

MÁDARA

organic skincare

MADARA COSMETICS AS VADĪBAS ZIŅOJUMS PAR NEREVIDĒTO KONSOLIDĒTO 2025. GADA 6 MĒNEŠU FINANŠU PĀRSKATU



PĀRSKATA PERIODS
01.01.2025 – 30.06.2025



SATURA RĀDĪTĀJS

INFORMĀCIJA PAR KONCERNU	5
UZRUNA NO IZPILDDIREKTORES	6-7
SVARĪGĀKIE NOTIKUMI	8-9
PĀRDOŠANA	10-11
E-KOMERCIJAS RĀDĪTĀJI	12-13
FINANŠU RĀDĪTĀJI	14-15
KONSOLIDĒTAIS FINANŠU PĀRSKATS	
Konsolidētais peļņas vai zaudējumu aprēķins	17
Konsolidētā bilance	18-19
Konsolidētais naudas plūsmas pārskats	20
Konsolidētais pašu kapitāla izmaiņu pārskats	21
KONSOLIDĒTĀ FINANŠU PĀRSKATA PIELIKUMS	22-29



INFORMĀCIJA PAR KONCERNU

Koncerna nosaukums	MADARA Cosmetics
Mātes sabiedrība	MADARA Cosmetics AS
Mātes sabiedrības reģistrācijas numurs	Nr. 40003844254
Reģistrācijas vieta un datums	Rīga, 2006. gada 28. jūlijs
Mātes sabiedrības juridiskā adrese	Zeltiņu iela 131, Mārupe, LV-2167
Akcionāri (virs 5%)	Uldis Iltners – pieder 23,84% akciju Lote Tisenkopfa Iltnere – pieder 23,68% akciju Oy Transmeri Group Ab – pieder 22,86% akciju Liene Drāzniece – pieder 6,76% akciju Zane Tamane – pieder 6,19% akciju
Darbības veidi un NACE kods	Smaržu un kosmētisko līdzekļu ražošana – 20.42 Smaržu un kosmētisko līdzekļu vairumtirdzniecība – 46.45 Kosmētikas piederumu mazumtirdzniecība – 47.75 Mazumtirdzniecība pa pastu vai interneta veikalos – 47.91
Koncerna mātes sabiedrības valde	Lote Tisenkopfa - Iltnere – valdes priekšsēdētāja Uldis Iltners – valdes loceklis Tatjana Nagle – valdes locekle Gunta Šulte – valdes locekle
Koncerna mātes sabiedrības padome	Anna Ramata-Stunda – padomes priekšsēdētāja Edgars Pētersons – padomes priekšsēdētājas vietnieks no 20.06.2025 Kati Sulin – padomes locekle no 20.06.2025 Liene Drāzniece – padomes priekšsēdētājas vietniece līdz 19.06.2025
Pārskata periods	No 01.01.2025. līdz 30.06.2025.
Iepriekšējais pārskata periods	No 01.01.2024. līdz 30.06.2024.
Koncerna meitas sabiedrības	Madara Retail SIA, reģ. N 40103212103, pieder 100% daļu, Latvija MADARA Cosmetics Inc., reģ. Nr. 37-2087771, pieder 100% daļu, ASV Madara Cosmetics LTD, reģ. Nr. 15967488, pieder 100% daļu, Apvienotā Karaliste Madara Cosmetics GmbH, reģ. N HRB 177689, pieder 100% daļu, Vācija Brand Lab Cosmetics SIA, reģ. Nr. 40203612673, pieder 100% daļu, Latvija

DĀRGIE AKCIONĀRI,

2025. GADA PIRMAIS PUSGADS IEZĪMĒJA DIVUS NOZĪMĪGUS PĀREJAS POSMUS MADARA COSMETICS AS (TURPMĀK TEKSTĀ – KONCERNS) ATTĪSTĪBĀ.

E-KOMERCIJA JOPROJĀM IR MŪSU DARBĪBAS CENTRĀ – MĒS TESTĒJĀM JAUNUS IZAUGSMES VIRZIENUS UN TIRGUS, KONCENTRĒJOTIES UZ JAUNU KLIENTU PIESAISTI. VIENLAIKUS, MAINOTIES FIZISKĀS TIRDZNIECĪBAS DINAMIKAI, ESAM PĀRSKATĪJUŠI SAVU STRATĒGIJU, LAI PALIELINĀTU ZĪMOLA KLĀTBŪTNI UN REDZAMĪBU, IENĀKOT LIELĀKOS REĢIONĀLAJOS TIRDZNIECĪBAS TĪKLOS UN IZAICINOT PRIEKŠSTATUS PAR TO, KĀDAM JĀIZSKATĀS SKAISTUMKOPŠANAS VEIKALU PLAUKTU PIEDĀVĀJUMAM.

FOKUSS UZ MŪSU PAMATZĪMOLU IR NESIS REZULTĀTUS – APGROZĪJUMS PIEAUGA PAR 9% PĒC SALĪDZINĀMIEM DATIEM (*LIKE-FOR-LIKE*), SASNIEDZOT 11,37 MILJONUS EUR PIRMAJĀ PUSGADĀ. MÁDARA ZĪMOLS ŠOBRĪD VEIDO 86% NO MŪSU PORTFEĻA.

PAPLAŠINĀJĀM SAVU KLĀTBŪTNI EIROPĀ – MÁDARA PRODUKTI PARĀDĪJĀS TĀDOS VEIKALOS KĀ MÜLLER, DRUNI, NOCIBÉ UN OH MY CREAM, KOPUMĀ PIEVIEŅOJOT VAIRĀK NEKĀ 120 JAUNAS TIRDZNIECĪBAS VIETAS. TAJĀ PAŠĀ LAIKĀ TURPINĀJA AUGT ARĪ MŪSU E-KOMERCIJA, KAS ŠOBRĪD VEIDO 38% NO APGROZĪJUMA. AMAZON APGROZĪJUMS VAIRĀK NEKĀ DUBULTOJĀS, UN TIKTOK KANĀLĀ REDZAMS SPĒCĪGS IZAUGSMES POTENCIĀLS. LAI NODROŠINĀTU NĀKOTNES IZAUGSMI, ESAM UZSĀKUŠI ARĪ MÁDARA E-VEIKALA PĀREJU UZ SHOPIFY PLATFORMU.

INOVĀCIJAS JOPROJĀM IR MŪSU IZAUGSMES DZINĒJSPĒKS – LAIDĀM KLAJĀ 17 JAUNUS PRODUKTUS, TOSTARP VEIKSMĪGO AGE PRO LĪNIJU UN SPF50 AIZSARGZĪMULI, KAS ĀTRI KĻUVA PAR PĀRDOTĀKO PRODUKTU SPĀNIJĀ. MŪSU PRODUKTI GUVUŠI POZITĪVAS ATSAUKSMES NO STARPTAUTISKIEM SATURA VEIDOTĀJIEM UN VIEDOKĻU LĪDERIEM, VĒL VAIRĀK STIPRINOT ZĪMOLA ATPAZĪSTAMĪBU.

2025. GADĀ ESAM ARĪ PABEIGUŠI B CORP SERTIFIKĀCIJAS PROCESU, APLIECINOT MŪSU APŅEMŠANOS ILGTSPĒJĪGAI UN ATBILDĪGAI UZŅĒMĒJDARBĪBAI.

LAI GAN INVESTĪCIJĀM PILOTPROJEKTOS BIJA NEGATĪVA ĪSTERMIŅA IETEKME UZ RENTABILITĀTI, ESAM PĀRLIECINĀTI PAR IZVĒLĒTO STRATĒGIJU. MŪSU TURPMĀKAIS FOKUSS IR SKAIDRS – TURPINĀT IZAUGSMI UN VEICINĀT AUGSTĀKU RENTABILITĀTI, BALSTOTIES UZ DISCIPLINĒTU IZPILDI UN INOVĀCIJĀM.

PALDIES JUMS PAR UZTICĪBU UN ATBALSTU.



GUNTA ŠULTE,
MADARA COSMETICS AS
IZPILDDIREKTORE

A large, elegant, handwritten signature in white ink, which appears to be 'Gunta Šulte', set against the brown background.

