

MIRACULUM

1924

Wyniki Q1 - Q3 i plany rozwoju

Prezentacja inwestorska

Listopad 2021

Agenda

_01. O spółce

_02. Historia

_03. Model biznesowy Dane finansowe

_04. Dane finansowe

_05. 2021_osiągnięcia i dalsze plany rozwoju

_06. Podsumowanie

https://zoom.us/webinar/register/WN_JeJBbk_nQvaFRQqwnbPy5A

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.



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 Bioxilift® 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
CHOPĪN

Wprowadzenie nowych produktów

Rebranding marek:
Pani Walewska, MIRACULUM

2020

MIRACULUM
1924
Pani Walewska

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

Wdrożenia w markach:

MIRACULUM anti-age,
WARS, CHOPIN, JOKO

Wprowadzenie nowego brandu **dr Leon Luster**

Zaplanowany rebranding marki **Paloma**

2022-2023

MIRACULUM
1924
WAR
CHOPĪN
Paloma
JOKO

Jedyna w Polsce firma z silną pozycją w 3 grupach produktowych

**KOSMETYKI BIAŁE
DO GOLENIA
PIELĘGNACJA**

Ekonomicznie
zdywersyfikowane marki

35%

przychodów

**KOSMETYKI KOLOROWE
MAKEUP**

Ekonomicznie
zdywersyfikowane marki

17%

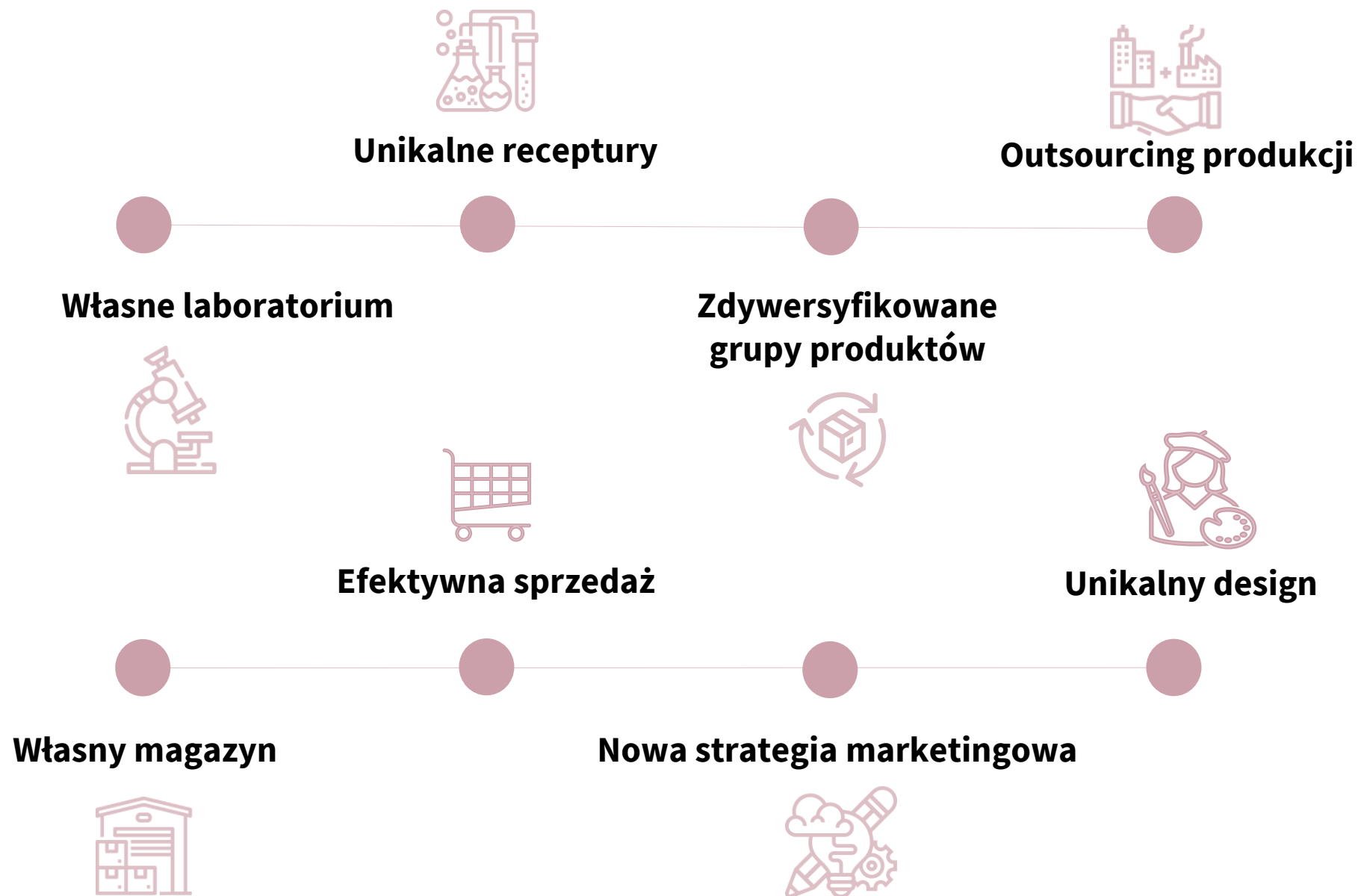
przychodów

PERFUMY

Ekonomicznie
zdywersyfikowane marki

30%

przychodów



Zdywersyfikowane kanały dystrybucji

TRADYCYJNY

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

38%

przychodów

Stabilna sprzedaż mimo zmiennych
warunków rynkowych, wzrost
znaczenia dropshippingu

