

2 KWARTAŁ 2021

PREZENTACJA INWESTORSKA





O SPÓŁCE

Podstawowe
informacje i liczby

Naszą pozycję rynkową budujemy na kompetencjach, które dają nam dźwignię do wzrostu



Największy branżowy sklep i 18 lat doświadczenia w e-commerce



Marki własne - 40 wyspecjalizowanych producentów kontraktowych



Własna, sprawdzona logistyka z możliwością wysyłki do 10 tys. paczek dziennie



Zmotywowany zespół skupiony na rozwijaniu firmy

- W Polsce jesteśmy liderem e-commerce w kategorii odżywek i suplementów diety dla osób aktywnych i dbających o swoją sylwetkę
- Stale poszerzamy naszą ofertę produktową, poszerzamy kanały sprzedaży oraz prowadzimy ekspansję na nowe rynki



NASZA SPRZEDAŻ I PRODUKTY



Ponad
8 tys
produktów
w ofercie

5
własnych
platform
e-commerce

82
sklepy
stacjonarne

100 tys
wysyłek
miesięcznie

1,5 mln
obserwujących
w mediach

Produkty

- Odżywki dla osób aktywnie uprawiających sport
- Żywność dietetyczna, w tym słodczyce o obniżonej zawartości cukru
- Suplementy diety

Kanały sprzedaży

- E-commerce bezpośredni do klienta indywidualnego
- Sklepy stacjonarne oraz dystrybutorzy w kraju i za granicą
- Apteki w Polsce

Sieć sklepów w Polsce

- 14 sklepów własnych
- 68 sklepów franczyzowych



WYNIKI

Operacyjne
i finansowe
2Q 2021



KLUCZOWE WYNIKI OPERACYJNE I ZDARZENIA

2 kwartał 2021 | Wysoka baza sprzedaży e-commerce w 2 kw 2020



63%

udział kanałów e-commerce
w przychodach ze
sprzedaży

vs 79%
w 2Q 2020

79

sklepy stacjonarne

vs 46 sklepów
w 2Q 2020

Czechy

nowy rynek

Biedronka
Amazon
Decathlon

nowi partnerzy

- **Udział sprzedaży e-commerce niższy w porównaniu do wysokiej bazy 2 kw 2020,**
- **Otwarcie 2 nowych sklepów własnych,**
- **Uruchomienie własnej platformy e-commerce na rynku czeskim**
- **15% wzrostu przepustowości stanowisk logistycznych w magazynie**
- **22 nowe produkty wprowadzone w 2 kwartale 2021,**
- **Wybrane nowe produkty Spółki dodane do sprzedaży w Amazon w modelu FBA,**
- **2 nowe rynki zagraniczne przez Amazon**
- **Marketplace Decathlon w Belgii**
- **Projekty in&out we wszystkich sklepach sieci handlowej Biedronka**

NOWE PRODUKTY WPROWADZONE W 2Q 2021

22 nowe produkty marki własnej ALLNUTRITION



- Protein Chocolate Nutlove
- Fitking Delicious Cookie White Creamy Peanut,
- 5 rodzajów Veganmeal,
- 5 rodzajów Nutlove Whole Nuts,
- 5 rodzajów Frutilove
- 2 rodzaje Nutlove Protein Pralines
- Salsa Mexicana
- Energy Balance
- Lecithin



KLUCZOWE WYNIKI FINANSOWE

1H 2021 | Silne wzrosty sprzedaży i rozwój Spółki

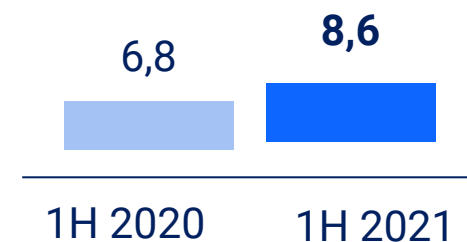
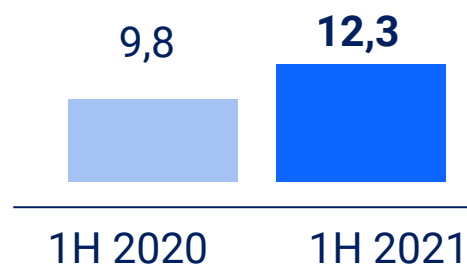
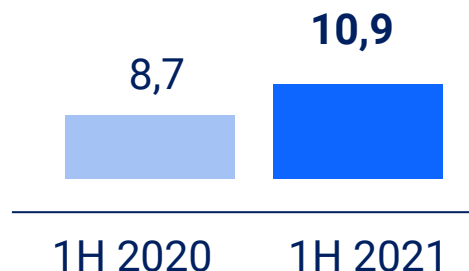
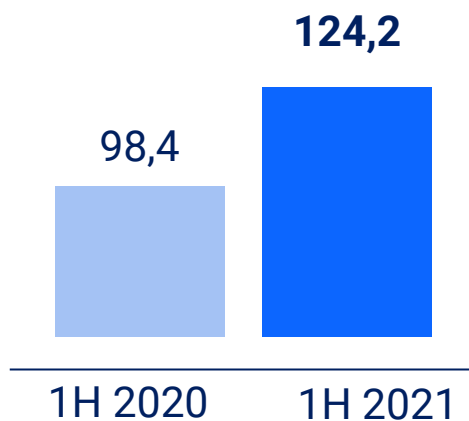