SVARĪGĀKIE NOTIKUMI

E-KOMERCIJA ILGTERMIŅĀ IZAUGSMES CENTRĀ

Jau 2024. gada nogalē uzsāktie pilotprojekti tika turpināti arī 2025. gada pirmajā pusē, lai Koncerns spētu identificēt jaunus ilgtermiņa izaugsmes kanālus papildus jau esošajiem. Tostarp tika īstenotas pilotkampaņas jaunu klientu piesaistei ASV, atvērts TikTok veikals Apvienotajā Karalistē, attīstīts Amazon kanāls, kā arī caur jaundibināto Brand Lab Cosmetics SIA uzsākti jaunu zīmolu konceptu testēšanas projekti e-komercijas vidē. Izvērtējot pirmā pusgada rezultātus, Koncerns kā vienu no tālākajiem stratēģiskajiem virzieniem ir noteicis Amazon un TikTok kanālu mērogošanu esošajos tirgos un jaunu tirgu apgūšanu.

Paralēli trešo pušu tiešsaistes kanālos, tā piemēram, Flaconi, Zalando un Boozt, tika testēti dažādi rīki satura un reklāmu efektīvākai izvietošanai. Šīs aktivitātes atspoguļojās MÁDARA zīmola straujā izaugsmē arī šajos kanālos.

Attiecībā uz Koncerna paša e-komercijas platformu, 2025. gada pirmajā pusgadā tika uzsākta tās migrācija no Magento uz Shopify vidi. Pāreja ar pirmajiem testa tirgiem plānota 3. ceturksnī. Tādējādi Koncerns sper būtisku soli pretī optimizētai lietotāja pieredzei, kā arī lielākai efektivitātei iekšējo resursu izlietošanā – gan samazinot lapas izstrādes izmaksas, gan uzlabojot mārketinga investīciju atdevi.



NOKĻŪŠANA REĢIONĀLO SPĒLĒTĀJU PLAUKTOS

Otrs stratēģiskais virziens, kurā Koncerns ieviesis būtiskas pārmaiņas, ir pieeja B2B klientu profila definēšanai. Ja vēsturiski uzsvars tika likts uz nišas un mazāka mēroga klientiem, tad pēdējo 12 mēnešu laikā veiktais darbs, pārskatot komandas resursus un pilnveidojot procesus, Koncernam ir ļāvis pārorientēties uz sadarbību ar vidējiem un lieliem tirdzniecības tīkliem.

Šīs stratēģijas rezultātā MÁDARA zīmols 2025. gada 2. ceturksnī jau parādījās tādu spēlētāju kā Druni, Nocibé, Müller, Oh My Cream un Doz fizisko veikalu plauktos. Tāpat pirmajā pusgadā ir ielikti pamati jaunu reģionu apguvei, par kuru attīstību Koncerna vadība plāno sniegt detalizētāku ieskatu 3. ceturksnī.

IZAUGSME CAUR JAUNIEM PRODUKTIEM

2025. gada pirmajā pusgadā Koncerns intensīvi strādāja pie jaunu produktu ieviešanas tirgū, kopumā laižot klajā 17 jaunus produktus. Nozīmīgākās inovācijas ir Age Pro līnijas radīšana, un SPF50 saules aizsargkrēma ieviešana zīmuļa (stick) formātā. Tieši šis produkts strauji kļuva par pārdotāko MÁDARA produktu Spānijas tirgū 2. ceturksnī. MÁDARA saņēma arī vairākas pozitīvas atsauksmes no sociālo mediju satura radītājiem. Kā piemēram, ASV satura veidotāja Demi Ngai ar 3,4 miljonu lielu sekotāju skaitu TikTok sniedza pozitīvu vērtējumu vairākiem produktiem. Savukārt britu aktrise Emma Mackey (Barbie, Sex Education u.c.) intervijā žurnālam Harpers Bazaar slavēja MÁDARA SPF30 saules aizsargkrēmu kā vienu no saviem mīļākajiem kosmētikas produktiem.



ILGTSPĒJA KĀ VĒRTĪBA

Pirmais pusgads iezīmēja būtisku pavērsiena punktu Koncerna ilgtspējas ceļā.

Pabeidzot B Corp sertifikācijas procesu, MADARA Cosmetics nostiprināja savu apņemšanos ievērot augstākos atbildīgas, ilgtspējīgas un sabiedrību ietekmējošas uzņēmējdarbības standartus. MADARA Cosmetics AS kļuva par otro Latvijas uzņēmumu, kas ieguvis šo starptautiski atzīto sertifikāciju, apliecinot savas pārvaldības, vides ilgtspējas, darbinieku labbūtības un sabiedrības iesaistes prakses atbilstību B Lab standartiem.

Sīkāka informācija par ESG ziņojumu atrodama šeit:

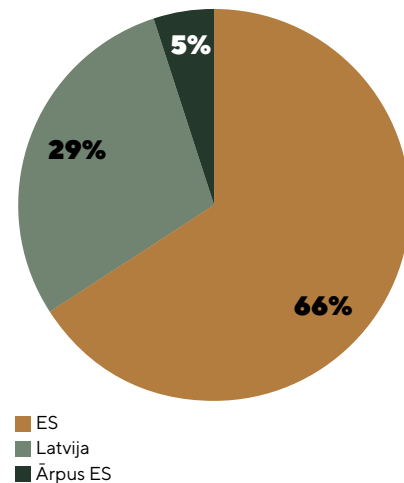
[INVESTORS.MADARACOSMETICS.COM/ESG](https://investors.madaracosmetics.com/esg)

PĀRDOŠANA

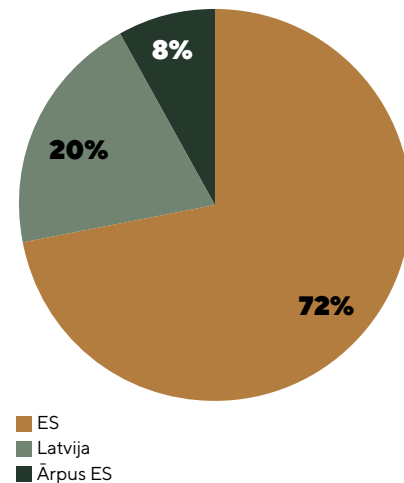
2025. gada pirmajā pusgadā Koncerna konsolidētais apgrozījums, pēc salīdzināmiem datiem (*like-for-like*), pieauga par 9%, sasniedzot 11,37 milj. EUR. Savukārt, neņemot vērā korekcijas, faktiskā izaugsme veidoja 1% salīdzinājumā ar attiecīgo periodu pērn, atspoguļojot īstermiņa ietekmi no 2024. gada zīmola MOSSA pārdošanas darījuma ar Oy Transmeri Ab 2024. gada 30. aprīlī un cenu pārskatīšanu pēc kontraktražošanas nosacījumiem un SELFNAMED.COM (Cosmetics Nord SIA) atsavināšanu, kas stājās spēkā 2024. gada 1. jūlijā.

Pirmajā pusgadā apgrozījuma ģeogrāfiskais sadalījums saglabā līdzīgu struktūru kā attiecīgajā periodā pērn, iezīmējot stabilu eksporta virzību. Eiropas Savienības valstīs, ieskaitot Latviju, tika gūti 95% no kopējā apgrozījuma, no kuriem Latvija veidoja 29%, bet pārējās ES valstīs – 66%. Savukārt 5% no apgrozījuma tika gūti ārpus Eiropas Savienības. Lielākā izmaiņa salīdzinot ar 2024. gada pirmo pusgadu ir Latvijas īpatsvara palielināšanas par 9 procentpunktiem. Šīs izmaiņas lielā mērā noteica SIA Cosmetics Nord meitas sabiedrības atsavināšana – no 2024. gada 1. jūlija visi pārdošanas apjomi Cosmetics Nord SIA tiek iekļauti Latvijas tirgus datos.

Pārdošanas sadalījums LV, ES un ārpus ES, 2025. gada 1. pusgads



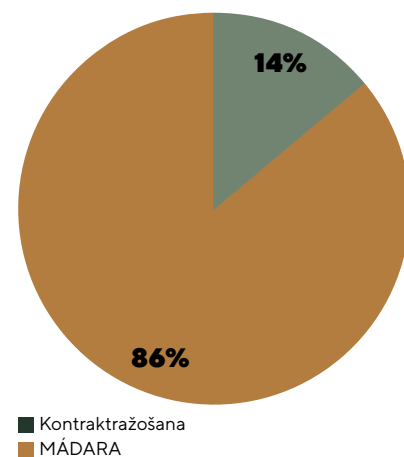
Pārdošanas sadalījums LV, ES un ārpus ES, 2024. gada 1. pusgads



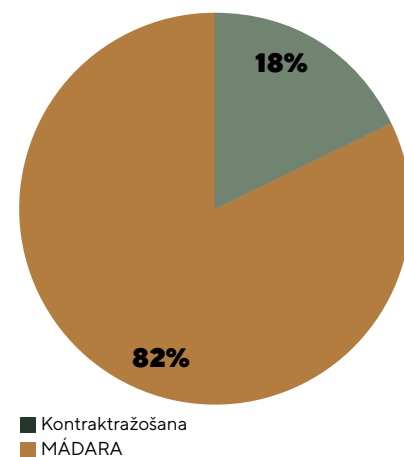
MĀDARA zīmola īpatsvars Koncerna portfeli 2025. gada pirmajā pusgadā bija 86% (4 procentpunktu pieaugums),

savukārt kontraktražošanas segments (ieskaitot MOSSA zīmolu) samazinājās par 4 procentpunktiem un veidoja 14%.

