



**AKTUALIZACJA STRATEGII ROZWOJU NA LATA 2015-2021  
W ZAKRESIE EKSPANSJI ZAGRANICZNEJ  
I ROZWOJU DZIAŁALNOŚCI W OBSZARZE TELEMEDYCyny**

WARSZAWA, MARZEC 2017

# AGENDA

---



1. REALIZACJA STRATEGII W LATACH 2015-2017 – PODSUMOWANIE
2. BRASTER 2017-2021
3. POTRZEBY KAPITAŁOWE I OCZEKIWANIA
4. PODSUMOWANIE

# URZĄDZENIE BRASTER



## URZĄDZENIE BRASTER

Pierwsze na świecie urządzenie umożliwiające **samodzielne badanie piersi**, którego skuteczność została potwierdzona **badaniami klinicznymi**



## UNIKALNA MATRYCA CIEKŁOKRYSTALICZNA

Opatentowana w kilkudziesięciu krajach na całym świecie **technologia**

## WYRÓB MEDYCZNY

Posiada certyfikat (CE)  
W trakcie ubiegania się o FDA

## APLIKACJA MOBILNA

Kompatybilna z iOS i Android



Wystarczy **jedynie 10-minutowe badanie** aby urządzenie wykryło nawet najmniejsze zmiany w piersiach



Rosti

**Światowa jakość**  
dzięki współpracy z renomowanymi partnerami

# SPRZEDAŻ W POLSCE



## KANAŁY SPRZEDAŻY



### WŁASNY SKLEP ONLINE

- Bez pośredników
- Optymalizacja marżowości



### KANAŁ TRADYCYJNY

- Sprzedaż poprzez sieci apteczne



### E-COMMERCE

- Najszybciej rosnący kanał sprzedaży na świecie



### INNE

- Centra medyczne
- Ubezpieczyciele np. Nationale-Nederlanden
- Telesprzedaż

Model sprzedaży przygotowany we współpracy z firmą Deloitte



2.000  
urządzeń  
sprzedanych  
w 2,5 miesiąca  
w 2016

System BRASTER został sprawdzony i przetestowany na rynku polskim

# REALIZACJA STRATEGII W LATACH 2015-2017



## PUBLIKACJA STRATEGII 2015-2021

Finansowanie pozyskane  
2015/2016



Opracowanie urządzenia BRASTER, inteligentnych algorytmów, platformy telemedycznej



Budowa unikalnej fabryki matryc termograficznych



Przeprowadzenie badań klinicznych



Rozpoczęcie sprzedaży w Polsce w H2 2016

## USZCZEGÓLWIENIE STRATEGII - 2017



Rozpoczęcie sprzedaży zagranicznej w 2017



Uruchomienie sprzedaży we wszystkich znaczących krajach świata do 2019



Docelowo 70% przychodów generowanych przez usługi telemedyczne

# KLUCZOWE WNIOSKI



## POZYTYWNE

- Wejście na rynek Polski i pierwsza realizacja sprzedaży bez poważnych problemów technicznych, operacyjnych i logistycznych
- Doświadczony i zaangażowany zespół odpowiedzialny za sukces komercjalizacji urządzenia BRASTER
  - Opracowanie i wdrożenie skomplikowanych technologicznie urządzeń i linii technologicznej, budowa i integracja systemów telemedycznych, relacje z międzynarodowymi partnerami (outsourcing, producenci elektroniki i EMS), prowadzenie badań klinicznych, kontakty z liderami opinii (KOL's), skuteczność działań w marketingu konsumenckim urządzeń medycznych
- Zbudowanie świadomości marki Braster wśród konsumentek
- Wsparcie liderów opinii w kampanii dedykowanej do środowiska medycznego – rozpoznawalność systemu wśród lekarzy



