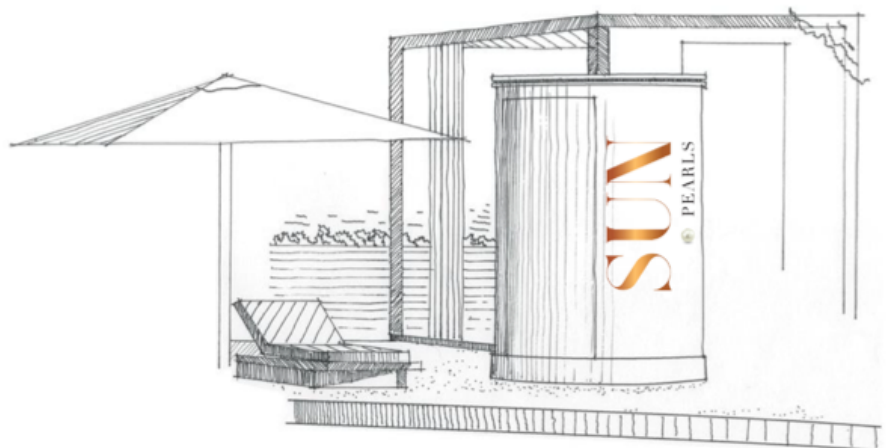


SUN

PEARLS

member of



Inteligentní kabina Sun Pearls?

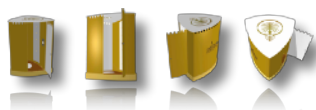
Luxusní,
automatická otočná kabina,
aplikující opalovací krémy

NOVÁ - JEDINEČNÁ - PATENTOVANÁ



JAK KABINA FUNGUJE?

- Inteligentní kabina Sun Pearls je luxusní, plně automatická otočná kabina, která aplikuje opalovací krémy
- Tato inteligentní kabina aplikuje různé druhy krémů [viz strana 17]:
 - SPF 10
 - SPF 20
 - SPF 30
 - SPF 50
 - Protizánětlivý krém po opalování
 - Chladicí emulzi na pokožku
 - Aplikace trvá pouhých 22 sekund
- Kabina se ovládá pomocí dotykové obrazovky umístěné uvnitř kabiny. Tuto obrazovku je možné využít pro reklamu třetích stran.



ZÁMĚR PROJEKTU

- Umístit 250 inteligentních kabin Sun Pearls, které aplikují opalovací krémy, do 50 hotelů v SAE (Spojené arabské emiráty)

[1. fáze]

- Tento projekt rozšířit po celém Středním východě

[2. fáze]

- Uvést kabiny celosvětově mezi obratníkem Kozoroha a Raka

[3. fáze]

KOMU JE PROJEKT URČEN?

- **UŽIVATELÉ:**

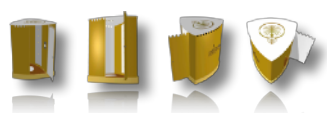
Turisté - Hoteloví hosté - Soukromý sektor

- **UMÍSTĚNÍ:**

Hotely - Vodní parky - Pláže - Výletní lodě - Plavecké bazény

- **PROVOZOVATELÉ:**

Sun Pearls Group - Nezávislí distributoři



SUN PEARLS

SP je nový obchodní projekt, který se zaměřuje na automatizovanou aplikaci opalovacích krémů a související krémů. SP je novým rušivým elementem na trhu v oblasti opalovacích krémů. Nabízí hotelům a jejich hostům naprosto jedinečný a revoluční výrobek. Lidé na dovolených se v budoucnu mohou vyhnout neoblíbené činnosti ručního nanášení opalovacích krémů a nahradit ji zábavným, rychlým a snadno dostupným zážitkem.

SP vyvíjel a vylepšoval svou technologii několik let. Výsledkem je výroba automatizovaných kabiny a vlastních krémů na opalování, které jsou vysoce kvalitní a jedinečné. Inteligentní kabiny jsou naprogramované tak, aby nasprejovaly celé tělo za pouhých 22 sekund pomocí 48 rozprašovacích trysek. Tato technologie nepřetržitě sleduje náplně všech krémů v kabinách, upozorňuje pokud hladina krémů v náplních je nízká nebo na případné požadavky na údržbu, navíc zjišťuje a zabráňuje použití jakýchkoli cizích krémů či ředění krémů v kabinách. Tato technologie také zaznamenává přehled o finančních platbách hotelu a počtu nástřiků použití hotelovými hosty a poskytuje funkci kontroly financí „v reálném čase“, která bude integrována do hotelových softwarových účetních systémů.

Toto je příležitost pro „prvního iniciátora“, k převzetí dominantní pozice na cílových trzích. SP také překonal mnoho praktických a technických nesnází, díky kterým vytvořil mimo klasickou cestu i příležitost k obchodu s právy na mezinárodně registrovaných technických patentech a duševním vlastnictvím.

POTŘEBA OPALOVACÍCH KRÉMŮ

Po účinné ochraně proti slunečnímu záření na trhu panuje nesmírná poptávka. Rakovina kůže je nejběžnější diagnostikovanou rakovinou a její výskyt se zvyšuje každým rokem. Každý pátý Američan dostane rakovinu kůže během svého života. Studie ukazují, že je každý rok diagnostikováno více než 3,5 miliónu Američanů a 230 000 Britů novými případy rakoviny (zdroj: Americká onkologická společnost).

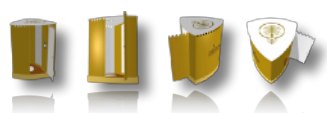
Každý, kdo o dovolené navštíví horké podnebí ví, že musí použít opalovací krém, ale nesnáší se jím natírat. Všichni jsou poučeni o riziku rakoviny kůže, spálení se na slunci, vytváření vrásek atd. Přesto však odhadovaných 90 % lidí nepoužívá správné množství krému, aby docílili ochrany anebo správný faktor SPF, aby se přizpůsobili denním podmínkám nebo jejich typu kůže. Studie zjistily, že většina lidí používá méně než polovinu nezbytného množství. U průměrného dospělého člověka je úplným minimem, které by mělo pokrýt tělo 36 gramů krému (zdroj: Britské společenství dermatologů). Kabina SP aplikuje vždy 50 gramů krému.

Lidé také natírání opalovacího krému vidí jako nepříjemnou povinnost. Také víme, že děti jednoduše nespolutracují snadno, aby si ochránily svou mladou pokožku. Naše otáčející se, plně automatická kabina všechny tyto problémy odstraňuje. Děti ji chtějí používat – je to zábava, jako jízda v Disney Landu.

