



4 kontynenty
22 kraje
403 odbiorców
108 dostawców



w okresie 5 lat **podwojenie** przychodów
i **zwiększenie** rentowności operacyjnej

jedyna spółka z branży
na europejskiej giełdzie

M FOOD - inwestycja w płynne złoto

M FOOD SA jest polską spółką holdingową, działającą w branży surowców i produktów spożywczych. Zajmuje się ona zarządzaniem aktywami zlokalizowanymi na 4 kontynentach oraz procesami logistyki i globalnej kontraktacji zakupów i dostaw produktów apikultury - głównie miodu.

MISJA Grupy M FOOD

czynić życie słodszy a ludzi zdrowszymi

W ofercie Grupy znajdują się tylko sprawdzone surowce najwyższej światowej jakości, przyjazne dla środowiska i zdrowia. Miód jest nabywany zarówno u największych światowych producentów rynku miodowego, jak też od producentów drobnych.

M FOOD konsoliduje sektor miodowy, będąc jedyną spółką reprezentującą branżę na giełdach europejskich.

Szacunek i zaufanie odbiorców jest priorytetem Grupy. Dlatego stale podwyższany jest standard i zakres obsługi obecnych i przyszłych dostawców oraz odbiorców.

Zgodnie ze strategią, **M FOOD** konsekwentnie buduje pozycję rynkową, kierując się zasadami etycznego biznesu.

WIZJA Grupy M FOOD

do roku 2021 być jedną z największych spółek na świecie działających na rynku surowca miodowego i produktów apikultury, utrzymując jeden z najwyższych w branży zwrotów z kapitału, będąc

