

Prognoza wyników finansowych Grupy Kapitałowej Organic Farma Zdrowia S.A. na lata 2016-2021.

Zarząd spółki Organic Farma Zdrowia S.A. ("Emitent") przekazuje do publicznej wiadomości prognozę finansową Grupy Kapitałowej Organic Farma Zdrowia S.A. na lata 2016-2021.

Prognoza finansowa Grupy Kapitałowej Organic Farma Zdrowia S.A. została przygotowana przy założeniu pozyskania finansowania w wysokości około 15 milionów PLN w 2016 roku.

Punktem wyjścia do przygotowania poniższej prognozy finansowej były dotychczasowe osiągnięcia i wyniki Emitenta oraz rozwój i potencjał rynku produktów ekologicznych i prozdrowotnych:

A. Osiągnięcia i wyniki Emitenta są opisywane w raportach bieżących i okresowych, (kwartalnych i rocznych) znajdujących się na stronie www.organicmarket.pl oraz na stronie www.newconnect.pl. **Szacowana Sprzedaż Grupy Kapitałowej za 2015 rok wyniosła 80,8 mln PLN, a EBITDA 3,13 mln PLN (poprzedni raport bieżący).**

B. Rynek żywności ekologicznej:

Rynek produktów ekologicznych na Świecie, w Europie i w Polsce:

1. Rynek żywności ekologicznej jest od kilkunastu lat jedną z najszybciej - i mimo kryzysów - trwale rosnącą branżą. **W 2014 roku rynek ten osiągnął już wielkość 79 mld USD.** W okresie od 2013 roku wzrósł on o 10% i wszelkie prognozy wskazują, że podobne wzrosty będą kontynuowane w następnych latach, w wyniku wzrostu świadomości społeczeństw w kwestii zdrowego odżywiania oraz w wyniku zmniejszającej się różnicy w cenie zakupu żywności ekologicznej w stosunku do cen żywności konwencjonalnej. Obecnie żywność ekologiczna jest droższa średnio o 30% ze względu na dużo wyższe koszty jej produkcji, niższe zbiory oraz nadal stosunkowo niską podaż. W 2013 roku 2 mln producentów rolnych ze 170 krajów posiadało certyfikat ekologiczny i uprawiało rolnictwo ekologiczne na 43 mln ha.

2. W 2013r. największe obszary przeznaczone były pod produkcję ekologiczną w krajach:

- Australia 17,15 mln ha
- Argentyna 3,2 mln ha
- USA 2,2 mln ha
- Chiny 2,0 mln ha
- Hiszpania 1,6 mln ha
- Włochy 1,3 mln ha

Polska zajmuje 12 miejsce na świecie z powierzchnią 661,956 ha.

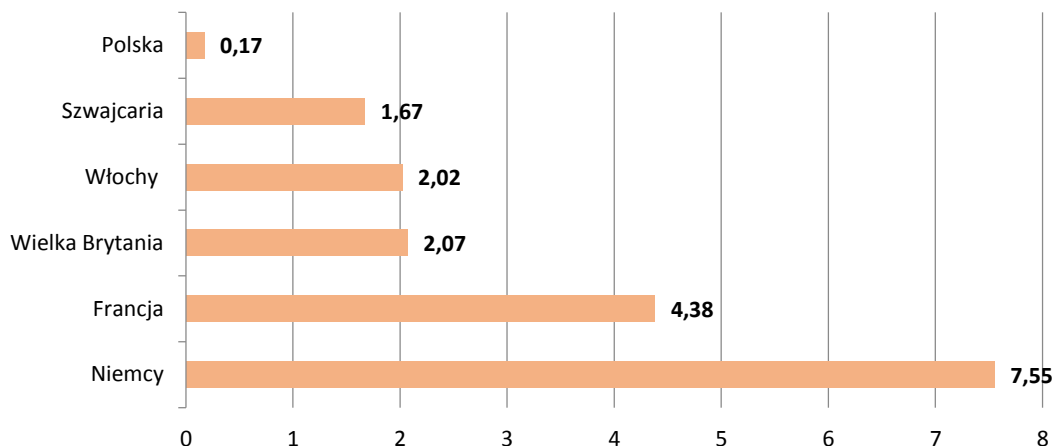
W ujęciu procentowym powierzchni rolnej wykorzystywanej pod produkcję ekologiczną liderami są Wyspy Falklandzkie 36,3%, Lichtenstein 31% i Austria z 19,5%. Nasi południowi sąsiedzi Czesi zajmują już 8 miejsce ze wskaźnikiem 11,2%.

