

ЗВІТ ПРО УПРАВЛІННЯ  
ТОВ Лореаль Україна  
2020

ЗМІСТ

Організаційна структура та опис діяльності підприємства

Аналіз стану діяльності

Ліквідність і зобов'язання

Довкілля

Кадрова політика

Ризики

Дослідження та інновації

Фінансові інвестиції

Перспективи розвитку

Організаційна структура та опис діяльності підприємства

Компанія Лореаль Україна створена у 2004 році. Компанія входить до складу L'Oréal Group. Єдиним засновником і учасником ТОВ «Лореаль Україна» є L'Oréal SA.

Юридична адреса: 03038, Україна, Київ, вул. Грінченка, буд. 4б.

Основним видом діяльності компанії є оптова та роздрібна торгівля парфумними та косметичними товарами.

Основними функціями Лореаль Україна є торгівля, маркетинг, фінанси, логістика та HR.

Для забезпечення виконання своєї підприємницької ролі, у компанії працевлаштовано 276 співробітників, які виконують функції маркетингу, виробництва (в якості замовника), логістики, продажів та зв'язків з громадськістю.

В компанії виділяють комерційні підрозділи, які безпосередньо працюють з продуктом, і три загальні служби, завданням яких є підтримка підрозділів.

Лореаль Україна поділена на чотири діючі комерційні підрозділи:

- Підрозділ продукції масового попиту (CPD)
- Підрозділ продукції люкс (LLD)
- Підрозділ професійних продуктів (PPD)
- Підрозділ активної косметики (ACD)

Загальні служби компанії Лореаль Україна:

- Операційна служба (Логістика), в структурі якої виділені: команда планування попиту, команда складської і транспортної логістики, служба по роботі з клієнтами, митна служба, команда закупівель, а також ряд інших фахівців
- Фінансова та адміністративна служба, яка об'єднує команду контролерів загальних витрат, юристів, бухгалтерію, IT службу

- Служба по роботі з персоналом, фахівці якої займаються набором персоналу і просуванням бренду роботодавця, навчанням і розвитком персоналу, питаннями компенсацій і пільг, а також соціальними та іншими проектами.

Лореаль Україна реалізує на українському ринку наступні бренди:

- Бренди підрозділу продукції масового попиту: L'Oréal Paris, Garnier, Maybelline, NYX, Міха, NYX Professional MakeUp
- Бренди підрозділу професійних продуктів: L'Oréal Professionnel, Kerastase, Matrix, Decléor
- Бренди підрозділу продукції люкс: Lancome, Biotherm, Cacharel, Giorgio Armani, Viktor & Rolf, Yves Saint Laurent, Martin Margiela, Kiehl's
- Бренди підрозділу активної косметики: Vichy, La Roche-Posay.

Лореаль Україна виконує головним чином (та/ або контролює/ фінансує) такі види діяльності на українському ринку:

- Науково-регулююча діяльність
- Продаж та маркетинг
- Виробництво
- Логістика
- Бізнес підтримка

Лореаль Україна відповідає за управління продукцією та брендами L'Oréal на ринку України, а тому несе високий рівень ризиків і, таким чином, зберігає прибуток або збиток, що залишився після оплати послуг зовнішнім організаціям, які надають йому виробничі та маркетингові послуги, а також будь-які інші види послуг або товарів

#### Аналіз стану діяльності

В своїй діяльності Лореаль Україна керується чинним законодавством України та Статутом підприємства.

Компанія є одним із лідерів українського ринку парфумної та косметичної продукції.

У 2020 році оборот компанії Лореаль Україна становив 3 231 552 тис. грн, а його операційний прибуток склав 537 253 тис. грн.

У 2020 року результати роботи підрозділів Компанії були наступні:

**Підрозділ продукції масового попиту (CPD)** є основним підрозділом компанії і займає 68,1% загального обсягу продажів. Збільшення продажів CPD в порівнянні з 2019 році 1% . Основною причиною таких результатів є зменшення попиту споживачів та збільшення невизначеності на ринку протягом карантинного періоду. Основною категорією продуктів CPD, на які впливає COVID-19, була категорія «макіяж», яка є найбільш граничною категорією.

**Підрозділ продукції люкс (Luxe)** займає приблизно 8% загального обсягу продажів. Протягом звітного періоду зафіксовано зменшення обсягів продажу цього підрозділу на 4,9%. Основним фактором зменшення продажів є той самий, що і для інших підрозділів, що є наслідком COVID-19.

**Підрозділ професійних продуктів (PPD)** займає приблизно 7,8% загального обсягу продажів. На результати поділу PPD у 2020 фінансовому році суттєво вплинув COVID-19. Чистий обсяг продажів за 12 місяців 2020 року зменшився на 4,7% порівняно з 12 місяцями 2019 року.

**Підрозділ активної косметики (ACD)** займає 16,2% загального обсягу продажів. За звітний період продажі зросли на 7,6% порівняно з 12 місяцями 2019 року. Зростання чистого обсягу продажів зумовлено збільшенням частки продажів клієнтам електронної комерції протягом звітного періоду порівняно з 12 місяцями 2019 року

#### Ліквідність і зобов'язання

Основні джерела забезпечення ліквідності компанії це активи, які забезпечують своєчасне виконання зобов'язань та наявні зобов'язання.

Оскільки ліквідність є здатністю вчасно виконувати фінансові зобов'язання, то чим вищий коефіцієнт ліквідності, то більша платоспроможність установи. У 2020 році показник поточної ліквідності склав 134%. Таким чином, компанія має достатньо ліквідних ресурсів, які можуть бути використані для погашення його поточних зобов'язань.

