

MIRACULUM

1924

Wyniki Q1 i plany rozwoju

Prezentacja inwestorska

Maj 2021

Agenda

- _01. O spółce**
- _02. Historia**
- _03. Model biznesowy**
- _04. 2021_osiągnięcia i dalsze plany rozwoju**
- _05. Dane finansowe**
- _06. Podsumowanie**

MIRACULUM

1924

Niemal 100 lat doświadczenia



11 marek



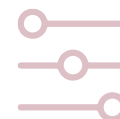
37 rynków zagranicznych



Udana transformacja biznesu



3 linie biznesowe



3 kanały dystrybucji + eksport

_02. Historia

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



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



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



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



Marki Paloma i Tanita stają się częścią Miraculum.



1924

1931

1971

1990

2001

2004

2008

2015



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.



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

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



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

_02. Historia

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

2017

Rebranding marek:
JOKO, Lider, Tanita

JOKO
LIDER
tanita

2019

Wprowadzenie nowych produktów

Rebranding marek:
Pani Walewska, Miraculum

MIRACULUM
1924

Pani Walewska

2020

Rebranding marki **WARS**

Wprowadzenie nowej serii
w **Miraculum**
asta.plankton C

Nowe linie perfum
Miraculum

Nowe wdrożenia w **JOKO**

Zaplanowany rebranding
marki **Paloma**

2021

WARS → **WAR//**

MIRACULUM
1924

JOKO

 **Paloma**

Wprowadzenie nowego
brandu **dr. Leon Luster**

2022-2023

Jedyna w Polsce firma z silną pozycją w 3 grupach produktowych

**KOSMETYKI BIAŁE I
DO GOLENIA
PIELĘGNACJA**

Ekonomicznie
zdywersyfikowane marki

54%
przychodów

**KOSMETYKI KOLOROWE
MAKEUP**

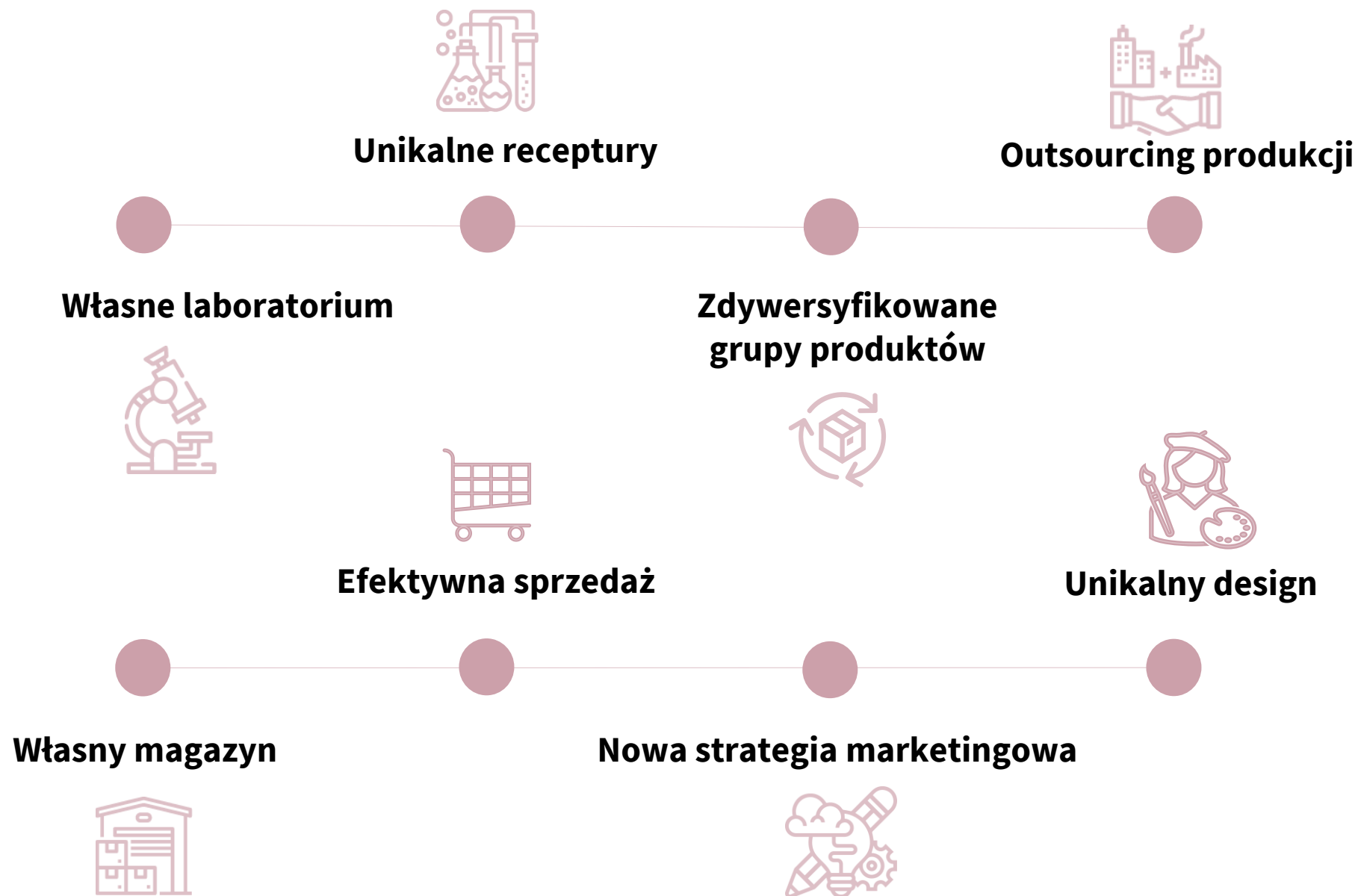
Ekonomicznie
zdywersyfikowane marki

19%
przychodów

PERFUMY

Ekonomicznie
zdywersyfikowane marki

27%
przychodów



Zdywersyfikowane kanały dystrybucji

TRADYCYJNY

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

43%

przychodów

Stabilna sprzedaż mimo
zmiennych warunków rynkowych,
wzrost znaczenia dropshippingu

