

Strategia 4Mass S.A.

październik 2020 roku

Model biznesowy Spółki

4Mass S.A. (dalej „Spółka”) prowadzi działalność w branży kosmetycznej, w segmencie produkcji i dystrybucji (zarówno detalicznej, jak i hurtowej) produktów kosmetycznych z kategorii manicure i pedicure.

Spółka produkuje i dystrybuje wyroby kosmetyczne oraz środki ochrony osobistej. **Głównymi produktami znajdującym się w ofercie Spółki są kosmetyki światłoutwardzalne przeznaczone do stylizacji paznokci, tj. lakiery hybrydowe oraz żele budujące.**

Produkty Spółki oferowane są pod markami własnymi Spółki, tj. Claresa (www.claresa.pl), PALU (www.palucosmetics.com), Stylistic Salon System oraz Virsept. Spółka produkuje również w modelu *private label* - pod marki własne klientów. Głównymi odbiorcami są w tym wypadku sieci handlowe oraz właściciele marek kosmetycznych, w Polsce i w całej Europie.

Opis działalności Spółki

W chwili obecnej Spółka posiada 4 marki własne:

- 1/ Claresa - kierowana do klienta indywidualnego;
- 2/ Palu - dedykowana rynkowi kosmetyki profesjonalnej (salony kosmetyczne, SPA);
- 3/ Stylistic Salon System - oferuje akcesoria do profesjonalnej obróbki paznokci;
- 4/ Virsept - oferuje środki do higieny, dezynfekcji i ochrony osobistej

Spółka nieustannie dąży do rozwoju marek własnych na rynku krajowym oraz na rynkach zagranicznych. Wszystkie produkty Spółki sprzedawane są za pośrednictwem własnych sklepów internetowych, drogerii stacjonarnych oraz są dostępne w sprzedaży hurtowej. Spółka aktualnie pracuje nad nowym, innowacyjnym modelem dystrybucji, niestosowanym do tej pory w przypadku produktów światłoutwardzalnych.

Środki do higieny, dezynfekcji i ochrony osobistej pod marką Virsept i cieszą się dużym zainteresowaniem, szczególnie w okresie zagrożenia epidemicznego. Produkty do dezynfekcji oraz jednorazowe maski medyczne wykorzystywane są przy tym również przez salony kosmetyczne w codziennej pracy. Produkty oferowane pod marką Virsept są zarejestrowane w Urzędzie Rejestracji Produktów Leczniczych, Wyrobów Medycznych i Produktów Biobójczych. Po ustaniu obecnego okresu pandemii Spółka zamierza kontynuować rozwój produktów marki Virsept i dostarczać je w szczególności do salonów kosmetycznych.

Środki ochrony osobistej produkowane przez Spółkę:

- VIRSEPT+ ANTI-VIRUS - preparat do dezynfekcji skóry i rąk o działaniu wirusobójczym, bakteriobójczym i grzybobójczym
- ULTRAPURE + - preparat do dezynfekcji powierzchni o działaniu wirusobójczym, bakteriobójczym i grzybobójczym
- Trzywarstwowe maski medyczne, typ I.

Spółka zajmuje się również produkcją i dystrybucją lakierów hybrydowych oraz lakierów klasycznych na zlecenie swoich klientów. Produkty te oferowane są następnie odbiorcom pod markami własnymi zamawiających, którymi są sieci handlowe oraz właściciele marek kosmetycznych w całej Europie. Głównym klientem Spółki w tej kategorii jest właściciel Biedronki spółka Jeronimo Martins Polska S.A.

Zakład produkcyjny Spółki

Produkcja wyrobów Spółki odbywa się w zakładzie produkcyjnym znajdującym się w Radomiu o łącznej powierzchni 3.000 m². Zakład składa się z następujących części:

