Informacja prasowa, Warszawa, 22 września 2021 r.

**Coffeedesk ruszył z emisją akcji. Chce zebrać 4,4 mln zł**

**All Good SA, właściciel Coffeedesk - kawowego omnichannel z Kołobrzegu - rozpoczął drugą emisję akcji poprzez crowdfunding udziałowy. Spółka chce pozyskać 4,4 mln zł m.in.
na integrację narzędzi eCommerce, rozbudowę sieci showroomów i zakup asortymentu. W 2020 r. firma odnotowała wzrost o 44% r./r. i w pierwszej emisji crowdinvestingowej zdobyła 523 akcjonariuszy. W tym roku na rynek trafi 112 tys. akcji Coffeedesk - każda wyceniona na 37 zł.**

Coffeedesk, lider kawowego eCommerce w Polsce z rosnącą siecią showroomów, ma już
 10 lat i silne podstawy do dalszego, szybkiego wzrostu. W przypadku tej kawowej spółki dobrze sprawdziła się **dywersyfikacja kanałów sprzedaży**, a także biznesowa elastyczność w budowaniu portfela klientów B2B i B2C i sposobach dotarcia do nich poprzez eCommerce oraz sieć stacjonarnych showroomów.

**- *Klient przenika pomiędzy kanałami, nie ma dla niego różnicy, gdzie spotyka się z marką*** *- zawsze chce mieć dostęp do tych samych produktów, oczekuje, że raz podane dane i informacje
o preferencjach są dostępne w całym systemie oraz spodziewa się najwyższego poziomu obsługi*. *Omnichannel to dobry sposób na lojalizację, budowanie świadomości marki i dotarcie do nowych klientów* - mówi **Łukasz Wichłacz, CEO Coffeedesk**.

**Cele emisji: ponad połowa z 4,4 mln zł na rozwój omnichannel**

Od 22 września trwa **druga emisja akcji Coffeedesk w modelu crowdfundingu udziałowego**. Kampania jest promowana przez [Crowdway](https://www.crowdway.pl/). Ponad połowa z 4,4 mln zł, które Coffeedesk chce pozyskać od inwestorów społecznościowych, przeznaczona ma być na osiągnięcie tzw. “omnichannel excellence”, czyli **rozwój i integrację kanałów sprzedaży spółki**. Inwestycje będą realizowane zarówno w kanałach online (platformy B2B i B2C) oraz offline (showroomy).

****

*- Około* ***940 tys. zł*** *ma nam posłużyć na uzyskanie* ***pełnej spójności między kanałami sprzedaży****. Skupimy się na rozbudowie CRM, a także rozwoju* ***narzędzi do personalizacji i optymalizacji*** *ścieżek klientów na platformie eCommerce. Naszym celem jest wyjście naprzeciw oczekiwaniom konsumentów nastawionych na* ***spójne doświadczenie zakupowe*** *-* mówi Łukasz Wichłacz.

W 2020 r. firma rozpoczęła **prace nad wdrożeniem nowych platformy B2B i B2C**. Coffeedesk chce zintegrować wdrożoną już platformę B2B - bazującą na CRM Salesforce - z nowym narzędziem do sprzedaży B2C, nad którym ukończy pracę w 2022 r. Nowa platforma B2C powstaje
w opensource’owym systemie Shopware. **Jedno środowisko operacyjne** zapewni **automatyzację procesów i ułatwi obsługę klientów**. W efekcie odbiorcy mają otrzymać spersonalizowaną ofertę,
a Coffeedesk większą lojalizację konsumentów. Jednolity system będzie też łatwo skalowalny na inne rynki, co ułatwi ekspansję zagraniczną.

*-* ***1,5 mln zł zainwestujemy w otwarcie kolejnych dwóch showroomów****, czyli miejsc, w których serwujemy kawę, ale też gdzie można odebrać zamówienie czy zakupić produkty z oferty Coffeedesk. Nowy punkt otworzymy* ***w Warszawie******jeszcze w 2021*** *roku i będzie to nasza trzecia lokalizacja
w stolicy. Dodatkowo powstanie kawiarnia* ***we Wrocławiu****. To miasto zadebiutuje na mapie sieci kawiarni Coffeedesk -* dodaje Wichłacz.

Dzięki crowdinvestingowi liczba punktów stacjonarnych Coffeedesk zwiększy się do pięciu. Spółka jednak nie zamierza na tym poprzestać. - *Planujemy otwierać* ***kolejne kawiarnie w dużych miastach Polski*** *- część może jeszcze w przyszłym roku. Showroomy Coffeedesk we wszystkich największych miastach dadzą firmie możliwość stworzenia nowych* ***punktów odbioru zakupów ze sklepu internetowego****. Będą też pełnić rolę magazynów, a w przyszłości pozwolą chociażby na* ***dostawę
w dniu zakupu*** *-* zapowiada współzałożycieli kawowej spółki.