Pārdošanas sadalījums pa produktu kategorijām 2025. gada 1. pusgads



Pārdošanas sadalījums pa produktu kategorijām 2024. gada 1. pusgads



Runājot par zīmolu MĀDARA, 2025. gada pirmajā pusgadā Latvijas tirgus, kas joprojām ir Koncerna lielākais pēc apgrozījuma, uzrādīja 13% izaugsmi salīdzinājumā ar attiecīgo periodu pērn, turpinot stabilu attīstību vietējā līmenī.

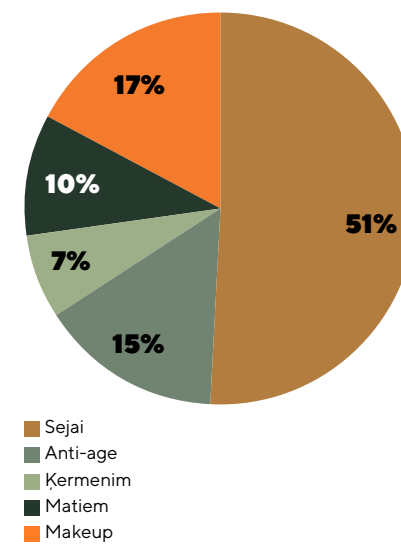
Top 5 eksporta tirgus ārpus Latvijas veido: Vācija, Francija, Somija, Igaunija un Čehija/Slovākija (kopā).

Starp tiem Vācija izceļas kā lielākais eksporta tirgus ar 24% izaugsmi, kur B2B kanāls pieauga par 28%, bet tiešā e-komercija – par 20%. Šī izaugsme balstīta uz līdzsvarotu un diversificētu kanālu portfeli, kas nodrošina noturīgu attīstības tempu un ļauj tirgum būtiski ietekmēt kopējo Koncerna izaugsmi. Francijas tirgū reģistrēta 7% kopējā izaugsme, kur e-komercija uzrādīja straujāku dinamiku (17%), savukārt B2B segments attīstījās mērenāk (3%). Atsevišķi tirgi uzrādīja izaugsmes stagnāciju vai kritumu, kas ietekmēja kopējo izaugsmes tempu, tostarp Somija, Nīderlande, Beļģija. Somija, kas vēl nesen bija otrais lielākais tirgus pēc Latvijas, 2025. gada pirmajā pusgadā saglabāja apgrozījumu 2024. gada līmenī. Šobrīd Vācijas apgrozījums ir jau 2.5 reizes lielāks kā Somijā, tādējādi relatīvā ietekme no Somijas izaugsmes dinamikas uz kopējo apgrozījumu ir būtiski samazinājusies, tomēr joprojām pastāv.

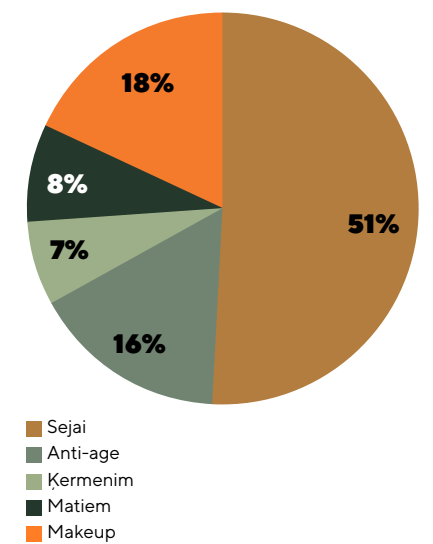
Vienlaikus turpināts mērķtiecīgs darbs pie jaunu B2B klientu piesaistes, tostarp arī testējot jaunas ģeogrāfiskās teritorijas. Fokuss bija vērsts uz vidēja un liela mēroga partneriem, kas spēj nodrošināt komerciāli efektīvu sadarbību un palīdz zīmola atpazīstamības celšanai. Vienlaikus redzama mazo klientu skaita un apgrozījuma samazināšanās zīmola MĀDARA portfeli, kas ir apzinātas stratēģijas rezultāts – Koncerns pārfokusējas uz lielāka mēroga klientiem, ar mērķi efektīvizēt pārdošanas darbību un ilgtermiņā nodrošināt augstāku atdevi zīmolam gan apgrozījuma, gan zīmola pozicionējuma aspektā.

Starp būtiskākajiem attīstības piemēriem B2B segmentā minama sadarbības izvērsšana ar Müller – tirdzniecības vietu skaits palielinājies no 4 (2024. gadā) līdz 70 ar klātbūtni Vācijā, Šveicē un Austrijā. Līdz gada beigām plānots pārsniegt 100 veikalu robežu. Tāpat uzsākta sadarbība ar Druni, vienu no vadošajiem kosmētikas mazumtirgotājiem Spānijā, kā arī ar Nocibé, kur produkcija pieejama jau 50 tirdzniecības vietās Francijā. Papildus tam, zīmols sekmīgi sācis sadarboties ar Oh My Cream gan Francijā, gan Apvienotajā Karalistē.

MĀDARA produktu pārdošanas sadalījums, 2025. gada 1. pusgads



MĀDARA produktu pārdošanas sadalījums, 2024. gada 1. pusgads



Zīmola MĀDARA sadalījums pa produktu kategorijām bija līdzīgs kā iepriekšējā gada pirmajā pusgadā. Lielāko īpatsvaru veido sejas kategorija, kurai seko makeup un anti-age produktu segments. 2025. gada pirmajā pusgadā tirgū ieviesti 17 jauni produkti vai būtiski uzlabotas iepriekšējās produktu versijas. Starp nozīmīgākajiem jaunumiem izceļama AGE PRO līnijas palaišana – inovatīva ādas kopšanas sērija nobriedušai ādai, kas veidota kā nākamās paaudzes risinājums iepriekš iemīļotajai Time Miracle

līnijai. Saules aizsardzības segmentā tirgū atgriezts SPF 50 aizsargzīmulis, tagad ar uzlabotu iepakojumu un efektīvāku ražošanas procesu. Makeup kategorijā zīmols paplašinājis piedāvājumu ar pieciem viegli tonējošiem serumiem (H₂O Tint), jaunu bronzeri, kā arī uzsācis darbību jaunā apakškategorijā – acu un uzacu zīmuļos. Jaunieviestie produkti 2025. gada pirmajā pusgada nodrošināja apgrozījumu virs 800 tūkst. EUR.

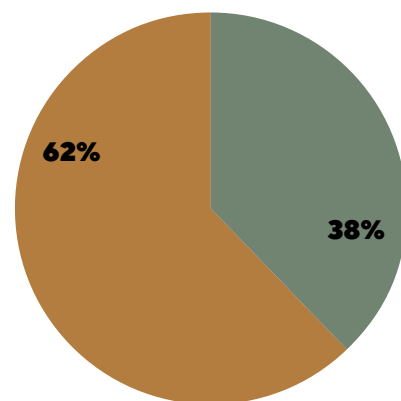
E-KOMERCIJAS RĀDĪTĀJI

Turpmāk, aprakstot tiešās e-komercijas rādītājus, tajos tiks iekļauti arī AMAZON un TIKTOK pārdošanas kanāli. 2025. gada pirmajā pusgadā tiešā e-komercija, ieskaitot AMAZON un TIKTOK, veidoja 38% no Koncerna kopējā produkcijas pārdošanas apgrozījuma,

kas ir par 3 procentpunktiem vairāk nekā attiecīgajā periodā pērn.

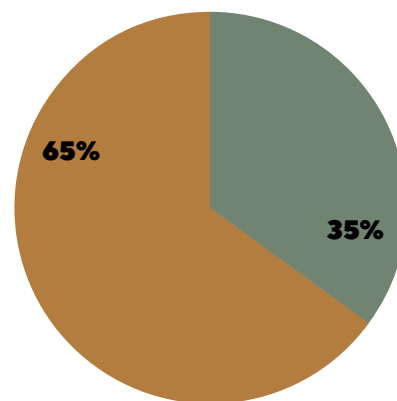
Tiešās e-komercijas apgrozījums pieauga par aptuveni 11%, kur MÁDARA e-veikals uzrādīja 7% izaugsmi, bet AMAZON kanāls vairāk nekā dubultoja apgrozījumu.