- **hali produkcyjnej wyrobów światłoutwardzalnych;** zakład wyposażony jest w nowoczesne, automatyczne linie dozujące lakiery (pobieranie butelki, dozowanie, wkładanie pędzelka i nakrętki, zakręcanie, etykietowanie butelki oraz korka) oraz półautomatyczne, pneumatyczne urządzenia dozujące. Park maszynowy pozwala na produkcję ponad 50 000 sztuk gotowych produktów dziennie.
- **hali produkcyjnej płynów do dezynfekcji;** zakład wyposażony jest w urządzenia mieszające, pneumatyczne, półautomaty dozujące, oraz w dedykowaną, automatyczną linię dozującą o wysokiej wydajności.
- **hali produkcyjnej maseczek medycznych;** zakład wyposażony jest w trzy w pełni automatyczne linie produkcyjne, o wysokiej wydajności (pobieranie materiału, formowanie maski, zgrzewanie maski, zgrzewanie gumek, grupowanie masek), półautomat do produkcji formatek (pobieranie materiału, formowanie maski), dwa półautomaty zgrzewające gumki (automatyczne podawanie formatek, zgrzewanie gumek, grupowanie masek). Aktualny park maszynowy pozwala na produkcję ponad 200 000 sztuk masek dziennie.
- magazynu surowców i wyrobów gotowych;
- działu pakowania i wysyłki.

Spółka nieustannie inwestuje w park maszynowy, dzięki czemu regularnie zwiększa moce produkcyjne. Na dzień dzisiejszy Spółka realizuje średnio 800 wysyłek krajowych i zagranicznych do klientów indywidualnych i hurtowych.

Do tej pory produkty oraz półprodukty wykorzystywane w procesie produkcyjnym (głównie w zakresie produkcji lakierów hybrydowych) były w całości importowane z Chin, Niemiec i Francji lub kupowane w Polsce. W chwili obecnej Spółka jest w trakcie procesu uruchamiania zakładu wytwarzającego masy światłoutwardzalne, zlokalizowanego w Józefowie pod Warszawą. Zakład osiągnie pełną zdolność produkcyjną w I kw. 2021 roku. Po osiągnięciu pełnej zdolności produkcyjnej Zakład będzie wytwarzał ok. 1 tony masy dziennie i umożliwi Spółce samodzielne zabezpieczenie ciągłości łańcucha dostaw niezbędnych do bieżącej działalności Spółki w zakresie produkcji lakierów.

Kanały sprzedaży

Spółka prowadzi sprzedaż zarówno dla klientów indywidualnych, jak i biznesowych (m.in. sieci handlowe, inne firmy kosmetyczne, klienci marek odzieżowych).

Produkty Spółki oferowane są następującym kategoriom klientów:

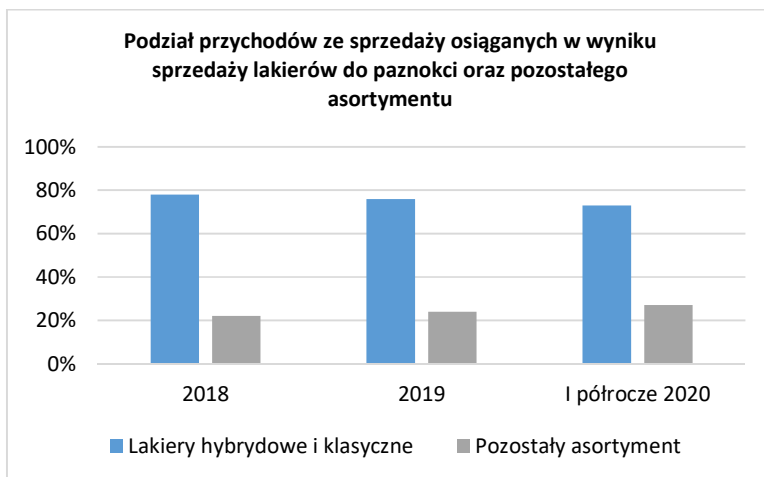
- 1/ klientom indywidualnym za pośrednictwem sieci handlowych, drogerii, hurtowni kosmetycznych oraz sklepów internetowych w całej Europie;
- 2/ salonom kosmetycznym za pośrednictwem własnej sieci dystrybucji, profesjonalnych hurtowni kosmetycznych oraz sklepów internetowych (marki Palu i Stylistic Salon System);
- 3/ właścicielom marek kosmetycznych, takich jak sieci handlowe, prywatne firmy kosmetyczne oraz specjalistyczne salony, którzy sprzedają następnie produkty Spółki pod markami własnymi.

