

MIRACULUM

1924

Wyniki Q1 i plany rozwoju

Prezentacja inwestorska

Maj 2022

Agenda

_01. O spółce

_02. Historia

_03. Model biznesowy Dane finansowe

_04. Dane finansowe

_05. 2021_osiągnięcia i dalsze plany rozwoju

_06. Podsumowanie

MIRACULUM

1924

Niemal 100 lat doświadczenia



11 marek



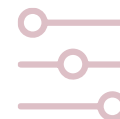
37 rynków zagranicznych



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.



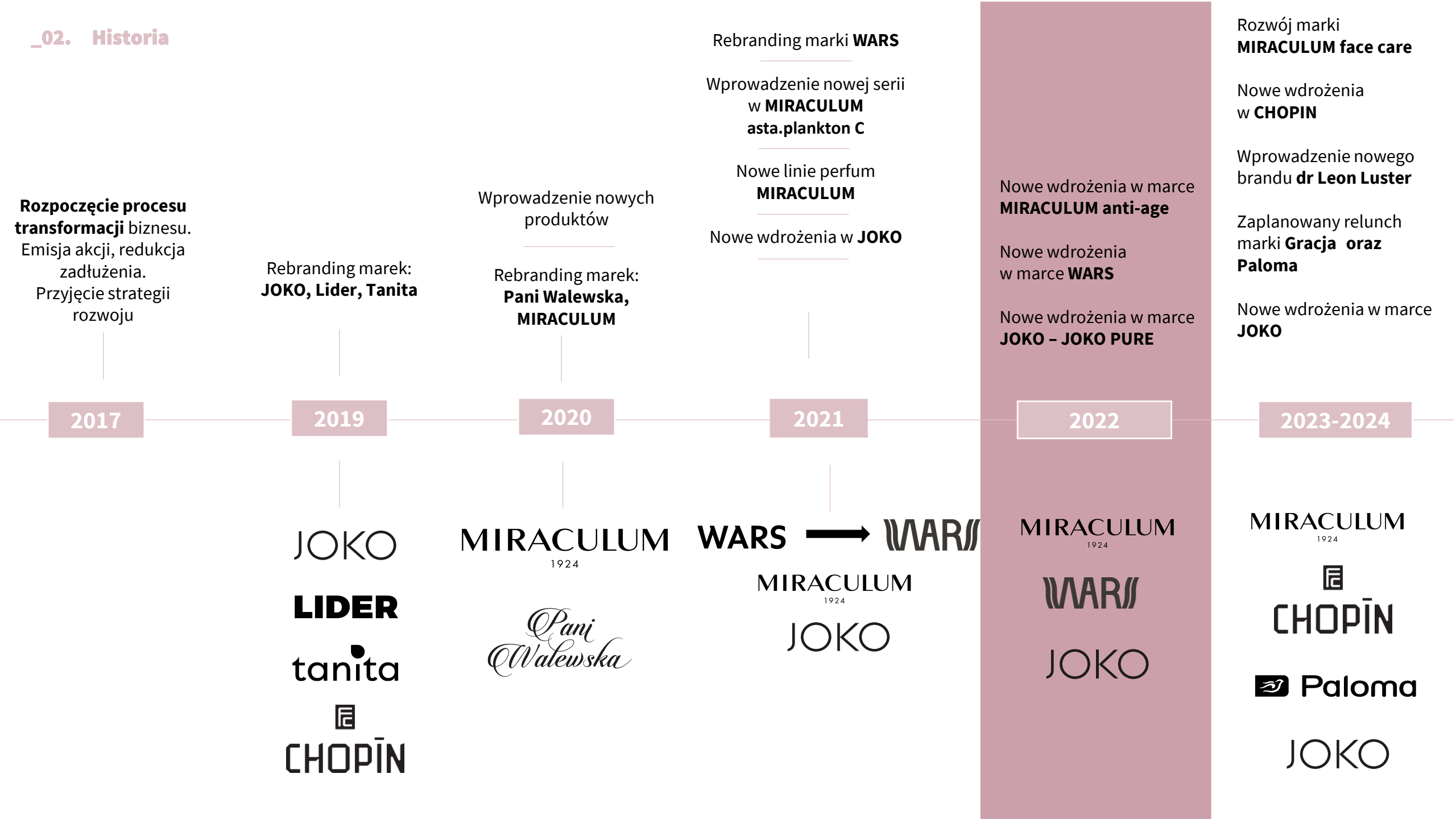
Lata 90' SERIA GENERATION - po raz pierwszy w Polsce zastosowano w kosmetykach ceramidy, algi, struktury ciekłych kryształów.