Tiešās e-komercijas daļa (2025 H1)



■ Tiešā e-komercija
■ Citi pārdošanas kanāli

Tiešās e-komercijas daļa (2024 H1)



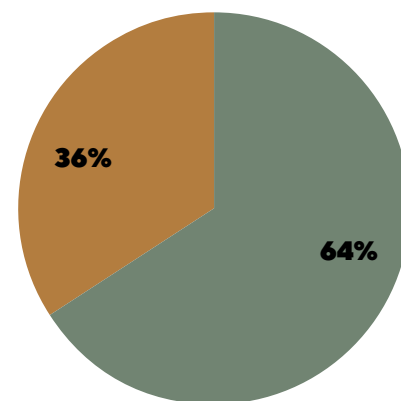
■ Tiešā e-komercija
■ Citi pārdošanas kanāli

Pirmajā pusgadā tika veikti dažādi eksperimenti ar jauniem tirgiem, pārdošanas kanāliem un satura formātiem. Lai arī daļa no tiem devusi pozitīvus rezultātus, vairāki eksperimentālie virzieni nav devuši gaidīto atdevi, tādējādi radot spiedienu uz kopējo rentabilitāti.

Latvija turpina ieņemt līderpozīciju kā lielākais tirgus zīmola e-veikalā. Savukārt pieci vadošie eksporta tirgi ārpus Latvijas 2025. gada pirmajā pusgadā bija Vācija, Igaunija, Francija, Spānija un Nīderlande. Visi šie tirgi, izņemot Nīderlandi, uzrādījuši divciparu izaugsmi, bet īpaši jāizceļ Spānija, kur

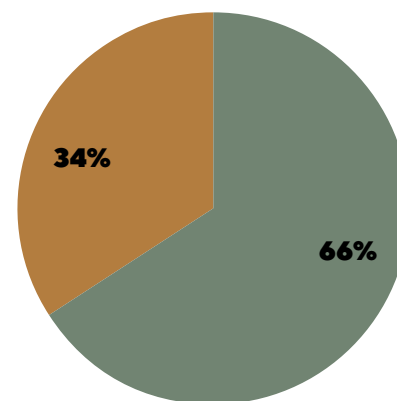
fiksēts būtisks izrāviens – apgrozījums šajā tirgū pieaudzis gandrīz trīskārt, salīdzinot ar attiecīgo periodu 2024. gadā. Šo rezultātu sasniegšanai būtiska nozīme bija lokalizēta satura veidošanai lielākā apjomā un dažādu jauno klientu piesaistes stratēģiju ieviešanai, kas ļāva efektīvāk piesaistīt katra tirgus auditoriju. 2025. gada pirmajā pusgadā turpinājās pozitīva dinamika arī jauno klientu piesaistē – jauno klientu pirkumi veidoja 36% no zīmola e-veikalu kopējā apgrozījuma, kas ir par 2 procentpunktiem vairāk nekā 2024. gada attiecīgajā periodā.

Apgrozījuma sadalījums pa klientu veidiem (2025 H1)



■ Regulārie klienti
■ Jaunie klienti

Apgrozījuma sadalījums pa klientu veidiem (2024 H1)



■ Regulārie klienti
■ Jaunie klienti

Vienlaikus atsevišķos zīmola e-veikalos vērojams apgrozījuma kritums. To lielākoties ietekmēja stratēģiska izvēle koncentrēt resursus – gan finanšu, gan komandas laika – prioritārajos tirgos, kā arī pakāpeniski atteikties no lokalizētām e-komercijas platformām reģionos, kas nav definēti kā stratēģiski svarīgi.

AMAZON kanāls pirmajā pusgadā ir piedzīvojis 107% izaugsmi salīdzinot ar attiecīgo periodu pērn, kas panākts pateicoties stratēģiskai pārejai no ārpakalpojuma uz iekšējās komandas izveidi. Tas ļāvis būtiski uzlabot un paātrināt kanāla optimizācijas un mērogošanas procesu. Ir vērojama arī pozitīva sinerģija starp kanāliem – lielāka aktivitāte Spānijas MÁDARA e-veikalā ir sekmējusi šī tirgus kļūšanu par straujāk augošo valsti Eiropas AMAZON platformā, kur fiksēta iespaidīga 317% izaugsme salīdzinot ar attiecīgo periodu pērn.

2025. gada pirmajā pusgadā aktīvi tika testēts arī ASV e-veikals. Jāatzīst, ka šis eksperiments īstermiņā nav sevi attaisnojis – tirgus dinamika, dārga klientu piesaiste un loģistikas efektivitāte nesasniedza izvirzītos mērķus. Tas negatīvi ietekmēja ne tikai paša projekta, bet arī Koncerna kopējo rentabilitāti. Ņemot vērā rezultātus, aktīvā tirgus attīstība šajā reģionā šobrīd ir apturēta, un sagaidāms, ka tas neradīs negatīvu ietekmi uz rentabilitāti gada otrajā pusē.

Turpretim TikTok platformā vērojama pozitīva attīstība. Darbs ar šo kanālu tika uzsākts 2025. gada sākumā kā daļa no plašākas stratēģijas attīstīt alternatīvus digitālās pārdošanas kanālus. Pašreiz tiek strādāts tieši TikTok Apvienotajā Karalistē ar domu paplašināt valstu skaitu nākotnē. Neskatoties uz to, ka projekta atdeve 2025. gada pirmajā pusgadā bija negatīva, redzama pozitīva apgrozījuma izaugsmes tendence. Gada otrajā pusē komanda turpinās darbu pie apgrozījuma mērogošanas kopā ar TikTok klientu atbalsta komandu. Mērķis ir sasniegt bezzaudējuma punktu (*break-even point*) jau šī gada otrajā pusgadā.

Kā arī gada pirmajā pusē tika pieņemts stratēģisks lēmums par e-komercijas infrastruktūras modernizēšanu, uzsākot aktīvu darbu pie mūsu e-veikala pārcelšanas uz Shopify platformu, kas tika izvērtēta kā perspektīvākais risinājums ilgtermiņa izaugsmei.

Shopify tika izvēlēts, balstoties uz tā sniegtajām priekšrocībām – platformas lietošanas vienkāršību, uzticamību, plašajām integrācijas iespējām ar mārketinga un pārdošanas rīkiem, kā arī elastību starptautiskās tirdzniecības vajadzībām. Tā kā šī platforma ļauj samazināt tehniskās uzturēšanas slogu un fokusēties uz klienta pieredzes un pārdošanas rezultātu uzlabošanu, tā tika atzīta par piemērotāko risinājumu e-komercijas attīstības stratēģijai.



FINANŠU RĀDĪTĀJI

Kā minēts iepriekš, 2025. gada pirmajā pusgadā Koncerna konsolidētais apgrozījums, pēc salīdzināmiem datiem (*like-for-like*), pieauga par 9%, sasniedzot 11,37 milj. EUR. Savukārt, neņemot vērā korekcijas, faktiskā izaugsme veidoja 1% salīdzinājumā ar attiecīgo periodu pērn. Bruto peļņas marža saglabājās iepriekšējā gada līmenī – 67%, kas naudas izteiksmē veido 7,66 milj. EUR.

EBITDA 2025. gada pirmajā pusgadā sasniedza 759 tūkst. EUR, EBITDA marža 7%. Savukārt peļņa pirms nodokļiem veidoja 284 tūkst. EUR un neto peļņas marža bija 2%, kas ir kritums salīdzinot ar attiecīgo periodu pērn. Salīdzinājumā ar 2024. gada pirmā pusgada rezultātiem, neiekļaujot MOSSA un SELFNAMED.COM darījumus, EBITDA marža samazinājusies par 4 procentpunktiem.

Rentabilitāti būtiski ietekmēja vairāki pilotprojekti, tostarp Brand Lab Cosmetics jauno zīmolu konceptu testēšana, ASV e-veikala pilotprojekts, kā arī TikTok kanāla attīstība Apvienotajā Karalistē. Kopējā šo iniciatīvu ietekme uz rentabilitāti ir aptuveni 3 procentpunkti, projektos ieguldīts virs 300 tūkst. EUR, kas grāmatvediski atzīti kā perioda izdevumi, radot tūlītēju ietekmi uz peļņu un rentabilitāti.