Rynek zbytu dzieli się głównie na 5 rynków: USA 43%, **UE 40%**, Kanada 4%, Chiny 4%, Szwajcaria 3% i Japonia 2% (4% pozostali).

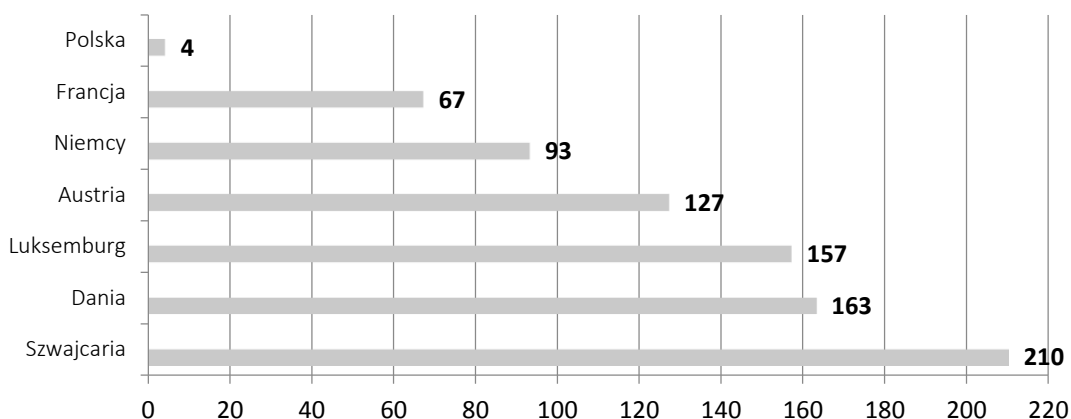
1. Europejski rynek żywności ekologicznej osiągnął w 2013 roku 24,3 mld EUR.

Największe rynki zbytu w Europie:

Największe rynki zbytu w Europie (w mld EUR)



Największe spożycie żywności ekologicznej na mieszkańca Europy (w EUR)



Średnia światowa spożycia wynosi ok. 10 USD na mieszkańca.

4. W 2013 roku polski rynek handlu detalicznego produktami rolnictwa ekologicznego szacuje się na około 700 mln zł, tj. 0,25% całego polskiego handlu detalicznego produktami spożywczymi. Przeciętne wydatki 1 mieszkańca Polski na produkty ekologiczne to około 17 PLN, czyli 4 EUR rocznie.

5. Przewiduje się, co najmniej 15-20% wzrost rynku przez najbliższe kilkanaście lat. Pierwszy mld złotych powinien zostać osiągnięty w 2017 roku. Możliwy jest też scenariusz, jaki miał miejsce w wielu krajach (ostatnio w Szwecji), że przez kilka lat wzrost rynku będzie wynosił nawet 50 i więcej % rocznie.

Wszelkie powyższe dane pochodzą z wydawnictw statystycznych FIBL i IFOAM 2015.

Struktura polskiego rynku rolnictwa ekologicznego:

1. Polski rynek rolnictwa ekologicznego jest bardzo rozdrobniony.
2. Istnieje ponad 600 sklepów wyspecjalizowanych w sprzedaży Eko-żywności, 4 sieci specjalistycznych sklepów ekologicznych (Organic Farma Zdrowia S.A., Żółty Cesarz, SecretGarden i Natu), kilkunastu wyspecjalizowanych dystrybutorów produktów rolnictwa ekologicznego oraz tysiące półek z produktami rolnictwa ekologicznego lub „wysp ekologicznych” w sklepach spożywczych handlujących żywnością konwencjonalną (między innymi: Piotr i Paweł, Alma, Marcpol, Auchan, Carrefour, Real, Makro, Intermarche, Tesco, Społem, Rossman i wiele innych). Organizowanych jest też coraz więcej stałych, regularnie powtarzanych lub okazjonalnych straganów lub bazarów z ekologiczną, naturalną i regionalną żywnością.
3. Stale zwiększa się liczba rolników ekologicznych oraz zakładów przetwórczych. Wg danych Ministerstwa Rolnictwa w 2013r., w Polsce było 26.598 producentów żywności ekologicznej (w 2004 roku było ich, 3760 czyli przez 8 lat nastąpił wzrost o 700%!) co daje nam 4 miejsce w Europie. Uprawy ekologiczne zajmowały 669.970 ha w stosunku do 83.730 ha w 2004 roku, – czyli znów mamy wzrost blisko 800% i 5 miejsce w Europie. Średnia powierzchnia ekologicznego gospodarstwa rolnego w Polsce wynosi 25ha. W Polsce na dzień 31 grudnia 2013 roku funkcjonowało 407 przetwórni żywności ekologicznej w stosunku do 55 w 2004 roku.
4. Największymi dystrybutorami i konfeksjonerami produktów ekologicznych na polskim rynku są spółki Bio Planet i Eko-Wital – bardzo dokładnie opisane w publikowanych raportach.
5. Główni pozostali gracze na rynku w zakresie dystrybucji produktów ekologicznych oraz konfeksjonowania produktów ekologicznych to Symbio – notowana na NewConnect firma wyspecjalizowana w eksporcie polskich produktów ekologicznych (mrożone owoce), ale posiadająca także własne produkty konfeksjonowane i dystrybuowane pod marką SYMBIO oraz spółka API EKO – działająca od początku 2010 roku, jako dystrybutor posiadający w swoim portfelu również inwestycję w rzeszowską firmę konfeksjonującą – Bioavenę. Ponadto od lat funkcjonują takie podmioty jak Bionica, Natu, Biohurt, VictualiaSaluber, Tast, Natura, Vita Natura, Provita, Agro Natura, MyEcolife, Smak Życia, Smak Natury, Dary Natury, Batom, Eko Wyspa itd.

Perspektywy rozwoju rynku produktów rolnictwa ekologicznego w Polsce

W najbardziej rozwiniętych krajach Europy Zachodniej i w Ameryce Północnej rynek produktów rolnictwa ekologicznego kształtuje się na poziomie ok. 3-4% rynku spożywczego ogółem. Różnice cenowe między podstawowymi produktami ekologicznymi, a produktami konwencjonalnymi kształtują się na poziomie około 30-40%. W Niemczech roczne wydatki 1 mieszkańca na produkty rolnictwa ekologicznego to 93 Euro, podczas gdy w Polsce kwota ta wynosi ok. 4 Euro rocznie, a cały rynek ekologiczny to zaledwie 0,25% całego rynku spożywczego. Naszym zdaniem – w ramach procesu „doganiania” przez Polskę średniego standardu życia w ramach UE – istnieją olbrzymie perspektywy wzrostu tego rynku w Polsce przez następne dekady, a obecnie jest on nadal w bardzo wstępnej fazie rozwoju.

Wzrost spożycia produktów rolnictwa ekologicznego w Polsce będzie wynikał z:

1. Stopniowego wzrostu świadomości polskich konsumentów odnośnie zasad rolnictwa ekologicznego, zalet produktów ekologicznych oraz sposobów ich oznaczania.
2. Kampanii unijnych i krajowych promujących rolnictwo ekologiczne. Szczególne znaczenie ma w tym zakresie wprowadzone w lipcu 2010 roku nowe unijne logo rolnictwa ekologicznego, które stało się od 1 lipca 2012 roku obowiązkowe dla wszystkich produktów ekologicznych na terenie wszystkich

państw Unii (wcześniej panował w tym zakresie spory chaos informacyjny, gdyż produkty ekologiczne w różnych państwach oznaczane były różnymi znakami).

3. Zwiększenia podaży i dostępności produktów rolnictwa ekologicznego (nowe sklepy, nowe półki w supermarketach oraz w sklepach delikatesowych).