NOWOCZESNY

Sieci drogerii stacjonarnych i e-commerce
Dyskonty
Hipermarkety

36%

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

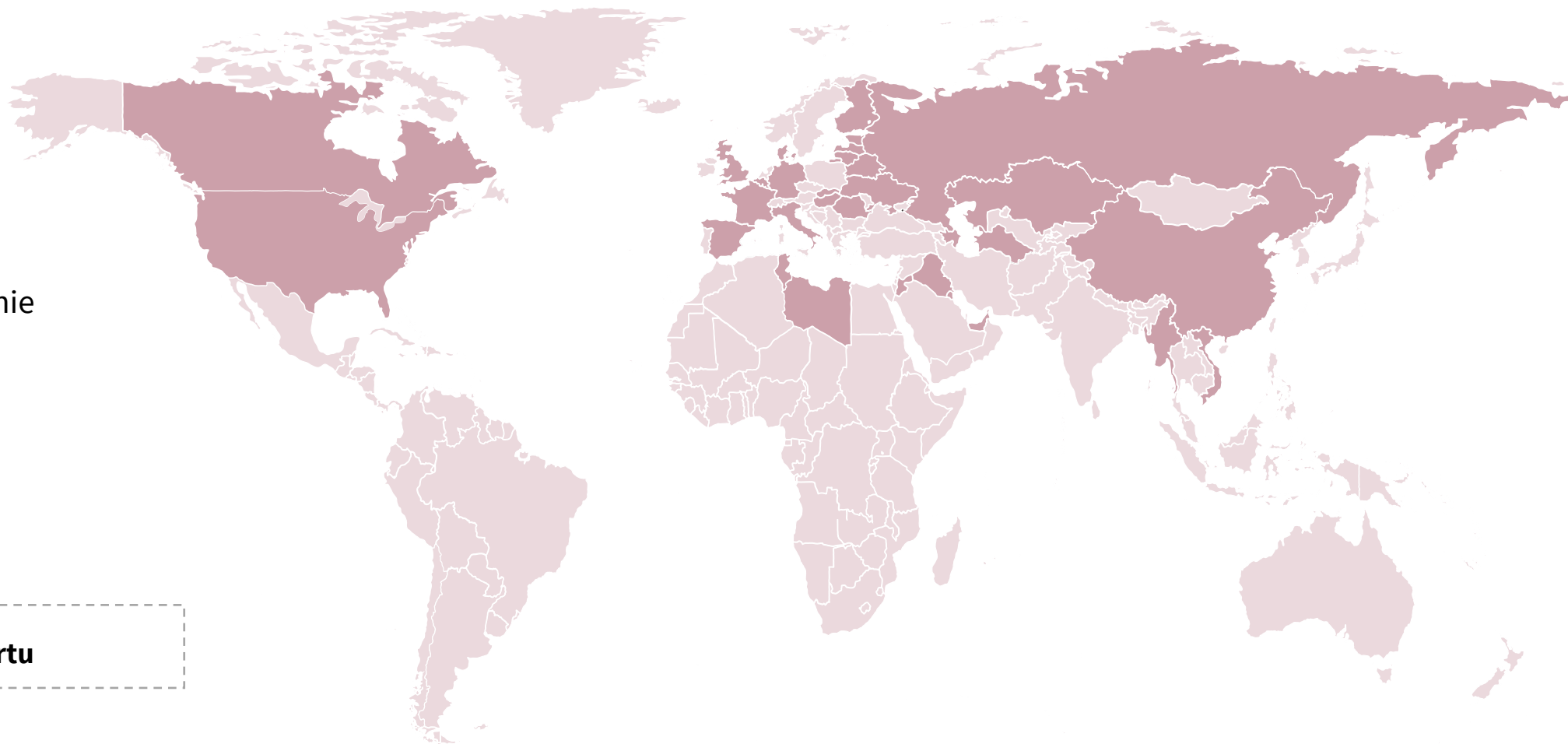
Działalność na 32 rynkach zagranicznych

Umowy bezpośrednie
Pośrednicy

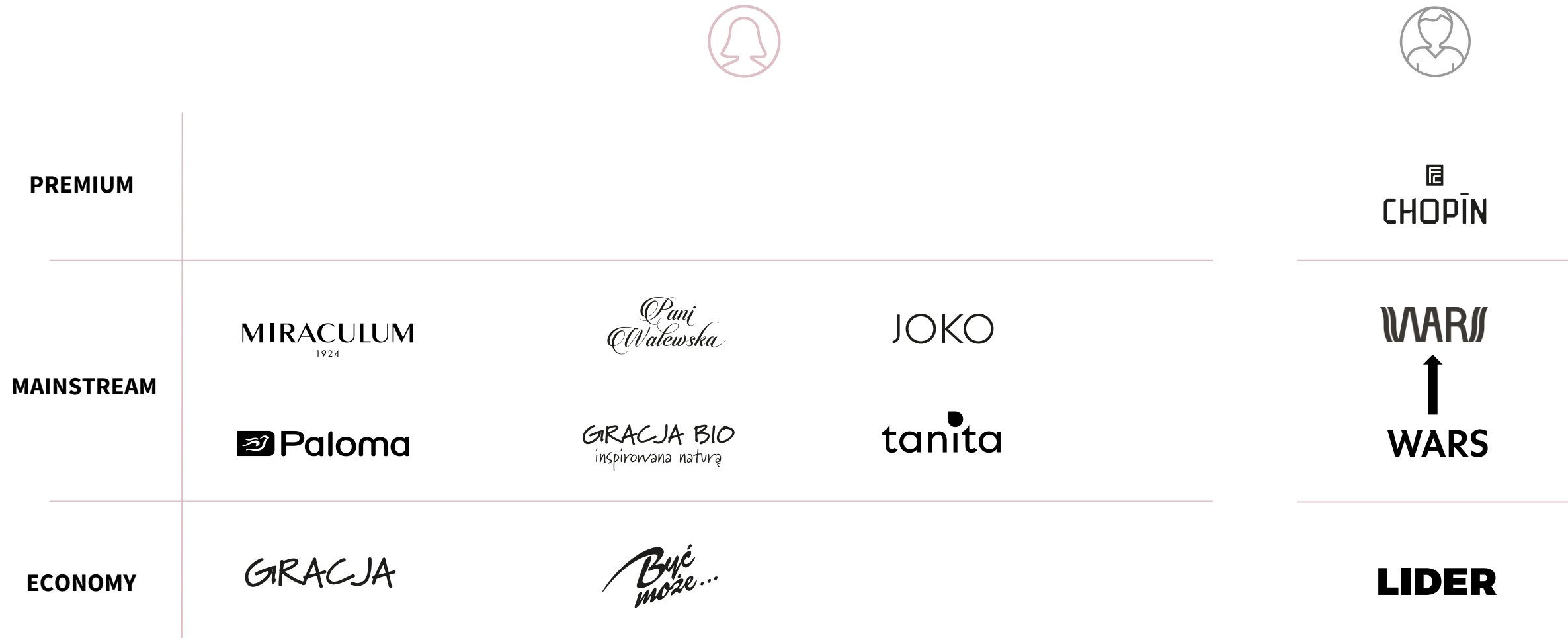
17%

przychodów

■ Kierunki eksportu



_03. Model biznesowy



MIRACULUM

1924

**2021_
OSIĄGNIĘCIA I DALSZE PLANY
ROZWOJU**

_04. Osiągnięcia i dalsze plany rozwoju



97% Składników pochodzenia naturalnego:

Aloe Vera oraz D-panthenol silnie nawilżają i koją skórę, głęboko regenerują uszkodzenia naskórka. Ferment z ryżu łagodzi zaczerwienienia.

0% Alkoholu



Aloe Vera • D-panthenol • Ferment z ryżu



_01_Rebranding marki WARS

Trwa rebranding kultowej marki kosmetycznej dla mężczyzn WARS. Na rynek trafiła już linia balsamów po goleniu w nowej odsłonie.

Nowe produkty wyróżnią się ekologicznymi opakowaniami (100% recykling), innowacyjnymi formułami i wegańską recepturą, zgodne z najnowszymi, kosmetycznymi trendami.

Logo marki przybiera inną formę, nawiązując do projektu wybitnego, polskiego artysty-grafika Karola Śliwki.

Marka kieruje komunikację do młodsze pokolenia. Priorytetem jest zbudowanie optymalnego asortymentu, który pomoże zbudować przewagę na bardzo konkurencyjnym rynku.



	DATA PREMIERY	Balsamy po goleniu już w sprzedaży, systematyczne wprowadzanie nowych produktów
	GRUPA DOCELOWA	20- 45 Mężczyzna