## DO WYKONANIA

- Zwiększenie świadomości korzyści z profilaktyki BRASTER – nowa kategoria produktu
- Szersza współpraca z liderami opinii i dystrybutorami na poszczególnych rynkach
- Wzrost elastyczności w modelu biznesowym (B2B, B2C) oraz pozycjonowaniu cenowym
- Wzrost ewidencji klinicznej – lepsze pozycjonowanie BRASTER wśród profesjonalistów, wspomaganie opracowywania danych farmakoekonomicznych dla potencjalnych możliwości refundacyjnych (badanie INNOMED – ok. 3 tys. kobiet)
- BRASTER Professional dla lekarzy na rynkach rozwijających się

# AGENDA

---



1. REALIZACJA STRATEGII ROZWOJU W LATACH 2015-2017 – PODSUMOWANIE
2. BRASTER 2017-2021
3. POTRZEBY KAPITAŁOWE I OCZEKIWANIA
4. PODSUMOWANIE

# WIZJA



**BRASTER®**  
&  
urządzenia telemedyczne  
innych producentów



Braster jako partner, dzięki któremu  
inni producenci będą mieli  
możliwość korzystania z know-how  
Spółki

**Globalna  
platforma  
telemedyczna**

Interpretacje badań

Opinie medyczne

Konsultacje on-line

Usługi dedykowane  
zdrowiu kobiet

Recepty on-line

Realizacja WIZJI zarówno przez rozwój organiczny,  
jak i przez potencjalne akwizycje