reprezentantem całego sektora na europejskich giełdach

Cele Grupy M FOOD



konsolidacja sektora w Europie

rozwinięcie produkcji własnej



rozwinięcie sprzedaży do detalu

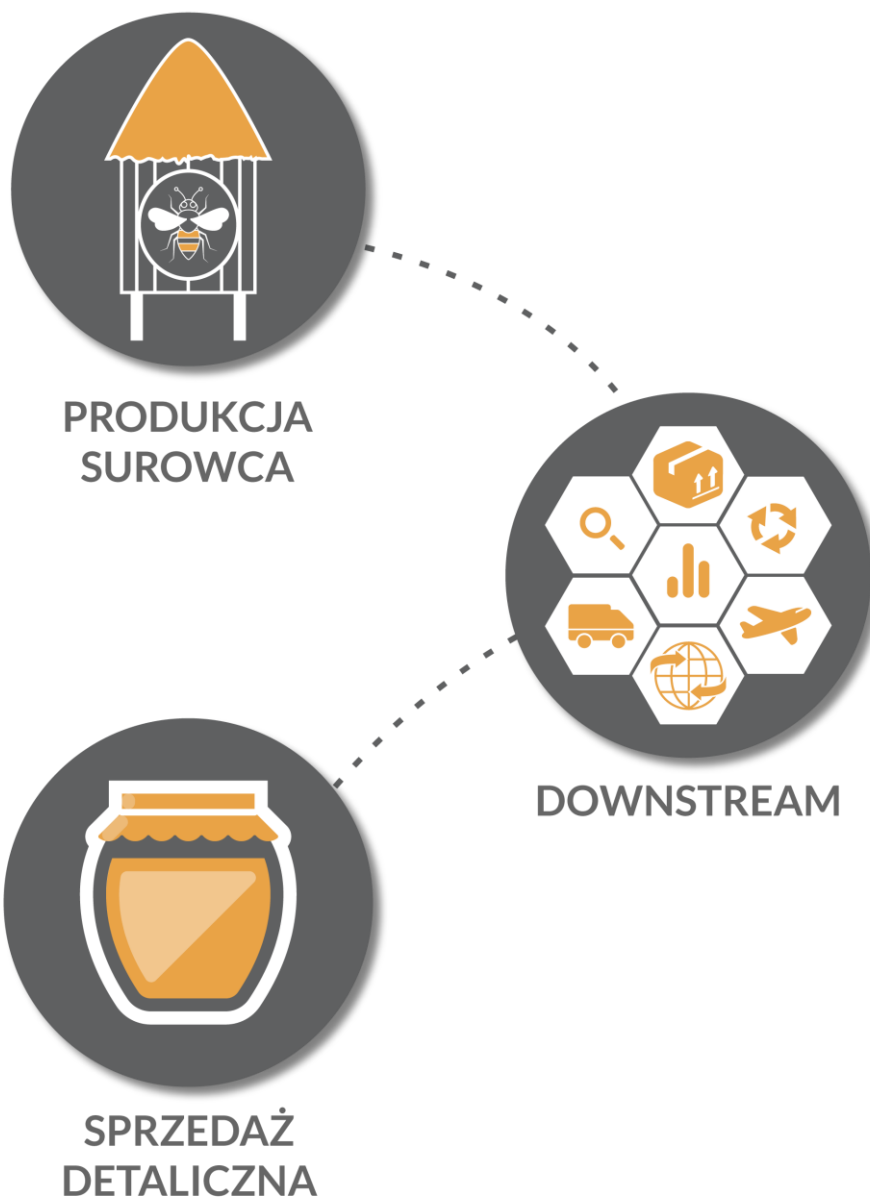


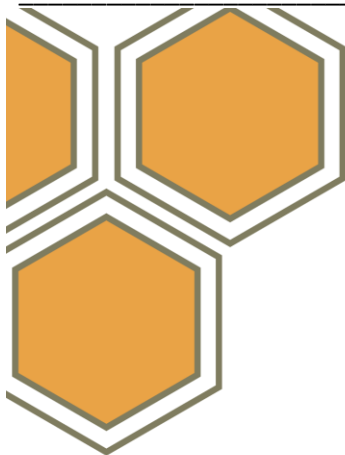
w okresie 5 lat podwojenie przychodów i zwiększenie rentowności operacyjnej

Model biznesu

Grupa Kapitałowa M FOOD prowadzi działalność w trzech segmentach:

PRODUKCJA SUROWCA – DOWNSTREEAM – SPRZEDAŻ DETALICZNA





DOWNSTREAM

- pozyskiwanie i kontraktacja dostaw surowca z rynków międzynarodowych (miodów, miodów pitnych i produktów pszczelich),
- organizacja i zarządzanie procesem logistyki i magazynowania surowca w oparciu o rozbudowaną infrastrukturę lądową i morską, wraz z magazynowaniem i konfekcją,
- badania jakościowe, praca laboratoryjna z surowcem,
- organizacja rynków zbytu i kontraktacja sprzedaży hurtowej na rynki międzynarodowe.



SPRZEDAŻ DETALICZNA



- organizacja produkcji i/lub sprzedaży produktów detalicznych (miody słoikowe, miody pitne, miody bio, воск),
- sprzedaż we własnym sklepie internetowym,
- organizacja sprzedaży produktów finalnych w sieciach detalicznych,
- marka własna Grupy niekolizyjna z obecnymi odbiorcami hurtowymi z downstream,
- zarządzanie infrastrukturą i procesami logistycznymi,
- dział R&D, nowe receptury,
- certyfikaty sprzedaży detalicznej.



PRODUKCJA SUROWCA



- kontrola nad podażą surowca w oparciu o własną infrastrukturę produkcji surowca (kontrolowane pasieki, zakład produkcyjny),
- produkcja surowca o wyższej jakości (wyższej marży),
- posiadanie licencji, koncesji i certyfikatów.

STRATEGIA Grupy M FOOD na lata 2017-2021

na poziomie modelu biznesowego



PRODUKCJA SUROWCA

- uzyskanie kontroli nad istotnym strumieniem podaży surowca w oparciu o własną infrastrukturę produkcji surowca (kontrolowane pasieki, zakład produkcyjny),
- produkcja surowca o wyższej jakości (wyższej marży).

realizacja operacyjna:

- przejmowanie atrakcyjnych cenowo zakładów produkcyjnych,
- dofinansowanie infrastruktury pasiek z surowcem wysokomarżowym, kontrolowanych przez zakład produkcyjny,
- budowa nowych linii produkcyjnych.



warunki realizacji:

- kryterium realizacji poszczególnych działań operacyjnych zdefiniowane jako stopa zwrotu z inwestycji na poziomie IRR / yield nie mniejszym niż 15% pa.



DOWNSTREAM

- utrzymywanie dywersyfikacji pozyskiwania i kontraktacji dostaw surowca z rynków międzynarodowych (miodów, miodów pitnych i produktów pszczelich),
- organizacja nowych rynków zbytu i kontraktacji sprzedaży hurtowej na rynki międzynarodowe,
- podniesienie marżowości segmentu poprzez zwiększenie wolumenów w handlu surowcem BIO i pyłkiem pszczelim, gdzie notuje się wysokie rentowności.

realizacja operacyjna:

- wchodzenie na nowe rynki geograficzne,
- nabywanie pakietów mniejszościowych lub większościowych w zakładach produkcyjnych w celu utrzymania kontroli stałości dostaw surowca w długim horyzoncie,
- aliance strategiczne jako alternatywa dla akwizycji,
- kontraktacja całości produkcji surowca BIO z własnego zakładu produkcyjnego.



warunki realizacji:

- kryterium realizacji poszczególnych działań operacyjnych w zakresie akwizycji zdefiniowane jako stopa zwrotu z inwestycji na poziomie IRR / yield nie mniejszym niż 15% pa.
- kryterium ekspansji geograficznej - w zależności od kształtowania się podaży i popytu na danym rynku w perspektywie wieloletniej.

