SFD S.A.
Raport Miesięczny

Październik 2023

Spis Treści

1 KOMENTARZ ZARZĄDU

2 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 WRAZ Z KOMENTARZEM PREZESA ZARZĄDU

3 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.

4 ZESTAWIENIE WSZYSTKICH INFORMACJI OPUBLIKOWANYCH PRZEZ EMITENTA W TRYBIE RAPORTU BIEŻĄCEGO W OKRESIE OBJĘTYM RAPORTEM

5 INFORMACJE NA TEMAT REALIZACJI CELÓW EMISJI, JEŻELI TAKA REALIZACJA, CHOĆBY W CZĘŚCI, MIAŁA MIEJSCE W OKRESIE OBJĘTYM RAPORTEM

327 mln

PRZYCHODY ZA ROK 2022 (PLN)

8

WŁASNYCH SKLEPÓW E-COMMERCE NA 7 RYNKACH

>320

PRACOWNIKÓW

100

SKLEPY STACJONARNE POD MARKĄ SFD

>500

INFLUENCERÓW

1,6 mln

OBSERWUJĄCYCH W MEDIACH

1 KOMENTARZ ZARZĄDU

„Październik wykazuje poprawę sytuacji sprzedażowej Spółki w porównaniu z wrześniem, a w listopadzie generujemy już z powrotem wzrosty przychodów w segmencie własnego e-commerce. W październiku kontynuowaliśmy działania nad rozwojem naszej obecności zagranicą, gdzie notujemy dynamiczny wzrost skali działalności. Pracujemy nad koncepcją rozwoju sprzedaży w sieciach handlowych. Rozbudowujemy system nadzoru nad jakością ze szczególnym uwzględnieniem naszych dostawców – planujemy zaangażować audytorów zewnętrznych do nadzorowania jakości produkcji. Inwestujemy w wizerunek i marketing. Przygotowaliśmy kampanie wizerunkowe, które będą wspierać nasze działania sprzedażowe i rozwojowe w nadchodzących kwartałach. - **komentuje Mateusz Pazdan, prezes zarządu SFD S.A.** *– Notując poprawiające się wyniki sprzedażowe oraz udziały w rynku SFD obserwujemy jednak pewne obniżenie konsumpcji suplementów oraz odżywek na polskim rynku jako całości, w tym z oczywistych powodów produktów kreatynowych, które dotyka w jakimś stopniu naszą Spółkę, ale również pozostałych producentów i dystrybutorów w kraju.”*

Mateusz Pazdan, prezes zarządu

1 KOMENTARZ ZARZĄDU

„W październiku 2023r. przychody ze sprzedaży SFD S.A. wyniosły prawie 26,1 mln zł i były o 9% niższe w porównaniu z październikiem ubiegłego roku. Wyniki sprzedażowe października obrazują tempo odbudowywania naszej pozycji konkurencyjnej, gdzie spadki sprzedaży w krajowym e-commerce oraz marketplaces maleją wraz z upływem kolejnych dni miesiąca. Obecnie w połowie listopada Spółka, dzięki intensyfikacji działań promocyjnych, notuje już wzrosty sprzedaży w kanale krajowego e-commerce. Analizujemy sytuację naszego portofio produktowego na bieżąco, w związku z tym, na przyszły tydzień zaplanowaliśmy także otwarcie w Polsce kolejnego własnego sklepu e-commerce: www.allnutrition.pl. Marka Allnutrition cieszy się dużym zaufaniem konsumentów, od lat budujemy jej pozycję w mediach społecznościowych - stąd też adaptacja witryny marki do potrzeb sprzedażowych jest dość naturalnym kierunkiem rozwoju. Własne sklepy e-commerce są naszym strategicznym kanałem sprzedaży, który także intensywnie rozwijamy poza Polską i październik był kolejnym miesiącem wzrostu takiej sprzedaży, szczególnie w Ukrainie. Zadowalające wyniki osiągnęliśmy również w kanale eksportu. Zbliża się koniec roku oraz przegląd strategiczny naszej sieci sklepów stacjonarnych, gdzie będziemy podejmować decyzje w kierunku optymalizacji naszej obecności w poszczególnych lokalizacjach. Sprzedaż w sieciach detalicznych, podobnie jak w poprzednich miesiącach, wykazuje w październiku spadki. Nasza sprzedaż na eksport nieprzerwanie rośnie od początku roku. – **komentuje Rafał Zakrzewski, wiceprezes zarządu ds. przychodów SFD SA** – Narastająco po 10 miesiącach *2023r. nasze przychody ze sprzedaży wyniosły 294,5 mln zł (+9% r/r),*

Rafał Zakrzewski, wiceprezes zarządu ds przychodów

„Logistyka Spółki obsługuje wszystkie kanały sprzedaży i dla każdego z nich wprowadzamy ulepszenia na rzecz obniżania kosztów logistycznych oraz poprawy jakości obsługi klienta. Obecnie jednym z naszych najważniejszych zadań jest logistyka dostaw na Ukrainę, poprawianie parametrów i jej rozwój wraz z rosnąca skalą zamówień na tym rynku.” – **komentuje Bartosz Kogut, wiceprezes zarządu ds. operacyjnych SFD S.A**

Bartosz Kogut, wiceprezes zarządu ds operacyjnych

„W październiku, tak jak zapowiadaliśmy, kontynuowaliśmy nasze inwestycje w rozwój rynków zagranicznych, a także w kampanie marketingowe i wizerunkowe wspierające naszą sprzedaż i rozwój produktów. Wspieranie rozwoju Spółki oraz sprzedaży jest obecnie naszym priorytetem, zatem zachowując przyjętą politykę dywidendową zarząd zdecydował o niewypłacaniu dywidendy zaliczkowej za rok 2023r. w grudniu tego roku, a dywidenda ta będzie wypłacona po zatwierdzeniu sprawozdania finansowego za rok 2023. ” – **komentuje Przemysław Kwiatkowski, wiceprezes zarządu ds. finansów SFD S.A.**