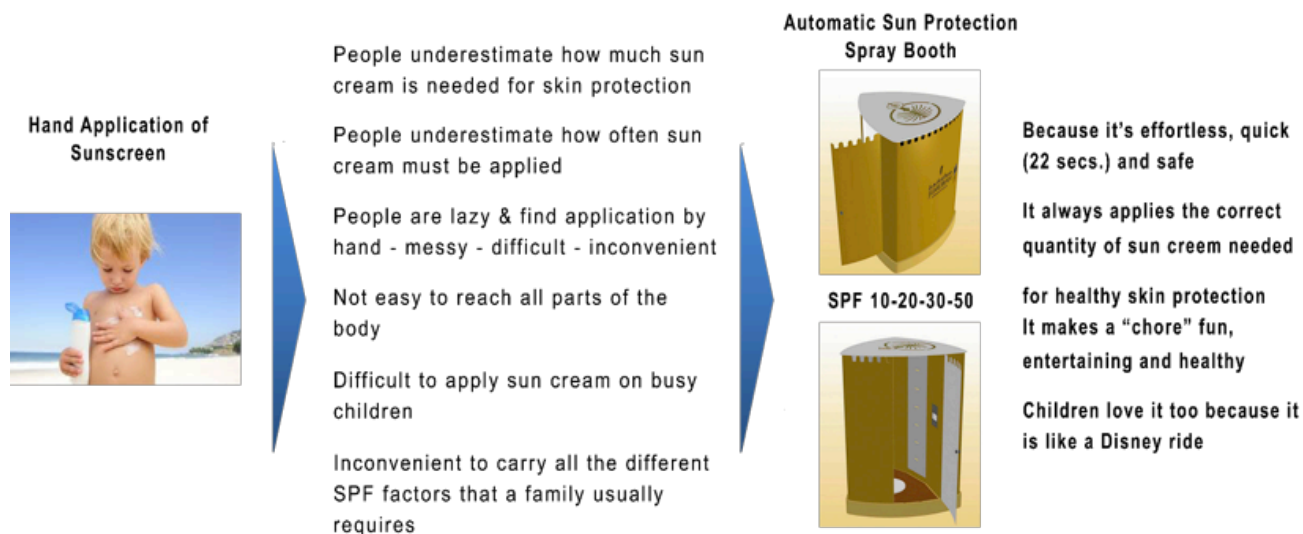
Je to rychlé – zábavné a oni to chtějí dělat samy, bez toho, aby je vyrušovala maminka či tatínek. Chtějí také sbírat řadu dávků, za použití kabiny, včetně slunečních brýlí.

Dnes je také téměř nemožné si s sebou vzít dostatečné množství opalovacího krému do letadla v příručním zavazadle. Může také ve vašem příručním zavazadle vytéct kvůli vyrovnávání tlaku v letadle.

100 % hostů v hotelech, na plážích a ve vodních parcích, jsou potencionálními klienty, kteří náš výrobek potřebují.



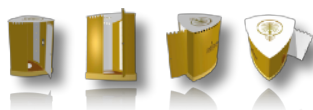
PROČ AUTOMATICKÉ KABINY?



PODMÍNKY / BALÍČKY PRO HOTELY

SP partnersky spolupracuje s hotely a funguje na základě podílu na výnosu s minimálním poplatkem za nástřik. Hotely jsou vysoce motivovány, aby spolupracovaly s SP následujícím způsobem, přičemž nemusí nic investovat:

- SP hotelům přináší novou, jedinečnou, luxusní, pozornost přitahující službu
- SP hotelům účtuje symbolické půjčovné 1 € za měsíc tak, aby rozhodnutí nainstalovat kabiny mohlo být učiněno snadno na místní úrovni vedení, bez odkázání na ústředí firmy
- Hotely získají zisk navíc a zlepší si „image“ bez práce, bez investování a bezplatně
- Kabiny SP mohou nést značku hotelu, aby zlepšily image hotelu a jeho status, takovým způsobem, že zákazníci se o to podělí se svými přáteli a hotel to bude moci nabídnout ve svých marketingových materiálech
- Hotely na tuto službu nevyčleňují žádné lidské zdroje. Hotely nedělají nic ohledně provozu kabin, kromě toho, že budou vystupovat jako jedna z možností, jak tuto službu prodat svým hostům a podílet se na zisku
- Zaměstnanci SP budou přímo nápomocní hotelovým hostům a budou systém propagovat a budou pracovat podle nejvyšších standardů hotelů (nejméně jedna hosteska v každém hotelu)
- Majitelé budou místní vedení neustále povzbuzovat k vyhledávání takových příležitostí, aby zlepšili svou konkurenceschopnost a získali tak konkurenční výhodu



MARKETINGOVÁ STRATEGIE A VIZE

Střednědobými cíly SP je zajistit rozpoznání značky zákazníkem a dosáhnout ročního zisku 30+ miliónů € do 5 let a instalaci 250 kabin v prémiových hotelech v Perském zálivu

Počáteční bod vstupu SP na trh je hotelový trh v Perském zálivu (SAE = Spojené arabské emiráty), který má jedno z nejpříznivějších prostředí k rychlým počátečním výnosům. Perský záliv byl vybrán na základě několika důvodů:

1. Zakladatel, Gerry Hipperson, úspěšně působí na Středním východě od 80. let a velmi dobře rozumí této oblasti a místním lidem, stejně jako mentalitě turistů
2. SAE jsou také velmi dobře známy týmu SP, kteří v této oblasti mají stávající kontakty, znalosti a zaměstnance, z nichž někteří v této oblasti žijí již několik let
3. V Dubaji je velký počet prémiových hotelů, které jsou téměř plné po celý rok
4. Ze zeměpisného hlediska jsou SAE velmi kompaktním trhem, který vyžaduje pouze malý počet lidí k zahájení a sledování byznysu
5. Sezóna je velmi dlouhá, což umožňuje vynikající poměr výnosů a nákladů po dobu 9-10 měsíců v roce

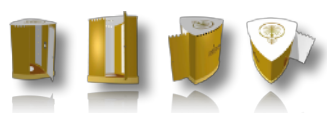
Počáteční seznam cílových hotelů v SAE (Dubaj, Abu Dhabi a také stát Omán) je zmíněn v tomto dokumentu. Průměrná velikost hotelů je 299 pokojů a mnohé mají daleko více jako například Palm Atlantis s 1539 pokoji.

Až budou kabiny umístěny v Jumeirah Group, Four Seasons a Atlantis, tak se stanou marketingovou municí a výkladní skříní pro celý svět. Jedna kabina bude připravena k odeslání do Dubaje předem, aby vytvořila počáteční prostředí pro předvádění. Vyšší management hotelů bude poté pozván k prohlídce, navíc několik vybraných emirátských rodin, TV a novináři z médií, aby byla uskutečněna velká propagační publicita a využita příležitost k vzbuzení jejich zájmu o plány Expo 2020. Odhaduje se, že se zúčastní kolem 50 miliónů lidí po dobu veletrhu Expo.

Z Perského zálivu se plánuje rozšíření obchodu do Asie a Ameriky (v 2020), kde jsou také značně dlouhé sezóny, a potom do Evropy.

Platby za nástřiky v kabině, budou mít spoustu metod provedení, jako např. možné začlenění automatického naúčtování na účet hotelového pokoje, chytré karty NFC – RFID; stírací vouchery, zadání kódu PIN; internetové prodeje (pomocí nové mobilní aplikace); nákupy z chytrého telefonu prostřednictvím ApplePay a AndroidPay, stejně jako včasné zakoupení před dovolenou/nabídka poukázek nebo bezplatných RFID karet prostřednictvím cestovních kanceláří.

Hlavním způsobem nákupu nástřiku bude pravděpodobně hotelová recepce/bar u bazénu, naúčtování na účet hotelového pokoje atd. a navíc bude propagační tým SP provizemi stimulován k prodeji a uživatele bude přímo povzbuzovat. Dalšími prodejními místy bude prodej OTC v hotelových obchodech; ve vodních parcích a na veřejných plážích; prodeje provozovatelů dovolených a prodeje v médiích.