# NOWOCZESNY MODEL BIZNESOWY

---



## GLOBALNA PLATFORMA TELEMEDYCZNA BRASTER

Działająca na wszystkich rynkach gdzie rozwinięta jest telemedycyna



**INTEGRACJA USŁUG W ZAKRESIE TELEMEDYCYNY** Platforma integracji usług i danych



**NOWE ŹRÓDŁA PRZYCHODÓW** Usługi i inne projekty telemedyczne



**DOSTĘP DO LEKARZY SPECJALISTÓW** Konsultacje, rekomendacje, opinie medyczne

# POTENCJALNE M&A

---



PRODUCENCI URZĄDZEŃ  
TELEMEDYCZNYCH

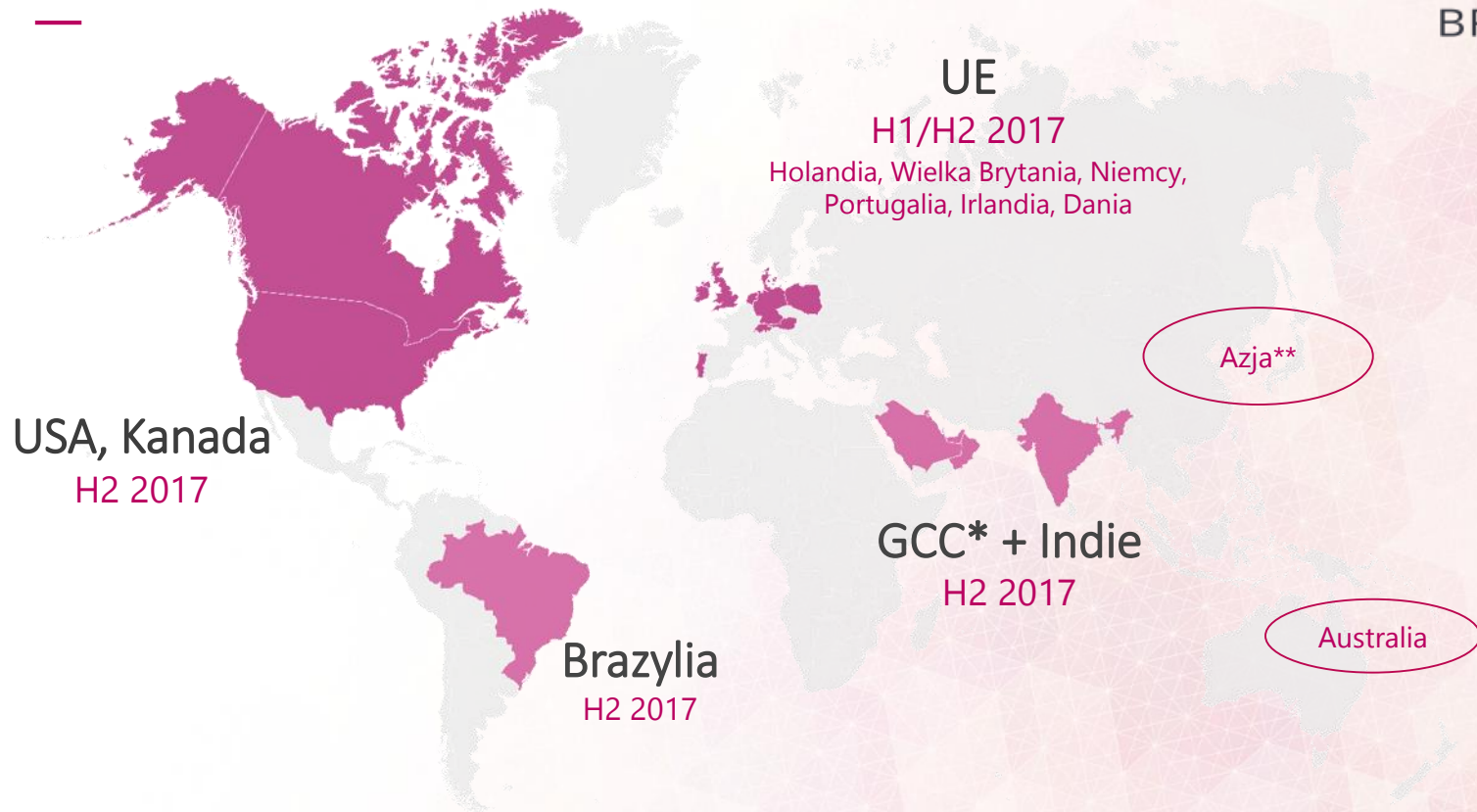


FIRMY ŚWIADCZĄCE  
USŁUGI I PRODUKTY  
E-HEALTH



FIRMY ŚWIADCZĄCE  
USŁUGI TELEMEDYCZNE

# BRASTER - KIERUNKI EKSPANSJI ZAGRANICZNEJ



 Pozostałe kierunki ekspansji

\* GCC – Bahrajn, Kuwejt, Oman, Katar, Arabia Saudyjska, ZEA  
\*\* Azja – Chiny, Japonia, Korea

# PRACE NAD FDA

---



## Listopad 2016

Rozpoczęcie prac nad projektem FDA

## Luty 2017

Uzyskanie od FDA dokumentacji aplikacyjnej wyrobów podobnych na podstawie procedury Freedom of Information. Wykorzystanie dokumentów wyrobów podobnych do opracowania aplikacji zgłoszeniowej

## Marzec 2017

Powołanie US Agent - wybór firmy i akceptacja warunków transakcyjnych. Umowa zostanie zawarta na okres 1 roku w okresie 03/2017-03/2018

## Kwiecień 2017

Uzyskanie FCC grant (homologacja radiowa). Certyfikacja radiowa będzie nadana na podstawie raportu z badań i dokumentacji technicznej wyrobu przez Telecommunication Certification Body (TCB) – UL VS Ltd.