➤ SPRZEDAŻ DETALICZNA

- rozwinięcie działalności tego segmentu umożliwi Grupie zrównoważenie marżowości oraz wahań cen odbioru surowca,
- organizacja i rozwinięcie własnej produkcji i sprzedaży produktów detalicznych dla klienta finalnego (miody słoikowe, miody pitne, miody bio, pyłki pszczele, воск) w oparciu o markę detaliczną i zorganizowaną sieć dystrybucji,
- marka własna Grupy niekolizyjna z obecnymi odbiorcami hurtowymi z downstream,
- rozwinięcie obecnie marginalnej sprzedaży internetowej produktów detalicznych do klienta finalnego we własnym sklepie internetowym.

realizacja operacyjna:

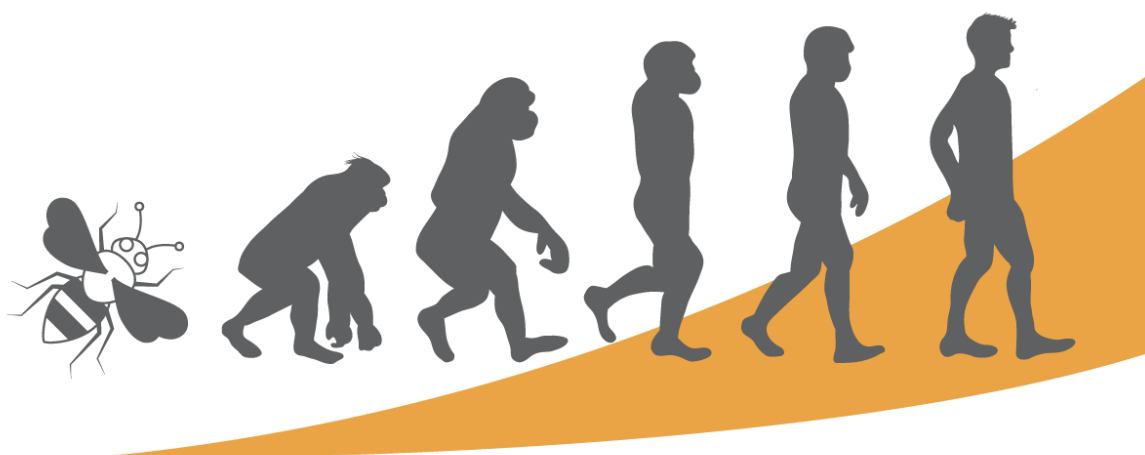
- akwizycja zagranicznej firmy zajmującej się przygotowywaniem i dystrybucją produktu finalnego do sieci detalicznych.



warunki realizacji:

- kryterium realizacji poszczególnych działań operacyjnych w zakresie akwizycji zdefiniowane jako stopa zwrotu z inwestycji na poziomie IRR / yield nie mniejszy niż 15%
- rozbudowa organiczna Grupy w celu utrzymania kontroli i spójności pomiędzy podmiotami w Grupie.

MIÓD OBECNY W GOSPODARCE NA DŁUGO PRZED POWSTANIEM PIERWSZYCH SYSTEMÓW EKONOMICZNYCH



SPRZYJAJĄCE OTOCZENIE



ROZDROBNIONY RYNEK
WYMAGAJĄCY KONSOLIDACJI



WIDMO
"PODATKU CUKROWEGO"



WZROST
ZAPOTRZEBOWANIA NA MIÓD



ZDROWY TYRB ŻYCIA

DOWNSTREAM I PRODUKCJA SUROWCA

Grupa M FOOD S.A. zamierza utrzymywać dywersyfikację na poziomie pozyskiwania i kontraktacji dostaw surowca z rynków międzynarodowych, a także organizować nowe rynki zbytu i kontraktacji sprzedaży hurtowej. Będzie to możliwe dzięki eksploracji nowych rynków geograficznych – w celu zwiększenia udziału reszty świata względem udziału Europy w odbiorze i dostawach surowca.

Działania związane z sojuszami partnerskimi i nabywaniem pakietów mniejszościowych bądź większościowych w spółkach produkcyjnych pozwolą na utrzymanie kontroli w zakresie stałych dostaw surowca. Grupa M FOOD planuje kontraktować całość produkcji surowca wysokomarżowego z własnych zakładów produkcyjnych.

Grupa posiada obecnie w ofercie zarówno miód wielokwiatowy, jak i całą gamę miódów odmianowych. Ponadto w dostawach znajdują się też pozostałe produkty apikultury takie jak: pyłek pszczele, wosk pszczele, propolis oraz mleczko pszczele. Z tej gamy produktów Grupa zamierza szczególnie rozwijać sprzedaż pyłku pszczelego. Uzupełnieniem oferty produktowej Grupy są miody pitne oraz produkty spożywcze i kosmetyczne z zawartością produktów apikultury.

Najnowsze trendy rynkowe wskazują na wzrastające zapotrzebowanie na miody BIO. Wykorzystując pojawiającą się szansę rynkową, Grupa M FOOD zamierza rozwinąć segment produkcji miódów bio, których udział w sprzedaży Grupy docelowo sięgnie 25%.

