



RAPORT ROCZNY

SFD S.A.

ZA 2019 ROK

ZAWARTOŚĆ RAPORTU:

1. Przedmiot działalności
2. List Prezesa Zarządu
3. Wybrane dane finansowe
4. Oświadczenia Zarządu
5. Stanowisko Zarządu do wyrażonej przez firmę audytorską opinii o sprawozdaniu finansowym
6. Informacja na temat stosowania przez Spółkę zasad Ładu Korporacyjnego

OPOLE, 29 LIPIEC 2020 roku

Firma: SFD Spółka Akcyjna
Siedziba: Opole
Adres: ul. Głogowska 41, 45-315 Opole
Telefon: + 48 (77) 549 25 00
Faks: + 48 (77) 549 25 01
Strona www: www.sfdsa.pl
E-mail: sekretariat@sfd.pl

Zarząd:

Mateusz Dominik Pazdan – Prezes Zarządu

Bartosz Michał Kogut – Wiceprezes Zarządu

Przemysław Kazimierz Kwiatkowski – Wiceprezes Zarządu ds. Finansów i Administracji

1. Przedmiot działalności:

Spółka SFD S.A. jest kontynuacją działalności gospodarczej KULTURYSTYKA.PL Mateusz Pazdan prowadzonej wcześniej przez założyciela SFD S.A. Działalność została zapoczątkowana pod koniec lat 90. Mateusz Pazdan dostrzegł lukę w pojawiających się internetowych grupach dyskusyjnych. Brakowało wówczas grupy dyskusyjnej dotyczącej kulturystyki amatorskiej. Nie było też takiego miejsca w Internecie, w którym ludzie aktywni mogliby ze sobą porozmawiać, wymieniać się swoimi doświadczeniami i spostrzeżeniami. Mateusz Pazdan, jako informatyk z zamiłowaniem, w 1999 roku rozpoczął pracę nad pierwszą w Polsce grupą dyskusyjną zrzeszającą ludzi aktywnych fizycznie.

W 2000 roku została utworzona pierwsza prywatna strona internetowa Pana Mateusza Pazdana zamieszczona pod adresem www.kulturystyka.pl oraz pierwsze autorskie forum dyskusyjne zamieszczone pod adresem www.sfd.pl. Dzięki zaangażowaniu sympatyków kulturystyki i fitness portal www.kulturystyka.pl szybko stał się największym serwisem tego typu w Polsce, a serwis www.sfd.pl podstawowym kompendium wiedzy z zakresu wszelkiego rodzaju aktywności fizycznych. Forum umożliwiło wymianę poglądów, dyskusję, pomoc ludzi bardziej zaawansowanych dla tych, którzy dopiero zaczynali swoją przygodę ze sportem. Wraz ze stale zwiększającym się zasięgiem obu serwisów pojawiła się konieczność rozbudowy infrastruktury technicznej. Zrealizowane zostały inwestycje w serwery i łącza. We wrześniu 2000 roku została powołana do życia działalność gospodarcza pod nazwą KULTURYSTYKA.PL Mateusz Pazdan. Na początku zakres działalności ograniczał się do sprzedaży usług internetowych w zakresie reklamy. Były to głównie reklamy producentów odżywek. W kolejnych latach działalności, w związku z dynamicznie rozwijającym się rynkiem suplementów diety w Polsce oraz rozwojem sprzedaży internetowej, firma włączyła do swojej oferty sprzedaż suplementów diety. Od 2002 roku sprzedaż suplementów diety stała się głównym źródłem przychodów firmy KULTURYSTYKA.PL.

Na początku 2010 roku podjęto decyzję o dalszym rozwoju działalności poprzez zmianę formy prawnej z działalności gospodarczej na spółkę akcyjną oraz wprowadzenie akcji Spółki na rynek NewConnect. W dniu 27 października 2010 roku zawieszona została spółka akcyjna pod nazwą SFD S.A. z siedzibą w Opolu. Spółka została zarejestrowana w dniu 16 grudnia 2010 roku. Głównym akcjonariuszem Spółki został Mateusz Pazdan, który objął łącznie 35 000 000 akcji

pokrywając je wkładem niepieniężnym (aportem) w postaci przedsiębiorstwa pod nazwą KULTURYSTYKA.PL Mateusz Pazdan o wartości 10,5 mln PLN.