PRŮZKUM TRHU

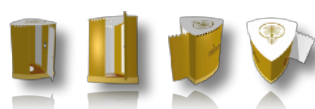
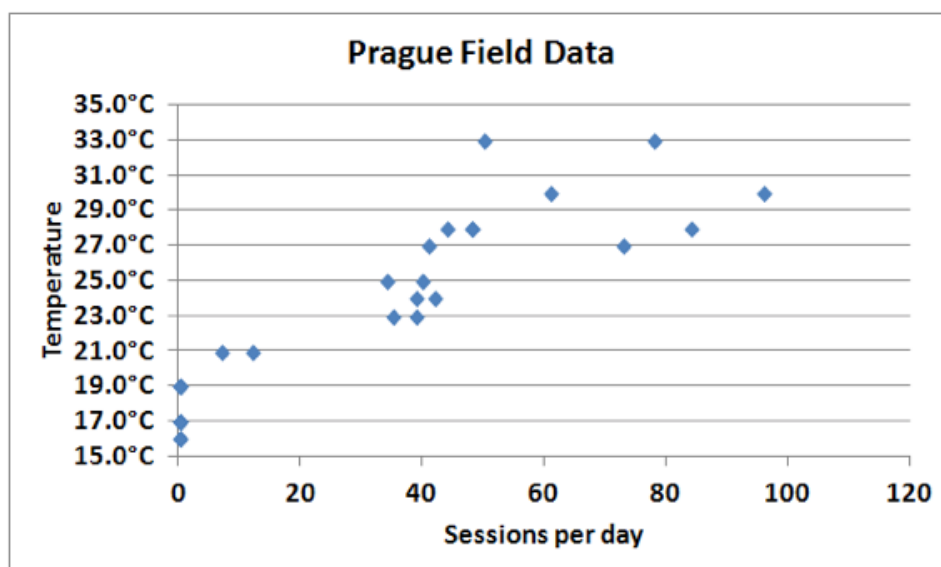
Projekt kabin byl představen několika hotelům v SAE a byl s nimi navázán kontakt a již byla zaznamenána velká poptávka po kabinách. Jednotnou reakcí byla otázka „kdy je už budeme mít?“ a CEO hotelu Four Seasons se zeptal „proč jsme to neudělali dříve“. Propagační akce pro hotelové manažery a majitele v SAE bude uskutečněna těsně před datem formálního zahájení.

ZKOUŠKY PROTOTYPŮ

Testování kabiny „zkouška sestrojených prototypů v praxi“ bylo záměrně velmi nenápadné a po krátkou dobu, aby neprobudilo stávající průmysl s „opalovacími krémy“ předtím, než to bude adekvátně strukturované a vyspělé ke vstupu na trh.

Shrnutí našich poznatků z testování v praxi je následující:

- Design prototypu kabiny okamžitě podnítl zvědavost veřejnosti, ale je třeba, aby vypadal ještě luxusněji
- Děti byly kabinou obzvláště přitahovány, protože to pro ně byla zábava otáčet se a nechat se nasprejovat opalovacím krémem
- Mnozí lidé nás požádali o prodej krému v lahvičkách, aby si jej vzali domů, jelikož byli ohromeni, jak příjemná na dotek byla jejich pokožka a že krém nebyl lepivý ani mastný [k čemuž jsme nebyli připraveni,]
- Veřejnost se často ptala našich lidí, proč to nebylo uděláno již dříve a současně nám poskytovala povzbuzující komentáře o tom, jak to bylo zábavné
- Věk nebyl faktorem, který by ovlivnil použití, jelikož nejstarším uživatelům během zkoušky bylo 82 let a nejmladším pouze 3 roky, a všichni stále přicházeli zpět
- Když byla kabina ponechána bez dozoru, tak ji denně použilo v průměru 51 lidí. Když byla kabina pod dozorem, tak kabinu použilo přibližně 15-20 zákazníků za hodinu
- Optimální teplota prostředí, potřebná k využití kabiny, byla 24-25+ °C
- Ačkoli jsme zkoušku provedli převážně kvůli technické analýze, byla úspěšná, protože lidé se vraceli, aby byli nasprejováni znovu a znovu. Mnozí z nich učinili připomínky, že s našimi vysoce kvalitními krémy neměli vyrážku ze slunce. Také jsme zaznamenali zprávy, že to pomohlo s ekzémem [ačkoli toto není klasifikováno jako farmaceutická receptura]



ZKOUŠKY BYLY PRIMÁRNĚ PROVEDENY Z DŮVODŮ:

- Technické analýzy
- Nalezení možností pro zlepšení designu
- Kontroly slučitelnosti systému
- Kontroly softwarových domněnek
- Zajištění veřejného přijetí a přístupu
- Předpovězení použití ve spojení s přírodními podmínkami

Během zkušebního období bylo jasné, že veřejnosti se inteligentní kabina Sun Pearls velmi líbila a byla velmi vděčná za neobvyklé složení krémů různých ochranných faktorů SPF.

Učinili komentáře o tom jak jemnou a hedvábnou na dotek měli po použití krémů jejich pokožku bez pocitu, že jejich pokožka byla lepkavá nebo mastná v porovnání s mnohými konkurenčními krémy. Snadná roztíratelnost.

Jejich nadšení bylo tak velké, že se opakovaně ptali, zda si mohou koupit nějaký krém domů a použít jej při dalších příležitostech.

Hotels in United Arab Emirates



3942 Hotels in Dubai,



216 Hotels in Abu Dhabi,



132 Hotels in Sharjah,



89 Hotels in Ras Al Khaimah,



41 Hotels in Furairah,



52 Hotels in Ajman,



28 Hotels in Al Ain,



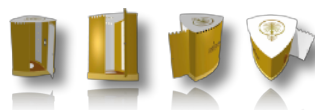
8 Hotels in Umm Al Quwain,



1 Hotel in Liwa,

HOTELY

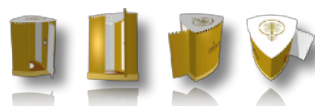
Projekt jsme diskretním způsobem prodiskutovali s mnoha hotely, jako je Jumeirah Beach hotel a Jumeirah Group na úrovni ředitele, který nás pozval, abychom předložili podrobný návrh, jelikož image a služby, které inteligentní kabina Sun Pearls nabízí, byl naprosto v souladu s image a úrovní luxusních služeb, které chtějí mít k dispozici pro své hosty.