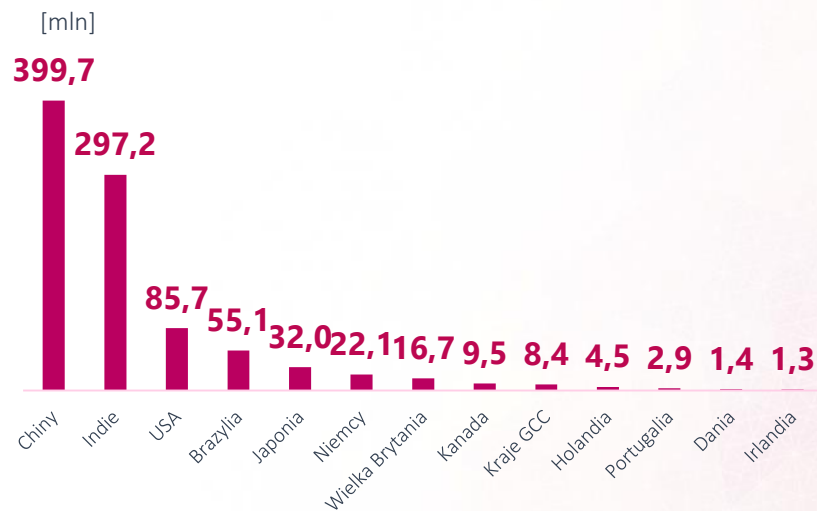
## Kwiecień 2017

Przesłanie kompletnej aplikacji do FDA

- Projekt systemu BRASTER przygotowywany był od początku pod kątem zgodności z wymaganiami instytucji FDA (Food and Drug Administration), która reguluje rynek medyczny w USA

# POTENCJAŁ RYNKOWY

Populacja kobiet w wieku 25-64 lat w poszczególnych krajach, do których chce wejść Braster



Suma populacji kobiet poszczególnych rynków [mln]

936,5

2,3%\*

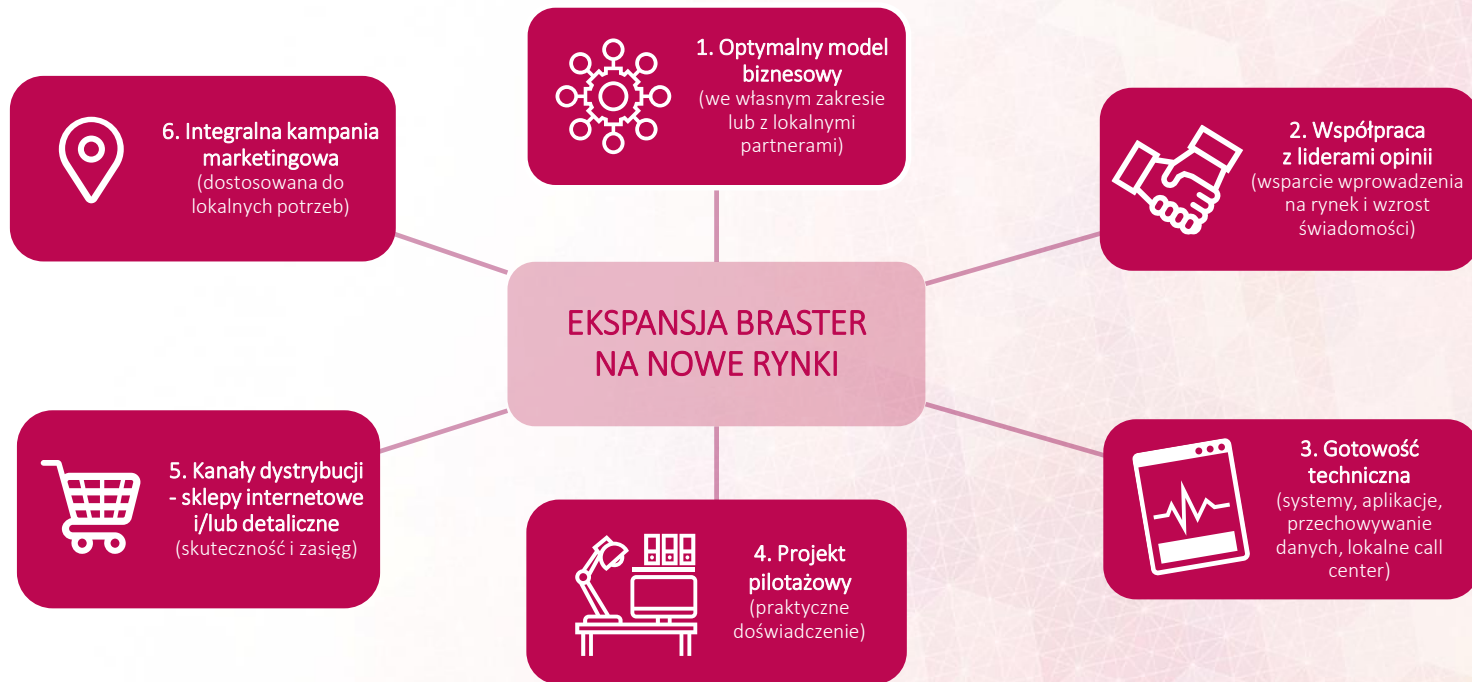
Grupa docelowa [mln]

