ŠUMSKA TAJNA®
PREMIUM FOOD

Šumska Tajna

INVESTICIONI PROFIL

01 Šumska Tajna ukratko

02 Problem

03 Rešenje

04 Karakteristike proizvoda

05 Zašto sada investirati

06 Tržište

07 Konkurencija

08 Zašto nam je potrebna investicija?

09 Finansije

Šumska Tajna ukratko

O kompaniji

Kompanija Forest Secret d.o.o iz Veternika, vlasnik brenda **Šumska Tajna**, bavi se proizvodnjom premium proizvoda – namaza sa pečurkama ubranih iz prirode, i humusa.

Svi naši proizvodi imaju originalnu i zaštićenu recepturu, **posni su**, **veganski**, **bezglutenski**, **visoko proteinski**, **niskokalorični** i **pogodni za dijabetičare (0% šećera)**.

Kompanija je osnovana 2018. godine, a danas se proizvodi Šumske Tajne nalaze u više od 400 prodajnih mesta širom Srbije, uključujući i najveće nacionalne maloprodajne lance.

Ključni članovi tima

Nikola Stanišić

Osnivač i direktor

Idejni tvorac prvih proizvoda i brenda Šumska Tajna od 2018. godine uspešno upravlja poslovanjem i timom saradnika. Njegova prepoznatljiva energija i ljubav prema proizvodu ključni su faktori za uspeh. Stručno se usavršavao u oblasti e-poslovanja i marketinga, a trenutno je na MBA programu Mokrogorske Škole Menadžmenta.

Predrag Nikšić

Menadžer prodaje

Član je tima od 2021. godine a u kompaniju donosi četrnaestogodišnje iskustvo saradnje sa ključnim kupcima u kompaniji koja je regionalni lider. U Šumskoj tajni zadužen je za razvoj mreže i unapređenje saradnje sa specijalizovanim radnjama, lokalnim trgovinskim lancima i unapređenje prodajnih rezultata kod postojećih partnera.

Gordana Stanišić

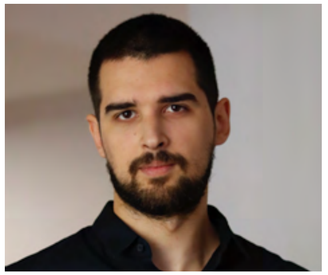
Menadžer proizvodnje

Od prvog dana Šumske tajne zadužena za upravljanje proizvodnjom i planiranje, kao i kontrolu kvaliteta.

Tatjana Jović

Marketing

U timu Šumske Tajne je od faze ranog razvoja i učestvovala u kreiranju sadržaja potrebnog za marketing i vizuelnog identiteta brenda. Diplomirani je inženjer organizacionih nauka.



Andrija Smiljanić

IT Ekspert

IT ekspert, specijalizovan za softverski inženjering, zadužen je za dizajn i održavanje veb prezentacije kompanije i online prodavnice. Iza sebe ima veliko preduzetničko iskustvo kao osnivač firme Varius Development.