NOWOCZESNY

Sieci drogerii stacjonarnych i e-commerce
Dyskonty
Hipermarkety

38%

przychodów

Duży potencjał wzrostu

POZOSTAŁE

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

5%

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

Kaufland

SELGROS
cash & carry



Auchan

EUROCASH
CASH & CARRY

dino

Intermarché
ZIELONA GÓRA

makro

stokrotka

Dealz

Biedronka
Codziennie niskie ceny

Sieci sprzedaży

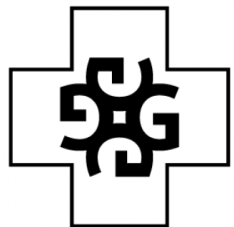
Aktualnie współpracujemy m.in. z:

Drogerie i sklepy internetowe (e-commerce)

PRIMAVERA
PARFUM

NOTINO

amazon



Apteka
Gemini



考拉海购



Działalność na 37 rynkach zagranicznych

Umowy bezpośrednie
Pośrednicy

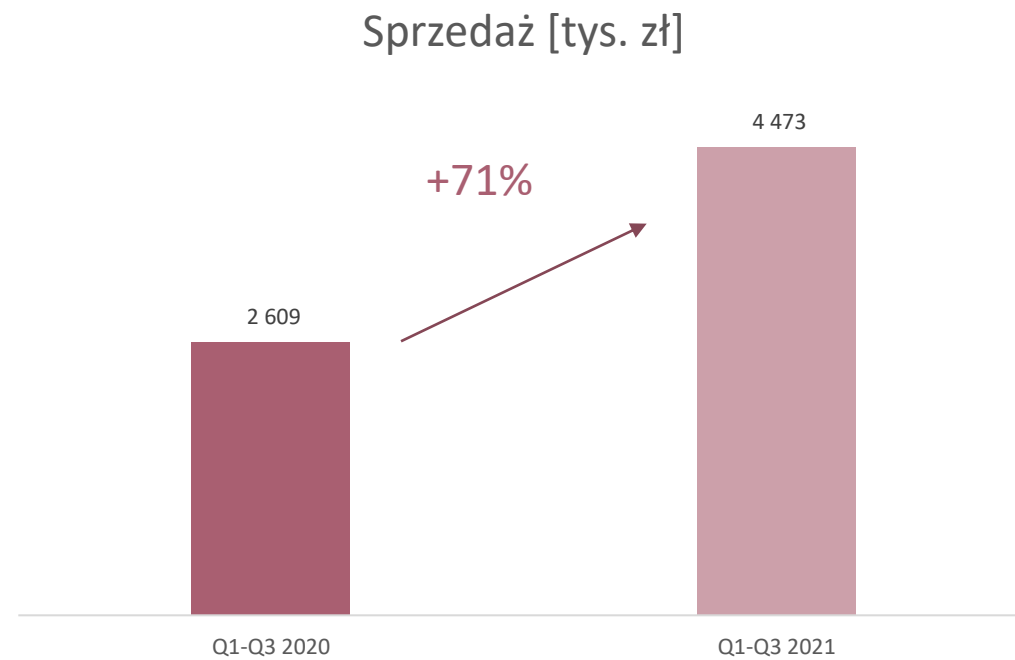
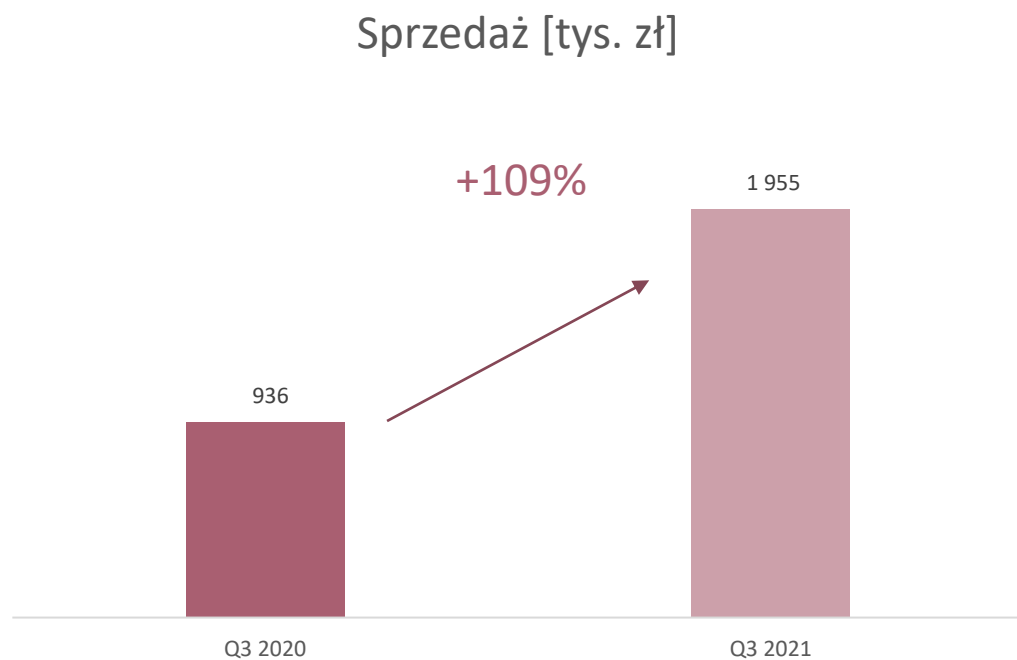
19%

