

MIRACULUM

1924

Wyniki I półrocza i plany rozwoju

Prezentacja inwestorska

Wrzesień 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



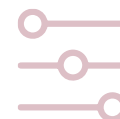
37 rynków zagranicznych



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.



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



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 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**

2021

WARS → **WAR**

MIRACULUM
1924

JOKO

 **Paloma**

Wprowadzenie nowego
brandu **dr. Leon Luster**

Zaplanowany rebranding
marki **Paloma**

2022-2023

Jedyna w Polsce firma z silną pozycją w 3 grupach produktowych

**KOSMETYKI BIAŁE I
DO GOLENIA
PIELĘGNACJA**

Ekonomicznie
zdywersyfikowane marki

40%
przychodów

**KOSMETYKI KOLOROWE
MAKEUP**

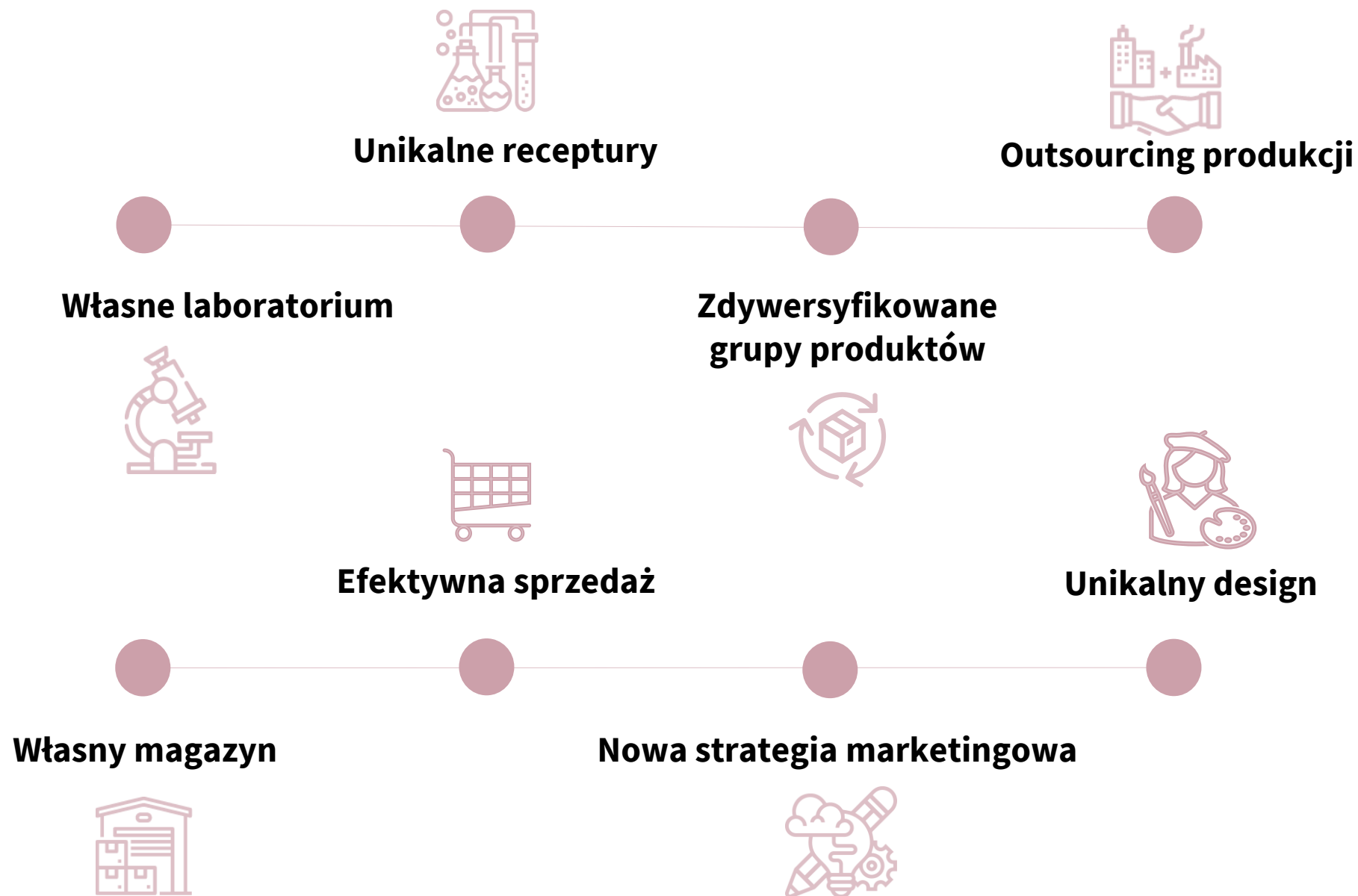
Ekonomicznie
zdywersyfikowane marki

15%
przychodów

PERFUMY

Ekonomicznie
zdywersyfikowane marki

29%
przychodów



Zdywersyfikowane kanały dystrybucji

TRADYCYJNY

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

45%

przychodów

Stabilna sprzedaż mimo
zmiennych warunków rynkowych,
wzrost znaczenia dropshippingu

