



О компании

ООО Концерн «Калина» является косметической компанией, выпускающей и предлагающей своим потребителям в России, странах Европы и СНГ большое разнообразие косметической продукции и бытовой химии.

Бренды Концерна «Калина»:

- «Черный жемчуг»,
- «Чистая линия»,
- «Бархатные ручки»,
- «100 рецептов красоты»,
- «Лесной бальзам»,
- «32 Бионорма»,
- «Дракоша»
- «Phyto Expert» («Фито эксперт»-косметические серия для мужчин)
- «Frost» («Фрост» освежители воздуха)
- прочий ассортимент

Основные производственные мощности Концерна «Калина» расположены в Екатеринбурге (Россия).

Бархатные
Ручки


ЧЕРНЫЙ ЖЕМЧУГ

ЧИСТАЯ
ЛИНИЯ

Сто
РЕЦЕПТОВ
КРАСОТЫ

Лесной
бальзам

32
БИОНОРМА

Маленькая
фея

Дракоша

Phyto
EXPERT
FOR MEN

Frost

О компании Unilever

Unilever – один из мировых лидеров по производству товаров повседневного спроса.

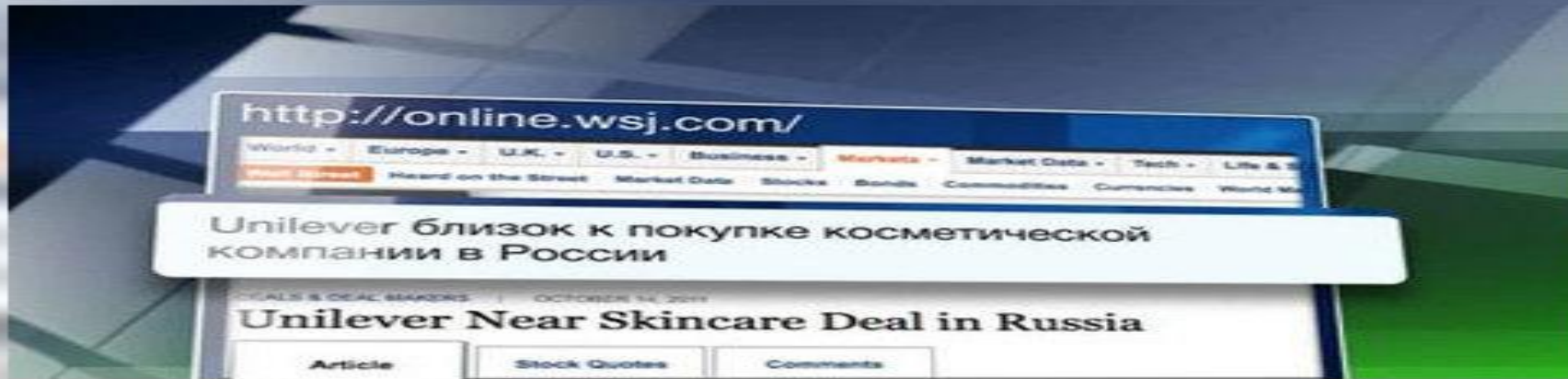
Ежегодно потребители покупают 170 млрд. единиц продукции Unilever.

Число сотрудников Unilever насчитывает порядка 191 000 человек во всем мире, а обороты за год составляют 50 млрд. евро.

Ассортимент продукции включает в себя одни из самых известных и популярных торговых марок в мире. Во многих сегментах рынка, где представлена продукция компании, Unilever занимает первое место в мире.

Общий объем инвестиций «Юнилевер» в российскую экономику составляет более 600 миллионов долларов.





14 октября 2011 года

Лондон / Роттердам - Екатеринбург

Unilever и **Концерн «Калина»**

объявляют о том, что Unilever заключил соглашение о приобретении 82% акций Концерна "Калина".

- *Сделка требовала обязательного одобрения со стороны регулирующих органов.*
- *Стоимость сделки соответствует стоимости 100% акционерного капитала компании 21.5 миллиардов рублей (500 миллионов евро).*



Продукция «Калины» поставляется:



Страны Прибалтики



Беларусь



Украина



Казахстан



Узбекистан



От Канады до Тайваня



Благодаря таким брендам, как «Черный жемчуг», «Чистая линия», «Бархатные ручки», «100 рецептов красоты», «32», «Лесной бальзам», обладающим высокими показателями узнаваемости и лояльности к ним со стороны потребителей в СНГ и Европе, Концерн «Калина» является лидером в сегменте средств по уходу на российском рынке и рынках стран СНГ, а также находится среди лидеров в сегментах средств на рынке Германии.

В концерн «Калина» входят фабрики:

- **Kalina Russia** (Россия, Екатеринбург)
- **Kalina International SA** (Швейцария)
- **Дочернее предприятие «Паллада-Украина»**
- **Kalina Overseas Holding B. V.** (Нидерланды)
- **ООО «Главсказка Интернешнл»**
- **ООО «Dr. Scheller Beauty Center»**



Региональная торговая сеть концерна в России и странах СНГ состоит из 213 компаний-дилеров.