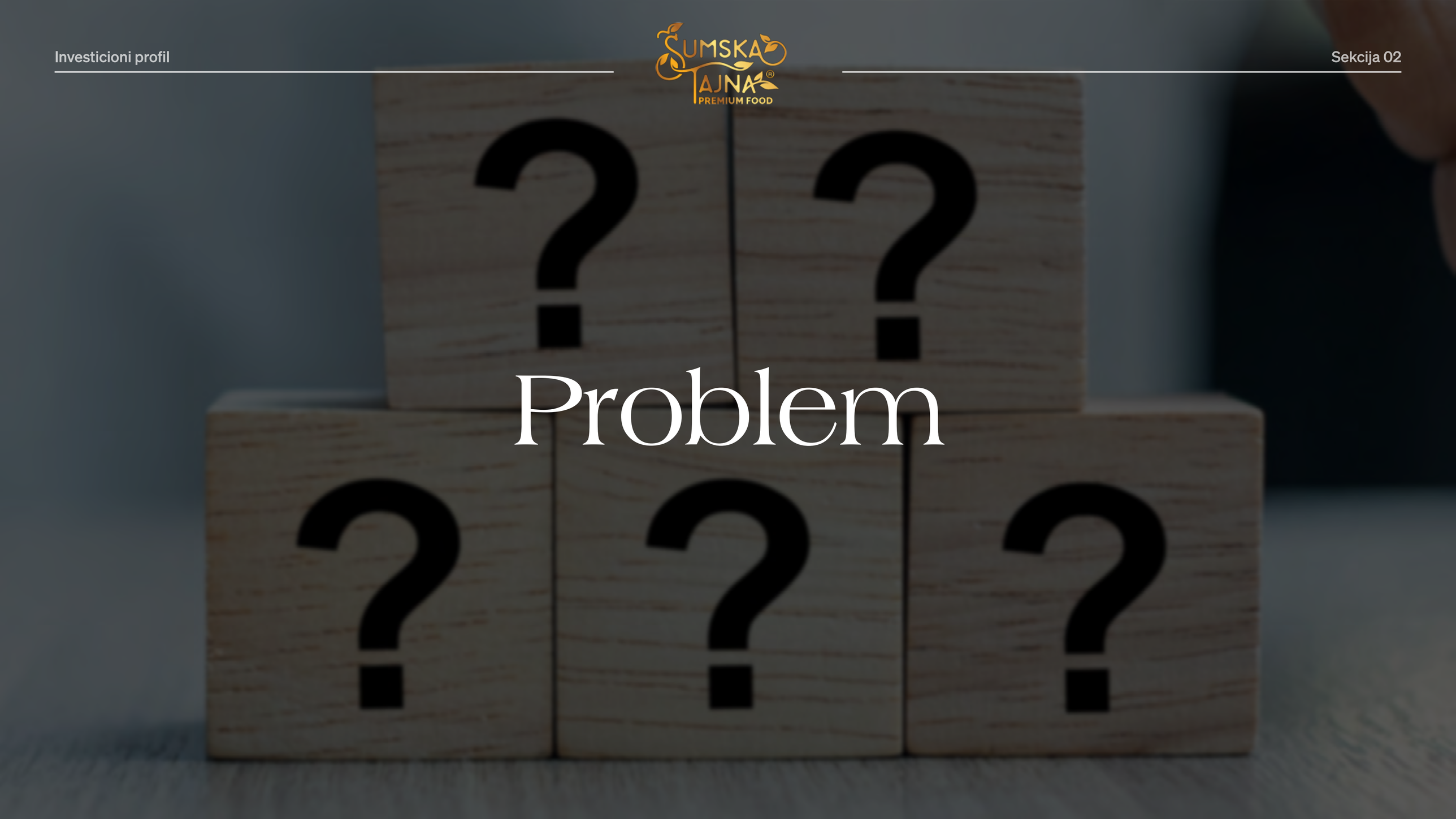
Budući razvoj organizacije

Do kraja godine tim će biti dodatno pojačan sa:

- **key account menadžerom**
- **trade marketing & brend menadžerom**
- **menadžerom operacija**

Pored internog ojačavanja tima, kvalitet procesa i egzekucije bice ojačan angažovanjem dva outsource partnera u domenu logistike i merchandisinga.

Za ove procese biće angažovane specijalizovane kompanije u datim oblastima, što će značajno unaprediti postojeće procese, i omogućiti fokus organizacije na ključne funkcije.



Problem

Problem

Proizvodnja kvalitetnih, ukusnih i relativno povoljnih prehrambenih proizvoda predstavlja jedan od najvećih izazova moderne prehrambene industrije.

Najveći izazov predstavlja ispunjenje sledećih kriterijuma u jednom proizvodu:

- **Dobar ukus**
  jako mali broj zdravih proizvoda može da parira ukusu proizvodima slabijeg kvaliteta;

- **Povoljna cena**
  kvalitetni proizvodi najčešće ne mogu biti povoljni;

- **Kvalitet**
  visoki savremeni kriterijumi kvaliteta (npr. organska proizvodnja, odsustvo glutena, veganski proizvodi i slično).

Rešenje

Rešenje

Kompanija Forest Secret d.o.o., sa svojim brendom **Šumska Tajna**, izgradila je paletu premium proizvoda koji u sebi objedinjuju visoke standarde kvaliteta i ukusa.

Proizvodi Šumska Tajna napravljeni su od kvalitetnih sirovina koji prate sve trendove u zdravoj ishrani – ovi proizvodi su **posni**, **bezglutenski**, **pogodni za dijabetičare**, **veganski**, **non-GMO** i **niskokalorični**.

Prednost proizvoda Šumska Tajna ogleda se i u dostupnosti potrošačima kroz najvažnije kanale prodaje: maloprodajne lance i online prodaju.

Karakteristike proizvoda

Po čemu je Šumska Tajna jedinstvena?

Od svog nastanka, kompanija Forest Secret fokusirala se na proizvodnju veganskih, organskih, bezglutenskih proizvoda od najkvalitetnijih sirovina. Kao jedna od retkih sirovina koja se ne gaji u veštačkim uslovima, šumske pečurke su se od početka nametnule kao garant organskog proizvoda. Pitanje na koji način ovaj već poznati proizvod prirode učiniti pristupačnijim i jednostavnijim za konzumaciju rešen je stvaranjem potpuno novog proizvoda u vidu namaza.

Iako su se u međuvremenu pojavili drugi proizvođači namaza koji u svom sastavu sadrže i pečurke, po kvalitetu sastojaka, ukusu, raznovrsnosti ponude i ceni, namazi od pečuraka pod brendom Šumska Tajna ostaju proizvodna kategorija za sebe!

Takođe, na tržištu Srbije **Šumska Tajna je jedini proizvođač humusa napravljenoj po originalnoj, bliskoistočnoj recepturi**. Rešenost da se zadrži iskonski karakter ovog proizvoda, bez kompromisa po pitanju začina i sastojaka, donela je vrhunski humus potrošačima na lokalnom tržištu.

Neumorni rad na marketingu i formiranju snažnog brenda, pored jedinstvene palete proizvoda, obezbedio je kompaniji Forest Secret značajan rast prepoznatljivosti i prodaje. Crowdinvesting kampanja pospešiće ovaj pozitivan trend.

PROZIVODI ŠUMSKE TAJNE

Namazi od pečuraka

Ova linija proizvoda sadrži šest različitih ukusa sa pečurkama a to su:

01 **Vrganj**

02 **Lisičarka**

03 **Crna Truba**

04 **Smrčak**

05 **Crni Tartuf**

06 **Beli Tartuf**

Sastojci: pored pečuraka namaz sadrži i leblebiju, hladno cedjeno suncokretovo ulje i so.

Sve pečurke nabavljane su od sertifikovanih dobavljača koji se nalaze u planinskim predelima Srbije koji imaju neophodno znanje za identifikovanje, branje, čuvanje pečurki garantujući bezbednost i kvalitet;

Sve pečurke su brane u prirodi, a ne uzgajane, bez aditiva i hemikalija.

PROZIVODI ŠUMSKE TAJNE

Humusi

- Napravljeni prateći originalnu recepturu sa bliskog istoka.
- Jedinstven način pripreme ga razlikuje od ostalih Evropskih i Američkih proizvoda.
- Proizvodnja se nalazi u prostoru koji je opremljen u skladu sa HACCP standardom.

Skorašnje novosti

Tehnologija

Proizvodnja je preseljena u novi prostor, koji je opremljen u skladu sa HACCP standardom, poboljšan je recept i kvalitet proizvoda

Dizajn

Registrovan je žig Šumska Tajna na deset godina i zaštićen u 300 prehrambenih kategorija.

Distribucija

Proizvodi su ulistani u najveći maloprodajni lanac u Srbiji, Maxi, i plasirani na tri nova strana tržišta – Nemačka, Juzna Koreja i Hrvatska.