przychodów

■ Kierunki eksportu



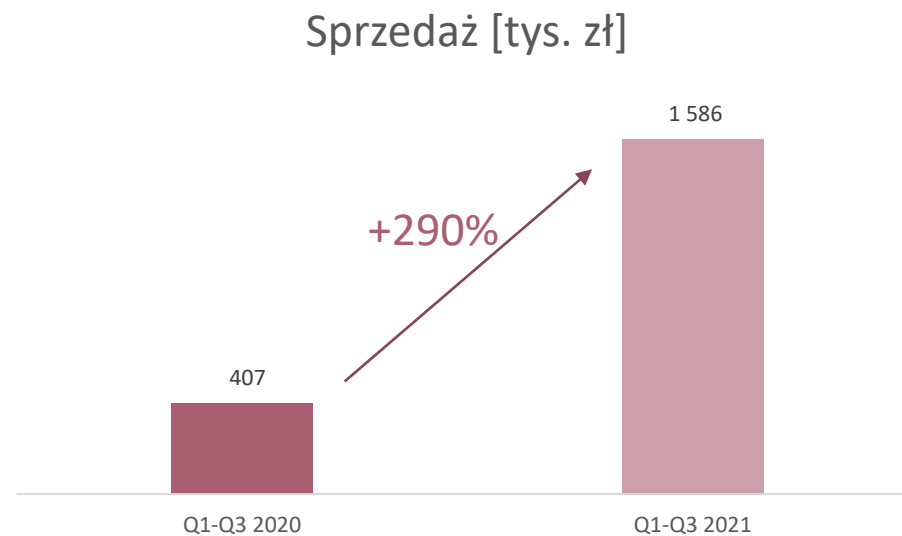
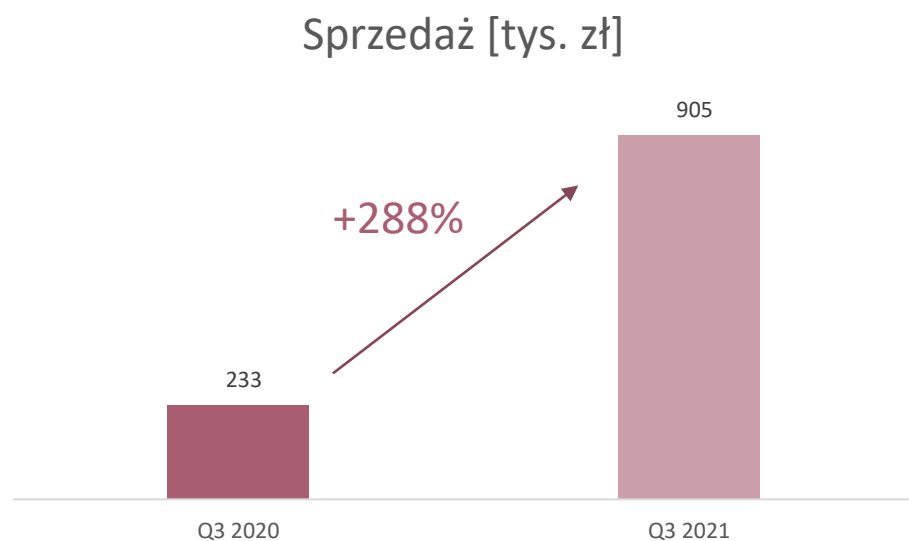
Sprzedaż na Export w Q1-Q3 2021



