Informacja prasowa Łódź, 24 marca 2021 r.

**Lajuu zapowiada kampanię crowdfundingową. Marka współtworzona przez aktorkę Weronikę Rosati chce podbić polski i zagraniczny rynek**

**Zainspirowana kalifornijskim słońcem i naturalną pielęgnacją, spółka Lajuu, wprowadza na polski rynek nową, prestiżową markę stworzoną wspólnie z aktorką Weroniką Rosati. Innowacyjne komponenty, naturalne i wegańskie receptury oraz etyczna produkcja to cechy kosmetyków, które w sprzedaży będą dostępne już w maju br. Wejściu produktów na rynek towarzyszyć będzie kampania crowdfundingowa, która w kwietniu br. wystartuje na platformie Beesfund.com. Nowy podmiot chce pozyskać blisko 1 milion złotych na rozwój swojego biznesu oraz podbicie rynku nie tylko polskiego, ale i amerykańskiego.**

Polski rynek kosmetyków jest obecnie szóstym co do wielkości w Europie, a jego wartość przekracza 18 mld zł[[1]](#footnote-1). Coraz większą popularnością w Polsce cieszą się kosmetyki naturalne – w 2018 roku wartość tego rynku wyniosła 0,9 mld zł i już wtedy produkty z tej kategorii odpowiadały za prawie 4 proc. wartości całej branży kosmetycznej[[2]](#footnote-2). Jak zapowiedziało PMR w raporcie „Analiza rynku kosmetycznego i prognozy rozwoju na lata 2020-2025” popularność naturalnych preparatów pielęgnacyjnych w nadchodzących latach będzie stale rosnąć, na co wpływać będzie wzmocnienie trendów związanych ze zdrowym stylem życia[[3]](#footnote-3). Rynek kosmetyków rósł nieprzerwanie od 2006 roku. Tendencję przerwała pandemia, jednak już od bieżącego roku średnie roczne tempo wzrostu ma wynieść 3 proc., by w 2024 roku jego wartość przekroczyła 22 mld zł[[4]](#footnote-4).

Wykorzystując dobre prognozy dla branży, a także trend wegańskich i naturalnych składów[[5]](#footnote-5), spółka Lajuu SA, wprowadza nową markę do pielęgnacji klasy premium, której sekretem są innowacyjne receptury i wyselekcjonowane składniki. Zaangażowanie w biznes celebrytki, posiadającej szerokie grono odbiorców zarówno w Polsce, jak i zagranicą, ma wpłynąć na sukces rynkowy marki.

**Z miłości do naturalnych kosmetyków**

Za nową spółką Lajuu stoi sztab specjalistów doświadczonych m.in. w tworzeniu, rozwoju i wprowadzaniu na rynek kosmetyków naturalnych. Wśród nich jest Aneta Stacherek, która 3 lata temu, chcąc zagospodarować niszę na rynku produktów naturalnych, stworzyła markę Bellamama z produktami dla kobiet w ciąży i po porodzie. Preparaty powstawały z własnej potrzeby oraz wieloletniej pasji do naturalnej pielęgnacji.

*- Kilka lat temu jako przyszła mama i miłośniczka naturalnej, świadomej pielęgnacji utwierdziłam się w przekonaniu, że polski rynek – choć bogaty w kosmetyki naturalne – pominął produkty, które oprócz właściwego składu (bez sztucznych, toksycznych dodatków), będą miały subtelny, niedrażniący zapach. Na rynku funkcjonowały oczywiście brandy apteczne bezzapachowe, jednak ich skład pozostawiał wiele do życzenia. Poszukując preparatów, które będą w stu procentach odpowiadały moim potrzebom trafiłam na niszę na rynku kosmetyków naturalnych i zdecydowałam się ją wypełnić* – mówi Aneta Stacherek, założycielka marki Bellamama oraz prezes zarządu Lajuu SA. – *Przy współpracy z ekspertami, opracowałam receptury i koncepcje produktów Bellamama, a później sprzedawałam je na niewielką skalę. W ubiegłym roku, mimo panującej pandemii, sprzedaż w sklepie internetowym rok do roku wzrosła o około 50 proc.* *Wykorzystując zainteresowanie naturalną pielęgnacją, dobrą sytuację rynkową oraz zdobywaną przez lata wiedzę, połączyłam swoje siły z zespołem, który ma doświadczenie biznesowe oraz z Weroniką Rosati. W ten sposób stworzyliśmy markę Lajuu* – komentuje Stacherek.

W ostatnich miesiącach rośnie znaczenie kanału e-commerce w kontekście sprzedaży kosmetyków naturalnych, co ma związek m.in. z wprowadzanymi obostrzeniami w handlu[[6]](#footnote-6). Według badania Kantar Millward Brown obecnie już co trzeci Polak kupuje kosmetyki w sieci (35 proc. respondentów)[[7]](#footnote-7). Idąc tym tropem, głównym filarem biznesu Lajuu i kanałem dystrybucji będzie własny sklep internetowy, który wystartuje już w maju pod adresem [www.lajuu.pl](http://www.lajuu.pl). W pierwszej kolejności w sprzedaży pojawi się gotowa już linia kosmetyków brązujących o naturalnych, wegańskich składach. Produkty będą pozbawione typowego dla samoopalaczy zapachu. Następnie w sklepie pojawią się preparaty antyoksydacyjne oraz regenerujące. Ich bazą i głównym składnikiem jest woda kokosowa, wydobywana z wnętrza bardzo młodych kokosów, sprowadzana m.in. z Hawajów.