NOWOCZESNY

Sieci drogerii stacjonarnych i e-commerce
Dyskonty
Hipermarkety

30%

przychodów

Duży potencjał wzrostu

POZOSTAŁE

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

6%

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

Dealz

Biedronka
Codziennie niskie ceny

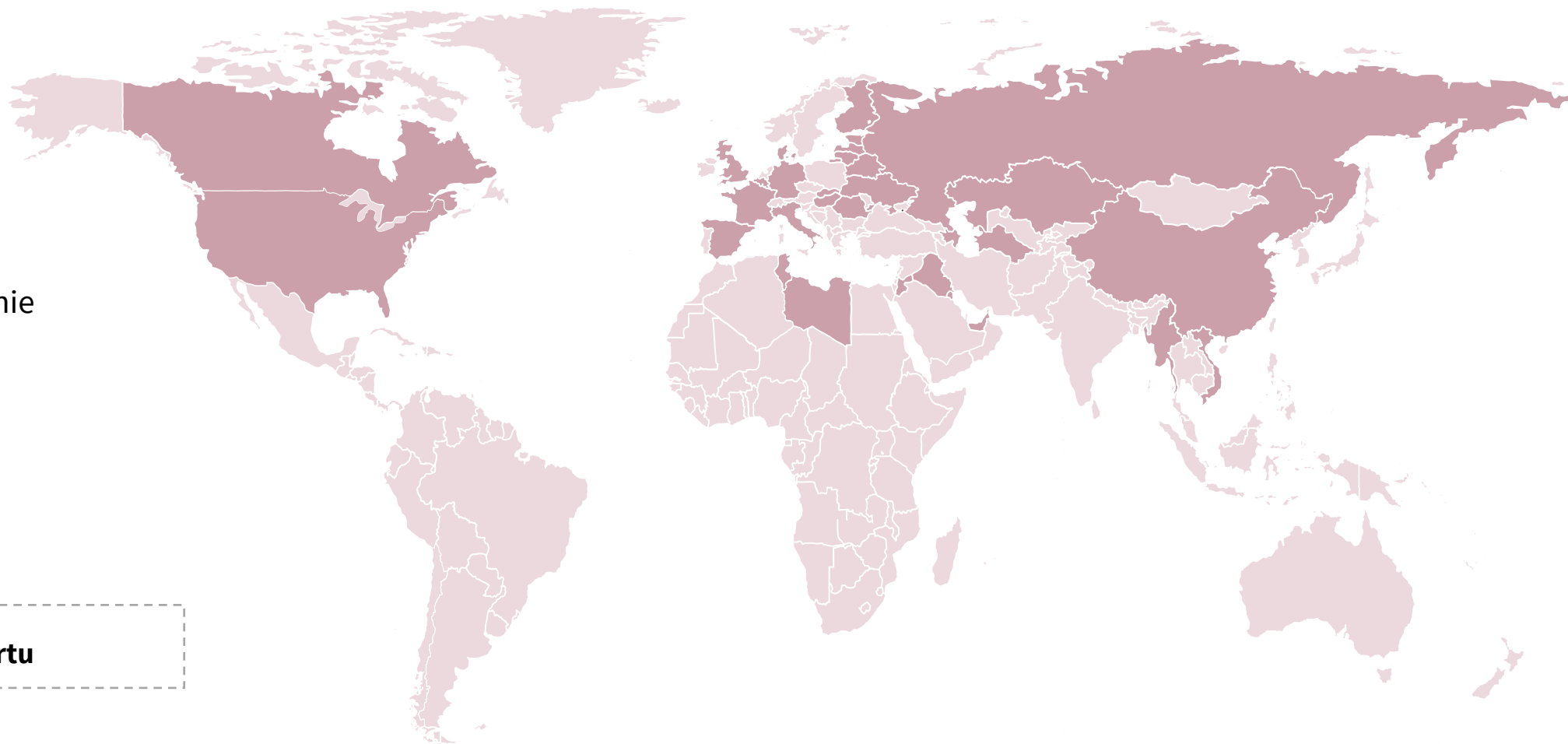