_07_EXPORT – Federacja Rosyjska



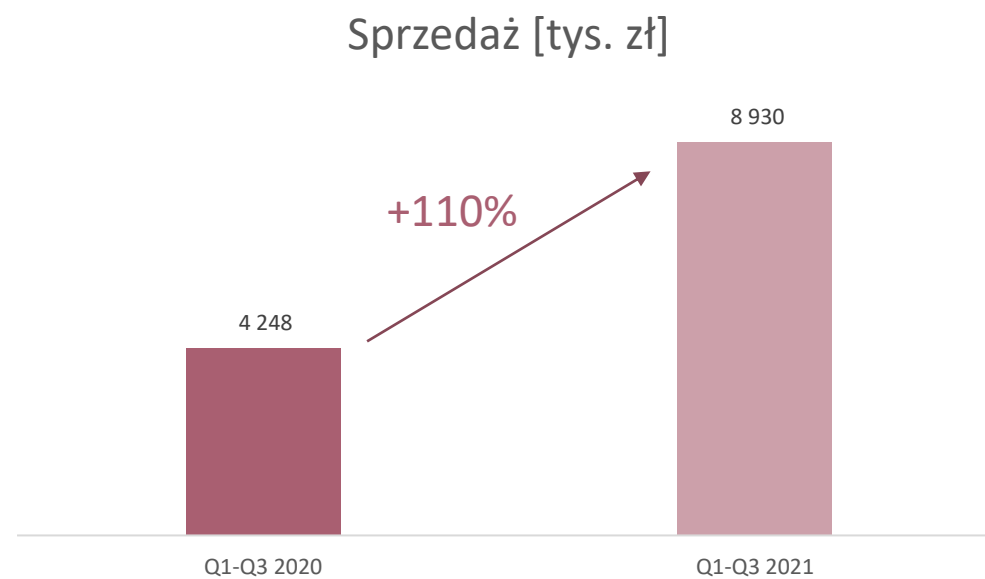
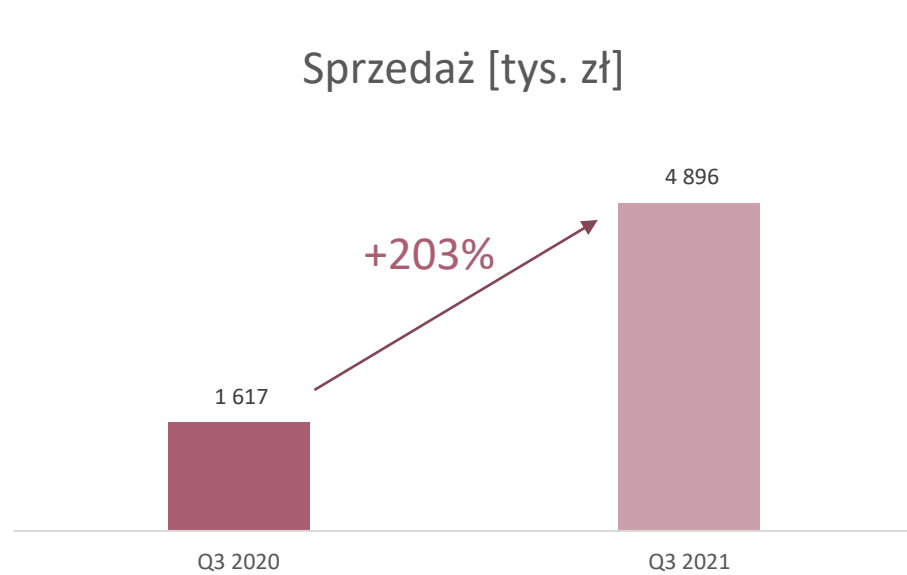
Sprzedaż do Rosji w Q1-Q3 2021



Targi The Beautyworld Middle East w Dubaju



Sprzedaż w KANALE NOWOCZESNYM w Q1-Q3 2021





Kontigo

ROSSMANN

hebe
zdrowie i piękno

SKŁADNIKI
NATURALNE

www.rossmann.pl

I'M GREEN
opakowanie z papieru
Kraft, wytwarzanego z
makułatury

JOKO
Nature of Love
Vegan Collection
Black

Olej
makadamia

Olej
rycynowy

Ekstrakt z kory
magnolii

NOTINO
www.notino.pl

Miraculum
Asta Plankton
oczyszczający żel

WARS Ultra Sensitive
pianka do golenia
200 ml, nr kat. 377501

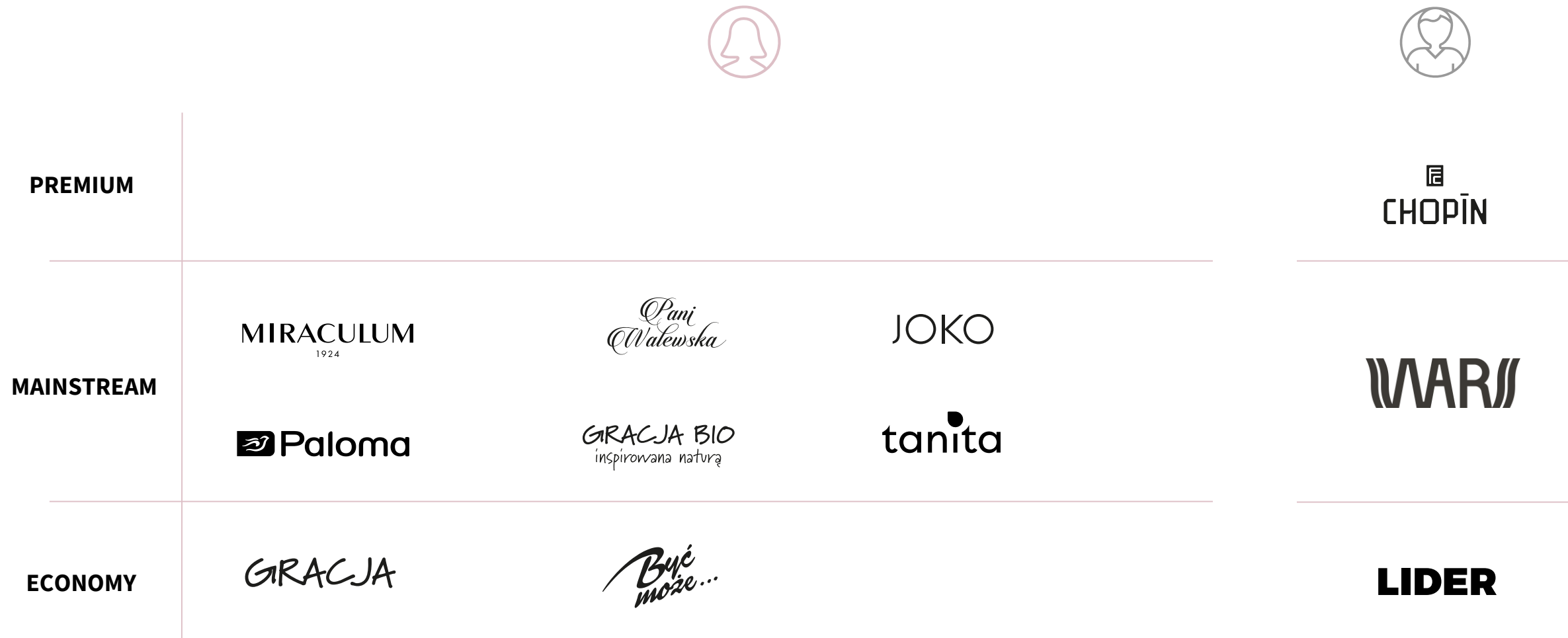
10,99 zł
100 ml = 5,50 zł

hebe

Szukaj w HEBE...