SIA Brand Lab Cosmetics tika dibināts 2024. gada nogalē ar mērķi testēt dažādus e-komercijas zīmolu konceptus. Pirmajos astoņos darbības mēnešos izstrādāti vairāk kā

10 koncepti, no kuriem 4 testēti caur Shopify platformu un galvenokārt izmantojot Meta reklāmas kanālus. Lai gan tika pārbaudīti dažādi virzieni, nevienam no konceptiem neizdevās sasniegt veselīgus e-komercijas rādītājus un ilgtspējīgu investīciju atdevi, tādēļ pieņemts lēmums Brand Lab Cosmetics projektu šobrīd iepauzēt. Komandu veidoja 2 cilvēki, pārējie pakalpojumi tika nodrošināti ārpakalpojumā, testa tirgi bija Eiropa un ASV. Kopējās investīcijas projektā sasniedza 170 tūkst. EUR.

Izvērtējot gan MÁDARA zīmola, gan Brand Lab Cosmetics pilotprojektu potenciālu un investīciju atdevi, tuvākajā laikā darbs tiks turpināts tikai pie TikTok mērogošanas Apvienotajā Karalistē, kamēr Brand Lab Cosmetics un ASV e-veikala projekti tiks uz laiku iepauzēti.

Lai uzlabotu rentabilitāti, tiek īstenoti vairāki efektivitātes paaugstināšanas pasākumi, tostarp komandu struktūras un resursu pielāgošana, kā arī procesu optimizācija. Vadība atzīst, ka līdzšinējie rentabilitātes rādītāji nav bijuši pietiekami, un 2025. gada otrajā pusgadā plānoti mērķēti soļi rezultātu uzlabošanai. Mērķis – nodrošināt rentabilitātes atjaunošanos, sasniedzot divciparu EBITDA maržas līmeni nākamajos periodos.

Koncerna vadības noteiktais minimālais 2025. gada apgrozījuma pieauguma mērķis 10% apmērā jeb apgrozījums 23,67 milj. EUR paliek nemainīgs.

Galvenie rādītāji (vadības dati)	2025 H1 EUR	2024 H1 EUR	2024 H1, neiekļaujot MOSSA, SELFNAMED.COM darījumus, EUR
Neto apgrozījums	11 372 640	11 207 586	11 207 586
Pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas	(3 711 787)	(3 691 422)	(3 691 422)
Bruto peļņa	7 660 853	7 516 164	7 516 164
Pamatlīdzekļu nolietojums, amortizācija un norakstīšana	501 586	516 377	516 377
Ilgtermiņa ieguldījumu nomātos pamatlīdzekļos norakstītā daļa	61 132	59 982	59 982
Pamatdarbības peļņa	196 087	4 581 166	696 494
Procentu ieņēmumi	94 080	65 458	65 458
Procentu izdevumi	(6 059)	(20 396)	(20 396)
Peļņa pirms nodokļiem	284 108	4 626 228	741 556
Pārskata peļņa	281 961	4 075 603	190 931

Galvenie rādītāji (vadības dati)	2025 H1	2024 H1	2024 H1, neiekļaujot MOSSA, SELFNAMED.COM darījumus
EBITDA (TEUR)	759	5 158	1 273
Peļņas un ienesīguma rādītāji			
1. Bruto peļņas marža (%)	67	67	67
2. Pamatdarbības peļņas marža (%)	2	41	6
3. EBITDA peļņas marža (%)	7	46	11
4. Neto peļņas marža (%)	2	36	2
5. Caurmēra pašu kapitāla atdeve (TTM ROE) (%)	11	32	5
6. Caurmēra aktīvu atdeve (TTM ROA) (%)	8	26	7
Likiditātes rādītāji			
7. Vispārējais apgrozāmo līdzekļu koeficients (x)	3	3	3
8. Precīzais (stingrais) apgrozāmo līdzekļu koeficients (x)	2	2	2
9. Apgrozāmais kapitāls (TEUR)	10 476	11 611	11 611
Kapitāla struktūras rādītāji			
10. Finanšu saistības pret pašu kapitālu (x)	-	-	-
11. Kopējās saistības pret pašu kapitālu (x)	0,45	0,37	0,37
12. Neto finanšu parādi (TEUR)	(8 954)	(10 065)	(10 065)
13. Net gearing (%)	(63)	(63)	(63)

* EBITDA = Pamatražošanas peļņa + nolietojums + amortizācija + Ilgtermiņa ieguldījumu nomātos pamatlīdzekļos norakstītā daļa

- 1. Bruto peļņa/neto apgrozījums*100
- 2. Pamatdarbības peļņa/neto apgrozījums*100
- 3. EBITDA/neto apgrozījums*100
- 4. Pārskata perioda peļņa/neto apgrozījums*100
- 5. Caurmēra 12 mēnešu peļņa/ caurmēra pašu kapitāls*100
- 6. Caurmēra 12 mēnešu pamatdarbības peļņa/caurmēra aktīvi*100
- 7. Apgrozāmie līdzekļi/īstermiņa saistības
- 8. (Apgrozāmie līdzekļi-inventārs)/īstermiņa saistības
- 9. Apgrozāmie līdzekļi-īstermiņa saistības
- 10. Finanšu saistības/pašu kapitāls
- 11. Kopējās saistības/pašu kapitāls
- 12. Finanšu saistības-nauda
- 13. (Finanšu saistības-nauda)/pašu kapitāls*100



KONSOLIDĒTAIS FINANŠU PĀRSKATS

Finanšu pārskati ir sagatavoti atbilstoši Latvijas Republikas grāmatvedības standartiem.

KONSOLIDĒTAIS PEĻNAS VAI ZAUDĒJUMU APRĒĶINS

Klasificēts pēc izdevumu funkcijas.

	Piezīme	1.01.2025 -30.06.2025 EUR (nerevidēts)	1.01.2024 -30.06.2024 EUR (nerevidēts)
Neto apgrozījums	2	11 372 640	11 207 586
Pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas	3	(3 711 787)	(3 691 422)
Bruto peļņa		7 660 853	7 516 164
Pārdošanas izmaksas	4	(6 239 868)	(5 656 169)
Administrācijas izmaksas	5	(1 355 559)	(1 263 773)
Pārējie saimnieciskās darbības ieņēmumi	6	252 738	4 104 180
Pārējās saimnieciskās darbības izmaksas	7	(122 077)	(119 236)
Procentu ieņēmumi un tamlīdzīgi ieņēmumi	8	94 080	65 458
Procentu maksājumi un tamlīdzīgas izmaksas	9	(6 059)	(20 396)
Peļņa pirms uzņēmumu ienākuma nodokļa		284 108	4 626 228
Uzņēmumu ienākuma nodoklis par pārskata periodu		(2 147)	(550 625)
Pārskata perioda peļņa		281 961	4 075 603

Pielikums no 22. līdz 29. lapai ir neatņemama šī konsolidētā finanšu pārskata sastāvdaļa.

KONSOLIDĒTĀ BILANCE

Aktīvs	Piezīme	30.06.2025 EUR (nerevidēts)	31.12.2024 EUR (revidēts)
Ilgtermiņa ieguldījumi			
Nemateriālie ieguldījumi			
Koncesijas, patenti, licences, preču zīmes un tamlīdzīgas tiesības		926 209	1 047 237
Citi nemateriālie ieguldījumi		11 997	15 127
Avansa maksājumi par nemateriālajiem aktīviem		106 421	-
Nemateriālie ieguldījumi kopā	10	1 044 627	1 062 364
Pamatlīdzekļi			
Zemesgabali, ēkas un inženierbūves		468 722	468 722
Ilgtermiņa ieguldījumi nomātajos pamatlīdzekļos		292 631	306 636
Tehnoloģiskās iekārtas un ierīces		1 574 558	1 671 261
Pārējie pamatlīdzekļi un inventārs		380 447	309 349
Pamatlīdzekļu izveidošanas izdevumi		54 994	83 154
Avansa maksājumi par pamatlīdzekļiem		38 541	15 502
Pamatlīdzekļi kopā	11	2 809 893	2 854 624
Ilgtermiņa finanšu ieguldījumi			
Pārējie ilgtermiņa aizdevumi un citi debitori	12	102 172	101 949
Pārējie vērtspapīri un ieguldījumi		691	691
Ilgtermiņa finanšu ieguldījumi kopā		102 863	102 640
Ilgtermiņa ieguldījumi kopā		3 957 383	4 019 628
Apgrozāmie līdzekļi			
Krājumi			
Izejvielas, pamatmateriāli un palīgmateriāli	13	2 962 579	3 049 331
Gatavie ražojumi un preces pārdošanai	14	1 286 496	1 555 598
Avansa maksājumi par precēm		359 904	240 820
Krājumi kopā		4 608 979	4 845 749
Debitori			
Pircēju un pasūtītāju parādi	15	2 544 378	1 801 457
Citi debitori	16	72 377	73 025
Uzkrātie ieņēmumi		67 047	53 630
Nākamo periodu izmaksas		249 193	103 567
Debitori kopā		2 932 995	2 031 679
Īstermiņa finanšu ieguldījumi	17	-	690 000
Nauda	17	8 953 767	8 601 020
Apgrozāmie līdzekļi kopā		16 495 741	16 168 448
Aktīvu kopsumma		20 453 124	20 188 076

Pielikums no 22. līdz 29. lapai ir neatņemama šī konsolidētā finanšu pārskata sastāvdaļa.