4. Spadku cen produktów ekologicznych w Polsce (zmniejszenie różnicy między produktami ekologicznymi a produktami konwencjonalnymi, których ceny stopniowo wzrastają).

- **Założenia dotyczące rozwoju Emitenta w obszarze sprzedaży hurtowej:**

- zwiększony popyt ze strony aktualnych klientów, w szczególności w kanale nowoczesnym oraz ze strony sieci i sklepów detalicznych wyspecjalizowanych w produktach ekologicznych, ze względu na bogatą oraz stale poszerzaną ofertę produktową Emitenta oraz rosnącą popularność internetowej platformy zakupowej uruchomionej przez Emitenta na początku 2015 roku
- rozwój asortymentu do kilku tysięcy produktów, potencjalne akwizycje podmiotów specjalizujących się w wybranych produktach
- wysoka efektywność logistyki, dzięki znaczącej pojemności magazynowej oraz dobrym relacjom z producentami krajowymi i zagranicznymi
- rozwój marek własnych poprzez powiększanie oferty asortymentowej dostępnej pod markami własnymi Emitenta oraz intensyfikację sprzedaży produktów pod markami własnymi
- rozwój terytorialnego zasięgu działalności, zarówno poprzez wzrost organiczny oraz akwizycje podmiotów mających silną pozycję w określonym regionie
- dalsza pionowa integracja modelu biznesowego poprzez rozwój usług konfekcjonowania na wewnętrzne potrzeby Emitenta oraz dla klientów zewnętrznych
- popyt ze strony nowo otwartych sklepów sieci Organic Farma Zdrowia
- sprzedaż eksportowa

- **Założenia dotyczące rozwoju Emitenta w obszarze sprzedaży detalicznej:**

- sieć detaliczna Emitenta będzie beneficjentem rozwoju rynku produktów ekologicznych w Polsce poprzez ciągły wzrost liczby nowych klientów, wzrost wartości zakupów dokonywanych przez istniejących klientów
- wzrost sprzedaży wynikający z osiągania dojrzałości przez sklepy otwarte lub włączone do sieci Organic Farma Zdrowia od 2013 roku (ze względu na zakładany 3 letni okres potrzebny do osiągnięcia przez sklepy pełnej „dojrzałości”)
- otwarcie pierwszego w Polsce supermarketu z produktami ekologicznymi w drugiej połowie 2017 roku; otwarcie drugiej placówki tego typu planowane jest w 2019 roku
- oba supermarkety o powierzchni handlowej ok.800 m² będą działać w Warszawie
- powiększenie sieci detalicznej o nowe lokalizacje w centrach handlowych oraz przy ulicach handlowych lub najlepszych osiedlach
- rozwój sklepów pod marką „Organic Zielone Oko” (sklep typu convenience połączony z małym bistro) w największych miastach w Polsce
- akwizycje istniejących pojedynczych sklepów lub małych sieci z artykułami ekologicznymi
- wzrost wartości sprzedaży wysokomarżowych produktów pod markami własnymi zarówno w sklepach własnych jak i franczyzowych
- intensyfikacja działań promocyjnych i marketingowych
- rozwój sieci franczyzowej - 50-60 sklepów w 2021 roku

- **Prognoza wyników finansowych Grupy Kapitałowej Organic Farma Zdrowia S.A.:**

Prognoza wyników finansowych Grupy Kapitałowej Organic Farma Zdrowia S.A. na lata 2016-2021						
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Skonsolidowane przychody netto ze sprzedaży Grupy Kapitałowej:	94,5	115,8	140,3	168,8	197,3	227,2
Skonsolidowany zysk na działalności operacyjnej (EBIT):	2,5	4	5,2	9	12,3	14,8
Skonsolidowany zysk EBITDA:	5,0	6,8	8,8	13,1	16,6	19,2

Prognoza została przygotowana przy założeniu średniorocznego kursu EURO na poziomie 4,25 PLN oraz nie uwzględnia potencjalnego wpływu zmian legislacyjnych (w tym efektów potencjalnego wprowadzenia podatku od sprzedaży detalicznej) na działalność Emitenta.

Podstawa prawna: §3 ust. 1 Załącznika nr 3 do Regulaminu ASO