybutora, tj. sieci drogerii ROSSMANN). Materializacja wyżej wskazanego ryzyka może się wiązać się z ograniczeniem możliwości prowadzenia działalności gospodarczej przez Emitenta. Umowa zawarta dnia 02.08.2021 r. pomiędzy Emitentem a producentem kosmetyków, zawiera zapis o jednomiesięcznym okresie wypowiedzenia. W sytuacji rozwiązania umowy, gdy znalezienie nowego dostawcy będzie trwało zbyt długo, opóźnienia w dostawie mogą oznaczać istotne problemy, takie jak niezadowolone klientów, co w efekcie może przełożyć się na pogorszenie sytuacji finansowej Spółki i zakończenie współpracy z siecią sklepów ROSSMANN. W opinii Emitenta spółka ONLYBIO.LIFE S.A. jest producentem godnym zaufania, co wspomaga fakt przynależności podmiotów do jednej grupy kapitałowej. Ponadto, według Zarządu, jednomiesięczny okres wypowiedzenia jest wystarczający do przeniesienia produkcji do innej spółki w przypadku rozwiązania umowy z obecnym producentem, przy czym z uwagi na obecne powiązania kapitałowe (obecność w tej samej grupie kapitałowej), Emitent nie utożsamia ryzyka związanego z produkcją kontraktową jako istotnego. W ocenie Emitenta pozwala to istotnie ograniczyć koszty prowadzonej działalności (brak konieczności posiadania własnego zakładu produkcyjnego, spełniania odpowiednich norm regulacyjnych, czy zatrudniania wykwalifikowanych specjalistów).

Ryzyko związane ze współpracą z siecią ROSSMANN, głównym odbiorcą produktów Emitenta

Na dzień sporządzenia Dokumentu Ofertowego przychody Emitenta koncentrują się wokół dostarczania produktów do sklepów sieci drogerii ROSSMANN. Ponadto Emitent uruchomił w drugiej połowie września 2021 roku sklep internetowy. Według planów Emitenta e-commerce ma odpowiadać za 10% wolumenu sprzedaży, a współpraca z siecią drogerii ROSSMANN za 90%. Wskazana struktura sprzedaży ma zostać osiągnięta w ciągu roku od uruchomienia sklepu online, który funkcjonuje od II połowy września 2021 r. W sierpniu 2021 roku Spółka wystawiła pierwsze FV za dostawę produktów do sieci ROSSMANN na kwotę 829 267,19 PLN brutto. Emitent nie posiada zawartej z siecią ROSSMANN umowy dotyczącej współpracy w zakresie dostarczanych produktów. ROSSMANN stosuje własne zasady zarządzania asortymentem, w ramach których jako kluczowe wskazała należy tzw. proces listowania towaru. Listing wskazuje, czy dany produkt znajduje się aktualnie w tabeli zakupowej, co oznacza jego obecność w sklepach drogerii. Brak ukończonej umowy stawia Emitenta na pozycji podporządkowanej wobec odbiorcy jego produktów. W celu zminimalizowania ryzyka wycofania produktów „STARS FROM THE STARS” przez drogerie ROSSMANN Spółka podejmuje działania skierowane na budowanie pozytywnego obrazu oferowanych kosmetyków wśród grupy docelowej poprzez prowadzenie kampanii marketingowej głównie przez kanał mediów społecznościowych, na platformie TikTok. Ponadto, Emitent zadbał o dobrą jakość oferowanych produktów dobierając odpowiedniego partnera odpowiedzialnego za ich produkcję. Na dzień sporządzenia Dokumentu Ofertowego producentem kosmetyków jest ONLYBIO.LIFE S.A., spółka w 100% zależna od HUB.TECH S.A., czyli pomiotu, który posiada 100% zaangażowania w kapitale Emitenta, dzięki czemu Emitent ma zwiększone zaufanie do wskazanego podmiotu. Jednocześnie Emitent wskazuje, że grupa kapitałowa, której jest częścią, posiada doświadczenie w przyjętym modelu współpracy z siecią ROSSMANN z uwagi m.in. na obecność w tych drogeriach produktów ONLYBIO.LIFE S.A. co minimalizuje istotnie ryzyko zerwania współpracy z głównym odbiorcą produktów Spółki. Czynnici te mają zapewnić jednocześnie: zainteresowanie daną linią kosmetyków oraz spełnienie wymagań jakościowych sieci ROSSMANN, co ma zapewnić Emitentowi obecności na półkach sieci drogerii.

