



# H1 2020 Coffeedesk

Raport





Łukasz Wichłacz

CEO Coffeedesk

”



Rok 2020 zaskoczył nas wszystkich, wyrzucił do góry nogami gospodarkę i nieodwracalnie zmienił rzeczywistość, jaką znaliśmy. Wymusił rewizję dotychczasowych schematów myślenia i konieczność szybkiej adaptacji do zmieniających się nieustannie warunków. COVID-19 zatrzymał nas w domach, zmienił nasz tryb pracy, ograniczył bezpośrednie relacje, które zawsze były fundamentem działania naszej organizacji. Przez kilka miesięcy rozpoczynaliśmy każdy dzień od kryzysowych spotkań online, podczas których nie tylko na bieżąco aktualizowaliśmy plany działania, ale także dzieliliśmy się trudnymi emocjami, troską o utrzymanie miejsc pracy i swoimi spostrzeżeniami dotyczącymi niestabilnej przyszłości.

Od początku powstania Coffeedesk działaliśmy zgodnie ze swoją intuicją, a ten ciężki czas pokazał, że był to dobry kierunek. Dywersyfikacja działań i kanałów sprzedaży, która bywała niejednokrotnie uznawana za rozpraszającą dla biznesu, okazała się naszą mocną stroną. Dzięki wielu obszarom naszej działalności udało nam się osiągnąć w H1 2020 wyniki nie tylko zadowalające, ale wręcz przekraczające nasze plany. Zamknięcie sektora HoReCa w czasie lockdownu zrekompensowaliśmy zintensyfikowaną sprzedażą do innych e-commerce'ów, jednocześnie też znacząco zwiększyliśmy sprzedaż we własnym e-commerce, dostarczając energię i radość do jeszcze większej liczby osób. Pracowników naszych kawiarni oddelegowaliśmy na pewien czas do pracy przy rosnących w ogromnym tempie zamówieniach online. Zintensyfikowaliśmy akcje komercyjne, trafiliśmy do mnóstwa nowych Klientów, którzy odcięci od miejsc pracy i ulubionych kawiarni rozpoczęli przygodę z kawą w swoich domach, a my poprzez edukacyjne filmy i artykuły staliśmy się ich przewodnikami w tej podróży.

Kiedy przyszedł, zaplanowany długo przed pandemią, czas emisji akcji, mimo ostrzeżeń nie przełożyliśmy kampanii na czas bezpieczniejszy pod względem inwestycji. Wspólnie z Wami zadziwiliśmy rynek tym, że udało nam się zakończyć zbiórkę przed czasem. H1 zamknęliśmy natomiast wzrostem przychodów o 41 proc., do ponad 33,2 mln zł.

2020 zapamiętamy jako rok trudny, pełen strachu i niepewności, ale także jako wspinały czas, w którym wzbogaciliśmy się o 523 Akcjonariuszy - osób, które obdarzyły nas zaufaniem i dzielą naszą pasję.

To fenomenalne doświadczenie - coś, co jeszcze bardziej motywuje nas do osiągnięcia celów!

Dziękujemy, że w nas uwierzyliście, dziękujemy, że jesteście częścią naszej podróży. Wierzę, że przed nami jeszcze długa droga.

Witam na pokładzie!

Łukasz

# Kluczowe dane



**541** inwestycji  
podczas emisji akcji

523 nowych akcjonariuszy,  
2 mln nowego kapitału



**Wzrost przychodów o  
41%** rok do roku

Przychody ze sprzedaży w H1 2020 w  
Coffeedesk wyniosły ponad 9 690 500 zł,  
czyli o 41% więcej niż w H1 2019



**EBITDA w H1 2020  
to ponad 1,6 mln**

Wzrost rentowności w stosunku do  
H1 2019 o ponad 1 925 220 zł



**Wzrost sprzedaży  
w kawiarniach o 17%**

Czerwiec w kawiarniach Coffeedesk  
z lepszym wynikiem w stosunku  
do VI 2019



**66,90%** wzrostu  
zysku ze sprzedaży

Zysk brutto z H1 2020  
w porównaniu do zysku brutto  
w H1 2019



**Wzrost liczby  
zamówień o 41,4%**

Ponad 70 tys. zrealizowanych  
zamówień w H1 2020

# Wyniki finansowe H1 2020





# Finanse w H1 2020

Wzrost sprzedaży przez internet spowodowany lockdownem przełożył się na **wzrost obrotów zarówno w sprzedaży B2C, jak i w sprzedaży B2B** do e-commerce w Polsce i Europie. Tym samym, wpływ wahań w poziomach kursów walut został zminimalizowany poprzez zwiększoną sprzedaż eksportową i sprzedaż w walucie Euro.