	PÓŁKA CENOWA	Podniesienie półki cenowej na Średni portfel/marka premium
	KANAŁY DYSTRYBUCJI	Tradycyjny i nowoczesny (nowoczesny traktowany priorytetowo)
	WYRÓŻNIK RYNKOWY	Nowy design, style retro (Powrót projektu Karola Śliwki), nowa receptura eko,vege
	AMBASADOR MARKI	Znana osobowość ze świata show-biznesu – trwa finalizacja umowy

_01_Rebranding marki WARS

70_s



WARS

Experf for men
Since 1972

_02_Nowa seria kosmetyków pod marką Miraculum

MIRACULUM

1924

C | asta. plankton

NOWA GENERACJA PIELĘGNACJI SKÓRY

Już w czerwcu br marka Miraculum powiększy się o nową linię kosmetyków asta.plankton C.

To profesjonalna odmładzająca kuracja skóry, bogata w naturalne składniki aktywne:

• ekstrakt z planktonu • stabilna witamina C • hydrolat z pomarańczy



Żel do mycia
i demakijażu
twarzy

200 ml

Peeling
mikrodermabrazja

100 ml

Krem-żel
dzień/noc

50 ml

Krem-maska
noc

50 ml

Aktywne
serum-booster
do twarzy

30 ml

Rozświetlające
serum-balsam
pod oczy

20 ml

Shot
koncentrat
do twarzy

10 ml

_02_Nowa seria kosmetyków pod marką Miraculum

	DATA PREMIERY	II poł. czerwca
	GRUPA DOCELOWA	20- 45 Kobieta
	PÓŁKA CENOWA	Średni portfel/marka premium
	KANAŁY DYSTRYBUCJI	Tradycyjny i nowoczesny (nowoczesny traktowany priorytetowo)
	WYRÓŻNIK RYNKOWY	Innowacyjna, naturalna receptura, unikatowy produkt na rynku

C | **asta.**
plankton



_04. Osiągnięcia i dalsze plany rozwoju



03 Nowa linia perfum Miraculum

4 unikatowe zapachy dla kobiet o zróżnicowanych nutach zapachowych.