Ryzyko związane z nieosiągnięciem pozytywnych wyników finansowych

Emitent dokonał zmiany nazwy na STARS.SPACE S.A. dnia 16 czerwca 2021 roku w wyniku podjęcia uchwały nr 5 w sprawie zmiany Statutu Spółki poprzez uchylene jej dotychczasowej treści oraz przyjęcie nowej treści Statutu Spółki stanowiącej zarazem jej tekst jednolity (Repertorium A nr 23788/2021). Wcześniejszą nazwą Emitenta była ETHY S.A.. Emitent w sprawozdaniu finansowym za rok 2020 wykazał stratę w wysokości 68.887,05 PLN. Przy czym w roku 2020 r. Emitent nie prowadził faktycznej działalności operacyjnej. Jej rozpoczęcie nastąpiło w 2021 r. wraz z nabyciem 100% udziałów Spółki przez HUB.TECH S.A. Nie istnieje zatem możliwość weryfikacji zdolności Spółki do realizacji przyjętego modelu biznesowego poprzez analizę jego sprawozdań finansowych. Istnieje zatem uzasadniona obawa, że w przypadku niezaakceptowania przez rynek linii kosmetyków będących w ofercie STARS.SPACE S.A. Spółka nie wykaże zysku oraz dodatnich przepływów pieniężnych z działalności operacyjnej w 2021 roku. W bieżącym roku Emitent prowadzi działania zmierzające do zminimalizowania ryzyka niepowodzenia projektu wprowadzenie linii kosmetyków poprzez przemyślane dobieranie kluczowych partnerstw biznesowych mających na celu wsparcie Spółki w prowadzonych działaniach.



Wybrane czynniki ryzyka



Investorzy, którzy zamierzają podjąć decyzję inwestycyjną związaną z papierami wartościowymi Emitenta, powinni przeanalizować czynniki ryzyka. Ziszczenie się dowolnego z nich, może mieć negatywny wpływ na działalność prowadzoną przez Emitenta i jego wyniki finansowe. Poniżej zamieszczono wybrane czynniki ryzyka.

Ryzyko niedojścia emisji Akcji Serii C do skutku

Emisja Akcji Serii C nie dojdzie do skutku, jeżeli:

- 1) do dnia zamknięcia subskrypcji akcji serii C nie zostaną właściwie złożone i prawidłowo opłacone zapisy na co najmniej 3.000.000 akcji serii C, lub
- 2) w terminie 6 miesięcy od daty podjęcia uchwały o emisji Zarząd Emitenta niełoży do Sądu Rejestrowego wniosku o zarejestrowanie emisji akcji serii C, lub
- 3) uprawomocni się postanowienie Sądu Rejestrowego o odmowie wpisu do rejestru podwyższenia kapitału zakładowego Emitenta z tytułu emisji akcji serii C. W przypadku niedojścia emisji do skutku kwoty wpłacone na akcje serii C zostaną zwrócone inwestorom bez jakichkolwiek odszkodowań lub odsetek.

Ryzyko związane z inwestowaniem w akcje nienotowane

Emitent wskazuje, że do momentu wprowadzenia akcji serii C Inwestorzy ponoszą ryzyko związane z ograniczeniami w zakresie możliwości zbycia akcji. Akcje serii C będą notowane w obrocie zorganizowanym na rynku NewConnect dopiero po przejściu procedury wprowadzenia do obrotu przez GPW w Warszawie. Emitent planuje złożyć stosowny wniosek w 1 kwartale 2022 roku.