Grupa M FOOD będzie dążyć do zapewnienia bezpieczeństwa dostaw surowca z kierunków strategicznych, co pozwoli na zachowanie ciągłości sprzedaży. Cele te będą realizowane poprzez dostawy z kilkudziesięciu krajów i czterech kontynentów.

Poniższa tabela przedstawia przewidywaną strukturę dostaw miódów z poszczególnych kierunków geograficznych

Kraje dostaw	2017				2021			
	hurt		detal		hurt		Detal	
	Miód	miód BIO	miód	miód BIO	Miód	miód BIO	miód	miód BIO
Ameryka Południowa	3%	4%	10%	0%	10%	15%	10%	20%
Bułgaria	0%	45%	0%	100%	0%	25%	0%	50%
Chiny	28%	23%	0%	0%	20%	5%	0%	0%
Europa (poza Bułgarią)	0%	5%	5%	0%	6%	25%	15%	5%
Azja (poza Chinami)	3%	0%	0%	0%	12%	5%	10%	0%
Polska	3%	0%	85%	0%	2%	0%	50%	0%
Ukraina	63%	23%	0%	0%	50%	25%	15%	25%

Grupa M FOOD będzie również dywersyfikować kierunki sprzedaży swoich produktów. Obecnie surowiec dostarczany jest do ponad 400 odbiorców na całym świecie. Kierunki sprzedaży przedstawia poniższa tabela:

Kierunek sprzedaży	2017				2021			
	hurt		detal		hurt		Detal	
	miód	miód BIO	miód	miód BIO	miód	miód BIO	miód	miód BIO
Polska	33%	0%	100%	100%	25%	20%	50%	25%
Europa	60%	100%	0%	0%	65%	80%	50%	75%
USA	7%	0%	0%	0%	10%	0%	0%	0%

SPRZEDAŻ DETALICZNA

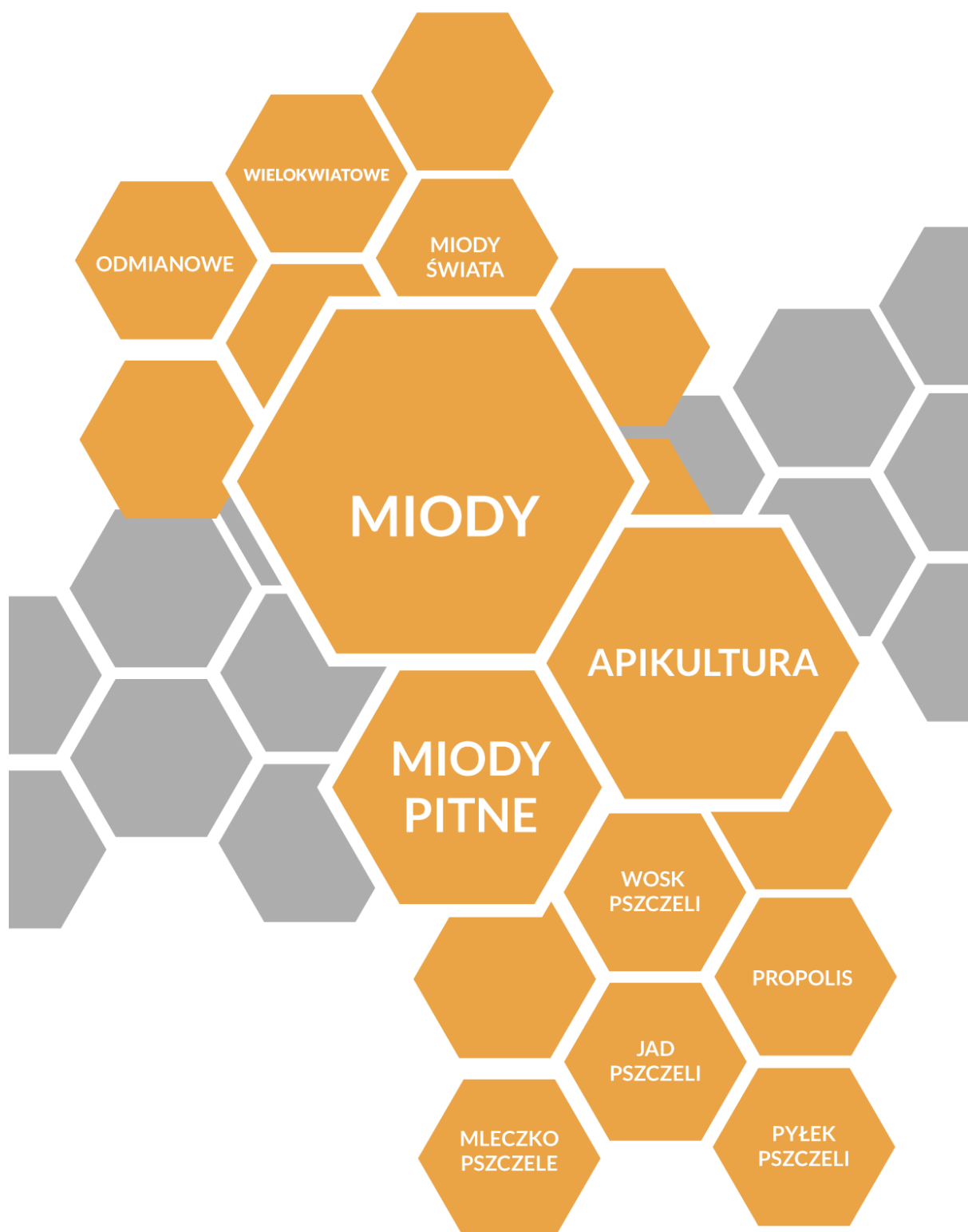
M FOOD w ramach rozwoju segmentu sprzedaży detalicznej planuje akwizycję zagranicznej firmy, zajmującej się przygotowywaniem i dystrybucją produktu finalnego do sieci detalicznych. Dzięki temu, że nabyta spółka będzie działać poza rynkami, gdzie M FOOD dostarcza surowiec na rynku hurtowym, zminimalizowane zostanie ryzyko konfliktu interesów zarówno między poszczególnymi spółkami z Grupy, jak również między M FOOD a odbiorcami..