21,5

\*zakładany przez Deloitte

wskaźnik penetracji rynku Braster w ciągu 5 lat

# UPROSZCZONY SCENARIUSZ EKSPANSJI



# UNIWERSALNE ELEMENTY WEJŚCIA NA NOWY RYNEK



## DZIAŁANIA WOBEC OTOCZENIA RYNKOWEGO

### KROK 1

- PARTNERZY BIZNESOWI
- UREGULOWANE INWESTYCJE
- POTWIERDZENIE PLANU WEJŚCIA

- LIDERZY OPINII
- ORGANIZACJE I STOWARZYSZENIA ZAJMUJĄCE SIĘ RAKIEM PIERSI

## DZIAŁANIA WOBEC OTOCZENIA MEDYCZNEGO

### KROK 2

#### LAUNCH

- OGÓLNOKRAJOWE WYDARZENIA MEDYCZNE (MASOWY ZASIĘG)

BEZPOŚREDNIA  
KONTYNUACJA  
DZIAŁAŃ  
PROMOCYJNYCH

CIĄGŁE UMACNIANIE  
ROZPOZNAWALNOŚCI  
MARKI

## DZIAŁANIA WOBEC OTOCZENIA KONSUMENCKIEGO

### KROK 3

**KAMPANIE**  
UKIERUNKOWANE NA  
KONSUMENTÓW

# SZACOWANE KOSZTY WEJŚCIA NA NOWE RYNKI

---



- Wstępne rozmowy i prace z dystrybutorami/liderami opinii
- Programy pilotażowe dla lekarzy
- Promocja i reklama
- Trade marketing
- Przygotowanie systemów telemedycznych
- Kapitał obrotowy

RYNKI MAŁE

0,6-4  
mln PLN

RYNKI ŚREDNIE/DUŻE

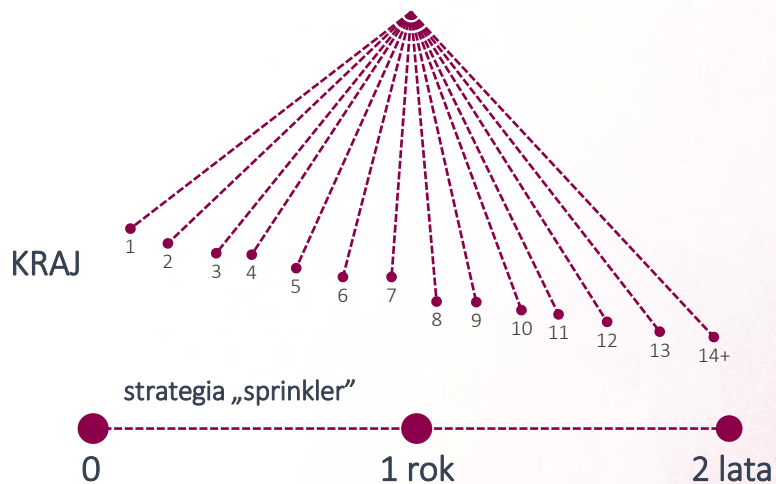
8-20  
mln PLN



# STRATEGIA EKSPANSJI ZAGRANICZNEJ



## EKSPANSJA ZAGRANICZNA



VS.

## EKSPANSJA ZAGRANICZNA



Świadomość marki i produktu musi zostać zbudowana na każdym rynku w tym samym czasie bądź w krótkich odstępach czasowych

# KOMERCJALIZACJA NA RYNKACH ZAGRANICZNYCH



## • CENA W POLSCE

- Urządzenie BRASTER: 195,- PLN (konsumentka)
- Abonament: 29,- PLN/mc.