Przychody
mln zł

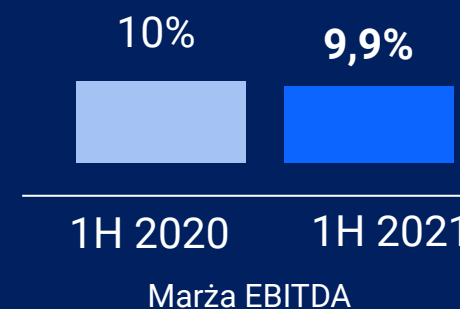
Wynik operacyjny
mln zł

EBITDA
mln zł

Zysk netto
mln zł



- Wzrost przychodów ze sprzedaży we wszystkich kanałach sprzedaży,
- Wzrost EBITDA i zysku netto: sukces marek własnych,
- Marża EBITDA na podobnym poziomie przy spadku udziału e-commerce z 74% do 67% w przychodach ze sprzedaży,
- Środki pieniężne na 30.06.2021 r. – 3,2 mln zł
- Wskaźnik zadłużenia na 30.06.2021 r. - 57,9 %



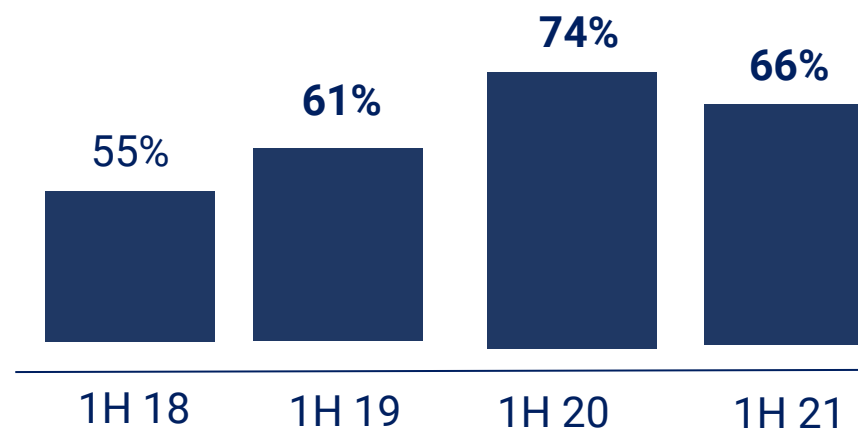
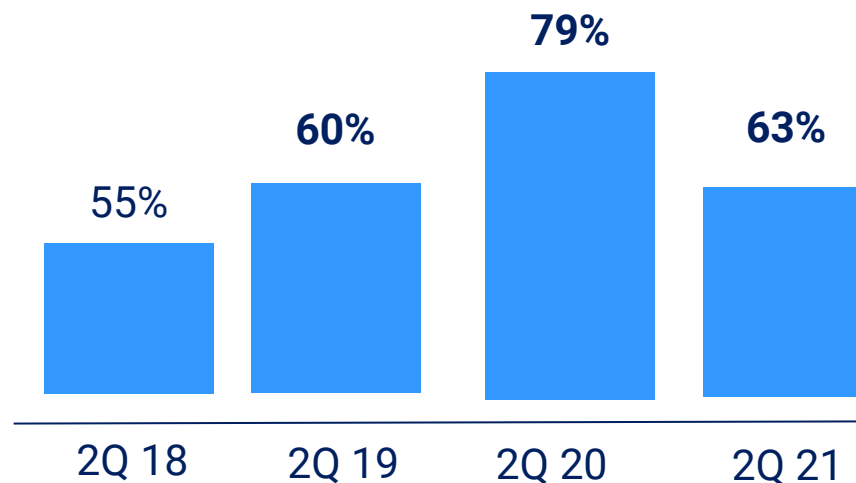
PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY

E-commerce vs pozostałe kanały



- Sprzedaż Spółki rośnie. Zmieniają się proporcje pomiędzy kanałami sprzedaży,
- Wysoki udział e-commerce w 2 kw 2020 osiągnięty przy ograniczonej sprzedaży sklepów stacjonarnych z powodu lockdownów (6 tygodni) oraz przejścia dużej części klientów do zakupów online,
- Udział kanału e-commerce rośnie wraz z rozwojem oferty i wchodzeniem na nowe rynki oraz platformy marketplace
- Otwieranie nowych sklepów spółki, zarówno własnych, jak i franczyzowych wzmacnia brand Spółki oraz lojalność klientów,