POČÁTEČNÍ SEZNAM CÍLŮ – HOTELY V SAE v náhodném pořadí

1	UAE	Ajman Saray Dubai	205	41	UAE	Meydan Hotel	285
2	UAE	Al Qasr at Madinat Jumeirah Dubai	292	42	UAE	Mina Al Salam at Madinat Jumeirahs	292
3	UAE	Al Raha Beach hotel Abu Dhabi	110	43	UAE	Movenpick Jumeirah Beach	294
4	UAE	Al Wadi Desert Ras Al Khaimah	101	44	UAE	Nikki Beach Resort & Spa Dubai	195
5	UAE	Anantara The Palm Dubai Resort	260	45	UAE	Oasis Beach tower	180
6	UAE	Atlantis The Palm Dubai	1539	46	UAE	One&Only Royal Mirage	451
7	UAE	Bab Al Shams Desert Resort and Spa	113	47	UAE	One&Only The Palm	96
8	UAE	Beach Rotana Hotel And Towers Abu Dhabi	413	48	UAE	Palace Downtown Dubai	242
9	UAE	Burj Al Arab	202	49	UAE	Palazzo Versace Dubai	215
10	UAE	Carlton Palace Dubai	212	50	UAE	Palm Tree Court & spa	134
11	UAE	Centro Yas Island Rotana Abu Dhabi	259	51	UAE	Park Hyatt Abu Dhabi	189
12	UAE	Dubai Marine Beach Resort & Spa Dubai	195	52	UAE	Park Hyatt Abu Dhabi Hotel and Villas	306
13	UAE	Eastern Mangroves Hotel and Spa	225	53	UAE	Park Inn Radisson Yas Island Abu Dhabi	204
14	UAE	Fairmont Bab Al Bahr Abu Dhabi	369	54	UAE	Park Rotana Abu Dhabi	318
15	UAE	Fairmont The Palm	381	55	UAE	Qasr Al Sarab Desert Resort Abu Dhabi	206
16	UAE	Five Palm Jumeirah Dubai	468	56	UAE	Radisson Blu Hotel Abu Dhabi	397
17	UAE	Four Seasons Abu Dhabi	200	57	UAE	Radisson Blu Residence Dubai Marina	151
18	UAE	Four Seasons Jumeirah	237	58	UAE	Radisson Blu Yas Island Abu Dhabi	397
19	UAE	Grand Hyatt Dubai	674	59	UAE	Retreat Palm Dubai MGallery by Sofitel	255
20	UAE	Grosvenor House Dubai	422	60	UAE	Ritz Carlton Abu Dhabi Grand Canal	447
21	UAE	Habtoor Grand Resort Dubai	446	61	UAE	Ritz Carlton Dubai	294
22	UAE	Hilton Capital Grand Abu Dhabi	281	62	UAE	Rixos Premium Dubai	443
23	UAE	Hilton Dubai Jumeirah	390	63	UAE	Rixos The Palm	231
24	UAE	Hotel Ajman Ajman UAE Was Kempinski	180	64	UAE	Rosewood Abu Dhabi	189
25	UAE	Hyatt Regency Dubai Galleria	414	65	UAE	Shangri-La Hotel Qaryat Al Beri Abu Dhabi	214
26	UAE	Ja Jebel Ali Beach	243	66	UAE	Sheraton Dubai Creek	262
27	UAE	Ja Palm Tree Court	222	67	UAE	Sheraton Jumeirah Beach Resort Dubai	256
28	UAE	Jebel Ali Hotel Dubai	260	68	UAE	Sofitel Dubai Jumeirah Beach	438
29	UAE	Jumeira beach	598	69	UAE	Sofitel The Palm	543
30	UAE	Jumeirah at Etihad Towers Hotel Abu Dhabi	382	70	UAE	St Regis Dubai	234
31	UAE	Jumeirah Creekside Dubai	292	71	UAE	St Regis Saadiyat Island Resort Abu Dhabi	376
32	UAE	Jumeirah Emirates Towers	400	72	UAE	St Regis Saadiyat Island Resort Abu Dhabi	312
33	UAE	Jumeirah Zabeel Saray	363	73	UAE	St. Regis Abu Dhabi	283
34	UAE	Jumeirah Zabeel Saray Royal Res Hotel	38	74	UAE	St. Regis Saadiyat Island Resort	197
35	UAE	Kempinski Emirates Palace Hotel Abu Dhabi	302	75	UAE	Taj Dubai	265
36	UAE	Kempinski Hotel and Residences Palm Jumeirah	244	76	UAE	Traders Hotel Qaryat Al Beri Abu Dhabi Shangri-La	301
37	UAE	Kempinski Palm Jumeirah	244	77	UAE	Waldorf Astoria Ras Al Khaimah	346
38	UAE	Khalidiya Palace Rayhaan Rotana Abu Dhabi	443	78	UAE	Waldorf Astoria the Palm	346
39	UAE	Le Meriden Mina Seyahi Beach Resort & Marina	220	79	UAE	Westin Dubai Mina Seyahi	294
40	UAE	Le Royal Meridien Abu Dhabi	264	80	UAE	Yas Hotel Abu Dhabi	499

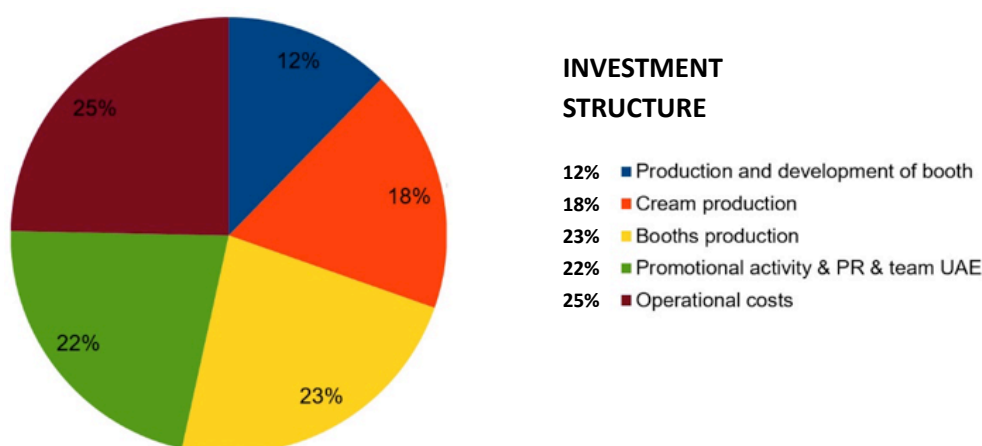
V našem počátečním plánu je pokrýt SAE jako PRVNÍ trh. Vybereme pouze 50 hotelů tak, abychom sloučili růst od zahájení provozu spolu s vnitřní strukturou naší společnosti, tím se postaráme o to, abychom měli pouze nejlepší zaměstnance, které splňují naše standardy a nadšení.



PODMÍNKY INVESTICE

Záměr si žádá investici 1,4 miliónu EUR kapitálu, který umožní vstoupit na hotelový trh v SAE v roce 2019 a dodat rozšiřitelnou výrobu kabin, krémů a souvisejících výrobků. Použití výnosů bude následující:

- Dokončit nástroje pro účinnou výrobu
- Financovat počáteční výstavbu a instalaci pro 10 až 15 hotelů
- Zřídit prodej v UAE, marketing a provozní strukturu
- Financovat další výrobu kabin po zahajovací fázi



Založení nové společnosti v Dubaji (offshore jurisdikce), abychom měli optimální daňovou strukturu v zájmu všech partnerů.

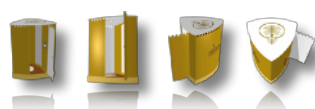
Veškeré finanční zajištění vývoje projektu až do dnešního dne bylo osobně učiněno díky zakladateli G. Hippersonovi a jeho kolegů – finance pokryly vývoj technologie, dosažení mezinárodních patentů a provedení zkoušek výrobků. Představení současného týmu je uvedeno později v tomto dokumentu.

VÝSTUPNÍ POTENCIÁL

Předpokládáme následné skutečnosti, jak by mohl proběhnout částečný či celkový exit:

- Odkoupení nadnárodní značkou v oblasti kosmetického průmyslu, která hledá nové kanály prodeje (např. L'Oreal atd.)
- Odkoupení společností chemickou/farmaceutickou/volnočasovou (např. 3M, Virgin, atd.)
- Odkoupení stávajícím hotelovým dodavatelem, který podnik vidí jako doplňkový (Siemens, Bosch atd.)
- Další investoři, kteří hledají, jak získat vysoce rozšiřitelný (škálovatelný) podnik, založený na inovativní technologii

Ohledně načasování případného prodeje projektu si myslíme, že je možné provést mnohem dříve než u většiny projektů, jelikož se jedná o unikátní projekt, který naruší současný trh. Před koncem třetího roku očekáváme, že nás osloví hráči na trhu. Prozatím, se očekává, že výplata dividend bude zhruba 50 % čistých zisků – viz Finanční předpoklady (strany 11 & 12) ohledně dalších podrobností.