Razvoj organizacije

Definisan je organizacioni razvoj za naredne dve godine, završeni pregovori sa ključnim kadrovima koji će se u narednih šest meseci priključiti kompaniji.

Regionalni razvoj

Pri kraju su pregovori o ulasku na sva preostala tržišta bivše Jugoslavije (Crna Gora, Bosna i Hercegovina, Slovenija) sa relevantnim FMCG distributerima.

Zašto sada investirati

Zašto je sada dobar trenutak za investiciju?

Rast potražnje za kvalitetnim i zdravim proizvodima na svim relevantnim tržištima

Iako je to trend koji je prisutan i više decenija, Pandemija je doprinela još većem porastu tražnje za hranom biljnog porekla. **18% potrošača prvi put je kupilo takve proizvode tokom pandemije, a 92% njih izjavilo je da će nastaviti da konzumira iste.**

Povećanje svesti o zdravoj ishrani

77% ispitanika izjavilo je da će preduzeti aktivne mere da poboljšaju zdravlje među tim akcijama je i zdravija ishrana.

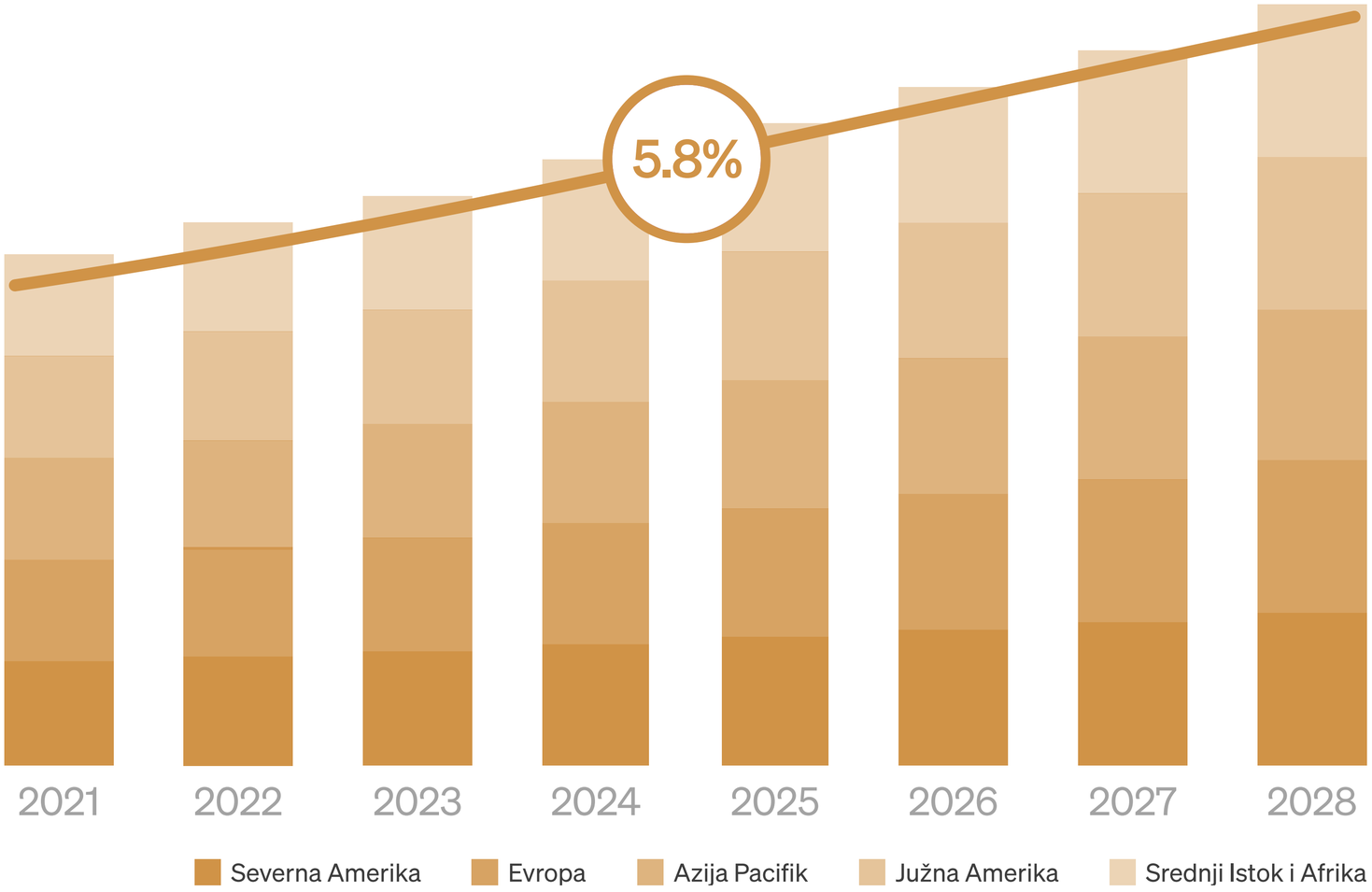
Povećanje broja ljudi koji praktikuju dijete odnosno ishranu sa određenim restrikcijama

U 2020. **43% Amerikanaca pratilo je neku speifičnu dijetu** što je **povećanje u odnosu na 2019. (38%) i 2018. (36%)**

Kompanija Šumska Tajna na datom tržištu beleži eksponencijalni rast, i kontinuirano povećava promet, distribuciju i broj novih tržišta

IFIC-Food-and-Health-Survey-2020.pdf (foodinsight.org)
Unlocking Nature. Enriching Life. | ADM