Na dzień dzisiejszy produkty Spółki dostępne są w sklepach stacjonarnych oraz internetowych w Rosji, Niemczech, Holandii, Belgii, Wielkiej Brytanii, Kazachstanie, Ukrainie, Białorusi, Litwie, Łotwie, Estonii, Gruzji, Rumunii, Włoszech, Hiszpanii, Bułgarii, Czech, Norwegii i Słowenii oraz na Węgrzech i Słowacji. Udział eksportu w obecnej strukturze sprzedaży Spółki stanowi około 7 proc. W najbliższych latach Spółka zamierza kontynuować politykę ekspansji zagranicznej, zwiększając konsekwentnie udział eksportu w całości przychodów Spółki.

Spółka stale pracuje nad zwiększeniem dostępności produktów swoich marek: Claresa, PALU oraz Virsept na rynkach zagranicznych. Sukcesywnie uruchamiamy sklepy internetowe marki Claresa z domeną danego kraju: www.calresa.pl, www.claresa.de, www.claresa.sk, www.claresa.uk i www.claresa.ru, a niebawem kolejne. Sklepy te są obsługiwane przez lokalnych dystrybutorów. Z początkiem 2021 roku sprzedaż internetowa marki Claresa będzie odbywać się w nowym, aktualnie tworzonego sklepie internetowym. Zmieni się również forma obecnego programu lojalnościowego dla klientów sklepu.

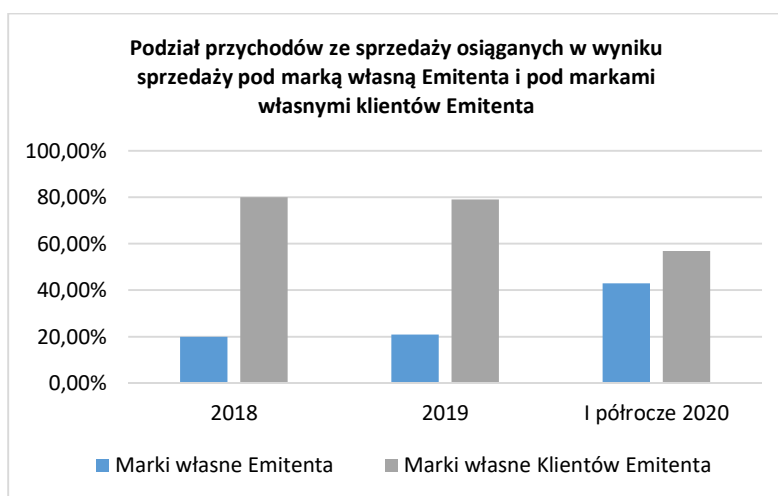
Struktura sprzedaży

Podział przychodów netto ze sprzedaży osiągniętych w wyniku sprzedaży lakierów do paznokci (hybrydowych oraz klasycznych) oraz pozostałego asortymentu znajdującego się w ofercie Spółki:



W 2019 roku większość zleceń realizowanych przez Spółkę obejmowała zlecenia realizowane na rzecz sklepów wielkopowierzchniowych, a struktura sprzedaży produktów pokazuje, że Spółka koncentruje się przede wszystkim na sprzedaży lakierów hybrydowych oraz klasycznych.

Udział marek własnych Spółki w strukturze sprzedaży:



Dzięki działaniom marketingowym, marki własne Spółki zdobywają coraz silniejszą pozycję rynkową w Polsce i w Europie, co przekłada się na ich coraz większy udział w strukturze sprzedaży Spółki. Na koniec 2018 roku przychody ze sprzedaży osiągnięte w wyniku sprzedaży produktów pod własnymi markami stanowiły 20 proc., a pod markami własnymi klientów 80 proc. całości przychodów Spółki. Natomiast w 2019 roku przychody ze sprzedaży osiągnięte w wyniku sprzedaży produktów pod własnymi markami stanowiły 21 proc., a pod markami własnymi klientów 79 proc. całości przychodów Spółki. W I półroczu 2020 roku sprzedaż pod markami własnymi wzrosła do 43 proc. podczas gdy sprzedaż pod markami klientów Spółki wyniosła 57 proc. całości przychodów Spółki.

Plany Spółki

Nowa Strategia zakłada dynamiczny rozwój Spółki poprzez wzrost organiczny dzięki, czemu w 2023 roku 4Mass S.A. planuje osiągnąć:

1. Przychody na poziomie powyżej 120 mln zł przy stabilnej marży EBITDA.
2. Kapitalizację Spółki na poziomie ponad 200 mln zł.
3. Solidne podstawy do dalszego wzrostu, aby w horyzoncie długoterminowym osiągnąć pozycję w TOP 5 w Europie w kategorii produktów światłoutwardzalnych przeznaczonych do stylizacji paznokci.
4. Rozwój innowacyjnych technologii i nowatorskich rozwiązań w zakresie mieszanin UV.