W dniu 20.11.2014 Spółka została uhonorowana prestiżowym, pierwszym miejscem w kategorii „Firma Średnia województwo opolskie” nadawanym przez „Skrzydła Biznesu” pod patronatem Dziennika Gazety Prawnej. "Skrzydła Biznesu" to kompleksowy projekt skierowany do sektora MŚP składający się z prestiżowego rankingu firm, cyklu konferencji oraz merytorycznych dodatków ukazujących się w całym nakładzie Dziennika Gazety Prawnej. W 2019 roku Prezes Spółki Mateusz Pazdan objął rolę eksperta BCC ds. Suplementów Diety, Żywności Wzbogaconej i Funkcjonalnej.

Model biznesowy SFD S.A.

PARTNERZY

SFD S.A. współpracuje z partnerami polskimi i zagranicznymi w zakresie dostaw i produkcji odżywek i suplementów diety oraz akcesoriów sportowych. Dostawcami Spółki jest ponad 100 wyselekcjonowanych producentów z całego świata. SFD S.A. zaopatruje się bezpośrednio od producentów, jak i u bezpośrednich importerów tych towarów. Spółka współpracuje także z producentami odżywek, suplementów diety i akcesoriów sportowych tworząc produkty marek własnych.

SFD S.A. stale współpracuje z Polskim Związkiem Kulturystyki, Fitness i Trójboju Siłowego. W wyniku współpracy była współorganizatorem prestiżowych zawodów kulturystycznych, podjęła także działalność edukacyjną prowadząc cykl szkoleń i warsztatów dla instruktorów personalnych umożliwiając między innymi uzyskanie certyfikatów Trenera Personalnego Międzynarodowej Federacji Kulturystyki i Fitness (IFBB). SFD S.A jest członkiem Opolskiej Izby Gospodarczej i Business Center Club. Prezes Spółki Mateusz Pazdan objął rolę eksperta BCC ds. Suplementów Diety, Żywności Wzbogaconej i Funkcjonalnej.

KLUCZOWE DZIAŁANIA

Kluczowe działania Spółki to:

- pozyskiwanie nowych klientów i praca nad utrzymaniem klienta poprzez intensywną pracę w zakresie marketingu, sprzedaży oraz obsługi posprzedażowej;
- pozyskiwanie nowych rynków;
- dbanie o rozwój marek własnych, nowe linie produktów oraz jakość produktów
- optymalizacja zamówień i kosztów; - usprawnienia logistyczne; - rozwój pracowników.

KLUCZOWE ZASOBY

Kluczowe zasoby Spółki to:

- pracownicy i ich wiedza;
- asortyment złożony z około 8000 produktów;
- marki własne;
- zaplecze magazynowo-handlowe;
- portale internetowe;
- sklepy własne i sklepy franczyzowe.

Spółka dysponuje wyspecjalizowaną kadrą, której wiedza przyczynia się do sukcesu Spółki i buduje zadowolenie klienta.

Asortyment produktów zawiera linie produktów marek własnych. Ważnym elementem strategii Spółki są stale rozwijane własne linie suplementów diety. Zostały one stworzone na bazie doświadczenia i wiedzy ekspertów oraz opinii tysięcy użytkowników portali internetowych należących do Spółki.

Prowadzonych jest szereg działań marketingowych mających istotny wpływ na rozpoznawalność marki SFD. Spółka aktywnie prezentuje swoją ofertę podczas największych imprez targowych w Polsce i Europie. Spółka stała się producentem własnych marek suplementów tj. ALLNUTRITION, SFD NUTRITION, BERSERK LABS, FITWHEY oraz marki odzieżowej GYM PROVOCATEUR. Permanentnie dokonywany jest także proces zmiany modelu działalności Spółki z dystrybucyjnej na produkcyjno-dystrybucyjną.

SFD NUTRITION to pierwsza produktowa marka własna Spółki, która ma już ugruntowaną pozycję na rynku z uwagi na jej wieloletni staż i zaufanie konsumentów. Jako druga powstała marka BERSERK LABS, która dedykowana jest dla sympatyków sportów walki. W roku 2015 stworzona została marka ALLNUTRITION, która w ciągu czterech lat istnienia, stała się liczącym graczem na rynku suplementów diety. Dzięki rozwojowi w kierunku zdrowej żywności dietetycznej marka znacząco poszerzyła grono odbiorców o osoby nie tylko związane ze sportem i kulturystyką, ale również o konsumentów dbających o zdrowe i zbilansowane odżywianie. FITWHEY jest marką, która konkuruje na rynku atrakcyjną ceną. Marka GYM PROVOCATEUR to ubrania skierowane do aktywnie ćwiczących osób i dzięki systematycznie wychodzącym nowym kolekcjom zyskała dużą rozpoznawalność.

