

MIRACULUM

1924

Prezentacja inwestorska

Marzec 2021

Agenda

- _01. O spółce**
- _02. Historia**
- _03. Model biznesowy**
- _04. Portfolio marek**
- _05. Dane finansowe**
- _06. Podsumowanie**

MIRACULUM

1924

Niemal 100 lat doświadczenia



11 marek



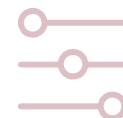
37 rynków zagranicznych



Udana transformacja biznesu



3 linie biznesowe



3 kanały dystrybucji + eksport

SŁAWOMIR ZIEMSKI
CZŁONEK ZARZĄDU

Zakres odpowiedzialności

Tradycyjny Kanał Sprzedaży, Nowoczesny Kanał Dystrybucji,
Marketing, Finanse, Laboratorium, IT

Doświadczenie

- Absolwent Wydziału Prawa Uniwersytetu w Białymstoku
- Posiada licencję maklera papierów wartościowych i licencję maklera giełd towarowych
- Bogate doświadczenie, które zdobywał głównie w sektorze finansowym. Pracował m.in. w Kredyt Banku, KBC Securities. Od 2013 r. do marca 2019 r. był dealerem w Domu Maklerskim Banku Ochrony Środowiska
- Były członek wielu Rad Nadzorczych m.in. Zakłady Odzieżowe BYTOM, Dolwis, Arena.pl, Miraculum, Digital Avenue SA. Aktualnie pełni funkcję członka Rady Nadzorczej w Aqua SA. Od 2011 r. jest udziałowcem spółki Concordia 1833 sp. z o.o.
- Aktywnie działa na rzecz samorządności w Polsce. W latach 2005-2010 był radnym rady Miasta Ząbki oraz jej Przewodniczącym.

MAREK KAMOLA
CZŁONEK ZARZĄDU

Zakres odpowiedzialności

Dział Eksportu, Operacyjny, Kadry, Prawny

Doświadczenie

- Doświadczony manager, przez wiele lat współzarządzał m.in. Benefit Systems
- Inwestor giełdowy

_02. Historia

MIRACULUM zostało założone w **1924** z siedzibą w Krakowie.



1924

Kosmetyki MIRACULUM zostały docenione na Światowej wystawie w Paryżu w 1931 roku, na której Spółka otrzymała **GRAND PRIX** za puder do twarzy.



1931

W 1971 – wprowadzono markę **Pani Walewska**, jedną z najbardziej znanych polskich marek kosmetycznych.



1971

1990



Lata 90' SERIA GENERATION
- po raz pierwszy w Polsce zastosowano w kosmetykach ceramidy, algi, struktury ciekłych kryształów.

MIRACULUM jako pierwsza polska firma kosmetyczna, otrzymuje certyfikat **Cruelty- Free**.



2001

2004

Miraculum wprowadza na rynek skuteczną alternatywę dla Botox Bioxlift® a także doskonały składnik liftingujący Liftiline®

Marki Paloma i Tanita stają się częścią Miraculum.



2008

2015



Miraculum otwiera się na segment kosmetyków do makijażu. Przejęcie dystrybucji marek Joko i Virtual.

Kosmetyki Miraculum promują ówczesne celebrytki: **Zofia Batycka** - Miss Polski i Vice Miss Europy z 1930 roku oraz **Hanka Ordonówna**, największa gwiazda okresu międzywojennego w Polsce.



