



Prezentacja wynikowa ACTION S.A.

za I poł. 2024 r.



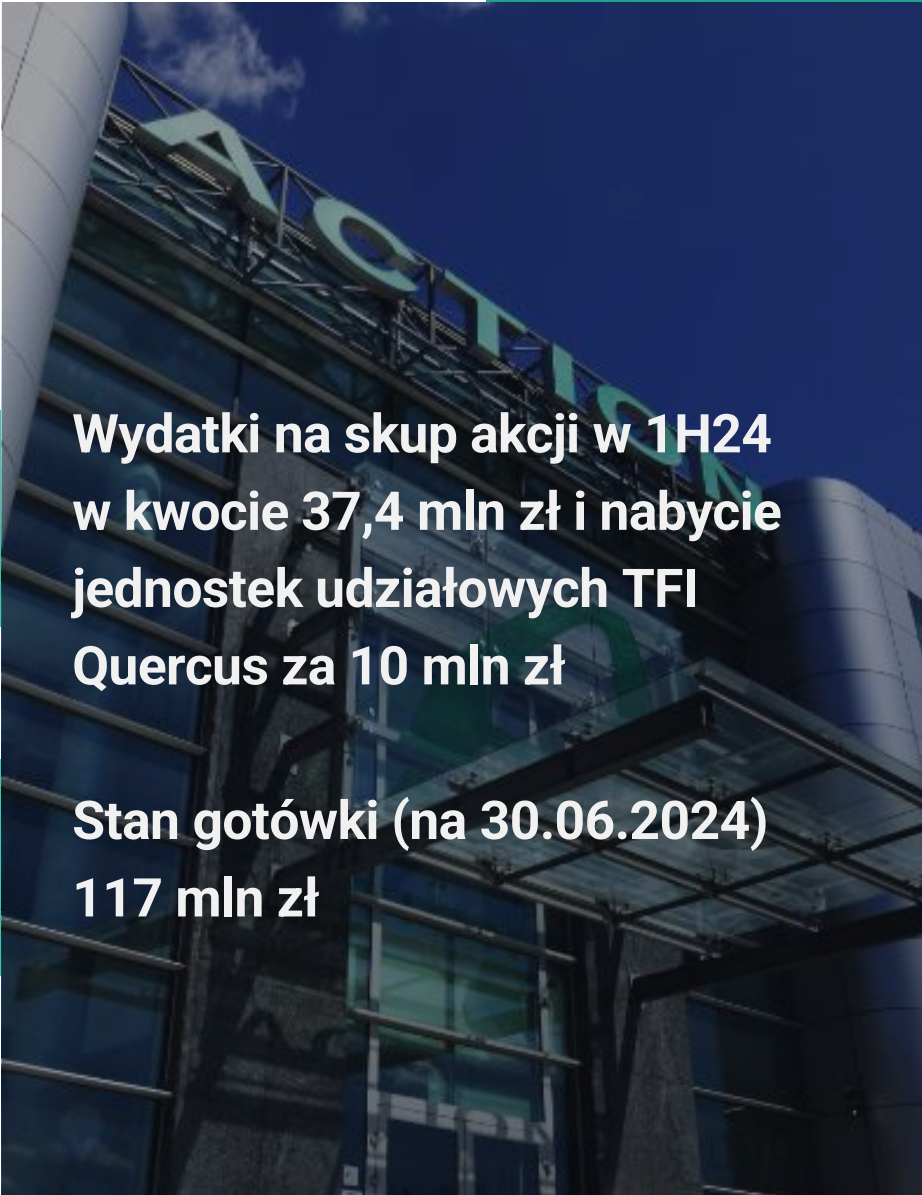
Model biznesowy

- Przekształcamy dwa tradycyjne rynki handlowe: hurtowy (B2B) i detaliczny (B2C) w profesjonalny i wydajny handel w Internecie.
- Sprzedajemy produkty z różnych branż.
- Rozwijamy własne projekty e-commerce bezpośrednio i na platformach marketplace.



Mocne fundamenty

- **Brak koncentracji dostawców i odbiorców.**
- **Niezależność finansowa w oparciu o kapitał własny.**
- **Unikalny w branży handlowej bufor gotówki.**
- **Brak wykorzystania kredytów bankowych.**



Wydatki na skup akcji w 1H24 w kwocie 37,4 mln zł i nabycie jednostek udziałowych TFI Quercus za 10 mln zł

Stan gotówki (na 30.06.2024)
117 mln zł

Wybrane dane finansowe 1H2023/1H2024

tys. zł	H12023	H12024	zmiana	zmiana %
Przychody	1 146 273	1 145 900	-373	-0,03%
Marża %	8,86%	8,82%	-0,04 p.p.	n/a
EBITDA	21 999	28 096	6 097	27,71%
Zysk netto	14 431	20 793	6 362	44,09%