MIRACULUM
Woda

_03. Model biznesowy



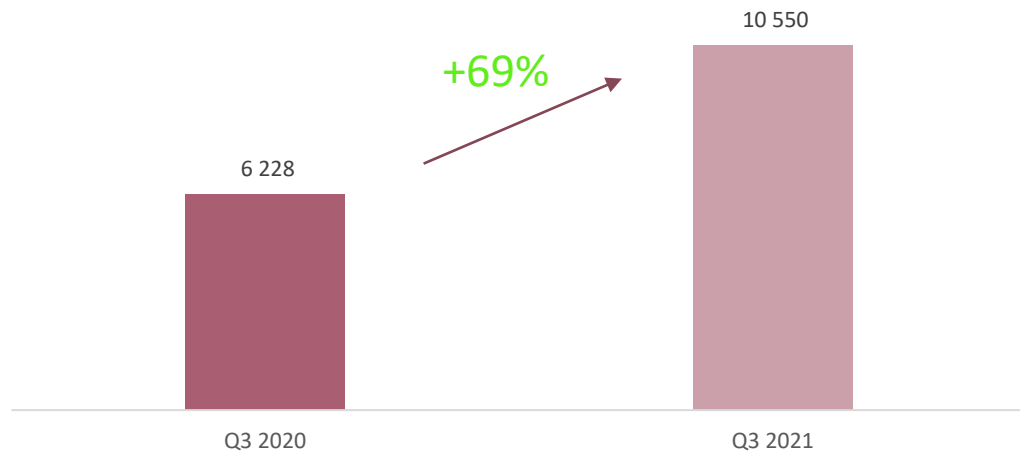
MIRACULUM

1924

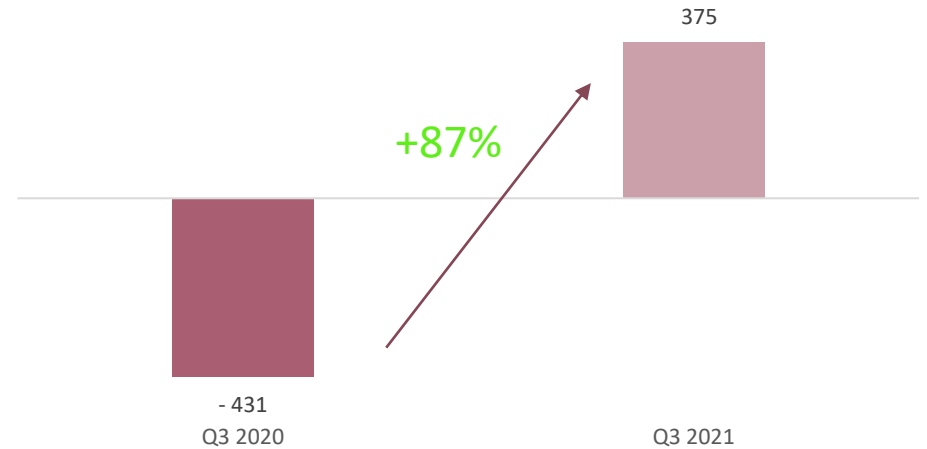
PODSUMOWANIE WYNIKÓW ZA Q3 2021

Wyniki Q3: 87% wzrostu EBITDA r/r

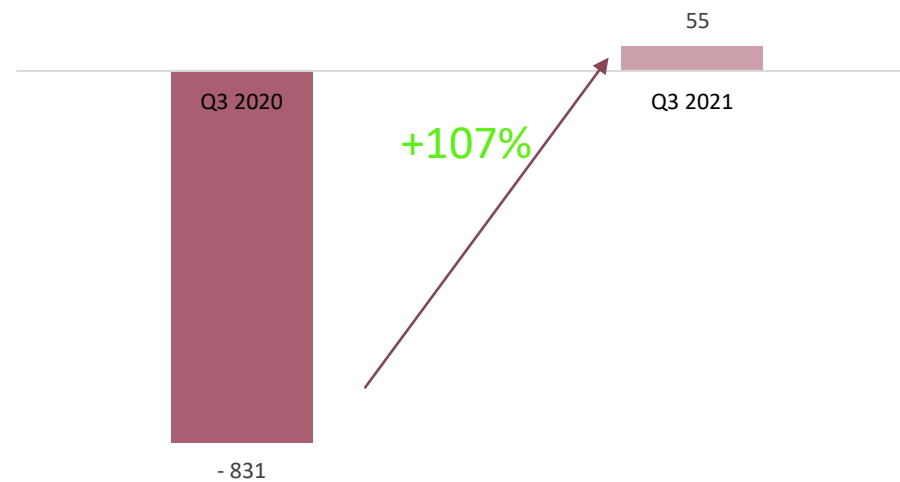
Przychody ze sprzedaży [tys. zł]



EBITDA [tys. zł]



