



SFD S.A.

Raport Miesięczny

Luty 2024



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



344 mln 8

**PRZYCHODY ZA
ROK 2023 (PLN)**

**WŁASNYCH
SKLEPÓW
E-COMMERCE NA
7 RYNKACH**



>300 92

**PRACOWNIKÓW SKLEPY
STACJONARNE
POD MARKĄ SFD**



>500 1,6 mln

**INFLUENCERÓW
OBSERWUJĄCYCH
W MEDIACH**

„Przychody ze sprzedaży Spółki wracają do miesięcznych wzrostów. W lutym 2024 r. osiągnęliśmy 29,08 mln przychodów, tj. o 2% więcej w porównaniu z lutym ubiegłego roku. Na wzrost ten złożyły się stabilne przychody ze sprzedaży we własnych sklepach e-commerce, wzrosty w sprzedaży w sieciach handlowych oraz na eksport oraz niższe przychody z sieci sklepów stacjonarnych, gdzie w ostatnich miesiącach zamknęliśmy kilka sklepów własnych, a nowe sklepy franczyzowe dokonujące zakupu produktów w naszych cenach hurtowych nie rekompensują przychodów osiąganych przez sklepy własne zamykane w ramach programu podnoszenia rentowności sieci sklepów stacjonarnych. - **komentuje Mateusz Pazdan, prezes zarządu SFD S.A.** – Sprzedaż, marketing oraz jakość naszych produktów są naszymi priorytetami. Obecnie jesteśmy prawdopodobnie najlepiej przebadaną Spółką z branży suplementów i odżywek w zakresie kontroli jakości produktów. Poziom naszej sprzedaży pokazuje, że klienci ufają SFD i notujemy wzrosty pomimo obserwowanego na rynku delikatnego obniżenia popytu na suplementy i odżywki. Pracujemy nad nowymi narzędziami e-commerce zwiększającymi dotarcie i sprzedaż bezpośrednią do naszych klientów. W najbliższych miesiącach będziemy również wchodzić z ofertą do mniejszych sieci handlowych w kraju.



Mateusz Pazdan, prezes zarządu

„Kontynuujemy inwestycje w kampanie marketingowe budujące wizerunek marki SFD, które przynoszą pozytywne wyniki w przestrzeni mediów społecznościowych i które będą się przekładać na wzrosty sprzedaży w dłuższej perspektywie. Zredukowaliśmy nakłady na kampanie marketingowe na rynkach zagranicznych, gdzie prowadzimy sklepy własne e-commerce. Na rynkach tych sprzedaż będzie rosła bardziej organicznie, zaś priorytetem dla nas jest zwiększanie rentowności tych sklepów. Rośnie organiczna sprzedaż naszej stałej oferty w sieciach handlowych. W lutym zamknęliśmy kolejne dwa własne sklepy stacjonarne. W bieżącym roku, z powodu zamknięć, sieć naszych sklepów stacjonarnych osiągnie niższe przychody przy spodziewanym wzroście rentowności. Uruchomione narzędzia marketingu automatycznego zbierają dane, które posłużą nam do obniżania kosztów marketingowych oraz zwiększania sprzedaży w przyszłości. – **komentuje Rafał Zakrzewski, wiceprezes zarządu ds. przychodów SFD S.A.**



Rafał Zakrzewski, wiceprezes zarządu ds. przychodów

„Usprawniamy nasze procesy logistyczne. Pracujemy nad rozwinięciem współpracy z logistyką kontraktową, która będzie wspierać naszą logistykę własną. Hybrydowe rozwiązania łączące logistykę własną oraz kontraktową pozwolą nam na obsługę dodatkowych wolumenów sprzedaży bez dodatkowych inwestycji.” – **komentuje Bartosz Kogut, wiceprezes zarządu ds. operacyjnych SFD S.A.**

„Realizujemy program oszczędnościowy ograniczając koszty ogólnego zarządu, restrukturyzujemy sieć sklepów własnych, wprowadzamy działania poprawiające strukturę kosztów logistyki, w tym dostaw poza Polską. Jednocześnie kontynuujemy istotne inwestycje marketingowe budujące sprzedaż w kolejnych kwartałach. Koszty niektórych surowców ustabilizowały się po zwyczajach obserwowanych w ostatnich miesiącach i widzimy perspektywę ich spadku w przewidywalnej przyszłości. Spółka wykazuje stabilne poziomy przepływów pieniężnych oraz środków pieniężnych na koniec lutego.” – **komentuje Przemysław Kwiatkowski, wiceprezes zarządu ds. finansów SFD S.A.**



