



SFD S.A. Raport Miesięczny

Grudzień 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



344 mln 8

**PRZYCHODY ZA
ROK 2023 (PLN)**

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



>315 94

**PRACOWNIKÓW SKLEPY
STACJONARNE
POD MARKĄ SFD**



>500 1,6 mln

INFLUENCERÓW

**OBSERWUJĄCYCH
W MEDIACH**



Raport sprzedażowy za grudzień to tradycyjnie pierwsza okazja do wstępnego podsumowania minionego roku. SFD jest liderem rynku e-commerce w kategorii odżywek i suplementów diety dla osób aktywnie dbających o sylwetkę. Naszym klientom zapewniamy najlepsze produkty, dostarczamy je na czas i cały czas rozwijamy naszą ofertę produktową o nowe kategorie. Taki był ubiegły rok. Wydarzenia związane z przekroczeniem poziomu rtęci w niektórych produktach kreatynowych zaalarmowały nas i wzmocniły nasze działania kontrolne, także u dostawców, którzy dostarczają surowce i produkty do innych firm z naszej branży. Cieszymy się bardzo z pozytywnych opinii o naszych produktach oraz z wyników naszych kampanii wizerunkowych przeprowadzonych w grudniu.

- komentuje Mateusz Pazdan, prezes zarządu SFD S.A. – *Rozwój nowych produktów, internacjonalizacja naszego modelu biznesowego, wzrost sprzedaży i monitorowanie rentowności, we wszystkich tych obszarach w ubiegłym roku dokonaliśmy wielu zmian. Inwestujemy w rozwój mierząc się z bieżącymi wyzwaniami, takimi jak rosnące koszty niektórych usług czy surowców lub zmiany zachowań lub budżetów klientów. Naszym celem jest utrzymanie pozycji lidera i najwyższa jakość naszych produktów.”*



Mateusz Pazdan, prezes zarządu

“W 2023r. Spółka wypracowała 344 mln zł przychodów, o 6% więcej niż w roku poprzednim. W grudniu 2023r. przychody ze sprzedaży SFD S.A. wyniosły 22,1 mln zł i były o 5% niższe w porównaniu z grudniem ubiegłego roku. Ostatnie miesiące w naszych działaniach stały pod znakiem analizy zmian popytu konsumentów oraz przeglądu strategii sprzedażowo - marketingowej, która wymagała adaptacji do nowych warunków po wydarzeniach z września. W związku z tym wdrożono wiele nowych rozwiązań, które z jednej strony szerzej komunikują jakość produktów SFD a z drugiej wspierają ich rozpoznawalność. W rezultacie przeprowadzono nowe kampanie wizerunkowe, szczególnie ciepło został przyjęty nasz grudniowy spot reklamowy. Tego rodzaju działania, choć kosztowne, są konieczne aby docierać do nowych grup odbiorców. Grudzień to tradycyjnie również czas zatwierdzania nowych planów na rok nadchodzący, przygotowaliśmy nową koncepcję obecności w sieciach handlowych oraz wzmacniamy nasz rodzimy e-commerce. Równolegle będziemy pracować nad zwiększeniem rentowności naszej sprzedaży zagranicznej. Elementem przeglądu naszej strategii jest również sieć sprzedaży stacjonarnej którą optymalizujemy i w miarę potrzeb będziemy optymalizować dalej. Obserwując presję kosztową prowadzonych kampanii marketingowych czy też pojawiające się w grudniu skokowe wzrosty cen niektórych surowców, naszym celem w najbliższym czasie jest poprawa rentowności poprzez aktywną politykę cenową.



Rafał Zakrzewski, wiceprezes zarządu ds przychodów

“Nasze działania w logistyce koncentrowaliśmy w grudniu nie tylko na obsłudze ruchu przedświątecznego oraz rosnącej sprzedaży zagranicznej, ale także prowadziliśmy działania, dzięki którym będziemy mogli obniżyć koszty dostaw zamówień”.

“Zmiany wprowadzane przez nas po analizie projektów i kanałów sprzedaży będą przynosić poprawę rentowności w przyszłości. Nasze działania oszczędnościowe to reakcja na widoczne zmiany w popycie ze strony klientów w całej branży, rosnące ceny zakupu mediów, a także od grudnia spotykamy się znowu z wyzwaniem skokowego wzrostu cen niektórych surowców.”