Zaplecze handlowo-magazynowym to zaplecze o powierzchni ok 4500m² z wyspecjalizowaną kadrą.

SFD S.A. prowadzi działalność za pośrednictwem własnych portali internetowych takich jak:

- www.sfd.pl
- www.potreningu.pl
- www.kulturystyka.pl
- www.afterworkout.de
- www.fitwomen.pl
- www.gymprovocateur.com
- www.fight24.pl
- www.body-factory.pl
- www.kochamsilownie.pl
- www.kobietanasilowni.pl

Platforma sprzedaży Spółki przez Internet, znajdująca się pod adresem www.sfd.pl/sklep jest odwiedzana ponad 4 000 000 razy miesięcznie przez blisko 500 000 unikalnych użytkowników. W 2018 roku Spółka podjęła decyzję o przebudowie witryny www.sfd.pl, na której znajduje się

sklep internetowy Spółki, i zmianie jej charakteru z forum na portal, którego dawne forum stało się częścią. Witryna zyskała na popularności oraz zdobyła nowych użytkowników.

Spółka rozpoczęła również realizować koncepcję modelu omnichannel, rozwijając sieć własnych oraz franczyzowych sklepów stacjonarnych. Na koniec trzeciego kwartału 2019 roku Spółka posiada 30 sklepów franczyzowych, 7 sklepów własnych oraz 1 punkt odbioru osobistego.

BUDOWANIE WARTOŚCI

Budowanie wartości dla klienta odbywa się każdego dnia poprzez wspieranie ludzi w dążeniu do lepszej sylwetki oraz w realizacji ich celów związanych ze sportem i zdrowiem, zapewniając edukację, motywując oraz dostarczając wysokiej jakości produkty i usługi.

Budowanie wartości dla akcjonariusza odbywa się poprzez działania w kierunku wypracowywania zysku, które są efektem ukierunkowania na wzrosty przychodów z jednoczesną optymalizacją kosztów i procedur. oraz takie zarządzanie Spółką, żeby pracownicy mogli się realizować w pracy, a tym samym mieli motywację do bardziej efektywnej pracy. Zarząd przygotowuje spółkę do budowania wartości dla akcjonariuszy, społeczeństwa (w tym pracowników i klientów) i środowiska, zgodnie z celami zrównoważonego rozwoju (SDGs).

RELACJE Z KLIENTAMI

Spółka dba o dobre relacje z klientem oraz o utrzymanie klienta, jak również buduje przestrzeń dla nowych klientów. Dobre relacje z klientami to domena zarówno działów handlowych Spółki, jak i Działu Marketingu.

Spółka dostarcza klientom fachowej wiedzy z zakresu sportu, kulturystyki oraz fitness poprzez własne serwisy internetowe oraz fora dyskusyjne, na których użytkownicy wymieniają się opiniami na interesujące ich tematy.

SEGMENTY KLIENTÓW

Głównym segmentem klientów są osoby fizyczne, które mają na celu poprawę własnej sylwetki oraz samopoczucia poprzez wszelkiego rodzaju aktywności fizyczne. Odrębny segment tworzą klienci hurtowi krajowi i zagraniczni oraz apteki.

KANAŁY DYSTRYBUCJI I KOMUNIKACJI

Głównym kanałem dystrybucji spółki jest e-commerce, w którym wyróżnić możemy sprzedaż za pośrednictwem własnych platform internetowych: www.sfd.pl/sklep, www.potreningu.pl, www.fitwomen.pl oraz www.gymprovocateur.com oraz platform sprzedaży takich jak Allegro, Amazon czy Ebay.

Dodatkowo Spółka dysponuje 7 sklepami własnymi z możliwością odbioru towaru zamówionego za pośrednictwem internetowego sklepu SFD, jednym punktem odbioru osobistego oraz 28 sklepami franczyzowymi. Całość tworzy dystrybucję w modelu omnichannel. Ponadto spółka sprzedaje produkty oraz towary hurtowym odbiorcom krajowym i zagranicznym oraz aptekom.