Odnotowane wzrosty pozwoliły na zrekompensowanie jednoczesnej utraty obrotów w Showroomach, które pozostawały zamknięte przez część tego okresu oraz spadek sprzedaży do segmentu HoReCa.

Optymalizacja i wprowadzenie zmian w strukturze wydatków w ostatnich 12 miesiącach przyczyniły się także do znacznego **wzrostu rentowności** mimo prowadzonych stale inwestycji.

	Q2 2019	Q2 2020	różnica r/r	% r/r
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	<b>12 461 318,74</b>	<b>18 260 215,08</b>	<b>5 798 896,34</b>	<b>46,54%</b>
- B2C	3 532 525,86	6 520 215,40	2 987 689,54	<b>84,58%</b>
- B2B	8 148 608,87	11 210 483,69	3 061 874,82	<b>37,58%</b>
- Showroomy	780 184,01	529 515,99	-250 668,02	<b>-32,13%</b>
Zysk brutto ze sprzedaży	3 855 628,25	5 819 522,40	1 963 894,15	<b>50,94%</b>
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu oraz saldo pozostałych przychodów i kosztów operacyjnych	4 071 348,86	4 749 097,12	677 748,26	<b>16,65%</b>
Zysk na działalności operacyjnej	-215 720,61	1 070 425,28	1 286 145,89	
<b>EBITDA</b>	<b>-119 991,41</b>	<b>1 312 197,43</b>	<b>1 432 188,84</b>	

# Finanse w H1 2020

Znaczna optymalizacja kosztów i restrukturyzacja wydatków spowodowały ukształtowanie się wskaźnika EBITDA na **poziomie 4,21% w pierwszej połowie roku.**

Na większą rentowność pozytywny wpływ miały również takie czynniki jak przejście w tryb pracy zdalnej i redukcja kosztów wynikających z wyjazdów służbowych.

Postanowiliśmy zachować część tych dobrych praktyk również po zakończeniu obostrzeń związanych z COVID-19.

	H1 2019	H1 2020	różnica r/r	% r/r
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	<b>23 557 248,93</b>	<b>33 247 811,24</b>	<b>9 690 562,31</b>	<b>41,14%</b>
- B2C	6 951 466,22	11 499 975,87	4 548 509,65	<b>65,43%</b>
- B2B	15 166 078,53	20 467 241,49	5 301 162,96	<b>34,95%</b>
- Showroomy	1 439 704,18	1 280 593,88	-159 110,30	<b>-11,05%</b>
Zysk brutto ze sprzedaży	7 450 590,42	12 434 761,36	4 984 170,94	<b>66,90%</b>
Koszty sprzedaży i ogólnego zarządu oraz saldo pozostałych przychodów i kosztów operacyjnych	7 898 176,49	11 155 776,11	3 257 599,62	<b>41,24%</b>
Zysk na działalności operacyjnej	-447 586,07	1 278 985,25	1 726 571,32	
<b>EBITDA</b>	<b>-260 361,16</b>	<b>1 664 863,37</b>	<b>1 925 224,53</b>	

# Finanse w H1 2020

Zdecydowanie poprawiliśmy także wskaźniki rotacji magazynowej. Jest to wynikiem m.in. skupienia na brandach strategicznych, selektywnych delistingów, a także zmian w strategii asortymentowej.

Jednocześnie zoptymalizowaliśmy powierzchnię magazynową. Z sukcesem wprowadziliśmy nowe kategorie produktów naturalnych, napojów roślinnych i poszerzyliśmy portfolio herbat.

Zmniejszyliśmy także poziom zadłużenia krótkoterminowego pozyskiwanego z banków bez znaczącego wpływu na płynność finansową, która była bardzo dobra w trakcie całego półrocza. Wykorzystaliśmy możliwości prolongat terminów płatności należności z tytułu podatków, które pojawiły się w związku z pandemią.

