

Raport miesięczny – Czerwiec 2022

W czerwcu 2022 roku Spółka szacuje przychody ze sprzedaży netto na poziomie 3.366 tys. złotych, co stanowi wzrost o 74% w stosunku do czerwca 2021 roku, kiedy wyniosły one 1.931 tys. złotych.

Dane w tys. PLN

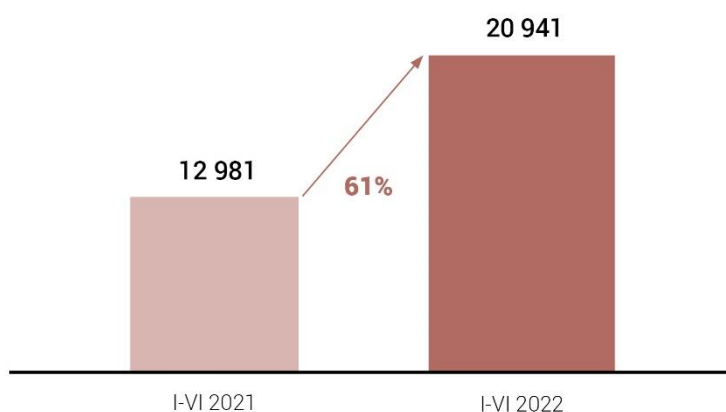
WYSZCZEGÓLNIENIE	VI 2021	VI 2022	DYNAMIKA VI 2022/VI 2021
Sprzedaż razem	1 931	3 366	74,31%

Narastająco, w okresie styczeń-czerwiec 2022 roku Spółka szacuje przychody ze sprzedaży netto na poziomie 20.941 tys. złotych, co stanowi wzrost o 61% w stosunku do okresu styczeń-czerwiec 2021 roku, kiedy to wyniosły one 12.981 tys. złotych.

Dane w tys. PLN

WYSZCZEGÓLNIENIE	I-VI 2021	I-VI 2022	DYNAMIKA I-VI 2022/I-VI 2021
Sprzedaż razem	12 981	20 941	61,32%

SPRZEDAŻ [tys. PLN]



MIRACULUM

1924

W czerwcu 2022 roku Spółka szacuje przychody ze sprzedaży netto w nowoczesnym kanale dystrybucji na poziomie 1.395 tys. złotych, co stanowi wzrost o 288% w stosunku do czerwca 2021 roku, kiedy wyniosły one 359 tys. złotych.

Dane w tys. PLN

WYSZCZEGÓLNIENIE	VI 2021	VI 2022	DYNAMIKA VI 2022/VI 2021
Sprzedaż w nowoczesnym kanale dystrybucji	359	1 395	288,65%

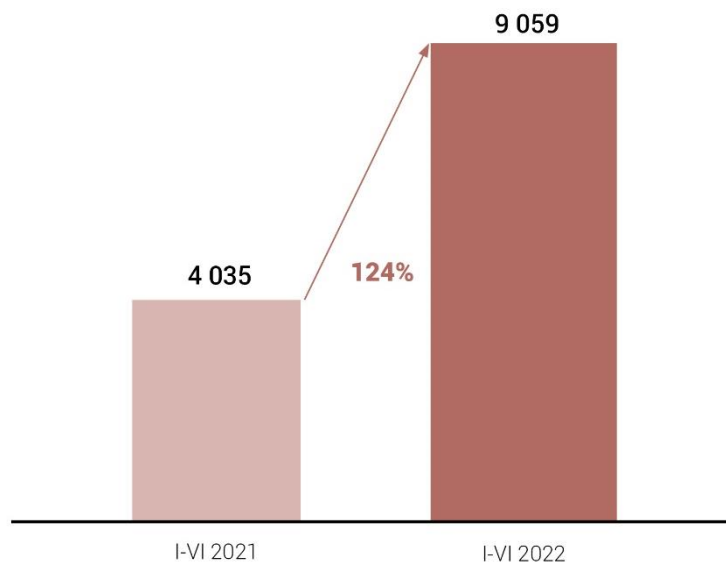
Narastająco, w okresie styczeń-czerwiec 2022 roku Spółka szacuje przychody ze sprzedaży netto w nowoczesnym kanale dystrybucji na poziomie 9.059 tys. złotych, co stanowi wzrost o 124% w stosunku do okresu styczeń-czerwiec 2021 roku, kiedy to wyniosły one 4.035 tys. złotych.

Dane w tys. PLN

WYSZCZEGÓLNIENIE	I-VI 2021	I-VI 2022	"DYNAMIKA I-VI 2022/I-VI 2021"
Sprzedaż w nowoczesnym kanale dystrybucji	4 035	9 059	124,51%

SPRZEDAŻ W NOWOCZESNYM KANALE DYSTRYBUCJI

[tys. PLN]



MIRACULUM

1924

W czerwcu 2022 roku Spółka szacuje przychody ze sprzedaży netto na export na poziomie 553 tys. złotych, co stanowi wzrost o 18% w stosunku do czerwca 2021 roku, kiedy wyniosły one 467 tys. złotych.