### Crowdinvesting na blisko 1 mln zł

Wejściu na rynek marki Lajuu będzie towarzyszyć kampania crowdfundingowa, która w kwietniu br. ruszy na platformie Beesfund.com. Dzięki niej społeczność będzie mogła kupić akcje spółki o łącznej wartości 995 000 zł i współtworzyć ten biznes. – *Do naszego biznesu zapraszamy grono inwestorów indywidualnych zainteresowanych rozwojem na rynku kosmetyków naturalnych, którzy podobnie jak my, widzą jego ogromny potencjał, a także pasjonatki i pasjonatów naturalnej pielęgnacji, którzy razem z nami chcą współtworzyć wysokiej jakości produkty* – mówi Paweł Kibalczyc, wiceprezes zarządu Lajuu. W ramach finansowania społecznościowego (crowdinvestingu) Lajuu SA chce pozyskać blisko 1 mln złotych.  *– Dzięki zebranym środkom poszerzymy ofertę produktów Lajuu oraz rozwiniemy naszą markę nie tylko na rynku polskim, ale także amerykańskim, który również jest naszym celem –* dodaje Kibalczyc.

Twórcy Lajuu stawiają na aktywne, skoncentrowane formuły oraz składy pochodzenia naturalnego tj. ekstrakty i oleje roślinne. Wzbogacają je innowacyjnymi komponentami takimi jak: bioferment z bambusa, lift oleoactif czyli roślinny botoks czy lingostem, otrzymywa­ny z roślinnych komórek macierzystych z borówki brusznicy. Pozyskane w ramach kampanii środki zostaną przeznaczone także na wdrażanie kolejnych innowacyjnych składników.

*– Cieszę się, że jestem częścią Lajuu i razem z doświadczonymi osobami, ekspertami w swoich specjalizacjach, biorę udział w tworzeniu, wprowadzeniu i rozwoju marki z produktami pielęgnacyjnymi o jakich zawsze marzyłam. Naturalnymi, wegańskimi, nietestowanymi na zwierzętach –* mówi Weronika Rosati, dyrektor kreatywna marki Lajuu*. – Dzięki crowdfundingowi każdy może stać się częścią biznesu Lajuu i razem z nami tworzyć te luksusowe produkty pielęgnacyjne. Jestem przekonana, że kampania pozwoli nam zbudować grono ambasadorów, dla których ważne jest nie tylko to, że produkty Lajuu świetnie pielęgnują skórę, ale przede wszystkim powstają w firmie, która nie krzywdzi zwierząt i nie wpływa szkodliwie na środowisko* – podkreśla Weronika Rosati.

**Lajuu by Weronika Rosati** to polska marka premium z naturalnymi, wegańskimi kosmetykami do pielęgnacji skóry. Swoje początki ma w słonecznej Kalifornii, gdzie pasja do świadomego dbania o ciało połączyła aktorkę Weronikę Rosati i Anetę Stacherek – założycielkę Bellamama, firmy produkującej naturalne produkty pielęgnacyjne dla kobiet w ciąży i po porodzie. Pierwszą linią Lajuu by Weronika Rosati są kosmetyki brązujące, a kolejną tworzą preparaty antyoksydacyjne oraz regenerujące. Bazą i głównym składnikiem wszystkich produktów jest woda kokosowa wydobywana z wnętrza bardzo młodych kokosów, sprowadzana m.in. z Hawajów. Marka stawia na aktywne, skoncentrowane formuły oraz składy pochodzenia naturalnego tj. ekstrakty i oleje roślinne. Wzbogaca je innowacyjnymi komponentami takimi jak bioferment z bambusa, lift oleoactif (czyli roślinny botoks) czy lingostem, otrzymywa­ny z roślinnych komórek macierzystych z borówki brusznicy. Unikalne kompozycje sprawiają, że codzienna pielęgnacja kosmetykami Lajuu by Weronika Rosati staje się niezwykle przyjemnym doznaniem, zapewniającym piękny, młody, a przede wszystkim zdrowy wygląd skóry. Kosmetyki będą dostępne w sprzedaży w sklepie internetowym www.lajuu.pl już w maju 2021 roku.

**Kontakt dla mediów:**

Ilona Rutkowska   
Tel.: + 48 796 996 259  
E-mail: ilona.rutkowska[@goodonepr.pl](mailto:jakub.macyszyn@goodonepr.pl)

Katarzyna Zawadzka   
Tel.: + 48 796 996 240  
E-mail: [katarzyna.zawadzka@goodonepr.pl](about:blank)

1. Analiza sektorowa przygotowana przez Santander Bank Polska [↑](#footnote-ref-1)
2. <https://mypmr.pro/products/rynek-zywnosci-bio-i-kosmetykow-naturalnych-w-polsce-2019> [↑](#footnote-ref-2)
3. <https://retailmarketexperts.com/aktualnosci/do-2025-roku-sprzedaz-internetowa-bedzie-odpowiadac-za-ponad-15-rynku-artykulow-kosmetycznych-w-polsce/> [↑](#footnote-ref-3)
4. Analiza sektorowa przygotowana przez Santander Bank Polska [↑](#footnote-ref-4)
5. <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykul/fbk-2020-kosmetyki-naturalne-ciagna-w-gore-caly-rynek-kosmetyczny> [↑](#footnote-ref-5)
6. <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykul/fbk-2020-kosmetyki-naturalne-ciagna-w-gore-caly-rynek-kosmetyczny> [↑](#footnote-ref-6)
7. <https://www.wirtualnemedia.pl/artykul/co-trzeci-polak-kupuje-kosmetyki-online> [↑](#footnote-ref-7)