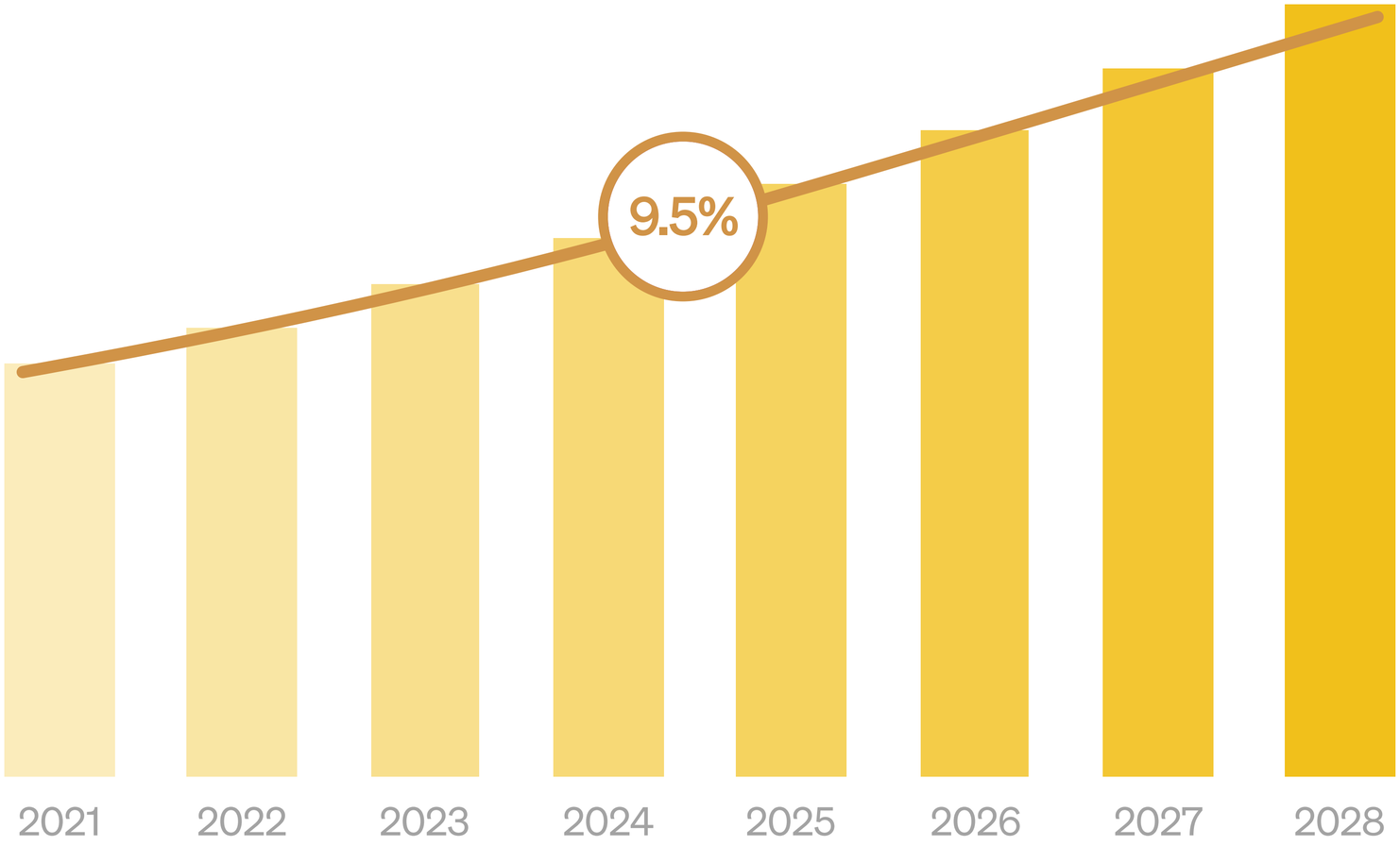
Svetsko tržište humusa



Procena je da će svetsko tržište humusa rasti 5.8% godišnje i da će do 2028 vredeti 1.5 milijardi $

Hummus Market – Global Industry Trends and Forecast to 2028 | Data Bridge Market Research