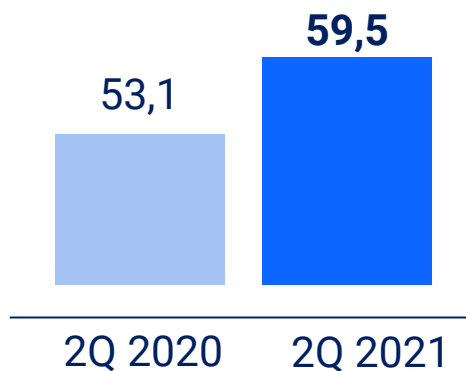
Przychody ze sprzedaży udział % e-commerce



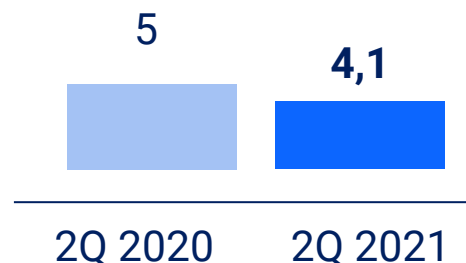
KLUCZOWE WYNIKI FINANSOWE 2Q 2021



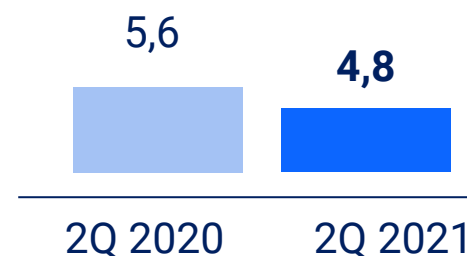
Przychody
mln zł



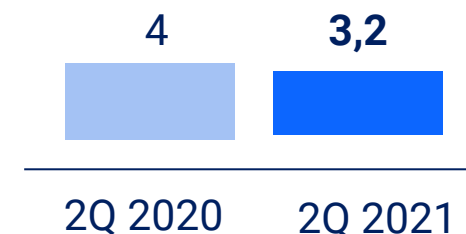
Wynik operacyjny
mln zł



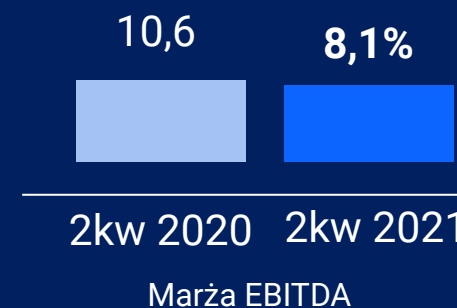
EBITDA
mln zł



Zysk netto
mln zł



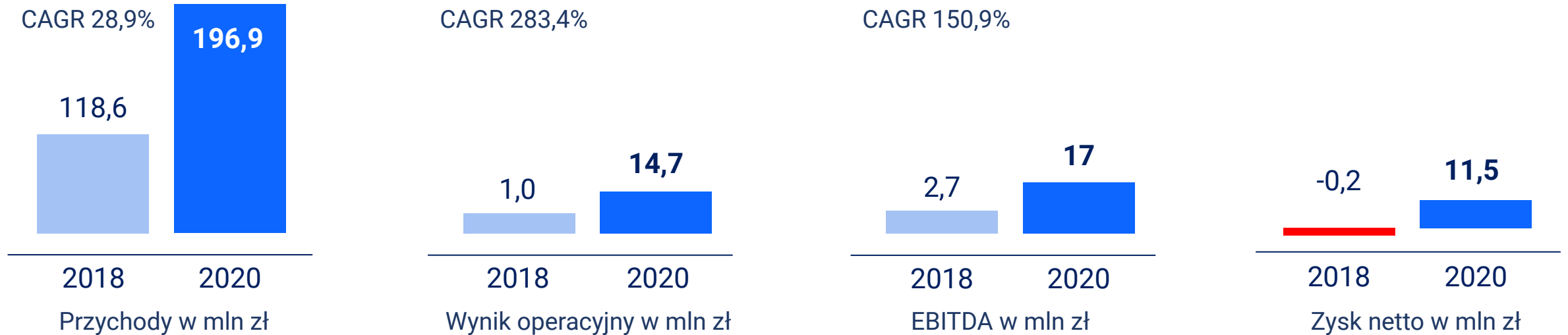
- Wzrost przychodów ze sprzedaży
- Niższy poziom EBITDA, marży EBITDA i zysku netto przy mniejszym udziale % e-commerce w przychodach
- Nowe własne sklepy stacjonarne przejściowo obniżają wyniki operacyjne przed osiągnięciem docelowych poziomów sprzedaży