Zysk /(strata) netto



Wyniki Q3: 69% wzrost przychodów r/r

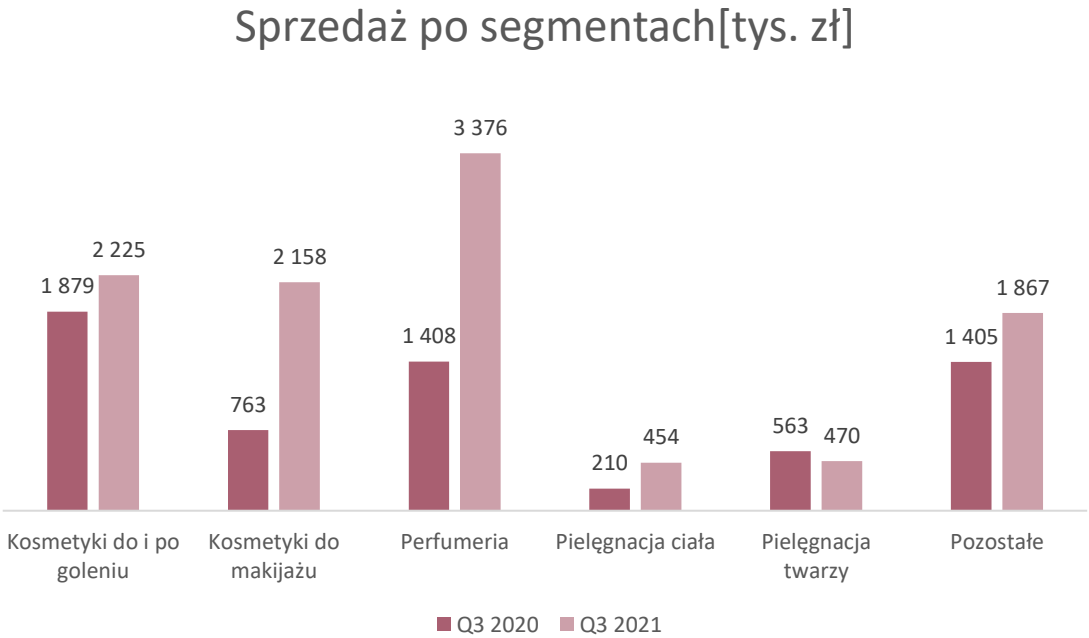
Wybrane dane finansowe	Q3 2020	Q3 2021	Dynamika
Przychody ze sprzedaży	6 228 404	10 549 845	69%
Zysk / strata z działalności operacyjnej	(672 383)	126 110	119%
EBITDA	(430 887)	374 973	87%
Zysk / strata brutto	(803 676)	(9 943)	99%
Zysk / strata netto	(831 455)	55 315	107%

Wskaźniki

	Q3 2020	Q3 2021
Rentowność brutto na sprzedaży	32,1%	33,0%
Rentowność działalności operacyjnej	-10,8%	1,2%
Rentowność EBITDA	-6,9%	3,6%
Rentowność sprzedaży netto ROS	-13,4%	0,5%
Rentowność aktywów ogółem ROA	-1,6%	0,1%
Rentowność kapitału własnego ROE	-3,9%	0,3%

Wyniki Q3: sprzedaż produktów

SPRZEDAŻ PRODUKTÓW MIRACULUM				
Grupa asortymentowa	1.07.2020 – 30.09.2020		1.07.2021 – 30.09.2021	
	Wartość (zł)	%	Wartość (zł)	%
Kosmetyki do i po goleniu	1 879 300	30	2 224 566	21
Kosmetyki do makijażu	762 573	12	2 158 070	20
Perfumeria	1 407 659	23	3 376 316	32
Pielęgnacja ciała	210 136	3	454 415	4
Pielęgnacja twarzy	563 255	9	469 841	4
Pozostałe	1 405 480	23	1 866 638	19
Łącznie	6 228 404	100	10 549 845	100