Svetsko tržište pečuraka

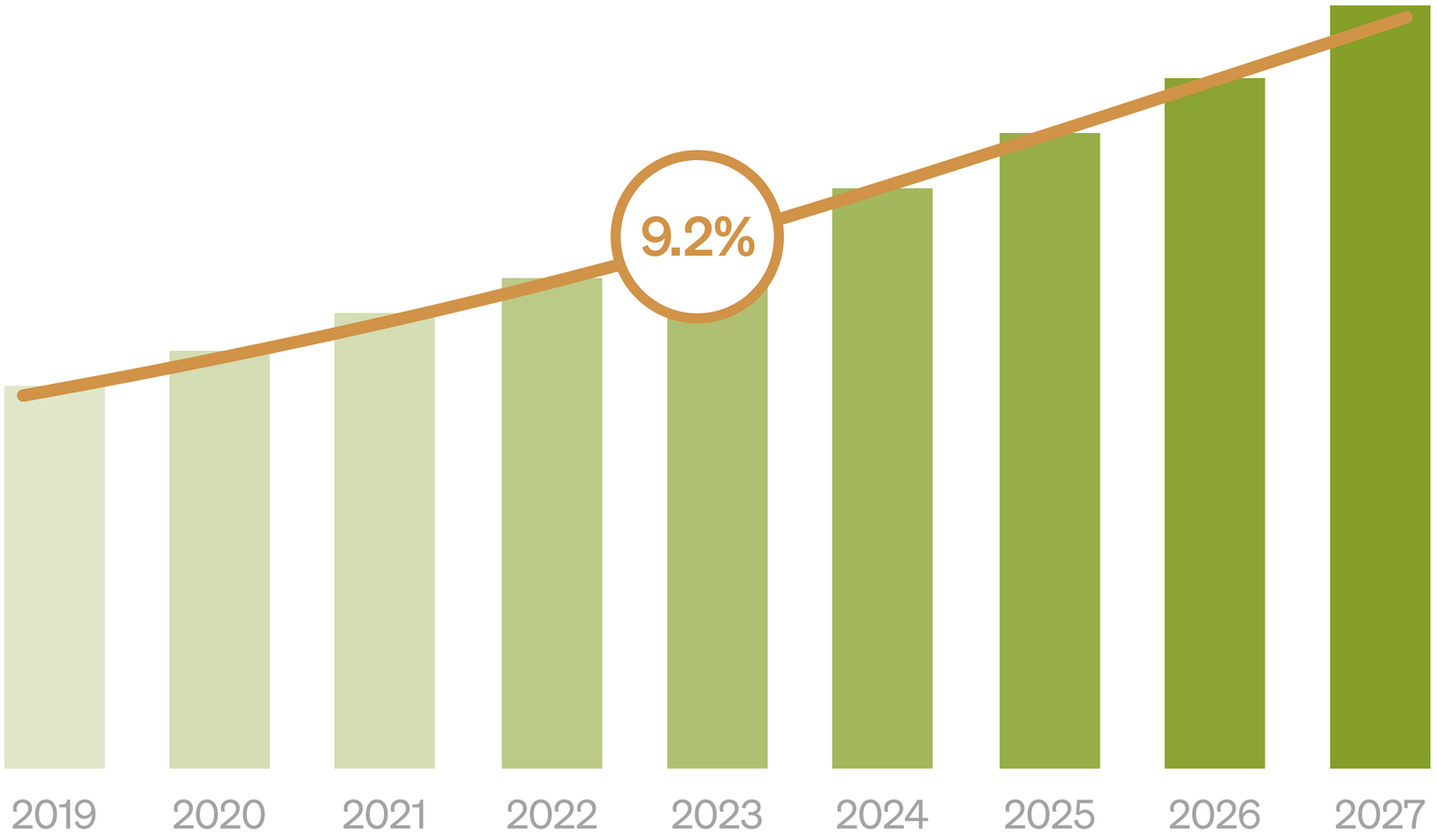


Svetsko tržište pečuraka bilo je procenjeno na 46.1 milijardi US dolara i očekuje se godišnji rast od 9.5% u periodu 2021-2028

Rast broja potrošača koji praktikuju vegansku ishranu je glavni razlog rasta.

https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/mushroom-market

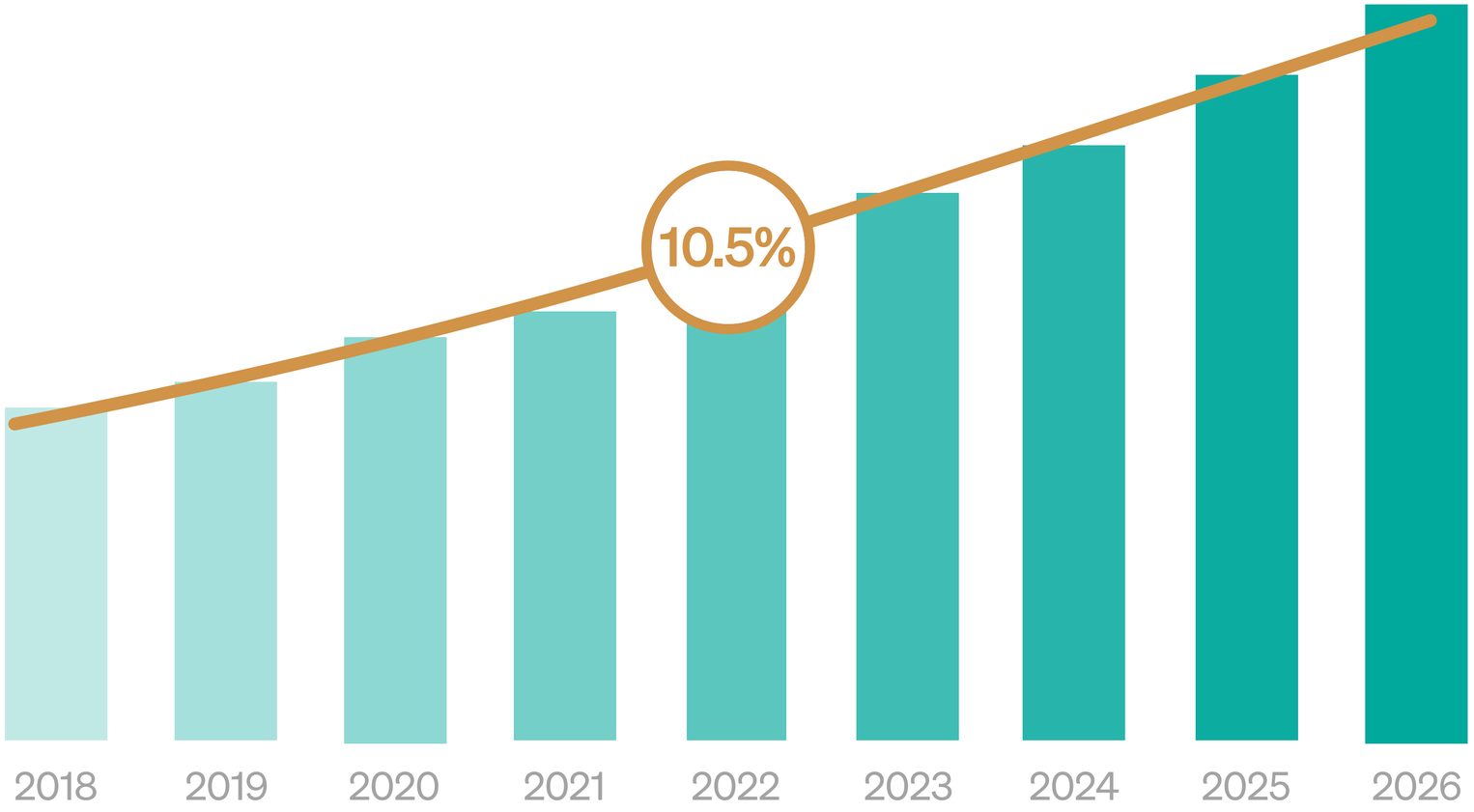
Svetsko tržište bezglutenskih proizvoda



Svetsko tržište bezglutenskih proizvoda bilo je procenjeno na 21.6 milijardi $ 2019, predviđa se rast stopom od 9.2% u periodu 2020 - 2027

https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/gluten-free-products-market