STRUKTURA KOSZTÓW

Najbardziej istotnymi kosztami w strukturze kosztów są koszty własne sprzedanych towarów i produktów, koszty pracownicze, marketingu oraz transportu.

STRUKTURA PRZYCHODÓW

Główny strumień przychodów SFD S.A. stanowi sprzedaż internetowa suplementów diety, odżywek i żywności wzbogaconej oraz akcesoriów sportowych, w tym ubrań. Dodatkowo spółka prowadzi sprzedaż do hurtowni, aptek oraz sieci sklepów własnych i franczyzowych.

Spółka zaopatruje ponad 1000 odbiorców hurtowych i każdego miesiąca realizuje około 60 tysięcy wysyłek detalicznych oraz hurtowych. SFD w zakresie usług doradztwa sprzedaje w każdym miesiącu ponad 2300 indywidualnych planów treningowo-dietetycznych.

2. List Prezesa Zarządu

Szanowni Państwo,

Drodzy Akcjonariusze,

W imieniu Zarządu SFD S.A., mam przyjemność zaprezentować Państwu raport roczny, podsumowujący wyniki Spółki SFD S.A. osiągnięte w 2019 roku.

Rok 2019 był dla Spółki kolejnym przełomowym rokiem, zarówno pod względem rozwoju jak i wyników Spółki. Jednym z większych wyzwań, które udało nam się zrealizować, był dalszy prężny rozwój sieci sklepów stacjonarnych, zarówno własnych jak i franczyzowych. Spółka wprowadziła do obrotu całą gamę nowych produktów, zarówno suplementów diety, jak i żywności funkcjonalnej, które w błyskawicznym tempie osiągnęły sukces na rynku.

Zysk netto w roku 2019 wyniósł rekordowe 2.433.674,07 zł, co przekłada się również na poprawiającą się rentowność całej spółki. EBITDA w roku 2019 wyniosła 5.813.814,18 zł i wzrosła o 115% względem roku 2018. Przychody netto ze sprzedaży SFD SA w 2019 roku wyniosły 142.338.229,13, w związku z czym wzrosły o 20% względem roku 2018. Poprawiona została również rentowność sprzedaży, marża brutto ze sprzedaży naszych produktów oraz towarów wyniosła 30,3% względem 28,2% w roku poprzednim.

Zarząd w 2020 roku planuje dalszy rozwój działalności Spółki, stale poszerzając ofertę produktów marek własnych, co przełoży się na dalsze budowanie przewagi konkurencyjnej na rynku. Planujemy również w dalszym ciągu poprawiać rentowność Spółki, co na pewno przełoży się na wartość dla akcjonariuszy. Jesteśmy przekonani, że dzięki naszym działaniom rok 2020 będzie kolejnym rekordowym rokiem pod względem przychodów oraz wyników.

W imieniu Zarządu chciałbym serdecznie podziękować wszystkim naszym pracownikom, współpracownikom, partnerom biznesowym, akcjonariuszom i klientom, którzy darząc nas zaufaniem, przyczyniają się do rozwoju Spółki SFD S.A.

Mateusz Dominik Pazdan



Prezes Zarządu

3. Wybrane jednostkowe dane finansowe - bilans

Dane wyrażone w Euro zostały przeliczone według średniego kursu NBP obowiązującego na dzień bilansowy:

JEDNOSTKOWY BILANS SFD S.A. ZA 2019

1 EUR = 4,2585 zł dla danych z 2019 r.

1 EUR = 4,3000 zł dla danych z 2018 r.

WYSZCZEGÓLNIENIE	PLN		EUR	
	31.12.2018	31.12.2019	31.12.2018	31.12.2019
I. Kapitał własny	11 471 146,12	13 904 820,19	2 667 708,40	3 265 192,01
III. Należności krótkoterminowe	5 526 645,67	5 072 119,04	1 285 266,43	1 191 057,66
IV. Środki pieniężne i inne aktywa pieniężne	288 475,97	542 381,75	67 087,43	127 364,51
V. Zobowiązania długoterminowe	1 745 206,09	2 348 087,54	405 861,88	551 388,41
VI. Zobowiązania krótkoterminowe	19 360 610,65	22 381 276,23	4 502 397,81	5 255 671,30