Bilans	H1 2019	H1 2020	różnica r/r	% r/r
<b>Aktywa</b>				
- Zapasy	8 427 448,58	8 907 057,78	479 609,20	<b>5,69%</b>
- Należności krótkoterminowe	2 271 957,79	2 948 133,58	676 175,79	<b>29,76%</b>
<b>Pasywa</b>				
- Zobowiązania z tytułu kredytów i obligacji	9 535 422,65	9 332 344,04	-203 078,61	<b>-2,13%</b>
-- Długoterminowe	192 475,00	52 070,00	-140 405,00	<b>-72,95%</b>
-- Krótkoterminowe	9 342 947,65	9 280 274,04	-62 673,61	<b>-0,67%</b>
- Zobowiązania wobec dostawców	2 970 779,34	1 951 674,89	-1 019 104,45	<b>-34,30%</b>



# Emisja akcji i realizacja projektów inwestycyjnych





# Emisja akcji

Na przełomie maja i czerwca przeprowadziliśmy ofertę w ramach equity crowdfunding, z sukcesem plasując całą emisję nowych akcji w All Good S.A. Pozyskany w ten sposób kapitał to ponad 2 mln złotych, przy stosunkowo niskich kosztach emisji oraz **523 nowych akcjonariuszy przy 541 inwestycjach.**

Wielu inwestorów to nasi Klienci, dostawcy oraz pracownicy. **Najwyższa pojedyncza inwestycja wyniosła ponad 100.000 złotych.**

Pozyskany kapitał pomoże nam utrzymać dotychczasowe tempo rozwoju i pokryje część kosztów realizacji naszej strategii, w tym: wdrożenie nowej platformy e-commerce B2C oraz wejście na nowe rynki zagraniczne, wprowadzenie modelu subskrypcji kawowej, otwarcie trzeciego Showroomu Coffeedesk (wraz z konceptem szkoleniowym) i rozwój platformy B2B. Już w H1 2020 rozpoczęliśmy prace nad realizacją w/w celów.

# Realizacja planów

## **Wdrożenie platformy e-commerce B2C i wejście na nowe rynki zagraniczne:**

- opracowaliśmy makiety UX modułów platformy eCommerce i koncepcję UI,
- opracowaliśmy projekt rozbudowanego panelu użytkownika i oceny kawy.

## **Otwarcie trzeciego Showroomu Coffeedesk:**

- przygotowaliśmy projekty Showroomu oraz sali szkoleniowej,
- pozyskaliśmy niezbędne zezwolenia do rozpoczęcia prac budowlanych.

## **Subskrypcja kawy:**

- przeprowadziliśmy cupping i wybór ziaren,
- wybraliśmy profile smakowe kaw, które będą dostępne w subskrypcji,
- rozpoczęliśmy pracę nad opakowaniami kaw.





# Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy



### **Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy**

Podczas Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy zaakceptowaliśmy roczne sprawozdanie przygotowane przez biegłego rewidenta i dokonaliśmy podziału zysków z działalności. Wszystkie informacje i szczegóły dotyczące podjętych uchwał znajdują się na stronie poświęconej **Relacjom Inwestorskim**.

### **Zmiany w Radzie Nadzorczej**

Podczas Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy powołaliśmy także nowego członka Rady Nadzorczej, Krzysztofa Lisa. Krzysztof Lis specjalizuje się doradztwie strategicznym, rozwoju i skalowaniu biznesu dla zarządów i właścicieli firm, jest również executive coachem i mentorem. Przez ponad 20 lat kariery zawodowej pełnił funkcje menedżerskie wyższego szczebla w Polsce i Europie m.in. jako Head of Sales Europe w Toshiba Europe GmbH, a także w innych rolach w takich firmach jak Grant Thornton, Allied Irish Bank czy Ernst & Young, zarządzając organizacjami, realizując projekty i programy corporate in-house start-up, new business development, corporate restructuring.

Powołanie Krzysztofa Lisa jest pierwszym krokiem do profesjonalizacji Rady Nadzorczej.

W pierwszych tygodniach września w miejsce obecnych członków Rady Nadzorczej, tj. Pauliny Gardzielik, Pawła Sławackiego i Patryka Łukaszewskiego powołani zostaną: Filip Fiedorow, Piotr Rybiński i Piotr Rudzki.

