

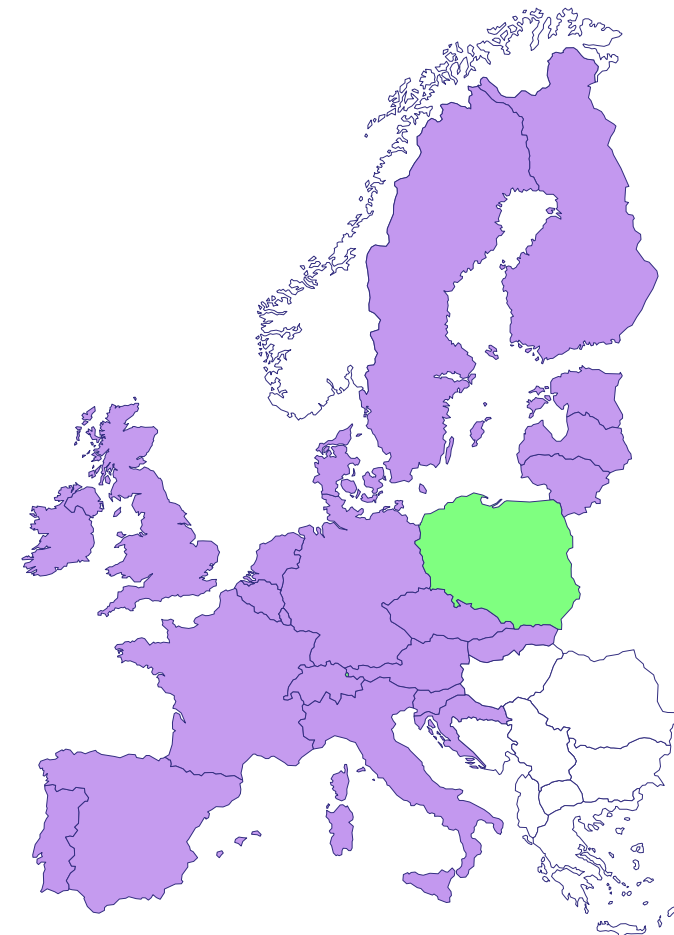
Rozwój dzięki misji

Historia refurbed

Dlaczego zaczęliśmy działalność w Polsce



- Istnieje zainteresowanie produktami odnowionymi, ale **nie ma jeszcze ukształtowanego rynku.**
- Zrównoważony rozwój jest dla polskich konsumentów ważny, **ale w obecnej sytuacji gospodarczej cena ma pierwszeństwo** przed troską o środowisko.
- Polscy konsumenci to **wyrafinowani kupujący internetowi***
- **66%** konsumentów obawia się inflacji**



Aktualnie jesteśmy obecni na 24 rynkach

Polski rynek rośnie w szybkim tempie

Pozytywne prognozy wzrostu polskiego e-commerce

15-20% wzrostu
branży
e-commerce w
samym 2025
roku*

2,8 mld USD
przychodów e-
commerce w
Polsce w
czerwcu 2026*

W 2025 roku
93%
użytkowników
internetu
dokonało
zakupów
online**

MOTYWACJA

Rozwiązywanie problemu branży elektronicznej

Sytuacja: rynek elektroniki jest jedną z największych branż na świecie

>1 Biliona €

*globalna wielkość rynku

Problem, który musimy rozwiązać:

Ogromna ilość negatywnego wpływu na środowisko



70 mld

kg emisji CO₂
wyemitowanych na
całym świecie
podczas produkcji



62 mln

ton e-odpadów
produkowanych
każdego roku -
6140 wież Eiffla z e-
odpadów



Woda

jako
ograniczony zasób
marnowany podczas
produkcji

ROZWIĄZANIE

Rozwój gospodarki o obiegu zamkniętym

Historia refurbished

I wpływ, dla którego powstaliśmy



W 2017 roku
powstało refurbished



Od tego czasu rozwijamy
się dynamicznie



Jak?

Budowanie zespołu napędzanego misją

Od 3 do 300



Wszyscy wiemy, dlaczego tu jesteśmy



Wizja

Uczynić konsumpcję zrównoważoną



Misja

Zbudować wiodącą platformę zrównoważonych produktów i usług

Rozwój zaufanej sieci dostawców

I oferowanie pożądanych produktów naszym klientom



Atrakcyjna propozycja wartości dla klientów



Niska
cena

20 – 40% tańsze niż
nowe produkty



Wysoka jakość
Brak ryzyka

Wygląda jak nowy,
gwarancja, 30-dniowa
gwarancja zwrotu



Bardziej zrównoważone
niż nowe

Produkty z drugiego obiegu
zmniejszają wpływ na
środowisko, wydłużając cykl
ich życia