Linie cechuje różnorodność – każda klientka znajdzie coś dla siebie

Cena rekomendowana: 54,90 zł

Pojemność: 50 ml



_04. Osiągnięcia i dalsze plany rozwoju



03 Nowa linia perfum Miraculum

4 unikatowe zapachy dla mężczyzn o zróżnicowanych nutach zapachowych.

Linie cechuje różnorodność – każdy klient znajdzie coś dla siebie

Cena rekomendowana: 54,90 zł

Pojemność: 50 ml



_03_Nowa linia perfum Miraculum

	DATA PREMIERY	Czerwiec/lipiec
	GRUPA DOCELOWA	18-45 Kobieta, mężczyzna
	PÓŁKA CENOWA	Średni portfel
	KANAŁY DYSTRYBUCJI	Nowoczesny
	WYRÓŻNIK RYNKOWY	8 zmysłowych, kobiecych i męskich linii zapachowych



_04_JOKO - wdrożenie nowych produktów w tym linii VEGE

NOWOŚCI

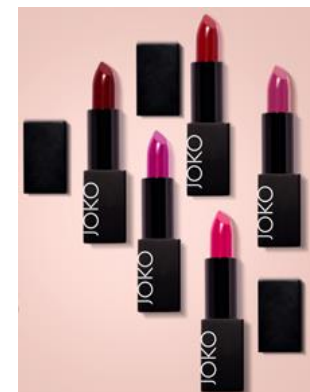
Portfolio marki JOKO powiększy się o nowe produkty w tym linię vege.

Linia vege oprócz innowacyjnego składu wyróżni się ekologicznymi opakowaniami z trzciny cukrowej.



_04_JOKO - wdrożenie nowych produktów w tym linii VEGE

	DATA PREMIERY	Jesień 2020
	GRUPA DOCELOWA	18-45 Kobieta
	PÓŁKA CENOWA	Średni portfel
	KANAŁY DYSTRYBUCJI	Nowoczesny, rozmowy z sieciami na temat wyłączności
	WYRÓŻNIK RYNKOWY	Linia VEGE odpowiada na rynkowe trendy: ekologiczny skład, opakowania z trzciny cukrowej
	AMBASADOR MARKI	Joanna Jabłczyńska + zaangażowanie innych influencerów

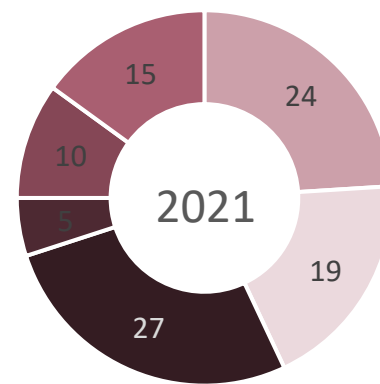


Wyniki po IQ: 11 proc. wzrost przychodów r/r

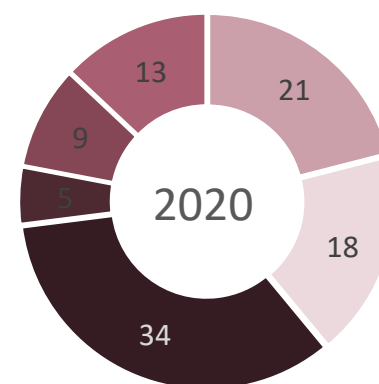
Wybrane dane finansowe	Q1 2020	Q1 2021
Przychody ze sprzedaży	6 666 226	7 412 249
Zysk / strata z działalności operacyjnej	-810 093	-538 385
Zysk / strata brutto	-876 555	-647 263
Zysk / strata netto	-979 904	-731 021

Wyniki po IQ: sprzedaż produktów

SPRZEDAŻ PRODUKTÓW MIRACULUM				
Grupa asortymentowa	1.01.2021 – 31.03.2021		1.01.2020 – 31.03.2020	
	Wartość (zł)	%	Wartość (zł)	%
Kosmetyki do i po goleniu	1 802 970,41	24	1 401 120,16	21
Kosmetyki do makijażu	1 389 509,73	19	1 184 427,09	18
Perfumeria	1 971 330,39	27	2 273 843,95	34
Pielęgnacja ciała	362 096,89	5	365 995,36	5
Pielęgnacja twarzy	718 622,50	10	604 108,34	9
Pozostałe	1 167 719,26	15	836 730,76	13
Łącznie	7 412 249,18	100	6 666 225,66	100