FINANČNÍ PŘEDPOKLADY SP

Tvorba výnosů je vypočítána jednoduchým modelem (počet kabin x cena za nástřikovou proceduru x počet procedur). Hrubé výnosy se vypočítávají z očekávaného výnosu hotelu plus soukromé prodeje. Očekává se, že každá kabina „pokryje náklady“ do dvou měsíců provozu. Domněnky klíčového případu jsou průměrný čistý zisk za nástřik 2,30 EUR, při pouhých 40 použití za den. Toto jsou velmi nízké a střízlivé odhady, které budou stále vytvářet velmi atraktivní finanční výsledky.

V praxi bude značná cenová pružnost. Hotely mohou službu nabídnout s počáteční slevou nebo na dražším základě. SP může dálkově změnit cenu nástřiku u vybraných kabin, aby se zareagovalo na trendy použití např. slevy při cenově slabých obdobích nebo extra věrnostní příspěvek častým uživatelům.

V Dubaji bude cena nástřiku trochu vyšší než v ostatních destinacích a to 6,00 EUR, a i tak se může po nějaké době zvýšit [v této chvíli používáme jako měřítko cenu Coca Coly nebo kávy v daném místě]. Trh se bude vyvíjet, a tak bude SP vždy udržovat minimální čistý zisk za nástřik a cenovou flexibilitu. Pocit z luxusní kabiny pravděpodobně pomůže k vyššímu ohodnocení, obzvláště v luxusních hotelech. Pro srovnání, ve vodním parku v Abu Dhabi zákazníci platí 5,00 USD za to, že stojí v kabině, která jim osuší tělo a 600 USD za pronájem stanu kvůli stínu.

Průměrný počet pokojů v prémiových hotelech je 299, ale my jsme náš plán založili na 200 pokojích, a při našem počtu 40 aplikací denně v jedné kabině tedy vychází a rovná se hostům pouze z 20ti pokojů, kteří kabinu použijí dvakrát za den. V praxi se očekává, že míra použití bude v procentech zájemců nejméně +20 %. Za účelem předpokladů byl počet procedur konzervativně založen na 40-ti aplikacích.

SP Booth Revenue Projection

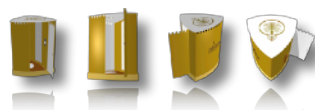
	No. of booths Operational	Gross R session	Sessions per Month	Revenues per month
Revenue Projection	1	€3,55	1 350	€4 793
is based on average	100	€3,55	135 000	€479 250
40 session per day	250	€3,55	337 500	€1 198 125

SP Net Profit - Projection

	No. of booths operational :-	Net profit per month	Sessions month	Net Profit per Session
Net Profit is based on EUR 2,27 average profit per session, 40 session per day	1 booth	€3 065	1 350	2,27
	95 booths	€223 155	128 250	1,74
	234 booths	€710 775	315 900	2,25
	250 booths	€799 875	337 500	2,37
	250 booths	€823 500	337 500	2,44
	250 booths	€870 750	337 500	2,58

SP Cash Flow Projection (EUR)

	Pre-Launch	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
Gross Revenues	0	2 606 196	8 739 823	12 393 290	14 297 333	16 640 667
Operating costs (OC)	577 480	3 120 633	4 429 999	5 029 270	5 258 006	4 743 644
OC as % Gross Revenue (GR)		120%	51%	41%	37%	29%
Net Profit (NP)	-577 480	-514 437	4 309 824	7 364 020	9 039 328	11 897 023
NP as % Gross Revenue		-20%	49%	59%	63%	71%
NET Cash at Bank	101 139	358 083	4 667 906	12 031 926	21 071 254	32 968 277
Estimated Dividends at 50 % NP		-257 219	2 154 912	3 682 010	4 519 664	5 948 512
Adjusted Net Cash after Dividends		615 301	2 512 995	8 349 916	16 551 590	27 019 766



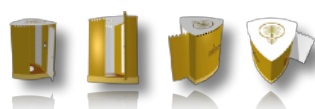
FINANČNÍ PŘEDPOKLADY SP pokračování

Dodatečné výnosy se očekávají například z prodeje reklamních ploch a soukromých prodejů kabin se servisními smlouvami. Také je zde příležitost k výnosům z reklamy na vnitřní obrazovce ve stylu iPadu plus na veřejných místech blízko pláží, SP bude mít reklamní plochu na vnější straně kabiny. SP byla již kontaktována mediální agenturou z Blízkého východu, která se k inzerci snaží získat 50 kabin.

Model podrobného peněžního toku, který je k dispozici na více než 5letý plán (viz následující shrnutí)

SPF Monthly cash flow projections (EUR)

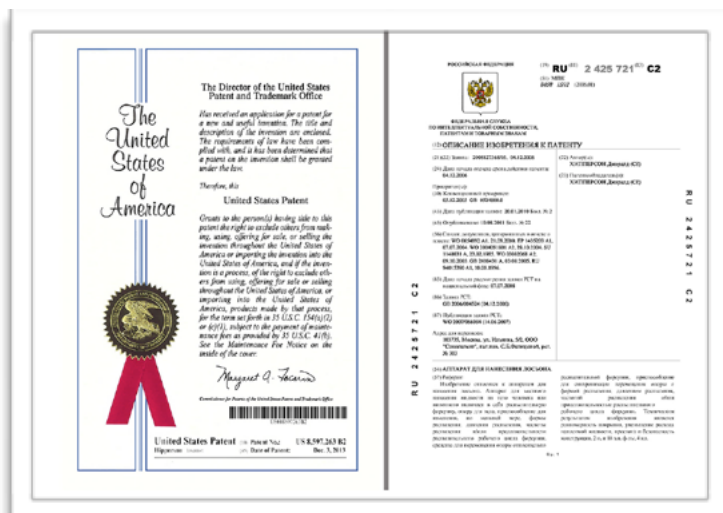
Variable, by year	Pre-Launch	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
Average production cost per session		1,95	1,15	0,97	0,91	0,75
Average inputs cost per session		0,93	0,77	0,67	0,70	0,52
Average gross profit per session		2,50	3,27	3,40	3,55	4,14
Average net profit per session		0,54	2,12	2,43	2,65	3,39
Number of calendar days		365	365	365	366	365
Number of booths produced	12	120	75	55	0	0
Number of booths installed		120	195	250	250	250
Total number of sessions per year		948 000	2 426 400	3 313 400	3 660 000	3 650 000
Gross Revenues	0	2 606 196	8 739 823	12 393 290	14 297 333	16 640 667
Sales of sessions	0	2 368 560	7 943 480	11 264 150	12 993 000	15 123 000
OTC sales	0	236 856	794 348	1 126 415	1 301 333	1 514 667
Booths nominal rentals	0	780	1995	2725	3000	3000
Operating costs	577 480	3 120 633	4 429 999	5 029 270	5 258 006	4 743 644
Net Profit	-577 480	-514 437	4 309 824	7 364 020	9 039 328	11 897 023
Material production costs	304 500	1 852 404	2 790 276	3 202 507	3 312 300	2 753 028
Initial production tooling & set-up	45 000	0	0	0	0	118 578
Operating SW	50 000	42 000	0			
Booth components	147 000	720 000	420 000	300 000	0	0
Bulk SPF cream production (4 months lead time)	50 000	886 080	1 865 920	2 218 300	2 562 000	1 911 000
Card production costs	4 000	85 824	201 056	270 032	292 800	267 200
Bottled SPF cream production	8 500	118 500	303 300	414 175	457 500	456 250
Services consumption costs	272 980	1 268 229	1 639 723	1 826 763	1 945 706	1 990 616
Marketing	21 600	388 915	484 474	613 745	694 263	704 263
UAE operating costs	42 500	342 581	399 867	431 058	440 015	475 165
Other services costs	7 200	71 050	244 698	325 576	361 943	361 704
Health certificates extention	1200	0	0	0	0	0
Booth "CE" technical homologation	2000	3000	0	0	0	0
UAE cream certificates	4000	0	0	0	0	0
		33000	36000	36000	36000	36000
Spare Parts maintenance budget	0	25 570	87 378	123 906	142 943	143 204
Patent fees & IP	0	9 480	121 320	165 670	183 000	182 500
CZE staff costs	68 465	169 683	175 884	121 584	124 284	124 284
Overhead CZE	133 215	296 000	334 800	334 800	325 200	325 200
Prague office rental	14 400	21 600	21 600	21 600	21 600	21 600
Telephone & mobiles	6 400	9 600	9 600	9 600	9 600	9 600
Office support	5 000	12 000	18 000	18 000	18 000	18 000
Office equipment	5 000	0	0	0	0	0
Project management	96 000	232 000	264 000	264 000	264 000	264 000
Bookkeeping CZ	4 815	11 200	12 000	12 000	12 000	12 000
Operating cash flows monthly	-24 025	256 944	627 601	849 781	910 634	3 242 357
Assumed Capital injections	700 000	750 000	0	0	0	0
Cash at Bank sub-total	101 139	358 083	4 667 906	12 031 926	21 071 254	32 968 277



