

## **Symbio Polska S.A. – Kierunki Rozwoju spółki w latach 2018 - 2021**

### Rozwój rynku produktów ekologicznych w Polsce i na świecie.

Rynek żywności ekologicznej to jedna z najdynamiczniej rozwijających się branż w Europie i na świecie. Rozwija się on znacznie szybciej od rynku konwencjonalnej żywności. W 2014 osiągnął poziom 80 mld USD i mimo wyższych cen niż żywność konwencjonalna ,rozwija się nadal szczególnie dynamicznie w krajach rozwiniętych.

Blisko 90 % sprzedaży żywności ekologicznej przypada na kraje Ameryki Północnej ( w tym USA 43%) i Unii Europejskiej (ok 40%). Wzrost świadomości ekologicznej także w krajach mniej zamożnych powoduje że zapotrzebowanie także tam stale rośnie (np. Chiny udział w rynku światowym 4%)

Rynek żywności ekologicznej w Polsce jest jeszcze niewielki ( ok 1 mld PLN) i stanowi tylko ok 10% wartości sprzedaży na takich rynków jak Włochy czy Szwajcaria. Spodziewamy się jednak iż wzrost świadomości ekologicznej i wzrastający poziom dochodów Polaków zwiększy w najbliższym dziesięcioleciu jego wielkość o 10-20% rocznie. Nie bez znaczenia jest fakt iż równolegle to wzrostu zapotrzebowania wzrasta dostępność tego typu produktów. Kilka lat temu konsumenci żywności ekologicznej poszukiwali jej głównie w sklepach specjalistycznych. Obecnie produkty są już dostępne poza sklepami specjalistycznymi, we wszystkich sieciach Hipermarketowych i wprawdzie w ograniczonym wyborze ale także w sieciach dyskontowych i wielu tradycyjnych sklepach detalicznych, a nawet małych osiedlowych.

Spożycie żywności bio w Polsce (kilka Euro/os.) jest znacznie niższe niż w krajach liderach europejskich takich jak Szwajcaria (ponad 200 Euro/os.) czy Dania (ponad 163 Euro/os.).

### Produkcja żywności ekologicznej

W 2013 roku Polska wykorzystywała pod produkcję ekologiczną ok 0,7 mln hektarów gruntów zajmując 12 miejsce na świecie pod względem areału. Daleko nam do największych producentów takich jak Australia (17 mln ha) czy USA (2,2 mln ha) a nawet Hiszpania (1,6 mln ha). Wysoka rentowność upraw ekologicznych wymagających wprawdzie większego wysiłku i wiedzy pozwala jednak przypuszczać że produkcja żywności ekologicznej w Polsce będzie szybko rosła. Poza rynkiem krajowym jesteśmy bowiem także coraz bardziej liczącym się dostawcą surowców na takie rynki europejskie jak Niemcy (łączna sprzedaż żywności bio 7,5 mld Euro) czy Szwajcaria (1,7 mld Euro)

### Dystrybucja żywności w Polsce

W 2016 roku największymi graczami na rynku żywności (konwencjonalnej i bio) były dyskonty (26% rynku – gł Biedronka 42,7 mld PLN i Lidl 24,1 mld PLN) oraz supermarkety ( 23% rynku) i hipermarkety (11% rynku). Ze względu na fakt iż niektóre sieci (Tesco, Carrefour, E.Leclerc) organizują zakupy wspólnie dla swoich hipermarketów i współpracujących franczyzowych supermarketów należy je traktować łącznie. Trudno niestety uzyskać pełne dane odnośnie udziału w sprzedaży produktów ekologicznych (bio) w poszczególnych kanałach dystrybucji.

Symbio współpracuje już z większością obecnych w Polsce sieci hipermarketowych które rozwijają sprzedaż żywności bio. W sieciach tych jesteśmy jedną z wiodących marek.

Najwięksi gracze na rynku żywności w Polsce – dyskonty podejmują próby wprowadzania żywności ekologicznej. Jak na razie udział produktów bio nie jest w tym kanale dystrybucji znaczący.

W Polsce istnieje ponad 600 sklepów wyspecjalizowanych w sprzedaży zdrowej żywności, większość to niezależne podmioty oraz kilka wyspecjalizowane sieci ( m.in. Organic Farma Zdrowia, Smak Natury czy Natu).

Sklepy tradycyjne coraz częściej obok produktów konwencjonalnych sprzedają żywność ekologiczną (dedykowana półka, regał czy nawet wyodrębniona część sklepu). Wprawdzie jest to rynek specyficzny (ograniczona ilość asortymentów) ale niewątpliwie ważny ze względu na wielkość i budowanie pozycji marki u konsumentów.

#### Symbio Polska S.A. na rynku żywności bio w Polsce

Symbio należy do wiodących, obok m.in. Bio-Planet i Eko-Wital, dostawców (konfekcjonowanie i dystrybucja) produktów bio na polskim rynku. Jesteśmy obecni w większości sieci w Polsce (w niektórych Symbio jest największym dostawcą wyrobów bio).

Spółka dostarcza również do sklepów specjalistycznych i tradycyjnych do których dociera za pośrednictwem własnych przedstawicieli handlowych i lokalnych dystrybutorów.

Symbio od początku swojej działalności zajmuje się surowcami bio, skupem i mrożeniem owoców (gł malina i truskawka) i warzyw – łącznie ok 2 tys. ton rocznie. Surowiec wykorzystywany jest pod własne potrzeby i przetwarzany na dżemy, soki itp., oraz eksportowany do krajów EU.

System kontroli jakości Symbio zapewnia utrzymanie wysokich standardów produkowanych i sprzedawanych wyrobów i surowców.