W celu realizacji przyjętej Strategii, w okresie 2020-2023, Spółka planuje przeznaczyć na inwestycje ok. 40 mln zł m.in. na uruchomienie zakładu wytwarzającego masy światłoutwardzalne, uruchomienie Centrum Badawczo-Rozwojowego, budowę zakładu produkującego specjalistyczne dermokosmetyki oraz nowego zakładu produkcyjnego w Świdniku.

Działania służące realizacji planów Spółki

Celem realizacji opisanych powyżej planów, Strategia Spółki zakłada:

- 1/ Uruchomienie zakładu wytwarzającego masy światłoutwardzalne w I kwartale 2021 roku, z wydajnością produkcyjną na poziomie 1 tony masy dziennie. Pozwoli to Spółce dołączyć do wąskiego grona kilku europejskich firm samodzielnie wytwarzających masy UV. Spółka zakłada, że przejście na własną produkcję mas umożliwi uniezależnienie łańcucha dostaw od importu mas światłoutwardzalnych, a nawet rezygnację z importu mas w przyszłości. Spółka zakłada także, że przejście na własną produkcję mas, długoterminowo obniży koszty pozyskania surowców do produkcji lakierów. Zlikwidowane zostaną również koszty związane z importem, co przełoży się na wzrost marży gotowych produktów średnio o 25 proc. Proces uruchamiania zakładu wytwarzającego masy światłoutwardzalne w Józefowie jest finansowany z bieżących przychodów Spółki. Hala produkcyjna jest dzierżawiona przez Spółkę.
- 2/ Otwarcie Centrum Badawczo-Rozwojowego w Świdniku do końca 2021 roku. W centrum zatrudniona zostanie wysokospecjalistyczna kadra, która będzie nieustannie pracować nad rozwojem innowacyjnych produktów i technologii. Pomoże to w zajęciu pozycji czołowego, europejskiego dostawcy produktów przeznaczonych do stylizacji paznokci, czyli rynku którego szacunkowa wartość to ok 2 mld euro rocznie. Umożliwi to zwiększenie portfolio Spółki o innowacyjne produkty, co pomoże w realizacji założonych przychodów. Projekt jest współfinansowany ze środków Unii Europejskiej -- przyznana Spółce kwota dofinansowania to 2.586.572,70 zł, zaś całkowity koszt realizacji ww. projektu przez Spółkę to 4.591.234,53 zł.
- 3/ Uruchomienie do połowy 2022 roku zakładu produkującego specjalistyczne dermokosmetyki przeznaczone do pielęgnacji skóry twarzy i głowy. Linia produktów do twarzy oparta będzie o innowacyjne surowce, o potwierdzonym klinicznie działaniu zagęszczającym skórę i niwelującym zmarszczki. Linia produktów do skóry głowy wykazuje działanie odbudowujące cebulki włosowe i stymuluje wzrost włosów, co również zostało potwierdzone w badaniach. Dokonano zgłoszeń patentowych na opracowane produkty. Nowa linia produktów pozwoli rozwinąć dystrybucję na rynku aptecznym w Polsce i w Europie w kategorii dermokosmetyków, którego wartość szacowana jest na 4 mld euro rocznie. Zakład zlokalizowany będzie w Świdniku. Projekt jest współfinansowany ze środków Unii Europejskiej - całkowita wartość projektu wynosi 9.049.971 zł, z czego kwota dofinansowania, wynosi 5.150.390 zł.
- 4/ Uruchomienie zakładu produkcyjnego Spółki, w którym wytwarzane będą masy światłoutwardzalne oraz wyroby gotowe w opakowaniach jednostkowych. Rozbudowany zostanie aktualny park maszynowy zarówno w zakresie wytwarzania mas, jak i produktów gotowych. Pozwoli to na zwiększenie mocy produkcyjnych do 5 ton mas UV oraz 250 tys. sztuk gotowych lakierów hybrydowych i żeli budujących dziennie. Produkcja tej wielkości wymaga odpowiedniej infrastruktury, której na dzień dzisiejszy Spółka nie posiada. Pierwszym krokiem do realizacji działań strategicznych będzie zakup działki w Świdniku, przylegającej do dwóch pozostałych działek Spółki na których realizowanych są obecnie projekty inwestycyjne opisane w punkcie 2 i 3 powyżej. Powstanie tam budynek produkcyjno-magazynowy o powierzchni około 3.000 m². Równocześnie Spółka wdroży

dedykowany system ERP do zarządzania całym przedsiębiorstwem. Budowa zakładu umożliwi realizację założonych celów sprzedażowych Spółki w 2023 roku. Całość inwestycji szacowana jest na około 20 mln zł. Spółka ubiega się o kredyt technologiczny, co pozwoli sfinansować projekt w 60 proc. jego wartości.