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



_02. Historia



Jedyna w Polsce firma z silną pozycją w 3 grupach produktowych

**KOSMETYKI BIAŁE
DO GOLENIA
PIELĘGNACJA**

Ekonomicznie
zdywersyfikowane marki

29%

przychodów

**KOSMETYKI KOLOROWE
MAKEUP**

Ekonomicznie
zdywersyfikowane marki

26%

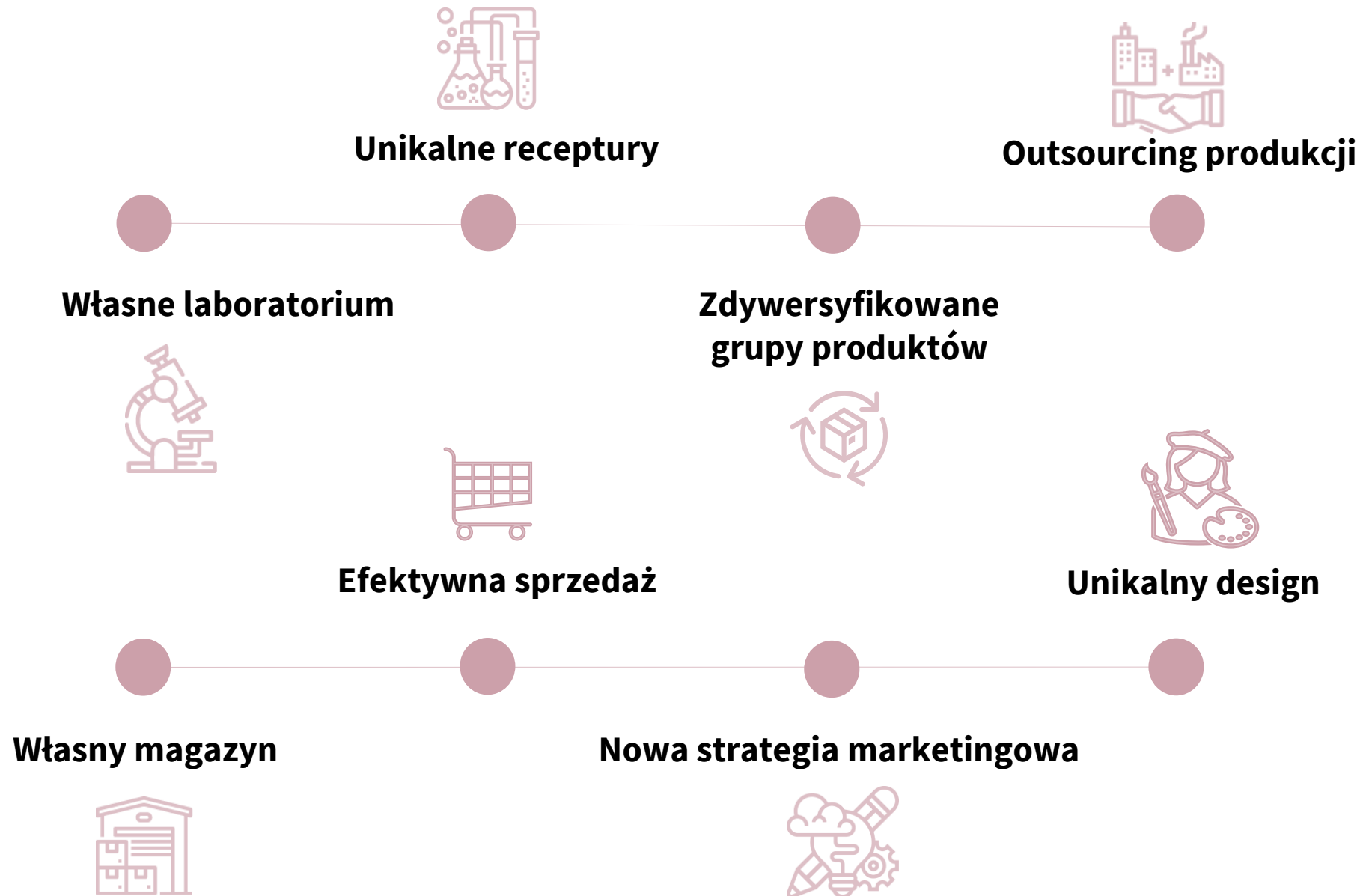
przychodów

PERFUMY

Ekonomicznie
zdywersyfikowane marki

29%

przychodów



Zdywersyfikowane kanały dystrybucji

TRADYCYJNY

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

26%

przychodów

Stabilna sprzedaż mimo zmiennych
warunków rynkowych, wzrost
znaczenia dropshippingu

NOWOCZESNY

Sieci drogerii stacjonarnych
e-commerce
Dyskonty
Hipermarkety

45%

przychodów

Duży potencjał wzrostu

EKSPORT

Umowy
bezpośrednie
Pośrednicy

23%

przychodów

Duży potencjał wzrostu

E-COMMERCE

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

2%

przychodów

Największy potencjał
wzrostu

Sieci sprzedaży

Aktualnie współpracujemy m.in. z:

DROGERIE

natura
drogerie

hebe
zdrowie i piękno

ROSSMANN

DOUGLAS

Koutigo

SUPER-PHARM

dm

Baltona

Sklepy ogólnobranżowe

E.Leclerc

Kaufland

SELGROS
cash & carry

LIDL

ALDI

Auchan

EUROCASH
CASH & CARRY

dino

Intermarché
ZIELONA GÓRA

makro

stokrotka

Dealz

Biedronka
Codziennie niskie ceny

Sieci sprzedaży

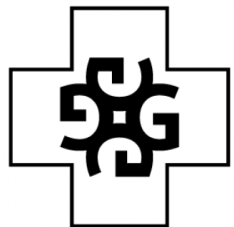
Aktualnie współpracujemy m.in. z:

Drogerie i sklepy internetowe (e-commerce)