#### Rozwój Spółki w latach 2018 - 2021

Po analizie trendów rynkowych, pozycji Spółki i jej możliwości finansowych, w latach 2018 - 2021 następują:

1. Zwiększenie (maksymalizacja) wolumenu sprzedaży mrożonek (głównie eksport) a od następnego sezonu skupowego zmiana struktury terminową sprzedaży w celu maksymalizacji uzyskiwanych marż handlowych.

Skup od rolników, mrożenie i sprzedaż surowców oraz półproduktów prowadzona jest od początku działalności Spółki. Wynik na tej działalności zależy od efektywności struktur handlowych i wolumenu sprzedaży. W 2018 przewidywane jest zwiększenie wolumenu skupu/sprzedaży do poziomu ponad 2 tys. ton tj. wzrost o ok 1/3 w stosunku do ostatnich dwóch lat, zbliżonego do roku 2015 (2,1 tys. t). W kolejnych latach wolumen sprzedaży będzie rósł ale nieco wolniej.

Skup warzyw i owoców w tys. ton w latach 2016-2021

	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
<b>Skup owoców i warzyw w tys. t</b>	1,9	1,8	2,3	2,5	2,7	2,9

Kluczowe dla wzrostu sprzedaży będzie pozyskanie finansowania na okres kilku miesięcy (skup-sprzedaż). Prowadzone są już rozmowy na temat finansowania skupu w sezonie 2018 roku (skup czerwiec 2018 - październik 2018 – sprzedaż listopad 2018 - kwiecień 2019)

Mając na uwadze optymalizację kosztów sprzedaży zmieniony zostanie harmonogram sprzedaży mrozonek tak aby lepiej wykorzystywał sezonowe trendy cenowe uwzględniając koszty przechowywania surowców.

2. W oparciu o wysoką, w kategorii, rozpoznawalność marki planowana jest poszerzenie sieci dystrybucyjnej. W ostatnim roku obserwowane było ciągle rosnące zainteresowanie konsumentów produktami zdrowymi i produktami Bio (produkty Bio w ciągu ostatniego roku próbował już co trzeci Polak). Coraz częściej konsumenci oczekują, że w produkty Bio będą mogli zaopatrzyć się podczas zwykłych codziennych zakupów. Taka postawa konsumentów wymusza zarówno na sklepach spożywczych jak i całym kanale dystrybucyjnym poprawę dostępność produktów z w/w kategorii. W tym celu planowane jest w roku 2018 dalsze intensywne pozyskiwanie nowych dystrybutorów na rynku tradycyjnym co będzie skutkowało zwiększeniem się liczby sklepów detalicznych, w których dostępne będą produkty Symbio. W celu wspierania dystrybutorów planowane jest adekwatne zwiększanie liczby PH mających na celu pozyskiwanie nowych punktów detalicznych jak i bieżącą obsługę już pozyskanych punktów sprzedaży zarówno w kanale nowoczesnym jak i tradycyjnym.

Dodatkowo Zarząd planuje działania mające na celu wprowadzanie oferty Symbio do nowych, rozwijających się sieci handlowych zarówno w kanale nowoczesnym jak i tradycyjnym oraz typowych sieci Hiper i Supermarketów i dyskontów a także sieci supermarketów specjalistycznych.

3. Uaktualnienie szaty graficznej produktów Symbio mające na celu poprawę rozpoznawalności produktów na półce, poprawę ich czytelności i identyfikacji z produktami Bio. Ponieważ wysoka cena produktów Bio jest dużym czynnikiem blokującym rozwój tej kategorii planowane jest również poprawa obecnego portfolio pod względem dostępności cenowej produktów dla konsumentów .

Również z tego powodu Zarząd intensywnie pracuje nad poszerzeniem asortymentu o nowe produkty w oparciu o obecnych jak i nowych dostawców.

W tym samym czasie planowane jest również usunięcie produktów generujących zbyt wysokie koszty utrzymania i charakteryzujących się słabą rotacją / zyskownością.

Konieczne zoptymalizowanie kosztów zakupu, produkcji i dystrybucji poprzez poprawę kontroli nad procesami, wprowadzenie nowych zasad podejmowania decyzji oraz częściej niż w przeszłości poszukiwanie nowych dostawców surowców i usług.

Wprowadzenie nowych procedur i zasad powinno przynieść efekty od początku 2018 roku. Jednak ze względu na czas potrzebny do wdrożenia zmian zapoczątkowanych w końcu 2017 roku satysfakcjonujące wyniki kwartalne spółka osiągnie dopiero w drugiej połowie 2018 roku.

Skup mrożonych warzyw i owoców jest sezonowy więc zwiększenie wolumenu sprzedaży tej grupy produktów nastąpi po zakończeniu sezonu – tj. od września przyszłego roku

Poprawa przychodów ze sprzedaży detalicznej będzie następowała sukcesywnie od początku roku 2018.

Założenia operacyjne Kierunków Rozwoju spółki w latach 2018-2021 w mln PLN

	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
<b>Sprzedaż mrożonek</b>	12,0	6,7	16,5	18,5	20,7	23,2
<b>Sprzedaż detaliczna</b>	16,3	13,1	17,6	20,6	24,1	28,2
<b>Sprzedaż razem</b>	28,3	19,8	34,1	39,1	44,8	51,4
<b>Zysk netto</b>	- 0,5	- 3,4	0,3	1,0	1,8	2,6

Prezentowane w niniejszym dokumencie założenia nie stanowią prognoz wyników finansowych.

Wykorzystane źródła: GUS, EIU, Roland Berger, Euromonitor International, FIBL i IFOAM 2015