**2 mln na kawę specialty, eco-produkty i światowe marki**

**Dodatkowe 2 mln zł** pozyskane w drugiej emisji akcji firma planuje przeznaczyć **na zwiększenie wolumenu asortymentu oraz oferty produktowej** sprzedawanej przez Coffeedesk, aby móc realizować plan rozwoju marki w Polsce i za granicą*.* Aktualnie kołobrzeska spółka oferuje **4,1 tys. produktów**. Jej bestsellerami są akcesoria do parzenia kawy. Firma współpracuje z renomowanymi światowymi markami. W przypadku części z nich - jak Bialetti czy Hario - Coffeedesk jest wyłącznym dystrybutorem w Polsce i regionie. **Do oferty Coffeedesk trafiają marki, których producenci mają na uwadze ekologię, poszukują innowacji i angażują się w działania społeczne**. W przypadku kaw wyróżnikiem marki jest tzw. kawa specialty - najwyższej jakości ziarna, uprawiane i dystrybuowane w sposób zrównoważony. *- Planujemy zwiększenie ilości tzw. SKU i dostępności produktów, na które jest największy popyt na rynku. Atrakcyjna oferta produktowa oznacza wzrost naszej konkurencyjności, rozwój firmy i ekspansję w Polsce oraz za granicą, a w konsekwencji wzrost przychodów Coffeedesk -* tłumaczy **Łukasz Wichłacz.**

**Coffeedesk rośnie - wycena też**

Biznesowy model kawowej firmy z Kołobrzegu przeszedł sprawdzian podczas pandemii, kiedy gospodarka znalazła się na zakręcie. Zwłaszcza w segmencie **B2B, który generuje około dwie trzecie przychodów Coffeedesk**, otwarcie się na nowych partnerów sieciowych i inne eCommerce, dało spółce okazję do **powiększenia portfela klientów**. Umożliwiło też wejście na nowe rynki. W 2020 r. firma zanotowała **wzrost w obszarze B2B o około 50% rdr**. W ramach **B2C urosła ona zaś o 45% rdr.** Dodatkowo, postawienie na otwieranie showroomów, jako miejsc wielofunkcyjnych - nawet w tym trudnym czasie - pozwoliło osiągnąć Coffeedesk **pokaźny skok sprzedaży**. Segment **kawiarni** urósł **o 16% rdr w 2020 r.** oraz o imponujące **116% w H1 2021** względem analogicznego okresu rok wcześniej. Cały rok 2020 spółka zakończyła na poziomie **44% wzrostów**, z **EBITDA wynoszącym
3,7 mln zł.** W pierwszym półroczu 2021 spółka **urosła o kolejne 38,6%** (Coffeedesk Raport Roczny 2020)

Utrzymująca się wysoka dynamika wzrostu sprzedaży i wykorzystanie szansy rynkowej, jaką daje skokowy rozwój eCommerce w Polsce oraz na świecie, pozwoliły w znacznym stopniu **przekroczyć prognozy finansowe** Coffeedesk i zaowocowały ich rewizją. Przełożyło się to na **wzrost wartości spółki i wycenę akcji** w drugiej emisji crowdinvestingu. Obecnie Coffeedesk ma do zaoferowania
**112 tys. akcji.** **Pojedyncza akcja spółki wyceniona jest na 37 zł.** Dla porównania w pierwszej emisji rok temu Coffeedesk emitowała akcje w cenie 18 zł za jedną.

**Warto inwestować w kawę i omnichannel**

Kawa jest jednym z najczęściej kupowanych produktów rolnych na świecie i jednym z najszybciej rosnących segmentów sektora spożywczego sprzedawanego w kanale eCommerce. W samej Polsce wartość rynku kawy oszacowano na 4,7 mld PLN ([Euromonitor, grudzień 2020](https://www.euromonitor.com/coffee-in-poland/report)). Na świecie, najszybciej rośnie sprzedaż tzw. kaw specialty. Za tę kawę klienci skłonni są zapłacić więcej. Europa odpowiada za 40% przychodu w sektorze kawy specialty. W ostatnich latach najszybsze tempo wzrostu tego segmentu zanotowano w Polsce, Czechach, Rumunii oraz na Węgrzech ([CBI, wrzesień 2020](https://www.cbi.eu/market-information/coffee/specialty-coffee/market-potential)).

***O Coffeedesk***

*Coffeedesk został założony przez Łukasza Wichłacza, Marcina i Jacka Gardzielików. Należąca do All Good SA spółka to krajowy lider eCommerce na rynku kawy i jedna z najszybciej rozwijających się firm segmentu food & beverage w regionie CEE. Spółka ma biura oraz kawiarnie w Kołobrzegu, Szczecinie i Warszawie i wysyła zamówienia do ponad 40 krajów. Omichannel
z Kołobrzegu realizuje średnio 14 tys. zamówień miesięcznie przez platformy internetowe B2C i B2B. Coffeedesk prowadzi także sieć showroomów, które pełnią rolę zarówno kawiarni, jak i sklepów stacjonarnych, miejsc szkoleniowych czy punktów odbioru zamówień ze sklepu internetowego****.***

*Na przełomie Q2 i Q3 2020 roku Coffeedesk przeprowadził pierwszą emisję akcji w modelu crowdinvestingu. Inwestorzy społecznościowi dokonali ponad 500 inwestycji na łączną kwotę 2 mln zł. Od tego czasu spółka zrealizowała w pełni większość celów emisji. W październiku 2020 r. Coffeedesk otworzył kolejny showroom w Warszawie. Ta kawiarnia wyróżnia się rozszerzonym menu - obok kaw specialty dostępne są w niej naturalne wina i craftowe piwa. Powstała tam też sala szkoleniowa, gdzie prowadzone są warsztaty kawowe dla klientów, zwłaszcza B2B. Z pierwszej emisji akcji w modelu crowdfundingu uruchomiono także sprzedaży kawy w modelu subskrypcyjnym Hi! Coffeedesk.*