

U příležitosti výročí své značky demonstruje společnost Wella Company tři po sobě jdoucí roky setrvalého růstu

30.11.2023 - Hilary Crnkovich, Alix Dunn | PROTEXT

--Společnost vydává zprávu o environmentálním a sociálním dopadu za rok 2022--

Wella Company, inovativní globální lídr v segmentech vlasů a nehtů kosmetického oboru, které představují 100 miliard USD, zaznamenala svůj třetí rok jako nezávislá společnost a demonstrovala svůj široce založený růst vyvážený mezi značkami, kategoriemi a zeměpisnými polohami. Wella Company dosáhla jednociferný procentní růst v konstantní měně za fiskální rok 2023 (FY23) který byl uzavřen na konci června, čímž zpevnila své postavení jedné z nejrychleji rostoucích společností v oboru. Její portfolio ikonických značek profesionální a prodejní péče o vlasy, nehty a kosmetickou technologii zahrnuje Wella Professionals, O·P·I, ghd, Briogeo, Nioxin, Sebastian Professional a Clairol.

Tato tisková zpráva obsahuje multimediální prvky. Celou zprávu najdete zde:

<https://www.businesswire.com/news/home/20231129737626/cs/>

Od svého založení v roce 2020 hlásila Wella Company každoročně růst proti předchozímu roku na rozvinutých i na nových trzích. Pokračujícím úspěchem své přední značky profesionálních vlasových barev, Koleston Perfect (KP), jichž se ve FY23 prodávalo globálně 1,5 tuby každou sekundu, si společnost vybudovala renomé svých profesionálních barev jako světová značka č. 1 barev pro kadeřnické salony a pokračuje v investování za pozvednutí svého jádra prostřednictvím expanze do péče o vlasy, stejně jako do portfolio péče o nehty a kosmetické technologie. Společnost také dosáhla růstu svých elektronických prodejů eCommerce tempem více než dvojnásobného růstu trhu zvýšením partnerství s hlavními maloobchodníky eComm, investováním do budování značky upřednostňující digitalizaci a trvalým zlepšováním zkušeností uživatelů na své vlastní eComm platformě WellaStore, aby vyhověla potřebám profesionálů ze salonů.

"Při pohledu na rok 2023 si začínáme uvědomovat přínosy úspěšných transformací značek v našem portfoliu a zásadních inovací. Také vidíme, jak naše podnikání zraje a rozšiřuje se napříč kanály a trhy. Všechny z našich značek a lokalit svým růstem přecházejí své kategorie, což je ukazatelem, že máme před sebou k uvolnění ještě ohromný potenciál," řekla Annie Young-Scrivner, generální ředitelka Wella Company. Dodala, "Ve fiskálním roce 2023 jsme zvýšili růst našich příjmů, prodejů a ziskovosti a rozšířili jsme náš tržní podíl a očekáváme, že ve fiskálním roce 2024 bude tato trajektorie růstu pokračovat.

Průlomové inovace a modernizovaná značka zažívají vítězství v průniku mezi nejlepší akcie

Se značkou Wella Professionals etablovanou jako světová značka č. 1 v barvách pro kadeřnické salony, si O·P·I také nárokuje pozici celosvětové značky č. 1 pro profesionály péče o nehty v kosmetických salonech. Navíc je portfolio značek Wella Company číslem 1 v profesionální péči o vlasy v Brazílii, což je jeden z nejvíce rostoucích trhů naší společnosti. Inovace společnosti nabídly patentovanou technologii v několika oblastech při současném pokračování povznesení vzhledu jejího portfolio značek a zkušeností s nimi.

- Wella Company se zaměřuje na největší obavy spotřebitelů ohledně poškození vlasů a představila

revoluční inovace vlasových produktů, kombinujících rychlost a výkonové výsledky. **Řada Wella Professionals Ultimate Repair se svým Miracle Hair Rescue** je patentované, bezoplachové ošetření se schopností zvrátit v 90 sekundách poškození vlasů uvnitř i vně. Ultimate Repair je vstupem Wella Professionals do segmentu prestižní péče o vlasy a bylo pro naši společnost dosud jedním z neúspěšnějších uvedení na trh v segmentu Péče. Po pouhých několika měsících na trhu si Ultimate Repair rychle získává podíl jak v salonech, tak v prestižním maloobchodě. Pro doplnění služeb požadovaných v salonech pak **Shinefinity**, profesionální tónovací produkt a příchod nové kategorie v loňském roce, pokračuje v posouvání postupného růstu výš. Značka má nyní víc než 40 odstínů na víc než 30 trzích jako výsledek své široké popularity.