PRIMAVERA
PARFUM

NOTINO

amazon



Apteka
Gemini



考拉海购



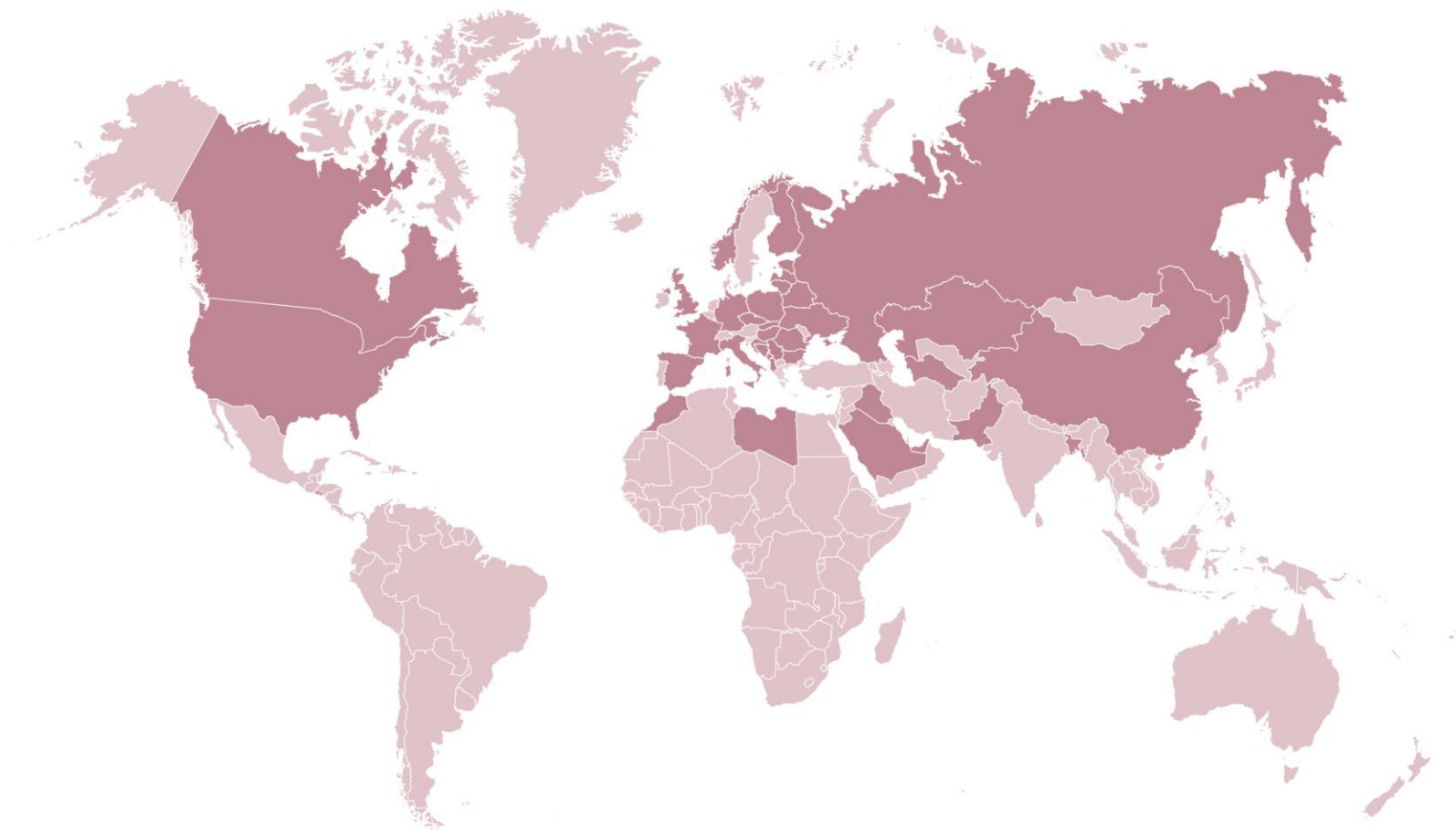
Działalność na 37 rynkach zagranicznych

Umowy bezpośrednie
Pośrednicy

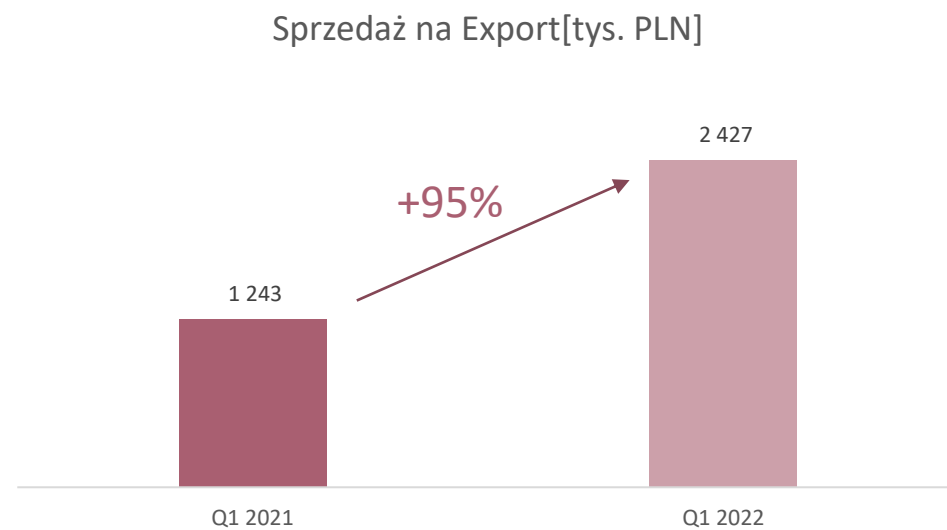
23%

przychodów

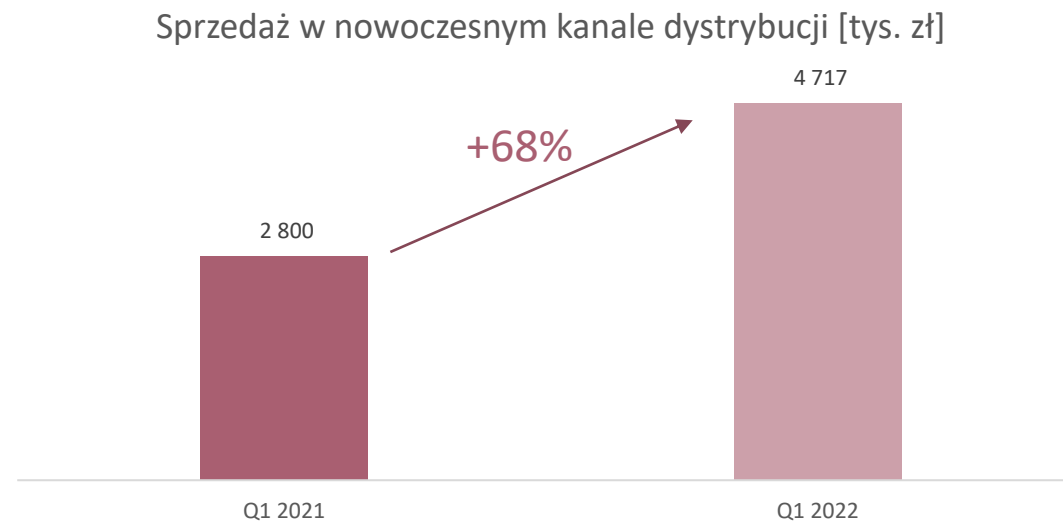
■ Kierunki eksportu



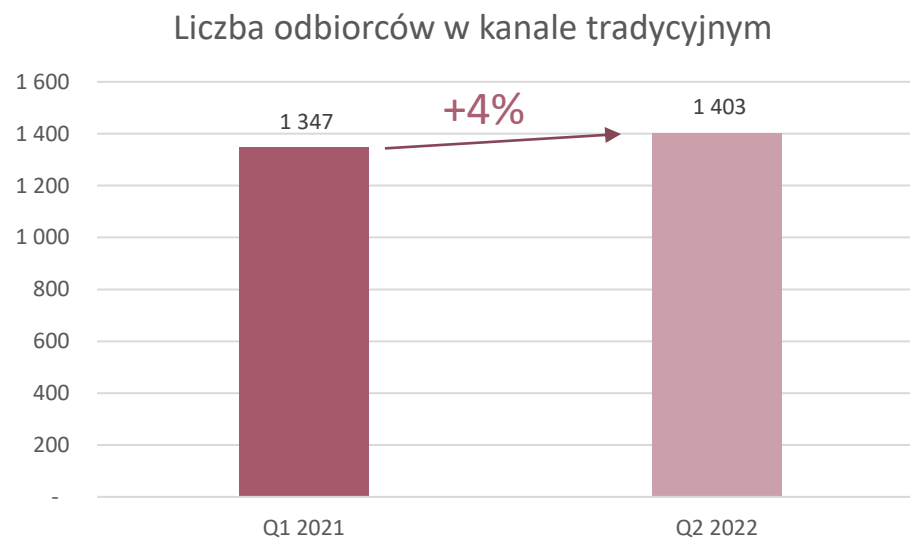
Sprzedaż na Export w Q1 2022



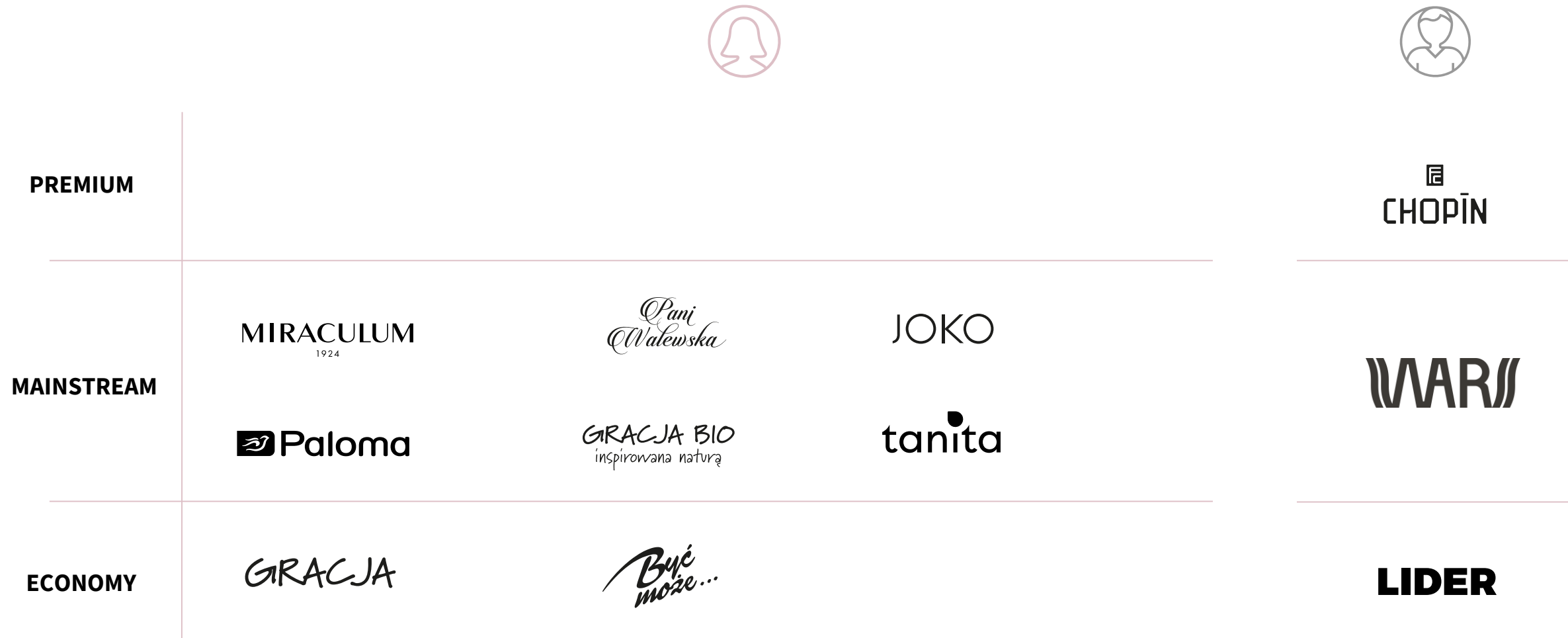
Sprzedaż w KANALE NOWOCZESNYM w Q1 2022



KANAŁ TRADYCYJNY w Q1 2022



_03. Model biznesowy



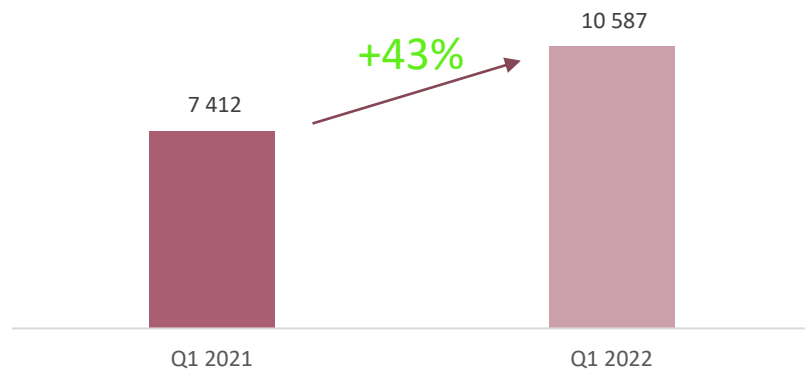
MIRACULUM

1924

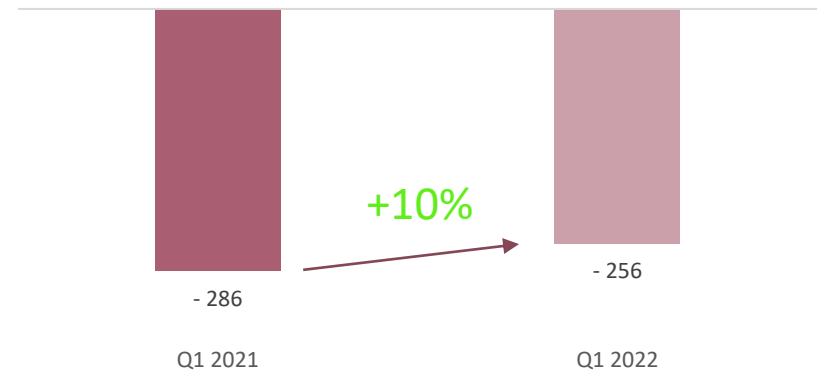
PODSUMOWANIE WYNIKÓW ZA Q1 2022