_02. Historia

Rozpoczęcie procesu transformacji biznesu.
Emisja akcji, redukcja zadłużenia.
Przyjęcie strategii rozwoju

2017

Rebranding marek:
JOKO, Lider, Tanita

2019

JOKO

LIDER

tanita

Wprowadzenie nowych produktów

Rebranding marek:
Pani Walewska, Miraculum

2020

MIRACULUM
1924

Pani Walewska

Zaplanowany rebranding
WARS, Paloma

2021

WARS

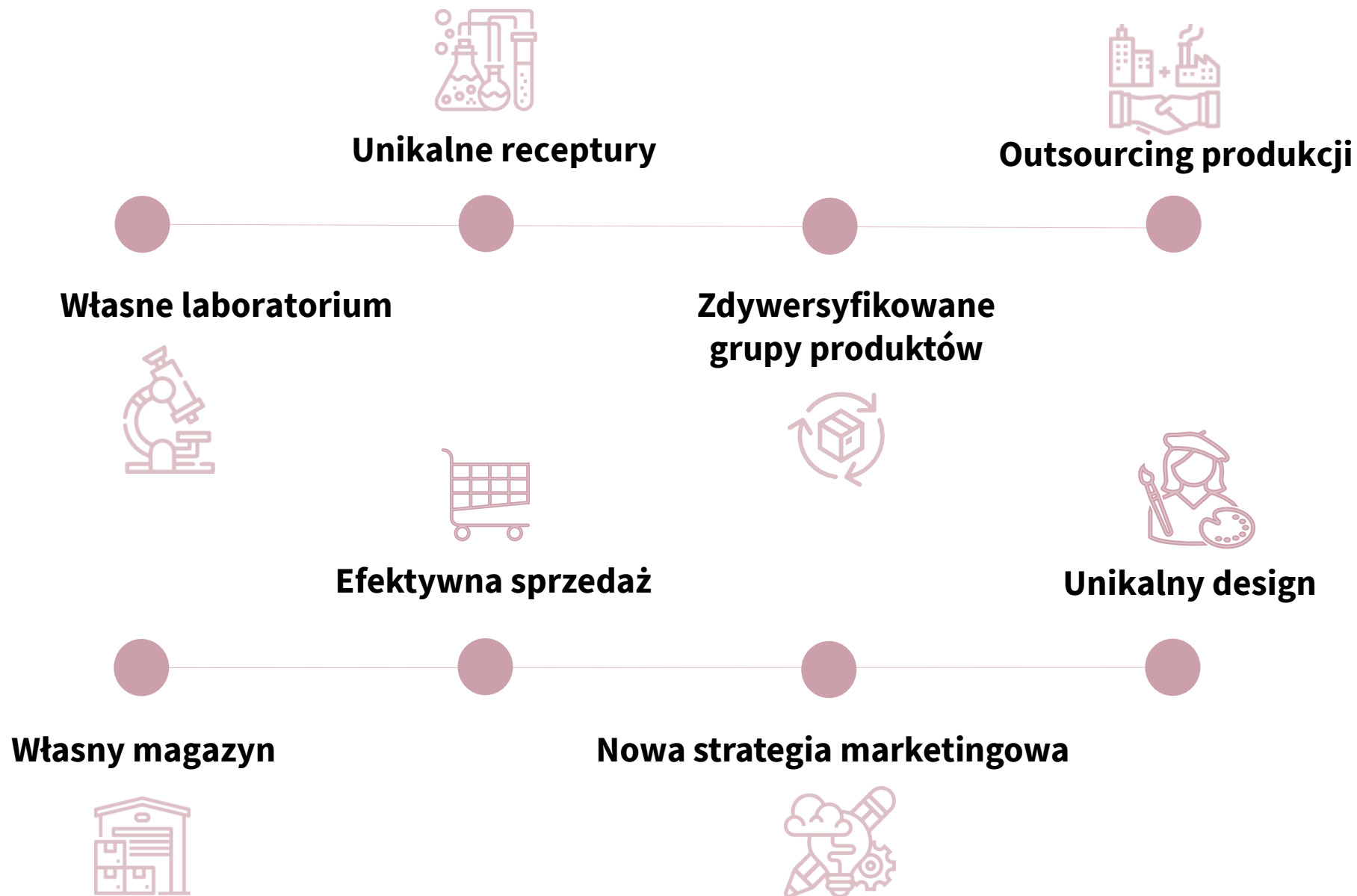
 **Paloma**

Wprowadzenie nowego brandu **dr. Leon Luster**

2022-2023

MIRACULUM

1924



Jedyna w Polsce firma z silną pozycją w 3 grupach produktowych

**KOSMETYKI BIAŁE I
DO GOLENIA
PIELĘGNACJA**

Ekonomicznie
zdywersyfikowane marki

60%
przychodów

**KOSMETYKI KOLOROWE
MAKEUP**

Ekonomicznie
zdywersyfikowane marki

13%
przychodów

PERFUMY

Ekonomicznie
zdywersyfikowane marki

27%
przychodów

MIRACULUM

1924

Własne laboratorium

**Opracowywanie własnych,
oryginalnych receptur**



**Możliwość szybkiego reagowania na
zmieniające się potrzeby
konsumentów**



Doświadczony zespół naukowców



Laboratorium Miraculum

mieści się w Krakowie, w kompleksie
Life Science Park zarządzanym przez