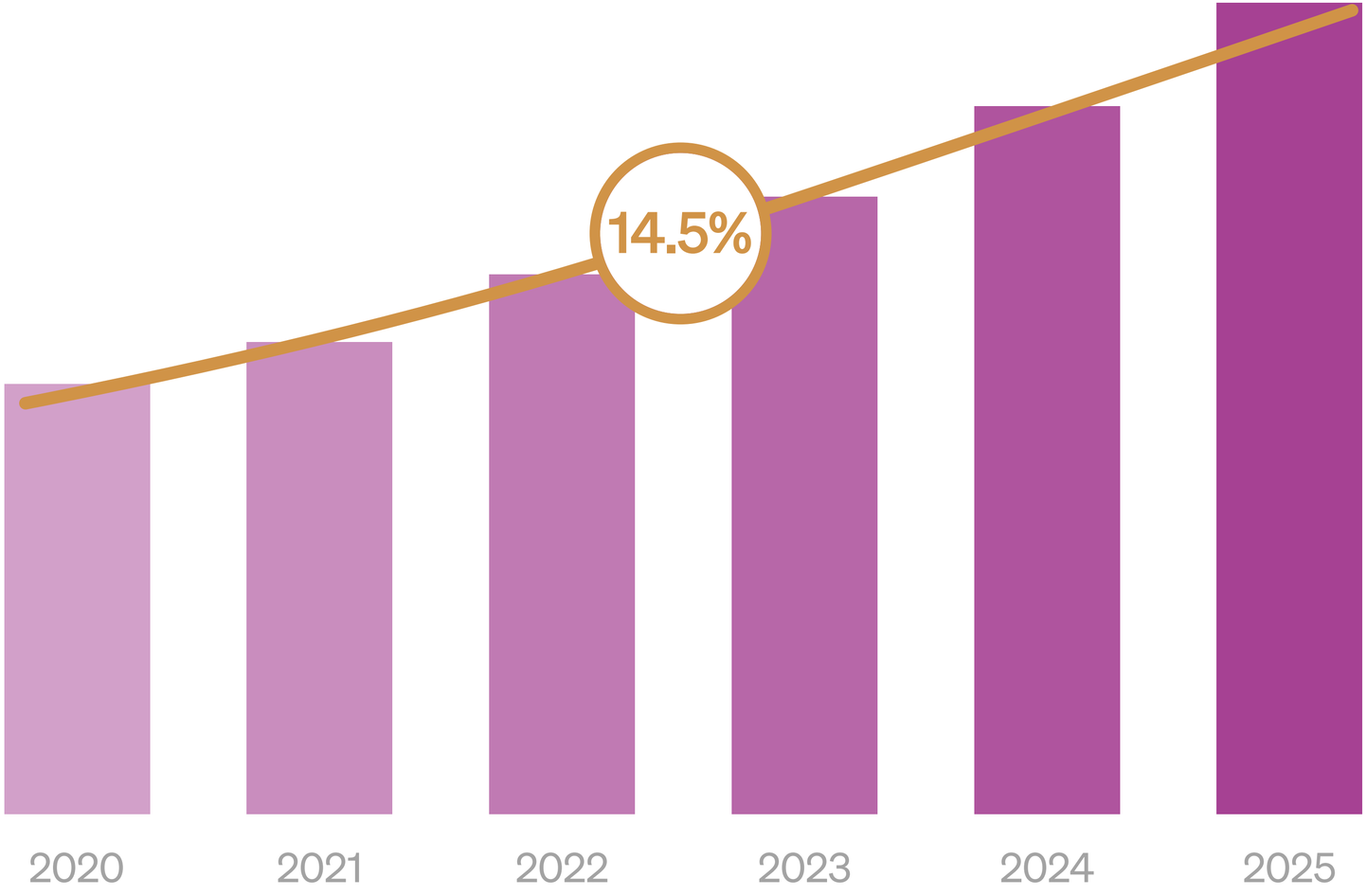
Svetsko tržište veganske hrane



Svetsko tržište veganske hrane bilo je procenjeno na 14.2 milijarde $ u 2018, a predviđa se da dostići 31.4 milijarde $ do 2026

Vegan Food Market Size, Share & Growth | Industry Analysis 2026 (alliedmarketresearch.com)

Svetsko tržište organskih proizvoda



Svetsko tržište organske hrane bilo je procenjeno na $201.8 milijardi 2020 a očekuje se da dostigne $380.8 milijardi do 2025

Global Organic Food Market Data And Industry Growth Analysis (thebusinessresearchcompany.com)

Tržište

Tržište

SRBIJA

- **Preko 68% ispitanika** reklo je da **konzumira „zdravu hranu“** i vodi računa o poreklu namirnica.
- **Tržište zdrave hrane u Srbiji raste** i očekuje se da se taj trend nastavi.
- **U periodu 2015-2019. godina**, Srbija je **prosečno godišnje izvozila pečuraka u vrednosti od oko 5,2 miliona EUR**. Najveći udeo u izvozu imale su upravo pečurke koje se sakupljaju iz prirode.

UJEDINJENO KRALJEVSTVO

- **3.1 milion ljudi su vegetarijanci (6%)**
- **U poslednjih 12 meseci** broj ljudi koji se **hrane veganski se povećao za 40% na 1.5m**
- Predviđanja su da će **11% stanovništva pratiti vegetarijansku dijetu**, **8% pesketariansku dijetu** i **7% vegansku dijetu** u narednim godinama.

