**Informacja prasowa Łódź, 29.05.2025 r.**

Kubota S.A. opublikowała wyniki finansowe za 2024 rok

**Polska kultowa marka klapków, akcesoriów i odzieży podzieliła się nowym raportem finansowym, w którym podsumowała poprzedni rok działań. Kubota wygenerowała w tym okresie 22 061 763,34 PLN przychodów netto ze sprzedaży, co stanowi wzrost o ok. 1,5% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego.**

Zysk brutto w 2024 r. wyniósł 679 670,64 PLN, a zysk netto po obciążeniu podatkiem dochodowym CIT wyniósł 554 383,64 PLN.

**Dywersyfikacja przychodów i ekspansja zagraniczna**

Jak wskazuje zarząd Spółki, 2024 rok był dla Kubota S.A. okresem intensywnej pracy nad umacnianiem fundamentów pod dalszy rozwój w zmiennym otoczeniu makroekonomicznym. Pomimo wyzwań, z sukcesem kontynuowano realizację strategicznych celów, dostosowując się do panujących warunków rynkowych.

– *Szczególnie cieszą nas zmiana struktury przychodów na bardziej zdywersyfikowaną — skuteczne działania doprowadziły do zmniejszenia udziału przychodów ze sprzedaży do głównego kontrahenta, Jeronimo Martins Polska, z blisko 70% w 2022 r. do około 52% w 2024 r., a także aktywna ekspansja rynków zagranicznych, która zaowocowała osiągnięciem 6% udziału sprzedaży eksportowej w całkowitych przychodach w 2024 roku* – komentuje Alina Sztoch, CEO & Co-founder Kubota S.A.

W 2024 roku Kubota rozpoczęła sprzedaż na niemieckim i francuskim Zalando, na francuskim, włoskim i hiszpańskim Amazonie oraz rumuńskim, węgierskim i bułgarskim eMagu.

**Zarząd zapowiada wzrost przychodów**

Przedstawiciele Kubota S.A. wskazują na zrealizowane działania, mające na celu usprawnienie i zwiększenie skuteczności działania sklepu online www.kubotastore.pl. W 2024 roku zmieniono architekturę platformy, a ponadto techniczny rozwój i utrzymanie sklepu zostały przeniesione z podmiotów zewnętrznych na zatrudnionych w Spółce wysokiej klasy specjalistów. Znacząca poprawa jakości doświadczenia klienta online przełożyły się w ostatnich miesiącach 2024 roku, na wzrost podstawowych wskaźników KPI – współczynnika konwersji oraz rentowność kanału.

**Kubota rozszerza asortyment**

W 2024 roku, zarówno w kanałach własnych, jak i u kluczowych odbiorców Kubota S.A., Jeronimo Martins Polska i Decathlon, miały miejsce premiery nowych grup asortymentowych, m.in. nowych modeli klapków, skarpet, różnego rodzaju toreb oraz kaloszy.

– *Jesteśmy przekonani, że pozytywny odbiór asortymentu przez rynek pokazuje słuszność przyjętej strategii produktowej i potencjał sprzedażowy, który będzie rozwijany w kolejnych latach* – ocenia Alina Sztoch.

Zarząd Spółki przypomniał również, że na wyniki finansowe w 2024 roku wpłynęły takie czynniki jak wzrost kosztów frachtu oraz inwestycje w rozwój marki – koszty przygotowania szerszej kolekcji kontraktacyjnej i zwiększone koszty wynagrodzeń wynikające z powiększenia zespołu o osoby o wieloletnim doświadczeniem w branży.