- Kosmetyki do i po goleniu
- Perfumeria
- Pielęgnacja twarzy



- Kosmetyki do makijażu
- Pielęgnacja ciała
- Pozostałe

Wyniki po IQ: komentarz

__ Przychody spółki ze sprzedaży w **Q1 2021 roku wzrosły o 11 % w porównaniu Q1 2020.**

__ **Największe nominalne wzrosty sprzedaży w Q1 2021 roku wygenerowała marka Miraculum.** Było to możliwe dzięki konsekwentnemu rozwojowi oferty produktowej oraz nowościom, które spotkały się z uznaniem klientek.

__ **Na początku 2021 roku wzmocniono kategorię produktów do makijażu twarzy.** Kluczowe znaczenie odegrało wprowadzenie kolekcji pudrów sypkich w marce JOKO: TRANSPARENT, ILLUMINATING, BAMBOO oraz RICE. **Pomimo panującej epidemii, kosmetyki do makijażu odnotowały wartościowy wzrost sprzedaży r/r.**

__ IQ 2021 r. to także **początek prac nad zapowiadany rebrandingiem marki WARS.**

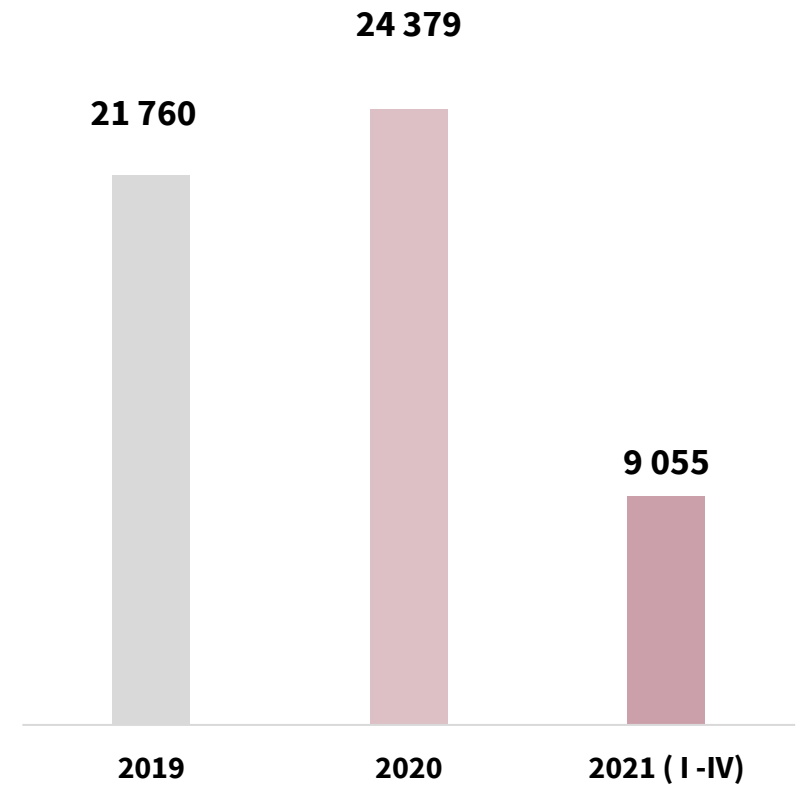
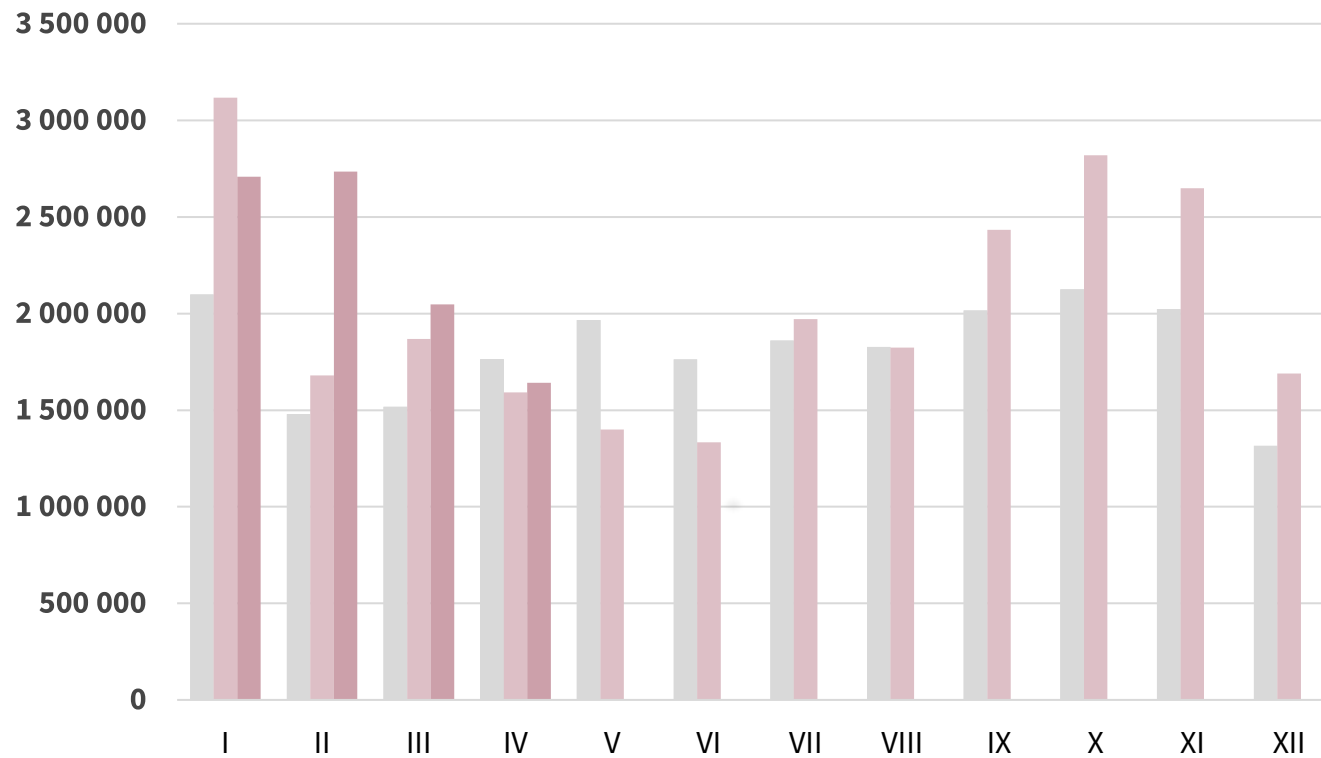
__ Na wzrost sprzedaży w IQ 2021 r. **pozytywnie wpłynął rozwój działań w ramach digital marketing.** Kampanie wizerunkowe w google ads oraz Social Mediach przyczyniły się do wzrostu świadomości marek wchodzących w skład portfolio Miraculum S.A. Dodatkowo znane i lubiane osoby ze świata show-biznesu promują kosmetyki Spółki, co wpłynęło na pozytywny ich odbiór wśród naszych potencjalnych klientów.