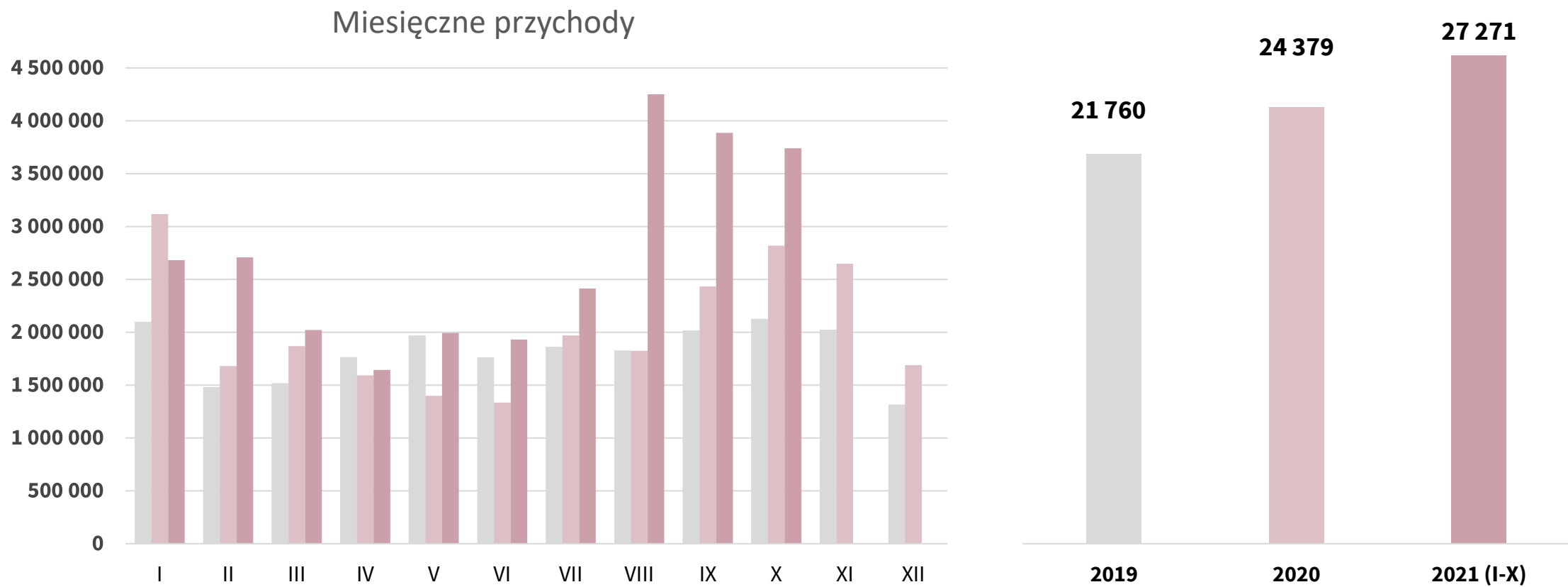
Wyniki Q3: komentarz

- Przychody spółki ze sprzedaży w **Q3 2021 roku wzrosły o 69 % w porównaniu Q3 2020.**
- **Dynamiczny wzrost przychodów w Nowoczesnym Kanale Sprzedaży. Wzrost przychodów o 203 % w porównaniu do Q3 roku poprzedniego.** Na przestrzeni Q1-Q3 wzrost o ponad 110 %. W Q3 rozszerzono ofertę o nowe listingi produktów w sieciach: Rossmann, Kontigo, Hebe, Notino, Natura oraz poszerzono współpracę z sieciami: Biedronka oraz Dino.
- Perfumeria Miraculum - IX 2021 premiera nowej kolekcji zapachów „dla niej i dla niego” dostępna na wyłączność w drogerii Rossmann. Adriana Kalska i Mikołaj Roznerski ambasadorami linii perfum Miraculum.
- Kolekcja JOKO VEGE - wprowadzenie wyłącznie w **drogerii Rossmann.**
- **Marka WARS po rebrandingu wprowadzenie do największych sieci sprzedaży w Polsce.** Ambasadorem marki jest Mikołaj Roznerski.

Wyniki Q3: komentarz

- **Rozwój eksportu w Q1-Q3 2021 r.:** wzrost sprzedaży o ponad 100% w III kw. 2021 ws. III kw. 2020 i narastająco za trzy kwartały o ponad 71%, w III kwartale zrealizowano dostawy do 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). **Największy wzrost r/r wygenerowano na rynku rosyjskim.** Podpisano Aneks do umowy z partnerem na terytorium Federacji Rosyjskiej na zakup towarów Spółki w ciągu 12 miesięcy na kwotę 1mln EUR (okres od 29 września 2021 do 29 września 2022)
- Jako efekt pracy w poprzednich okresach oraz udziału w targach Beauty World w Dubaju, trwają rozmowy z kolejnymi klientami w kilkunastu krajach, w tym Iraku, Palestynie, Izraelu, Arabii Saudyjskiej, Pakistanie, Kuwejcie, Gruzji, Serbii itd.
- Na wzrost sprzedaży w Q3 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. Dotarliśmy do ponad 30 milionów osób.

Systematyczne wzrosty sprzedaży



MIRACULUM

1924

OSIĄGNIĘCIA I DALSZE PLANY ROZWOJU

_01_Nowý listing produktów w sieciach: WARS



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 

Dokonano rebrandingu kultowej marki kosmetycznej dla mężczyzn WARS.

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



_02_Nowý listing produktów w sieciach: Miraculum

_4 unikatowe zapachy dla kobiet o zróżnicowanych nutach zapachowych.

_Liniję cechuje różnorodność – każda klientka znajdzie coś dla siebie

_Cena rekomendowana: 54,90 zł

_Pojemność: 50 ml



Andrzej Kucharski

_02_Nowyy listing produktów w sieciach: Miraculum

_4 unikatowe zapachy dla mężczyzn o zróżnicowanych nutach zapachowych.

_Liniję cechuje różnorodność – każda klient znajdzie coś dla siebie

_Cena rekomendowana: 54,90 zł

_Pojemność: 50 ml



_02_Nowý listing produktów w sieciach: 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_Nowyy listing produktów w sieciach: JOKO i JOKO vege

_Portfolio marki JOKO powiększyło się o nowe produkty w tym linię JOKO vege.