Jagiellońskie Centrum Innowacji

MIRACULUM

1924

Outsourcing produkcji

Z uwagi na rozmiar prowadzonej działalności i szerokie portfolio produktowe, outsourcing produkcji to najbardziej optymalne rozwiązanie dla Miraculum.

KLUCZOWE KORZYŚCI:

OGRANICZENIE KOSZTÓW
STAŁYCH

SKUTECZNE I EFEKTYWNE
REAGOWANIE NA ZMIANY
ZACHODZĄCE NA RYNKU

ROZWIJANIE KLUCZOWYCH
KOMPETENCJI FIRMY:

- _ INNOWACYJNOŚĆ
PRODUKTOWA
- _ POSZERZANIE BAZY
KLIENTÓW
- _ DZIAŁANIA MARKETINGOWE

Zdywersyfikowane kanały dystrybucji

TRADYCYJNY

Hurtownie
Drogerie stacjonarne, pośrednio
e-commerce, dropshipping
Sklepy osiedlowe

53%

przychodów

Stabilna sprzedaż mimo
zmiennych warunków rynkowych,
wzrost znaczenia dropshippingu

NOWOCZESNY

Sieci drogerii stacjonarnych i e-commerce
Dyskonty
Hipermarkety

29%

przychodów

Duży potencjał wzrostu

POZOSTAŁE

Własny e-sklep
Drogerie e-commerce
Amazon, T-mall, Kaola

4%

przychodów

**Największy potencjał
wzrostu**

**Sprzedaż do e-commerce to łącznie około 8-10%
globalnej sprzedaży**

Sieci sprzedaży

Aktualnie współpracujemy m.in. z:

DROGERIE

natura
drogerie

hebe
zdrowie i piękno

ROSSMANN

DOUGLAS

Koutigo

SUPER-PHARM



Sklepy ogólnobranżowe

E.Leclerc



SELGROS
cash & carry



Auchan

EUROCASH
CASH & CARRY

dino

Intermarché
ZIELONA GÓRA

makro

stokrotka

Biedronka
Codziennie niskie ceny

Działalność na 37 rynkach zagranicznych

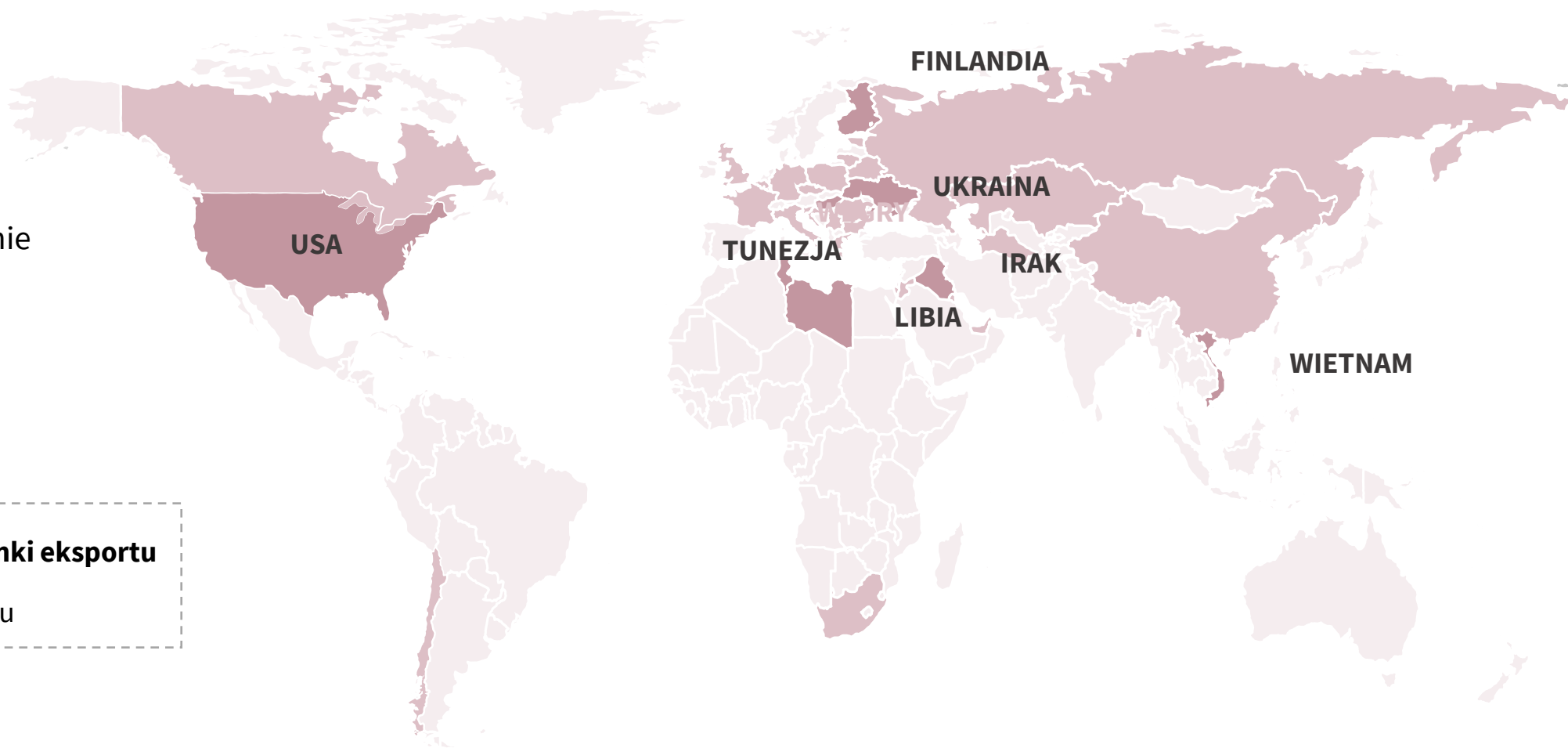
Pośrednicy
Umowy bezpośrednie

14%

przychodów

■ Kluczowe kierunki eksportu

■ Kierunki eksportu



Kluczowe kierunki eksportu

USA

2021 rok

- _ pozyskanie nowych klientów o zasięgu ogólnokrajowym
- _ kosmetyki dostępne w dwóch sieciach stacjonarnych, pierwsze dostawy w marcu
- _ Marka Chopin dostępna na platformie Amazon.com, w planach kolejne marki

 **MIRACULUM CHOPIN**
1924

Wietnam

- _ kontrakt na 3 lata – trwa rejestracja produktów

MIRACULUM
1924

tanita

*Pani
Walewska*

Ukraina

- _ umowa z siecią drogerii Prostor (429 drogerii)

*Pani
Walewska* **MIRACULUM**
1924

Finlandia

2020 rok

- _ nawiązanie współpracy z dystrybutorem kosmetyki białej

2021 rok

- _ umowa z siecią Prisma (400 sklepów)
- _ umowa z siecią największych domów towarowych Stockmann

tanita **MIRACULUM**
1924

Węgry:

2020 rok

- _ umowa z siecią Metro Węgry

GRACJA BIO
inspirowana naturą

KRAJE MENA Irak, Libia, Tunezja

JOKO MIRACULUM GRACJA  **Paloma**
1924

_04. Portfolio marek



PREMIUM


CHOPIN

MAINSTREAM

MIRACULUM
1924

*Pani
Walewska*

JOKO

WARS

 Paloma

GRACJA BIO
inspirowana naturą

tanita

ECONOMY

GRACJA

*Być
może...*

LIDER

_04. Portfolio marek

MIRACULUM

1924



GRUPA DOCELOWA

35+
Kobieta, mężczyzna



PÓŁKA CENOWA

Średni portfel



PRODUKTY

Pielęgnacja twarzy
Perfумы



WYRÓŻNIK KOMUNIKACYJNY

Ambasadorka marki:
Maja Hyży

Pani Walewska



GRUPA DOCELOWA

50+
Kobieta



PÓŁKA CENOWA

Średni portfel



PRODUKTY

Pielęgnacja twarzy
Perfумы, dezodoranty
Lakiery do włosów
Makeup



WYRÓŻNIK KOMUNIKACYJNY

Kultowa marka
50 lat na rynku
Historia Pani Walewskiej z Napoleonem Bonaparte

JOKO



GRUPA DOCELOWA

**25+
Kobieta**



PRODUKTY

**Kosmetyka kolorowa
Makeup**



PÓŁKA CENOWA

Średni portfel



WYRÓŻNIK KOMUNIKACYJNY

**Ambasadorka marki:
Joanna Jabłczyńska**

CHOPĪN



GRUPA DOCELOWA

**25+
Mężczyzna**



PRODUKTY

Wody perfumowane



PÓŁKA CENOWA

Marka premium



WYRÓŻNIK KOMUNIKACYJNY

**Unikatowe opakowanie
Zapachy tworzone przez najlepszych
francuskich perfumiarzy**

WARS



GRUPA DOCELOWA

35+
Mężczyzna



PRODUKTY

**Produkty do
golenia**



PÓŁKA CENOWA

Średni portfel



WYRÓŻNIK KOMUNIKACYJNY

**Kultowa marka dla mężczyzny
ceniącego minimalizm
i ponadczasowość**

LIDER



GRUPA DOCELOWA

45+
Mężczyzna



PRODUKTY

**Produkty do
golenia**



PÓŁKA CENOWA

Marka ekonomiczna



WYRÓŻNIK KOMUNIKACYJNY

**Kultowa marka
Specjalizacja produktowa**

Oryginalny design

Opakowania kosmetyków Miraculum wykonane są z ogromną dbałością o detale i oddają charakter produktów. Spółka współpracuje z renomowanymi biurami projektowymi.



Design opakowań marki Chopin został w całości wykonany przez pracownię Code Design (pod kierownictwem Michała Biernackiego). Ekskluzywne flakony i oryginalne pudełka sygnowane są autografem kompozytora.



Bezpośrednia konkurencja

JOKO	Paese, Inglot, Gosh, Max Factor	LIDER	Eveline, Bond, Brutal
<i>Pani Walewska</i>	Marka ponadczasowa	<i>GRACJA</i>	Lusja, Celia, Uroda
MIRACULUM 1924	Dermika, Oceanic, Bielenda, Perfecta	<i>GRACJA BIO</i> inspirowana naturą	Ziaja, Lirene, Only Bio
 CHOPIN	Tom Ford, Hugo Boss	tanita	Veet, Joanna, Perfecta
WARS	Tołpa, Nivea	 Paloma	Famona, Perfecta, Lirene
		<i>Być może...</i>	Marka ponadczasowa