Wyniki Q1: 10% wzrostu EBITDA r/r

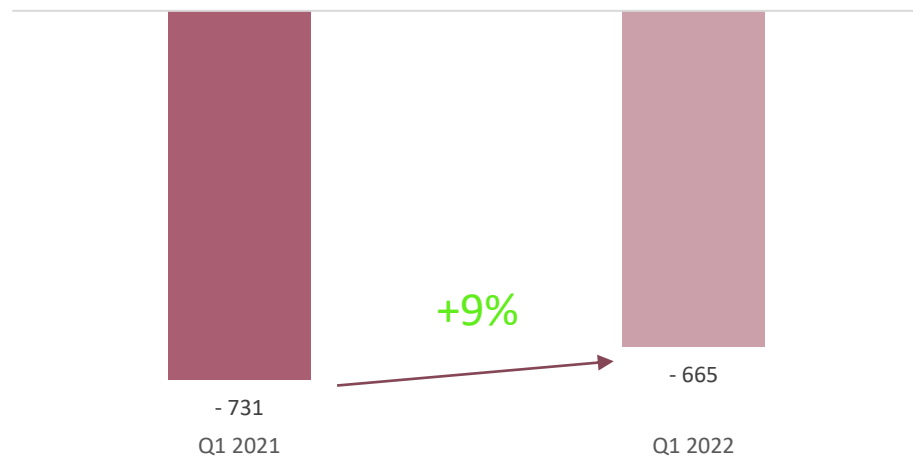
Przychody ze sprzedaży [tys. PLN]



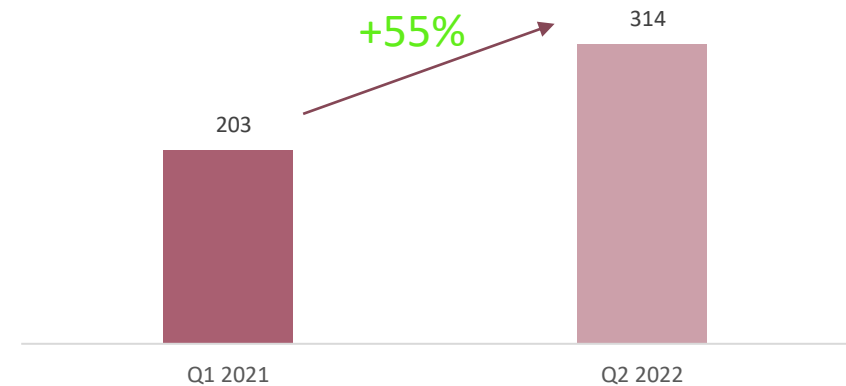
EBITDA [tys. PLN]



Zysk / (strata) netto [tys. PLN]



Koszty marketingu [tys. zł]



Wyniki Q1: 43% wzrost przychodów r/r

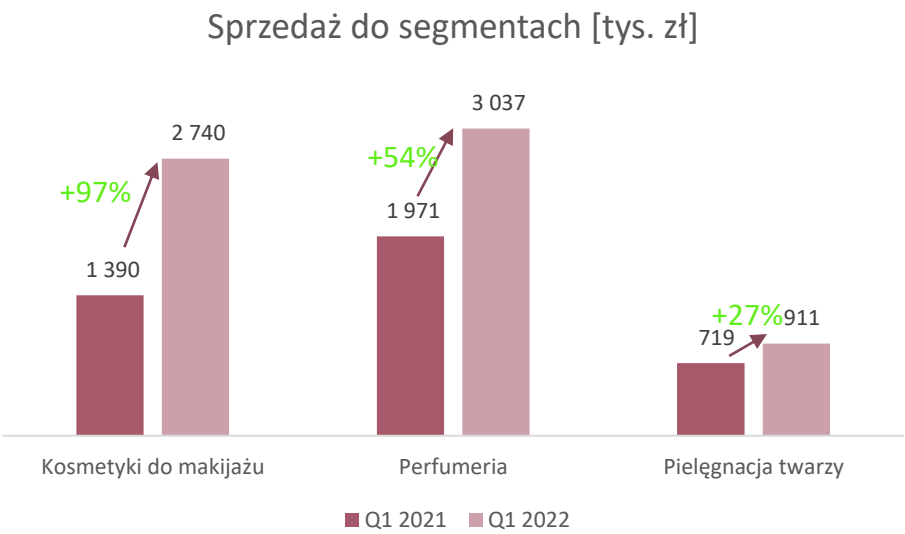
Wybrane dane finansowe	Q3 2020	Q3 2021	Dynamika
Przychody ze sprzedaży	7 412 249	10 587 032	43%
Zysk / strata z działalności operacyjnej	-538 385	-483 611	10%
EBITDA	-286 339	-255 958	11%
Zysk / strata brutto	-647 263	-608 893	6%
Zysk / strata netto	-731 021	-664 775	9%

Wskaźniki

	Q1 2021	Q1 2022
Rentowność brutto na sprzedaży	31,2%	28,5%
Rentowność działalności operacyjnej	-7,3%	-4,6%
Rentowność EBITDA	-3,9%	-2,4%
Rentowność sprzedaży netto ROS	-9,9%	-6,3%
Rentowność aktywów ogółem ROA	-1,4%	-1,2%
Rentowność kapitału własnego ROE	-3,6%	-3,2%

Wyniki Q1: sprzedaż produktów

SPRZEDAŻ PRODUKTÓW MIRACULUM				
Grupa asortymentowa	1.01.2021 – 31.03.2021		1.01.2022 – 31.03.2022	
	Wartość (zł)	%	Wartość (zł)	%
Kosmetyki do i po goleniu	1 802 970	24	1 902 777	18
Kosmetyki do makijażu	1 389 510	19	2 740 409	26
Perfumeria	1 971 330	27	3 036 836	29
Pielęgnacja ciała	362 097	5	303 453	3
Pielęgnacja twarzy	718 623	10	910 644	9
Pozostałe	1 167 719	15	1 692 913	15
Łącznie	7 412 249	100	10 587 032	100