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

JOKO
NOWOŚCI



_04_Nowý listing produktów w sieciach: 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



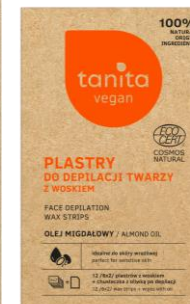
Krem do depilacji ciała pod prysznic, z gliną koalinową i machą



Naturalny wosk do depilacji roll on



Plastry do depilacji ciała i twarzy z woskiem



Naturalny wosk do depilacji twarzy i ciała

Ahmed Khatun

Mikołaj Pucnerki



05 Mocne wsparcie w Internecie

Kampania z udziałem ambasadora marki
WARS Expert For Men - Mikołaja Roznerskiego

Adriana Kalska i Mikołaj Roznerski
oficjalnie ambasadorami kolekcji zapachów
marki **MIRACULUM**

Wsparcie nano i micro Influencerów

Kampanie wspierające e-commerce

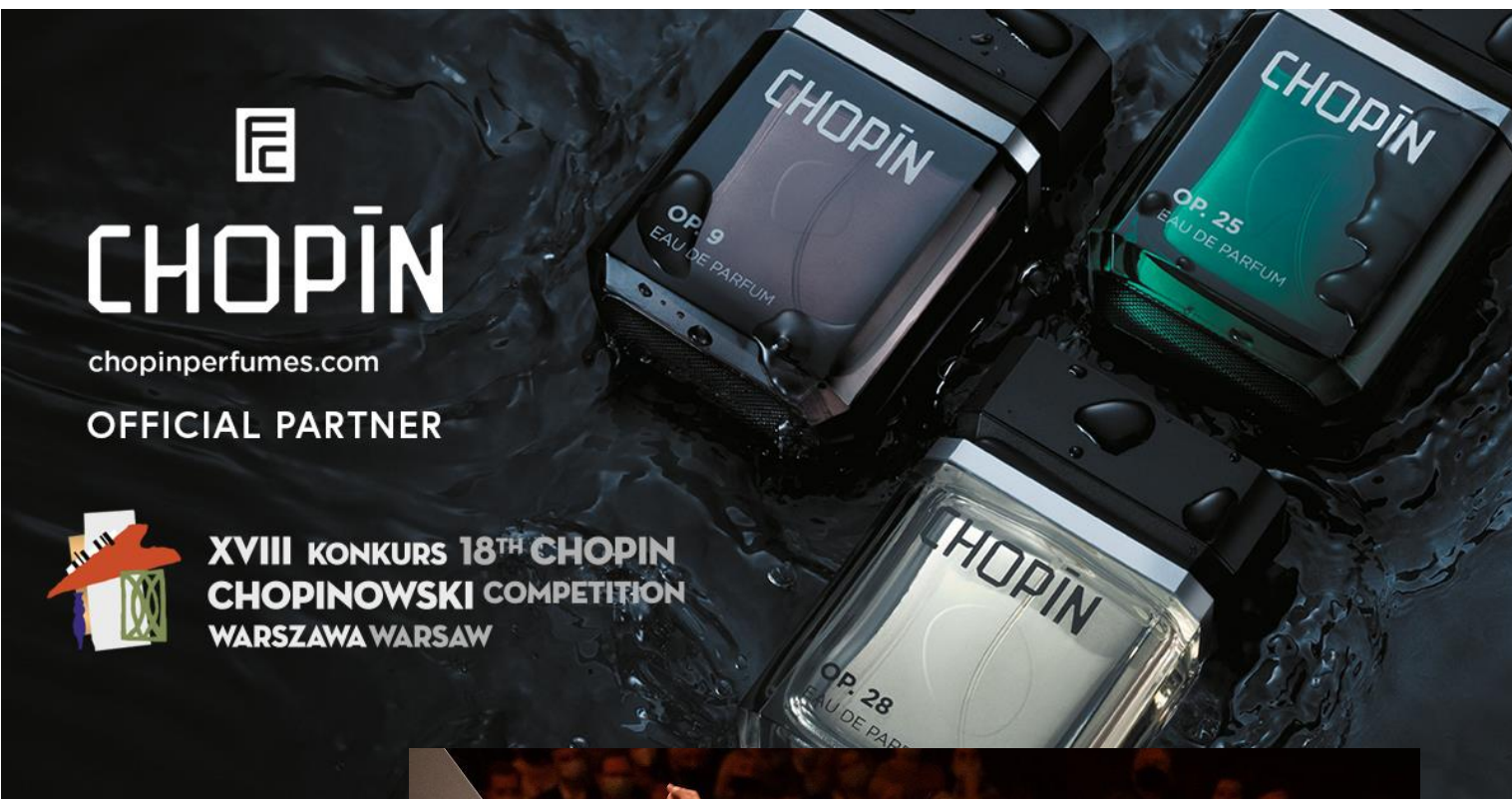




chopin
i jego
europa
2021

17. międzynarodowy festiwal muzyczny
the 17th international music festival
'chopin and his europe'
14-31 sierpnia / august
www.festiwal.nifc.pl





_08_Konkurs Chopinowski

Najważniejsze kulturalne wydarzenie sezonu, będące wizytówką Polski na świecie.

Streamingi z konkursu można było oglądać w najdalszych zakątkach świata.

Międzynarodowa społeczność melomanów najliczniej śledziła występy na kanale NIFC na YouTube, w mediach społecznościowych i przy pomocy specjalnie dedykowanej aplikacji.

Konkurs transmitowano również na antenach radio i Telewizji Polskiej.

Imponujące statystyki oglądalności (milionowe wyświetlenia jednej sesji).

Wszystkie bilety na tegoroczny Konkurs Chopinowski rozeszły się w 3 godziny!

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](https://miraculum.pl) do 30 listopada 2021 r.

MIRACULUM

1924

KONTAKT DLA MEDIÓW I INWESTORÓW

Justyna Strugacz

justyna.strugacz@miraculum.pl

+48 608 345 251