PATENTY – SPOJENÉ STÁTY, RUSKO, AUSTRÁLIE, EVROPA

Vynálezce G. Hipperson je momentálně držitelem 4 patentů na nástřikovou technologii, jak je uvedeno níže. Existují další komerční překážky/obchodní tajemství, které zvyšují dostupnou ochranu z praktického hlediska.

SP bude držitelem nezrušitelné, výluční světové licence na veškeré technologie kabin s opalovacími krémy.



Original patent application PCT/GB2006/004524 filed Dec 2006.

Patent US 8597263 B2 describes a Lotion Application Compartment with rotatable support and variable spray patterns, applicable for differing uses. Filed Dec 2006, published Jun 2007. Issued Dec 2013.

<https://www.google.nl/patents/US8597263?dq=Patent+US+8597263+B2&hl=nl&sa=X&ved=0CBwQ6AEwAGoVChMI3d6DguX7yAlVgzgaCh3H1wRI>

International patent WO 2007/066084 A1 filed Dec 2006, published Jun 2007.

<https://www.google.nl/patents/WO2007066084A1?hl=nl&dq=PCT/GB2006/004524+wipo&cl=en>

European patent EP 1991302 B1 filed Dec 2006. Published Nov 2008 / Jul 2012. Fees paid for DE,CZ,NL,IT,FR.

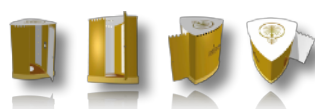
<https://www.google.nl/patents/EP1991302B1?hl=nl&dq=A61M+35/00+%22Gerald+Hipperson%22&cl=de>

Australian patent 2006323492. Published Jan 2014. <http://pericles.ipaustralia.gov.au/ols/auspat/queryString=2006323492&resultsPerPage=>

<http://pericles.ipaustralia.gov.au/ols/auspat/applicationDetails.do?applicationNo=2006323492>

Russian patent RU 2 425 721 C2 filed Dec 2006, published Jul 2008.

Internationale classificatie A01K13/00, A45D44/00, A61M35/00, B05B15/12 Coöperatieve classificatie A45D44/00, A61M35/00, A01K13/001, A45D2200/057



ŽIVOTOPISY TÝMU

Patrik Hořeňovský, Ředitel obchodního rozvoje společnosti



- Spoluzakladatel společnosti EPIC Group a DH Capitals. Podnikatel, který aktivně vyhledává a finančně se podílí na projektech se skrytým investičním potenciálem. Díky tomu nachází obchodní příležitosti i tam, kde je ostatní přehlížejí, nebo je považují za nezajímavé.
- Působil v úzkém vedení společností Purum s.r.o., Purum Kraft holding a.s., SC Technology. Podílel se na mnohých projektech jak v ČR, tak i zejména v Rusku, Bělorusku, Kazachstánu a Gruzii.

Gerry Hipperson, spoluzakladatel, technický ředitel, vedoucí týmu R&D (výzkum a vývoj)



- Podnikatel, který se zaměřuje na „inovace, které narušují zavedené trhy“, vytváří výrobky, které mají za cíl zlepšení zdraví a mají malou nebo žádnou konkurenci
- Spouzakladatel outdoorové mediální společnosti v Praze, která se stala největším venkovním reklamním inzerentem (přibl. 26 000 míst) v České republice (společnost byla prodána v roce 2004)
- Zkušenosti ze Saúdské Arábie, Ománu, SAE, Kataru, Egypta, Libye, Nigerie a Jižní Afriky plus USA a v Evropě. Tyto zkušenosti jsou z oblasti technického designu, zakázkového inženýrství, výroby a prodeje, včetně založení elektronického/vysílacího. businessu v Jeddah.

- Od roku 1997 žije v Praze, kdy pracoval pro Bass Brewery/Pražské pivovary jako poradce v rozvoji podnikání

Jana Samková, spoluzakladatelka a marketingový manažer



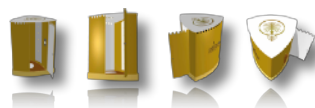
- SP marketing a reprezentace v sektoru prémiových hotelů. Zodpovědná za vzájemnou spolupráci s klienty, celebritymi a médii
- Spolu s Gerry Hippersonem spoluzakladatelka společnosti, která se zaměřila na design a výrobu opalovacího zařízení a vytváření spotřebních kosmetických výrobků
- Spolumajitelka a ředitelka Tattoo Mon Amour Sales, zdravotní certifikace, expedice, nákup, jednání s výrobcí a se zákazníky
- Zakladatelka a společný majitel Pro-B od roku 1997

- Společně se podílela na vytvoření outdoorové reklamní společnosti v České republice. Po celou dobu řídila logistiku a provoz
- Podpora prodeje v Bass Brewery, stala se asistentkou Gerryho Hippersona v jeho následných obchodních činnostech v České republice