__ **Istotny wzrost przychodów ze sprzedaży nastąpił do Klientów sieciowych – wzrost o ponad 45% r/r.** W IQ 2021 r. przeprowadzono akcje sprzedażowe z największymi w Polsce sieciami drogowymi Rossmann i SuperPharm czy sieciami dyskontowymi LIDL i ALDI, Spółka poszerzyła stale listingi produktów on-line i off-line m.in. w drogerii HEBE, Kontigo czy Natura. Zakładamy kontynuację trendu zwiększania listingów i przychodów w tym kanale w kolejnych kwartałach

__ **Rozwój eksportu w w IQ 2021 r.:** podpisanie umów z odbiorcami m.in. w Hiszpanii, na Ukrainie na sprzedaż nowych produktów z oferty Spółki (kosmetyki Miraculum, Gracja Bio) Trwają rozmowy z kolejnymi klientami w kilkunastu krajach, w tym Maroko, Pakistan, Wietnam, Tajlandia, które w krótkim czasie powinny być sfinalizowane i przyczynić się do wzrostu sprzedaży.

Systematyczne wzrosty sprzedaży

Miesięczne przychody



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 31 maja 2021 r.

MIRACULUM

1924

KONTAKT DLA MEDIÓW I INWESTORÓW

Joanna Bogusławska

j.boguslawska@innervalue.pl

+48 574 500 262