# Magazyn i logistyka

### **Powiększenie magazynu**

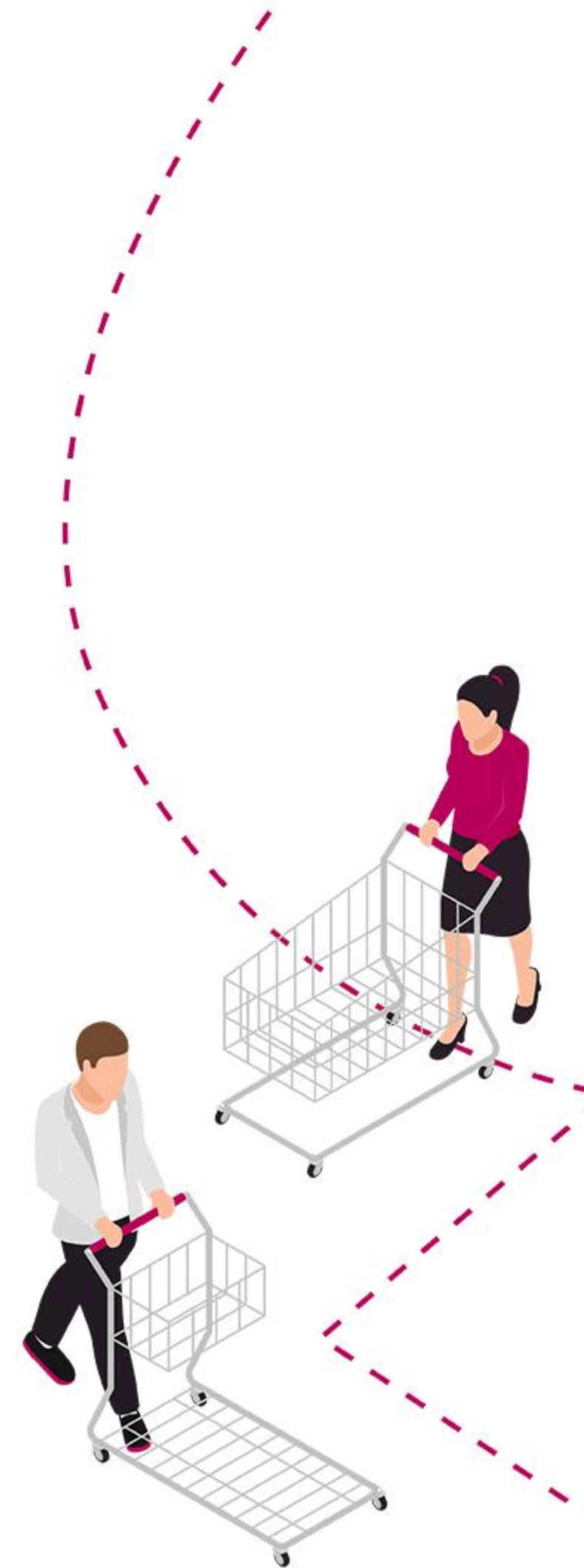
H1 2020 to także przeniesienie i powiększenie powierzchni magazynu buforowego celem optymalizacji czasu obsługi zamówień oraz usprawnienia łańcucha dostaw.

### **Zmiana kuriera**

Rozpoczęliśmy także proces zmiany obsługującej nasze zamówienia firmy kurierskiej, co pozwoli nam na optymalizację pod względem kosztowym oraz poprawi jakość obsługi naszych Klientów.

Zgodnie z zaplanowanym, dwuetapowym procesem zmiany operatora przesyłek od lipca dostawy zamówień dla naszych Klientów realizuje DHL.

Zmiany w obsłudze przesyłek zwrotnych, reklamacji oraz paczek zbiorczych kawiarni zostaną wdrożone w drugiej połowie roku.



# Wyniki Działów Sprzedaży



# B2C

- ponad **70 tysięcy zamówień** w H1 2020,
- wzrost liczby nowych Klientów w H1 2020 o **68,5%** w stosunku do H1 2019,
- wzrost wartości średniego koszyka o **17,8%**,
- wzrost konwersji w czerwcu o **6,2%**,
- wzbogacenie oferty o ponad **50 SKU** napojów roślinnych,
- **36 tys. zł** przekazaliśmy szpitalom na pomoc w walce z koronawirusem.