Grupa będzie realizować przejęcia branżowe mieszczące się w ramach rozwoju sprzedaży detalicznej pod warunkiem uzyskania łącznych efektów rentowności, wraz z efektami synergii na docelowym poziomie nie mniejszym niż 15% pa.

Po osiągnięciu pozycji znaczącego gracza globalnego inwestycje będą mogły być realizowane przy niższych wskaźnikach rentowności.

Badania laboratoryjne oraz R&D

Grupa M FOOD niezmiennie przeznaczać będzie do 1% przychodów ze sprzedaży na prace laboratoryjne. Dzięki temu możliwa jest stała kontrola jakości surowca przeznaczonego do obrotu. Grupa planuje dalszą rozbudowę własnego laboratorium, nie rezygnując przy tym ze współpracy z zewnętrznymi podmiotami badawczymi, co umożliwia Spółce korzystanie z nowoczesnych i precyzyjnych metod badania produktów pszczelich oraz zapewnia dostęp do najnowszych informacji branżowych w zakresie metod badania miodu i produktów pszczelich. Wraz z rozwojem segmentu sprzedaży detalicznej, Grupa nie wyklucza zwiększenia nakładów na prace własnego laboratorium w obszarze wykorzystywania właściwości produktów apikultury w nowych formułach.



STRATEGIA FINANSOWA

Podstawowym celem Grupy Kapitałowej M FOOD S.A. jest generowanie rosnącej dynamiki przychodów i zysków. Grupa przyjęła szczegółowe cele finansowe do osiągnięcia w 2021 roku, wyrażające się wzrostem głównych wskaźników operacyjnych i finansowych (skonsolidowanych) do modelu zarządzania wartością przedsiębiorstwa:

- ROE (bez pozycji „wartość firmy”) > 12%
- Marża EBITDA > 7,5%.

Prognozę sprzedaży oraz marż z podziałem na segmenty produktowe przedstawia poniższa tabela.

	jednostka	2017	2018	2019	2020	2021
Sprzedaż wg wagi	tony	14 400	17 560	19 150	20 250	21 110
marża EBIT	%	5,9%	6,3%	6,8%	7,3%	7,7%
miód konwencjonalny		5,2%	5,4%	5,5%	5,5%	5,5%
hurt		5,0%	4,9%	4,9%	4,8%	4,8%
detal		15,0%	15,0%	15,0%	15,0%	15,0%
miód BIO		10,1%	10,2%	10,9%	11,6%	13,0%
hurt		10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%
detal		25,0%	25,0%	25,0%	25,0%	25,0%
inne produkty		15,8%	16,4%	17,5%	18,2%	18,0%
hurt		15,0%	15,0%	15,0%	15,0%	15,0%
detal		30,0%	30,0%	30,0%	30,0%	30,0%