KONSOLIDĒTĀ BILANCE

Pasīvs	Piezīme	30.06.2025 EUR (nerevidēts)	31.12.2024 EUR (revidēts)
Pašu kapitāls			
Pamatkapitāls	18	378 298	378 044
Daļu emisijas uzcenojums		4 023 455	4 023 455
Ārvalstu valūtas pārvērtēšanas rezerve		4 459	205
Nesadalītā peļņa:			
a) iepriekšējo gadu nesadalītā peļņa		9 465 641	7 509 947
b) pārskata perioda peļņa		281 961	5 436 295
Pašu kapitāls kopā		14 153 814	17 347 946
Kreditore			
Ilgtermiņa kreditori			
Nākamo periodu ieņēmumi		279 154	279 154
Ilgtermiņa kreditori kopā		279 154	279 154
Īstermiņa kreditori			
No pircējiem saņemtie avansi		122 306	109 123
Parādi piegādātājiem un darbuzņēmējiem		815 579	666 220
Nodokļi un valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas	19	610 958	508 268
Pārējie kreditori	20	308 177	278 312
Nākamo periodu ieņēmumi		75 221	72 075
Neizmaksātās dividendes		3 480 345	-
Uzkrātās saistības	21	607 570	926 978
Īstermiņa kreditori kopā		6 020 156	2 560 976
Kreditore kopā		6 299 310	2 840 130
Pasīvu kopsumma		20 453 124	20 188 076

Pielikums no 22. līdz 29. lapai ir neatņemama šī konsolidētā finanšu pārskata sastāvdaļa.

KONSOLIDĒTAIS NAUDAS PLŪSMAS PĀRSKATS

(netiešā metode)

	Piezīme	1.01.2025 -30.06.2025 EUR (nerevidēts)	1.01.2024 -30.06.2024 EUR (nerevidēts)
Pamatdarbības naudas plūsma			
Peļņa pirms uzņēmumu ienākuma nodokļa		284 108	4 626 228
Korekcijas:			
Pamatlīdzekļu nolietojums	11	286 332	180 521
Nemateriālo ieguldījumu vērtības norakstījumi	10	276 386	210 545
Pamatlīdzekļu vērtības norakstījumi		-	186 396
Saņemtās subsīdijas un dotācijas		(156 283)	(54 172)
Ārvalstu pārvērtēšanas rezerve		4 254	-
Peļņa no pamatlīdzekļu un nemateriālo ieguldījumu atsavināšanas, neto		(17 355)	(4 010 983)
Pārējie procentu ieņēmumi un tamlīdzīgi ieņēmumi	8	(91 999)	(12 842)
Procentu maksājumi un tamlīdzīgas izmaksas	9	-	-
Peļņa pirms apgrozāmo līdzekļu un īstermiņa saistību atlikumu izmaiņu ietekmes korekcijām		585 443	1 125 693
Korekcijas:			
Debitoru parādu atlikuma palielinājums		(854 217)	741 596
Krājumu atlikumu (palielinājums) / samazinājums		236 770	(261 858)
Piegādātājiem, darbuuzņēmējiem un pārējiem kreditoriem maksājamo parādu atlikumu / (samazinājums)		(24 313)	(739 849)
Bruto pamatdarbības naudas plūsma		(56 317)	865 582
Samaksāti procenti		-	-
Samaksāts uzņēmumu ienākuma nodoklis		(2 147)	(8 067)
Pamatdarbības neto naudas plūsma		(58 464)	857 515
Ieguldīšanas darbības naudas plūsma			
Radniecīgo sabiedrību daļu iegāde		-	(12 500)
Ieņēmumi no citu ieguldījumu atsavināšanas		-	135
Pamatlīdzekļu un nemateriālo ieguldījumu iegāde		(500 250)	(405 234)
Ieņēmumi no pamatlīdzekļu un nemateriālo ieguldījumu atsavināšanas, neto		17 355	4 010 983
Ieņēmumi no aizdevumu atmaksas		690 000	-
Saņemtie procentu ieņēmumi		91 019	12 842
Ieguldīšanas darbības neto naudas plūsma		298 124	3 606 226
Finansēšanas darbības naudas plūsma			
Saņemts ERAF fonda finansējums		113 087	114 249
Izdevumi nomātu pamatlīdzekļu izpirkumam		-	-
Izmaksātas dividendes		-	-
Finansēšanas darbības neto naudas plūsma		113 087	114 249
Naudas un tās ekvivalentu neto pieaugums/ (samazinājums)		352 747	4 577 990
Nauda un tās ekvivalenti perioda sākumā	17	8 601 020	5 486 715
Nauda un tās ekvivalenti perioda beigās	17	8 953 767	10 064 705

Pielikums no 22. līdz 29. lapai ir neatņemama šī konsolidētā finanšu pārskata sastāvdaļa.

KONSOLIDĒTAIS PAŠU KAPITĀLA IZMAIŅU PĀRSKATS

	Pamat- kapitāls (EUR)	Akciju emisijas uzcenojums (EUR)	Nesadalītā peļņa (EUR)	Ārvalstu valūtas pārvērtēšanas rezerve (EUR)	Pašu kapitāls kopā (EUR)
Atlikums 31.12.2023	377 658	4 023 455	9 700 749	-	14 101 862
Aprēķinātas dividendes	-	-	(2 190 415)	-	(2 190 415)
Pamatkapitāla palielināšana	386	-	(386)	-	-
Pārskata perioda peļņa	-	-	5 436 295	-	5 436 295
Ārvalstu valūtas pārvērtēšanas rezerve	-	-	-	205	205
Atlikums 31.12.2024	378 044	4 023 455	12 946 242	205	17 347 946
Aprēķinātas dividendes	-	-	(3 480 345)	-	(3 480 345)
Pamatkapitāla palielināšana	254	-	(254)	-	-
Pārskata perioda peļņa	-	-	281 961	-	281 961
Ārvalstu valūtas pārvērtēšanas rezerve	-	-	-	4 254	4 254
Atlikums 30.06.2025 (nerevidēts)	378 298	4 023 455	9 747 602	4 459	14 153 814

Pielikums no 22. līdz 29. lapai ir neatņemama šī konsolidētā finanšu pārskata sastāvdaļa.



FINANŠU PĀRSKATA
PIELIKUMS

(2) Neto apgrozījums

Neto apgrozījums ir gada laikā gūtais apgrozījums no Koncerna pamatdarbības – preču pārdošanas un pakalpojumu sniegšanas bez pievienotās vērtības nodokļa, atskaitot piešķirtās atlaides. Apgrozījums gūts no kosmētikas līdzekļu ražošanas un pārdošanas, kā arī no pakalpojumu sniegšanas un dekoratīvās kosmētikas standu pārdošanas.