Bartosz Kogut, wiceprezes zarządu ds operacyjnych



Przemysław Kwiatkowski, wiceprezes zarządu ds finansów

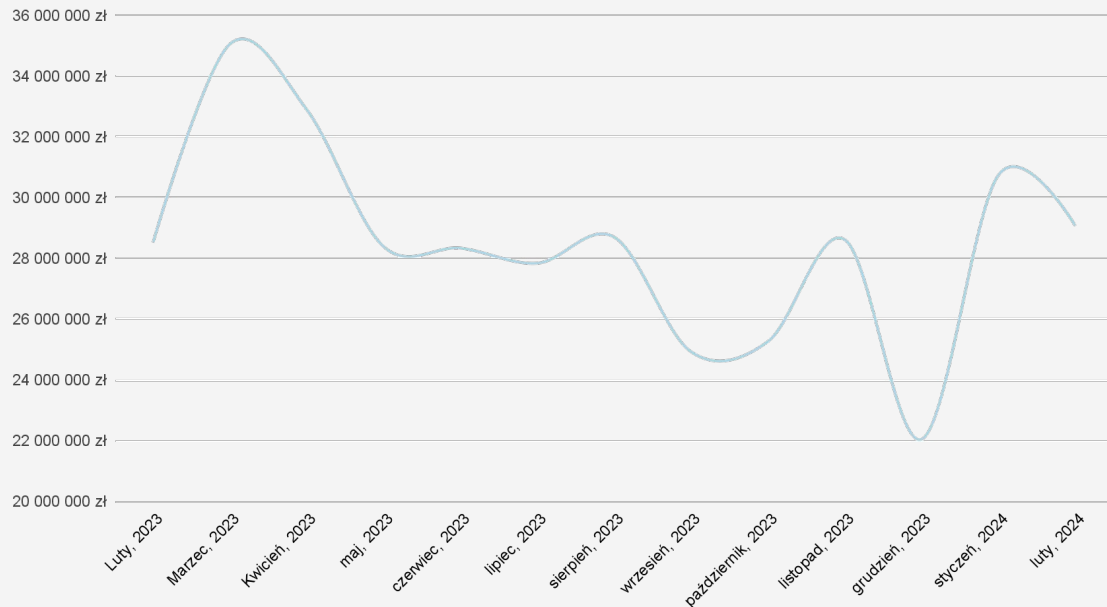
„W lutym wprowadziliśmy do oferty 10 nowych produktów, w tym kolejne produkty kolagenowe. Sprzedaż naszych produktów kolagenowych, suplementów oraz nutrikosmetyków, dynamicznie rośnie. Produkty kolagenowe są jedną z tych kategorii produktowych, których obecność będziemy zwiększać w ofertach sieci handlowych w całej Polsce. W lutym wprowadziliśmy do oferty także suplementy oparte na tradycyjnych ziołach i roślinach, chmielu i melisie, których korzystny wpływ na zdrowie oraz wygląd są od wieków. Zadbaliśmy także o nowe produkty w kategorii zdrowych słodyczy, słonych przekąsek oraz o nowe suplementy.” – **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

Przychody w ujęciu miesięcznym



Według wstępnych wyliczeń Spółka w lutym 2024 roku zrealizowała przychody na poziomie ok. **29,08 mln zł** netto, co stanowi blisko **102%** wartości przychodów osiągniętych w lutym 2023 roku (kiedy to wyniosły 28,53 mln zł).

Jednocześnie według wstępnych wyliczeń w całym okresie od stycznia do lutego 2024 roku przychody Spółki wyniosły **59,84 mln zł** netto, co stanowi blisko **97%** przychodów osiągniętych w analogicznym okresie 2023 roku (kiedy to wyniosły **61,72 mln zł**).

Nowości produktowe

**ALLNUTRITION
FITKING**
Peanut Cream 350g



**ALLNUTRITION
FITKING**
Peanut Cream with
Chocolate Flakes 350g

**ALLNUTRITION
FITKING**
Peanut Cream with Pretzels
350g



ALLNUTRITION
Lemon Balm 100 caps.



ALLEDEYNN
COLLAGEN DRINK
Grapefruitini 330 ml



SFD
Melisa 180 tab.

SFD
Inozytol + B6 180 tab.



ALLNUTRITION
HOPS strobile 100 caps.



SFD
Chmiel 180 tab.



SFD
Inozytol + Cholina + B6
180 tab.

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 kwietnia 2024



Publikacja raportu miesięcznego za marzec 2024 roku

4

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

Raporty EBI

- 4/2024 – Rezygnacja Wiceprezesa Zarządu SFD S.A.
- 5/2024 – Raport okresowy za IV kwartał 2023 roku
- 6/2024 – Raport miesięczny za styczeń 2024



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.