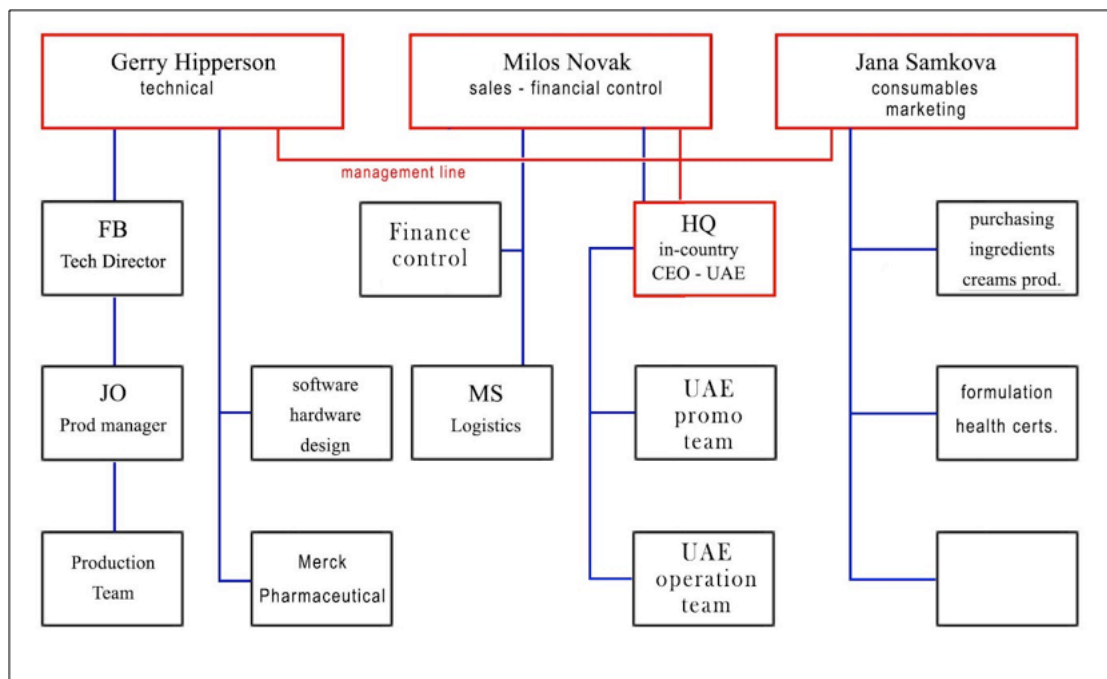
Miloš Novák (prodej – řízení financí)



- zodpovědný za koordinaci prodejů, řízení financí a management. Je osvědčeným mezinárodním vedoucím projektů se zkušenostmi v korporacích a malých podnicích. V minulosti také ředitelem prodejní divize v Českém Telecomu, řízení školení pro prodejce Procter & Gamble Electronics v České Republice.



ORGANIZAČNÍ TABULKA



VÝVOJ A DESIGN KABINY

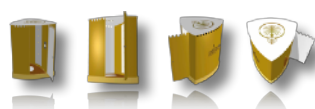
Technologie, která byla původně vyvinuta, směřovala na obecné použití s možností využití ve zdravotním odvětví. Postupem času nás situace na trhu nasměřovala k opalovacím krémům a toto odvětví se stalo hlavním technologickým zaměřením. Co je, však důležité je, že technologie získala schválení mezinárodního patentu ve Velké Británii, Spojených státech, Rusku, Austrálii a EU.

Jako u všech přelomových a špičkově technologicky založených projektů, byl i logický proces vývoje, který musel být dodržen. První fází bylo dokázat, že systém funguje, což vedlo ke zvážení několika verzí prototypů. Druhou fází bylo patentování technologie a výroba předvýrobního prototypu, vhodného k technickému a komerčnímu posudku. Třetí fází byla příprava projektu k výrobě, procesu, který je nyní dokončen.

Vývoj jedinečné řady krémů SP s UV filtry, zapouzdřenými v mikroskopických skleněných perlách, byl obtížný, časově náročný a drahý. Krémy jsou bezpochyby tím nejlepším, co lze koupit na trhu, s jedinečnými výhodami a marketingovými možnostmi. Toto projektu dává další úroveň ochrany a výjimečnosti. Pouze Estée Lauder používá některé z perel v líčidlech, ale my víme, že je pro ně obtížné s nimi pracovat k dosažení vysokých úrovní faktorů sluneční ochrany SPF a také velmi drahé je uvést do ziskové maloobchodní struktury. Úzce jsme spolupracovali s Merck Pharmaceutical (Německo), abychom dosáhli tohoto jedinečného složení s patentovanou technologií.

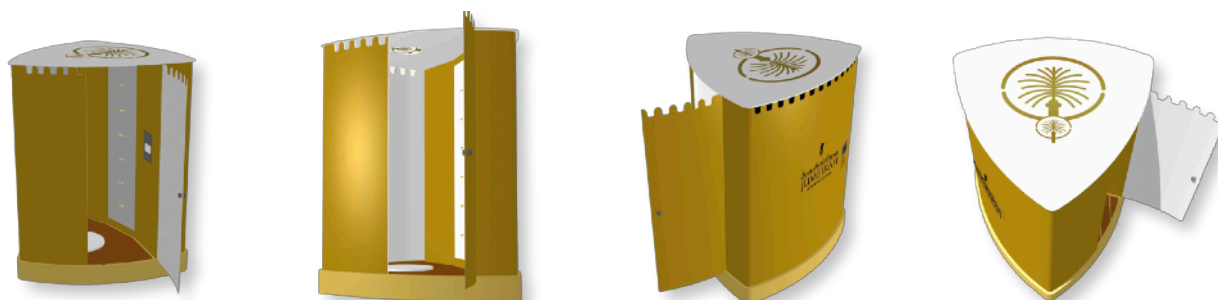
Inteligentní kabina Sun Pearls je skutečně CHYTRÁ. Hosté v hotelu mohou kabinu použít v sousedním aquaparku a použít svůj čipový náramek, který obdrželi ve svém hotelu a položka jim bude automaticky naúčtována na účet v jejich hotelovém pokoji.

Co je však důležité pro projekt, je, že jedinečný nejmodernější softwarový systém nepřetržitě sleduje VEŠKERÉ aspekty mechaniky, sprejovací soustavu, servis, údržbu, použití atd. a automaticky upozorní ty správné členy podpůrného týmu kabin Sun Pearls 24 hodin denně, 7 dní v týdnu prostřednictvím Vodafone M/M datové technologie. Tento automatický proces snižuje počet lidí nutných k ručnímu řízení projektu a projekt činí účinnějším a lépe kontrolovatelným.



DESIGN KABINY

Konečný design kabiny je vyroben ze sklolaminátu. Softwarová kritéria a elektronický design zajišťují budoucí vývoj výrobku, za použití materiálů a metodiky, které je slučitelné s masovou výrobou s velmi nízkým faktorem údržby. Design umožňuje uvedení loga hotelového řetězce (viz příklady Jumeirah níže). Vnější povrch/vzhled kabiny bude periodicky měněn, aby kabina stále vypadala luxusně, nově a měla odlišný image. Celkové náklady na výrobu jsou přibližně 6 000 EUR za kabinu.



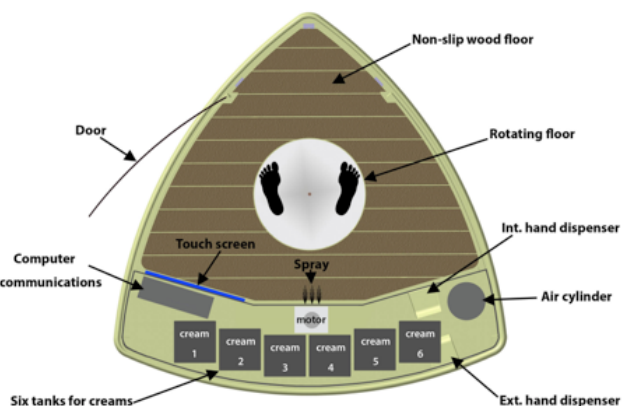
INSTALACE KABINY, UDRŽBA A MODERNIZACE

Kabina je nainstalována do hotelu za pouhé 1-2 hodiny, s ŽÁDNÝM porušením podkladu, na kterém bude stát. Kabiny mají jednoduše 12voltový zdroj napětí a potřebu přístupu k vodě. Verze poháněná sluneční energií je k dispozici pro izolovaná místa. Kabiny mají zásobník na opalovací krémy, který vydrží 7 dní a budou opětovně doplňovány každých 5-7 dní. Úroveň krému je nepřetržitě sledována prostřednictvím Vodafone, kdy jsou data automaticky odesílána každou kabinou týmu SP. Systém upozorní včas, pokud bude vložen nesprávný krém do nesprávné nádrže nebo pokud budou krémy nahrazeny jinými výrobky nebo budou zředěny.