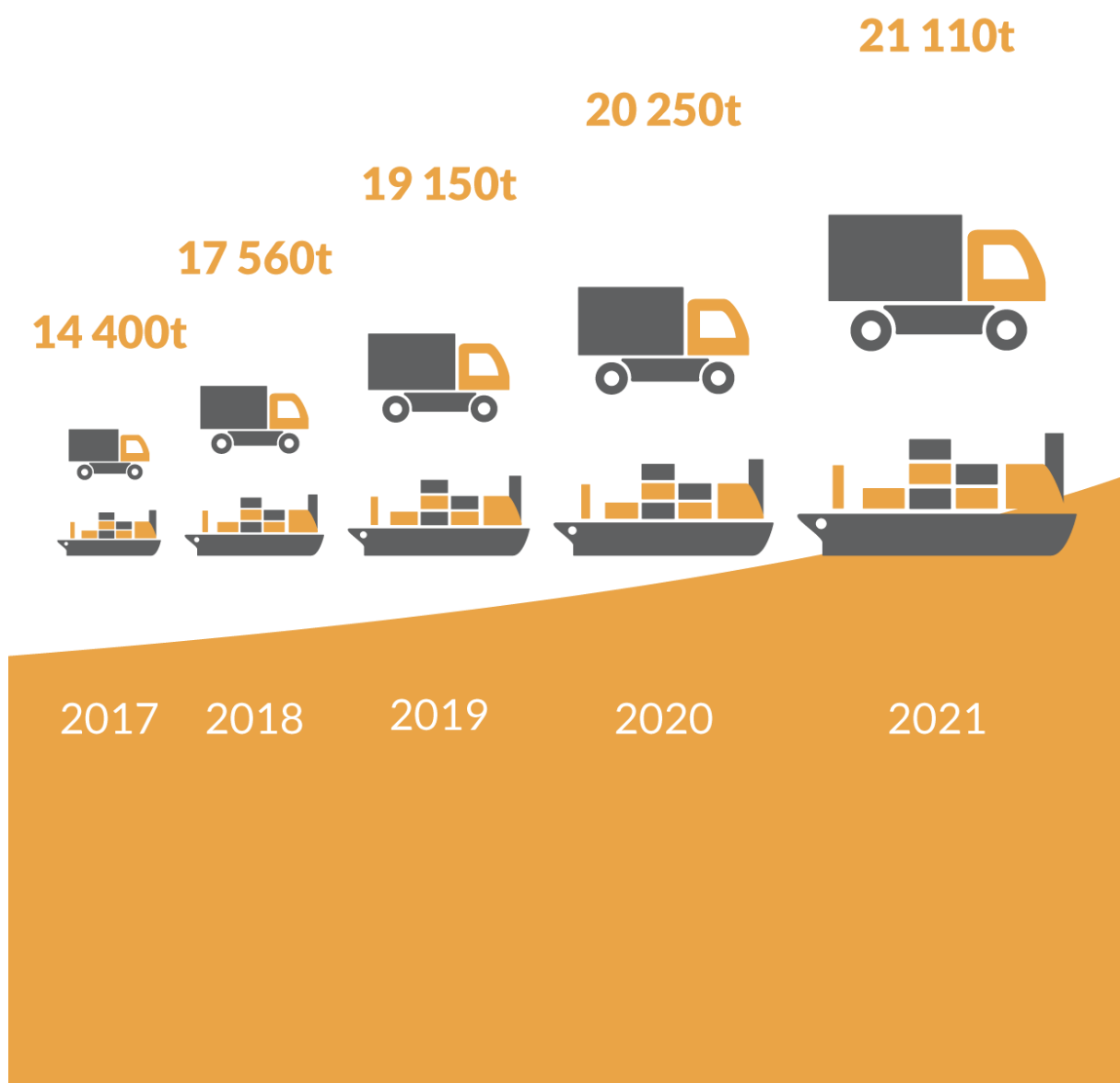
Grupa M FOOD planuje korzystać ze zdywersyfikowanych źródeł finansowania rozwoju, wliczając w to finansowanie dłużne (kredyty bankowe, obligacje korporacyjne, leasing, faktoring), zagregowane zyski, jak i emisje akcji.

Poziom finansowania Grupy dostosowany jest stale do założeń i celów rozwojowych Grupy, zapewniając jednocześnie bezpieczeństwo płynności i wypłacalności wszystkich spółek należących do Grupy.

Grupa M FOOD planuje spełnienie poniższych poziomów wskaźników finansowych:

- wskaźnik zadłużenia finansowego netto w stosunku do zysków EBITDA obliczany jako dług finansowy netto / EBITDA (za okres ostatnich czterech kwartałów) – na poziomie poniżej 3,5,
- wskaźnik pokrycia aktywów kapitałami własnymi obliczany jako stosunek kapitałów własnych / suma aktywów – na poziomie nie niższym niż 0,5.

WIELKOŚĆ SPRZEDAŻY GRUPY MFOOD (wg wagi)