Podwajamy zaangażowanie w realizację misji

I przyczyniamy się do zmian w legislacji



Czynimy wpływ mierzalnym i namacalnym

Badania naukowe z Fraunhofer Austria



Współpraca z Fraunhofer

Austria w celu obliczenia

rzeczywistych, mierzalnych

danych o wpływie odnawiania

produktów

Pomiar wpływu na środowisko – odnowione smartfony



**Odnowione
smartfony**



Emisje CO2

12,9 kg

Emisje CO2
zaoszczędzone w
porównaniu z zakupem
nowego produktu:

83%

(=63.6 kg)* co
odpowiada 450 km
jazdy samochodem



Zużycie wirtualnej wody

3,086.2 l

Wirtualna woda
zaoszczędzona w
porównaniu z zakupem
nowego produktu:

89%

(=24,335 l)* co
odpowiada 162
wannom



Odpady elektroniczne

43.6 g

Odpady elektroniczne
zaoszczędzone w
porównaniu z zakupem
nowego produktu:

77%

(=149.1 g)* co
odpowiada -1.9 myszy
komputerowej

Nasz wpływ od momentu założenia

Pozytywny wpływ w centrum naszych działań



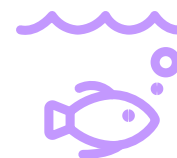
**1.555 t e-
odpadów**

Odpowiada wadze
10 płetwali
błękitnych lub wadze
492 samochodów



**474.000 t
CO2**

Odpowiada emisjom
190 000 samochodów
w ciągu
jednego roku



**166 mld l
wody**

Odpowiada zużyciu
wody przez 1.1 mln
gospodarstw
domowych rocznie

Przejmowanie odpowiedzialności jako kluczowy gracz



Usuwanie dwutlenku węgla



Recykling e-odpadów



Odbudowa krajobrazu

Napędzanie zmiany, której potrzebuje nasza gospodarka

Obecne myślenie

Sukces biznesowy = zysk

Nowe myślenie

Sukces biznesowy = zysk i
wpływ

ZWYCIĘSKIE POŁĄCZENIE

Sukces ekonomiczny i pozytywny wpływ na środowisko

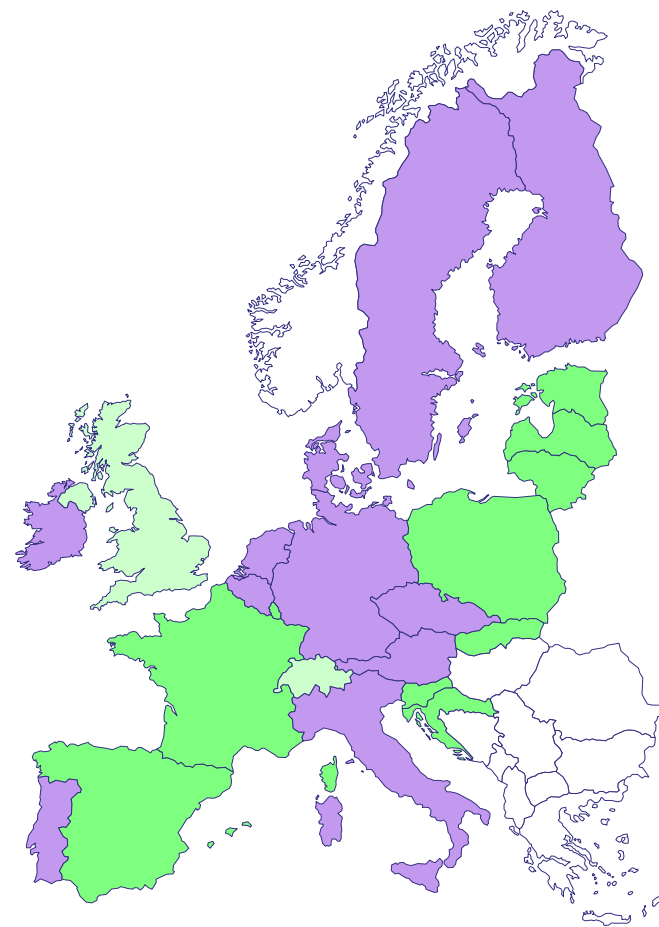
Spojrzenie w przyszłość

NASZA MISJA BUDOWY LOKALNEJ SIECI

Budowanie sieci lokalnej w celu bycia pionierem na polskim rynku

Aktywnie poszukujemy lokalnych partnerów, aby stworzyć na polskim rynku silną sieć firm zajmujących się odnawianiem.

Rozwój działalności polskich firm zajmujących się odnawianiem na rynku lokalnym, a także otwarcie drzwi do prężnie działającej europejskiej sieci obejmującej 24 rynki.



Naszym celem jest bycie liderem w dziedzinie zrównoważonych alternatyw, udowodnienie, że odnowione produkty są mądrym i ekologicznym wyborem, a jednocześnie zdobycie znaczącego udział w rynku.



KILIAN KAMINSKI
WSPÓŁZAŁOŻYCIEL