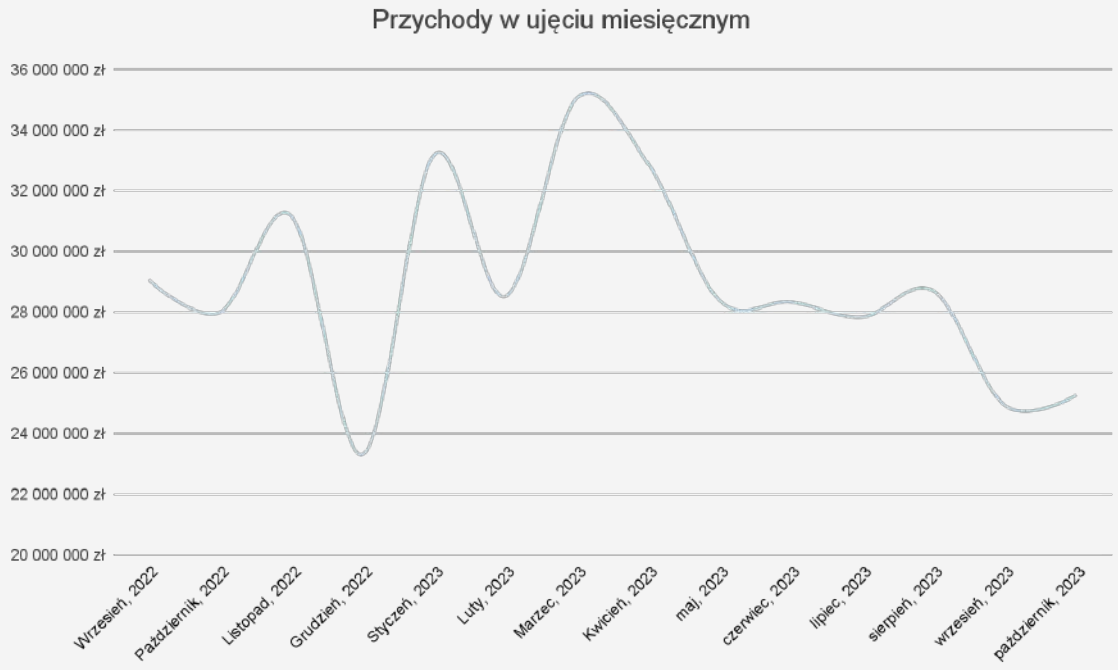
Przemysław Kwiatkowski, wiceprezes zarządu ds finansów

1 KOMENTARZ ZARZĄDU

„W październiku wprowadziliśmy do oferty 16 nowych produktów pod markami ALLNUTRITION, SFD i FITKING. Rozwijamy koncepcje batonów pod marką ALLNUTRITION, a także produkty wegańskie tej marki. Nasi klienci mają również nowy wybór suplementów diety pod marką SFD, które wspierają kondycję skóry, włosów, oczu , kości oraz poprawiają nasz sen. W naszych wszystkich produktach zastępujemy mniej zdrowe składniki ich zdrowszymi odpowiednikami, ale także proponujemy klientom wybór preparatów koncentrujących się na wybranych elementach ciała lub funkcjach wspomagających wybraną aktywność fizyczną. Tak, jak informowaliśmy wcześniej, pracujemy nad nowymi kategoriami produktowymi, gdzie w nadchodzących miesiącach planujemy do naszej oferty wprowadzić napoje pod naszymi własnymi markami. ” – **komentuje Natalia Pazdan, wiceprezes zarządu ds. produktów**.

Natalia Pazdan, wiceprezes zarządu ds produktu

2 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



Według wstępnych wyliczeń Spółka w październiku 2023 roku zrealizowała przychody na poziomie ok. **25.265.760,03 zł** netto, co stanowi blisko **91%** wartości przychodów osiągniętych w październiku 2022 roku (kiedy to wyniosły 27.737.070,06 zł).

Jednocześnie według wstępnych wyliczeń w całym okresie od stycznia do października 2023 roku przychody Spółki wyniosły **294.494.013,57 zł** netto, co stanowi blisko **109%** przychodów osiągniętych w analogicznym okresie 2022 roku (kiedy to wyniosły 271.245.276,93 zł).

Nowości produktowe

NUTLOVE
PEANUT BAR
2 smaki

SFD
DOBRA FORMUŁA
6 wariantów

ALLNUTRITION
PROBIOTIC
5 wariantów

3 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.

do 14 grudnia 2023

Publikacja raportu miesięcznego za listopad 2023 roku

4 ZESTAWIENIE WSZYSTKICH INFORMACJI OPUBLIKOWANYCH PRZEZ EMITENTA W TRYBIE RAPORTU BIEŻĄCEGO W OKRESIE OBJĘTYM RAPORTEM

Raporty EBI

- 23/2023 – Raport miesięczny za wrzesień 2023
- 24/2023 – Powołanie Członka Zarządu spółki SFD SA

5 INFORMACJE NA TEMAT REALIZACJI CELÓW EMISJI, JEŻELI TAKA REALIZACJA, CHOĆBY W CZĘŚCI, MIAŁA MIEJSCE W OKRESIE OBJĘTYM RAPORTEM

W okresie którego dotyczy raport Spółka nie realizowała celów emisyjnych.