Ryzyko braku wymaganego przepisami rozproszenia akcji wprowadzanych do obrotu

Na dzień sporządzenia niniejszego Dokumentu 100% akcjonariuszem Emitenta jest spółka HUB.TECH S.A. posiadająca 30.000.000 akcji o wartości nominalnej 0,10 PLN każda. W ramach planowanej emisji akcji serii C, Emitent zamierza zaoferować 4.550.000 akcji o wartości nominalnej 0,10 PLN każda, co w przypadku objęcia przez inwestorów wszystkich akcji stanowić będzie 13,17% wartości kapitału zakładowego. Istnieje ryzyko, że nie zostanie spełniony warunek formalny umożliwiający wprowadzenie akcji do obrotu w alternatywnym systemie obrotu organizowanym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. („ASO”), o którym mowa w § 3 art. 1 Regulaminu ASO.

W przypadku gdy emitent ubiega się po raz pierwszy o wprowadzenie akcji lub praw do akcji do obrotu w alternatywnym systemie:

- a) co najmniej 15% akcji objętych wnioskiem o wprowadzenie znajduje się w posiadaniu co najmniej 10 akcjonariuszy, z których każdy posiada nie więcej niż 5% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu i nie jest podmiotem powiązany z emitentem; wymóg ten stosuje się odpowiednio do praw do tych akcji;
- b) kapitał własny emitenta wynosi co najmniej 500.000 PLN; Organizator Alternatywnego Systemu może odstąpić od stosowania powyższego wymogu, o ile poziom środków finansowych pozyskanych przez emitenta w wyniku oferty akcji, które nie zostały jeszcze zarejestrowane, pozwala na uprawdopodobnienie spełnienia wymogu po dokonaniu rejestracji tych akcji przez właściwy sąd;
- c) emitent przedstawi w dokumencie informacyjnym sprawozdanie finansowe lub skonsolidowane sprawozdanie finansowe za ostatni rok obrotowy, sporządzone i zbadane zgodnie z przepisami Załącznika Nr 1 do niniejszego Regulaminu;
- d) wnioskiem o wprowadzenie zostały objęte akcje stanowiące co najmniej 15% kapitału zakładowego emitenta; wymóg ten stosuje się odpowiednio do praw do akcji.

W przypadku objęcia wszystkich 4.550.000 akcji serii C, rozproszenie akcji Spółki wyniesie 13,17%. Akcje serii A1 w liczbie 400 000 sztuk są akcjami imiennymi uprzywilejowanym co do głosu w taki sposób, że na każdą akcję przypadają dwa głosy. W związku z powyższym nie mogą być na dzień sporządzenia niniejszego dokumentu objęte wnioskiem o wprowadzenie do obrotu w Alternatywnym Systemie Obrotu. Biorąc pod uwagę akcje serii A, B oraz wszystkie akcje nowej serii C rozproszenie wyniesie 13,32 %. Emitent deklaruje, że w celu uzyskania progu rozproszenia wymaganego przez Regulamin ASO główny akcjonariusz HUB.TECH S.A. dokona częściowej sprzedaży posiadanych akcji.



Stars.Space S.A.

Aleje Jerozolimskie 136
02-305 Warszawa

KRS: 0000740280
NIP: 381045800

E KONTAKT@STARS.SPACE

www.stars.space



INC | Dom
Maklerski

Firma inwestycyjna świadcząca usługę oferowania akcji
w zakresie art. 72 pkt 1 i 3 ustawy o obrocie
instrumentami finansowymi

Dom Maklerski INC S.A.

ul. Krasińskiego 16
60-830 Poznań

KRS: 0000371004
NIP: 7010277149

Regon: 142721519

Tel./fax.: +48 61 297 79 27

www.dminc.pl

Dom Maklerski INC S.A. posiada zezwolenie KNF w zakresie
oferowania instrumentów finansowych (decyzja
DRK/WL/4020/36/14/102/1/2012) oraz w zakresie
przyjmowania i przekazywania zleceń nabycia lub zbycia
instrumentów finansowych (decyzja
DRK/WL/4020/35/18/2017/102/1), a także w zakresie
doradztwa inwestycyjnego oraz w zakresie przechowywania
lub rejestrowania instrumentów finansowych, w tym
prowadzenia rachunków papierów wartościowych, rachunków
derywatów i rachunków zbiorczych, oraz prowadzenia
rachunków pieniężnych (decyzja DIF-DIFZL.4010.1.2020).