



SFD S.A. Raport Miesięczny

Listopad 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 8

**PRZYCHODY ZA
ROK 2022 (PLN)**

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



>320 100

**PRACOWNIKÓW SKLEPY
STACJONARNE
POD MARKĄ SFD**



>500 1,6 mln

**INFLUENCERÓW
OBSERWUJĄCYCH
W MEDIACH**

„Rozwój SFD opieramy na budowaniu sprzedaży w duchu omnichannel, na internacjonalizacji naszego modelu biznesowego oraz na poszerzeniu oferty produktowej. Te zasady pozwalają nam realizować wzrosty sprzedaży w kanałach i na rynkach, gdzie rośnie popyt na suplementy, odżywki czy żywność dietetyczną i dają nam przestrzeń na proaktywne działania w obszarach rynku, gdzie ten popyt tymczasowo spada lub gdzie pojawiają się zwiększone koszty. Dbamy o jakość naszych produktów i obecnie zlecamy zewnętrznym audytorom przeprowadzanie kontroli jakości naszych partnerów. Produkty rozwijane we współpracy ze sprawdzonymi influencerami cieszą się zaufaniem klientów i notują bardzo dobre wyniki sprzedaży. - **komentuje Mateusz Pazdan, prezes zarządu SFD S.A.** – Nasza ekspansja za granicę przynosi efekty. Przewidujemy, iż w nadchodzących miesiącach część rynków, na których sprzedajemy poprzez własne sklepy e-commerce będzie trwale rentowna.



Mateusz Pazdan, prezes zarządu

W listopadzie 2023r. przychody ze sprzedaży SFD S.A. wyniosły niecałe 29 mln zł i były o 8% niższe w porównaniu z listopadem ubiegłego roku. Narastająco po 11 miesiącach 2023r. nasze przychody ze sprzedaży wyniosły 323 mln zł (+7% r/r). W naszym kluczowym kanale własnego e-commerce w listopadzie odnotowaliśmy wzrosty pomimo faktu, iż z uwagi na duże obciążenie serwerów w Black Friday, nie mogliśmy przyjąć wszystkich zamówień. To pokazuje, iż pomimo obserwowanej stagnacji na rynku suplementów, nasz kanał e-commerce rośnie. Uważnie analizuje dane dotyczące retencji - zauważamy odbicie po trudnym dla nas okresie października i listopada. Sprzedaż na rynkach zagranicznych, poprzez nasze własne sklepy internetowe oraz eksport notuje wzrosty. Sprzedaż i zakres oferty w dużych sieciach handlowych jest na dużo niższym poziomie niż w roku poprzednim, przede wszystkim z uwagi na wysokie wyniki osiągnięte w ubiegłym roku, ale także obserwujemy konieczność budowania współpracy z sieciami w oparciu o nowe kategorie produktowe, w tym żywność dietetyczną. Pod presją są nasze sklepy stacjonarne, rozpoczęliśmy plan naprawczy w tym zakresie - jego rezultaty będą widoczne w przyszłym roku. – **komentuje Rafał Zakrzewski, wiceprezes zarządu ds. przychodów SFD SA**



Rafał Zakrzewski, wiceprezes zarządu ds przychodów

„Nasze zadania w logistyce pozostają niezmiennie: obsługujemy wszystkie kanały sprzedaży cały czas usprawniając procesy dostaw. Dbamy również o poziom kosztów obsługi dostaw szczególnie we wciąż początkowym okresie rozwoju naszych sklepów internetowych poza Polską. W dobie rosnących kosztów zasobów ludzkich, stale poszukujemy optymalizacji oraz automatyzacji dotychczasowych procesów. Pracujemy także nad strategicznymi założeniami naszej logistyki, które pozwolą nam w sposób efektywny realizować planowane wzrosty w kolejnych latach.” –
komentuje Bartosz Kogut, wiceprezes zarządu ds. operacyjnych SFD S.A

Polityka finansowa Spółki skupiona jest przede wszystkim na wspieraniu rozwoju oraz sprzedaży Spółki. Inwestujemy w kluczowe rozwojowe aktywności w poszczególnych kanałach sprzedaży dostosowując poziom i obszary ponoszonych kosztów do bieżącej sytuacji rynkowej. Jednocześnie restrukturyzujemy niektóre elementy, gdzie nie osiągamy założonych celów na poziomie przychodów i marży.” –
komentuje Przemysław Kwiatkowski, wiceprezes zarządu ds. finansów SFD S.A.