RAPORT ROCZNY SFD S.A. ZA ROK OBROTOWY 2019

Wybrane jednostkowe dane finansowe – rachunek zysków i strat

Dane wyrażone w Euro zostały przeliczone według średniego kursu NBP przypadającego na dzień bilansowy:

1 EUR = 4,2585 zł dla danych z 2019 r.

1 EUR = 4,3000 zł dla danych z 2018 r.

WYSZCZEGÓLNIENIE	PLN		EUR	
	Okres od 01.01.2018 do 31.12.2018	Okres od 01.01.2019 do 31.12.2019	Okres od 01.01.2018 do 31.12.2018	Okres od 01.01.2019 do 31.12.2019
Przychody netto ze sprzedaży	118 576 506,07	142 338 229,13	27 575 931,60	33 424 499,03
Amortyzacja	1 275 735,30	1 518 849,55	296 682,63	356 663,04
Zysk/strata na sprzedaży	1 846 101,20	4 371 465,11	429 325,86	1 026 526,97
Amortyzacja wartości firmy Kulturystyka.pl Mateusz Pazdan	360 907,98	360 907,98	83 932,09	84 750,02
Zysk/strata na działalności operacyjnej	1 066 575,05	3 934 056,65	248 040,71	923 812,76
Zysk/strata brutto	56 935,52	3 176 964,82	13 240,82	746 029,08
Zysk/strata netto	-247 545,32	2 433 674,07	-57 568,68	571 486,22

4. Oświadczenia Zarządu

OŚWIADCZENIE ZARZĄDU W SPRAWIE RZETELNOŚCI SPORZĄDZENIA SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO

Zarząd SFD S.A. („Emitent”) oświadcza, że wedle jego najlepszej wiedzy, roczne sprawozdanie finansowe i dane porównywalne zostały sporządzone zgodnie z przepisami obowiązującymi Emitenta lub standardami uznawanymi w skali międzynarodowej, oraz że odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową emitenta oraz jego wynik finansowy, oraz że sprawozdanie z działalności emitenta zawiera prawdziwy obraz sytuacji emitenta, w tym opis podstawowych zagrożeń i ryzyk.



Bartosz Michał Kogut
Wiceprezes Zarządu



Mateusz Dominik Pazdan
Prezes Zarządu



Przemysław Kazimierz Kwiatkowski
Wiceprezes Zarządu ds. Finansów i Administracji

Opole, dnia 29 lipca 2020 roku

**OŚWIADCZENIE ZARZĄDU W SPRAWIE PODMIOTU UPRAWNIONEGO DO BADANIA SPRAWOZDAŃ
FINANSOWYCH**

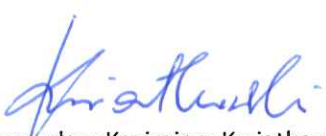
Zarząd SFD S.A. („Emitent”) oświadcza, że podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych, dokonujący badania rocznego sprawozdania finansowego, został wybrany zgodnie z przepisami, w tym dotyczącymi wyboru i procedury wyboru firmy audytorskiej, wraz ze wskazaniem, że firma audytorska oraz członkowie zespołu wykonującego badanie spełniali warunki do sporządzenia bezstronnego i niezależnego sprawozdania z badania rocznego sprawozdania finansowego zgodnie z obowiązującymi przepisami, standardami wykonywania zawodu i zasadami etyki zawodowej.



Bartosz Michał Kogut
Wiceprezes Zarządu



Mateusz Dominik Pazdan
Prezes Zarządu



Przemysław Kazimierz Kwiatkowski
Wiceprezes Zarządu ds. Finansów i Administracji

Opole, dnia 29 lipca 2020 roku

5. Stanowisko zarządu lub osoby zarządzającej wraz z opinią rady nadzorczej lub osoby nadzorującej emitenta odnoszące się do wyrażonej przez firmę audytorską w sprawozdaniu z badania opinii z zastrzeżeniem, opinii negatywnej albo do odmowy wyrażenia opinii o sprawozdaniu finansowym zawierające w szczególności:

a) wskazanie wpływu przedmiotu zastrzeżenia, opinii negatywnej lub odmowy wyrażenia opinii, na roczne sprawozdania finansowe, w tym na wyniki oraz inne dane finansowe:

Nie dotyczy

b) przedstawienie podjętych lub planowanych przez emitenta działań w związku z zaistniałą sytuacją:

Nie dotyczy

6. Informacja na temat stosowania przez Spółkę Zasad Ładu Korporacyjnego

Poniżej umieszczona tabela zawiera szczegółowy opis zakresu i formy stosowania poszczególnych zasad przez Spółkę wraz ze wskazaniem okoliczności i przyczyn niezastosowania niektórych zasad.