AMERIKA

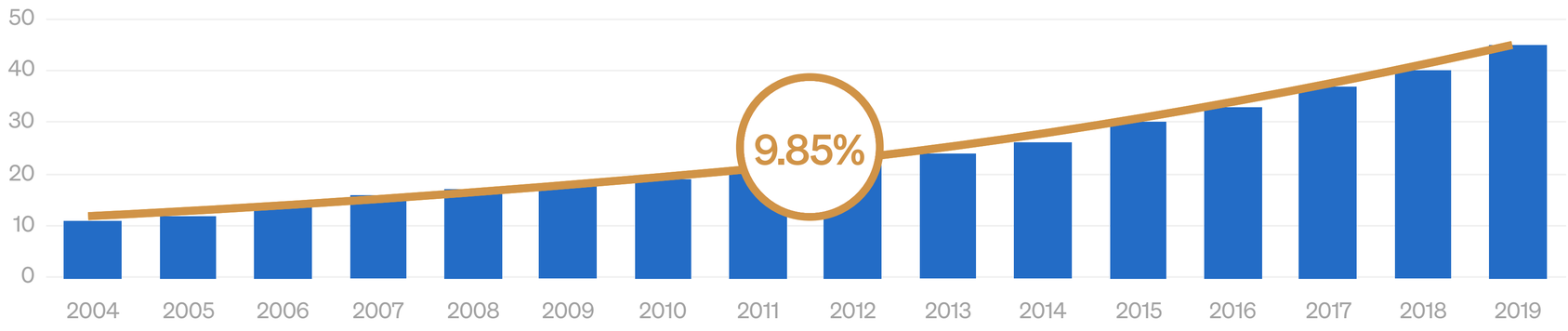
- **2020** - Ukupna **hrana biljnog porekla** je **procenjena na 7 milijardi dolara** što je **za 2.1 milijardi više nego u 2017.**
- **Vegetarijanci** čine **8% ljudi ispod 50 godina**, a **5% u ukupnoj populaciji**.

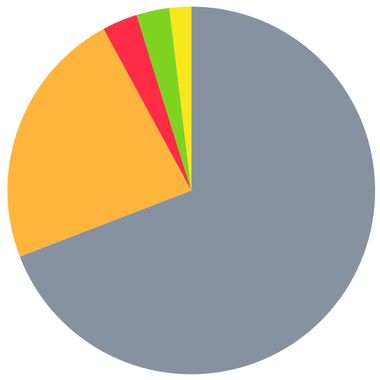
2018 study by Gallup
Plant-based food: dollar sales U.S. 2020 | Statista

https://www.finder.com/uk/uk-diet-trends
UK diet trends 2021 | Finder UK

Tržište

EVROPA





- 1,9% vegani
- 3,1% vegetarianci
- 2,9% peskatarianci
- 22,9% flexitariani

Vrednost prodate organske hrane u Evropi rasla je **CAGR od 9.85%** i 2019 dostigla je vrednost od **45 milijardi eura.**

Konkurencija

Konkurencija na domaćem tržištu

Premium namazi sa šumskim pečurkama, pakovani u staklenu ambalazu. U ponudi su 5 vrsta namaza sa šumskim pečurkama i 2 vrste humusa. Namazi sa šumskim pečurkama su pozicionirani u premium segmentu, humusi u višem srednjem cenovnom rangu. Distribuirani su na preko 400 prodajnih mesta u Srbiji, i na 5 stranih tržišta.

Lider u kategoriji humusa, sa najvećim tržišnim učešćem i najboljom distribucijom u regionu. U ponudi se nalazi široka paleta humusa, koji čine osnovni biznis, i slatki namazi Humella. Proizvodi su upakovani u plastičnu ambalazu. U ponudi ne postoje namazi sa šumskim pečurkama.

Proizvođač sa raznovrsnom ponudom humusa, pakovanih u staklenu ambalažu. Solidna distribucija u KA kanalu. Ne sadrži u svojoj ponudi namaze sa šumskim pečurkama.

Lider u proizvodnji pašteta u Srbiji. Raznovrsna ponuda humusa, pakovanih u konzerve. Odlična distribucija u Srbiji i značajno prisustvo u regionu. Portfolio ne sadrži namaze sa šumskim pečurkama.

Konkurencija na regionalnom tržištu

Premium namazi sa šumskim pečurkama, pakovani u staklenu ambalazu.
U ponudi su 5 vrsta namaza sa šumskim pečurkama i 2 vrste humusa. Namazi sa šumskim pečurkama su pozicionirani u premium segmentu, humusi u višem srednjem cenovnom rangu.
Distribuirani su na preko 400 prodajnih mesta u Srbiji, i na 5 stranih tržišta.

Vodeća kompanija u regionu u pod-kategoriji proizvoda od tartufa. Orijentisani na usku tržišnu nišu, sa proizvodima high-premium cenovnog nivoa. Proizvodi se retko koriste u svakodnevnoj konzumaciji.

Vodeći proizvođač pašteta u Evropi. Prisutan i u kategoriji humusa sa uskom ponudom, neznatno višeg cenovnog ranga, u staklenoj ambalaži. Oslanja se na snagu distribucije matične Atlantic grupe.

Vodeći proizvođač humusa u Hrvatskoj. U ponudi ima i namaze od avokada, susama i patlidžana, pakovane u plastičnu ambalažu. Snažna distribucija na tržištu Hrvatske. Ponuda ne sadrži namaze sa šumskim pečurkama.

Široka ponuda posnih i veganskih namaza. Visok kvalitet i snažna distribucija u Makedoniji. Ponuda ne sadrži namaze sa šumskim pečurkama.

Zaključak o poziciji na tržištu

Portfolio

Šumska tajna ima autentičan portfolio namaza sa šumskim pečurkama i to je čini jedinstvenom na tržištu u regionu. U kategoriji humusa ima uži portfolio od ključnih konkurenata.

Cenovna pozicija

Šumska Tajna je cenovno konkurentna u kategoriji humusa, a u kategoriji namaza od šumskih pečuraka pozicionirana je kao premium namaz pristupačne cene.