Основними джерелами забезпечення ліквідності компанії є бюджетне планування продажів товарів та руху грошових коштів. В компанії запроваджено річне планування з переглядом бюджету у березні та серпні.

#### Довкілля

Результати діяльності підприємства не мають значного впливу на навколишнє середовище, та при цьому компанія намагається максимально ефективно використовувати природні ресурси та впроваджувати ощадні технології. Одним з головних пріоритетів діяльності компанії є впровадження і використання сучасних технологій та економного використання ресурсів.

Компанія намагається ощадливо використовувати паливо та енергетичні ресурси, оптимізує використання паперу, картриджів, пластикового посуду та інших матеріалів. Використання пластику замінюється матеріалами, що перероблюються. Компанія не використовує дизельні корпоративні авто та пропонує співробітникам альтернативні види транспорту, включаючи електро таксі.

Для цього ведеться робота по запровадженню системи електронного документообігу та скорочення зайвих документальних процедур. Компанія проводить заходи для поширення екологічної відповідальності та свідомості. Співробітники заохочуються вживати для чорнового друку використаний з одного боку папір, що зменшує загальне його споживання, використання економних режимів друку, компактне форматування документів, надання переваги дистанційному спілкуванню у режимі відео конференцій, таке інше.

В офісі компанії встановлені спеціальні контейнери для сортування сміття, збору та утилізації відпрацьованих елементів живлення (батареєнок) та укладено договори на утилізацію зі спеціалізованими підприємствами.

#### Кадрова політика

Стратегія Компанії з набору персоналу спрямована як на залучення фахівців з досвідом роботи, так і на розвиток молодих талантів. У Лореаль Україна є кілька типів стажувань - літні практики, піврічні стажування у відділі маркетингу, комерції та фінансів, а також Програма розвитку талантів (Management Trainee program).

Лореаль Україна розвиває партнерські відносини з кращими університетами України та бере участь у ярмарках вакансій. Компанія запрошує студентів взяти участь у її бізнес- іграх, найвідомішою з яких є BRANDSTORM<sup>1</sup>.

### Ризики

Значна частина прибутку, отриманого будь-якою компанією, відображає той факт, що бізнес несе різні види ризиків. Нижче наведені ризики, які несе Лореаль Україна

- Ринковий ризик
- Ризик знецінення запасів
- Ризик відповідальності за якість продукції
- Кредитний ризик
- Валютний ризик
- Регуляторний ризик

### Дослідження та інновації

Більшість продуктів, які просуває на ринку Лореаль Україна, розроблені та створені L'Oréal SA або безпосередньо, або через підрядників. Основні лабораторії Групи знаходяться у Франції, США, Бразилії, Індії, Сінгапурі, Японії та Китаї та налічують понад 4100 співробітників. Слід зазначити, що Група має портфель з більш ніж 15 000 патентів, зареєстрованих у всьому світі.

Група L'Oréal здійснює всі процеси створення нового продукту, від його задуму до остаточної розробки. Діяльність R&I поділяється на тісно пов'язані сфери, а саме: передові дослідження, прикладні дослідження та експериментальні розробки.

### Передові дослідження

Передові дослідження діють в довгостроковій перспективі шляхом розробки нових продуктів. Додаткові дослідження включають фізичні, хімічні та природничі науки. Дослідники у сфері фізики та хімії аналізують склад шкіри та волосся, синтезують нові молекули та створюють засоби, здатні вимірювати ефективність активних інгредієнтів. Група природничих наук визначає специфічні біологічні механізми, такі як випадіння волосся, відновлення клітин або вплив сонячних променів на шкіру. Вони вивчають фізіологію здорової шкіри та розробляють інноваційні методи; вони встановлюють моделі шкіри людини для оцінки ефективності активних інгредієнтів.

### Прикладні дослідження та експериментальні розробки

Прикладні дослідження діють в середньостроковій перспективі, шляхом дослідження молекул, синтезованих, в першу чергу, передовими дослідженнями, шляхом пошуку нової сировини та проведення технологічних трансфертів (з текстильної, паперової, лакофарбної, харчової та фармацевтичної промисловості) для поліпшення продукції і вивчення нових косметичних концепцій.

Дослідники групи експериментального розвитку працюють у короткостроковій перспективі. Тісно співпрацюючи з маркетинговими групами та відділом інновацій,

---

експериментальні розробницькі лабораторії створюють продукцію на основі інновацій та розроблених групою прикладних досліджень.

Функція R&I виконується (та/ або фінансується/ контролюється) материнською компанією L'Oréal SA.

#### Фінансові інвестиції

Протягом 12 місяців 2020 року чисті фінансові витрати склали 14 982 тис. грн. у порівнянні з чистими фінансовими доходами протягом 12 місяців 2019 року в сумі 28 136 тис. грн.. Таа ситуація обумовлена головним чином зменшенням процентного доходу за короткостроковими депозитами, розміщеними в комерційних банках, та збільшенням процентних витрати за короткостроковими позиками, отриманими від комерційних банків протягом 12 місяців 2020 року.

Інших фінансових інвестицій протягом 2020 року Лореаль Україна не здійснював.

#### Перспективи розвитку

Лореаль Україна займає лідерську позицію на українському ринку та має на меті прискорити зростання, що в два рази перевищує рівень росту ринку парфумної та косметичної продукції.