Wyniki Q1: komentarz

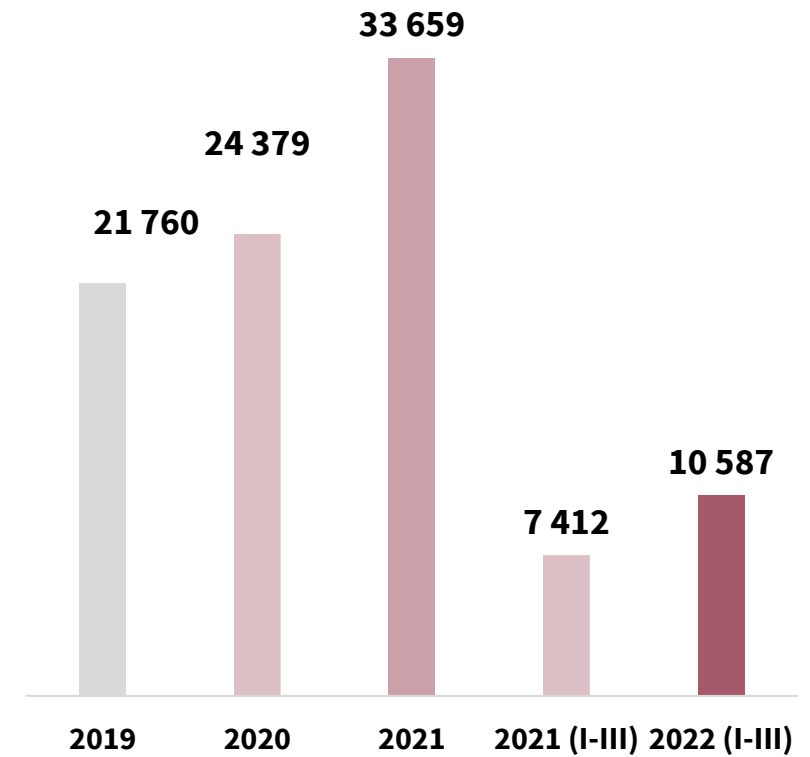
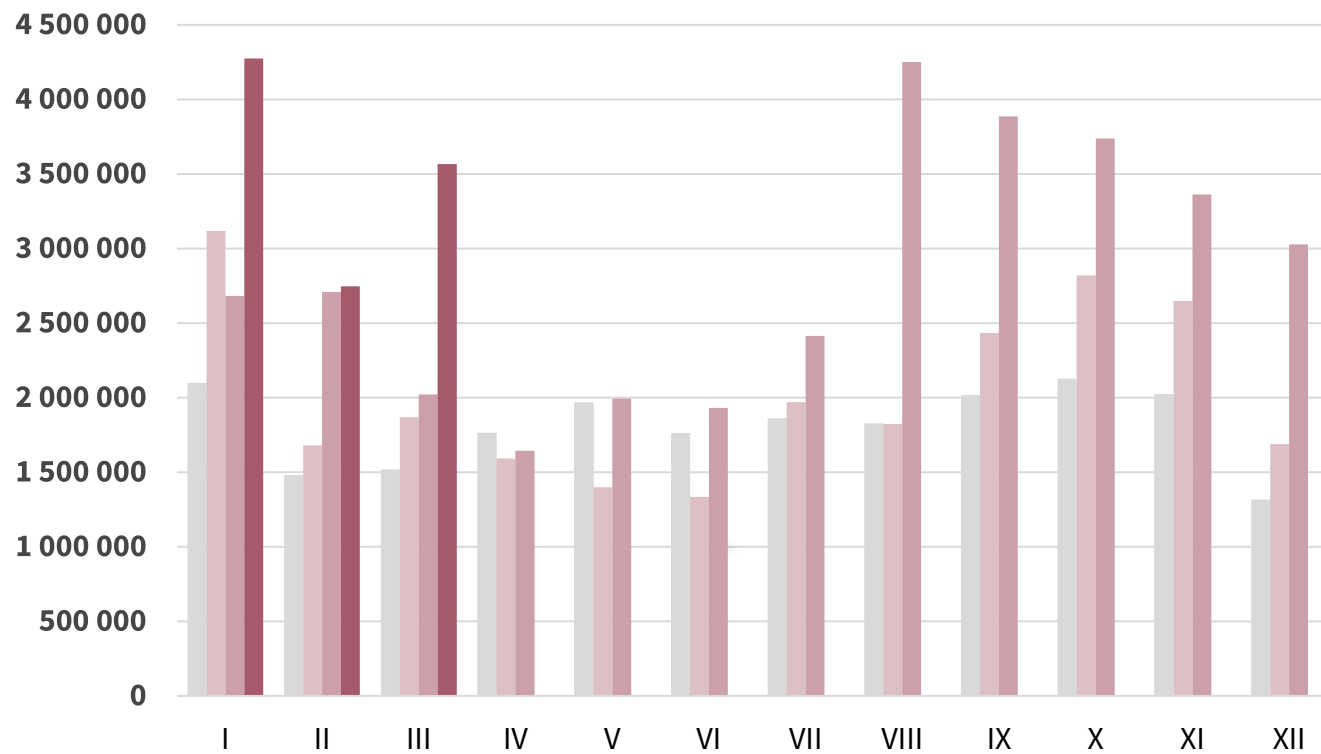
- Przychody spółki ze sprzedaży w **Q1 2022 roku wzrosły o 43 % w porównaniu do Q1 2021.**
- Spółka w Q1 **poprawiła wynik EBIT i EBITDA, a marża brutto rosta szybciej** niż koszty sprzedaży i ogólne Zarządu.
- **Spółka odnotowała wzrosty sprzedaży praktycznie we wszystkich posiadanych markach, a największe nominalne wzrosty sprzedaży w Q1 2022 roku wygenerowały marki Być Możliwe..., JOKO, Miraculum oraz WARS.** Było to możliwe dzięki konsekwentnemu rozwojowi oferty produktowej oraz nowościom, które spotkały się z uznaniem klientek.
- Premiera nowej kolekcji JOKO – **JOKO PURE**, która łączy pielęgnację z makijażem. Linia dostępna na wyłączność w **drogerii Rossmann.**
- Wzrost przychodów o **64% r/r w marce Miraculum** – głównie dzięki świetnemu przyjęciu nowej kolekcji zapachów dla Niej i dla Niego, których Ambasadorkami są Adriana Kalska oraz Mikołaj Roznerski, a także linii Asta Plankton C.
- Poszerzenie grupy docelowej o młode pokolenie, dzięki marce **WARS Expert for men.** W zwiększaniu pozycji rynkowej i świadomości marki, aktywnie uczestniczy Ambasadorka marki p. **Mikołaj Roznerski.**

Wyniki Q1: komentarz

- Istotny wzrost przychodów ze sprzedaży nastąpił do **Klientów sieciowych – wzrost o ponad 68% r/r. Znaczenie kanału NKD w przychodach Spółki stale rośnie** i wynosi 45 % wszystkich obrotów Spółki (w roku poprzednim 38 %).
- W Q1 2022 r. przeprowadzono **akcje sprzedażowe z największymi w Polsce sieciami dyskontowymi**: LIDL, DINO, Stokrotka, Aldi, Biedronka, Polomarket, Intermarche.
- Wzmocniono istniejące współprace, poszerzając **stałe listingi produktów on-line i off-line** m.in. w drogeriach Rossmann, Hebe, Douglas, Baltona, Kontigo, Natura oraz Notino.
- Zgodnie z przyjętą strategią dywersyfikacji kanałów sprzedaży **rozpoczęto współpracę z siecią drogerii DM**.
- Rozwój działań w ramach **DIGITAL MARKETING**. Kampanie w google ads, SEO/SEM oraz Social Mediach przyczyniły się do **wzrostu świadomości marek** wchodzących w skład portfolio Miraculum S.A.
- **Rozwój eksportu w Q1 2022 r.:** wzrost sprzedaży o ponad 95% w Q1 2022 vs. Q1 2021, w Q1 2022 zrealizowano dostawy do odbiorców m.in. w Arabii Saudyjskiej, Iraku, i Hiszpanii.
- Jako efekt pracy w poprzednich okresach oraz udziału w **targach Beauty World w Dubaju**, trwają rozmowy z kolejnymi klientami w kilkunastu krajach.