W pierwszym półroczu 2020 r. odnotowaliśmy wzrost liczby zamówień o **41,4%** w stosunku do roku ubiegłego. Pandemia przyczyniła się do zmiany procesu zakupowego, dzięki czemu pozyskaliśmy nowych Klientów. Aż o **65% (do kwoty 11,5 mln zł)** r/r zwiększyliśmy sprzedaż kawy, herbat i sprzętu za pośrednictwem naszego e-commerce.

Odnotowaliśmy także dużo większe zainteresowanie produktami do zaparzania kawy w domu. Z doskonałym przyjęciem spotkały się też inne nowości w ofercie, m.in. napoje roślinne i nowe herbaty, poszerzyliśmy także portfolio o produkty pierwszej potrzeby w czasie pandemii (kategorie: EKO dom i BIO żywność).

Zakończyliśmy również program Coffee Profit. Nasi Klienci łącznie zebrali 130 599 099 punktów, największa jednorazowo przyznana ilość punktów to 62 080. Od 1 sierpnia do 30 września Klienci mogą wymienić swoje Coffeepointy na nagrody.





# B2B

- ponad **74% wzrostu** rok do roku na portfolio produktów strategicznych,
- wzrost sprzedaży do innych e-commerce'ów o **109,52%**,
- pełne wdrożenie zarządzania opartego na markach strategicznych,
- sprzedaż wybranych produktów kluczowych marek (Hario, Aeropress, Baratza, Fellow) wzrosła nawet o **180%** w stosunku do 2019 roku.

W pierwszym półroczu 2020 r. odnotowaliśmy szczególnie dynamiczny wzrost sprzedaży w kilku krajach, m.in. w Danii czy Finlandii, przy jednoczesnym umocnieniu naszej pozycji na rynku czeskim - jednym z pierwszych rynków, na który weszliśmy. Skutkiem konsekwentnej pracy zespołu handlowego i podpisania **nowych umów dystrybucyjnych** osiągnęliśmy **64%** wzrostu na rynku czeskim.

Wchodzimy także na nowe rynki, z których szczególne oczekiwania mamy co do **rynku chińskiego i ZEA**.



# Kawiarnie



# Przychody

Suma przychodu netto dla obu kawiarni łącznie po ich otwarciu:

**Maj:**

**191 761 zł**

Chociaż kawiarnie nie były jeszcze w pełni czynne w maju, to udało nam się osiągnąć 81% przychodu w porównaniu do wyniku z maja ubiegłego roku.

**Czerwiec:**

**325 505 zł**

Mimo pandemii czerwcowy wynik **przewyższył przychód z ubiegłego roku o 17%**.





# Kawiarnie w Warszawie i w Kołobrzegu

Podczas lockdownu Bajkowe, nasza kawiarnia w Kołobrzegu, była zamknięta przez **60 dni**, natomiast warszawska Wilcza - przez **40 dni**.

Kawiarnię w Warszawie otworzyliśmy z końcem kwietnia, zaś Bajkowe 18 maja.

**Czas zamknięcia wykorzystaliśmy maksymalnie efektywnie** - wykonaliśmy remont kawiarni na Wilczej, który był pierwotnie planowany na jesień 2020 r. oraz przeszkoliliśmy naszych pracowników.

W czasie lockdownu udało nam się utrzymać zatrudnienie na takim samym poziomie jak przed pandemią, tj. 21 osób w dwóch lokalizacjach.

Pracownicy kawiarni zostali oddelegowani do zadań w innych działach firmy, co pozwoliło nam na zachowanie ich stanowisk pracy.

**W czerwcu zatrudniliśmy dodatkowo 4 osoby.**

W związku z pandemią zmagaliśmy się z mniejszą liczbą gości kawiarni, co udało nam się skutecznie zrekompensować wzmożoną pracą na średnim rachunku, który w początkowym okresie po otwarciu wzrósł o **ponad 50%**.

Nasz sukces zawdzięczamy także sprzedaży produktów z półki - sprzedaż napojów i jedzenia dopiero w ostatnich tygodniach czerwca wróciła do poziomu sprzed pandemii.



**Dziękujemy**