Bartosz Kogut, wiceprezes zarządu ds. operacyjnych



Przemysław Kwiatkowski, wiceprezes zarządu ds. finansów

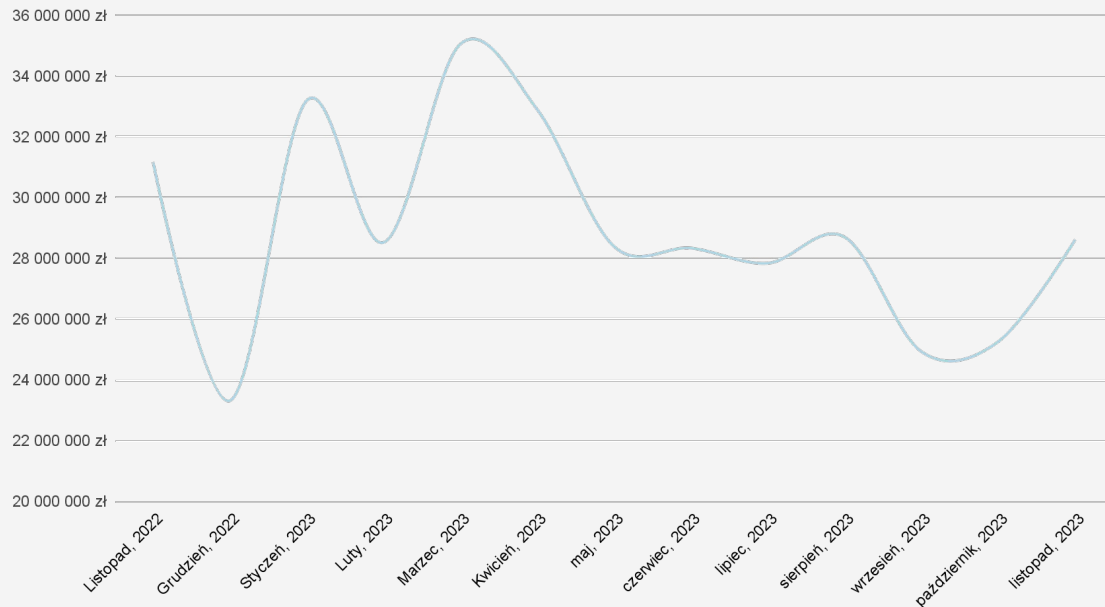
„W listopadzie wprowadziliśmy do oferty 18 nowych produktów. Jednymi z wiodących produktów w naszej ofercie są produkty kolagenowe pod marką ALLDEYNN i w listopadzie wprowadziliśmy do sprzedaży ALLDEYNN COLLAGEN ELIXIR, suplement diety w formie płynnej na bazie bioaktywnych peptydów kolagenowych, opatentowanej formuły VERISOL® z witaminą C, kwasem hialuronowym i biotyną. Nowymi produktami są suplementy diety pod marką SFD oparte o grzyby stosowane w medycynie naturalnej m.in. mające potencjał do zwiększania wytrzymałości i wydolności fizycznej oraz kolejne suplementy wspierające odporność oraz poszczególne funkcje organizmu jak np. trawienie. W naszej ofercie pojawiły się również musy owocowe, odżywki oraz sosy ALLNUTRITION. 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

Przychody w ujęciu miesięcznym



Według wstępnych wyliczeń Spółka w listopadzie 2023 roku zrealizowała przychody na poziomie ok. **28,62 mln zł netto**, co stanowi blisko **92%** wartości przychodów osiągniętych w październiku 2022 roku (kiedy to wyniosły 31,17 mln zł). Jednocześnie według wstępnych wyliczeń w całym okresie od stycznia do listopada 2023 roku przychody Spółki wyniosły **323,11 mln zł netto**, co stanowi blisko **107%** przychodów osiągniętych w analogicznym okresie 2022 roku (kiedy to wyniosły 302,42 mln zł).

Nowości produktowe

ALLNUTRITION
CURCUMIN
+ ginger + piperine



SFD
CURCUMIN
+ ginger + piperine

ALLNUTRITION
Pro series
PRO+ CASEIN



SFD
Glycine



FRUOVE
Mus Ovocowy
(2 smaki)



SFD
Enzymy trawienne
(tabletki / do ssania)



ALLDEYNN
COLLAROSE
Elixir

SFD Grzyby 60g
Chaga / Cordyceps /
Lion's Mane / Reishi



SFD Grzyby 60g
Chaga / Cordyceps /
Lion's Mane / Reishi

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 stycznia 2024



Publikacja raportu miesięcznego za grudzień 2023 roku

4

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

Raporty EBI

- 26/2023 – Zmiana terminu publikacji raportu okresowego za III kwartał 2023 roku
- 27/2023 – Raport okresowy za III kwartał 2023 roku
- 28/2023 – Raport miesięczny za październik 2023



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.