Przepływy pieniężne 1H2023/1H2024

tys. zł	1H2023	1H2024
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	42 795	73 146
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-13 768	7 476
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	-21 301	-38 489
Przyrost gotówki w okresie	7 726	42 133

Cykl konwersji gotówki 1H2023/1H2024

w dniach	1H2023	1H2024
Cykl rotacji zapasów	43,22	44,87
Cykl rotacji należności	25,81	21,13
Cykl rotacji zobowiązań	20,42	29,77
Konwersja gotówki	48,62	36,23

Dobra sytuacja finansowa filarem działalności

wskaźnik	1H2023	1H2024	zmiana
Zobowiązania ogółem/kapitał własny	44,91%	54,58%	16,07 p.p.
Dług odsetkowy	1 000	1 677	667
Gotówka razem	63 628	117 594	53 966
Stan magazynu	249 458	257 568	8 110
Splata zobowiązań układowych	7 895	7 785	
Skup akcji własnych	20 811	37 407	

Czynniki wpływające na wynik

01 Ogólne:

- a. Nasylenie rynku elektroniki konsumenckiej
- b. Niepewność związana z konfliktami zbrojnymi i polityką sankcyjną
- c. Wysoki, skumulowany poziom inflacji
- d. Powyborcze wyhamowanie inwestycji
- e. Umocnienie się złotówki (eksport):
 - zmiana atrakcyjności cenowej
 - spadek obrotu

02 Organizacyjne:

- a. Inwestycje marketingowe w rozwój sprzedaży na projektach B2C
- b. Zmiana struktury sprzedaży, zwiększenie wagi i liczby wysyłek B2C w ogólnej sprzedaży Spółki
- c. Dalsze ograniczanie nisko rentownych transakcji hurtowych (B2B)
- d. Wzrost kosztów transportu i usług
- e. Wzrost kosztów pracy:
 - wzrost płacy minimalnej
 - zwiększona presja płacowa



Kanały sprzedaży w Polsce i zagranicą

01 Klienci B2B:

sieci handlowe, sklepy, resellerzy, integratorzy, e-commerce w Polsce i zagranicą, platformy e-commerce i marketplace, firmy, dystrybutorzy

Udział wartości sprzedaży – zagranica:

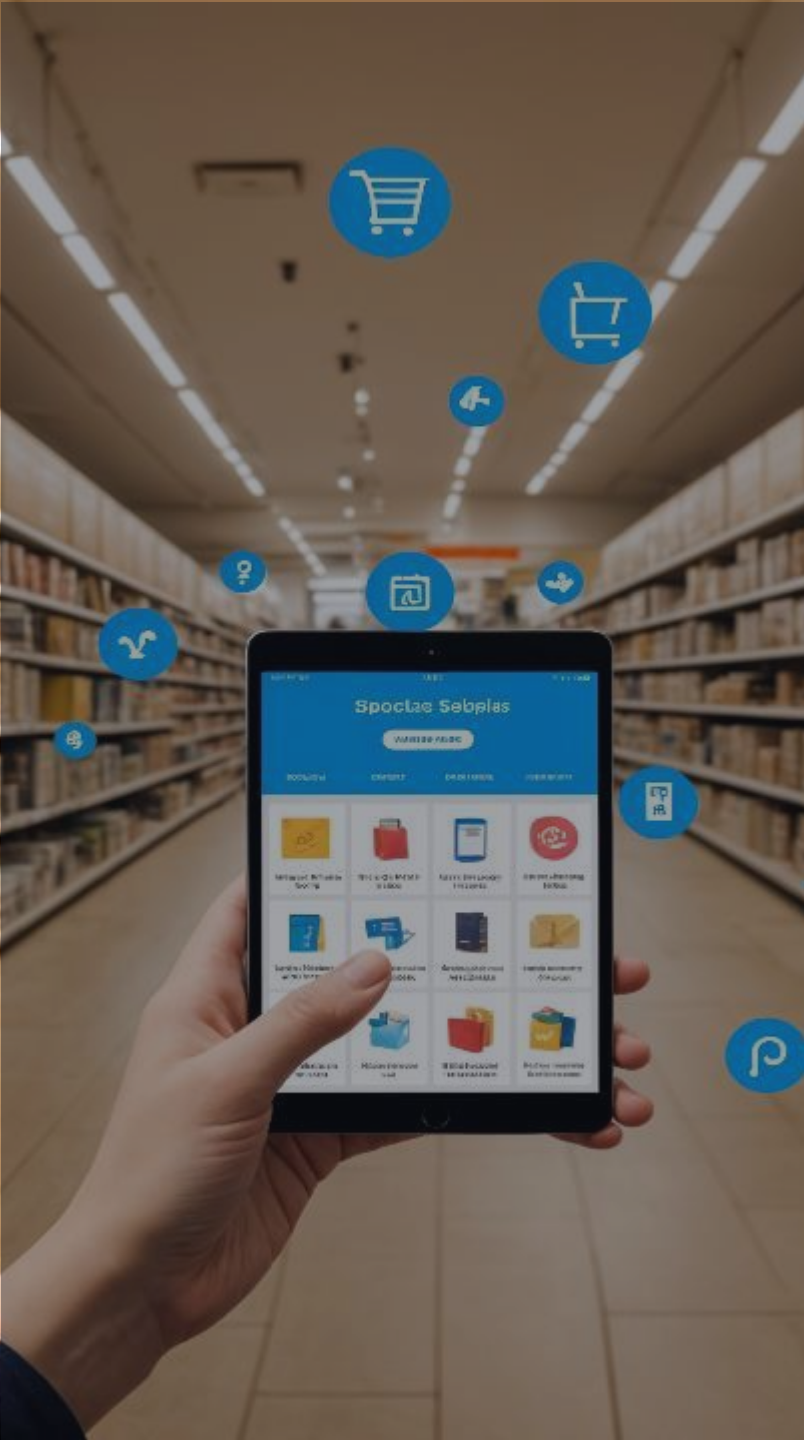
1H 2022 – 55,4%

1H 2023 – 52,4%

1H 2024 – 47,0%

02 Klienci B2C:

klienci indywidualni, konsumenci, odbiorcy naszych projektów B2C i marketplace



Transformacja firmy w okresie wyhamowanie gosp.

Koncentracja na procesie

- przygotowawczym pod nowy system ERP.
- Dostosowanie i optymalizacja struktury organizacyjnej firmy.
- Pogłębiona ocena kosztów i usług oferowanych przez zewnętrznych dostawców.



Nasz biznes B2C – platformy marketplace

Sprzedż detalicznj do klientw koŃcowych prowadzimy poprzez zewnętrzne platformy sprzedażowe, aplikacje mobilne i marketplace działające w Polsce i zagranicj tj.



01

empik.com

platforma e-commerce z szerokj ofertj

02

Allegro.pl

najwięzszy polski marketplace

03

Erli

platforma sprzedażowa z ekonomicznj ofertj

04

Allegro.cz

internetowa platforma handlowa w Czechach

Nasze projekty B2C – własne sklepy internetowe

sferis.pl

01

Sferis.pl od 2007

Multibranżowy sklep internetowy, w którym obok elektroniki użytkowej, sprzętu RTV/AGD można znaleźć produkty dla dzieci, urządzenia kosmetyczne i kosmetyki, artykuły medyczne i sportowe, a także motoryzacyjne oraz muzyczne i do majsterkowania.

04



1.Pl od 2023

Ekspert w obszarze notebooków gamingowych i biznesowych. Sklep oferuje kompleksowe wsparcie (live chat) i unikalne korzyści, np. dodatkowy miesiąc gwarancji, dłuższy czas na zwrot i krótszy czas rozpatrzenia reklamacji.

 **Krakvet.pl**

02

Krakvet.pl od 2022

Sklep internetowy z szerokim asortymentem zoologicznym znanych i sprawdzonych producentów artykułów dla psów, kotów, gryzoni, ptaków i rybek; eksperci z krakvet.pl prowadzą blog i forum dla zarejestrowanych klientów.

 **PomocDlaSeniora.pl**

05

pomocedlaseniora.pl od 2024

Specjalistyczny sklep z produktami ułatwiającymi codzienne życie seniorom, a także osobom z niepełnosprawnościami i ich opiekunom.

 **bron.pl**

03

Bron.pl od 2023

Jeden z największych w Polsce sklepów internetowych z bogatą ofertą broni i artykułów obronnych dostępnych bez zezwolenia, produktów strzeleckich oraz akcesoriów survivalowych międzynarodowych producentów.

Dynamika obrotów i liczby przesylek

tys. zł	1 H 2023	1 H 2024	zmiana
ACTION S.A.	1 140 130	1 132 894	-0,6%
E-commerce B2C	143 740	160 879	11,9%
tys. sztuk			
Liczba przesylek w e-commerce B2C	411 tys.	559 tys.	36%

Przyszłość: kierunki rozwoju biznesu



Biznes, bardziej niż jakiegokolwiek inne zajęcie, wymaga ciągłego zajmowania się przyszłością.

- 01** Poszukiwanie kolejnych segmentów rynku spoza branży IT do akwizycji e-commerce
- 02** Rozwój marek własnych w segmencie nowo nabytych kanałów
- 03** Rozwój sprzedaży e-commerce na rynkach zagranicznych
- 04** Poszukiwanie nowych dostawców i odbiorców do integracji systemowej – rozwój oferty



**Dziękujemy
za uwagę**