Bartosz Kogut, wiceprezes zarządu ds operacyjnych



Przemysław Kwiatkowski, wiceprezes zarządu ds finansów

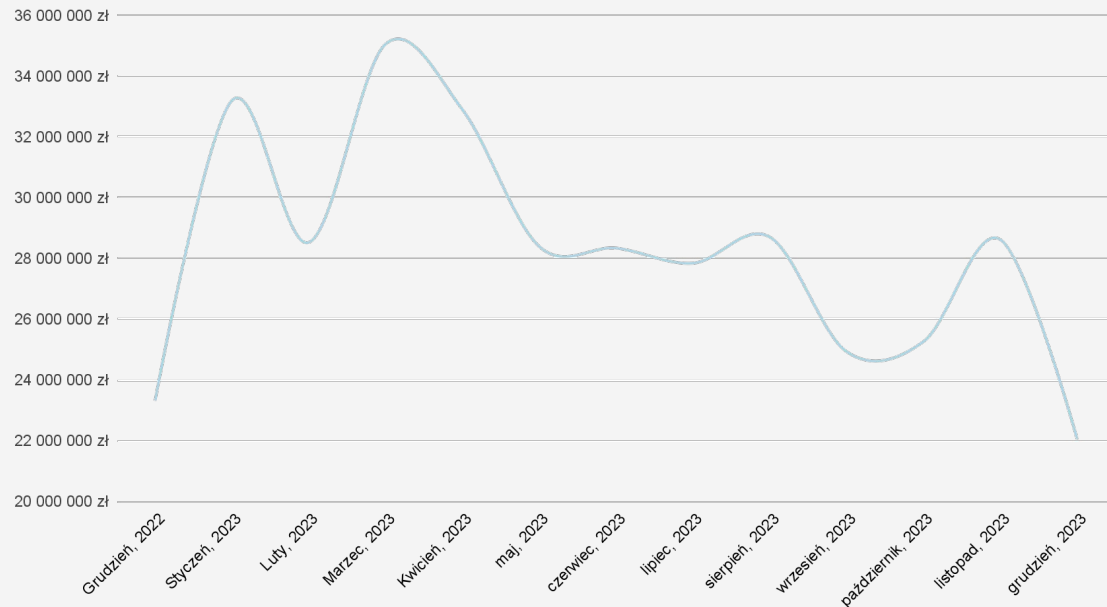
“Pracujemy nad repozycjonowaniem naszych wybranych bestsellerowych produktów, tak, aby wzmocnić ich potencjał sprzedażowy i przygotowujemy dla nich nowe strategie marketingowe. W najbliższych kwartałach w naszej ofercie powinny pojawić się nowe kategorie tj napoje w różnych podkategoriach. Analizujemy także możliwości wprowadzenia nowych produktów influencerskich i rozmawiamy z potencjalnymi, nowymi partnerami. Grudzień był dla nas także czasem pracy nad koncepcją produktową, dzięki której będziemy mogli zwiększać sprzedaż w sieciach handlowych”

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 grudniu 2023 roku zrealizowała przychody na poziomie ok. **22,05 mln zł** netto, co stanowi blisko **95%** wartości przychodów osiągniętych w grudniu 2022 roku (kiedy to wyniosły 23,32 mln zł).

Jednocześnie według wstępnych wyliczeń w całym okresie od stycznia do grudnia 2023 roku przychody Spółki wyniosły **343,98 mln zł** netto, co stanowi blisko **106%** przychodów osiągniętych w analogicznym okresie 2022 roku (kiedy to wyniosły 325,35 mln zł).

Nowości produktowe



ALLNUTRITION
FRU LOVE CHOCO IN JELLY
apple cinnamon 300g

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.



13 lutego 2024



Publikacja raportu okresowego za IV kwartał 2023 roku

do 14 lutego 2024



Publikacja raportu miesięcznego za styczeń 2024 roku

4

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

Raporty EBI

- 29/2023 – Raport miesięczny za listopad 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.