Systematyczne wzrosty sprzedaży

Miesięczne przychody



MIRACULUM

1924

OSIĄGNIĘCIA I DALSZE PLANY ROZWOJU

_01_Dynamiczny rozwój i wejście do nowych sieci



Kolekcja 4 unikatowych zapachów dla kobiet, które są pewne siebie w swoich wyborach i silne w działaniach.



Cztery męskie zapachy o zróżnicowanych nutach zapachowych. Intensywność, bogactwo doznań, instynkt i siła.

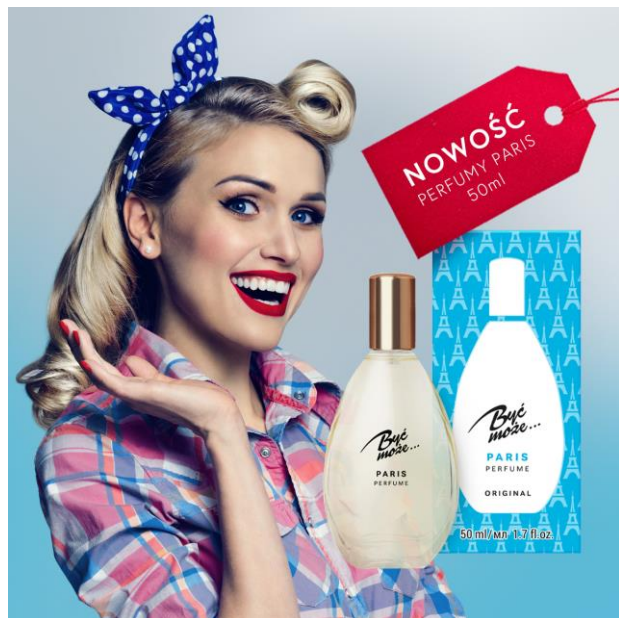


PO MĘSKU,
BEZ KOMPROMISU.
Skuteczne formuły
WARS Expert for men
gwarantują efektywne działanie.



ASTA.PLANKTON C
profesjonalna odmładzająca kuracja
skóry, bogata w naturalne składniki
aktywne: • ekstrakt z planktonu
• witamina C • hydrolat
z pomarańczy

_02_Nowości Q1



Szyprowy klasyk, w którego sercu niepodzielnie rządzą kwiatowe nuty gardenii, jaśminu i róży. Być może... Paris teraz dostępne w większej pojemności – 50 ml!



ŚWIEŻOŚĆ POD KONTROLĄ
PO MĘSKU BEZ KOMPROMISU
Antyperspiranty WARS roll-on idealnie dopasowane do potrzeb męskiej skóry!



TONIK REWITALIZUJĄCY z linii Asta.Plankton C doskonale nawilża i koi skórę. Skóra odzyska formę - będzie odświeżona, super gładka i pełna blasku!



JOKO PURE to czyste, skoncentrowane na skórze produkty, wolne od toksycznych składników. JOKO PURE – zdrowszy sposób na makijaż.

03 Gwiazdy reklamują MIRACULUM

Adriana Kalska



Mikołaj Roznerski



_04_Plany na 2022/23+



Kompozycje zmysłowej kobiecości.
Podkreśl swój temperament,
zwróć uwagę otoczenia, wyraż
pewność siebie.

Zapachy CHOPIN w wersji dla Pań.



#WIBRACJE
#TAJEMNICA
#ZMYSŁY
#KOBIECOŚĆ

Nowa kolekcja zapachów #MIRACULUM



WYGŁADZONA, UELASTYCZNIONA
i ODMŁODZONA skóra
Unikalna przeciwzmarszczkowa formuła.

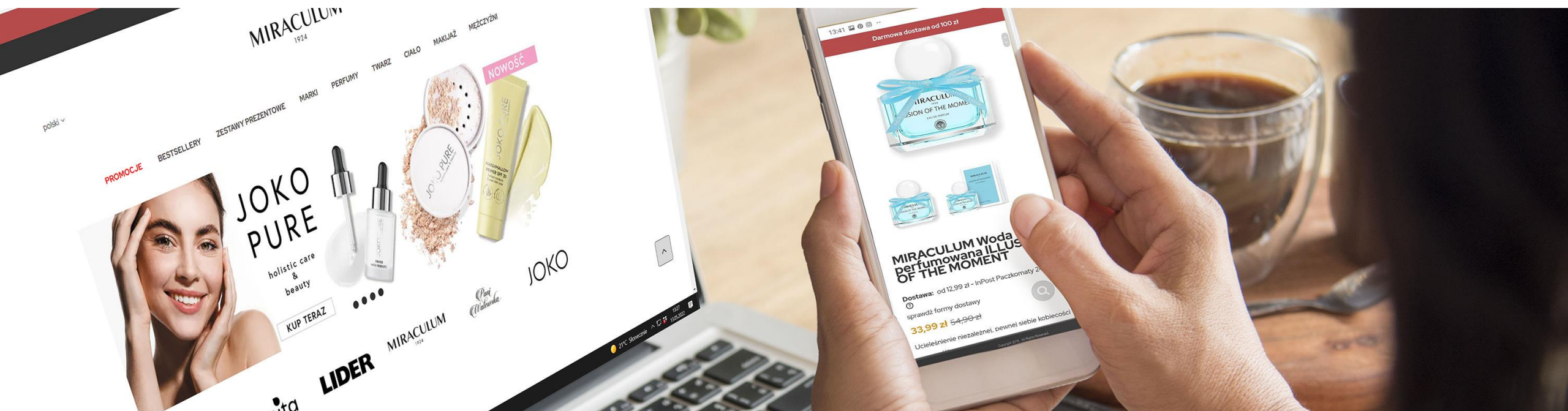
Nowa linia produktów skin care Miraculum.