Oświadczenie SFD S.A. w przedmiocie przestrzegania przez Spółkę zasad zawartych w Załączniku do Uchwały Nr 293/2010 Zarządu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. z dnia 31 marca 2010 r. „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na NewConnect”.

LP.	ZASADA	TAK / NIE	KOMENTARZ ZARZĄDU
1.	Spółka powinna prowadzić przejrzystą i efektywną politykę informacyjną, zarówno z wykorzystaniem tradycyjnych metod, jak i z użyciem nowoczesnych technologii oraz najnowszych narzędzi komunikacji zapewniających szybkość, bezpieczeństwo oraz szeroki i interaktywny dostęp do informacji. Spółka korzystając w jak najszerszym stopniu z tych metod, powinna zapewnić odpowiednią komunikację z inwestorami i analitykami, wykorzystując w tym celu również nowoczesne metody komunikacji internetowej, umożliwiać transmitowanie obrad walnego zgromadzenia z wykorzystaniem sieci Internet, rejestrować przebieg obrad i upubliczniać go na stronie internetowej.	Tak Za wyjątkiem transmisji obrad walnego zgromadzenia z wykorzystaniem sieci Internet, rejestracji przebiegu obrad i upublicznienia go na stronie internetowej	Spółka prowadzi efektywną politykę informacyjną i stara się w miarę możliwości zapewnić inwestorom szeroki dostęp do informacji wypełniając w ten sposób rzetelnie obowiązki informacyjne.
2.	Spółka powinna zapewnić efektywny dostęp do informacji niezbędnych do oceny sytuacji i perspektyw spółki oraz sposobu jej funkcjonowania.	Tak	
3.	Spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową i	Tak	

RAPORT ROCZNY SFD S.A. ZA ROK OBROTOWY 2019

zamieszcza na niej:		
3.1. podstawowe informacje o spółce i jej działalności (strona startowa),		
3.2. opis działalności emitenta ze wskazaniem rodzaju działalności, z której emitent uzyskuje najwięcej przychodów,	Tak	
3.3. opis rynku, na którym działa emitent, wraz z określeniem pozycji emitenta na tym rynku,	Tak	
3.4. życiorysy zawodowe członków organów spółki,	Tak	
3.5. powzięte przez zarząd, na podstawie oświadczenia członka rady nadzorczej, informacje o powiązaniach członka rady nadzorczej z akcjonariuszem dysponującym akcjami reprezentującymi nie mniej niż 5% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu spółki,	Tak	
3.6. dokumenty korporacyjne spółki,	Tak	
3.7. zarys planów strategicznych spółki,	Tak	
3.8. opublikowane prognozy wyników finansowych na bieżący rok obrotowy, wraz z założeniami do tych prognoz oraz korektami do tych prognoz (w przypadku gdy emitent publikuje prognozy),	Tak	
3.9. strukturę akcjonariatu emitenta, ze wskazaniem głównych akcjonariuszy oraz akcji znajdujących się w wolnym obrocie,	Tak	
3.10. dane oraz kontakt do osoby, która jest odpowiedzialna w spółce za relacje inwestorskie oraz kontakty z mediami,	Tak	
3.11. (skreślony)		
3.12. opublikowane raporty bieżące i okresowe,	Tak	
3.13. kalendarz zaplanowanych dat publikacji finansowych raportów okresowych, dat walnych zgromadzeń, a także spotkań z inwestorami i analitykami oraz konferencji prasowych,	Tak	
3.14. informacje na temat zdarzeń korporacyjnych, takich jak wypłata dywidendy, oraz innych zdarzeń skutkujących nabyciem lub ograniczeniem praw po stronie akcjonariusza, z uwzględnieniem terminów oraz zasad przeprowadzania tych operacji. Informacje te powinny być zamieszczane w terminie umożliwiającym podjęcie przez inwestorów decyzji inwestycyjnych,	Tak	
3.15. (skreślony)		
3.16. pytania akcjonariuszy dotyczące spraw objętych porządkiem obrad, zadawane przed i w trakcie walnego zgromadzenia, wraz z odpowiedziami na zadawane pytania,	Tak	
3.17. informację na temat powodów odwołania walnego zgromadzenia, zmiany terminu lub porządku obrad wraz z uzasadnieniem,	Tak	
3.18. informację o przerwie w obradach walnego zgromadzenia i powodach zarządzenia przerwy,	Tak	
3.19. informacje na temat podmiotu, z którym spółka podpisała umowę o świadczenie usług Autoryzowanego Doradcy ze wskazaniem nazwy, adresu strony internetowej, numerów	Tak	