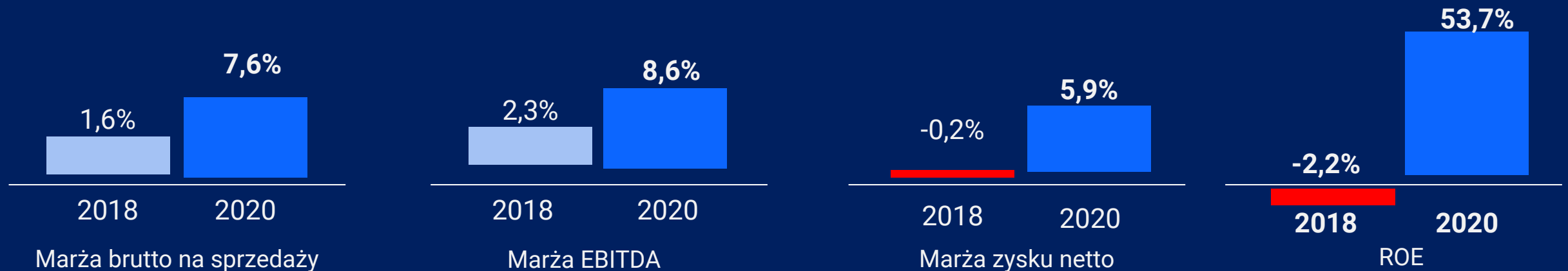
WYNIKI FINANSOWE SPÓŁKI 2018-2020



Rozwojowi Spółki towarzyszą rosnące wyniki finansowe



Wzrost przychodów ze sprzedaży przekłada się także na trwały wzrost rentowności Spółki



Plany spółki na nadchodzące kwartały



Zarząd Spółki podpisał list intencyjny z Panattoni dotyczący możliwości realizacji nowego magazynu w Opolu. Zarząd podejmie ostateczną decyzję do listopada 2021 r. Zakup działki pod nowy magazyn i budowa magazynu były celami emisji akcji zakończonej w czerwcu 2021 r.



Spółka planuje wprowadzanie nowych innowacyjnych produktów we wszystkich kanałach sprzedaży oraz rozwijać współpracę z dotychczasowymi i nowymi partnerami.



Spółka będzie rozwijać sprzedaż za pośrednictwem własnej platformy e-commerce w Czechach, gdzie rozpoczęła sprzedaż od dnia 04.05.2021r. Sprzedaż w Czechach prowadzona jest w formule e-commerce, a dostawy realizowane są bezpośrednio z magazynu Spółki w Opolu.

Spółka planuje wejść na kolejne rynki zagraniczne w tym modelu



Spółka zamierza wykorzystać zwiększone linie kredytowe do wsparcia rozwoju sprzedaży w Polsce oraz na kolejnych rynkach zagranicznych



Planowane są kolejne projekty sprzedażowe w sieciach sklepów o dużym zasięgu w Polsce oraz zagranicą.



ANEKS

Tabele z podstawowymi danymi ze sprawozdania finansowego Spółki





Wybrane pozycje i marże z rachunku zysków i strat

	2Q 2021 (tys. zł)	2Q 2020 (tys. zł)	zmiana %	1H 2021 (tys. zł)	1H 2020 (tys. zł)	zmiana %
Przychody	59 507	53 056	+12,2 %	124 208	98 394	+26,2 %
Marża brutto na sprzedaży	4 250	5 194	-18,2 %	11 212	9 027	+24,2 %
Marża brutto %	7,1 %	9,8 %	-2,7 pkt %	9 %	9,2 %	-0,2 pkt %
EBITDA	4 831	5 617	-14 %	12 331	9 799	+25,8 %
EBITDA marża %	8,1 %	10,6 %	-2,5 pkt %	9,9 %	10 %	-0,1 pkt %
Zysk netto	3 195	4 030	-20,7 %	8 590	6 803	+26,3 %
Marża zysku netto %	5,4 %	7,6 %	-2,2 pkt %	6,9 %	6,9 %	-

Wybrane pozycje z bilansu



	2 kw 2021 (tys. zł)	2 kw 2020 (tys. zł)	zmiana %
Kapitał własny	30 435	20 708	+47%
Aktywa	72 260	46 898	+55,3%
Gotówka	3 233	2 210	+46,4%
Dług netto	16 639	5 491	+203%
Dług netto / kapitał własny	54,7 %	26,5 %	-27,7 pkt %



KONTAKT

Przemysław Kwiatkowski - CFO SFD S.A.
tel. 886 192 892,
przemyslaw.kwiatkowski@sfd.pl

Joanna Kotłowska - CEO 3K Advisors
tel. 510 024 028,
kotlowska@3kadvisors.pl