Distribucija

U domenu distribucije Šumska Tajna zaostaje za nekim od konkurenata, u čemu se nalazi njen ključni prostor za razvoj.

Izvozni potencijal

Šumska Tajna je konkurentna sa ponudom humusa u regionu, a sa paletom namaza od šumskih pečuraka ima visok potencijal za izvoz na najrazvijenija tržišta u svetu.

SWOT

S

Jak i prepoznatljiv brend, jedinstven proizvod, veliki broj partnera, velika zastupljenost na tržištu, kvalitetan tim ljudi.

W

Trenutni **manjak kapitala** za snažniju ekspanziju.

O

Širenje na Jugoistočnu Evropu; povećanje tražnje za zdravom i organskom hranom. Povećanje ciljne grupe – ljudi na dijetama i sa restrikcijama u ishrani.

T

Atraktivnost namaza od pečuraka kao proizvoda će rasti sa uspehom Šumske Tajne, što može privući konkurente da i oni pokušaju da ponude sličan proizvod.

Zašto nam je potrebna investicija?

Planovi za budućnost

Regionalna ekspanzija

Do kraja godine u planu je u planu je da plasiraju prozvodi na sva tržišta u regionu.

Razvoj organizacije

Jačanje organizacije u svim ključnim oblastima - prodaja, marketing, lanac snabdevanja. Potpisivanje ugovora sa outsorce partnerima za merchandising i logistiku.

Razvoj brenda

Dalje jačanje brenda, investicije u brend, ATL i BTL aktivnosti

Gde se Šumska tajna može kupiti?

400+ maloprodajnih objekata u Srbiji

Maxi, Tempo, Mercator, Idea, Roda, DM, Univerexport, Aroma, Zlatiborski Delikatesi

Online prodaja

Preko naše online prodavnice

6 zemalja

Srbija, Bugarska, Makedonija, Južna Koreja, Nemačka i Hrvatska.

Marketing strategija

ATL Strategija

Bilbordi, print, TV gostovanja, PR objave

BTL startegija

Promocije, degustacije proizvoda; sekundarno izlaganje proizvoda kroz postavku polica, POS materijali.

Digitalni marketing

Preko društvenih mreža, internet portala.

Učešće na sajmovima

Fancy food show (NY), Specialty food fair (London), Belgrade food show, GAST (Split).

Finansije

Finansijske projekcije – Bilans uspeha

EUR	2020	2021	2022	2023	2024
Poslovni prihodi	48,173	107,088	270,300	387,660	485,940
Nabavna vrednost prodate robe	19,269	46,048	108,120	155,064	194,376
Bruto marža	28,904	61,040	162,180	232,596	291,564
Ostali poslovni rashodi	28,600	57,081	137,386	189,207	240,987
Poslovni dobitak (EBITDA)	303	3,959	24,794	43,389	50,577
Troškovi kamate			3,200	2,240	960
Dobit pre poreza	303	3,959	24,794	41,149	49,617
Porez		594	3,239	6,172	7,443
Neto dobitak	**303**	**3,365**	**18,355**	**34,977**	**42,175**

Finansijske projekcije – Bilans stanja

EUR	2021	2022	2023	2024
Zalihe	5,277	7,405	10,621	13,313
Potraživanja	18,723	33,325	47,794	59,910
Gotovina	43,365	34,444	43,453	61,281
Aktiva	**67,365**	**75,174**	**101,868**	**134,505**
Kapital	7,047	25,401	60,378	102,553
Zajmovi	48,056	32,000	16,000	-
Obaveze iz poslovanja	12,263	17,773	25,490	31,952
Pasiva	**67,365**	**75,174**	**101,868**	**134,505**

Finansijske projekcije – Tokovi gotovine

EUR	2021	2022	2023	2024
Tokovi gotovine iz poslovnih aktivnosti	- 1,649	7,135	25,009	33,828
Tokovi gotovine iz aktivnosti investiranja	-	-	-	-
Tokovi gotovine iz aktivnosti finansiranja	45,014	- 16,056	- 16,000	- 16,000
NETO PRILIV / ODLIV GOTOVINE	**43,365**	**- 8,921**	**9,009**	**17,828**
Gotovina na kraju obračunskog perioda	**43,365**	**34,444**	**43,453**	**61,281**

Hvala na pažnji!

Informacije predstavljene u ovoj prezentaciji zasnivaju se isključivo na informacijama dostavljenim od strane menadžmenta/vlasnika kompanije. BDO Ventures je izvršio nezavisnu analizu i proveru dostavljenih podataka, ali ne može garantovati za njihovu pouzdanost, potpunost i tačnost.

Ovaj dokument je pripremio BDO Ventures doo Beograd (u daljem tekstu Ventu.rs) na osnovu informacija dostavljenih od strane menadžmenta/vlasnika kompanije. Jedina svrha dokumenta je pružanje informacija o kompaniji u cilju procene interesa potencijalnih investitora za ulaganje u kompaniju putem crowdinvesting platforme Ventu.rs.

Ventu.rs ne daje nikakve izjave ili garancije na tačnost ili potpunost dokumenta ili informacija sadržanih u ovom dokumentu i neće snositi odgovornost za tačnost, pouzdanost ili potpunost istih, niti za bilo koju pisanu, elektronsku ili usmenu komunikaciju vršenu za vreme sopstvenog ispitivanja dijagnostičkog stanja od strane klijenta. Posebno, ali ne dovodeći u pitanje uopštenost gore navedenog, ne daje se garancija u pogledu razumnosti i ostvarivosti bilo kakvih projekcija, ciljeva, procena ili prognoza, i ništa sadržano u dokumentu ne služi kao osnova za projekcije.

Ništa od navedenog u dokumentu, niti informacije koje će u bilo kom obliku biti dostavljene naknadno u vezi sa analizom predložene transkacije ne služi kao investicioni savet od strane Ventu.rs. Primaoci treba da obave nezavisnu procenu prilikom donošenja investicione odluke