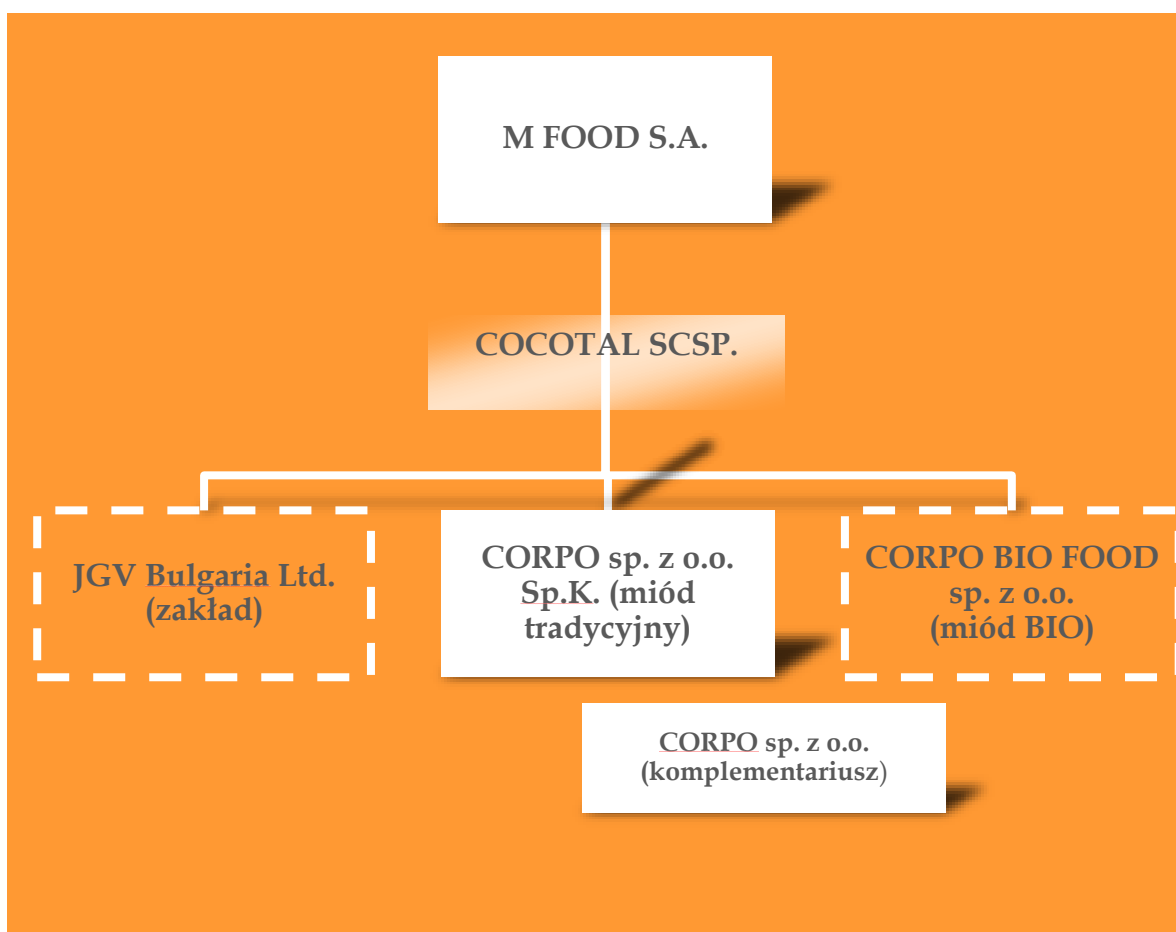


Polityka dywidendowa

Docelowym założeniem polityki Grupy w zakresie wypłaty dywidendy jest realizowanie wypłat akcjonariuszom. Z uwagi na przyjętą strategię i wynikające z niej działania rozwojowe Grupy, w okresie najbliższych trzech lat zarząd będzie rekomendował Walnemu Zgromadzeniu podejmowanie uchwał w sprawie zatrzymania zysku w Grupie. W szczególności środki te będą przeznaczane na akwizycje i inwestycje o wysokich wskaźnikach IRR/yield. Decyzje w tej sprawie będą podejmowane każdorazowo z uwzględnieniem skutków finansowych dla całej Grupy (przyszłych zysków, zapotrzebowania na środki pieniężne, sytuacji finansowej), ale również biorąc pod uwagę perspektywy dalszego rozwoju Grupy, planów ekspansji oraz wymogów prawa. Modelowo, po finalizacji założonej strategii, zakłada się wnioskowanie o wypłatę w ramach dywidendy 20-40% z zysku netto.

Struktura Grupy Kapitałowej

Grupa Kapitałowa M FOOD konsekwentnie dąży do uproszczenia struktury, czyniąc ją bardziej transparentną. Na przestrzeni ostatnich miesięcy i lat wypracowano schemat, który przedstawia się następująco:



Legenda:

- - - przerywaną linią oznaczono podmioty, które zostaną włączone w strukturę Grupy Kapitałowej w ramach realizowanej strategii rozwoju modelu biznesu

Cień – w ten sposób oznaczono spółkę, której działalność w najbliższym czasie zostanie wygaszona.

W kolejnych okresach rozwój struktury Grupy Kapitałowej będzie polegał na włączaniu spółek bezpośrednio zarządzanych przez spółkę M FOOD S.A., prowadzących wydzieloną działalność operacyjną zgodną z celami wyznaczonymi w ramach niniejszej strategii.

Ład korporacyjny

Grupa pragnie realizować politykę komunikacji Grupy z rynkiem z zapewnieniem pełnej transparentności dla Interesariuszy. Grupa planuje kontynuację uczestnictwa w programach zapewniających równe prawa akcjonariuszy, w szczególności akcjonariuszy mniejszościowych, poprzez wypracowanie najlepszych rozwiązań z zakresu relacji inwestorskich.