RAPORT ROCZNY SFD S.A. ZA ROK OBROTOWY 2019

	telefonicznych oraz adresu poczty elektronicznej Doradcy,		
	3.20. Informację na temat podmiotu, który pełni funkcję animatora akcji emitenta,	Tak	
	3.21. dokument informacyjny (prospekt emisyjny) spółki, opublikowany w ciągu ostatnich 12 miesięcy,	Tak	
	3.22. (skreślony)		
	Informacje zawarte na stronie internetowej powinny być zamieszczane w sposób umożliwiający łatwy dostęp do tych informacji. Emitent powinien dokonywać aktualizacji informacji umieszczanych na stronie internetowej. W przypadku pojawienia się nowych, istotnych informacji lub wystąpienia istotnej zmiany informacji umieszczanych na stronie internetowej, aktualizacja powinna zostać przeprowadzona niezwłocznie.	Tak	
4.	Spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową, według wyboru emitenta, w języku polskim lub angielskim. Raporty bieżące i okresowe powinny być zamieszczane na stronie internetowej co najmniej w tym samym języku, w którym następuje ich publikacja zgodnie z przepisami obowiązującymi emitenta.	Tak	
5.	Spółka powinna prowadzić politykę informacyjną ze szczególnym uwzględnieniem potrzeb inwestorów indywidualnych. W tym celu Spółka, poza swoją stroną korporacyjną powinna wykorzystywać indywidualną dla danej spółki sekcję relacji inwestorskich znajdującą na stronie www.GPWInfoStrefa.pl .	Nie	Spółka uważa, że zapewnia wystarczający dostęp do informacji za pośrednictwem strony www.sfdsa.pl
6.	Emitent powinien utrzymywać bieżące kontakty z przedstawicielami Autoryzowanego Doradcy, celem umożliwienia mu prawidłowego wykonywania swoich obowiązków wobec emitenta. Spółka powinna wyznaczyć osobę odpowiedzialną za kontakty z Autoryzowanym Doradcą.	Tak	
7.	W przypadku, gdy w spółce nastąpi zdarzenie, które w ocenie emitenta ma istotne znaczenie dla wykonywania przez Autoryzowanego Doradcę swoich obowiązków, emitent niezwłocznie powiadamia o tym fakcie Autoryzowanego Doradcę.	Tak	
8.	Emitent powinien zapewnić Autoryzowanemu Doradcy dostęp do wszelkich dokumentów i informacji niezbędnych do wykonywania obowiązków Autoryzowanego Doradcy.	Tak	
9.	Emitent przekazuje w raporcie rocznym:		
	9.1. informację na temat łącznej wysokości wynagrodzeń wszystkich członków zarządu i rady nadzorczej,	Tak	
	9.2. informację na temat wynagrodzenia Autoryzowanego Doradcy otrzymywanego od emitenta z tytułu świadczenia wobec emitenta usług w każdym zakresie.	Nie	Z uwagi na poufność danych Spółka nie przekazuje informacji na ten temat.
10.	Członkowie zarządu i rady nadzorczej powinni uczestniczyć w obradach walnego zgromadzenia w składzie umożliwiającym udzielenie merytorycznej	Tak	