Łączny 24 mc. przychód:  
**891 PLN**

## • WSTĘPNE CENY NA RYNKACH ZAGRANICZNYCH

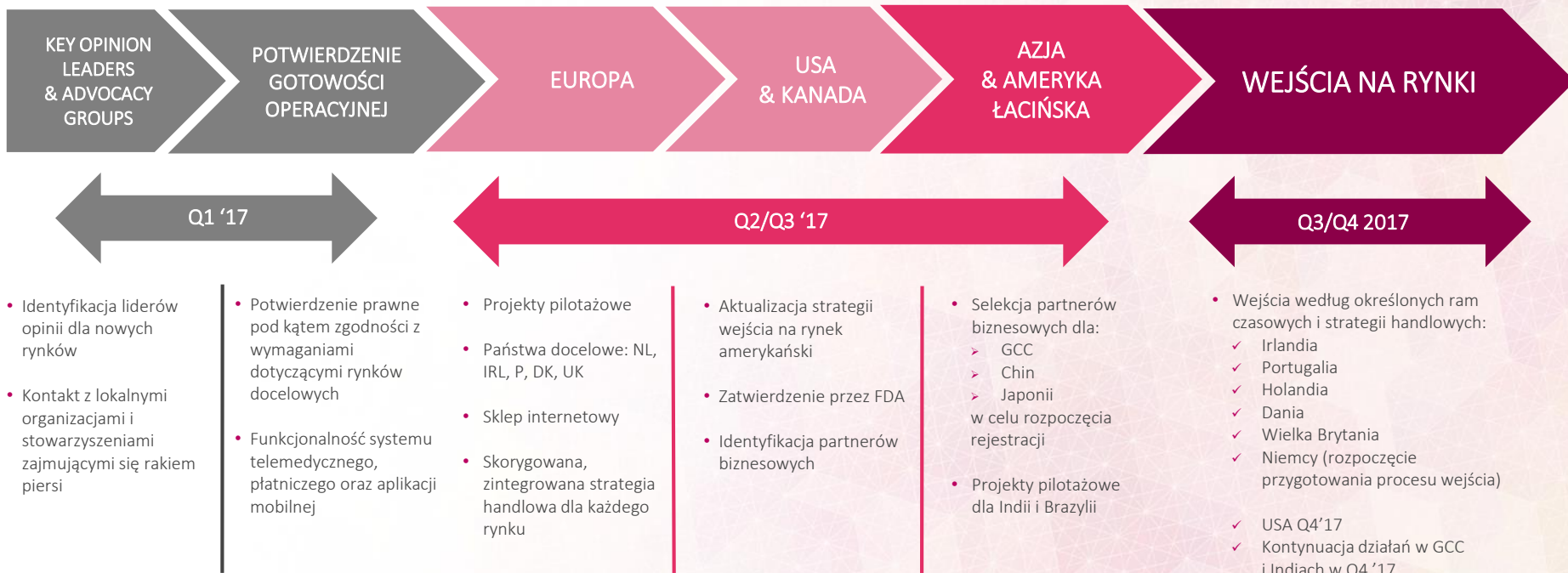
- Urządzenie BRASTER: ok. 299,00 EUR (konsumentka)
- Abonament: ok. 9,90 EUR/mc.