	1.01.2025 -30.06.2025 EUR (nerevidēts)	1.01.2024 -30.06.2024 EUR (nerevidēts)
Neto apgrozījuma sadalījums pa ģeogrāfiskiem tirgiem:		
Produkcijas pārdošanas ieņēmumi ES valstu tirgū	7 480 453	8 046 309
Produkcijas pārdošanas ieņēmumi Latvijas tirgū	3 235 339	2 196 632
Produkcijas pārdošanas ieņēmumi citu valstu tirgos	607 322	852 869
Pakalpojumu ieņēmumi	45 297	110 674
Pārējie pamatdarbības ieņēmumi	4 229	1 102
Kopā	11 372 640	11 207 586
(3) Pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas		
Materiālās izmaksas	2 012 357	1 740 603
Atlīdzība par darbu	820 956	936 108
Sociālās apdrošināšanas iemaksas	192 843	221 019
Pamatlīdzekļu nolietojums un nemateriālo ieguldījumu norakstījumi	199 214	212 476
Ražošanas pakalpojumu izmaksas	47 460	111 585
Jaunu produktu pētniecības un izstrādes izmaksas	123 469	104 732
Telpu nomas un apsaimniekošanas izmaksas	85 065	114 980
Apgrozāmo līdzekļu vērtības norakstīšana	59 315	114 648
Resursu izmaksas	61 211	45 290
Ilgtermiņa ieguldījumu nomātos pamatlīdzekļos norakstītā daļa	46 747	45 384
Kvalitātes sertifikāta ECOCERT uzturēšanas izmaksas	14 880	11 776
Auto uzturēšanas un degvielas izmaksas	4 741	9 937
Komandējumu izmaksas	16 329	7 202
Citas ražošanas un ražošanas uzturēšanas izmaksas	27 200	15 682
Kopā	3 711 787	3 691 422
(4) Pārdošanas izmaksas		
Reklāmas izmaksas	2 406 629	2 113 737
Atlīdzība par darbu	1 263 596	1 110 516
Preču piegādes izmaksas	598 161	580 270
Paraugu izgatavošanas izmaksas	395 651	454 672
Sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas	297 211	261 711
Pamatlīdzekļu nolietojums un nemateriālo ieguldījumu norakstījumi	275 565	278 657

	1.01.2025 -30.06.2025 EUR (nerevidēts)	1.01.2024 -30.06.2024 EUR (nerevidēts)
Starpniecības pakalpojumu izmaksas	252 163	288 236
Tirdzniecības platformu uzturēšanas pakalpojumu izmaksas	84 344	61 242
Tirdzniecības pasākumu veicināšanas izmaksas	56 948	56 473
Darbinieku veselības apdrošināšana	10 163	12 108
Telpu uzturēšanas izmaksas un nomas maksa	83 685	100 011
Komandējumu un izstāžu izmaksas	68 227	40 837
Autoratlīdzības	7 273	11 260
Interneta veikala WEB lapas uzturēšanas izmaksas un citas IT izmaksas	28 724	54 875
Auto uzturēšanas un degvielas izmaksas	7 416	7 931
Noliktavu pakalpojumi	55 455	-
Darbinieku apmācības un veikalu apsekošanas izmaksas	6 250	-
Apdrošināšana pārdošanas riskiem	9 812	13 550
Ilgtermiņa ieguldījumu pamatlīdzekļos norakstītā daļa	14 385	14 598
Citi pārdošanas izdevumi	318 210	195 485
Kopā	6 239 868	5 656 169
(5) Administrācijas izmaksas		
Atlīdzība par darbu	526 280	466 867
Biroja izmaksas	170 950	151 696
Sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas	123 712	110 075
Naudas apgrozījuma blakus izdevumi	103 303	93 863
Telpu nomas un apsaimniekošanas izmaksas	134 294	69 027
Darbinieku veselības apdrošināšana	28 407	40 536
Pamatlīdzekļu nolietojums un nemateriālo ieguldījumu norakstījumi	26 807	25 244
Personāla ilgtspējas pasākumu izmaksas	33 107	49 979
Pētījumu, konsultāciju un konferenču izmaksas	21 007	44 900
Darbinieku ēdināšanas izmaksas	45 649	33 413
Vērtspapīru aprites nodrošināšanas izmaksas	9 474	8 533
Juridisko un pārējo profesionālo pakalpojumu izmaksas	17 611	62 284
Auto uzturēšanas un degvielas izmaksas	13 242	15 221
Komandējumu izmaksas	667	3 741
Sakaru izmaksas	10 366	11 279
Darbinieku apmācību izdevumi	11 181	6 887
Citas vadīšanas un administrācijas izmaksas	79 502	70 228
Kopā	1 355 559	1 263 773
(6) Pārējie saimnieciskās darbības ieņēmumi		
Ieņēmumi no ERAF projektiem	156 283	54 172
Ieņēmumi no apgrozāmo līdzekļu pārdošanas	22 736	36 158
Ieņēmumi no nemateriālo vērtību pārdošanas	-	4 000 135
Citi ieņēmumi	73 719	13 715
Kopā	252 738	4 104 180

	1.01.2025 -30.06.2025 EUR (nerevidēts)	1.01.2024 -30.06.2024 EUR (nerevidēts)
(7) Pārējās saimnieciskās darbības izmaksas		
Darbinieku piesaistes un apmācību izdevumi	34 864	28 364
Dabas aizsardzības izmaksas	26 258	11 860
Darba aizsardzības izdevumi	14 209	5 627
Ziedojumi	-	825
Reprezentācijas izmaksas	4 684	18 445
Citas izmaksas	42 062	66 629
Kopā	122 077	107 678
(8) Procentu ieņēmumi un tamlīdzīgi ieņēmumi		
Citi procentu ieņēmumi	94 080	65 458
Kopā	94 080	65 458
(9) Procentu maksājumi un tamlīdzīgas izmaksas		
Valūtas kursu svārstības	5 821	18 311
Citi procentu maksājumi	238	2 085
Kopā	6 059	20 396

(10) NEMATERIĀLIE IEGULDĪJUMI

	Koncesijas, patenti, licences, preču zīmes un tamlīdzīgas tiesības (EUR)	Citi nemateriālie ieguldījumi (EUR)	Nemateriālo ieguldījumu izveidošanas izmaksas (EUR)	Nemateriālie ieguldījumi kopā (EUR)
Sākotnējā vērtība 31.12.2024.	2 161 336	31 226	-	2 192 562
Iegādāts	28 668	-	229 981	258 649
Korekcijas	-	-	-	-
Likvidēts	-	-	-	-
Pārvietots uz citu posteni	123 560	-	(123 560)	-
Sākotnējā vērtība 30.06.2025.	2 313 564	31 226	106 421	2 451 211
Uzkrātais nolietojums 31.12.2024.	1 114 099	16 099	-	1 130 198
Aprēķinātais nolietojums	273 256	3 130	-	276 386
Likvidēts	-	-	-	-
Uzkrātais nolietojums 30.06.2025.	1 387 355	19 229	-	1 406 584
Atlikusī vērtība 31.12.2024.	1 047 237	15 127	-	1 062 364
Atlikusī vērtība 30.06.2025.	926 209	11 997	106 421	1 044 627



(11) PAMATLĪDZEKĻU KUSTĪBAS PĀRSKATS

	Zemes gabali (EUR)	Ilgtermiņa ieguldījumi nomātos pamatlīdzekļos (EUR)	Tehno- loģiskās iekārtas un ierīces (EUR)	Pārējie pamatlīdzekļi un inventārs (EUR)	Pamatlīdzekļu izveidošanas izdevumi (EUR)	Avansa maksājumi par pamatlīdzekļiem (EUR)	Pamatlīdzekļu kopā (EUR)
Sākotnējā vērtība 31.12.2024.	468 722	1 059 587	4 661 456	1 077 225	83 154	15 502	7 365 646
legādāts / novirzīts	-	-	-	-	82 614	158 987	241 601
Korekcijas	-	-	-	-	-	-	-
Izslēgts	-	-	-	(49 191)	-	-	(49 191)
Pārvietots	-	47 126	64 567	135 029	(110 774)	(135 948)	-
Sākotnējā vērtība 30.06.2025.	468 722	1 106 713	4 726 023	1 163 063	54 994	38 541	7 558 056
Uzkrātais nolietojums 31.12.2024.	-	752 951	2 990 195	767 876	-	-	4 511 022
Aprēķinātais nolietojums	-	61 131	161 270	63 931	-	-	286 332
Izslēgts	-	-	-	(49 191)	-	-	(49 191)
Uzkrātais nolietojums 30.06.2025.	-	814 082	3 151 465	782 616	-	-	4 748 163
Atlikusī vērtība 31.12.2024.	468 722	306 636	1 671 261	309 349	83 154	15 502	2 854 624
Atlikusī vērtība 30.06.2025.	468 722	292 631	1 574 558	380 447	54 994	38 541	2 809 893



	30.06.2025 EUR (nerevidēts)	31.12.2024 EUR (nerevidēts)
(12) Pārējie ilgtermiņa aizdevumi un citi debitori		
Nomas maksas drošības nauda	102 172	101 949
Kopā	102 172	101 949
(13) Izejvielas, pamatmateriāli un palīgmateriāli		
Izejvielu un materiālu neto uzskaites vērtība	2 962 579	3 049 331
Uzkrājumi nelikvidiem krājumiem	-	-
Kopā	2 962 579	3 049 331
(14) Gatavie ražojumi un preces pārdošanai		
Kosmētikas līdzekļi	1 098 613	1 326 819
Reklāmas materiāli	191 383	174 402
Preces ceļā	-	57 877
Uzkrājumi nelikvidiem krājumiem	(3 500)	(3 500)
Kopā	1 286 496	1 555 598
(15) Pircēju un pasūtītāju parādi		
Pircēju un pasūtītāju parādu neto uzskaites vērtība	2 565 917	1 834 318
Uzkrājumi šaubīgiem parādiem	(21 539)	(32 861)
Kopā	2 544 378	1 801 457
(16) Citi debitori		
PVN Pārmaksa Vācija	1 326	-
Drošības nauda	239	239
Citi debitori	70 812	72 786
Kopā	72 377	73 025
(17) Nauda		
Naudas līdzekļi bankas kontos	6 053 767	1 062 668
Īstermiņa depozīti komercbankā	2 900 000	7 538 352
Kopā	8 953 767	8 601 020

(18) Pamatkapitāls

2025. gada 30. jūnijā Koncerna mātes sabiedrības reģistrētais un pilnībā apmaksātais pamatkapitāls ir 378 298,40 EUR, kas sastāv no 3 782 984 akcijām; 1 akcijas nominālvērtība ir 0,10 EUR.