Działalność na 32 rynkach zagranicznych

Umowy bezpośrednie
Pośrednicy

19%

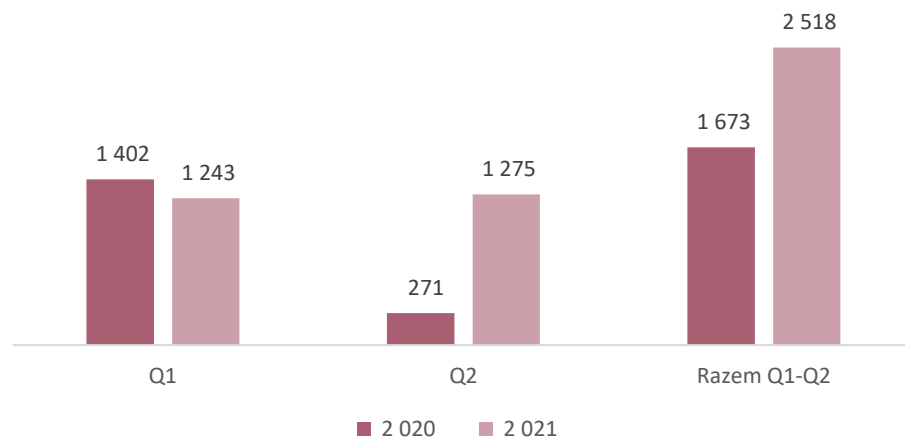
przychodów

 Kierunki eksportu

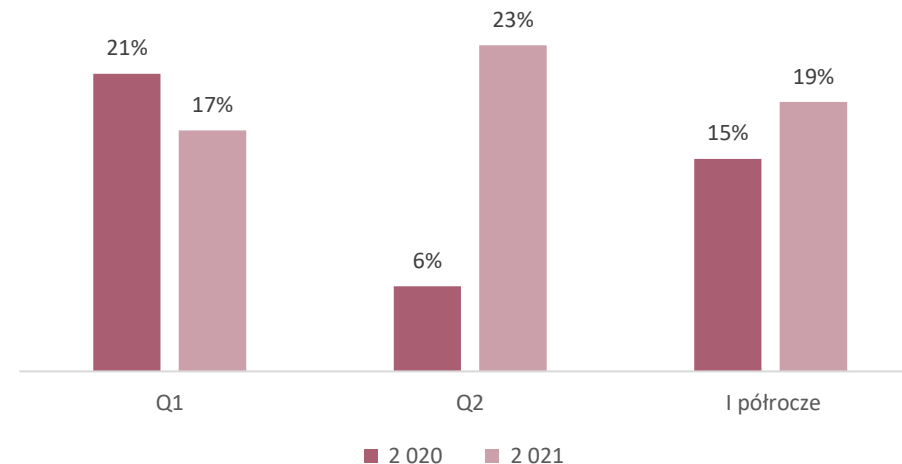


Sprzedaż na Export w I półroczu 2021

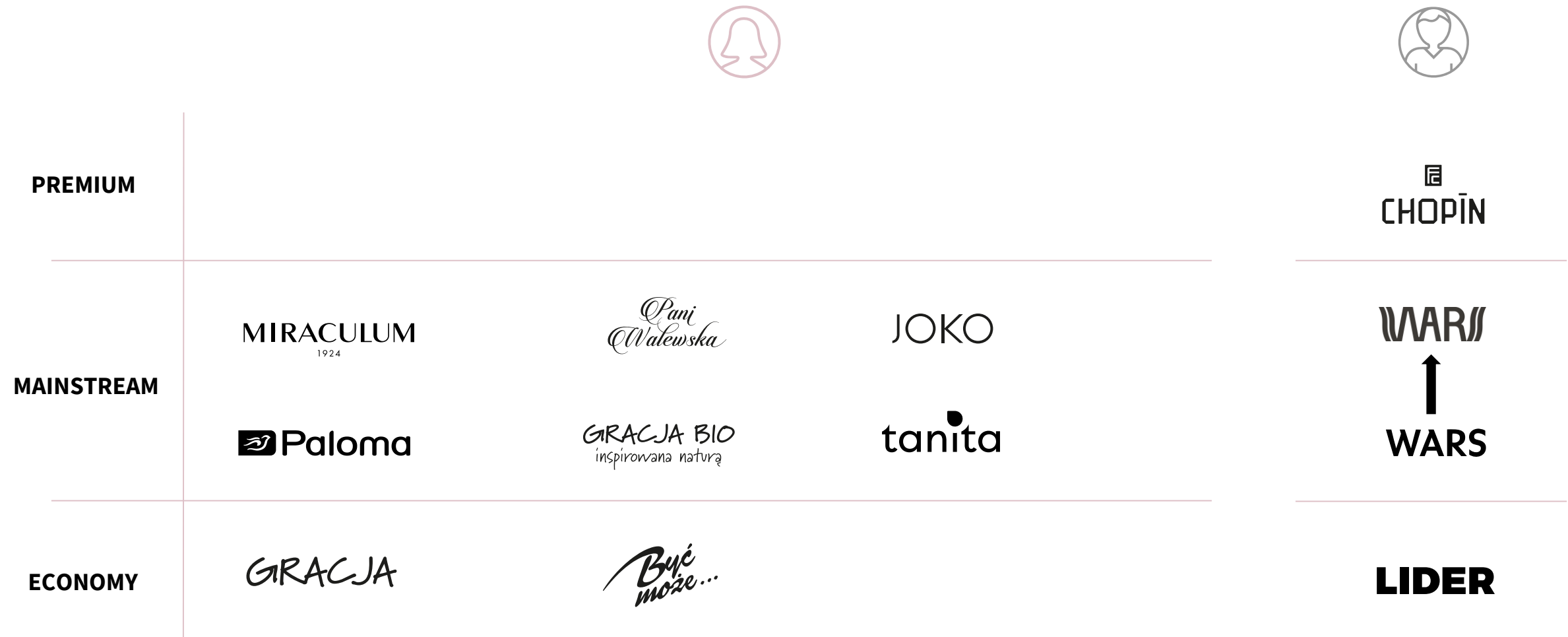
Sprzedaż na Export [tys. zł]



Udział % Exportu w sprzedaży Total



_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 młodszego pokolenia. Priorytetem jest zbudowanie optymalnego asortymentu, który pomoże zbudować przewagę na bardzo konkurencyjnym rynku.



_01_Rebranding marki WARS

	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 – Mikołaj Roznerski

WARS

Zacznij działać! Po męsku!