Концерну принадлежит завод в Екатеринбурге. Также «Калине» принадлежит дочерняя компания — немецкий производитель косметики Dr. Scheller Cosmetics AG.

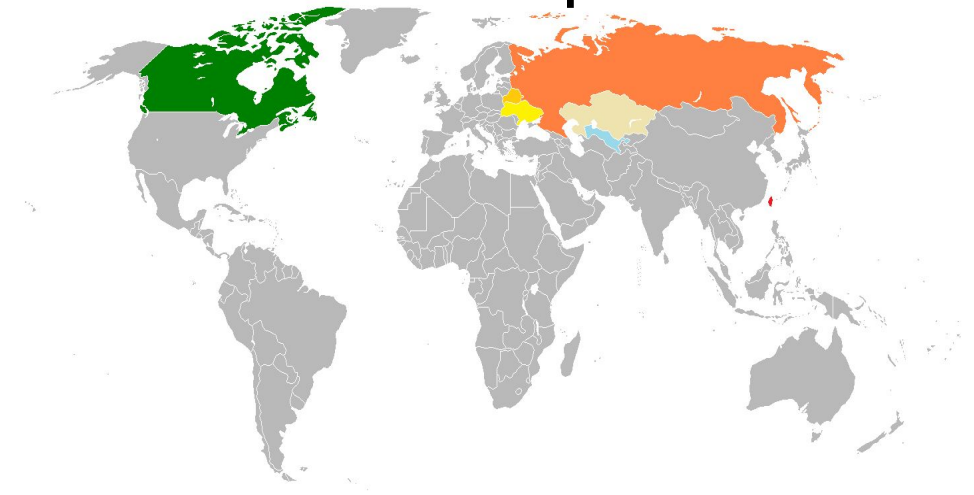
Конкурентоспособность Концерна в России:

- **самая большая сбытовая сеть;**
- **высокое и стабильное качество товаров и услуг;**
- **активная рекламная политика;**
- **постоянное продвижение брендов Концерна, они имеют высокие показатели знаний, т.е. хорошо известны населению страны;**
- **постоянная работа над улучшением качества продукта стимулирует повторные покупки, создавая, таким образом, постоянный спрос на продукцию.**



Конкурентоспособность Концерна перед западными производителями:

- более низкая цена за продукт;
- обеспечение уровня качества, соответствующего мировым стандартам.
- близость к потребителю, что позволяет постоянно получать данные о специфике потребления, особенностях поведения и быстро реагировать на изменения.



Основные недостатки Концерна:

- Многие из конкурентов, включая L'Oreal и Procter & Gamble, являются крупными многонациональными компаниями и обладают по сравнению с Концерном заметно большими ресурсами;
- Некоторые продукты конкурентов Концерна выигрывают от существенно большей узнаваемости бренда и лояльности потребителей по сравнению с продукцией Концерна.
- Угроза агрессивного входа на рынок компаний, включая мультинациональные, путём приобретения местных конкурентов или иным образом.

Барьеры выхода новых организаций на рынок:

- **экономия на масштабе;**
- **потребности в капитале (расходы на рекламу, кредитование);**
- **эффект опыта.**



Основные конкуренты



L'ORÉAL®



P&G

Gillette®

Финансовые показатели



- ❖ Ввиду частного характера собственности, сведения о финансово-хозяйственной деятельности концерна «Калина» не публикуются.
- ❖ Последние опубликованные финансово-экономические данные относятся к 2007-2008 годам.
- ❖ Так, по состоянию на 22 марта 2007 года капитализация концерна «Калина» составляла \$434 млн.
- ❖ Выручка концерна в 2008 году достигала \$483,66 млн., чистая прибыль — \$9,29 млн., операционная прибыль — \$38,93 млн.

Вывод

Концерн "КАЛИНА" - крупнейший производитель парфюмерии, косметики и бытовой химии в России. На сегодняшний день Концерн "КАЛИНА" обладает производственным оборудованием, соответствующим самым строгим международным стандартам, а нашими поставщиками являются крупнейшие в мире компании по производству сырья для парфюмерно-косметической продукции.

Региональная торговая сеть концерна в России и странах СНГ состоит из 213 компаний-дилеров.

Менеджеры «Калины» признают, что пока значительно уступают иностранцам по темпам внедрения новых разработок.

Еще одна проблема «Калины» – специализированная розница: ведущие торговые сети вроде «Арбат Престижа» и «Л'Этуаль» предпочитают работать с транснациональными брендами. Растет и лояльность отечественных потребителей к иностранным маркам. Для того чтобы активно развиваться дальше, «Калине» потребуется придерживаться еще более сфокусированной стратегии: сосредоточиться в нишах, где присутствие иностранных конкурентов относительно невелико.