MADARA Cosmetics AS kopš 2017. gada īsteno personāla opciju programmu kā papildus darbinieku motivācijas un iesaistes rīku. Personāla opcijas var iegūt uzņēmuma darbinieki, struktūrvienību vadītāji un padomes locekļi, kuri ir snieguši būtisku ieguldījumu uzņēmumā. Personāla opciju piešķiršanu realizē valde saskaņā ar akcionāru sapulces lēmumos noteikto kārtību un piešķirto opciju apjomu. Sabiedrība nepiemēro patiesās vērtības modeli opciju programmai un saskaņā ar minēto kārtību opciju realizācija notiek pēc nominālās vērtības uz nesadalītās peļņas rēķina.

KONSOLIDĒTĀ FINANŠU PĀRSKATA PIELIKUMS		
	30.06.2025 EUR (nerevidēts)	31.12.2024 EUR (revidēts)
(19) Nodokļi un valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas		
Pievienotās vērtības nodoklis (t.sk. OSS)	337 673	279 253
Valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas	162 135	129 722
Iedzīvotāju ienākuma nodoklis	80 252	67 545
Uzņēmumu ienākuma nodoklis	142	876
Citi nodokļi un nodevas (Latvija, Itālija, Lielbritānija, Francija)	30 756	30 872
Kopā	610 958	508 268
(20) Īstermiņa pārējie kreditori		
Darba alga	299 505	247 308
Dāvanu karšu norēķinu atlikums	8 466	20 163
Citi kreditori	206	10 841
Īstermiņa pārējie kreditori kopā	308 177	278 312
(21) Uzkrātās saistības		
Uzkrātās saistības par darbinieku neizmantotajiem atvaļinājumiem	370 163	310 243
Uzkrātās saistības saņemtajiem pakalpojumiem	237 407	385 096
Uzkrātās saistības darbinieku atalgojumam	-	24 938
Uzkrātās saistības par saņemto precī	-	206 701
Uzkrātās saistības kopā	607 570	926 978
(22) Koncerna darījumi ar radniecīgajām sabiedrībām pārskata periodā		
Saistītā persona	Saņemtas preces un pakalpojumi pārskata periodā	Saņemtas preces un pakalpojumi iepriekšējā periodā
Cosmetics NORD SIA	75	-
MC PROPERTIES SIA	131 292	121 910
KALVI SIA	17 951	17 114
Transmeri Group Ab Oy	84 296	96 835
Kopā	233 614	235 859
(23) Koncernā nodarbināto personu skaits		
Vidējais nodarbināto personu skaits pārskata periodā, tai skaitā:	216	207
valdes locekļi mātes sabiedrībā	4	4
padomes locekļi mātes sabiedrībā	3	5

KONSOLIDĒTĀ FINANŠU PĀRSKATA PIELIKUMS		
	1.01.2025 -30.06.2025 EUR (nerevidēts)	1.01.2024 -30.06.2024 EUR (nerevidēts)
(24) Informācija par mātes sabiedrības padomes un valdes locekļu atlīdzību		
Valdes locekļu atlīdzība par darbu valdē	201 213	151 544
Padomes locekļu atlīdzība par darbu padomē	3 139	3 301
Kopā	204 352	154 846

(25) Ārpus bilances saistības un nākotnes saistības

(a) Operatīvās nomas līgumi

2015. gada 17. martā Koncerna mātes sabiedrība noslēdza nomas līgumu ar MC PROPERTIES SIA reģistrācijas numurs 40103872324, par ražošanas un biroja telpu nomu Mārupē, Zeltiņu ielā 131. Telpu līguma darbības termiņš – 2030. gads. Koncerna mātes sabiedrība ir noslēgusi biroja telpu nomas līgumu ar Kalvi SIA Baložu ielā 20A, līguma termiņš ir līdz 2026. gadam. Koncerns noslēdzis nomas līgumus par mazumtirdzniecības telpām četros tirdzniecības centros Rīgā: Galerija Rīga, Galerija Centrs, Spice, Akropole Alfa. Ilgtermiņa noliktavas un biroja telpu nomas līgums Kauguru ielā 6, Rīgā, ir izbeigts, un mātes sabiedrība ir noslēgusi ilgtermiņa noliktavas un biroja telpu nomas līgumu Lielmaņos, Mārupē. Esošo nomas līgumu termiņš ir līdz 2028.–2030. gadam, ar iespēju pagarināt.

(b) Izsniegtās garantijas

2015. gada 17. martā starp SWEDBANK A/S un Koncerna mātes sabiedrības ražošanas un biroja telpu iznomātāju MC PROPERTIES SIA noslēgts Hipotēkas līgums, kurā ķīlas priekšmets – nekustamais īpašums Zeltiņu ielā 131, Mārupē, iekļāts par labu SWEDBANK A/S, kā arī Koncerna mātes sabiedrība ir MC Properties SIA bankas saņemtā kredīta galvotājs; galvojuma apmērs, saskaņā ar līguma nosacījumiem, ir neizpildīto saistību apjomā. 2025. gada 30. jūnijā MC PROPERTIES SIA neatmaksātā aizdevuma daļa SWEDBANK A/S ir EUR 590 581 (2024. gada 31. decembrī 650 640 EUR).

(26) Saņemtais ERAF finansējums

Koncerns 2025. gadā turpināja līdzdarboties un saņemt finansējumu ERAF atbalsta programmās.

(27) Finanšu risku pārvaldīšana

Koncerna darbība ir pakļauta dažādiem finanšu riskiem: ārvalstu valūtas riskam, procentu likmju riskam, kredītriskam un likviditātes riskam.

Ārvalstu valūtas risks

Ārvalstu valūtas risks ir risks, ka Koncernam radīsies finanšu zaudējumi no nelabvēlīgām valūtas kursu svārstībām. Šis risks rodas tad, kad finanšu aktīvi ārvalstu valūtā nesakrīt ar finanšu saistībām tajā pašā valūtā, kā rezultātā Koncernam veidojas atklātās valūtas pozīcijas. Koncernam nav būtisku finanšu aktīvu un saistību, kuri būtu izteikti citās valūtās. Tādējādi, pārskata periodā Koncerna pakļautība ārvalstu valūtas riskam nebija būtiska.

Kredītrisks

Kredītrisks ir risks, ka Koncernam radīsies finanšu zaudējumi no tā, ka darījuma partneris nespēs pildīt savas saistības pret Koncernu. Kredītrisku galvenokārt rada naudas līdzekļi bankās, pircēju un pasūtītāju parādi un izsniegtie ilgtermiņa un īstermiņa aizdevumi. Koncernam nav nozīmīgas kredītriska koncentrācijas attiecībā uz kādu vienu darījumu partneri vai līdzīgu darījumu partneru grupu.

Likviditātes risks

Likviditātes risks ir risks, ka Koncerns nebūs spējīgs savlaicīgi un pilnā apjomā nodrošināt savu saistību izpildi. Likviditātes risks rodas, kad finanšu aktīvu un saistību atmaksas termiņi nesaskan. Koncerna likviditātes riska vadības mērķis ir uzturēt atbilstošu naudas un tās ekvivalentu daudzumu un nodrošināt atbilstošu finansējuma pietiekamību. Koncerns regulāri izvērtē finanšu aktīvu un pasīvu saskaņotību pēc atmaksas termiņiem, kā arī ilgtermiņa ieguldījumu finansējuma avotu stabilitāti.

(28) Notikumi pēc bilances datuma

Laika posmā no pārskata perioda pēdējās dienas līdz šī finanšu pārskata parakstīšanas datumam nav bijuši nekādi notikumi, kuru rezultātā būtu jāveic korekcijas vai kuri būtu jāatspoguļo šajā finanšu pārskatā.





WWW.MADARACOSMETICS.LV