Kultowa marka od 1972
Wybierz swój balsam po goleniu,
nowoczesne receptury:
ORZEŻWIENIE, NAWILŻENIE, UKOJENIE.





ekologiczne opakowania



wegańskie receptury



Ambasador marki WARS

_02_Nowa seria kosmetyków pod marką Miraculum



Marka Miraculum rozszerzyła portfolio 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

_03_Nowa seria kosmetyków pod marką Tanita



Marka Tanita rozszerzyła portfolio o nową linię kosmetyków VEGE, które posiadają prestiżowy certyfikat ECOCERT

• ekologiczne opakowania • vegan friendly • bogactwo składników naturalnych



Krem do depilacji ciała z aktywnym węglem drzewnym



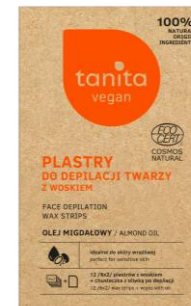
Krem do depilacji ciała pod prysznic, z gliną koalinową i machą



Naturalny wosk do depilacji roll on



Plastry do depilacji ciała i twarzy z woskiem



Naturalny wosk do depilacji twarzy i ciała



_04_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



_04_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



_04_Nowa linia perfum Miraculum

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



05 JOKO - wdrożenie nowych produktów w tym linii VEGE



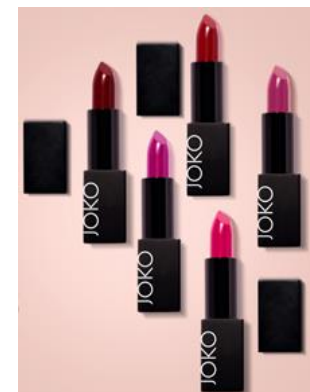
Portfolio marki JOKO powiększy się o nowe produkty w tym linię vege.

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



_05_JOKO - wdrożenie nowych produktów w tym linii VEGE

	DATA PREMIERY	Jesień 2021
	GRUPA DOCELOWA	18-45 Kobieta
	PÓŁKA CENOWA	Średni portfel
	KANAŁY DYSTRYBUCJI	Nowoczesny kanał dystrybucji
	WYRÓŻNIK RYNKOWY	Linia VEGE odpowiada na rynkowe trendy: ekologiczny skład, opakowania z trzciny cukrowej
	AMBASADOR MARKI	zaangażowanie influencerów

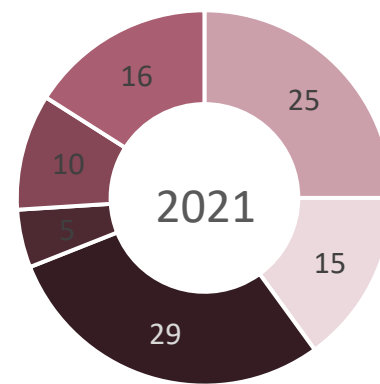


Wyniki po I półroczu: 18 proc. wzrost przychodów r/r

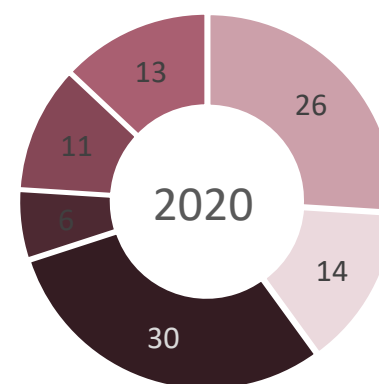
Wybrane dane finansowe	I półrocze 2020	I półrocze 2021
Przychody ze sprzedaży	10 993 029	12 980 978
Zysk / strata z działalności operacyjnej	(1 245 358)	(1 579 475)
Zysk / strata brutto	(1 436 962)	(1 827 820)
Zysk / strata netto	(1 841 358)	(2 522 022)

Wyniki po I półroczu: sprzedaż produktów

SPRZEDAŻ PRODUKTÓW MIRACULUM				
Grupa asortymentowa	1.01.2021 – 30.06.2021		1.01.2020 – 30.06.2020	
	Wartość (zł)	%	Wartość (zł)	%
Kosmetyki do i po goleniu	3 281 518,85	25	2 847 371,10	26
Kosmetyki do makijażu	1 925 081,64	15	1 557 688,13	14
Perfumeria	3 755 790,00	29	3 268 591,35	30
Pielęgnacja ciała	596 693,31	5	669 869,80	6
Pielęgnacja twarzy	1 301 487,63	10	1 155 350,65	11
Pozostałe	2 120 406,31	16	1 494 157,89	13
Łącznie	12 980 977,74	100	10 993 028,91	100



