

Warszawa 13/12/2017

INFORMACJA PRASOWA

Miraculum S.A, w oparciu o umowę z Narodowym Instytutem Fryderyka Chopina w Warszawie, ma możliwość - na zasadach wyłączności - używania nazwy wybitnego polskiego kompozytora i pianisty na produktach kosmetycznych. 13 grudnia 2017 r w sali głównej budynku Giełdy Papierów Wartościowych, spółka przedstawiła strategię rozwoju na lata 2018-2024. Na 100 lecie istnienia firmy, Miraculum ma być, według Zarządu, jednym z liderów polskiego rynku kosmetycznego.

Plany spółki jednak nie ograniczają się do rodzimego rynku, a władze Miraculum wierzą w globalny sukces marki Chopin. Już w 2018 roku, roku Międzynarodowego Konkursu Chopinowskiego organizowanego w Polsce, planowane jest wdrożenie trzech wód perfumowanych sygnowanych nazwiskiem Chopina.

Trzy ekskluzywne zapachy, nawiązujące do utworów muzycznych wykonywanych przez najbardziej znanego polskiego kompozytora, będą miały swoją premierę podczas imprezy towarzyszącej Konkursowi Chopinowskiemu. Wyjątkowe kompozycje będą przykładem współczesnego dążenia do zapachowej doskonałości określanej jako „Chopin level”.

Wyjątkowe linie perfum, inspirowane magią muzyki Fryderyka Chopina:

Chopin Prelude – świeże, rześkie, lekkie, „siła a zarazem wrażliwość”,
Chopin Etude – przejrzyste i tajemnicze, nieuchwytnie,
Chopin Nocturne – zdecydowane, głębokie, nastrojowe,

to pierwsze produkty zaplanowane przez spółkę Miraculum w tej ekskluzywnej marce.

W czasie prezentacji strategii Miraculum S.A. został przedstawiony nowy logotyp marki Chopin oraz wizualizacje opakowań trzech wód perfumowanych. Twórcą nowatorskich projektów jest spółka Code Design, najczęściej nagradzane polskie biuro projektowe, wyróżniona dotychczas wieloma prestiżowymi nagrodami, z których największym osiągnięciem jest Red Dot Design Award – Best of The Best. Code Design niedawno podpisała z Miraculum umowę, w ramach której przygotuje strategię spółki w oparciu o design i opracuje zmiany w ośmiu markach.

Użycie nazwiska Chopin wyraźnie wskazuje na charakter marki i zestaw wartości, tworzących jej reputację : prestiż, luksus, elegancja, klasa, wysublimowanie, kultura. Strategia, przedstawiona przez Miraculum, dla tego wyjątkowego brandu zakłada jej pozycjonowanie w segmencie premium, obok takich marek jak Tom Ford, Dior czy Chanel.

Miraculum zakłada, że dystrybucja produktów marki Chopin będzie się odbywać w najbardziej ekskluzywnych, międzynarodowych sieciach drogerii. Intencją spółki jest, aby ta prestiżowa linia perfum była dostępna już na koniec 2018 roku- także na

rynku azjatyckim, gdzie znajomość nazwiska i muzyki Chopina jest największa. Yundi Li - zwycięzca konkursu Chopinowskiego sprzed 15 lat posiada 18 mln fanów na chińskim serwisie społecznościowym Weibo.

Globalna dystrybucja, przy wsparciu promocyjnym ze strony Miraculum, może w efekcie wykreować pierwszą polską markę ekskluzywnych perfum o światowym zasięgu. W kolejnych latach, według strategii na lata 2018-2024, spółka ma zamiar wprowadzać na rynek inne linie produktowe w marce Chopin.

DODATKOWE INFORMACJE:

Anna Kochanowska - Marketing Manager

tel. kom. + 48 510 270 973

anna.kochanowska@miraculum.pl