

Rekordowy kwartał Miraculum. Spółka w końcu na plusie

data aktualizacji: 2021.11.16



Przychody spółki Miraculum w okresie trzeciego kwartału 2021 w porównaniu do tego samego okresu 2020 wzrosły o niemal 70 proc. (z 6,2 mln do 10,5 mln zł), a EBIDTA o 87 proc. Zysk netto wzrósł o ponad 100 proc., co pozwoliło spółce osiągnąć 55 tys. zł na plusie wobec straty przekraczającej 800 tys. z III kwartału rok wcześniej.

Miraculum szacuje, że jej przychody ze sprzedaży netto w III kwartale 2021 roku wyniosą ponad 10,5 mln zł, co stanowi wzrost o niemal 70 proc. w stosunku do roku poprzedniego. W ocenie zarządu jest to efektem wzbogacenia oferty sprzedażowej oraz trafionych inwestycji w projekty marketingowe.

Spółka Miraculum odnotowała dodatnie wyniki we wszystkich swoich grupach asortymentowych.

- Mamy za sobą udany rok. Mogę tak powiedzieć, bo dużo dostaw mamy już zakontraktowanych, więc wiemy, że dotychczasowa dynamika zostanie zachowana – powiedział **Marek Kamola**, członek zarządu spółki, relacjonując wyniki Miraculum za III kwartał 2021 roku.

Pomimo pandemii spółka zrealizowała wszystkie zaplanowane wdrożenia w markach Miraculum, Jokoi Pani Walewska oraz przeprowadziła rebranding marki Wars.

- Nową odsłonę marki Wars wsparliśmy największą w historii marki aktywnością reklamową. Objęła ona miesięczną kampanię telewizyjną, digital OOH, druki wielkoformatowe oraz szerokie działania w internecie, w tym w mediach społecznościowych i współpracę z influencerami. Ambasadorem marki został Mikołaj Roznerski, wspaniała osobowość i niesamowity aktor. Te działania przyczyniły się do

ogromnego zainteresowania marką największych sieci drogeryjnych - powiedział **Sławomir Ziemski**, członek zarządu Miraculum.

Czytaj też: [Wars ma nową twarz. Ambasadorem marki został Mikołaj Roznerski](#)

W marce Miraculum wprowadzono do oferty nową linię kosmetyków Asta.Plankton C (bogata w składniki aktywne pochodzenia naturalnego), a także osiem nowych zapachów perfum (cztery męskie i cztery damskie) dostępnych wyłącznie w sieci Rossmann, których ambasadorami zostali Adriana Kalska oraz Mikołaj Roznerski, aktorzy grający główne role w popularnym serialu „M jak Miłość”. Uzupełnieniem asortymentu marki była też mgiełka do twarzy z kwasem hialuronowym.

- Nowa oferta spowodowała trzykrotny wzrost sprzedaży w marce Miraculum w stosunku do podobnego okresu roku poprzedniego - zaznaczył Sławomir Ziemski.

Czytaj też: [Adriana Kalska i Mikołaj Roznerski zostali ambasadorami zapachów Miraculum](#)

W raportowanym okresie Miraculum wprowadziło również na rynek nową linię produktów do depilacji Tanita Vegan, która jest dostępna w największych sieciach drogeryjnych w Polsce.

Jednak zarząd najwięcej nadziei pokładał w marce Joko, kierując się przewidywaniami agencji badawczych, które donosiły, że kosmetyki do makijażu będą rosły najszybciej, odrabiając wcześniejsze straty.

- To właśnie marce Joko zawdzięczamy niesamowitą dynamikę wzrostu. Kolekcja Joko Vege - nature of love spotkała się z bardzo dobrym przyjęciem klientów sieci Rossmann, w której jest dostępna. Produkowana jest w Polsce, nie zawiera składników pochodzenia zwierzęcego a opakowania z papieru Kraft oraz trzciny cukrowej przyjazne są dla planety - komentuje Sławomir Ziemski.

Czytaj też: [Miraculum wprowadza Joko Vege i szuka ambasaderek marki](#)

W trzecim kwartale roku Miraculum, jako właściciel marki Chopin Perfumes, aktywnie uczestniczyło w wydarzeniach kulturalnych. Marka wspierała artystów biorących udział w Międzynarodowym Konkursie Chopinowskim w Dusznikach Zdroju, Szalonych Dniach Muzyki, a także w festiwalu Chopin i Jego Europa. Najważniejszym kulturalnym wydarzeniem sezonu był dla marki XVIII Międzynarodowy Konkurs Chopinowski.

Czytaj też: [Chopin Perfumes partnerem Konkursu Chopinowskiego](#)

Zarząd Miraculum ogłosił, że firma ma aspiracje mocnego powrotu na rynki globalne. W tej chwili jest obecna na 37 rynkach zagranicznych, a eksport stanowi 19 proc. jej przychodów. Wartość sprzedaży w III kwartale 2021 roku w porównaniu do tego samego okresu w roku ubiegłym wzrosła o 109 proc., (z 936 tys. zł do niemal 2 mln zł), a do samej Rosji o niemal 300 proc. (z 233 tys. do 905 tys. zł).

Czytaj też: [Miraculum sprzeda do Rosji kosmetyki za 1 mln euro](#)

Za chwilę pojawią się też efekty rozmów przeprowadzonych na tegorocznych targach w Dubaju. Już w grudniu ruszy pierwsza próbna dostawa do Palestyny i Izraela.

W kraju Miraculum rozwija nie tylko sieć dystrybucyjną złożoną z drogerii stacjonarnych (tutaj największym osiągnięciem jest szerokie wejście z produktami do sieci Rossmann, w której wcześniej firma miała 6 SKU, a teraz ma 61), ale i e-commerce. W tym drugim kanelę spółka zwiększyła sprzedaż o 100 proc. r/r., a jej produkty można spotkać w Notino, Aptece Gemini czy na Amazonie.

Firma współpracuje też z dystrybutorem e-commerce, firmą Primavera Parfum.

Sprzedaż w kanale nowoczesnym (Rossmann, Hebe, Kontigo, Natura, Douglas, Super-Pharm) zwiększyła się o ponad 200 proc. (z 1,6 mln do 4,9 mln zł). Jednak zarząd Miraculum zapewnia, że równie istotny jest dla firmy kanał tradycyjny.

- Widzimy tu stabilizację, poprawę rentowności, a nawet wzrosty. Dlatego będziemy rozszerzać współpracę z drogeriami tradycyjnymi. Już teraz podpisujemy umowy z kolejnymi sklepami - zapewnił Marek Kamola.

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/rekordowy-kwartal-miraculum-spolka-w-koncu-na-plus,68743>