Łódź, dn. 18.05.2017r.

.....
/Jerzy Gądek - Prezes Zarządu/

Niniejsza prezentacja została przygotowana przez M FOOD S.A. („M FOOD S.A.” lub „Spółka”). Ani niniejsza Prezentacja, ani jakakolwiek kopia niniejszej Prezentacji nie może być powielona, rozpowszechniona ani przekazana, bezpośrednio lub pośrednio, jakiejkolwiek osobie w jakimkolwiek celu bez wiedzy i zgody M FOOD S.A.. Powielanie, rozpowszechnianie i przekazywanie niniejszej Prezentacji w innych jurysdykcjach może podlegać ograniczeniom prawnym, a osoby do których może ona dotrzeć, powinny zapoznać się z wszelkimi tego rodzaju ograniczeniami oraz stosować się do nich. Nieprzestrzeganie tych ograniczeń może stanowić naruszenie obowiązującego prawa.

Dane dotyczące lat historycznych i przyszłych są szacunkami, bazującymi na wykonaniu częściowych okresów na dzień Prezentacji, i mogą ulec zmianie. Informacje i dane liczbowe dotyczące przyszłych okresów zostały oszacowane na bazie przyjętych założeń i mogą się różnić od wartości, które zostaną opublikowane w przyszłych sprawozdaniach finansowych M FOOD S.A. S.A. Niniejsza Prezentacja nie zawiera kompletnej ani całościowej analizy finansowej lub handlowej M FOOD S.A. ani Grupy Kapitałowej M FOOD S.A., jak również nie przedstawia jej pozycji i perspektyw w kompletny ani całościowy sposób. M FOOD S.A. przygotowała Prezentację z należytą starannością, jednak może ona zawierać pewne nieścisłości lub uproszczenia. Dlatego zaleca się, aby każda osoba zamierzająca podjąć decyzję inwestycyjną odnośnie jakichkolwiek papierów wartościowych wyemitowanych przez M FOOD S.A. opierała się na informacjach ujawnionych w oficjalnych komunikatach M FOOD S.A. zgodnie z przepisami prawa obowiązującymi M FOOD S.A. Niniejsza Prezentacja może zawierać stwierdzenia dotyczące przyszłości. Jednakże, takie prognozy nie mogą być odbierane jako zapewnienie czy projekcje co do oczekiwanych przyszłych wyników M FOOD S.A. lub spółek grupy M FOOD S.A. Prezentacja nie może być rozumiana jako prognoza przyszłych wyników M FOOD S.A. i Grupy Kapitałowej M FOOD S.A. Należy zauważyć, że tego rodzaju stwierdzenia, w tym stwierdzenia dotyczące oczekiwań co do przyszłych wyników finansowych, nie stanowią gwarancji czy zapewnienia, że takie zostaną osiągnięte w przyszłości. Prognozy Zarządu są oparte na bieżących oczekiwaniach lub poglądach członków Zarządu Spółki i są zależne od szeregu czynników, które mogą powodować, że faktyczne wyniki osiągnięte przez M FOOD S.A. będą w sposób istotny różnić się od wyników opisanych w tym dokumencie. Wiele spośród tych czynników pozostaje poza wiedzą, świadomością i/lub kontrolą Spółki czy możliwością ich przewidzenia przez Spółkę. W odniesieniu do wyczerpującego charakteru lub rzetelności informacji przedstawionych w niniejszej Prezentacji nie mogą być udzielone żadne zapewnienia ani oświadczenia. Ani M FOOD S.A., ani jej dyrektorzy, członkowie kierownictwa, doradcy lub przedstawiciele takich osób nie ponoszą żadnej odpowiedzialności z jakiegokolwiek powodu wynikającego z dowolnego wykorzystania niniejszej Prezentacji. Ponadto, żadne informacje zawarte w niniejszej Prezentacji nie stanowią zobowiązania ani oświadczenia ze strony M FOOD S.A., jej kierownictwa czy dyrektorów, Akcjonariuszy, podmiotów zależnych, doradców lub przedstawicieli takich osób. Niniejsza Prezentacja została sporządzona wyłącznie w celach informacyjnych i nie stanowi oferty kupna bądź sprzedaży ani oferty mającej na celu pozyskanie oferty kupna lub sprzedaży jakichkolwiek papierów wartościowych bądź instrumentów lub uczestnictwa w jakimkolwiek przedsięwzięciu handlowym. Niniejsza Prezentacja nie stanowi oferty ani zaproszenia do dokonania zakupu bądź zapisu na jakiejkolwiek papiery wartościowe w dowolnej jurysdykcji i żadne postanowienia w niej zawarte nie będą stanowić podstawy żadnej umowy, zobowiązania lub decyzji inwestycyjnej, ani też nie należy na niej polegać w związku z jakąkolwiek umową, zobowiązaniem lub decyzją inwestycyjną.