Źródła finansowania planów Spółki

Spółka finansuje działalność bieżącą ze:

- 1/ środków własnych;
- 2/ środków pochodzących z długoterminowych linii kredytowych w łącznej wysokości 3 mln zł;
- 3/ środków pochodzących z krótkoterminowych pożyczek od akcjonariuszy w wysokości 2,5 mln zł;
- 4/ środków pochodzących z dotacji UE w wysokości 1 mln zł.

W ocenie Spółki posiadane środki zapewniają pełne finansowanie bieżącej działalności Spółki.

Dodatkowo Spółka obecnie prowadzi projekty inwestycyjne których źródłem finansowania są:

- 1/ środki własne - 8,8 mln zł;
- 2/ dotacje UE - 7,7 mln zł;
- 3/ długoterminowa pożyczka od akcjonariusza w wysokości 2 mln zł;
- 4/ działalność bieżąca.

W celu sfinansowania realizacji projektu inwestycyjnego mającego na celu uruchomienie nowego zakładu produkcyjnego w Świdniku Spółka planuje pozyskać:

- 1/ dotację UE w wysokości (60% kosztów kwalifikowanych netto) ok 9,5 mln zł
- 2/ przeprowadzić emisję akcji, celem pozyskania nie więcej niż 2,5 mln EUR z prawem poboru 1:1 w cenie 0,10 zł za akcję.

Zespół Spółki

Na dzień dzisiejszy Zespół Spółki to 107 osób. Biorąc pod uwagę, że w ramach realizowanej Strategii zakładane jest poszerzenie katalogu oferowanych produktów, wzrost produkcji własnej i tym samym wzrost przychodów ze sprzedaży, Spółka planuje istotne zwiększenie liczebności zespołu.

Podsumowanie

Strategia rozwoju Spółki zakłada:

- 1/ Stały i stabilny rozwój poprzez wzrost organiczny.
- 2/ Przeznaczenie, w okresie 2020-2023, na inwestycje ok. 40 mln zł.
- 3/ Przejście na samodzielne wytwarzanie mas światłoutwardzalnych, co pomoże Spółce zostać liderem na rynku europejskim - w całej Europie jest tylko kilka firm wytwarzających całkowicie samodzielnie produkty światłoutwardzalne.
- 4/ Wybudowanie pierwszego w Polsce samodzielnego centrum badawczo rozwojowego w zakresie produktów światłoutwardzalnych, co znacznie podniesie możliwości tworzenia produktów unikatowych, nowoczesnych i oferowanie ich całej branży pod ich markami własnymi. Pozwoli to również znacznie podnieść wolumen sprzedaży produktów wytwarzanych dla innych marek.
- 5/ Uruchomienie do połowy 2022 roku fabryki wytwarzającej zaawansowane technologicznie kosmetyki do pielęgnacji skóry głowy i twarzy, w oparciu o własne patenty, co pozwoli zdywersyfikować działalność handlową oraz poszerzyć dystrybucję na nowe produkty i rynki zbytu, min. apteki.
- 6/ Konsolidację zakładów w Radomiu i Józefowie umożliwiającą znaczne zwiększenie wolumenu produkcji i obniżenie kosztów związanych z logistyką, obsługą najmów, itp. Pozwoli to również lepiej zaplanować i wykonać specjalnie zaprojektowane pod tę działalność powierzchnie.



- 7/ Osiągnięcie w roku 2023 przychodów na poziomie powyżej 120 mln zł przy stabilnej marży EBITDA oraz kapitalizacji Spółki na poziomie ponad 200 mln zł.
- 8/ Zdobyć pozycję lidera w Europie w kategorii produktów światłoutwardzalnych przeznaczonych do stylizacji paznokci.