Dane w tys. PLN

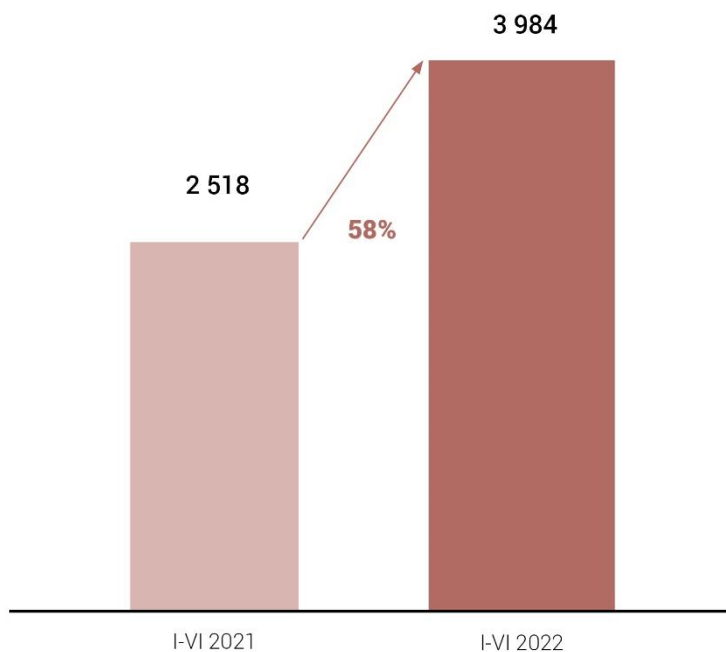
WYSZCZEGÓLNIENIE	VI 2021	VI 2022	DYNAMIKA VI 2022/VI 2021
Sprzedaż na export	467	553	18,42%

Narastająco, w okresie styczeń-czerwiec 2022 roku Spółka szacuje przychody ze sprzedaży netto na export na poziomie 3.984 tys. złotych, co stanowi wzrost o 58% w stosunku do okresu styczeń-czerwiec 2021 roku, kiedy to wyniosły one 2.518 tys. złotych.

Dane w tys. PLN

WYSZCZEGÓLNIENIE	I-VI 2021	I-VI 2022	DYNAMIKA I-VI 2022/I-VI 2021
Sprzedaż na export	2 518	3 984	58,22%

SPRZEDAŻ NA EXPORT [tys. PLN]



MIRACULUM

1924

W czerwcu 2022 Dział Eksportu odbył ostatnią, trzecią misję wyjazdową do Dubaju w celu odbycia spotkań i negocjacji mających skutkować pozyskaniem nowych kontrahentów. Brałiśmy także udział jako wystawca w pierwszej edycji Slavic Beauty (21-22 czerwca 2022) w Kielcach. Jesteśmy przekonani, że podejmowane działania przyczynią się do wzrostu sprzedaży eksportowej w kolejnych kwartałach. Przygotowujemy się do udziału na targach w Malezji (realizacja założeń wniosku PMT) oraz podjęliśmy decyzję o ponownym udziale na targach w Dubaju na jesieni tego roku.

Pomimo trwającej wojny w Ukrainie i braku dostaw do Rosji (w ubiegłym roku w czerwcu wynosiła ok 130 tys. PLN), Dział Eksportu zwiększył sprzedaż r/r, a uzyskana marża ze sprzedaży urosła jeszcze bardziej dzięki korzystnym kursom walut. Z optymizmem patrzymy także na nadchodzące miesiące.

W czerwcu 2022 Spółka zrealizowała znaczącą dostawę do nowego Klienta z Mołdawii. Sprzedaż na ten nowy rynek to wynik udziału w targach w Ałmaty (Kazachstan) w pierwszej połowie maja. Trwają rozmowy z kolejnymi Partnerami zainteresowanymi rozpoczęciem współpracy po tym wydarzeniu.

Procedujemy rejestrację wybranych grup produktów, które mają trafić do Klientów z ZEA i KSA - m.in. produkty marki JOKO. W przypadku pozytywnego zakończenia tego procesu w najbliższych tygodniach, spodziewamy się wkrótce realizacji pierwszych zamówień, które już wpłynęły do Spółki (trwają końcowe ustalenia).

Trwają intensywne przygotowania do realizacji zamówienia z Arabii Saudyjskiej o wartości ok. 430 tys. USD (Raport bieżący 41/2022). Spółka zakłada dostawy na III kwartał 2022r.

W czerwcu Spółka zrealizowała także dostawy do Klientów z Hiszpanii, USA itd. Pracujemy intensywnie nad dywersyfikacją geograficzną sprzedaży, aby z nawiązką zrekompensować spadek spowodowany wybuchem wojny w Ukrainie.