Mechanická spolehlivost je velmi vysoká, kvůli jednoduchému designu a výdrži jednotlivých součástí. Systém byl vytvořen tak, aby fungoval v horkých, prašných podnebí s vysokou vlhkostí.

Kabiny automaticky umývají podlahu po každém nástřiku, aby se udržovala hygiena a minimalizovaly se účinky prachu/písku v mechanice. Ačkoli je to nepravděpodobné, proti ucpání/poškození jsou rozprašovací trysky chráněny filtrační krémy před vstupem do trysky.

Inteligentní kabiny mají v zásobě standardně nejméně šest sprejových výrobků, všechny nejvyšší kvality a vodě odolné; které zahrnují následující:



SPF 50

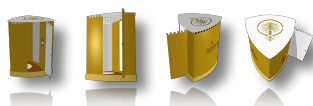
SPF 30

SPF 20

SPF 10

After-sun

Skin Coolant



KRÉMY PRO MALOOOBCHODNÍ PRODEJ

Všechny naše krémy na opalování používají stejné základní mikroskopické složky skleněných perel, v kterých jsou zapouzdřené UV filtry na ochranu pokožky proti UVA & UVB záření, a splňují mezinárodní zdravotní a bezpečnostní normy.

Mikroskopické skleněné perly zůstávají nejméně ze 75 % účinné, dokonce ještě 2 hodiny po nanesení, v porovnání s pouze 25% účinností, pokud UV filtry nebyly zapouzdřeny v mikroskopických skleněných perlách.

Je to tato jedinečná vlastnost, která Sun Pearls odlišuje od ostatních výrobků, které nabízejí celou řadu opalovacích krémů pro muže - ženy a děti s mladou, citlivou pokožkou.

Řada opalovacích krémů Sun Pearls funguje účinně nejen jako způsob ochrany před škodlivými slunečními paprsky, ale má také speciální složení, které se zaměřuje i na odlišné potřeby pokožky. Obzvláště dámy ocení vlastnosti složek proti stárnutí a proti tvoření vrásek a hydratační účinek.



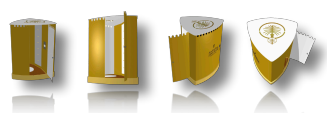
KONKURENCE

Hrстка příležitostných poskytovatelů se pokusila uvést na trh jednoduché systémy nanášení opalovacích krémů, zejména v USA, dokonce, i když nevážili skutečné vlastnosti „hráčů“ ve skladbě trhu. Přestože jejich nabídky obsahují strukturní a designové vady, chtějí zařízení prodávat za velmi vysokou cenu a očekávají, že hotely budou krémy kupovat, naplní kabiny a budou se o vše starat a řídit:

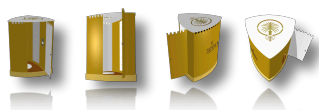
- Sun Pearls hotelům kabiny pronajímají [nájemné 1 €] a náš obchodní model zahrnuje „úplný“ servis. Toto umožňuje mnohem větší a snadnější přijetí kabin hotely
- Žádní další poskytovatelé nepoužívají digitální technologii k zaznamenání údajů o aktivitě kabiny a propojení s fakturačními systémy hotelu. Náš systém poskytuje v reálném čase týmu SP informace o údržbě, použití, ziskovosti, fakturaci a řízení našeho týmu atd.
- Žádné hotely v Perském zálivu, se kterými jsme mluvili, nikdy neviděli tak luxusní kabinku. Konkurenční pokusy v USA nabízely systémy, které vypadaly lacině a které neměly současné vlastnosti, které jsou standardem pro SP. Jejich stroje jsou hlučné a jejich design není vhodný na luxusní trh
- Mezinárodní patenty SP jsou založeny na synchronizované pulzní rozprašovací technologii na otáčející se platformě. Toto řeší problémy nástřiku na těžko přístupné části těla a uživatel stojí jen v jedné poloze, zatímco se otáčí a je správně a rovnoměrně

Další výhody Inteligentní kabiny Sun Pearls:

- SP nastaví výšku spreje po 1cm a může se navolit nástřik bez obličeje/vlasů či včetně obličeje. Dámy rozhodně nechtějí opalovací krém ve vlasech (nebo na líčidle)
- Kabiny SP mají luxusní vzhled. To je důležité u prémiových hotelů, které se starají o svůj image a úroveň služeb hostů
- Kabiny SP zajišťují soukromí zákazníkovi po dobu aplikace
- Kabiny jsou velmi tiché, což je důležitým faktorem pro hotely, technologie všech ostatních poskytovatelů jsou hlučné



- Případné náznaky konkurenčních zařízení jsou otevřená bez soukromí a základní, vyžadují, aby uživatel stisknul tlačítko a přijal různé postoje a nemají žádný systém pro NENASTŘÍKÁNÍ určitých částí těla. SP funguje na základě čipového náramku, který si pamatuje, co bylo vybráno a pamatuje si původní nastavení
- Co je však velmi důležité pro Sun Pearls projekt, je to, že používá jedinečný, nejmodernější softwarový systém, který nepřetržitě sleduje veškeré aspekty mechaniky, sprejovací soustavu, servis, údržbu atd. a automaticky upozorní ty správné členy týmu Sun Pearls 24 hodin denně, 7 dní v týdnu prostřednictvím Vodafone M/M datové technologie. Tato automatizace projektu snižuje počet lidí, nutných k ruční údržbě a projekt činí účinnějším
- Hygiena je velmi důležitá. SP automaticky umývá podlahu po každém použití a automaticky umývá stěny několikrát za den. Tato vlastnost není k dispozici u ostatních výrobků, takže potřebují obslužného pracovníka.
- Kontaminace plaveckých bazénů je další „hlavní“ starost hotelů
 - mnohé opalovací krémy mají složky, které poškozují filtry bazénů, což přináší vysoké náklady. Hotely toto nedovolí. Některé hotely dokonce zakazují používat přípravky, které jsou založené na oleji. Produkty SP jsou naprosto neškodné a jako důkaz mají certifikované složení
 - jakákoli odpadní voda, která opouští naše kabiny, musí být neškodná pro životní prostředí. SP má odpadní nádrž, která může být vypuštěna do kanalizační sítě, pokud si to hotely přejí
- SP používá 48 trysek, ne 3 až 5 jako ostatní. Toto naši kabinu dělá citlivější pro děti, které jsou menší, než 130 cm. 3 až 5 trysek nemohou rovnoměrně pokrýt celé tělo.
- Kabiny SP nepotřebují být schopné přijímat hotovost v místě nákupu, zatímco ostatní musejí, což je pozvánka pro vandaly. Kabiny SP mají 24hodinové sledování, která okamžitě upozorní hotel a naše řídicí centrum na jakýkoli útok ve dne i v noci





EPIC GROUP, s.r.o.

Korunní 2569/108

Prague 10, Czech Republic 110 00

Tel: +420 608 978 511

e: info@epicgroup.cz

www.epicgroup.cz