MIRACULUM

1924

Wyróżniki rynkowe

Design produktów



Stosunek jakości do ceny

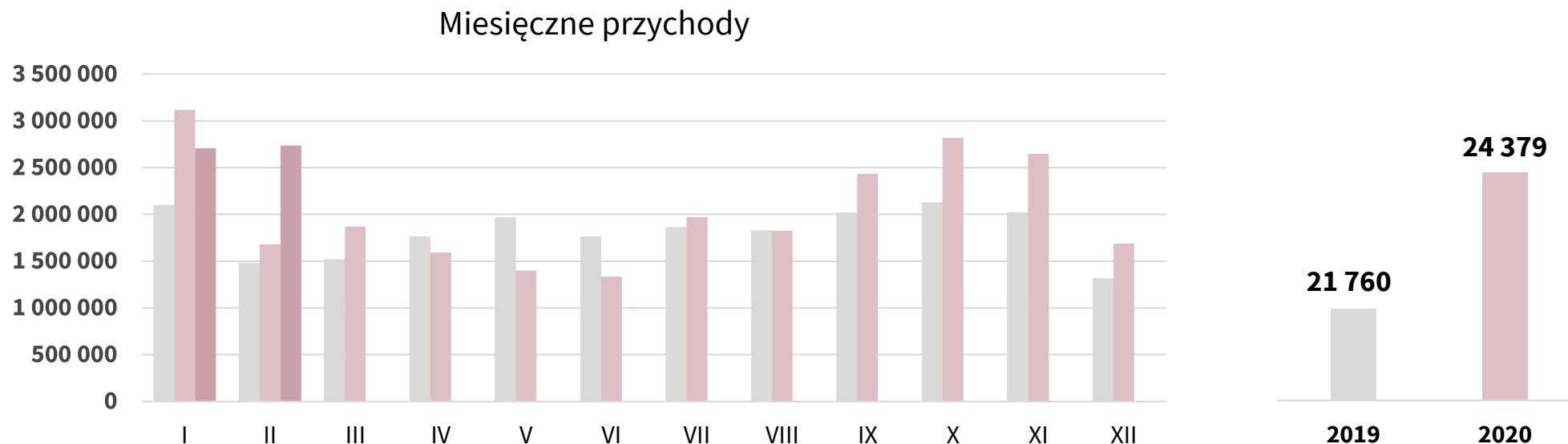


Unikalne receptury



Bogate doświadczenie

62% wzrostu sprzedaży w lutym 2021 r.



— Dynamiczny wzrost sprzedaży od IX 2020 w wyniku **poszerzenia oferty** o nowe produkty, **poszerzenia kanałów dystrybucji** (m.in. w obszarze e-commerce oraz **skutecznych działań marketingowych** (m.in. aktywna komunikacja w mediach społecznościowych, zestawy świąteczne)

— W styczniu 2020 pozyskanie nowych kontrahentów z Iraku i Libii - produkty marki **JOKO**.

— Spadek sprzedaży w środku roku jest efektem „twardego **lockdown**”.

— Wzrost w ostatnich miesiącach 2020 jest wynikiem wprowadzenia do oferty wysokomarżowych nowych serii produktów pod marką Miraculum - woda termalna, bakuchiol a w szczególności perfumerii - 4 nowe zapachy, których twarzą została **Maja Hyży** oraz wprowadzenia nowych produktów pod marką **JOKO** (palety cieni, masakry czy rozświetlacze),

MIRACULUM

1924

Udana transformacja biznesu



Efektywna współpraca z sieciami handlowymi

Wzrost miesięcznych przychodów



**Nowa strategia marketingowa
Odświeżenie wizerunku marek i grup docelowych**

Zdywersyfikowane portfolio produktów oraz kanałów dystrybucji



Efektowny model biznesowy = własne laboratoria + outsourcing produkcji



MIRACULUM

1924

BONUS DLA UCZESTNIKÓW WEBINARU

- 30 %

Kod:

MIRACULUM30

Zniżka obowiązuje w e-sklepie Miraculum.pl do 20 marca 2021 r.

MIRACULUM

1924

KONTAKT DLA MEDIÓW I INWESTORÓW

Joanna Bogusławska

j.boguslawska@innervalue.pl

+48 574 500 262