_05_E-COMMERCE – nowa odsłona sklepu miraculum.pl

Nowa strona, nowy silnik,
nowa jakość.
Usprawnienie obsługi.

Zwiększenie nakładów na
marketing on-line i
pozycjonowanie marek

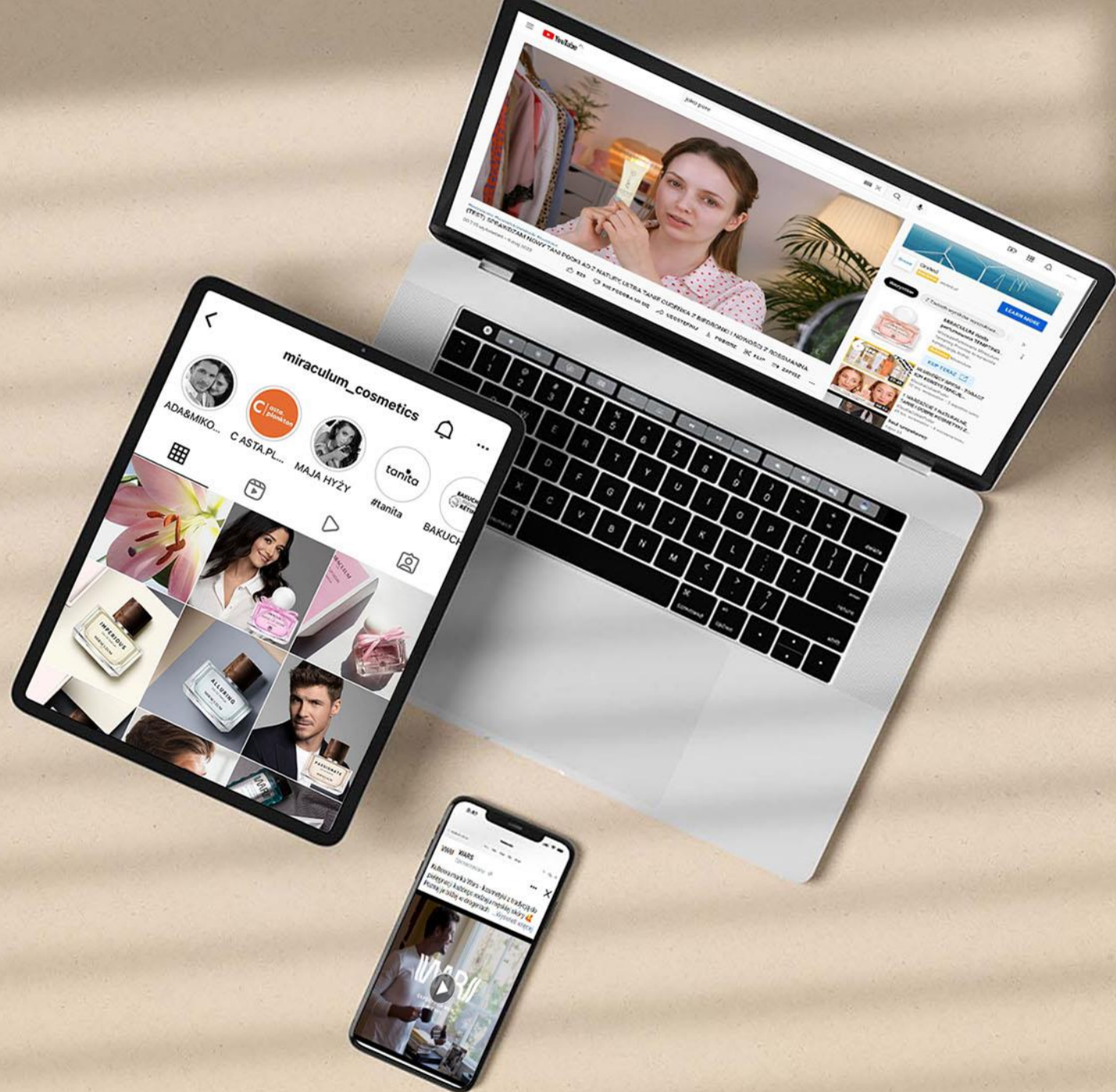
Wzrost sprzedaży online.
Wysoka dynamika liczby
wejść na e-sklep. Wzrost
wyszukiwania słów
kluczowych.



KONTYNUACJA WZROSTÓW W DIGITAL MARKETING

Wsparcie **nano**
i **micro Influencerów**.
Kampania z udziałem
ambasadorów marek.

ponad
7 MLN
wyświetleń



_07_Miraculum S.A. Partnerem Pawilonu Polskiego na Wystawie Światowej Expo 2020 w Dubaju



Spółka o prawie 100-letniej tradycji była częścią największego wydarzenia promocyjno-gospodarczego na świecie, które odbywa się raz na 5 lat, a jego skala porównywana jest do Igrzysk Olimpijskich lub Mistrzostw Świata w piłce nożnej.

Za udział Polski w Wystawie Światowej Expo 2020 Dubai odpowiadała Polska Agencja Inwestycji i Handlu (PAIH).

212. urodziny wirtuoza fortepianu celebrowaliśmy podczas Dnia Chopina na [#Expo2020Dubai](https://twitter.com/Expo2020Dubai) ❤️

Wyjątkowy dzień, wyjątkowe miejsce, wyjątkowe zapachy...

Kunszt i najwyższa jakość to kluczowe filary marki [#ChopinPerfumes](https://www.miraculum.pl/#ChopinPerfumes) – pierwszych polskich perfum w segmencie Premium.

_08_Pomagamy Ukrainie



#SolidarnizUkrainą

MIRACULUM WSPIERA UKRAINĘ OD PIERWSZYCH DNI WOJNY

Jesteśmy sercem z obywatelami Ukrainy, zmuszonymi do walki zbrojnej w obronie Swojej ojczyzny.

Spółka Miraculum regularnie organizuje pomoc dla przybywających do naszego kraju uchodźców, nasze produkty przekazujemy organizacjom, które przekazują je najbardziej potrzebującym.

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 2022 r.

MIRACULUM

1924

KONTAKT DLA MEDIÓW I INWESTORÓW

Justyna Strugacz

justyna.strugacz@miraculum.pl

+48 608 345 251