RAPORT ROCZNY SFD S.A. ZA ROK OBROTOWY 2019

	odpowiedzi na pytania zadawane w trakcie walnego zgromadzenia.		
11.	Przynajmniej 2 razy w roku emitent, przy współpracy Autoryzowanego Doradcy, powinien organizować publicznie dostępne spotkanie z inwestorami, analitykami i mediami.	Nie	Spółka uważa, że w związku z przekazywaniem informacji inwestorom za pośrednictwem strony www.sfdsa.pl a także umożliwieniem stałego kontaktu ze spółką inwestorom, mediom i analitykom przy współudziale Autoryzowanego Doradcy zapewnia pełny dostęp do informacji
12.	Uchwała walnego zgromadzenia w sprawie emisji akcji z prawem poboru powinna precyzować cenę emisyjną albo mechanizm jej ustalenia lub zobowiązać organ do tego upoważniony do ustalenia jej przed dniem ustalenia prawa poboru, w terminie umożliwiającym podjęcie decyzji inwestycyjnej.	Tak	
13.	Uchwały walnego zgromadzenia powinny zapewniać zachowanie niezbędnego odstępu czasowego pomiędzy decyzjami powodującymi określone zdarzenia korporacyjne a datami, w których ustalone są prawa akcjonariuszy wynikające z tych zdarzeń korporacyjnych.	Tak	
13a.	W przypadku otrzymania przez zarząd emitenta od akcjonariusza posiadającego co najmniej połowę kapitału zakładowego lub co najmniej połowę ogółu głosów w spółce, informacji o zwołaniu przez niego nadzwyczajnego walnego zgromadzenia w trybie określonym w art. 399 § 3 Kodeksu spółek handlowych, zarząd emitenta niezwłocznie dokonuje czynności, do których jest zobowiązany w związku z organizacją i przeprowadzeniem walnego zgromadzenia. Zasada ta ma zastosowanie również w przypadku upoważnienia przez sąd rejestrowy akcjonariuszy do zwołania nadzwyczajnego walnego zgromadzenia na podstawie art. 400 § 3 Kodeksu spółek handlowych.	Tak	
14.	Dzień ustalenia praw do dywidendy oraz dzień wypłaty dywidendy powinny być tak ustalone, aby czas przypadający pomiędzy nimi był możliwie najkrótszy, a w każdym przypadku nie dłuższy niż 15 dni roboczych. Ustalenie dłuższego okresu pomiędzy tymi terminami wymaga szczegółowego uzasadnienia.	Tak	
15.	Uchwała walnego zgromadzenia w sprawie wypłaty dywidendy warunkowej może zawierać tylko takie warunki, których ewentualne ziszczenie nastąpi przed dniem ustalenia prawa do dywidendy.	Tak	
16.	Emitent publikuje raporty miesięczne, w terminie 14 dni od zakończenia miesiąca. Raport miesięczny	Nie	Emitent uważa, iż należyte

RAPORT ROCZNY SFD S.A. ZA ROK OBROTOWY 2019

	<p>powinien zawierać co najmniej:</p> <ul style="list-style-type: none"> • informacje na temat wystąpienia tendencji i zdarzeń w otoczeniu rynkowym emitenta, które w ocenie emitenta mogą mieć w przyszłości istotne skutki dla kondycji finansowej oraz wyników finansowych emitenta, • zestawienie wszystkich informacji opublikowanych przez emitenta w trybie raportu bieżącego w okresie objętym raportem, • informacje na temat realizacji celów emisji, jeżeli taka realizacja, choćby w części, miała miejsce w okresie objętym raportem, • kalendarz inwestora, obejmujący wydarzenia mające mieć miejsce w nadchodzącym miesiącu, które dotyczą emitenta i są istotne z punktu widzenia interesów inwestorów, w szczególności daty publikacji raportów okresowych, planowanych walnych zgromadzeń, otwarcia subskrypcji, spotkań z inwestorami lub analitykami, oraz oczekiwany termin publikacji raportu analitycznego. 		<p>wykonywanie obowiązków informacyjnych (publikacja informacji na stronach internetowych Spółki i NewConnect) jest wystarczające i nie jest konieczne sporządzanie comiesięcznych raportów powielających w większości już opublikowane informacje. Ponadto, Spółka do 25 dnia każdego miesiąca publikuje informacje o przychodach ze sprzedaży za poprzedni miesiąc na swojej stronie internetowej, w zakładce Relacje inwestorskie.</p>
16a.	<p>W przypadku naruszenia przez emitenta obowiązku informacyjnego określonego w Załączniku nr 3 do Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu („Informacje bieżące i okresowe przekazywane w alternatywnym systemie obrotu na rynku NewConnect”) emitent powinien niezwłocznie opublikować, w trybie właściwym dla przekazywania raportów bieżących na rynku NewConnect, informację wyjaśniającą zaistniałą sytuację.</p>	Tak	