- Kosmetyki do i po goleniu
- Perfumeria
- Pielęgnacja twarzy



- Kosmetyki do makijażu
- Pielęgnacja ciała
- Pozostałe

Wyniki po I półroczu: komentarz

Przychody spółki ze sprzedaży w I półroczu 2021 roku wzrosły o 18 % w porównaniu I półrocza 2020.

Największe nominalne wzrosty sprzedaży w I półroczu 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.**

I półrocze 2021 r. to także początek prac nad zapowiadany rebrandingiem marki WARS.

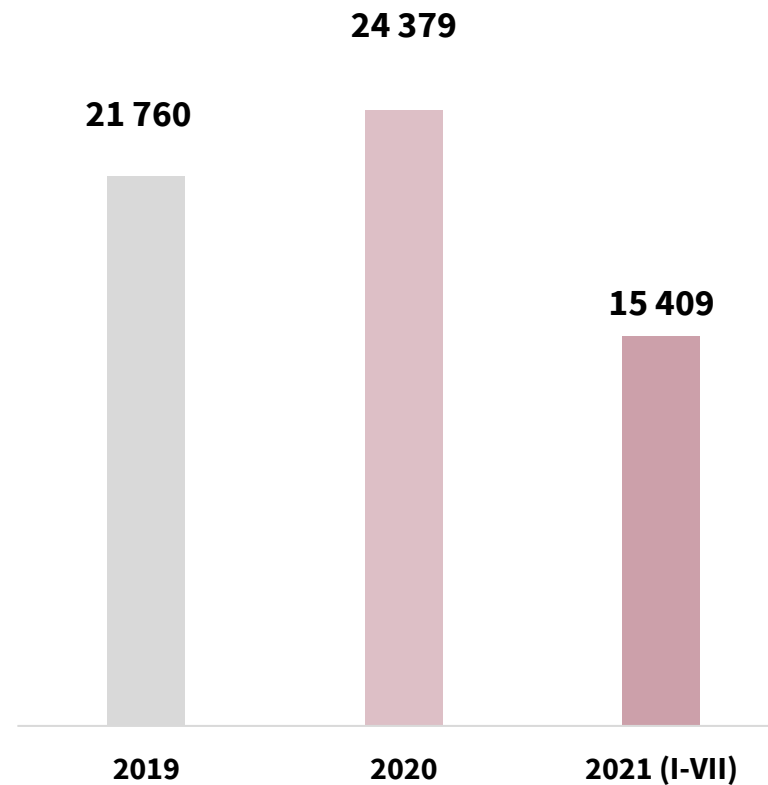
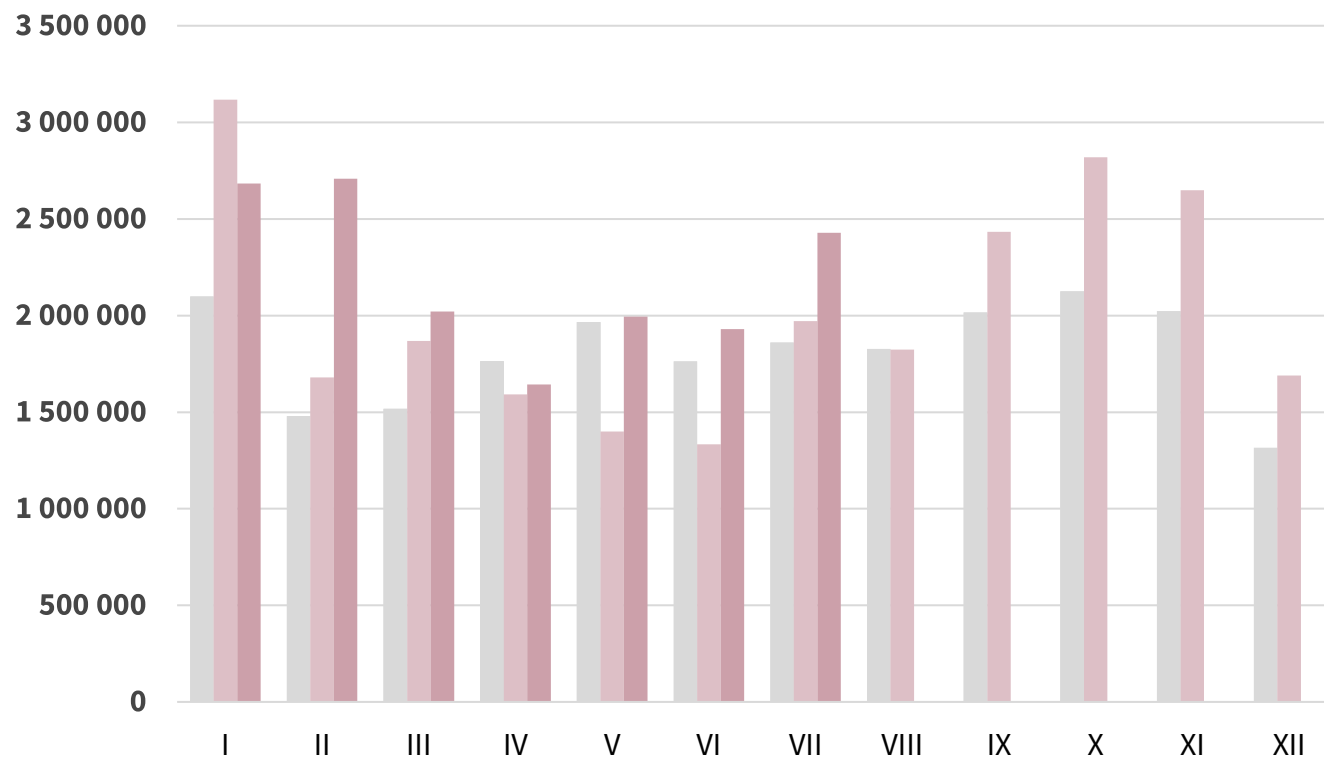
Na wzrost sprzedaży w I półroczu 2021 r. pozytywnie wpłynął rozwój działań w ramach digital marketing. Kampanie wizerunkowe w google ads oraz Social Mediach przyczyniły się do wzrostu świadomości marek wchodzących w skład portflio Miraculum S.A. Dodatkowo znane i lubiane osoby ze świata show-biznesu 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 19% r/r. W I półroczu 2021 r. przeprowadzono akcje sprzedażowe z największymi w Polsce sieciami drogerijnymi 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, sieć Dealz z grupy PEPCO czy Natura. Zakładamy kontynuację trendu zwiększania listingów i przychodów w tym kanale w kolejnych kwartałach. W lipcu b.r. marka Pani Walewska została doceniona przez największą na świecie perfumierię on-line NOTINO, która wprowadziła perfumy do swojej oferty. Reakcja Klientów przerosła nasze oczekiwania a pierwsze zatowarowanie zostało wyprzedane w ciągu kilku dni.

Rozwój eksportu w I półroczu 2021 r.: wzrost sprzedaży o ponad 50%, dostawy do nowych odbiorców m.in. w USA (dwie duże sieci domów towarowych), w Hiszpanii (sieć sklepów drogeryjnych), Finlandii, Wielkiej Brytanii, Tajlandii, na Litwie i Łotwie (sieć apteczna). Trwają rozmowy z kolejnymi klientami w kilkunastu krajach, w tym Pakistanie, Bangladeszu, Kuwejcie, Gruzji. Na III i IV kwartał duże, zakontraktowane dostawy do Rosji i KSA.

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 30 września 2021 r.

MIRACULUM

1924

KONTAKT DLA MEDIÓW I INWESTORÓW

Joanna Bogusławska

j.boguslawska@innervalue.pl

+48 574 500 262