Łączny 24 mc. przychód:  
**min 537 EUR**

## • ZAŁOŻENIA CENOWE

- ✓ Ujednolicenie cen w Polsce z cenami obowiązującymi na rynkach UE
- ✓ Wzrost marżowości w przypadku sprzedaży bezpośredniej
- ✓ Współpraca z lokalnymi partnerami/dystrybutorami (podział marż)

# ETAPY PROWADZONYCH DZIAŁAŃ



Planowany debiut na 14 rynkach zagranicznych w latach 2017-2018

# AGENDA

---



1. REALIZACJA STRATEGII ROZWOJU W LATACH 2015-2017 – PODSUMOWANIE
2. BRASTER 2017-2021
3. POTRZEBY KAPITAŁOWE I OCZEKIWANIA
4. PODSUMOWANIE

# POTRZEBY KAPITAŁOWE



Priorytetem jest sfinansowanie procesu ekspansji zagranicznej, a także rozwoju działalności Braster w obszarze telemedycyny

## Scenariusz bazowy:

- Pozyskanie 60-70 mln PLN
- Debiut na 14 rynkach zagranicznych
- Zabezpieczenie środków na rozwój sprzedaży na rynkach zagranicznych

mln PLN	potrzeby kapitałowe	środki własne	kwota netto
Koszty wejścia na nowe rynki + bieżące koszty utrzymania firmy	54,8	9,2	45,6
Potencjalne M&A	16,8	-	16,8
Zakup nieruchomości	3,9	-	3,9
<b>RAZEM:</b>	<b>75,5</b>	<b>9,2</b>	<b>66,3</b>

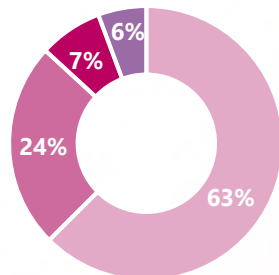
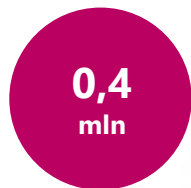
# OCZEKIWANIA



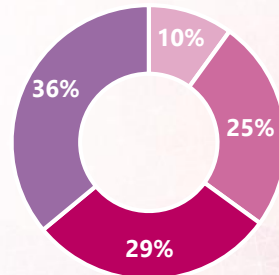
Malejący udział sprzedaży na rynku w Polsce na rzecz rynków zagranicznych, o dużo wyższym potencjale komercyjnym

Zasięg i struktura sprzedaży na poszczególnych rynkach\*

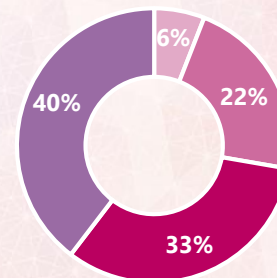
Grupa docelowa  
2017



2017



2019



2021

Grupa docelowa  
2021



Polska

Europa

USA, Kanada, Brazylia

GCC i Azja\*\*

**CAGR przychodów 2017-2021**

229%

\* w przypadku realizacji scenariusza rozszerzonego  
\*\* GCC – Bahrajn, Kuwejt, Oman, Katar, Arabia Saudyjska, ZEA  
Azja – Chiny, Japonia, Korea

# AGENDA

---



1. REALIZACJA STRATEGII ROZWOJU W LATACH 2015-2017 – PODSUMOWANIE
2. BRASTER 2017-2021
3. POTRZEBY KAPITAŁOWE I OCZEKIWANIA
4. PODSUMOWANIE

# PODSUMOWANIE

---



1. Skuteczna realizacja założeń strategicznych w latach 2015-2016
2. System BRASTER wdrożony i przetestowany na rynku w Polsce
3. Wraz z rozwojem telemedycyny i rynku zdalnych badań Braster będzie stopniowo ewoluował tworząc międzynarodową platformę usług telemedycznych
4. Dalszy rozwój biznesu poprzez wzrost organiczny i potencjalne akwizycje
5. Planowany debiut na 14 rynkach zagranicznych w 2017 i 2018 r.
6. Oczekiwany CAGR przychodów w latach 2017-2021 na poziomie ok. 230%
7. Ponad 90% przychodów z eksportu w roku 2021





**BRASTER<sup>®</sup>**

DZIĘKUJEMY ZA UWAGĘ

**Kontakt dla prasy i inwestorów:**

InnerValue Investor Relations

Piotr Książek

+48 501 988 693

[p.ksiazek@innervalue.pl](mailto:p.ksiazek@innervalue.pl)