- Wella Professionals osvěžila své obaly napříč své řady péče o vlasy, včetně šamponů a kondicionérů, a přispěla tak k podpoře globálního dvouciferného růstu příjmů.
- Společnost ghd, přední globální značka kosmetické technologie a č. 1 ve Spojeném království, profesionály doporučovaná stylingová značka, vytvořila novou kategorii wet-to dry s představením **ghd Duet Style**. **Duet Style** je vůbec první wet-to-dry stylingová žehlička na vlasy typu 2 v 1, která suší a upravuje účes zároveň bez poškození vlasů teplem a s o 45 % menší spotřebou energie. Od svého uvedení na trh v únoru je Duet Style firmy ghd třetím nejlépe prodávaným produktem značky, za stylingovými výrobky Platinum+ a Gold.
- Wella Company se zaměřuje na rostoucí trend péče o pokožku hlavy a představila dva přípravky se špičkovým výkonem vstupující do soutěže v tomto oboru. **Nioxin Ultimate Power Serum** je vysoce účinné bezoplachové ošetření navržené pro posílení vlasů od kořínků a zlepšení ukotvení vlasů. Nioxin Ultimate Power Serum uvedené na trh v květnu jedním online maloobchodníkem zaznamenalo v Severní Americe dvouciferný růst. Ultimate Power Serum láká nové uživatele, přičemž 93 % kupujících jsou uživateli značky Nioxin poprvé. Hodnocení produktu žene preference vzhůru a 91 % hodnotících na jedné webové stránce sdílelo názor, že by produkt doporučili přátelům, a víc než polovina hodnotících na jiné webové stránce dala výrobku hodnocení všech 5 hvězd.
- **Briogeo**, cenami ověřená, zcela přírodní, inkluzivní řada péče o vlasy vstoupila do kategorie péče o pokožku hlavy v lednu uvedením produktu **Destined for Density**, holistického systému péče o pokožku hlavy a vlasy k podpoře hustoty vlasů pro hustější, plnější, zdravěji vypadající vlasy. Kolekce—která obsahuje sérum hustoty, kondicionér a doplňky —byla dosud nejvyšším a nejlépe fungujícím uvedením značky na trh. Sérum hustoty Density Serum je hrdinou SKU (jednotka na stupnici hodnoty akcií přiřazovaná maloobchodem) a stalo se během uvedení na trh číslem 1 SKU u nejprestižnějšího maloobchodníka s kosmetikou v Severní Americe.
- **Clairol** také vylepšil legendární značku domácího barvení vlasů předvedenou v kampani **It's So Me**, součástí mnohaletého úsilí představit Clairol nové generaci uživatelů barev DIY (udělej si sám). It's So Me zdůrazňuje úplné portfolio Clairol, včetně zděděných značek jako permanentní vlasové barvy Nice 'n Easy a nových inovací pro rok 2023: Natural Instincts Bold, Blonde It Up Crystal Glow Toners a Root Touch Up Spray 2-in-1. Tyto iniciativy pomohly, aby maloobchod s vlasovými produkty dosáhl v USA rekordní úrovně podílem 13,5 % za posledních 6 měsíců končících měsícem září 2023ii a více než 10 měsíců trvalého růstu podílu.iii
- **O·P·I** představila letos několik vynikajících inovací, které posunuly rekordní tržní podíl O.P.I. o +4 podílové body oproti YA (ročnímu průměru)iv v U.S Premium Retail a o +2 podílové body oproti YA v kanálu U.S Food, Drug, Mass channel v kategorii barvy na nehty a ošetření Nail Color and Treatments.v Globálně získává značka podíl také u kanálů maloobchod a profesionálové.vi **O·P·I Repair Mode**, patentovaná kúra pro vytvoření vazby, která opravuje poškození nehtů zevnitř v 6 dnech, je důležitým vstupem do prémiového cenového segmentu a překonala ve svém prvním roce předpovědi prodeje. Dalším klíčovým uvedením na trh v USA byly umělé nehty firmy **O·P·I**

xPRESS/ON Press-On Nails, které úspěšně vstoupily do segmentu nejvyššího růstu oboru nehtů, totiž segmentu umělých nehtů. Filmová kolekce firmy **O·P·I x Barbie The Movie** toto jaro byla dosud největším partnerstvím v oboru nehtů za rok 2023 v U.S FDM.vii A první přírodní lak na nehty firmy **O·P·I Nature Strong** pokračuje v získávání podílu v kanálu U.S Food, Drug, Mass channel, kde dosahuje 35 % z celé kategorie Přírodní produkty,viii a dosavadní prodeje CY 23 v prémiovém maloobchodu U.S Premium Retail jsou více než 2krát vyšší než prodeje vedoucí značky trhu nehtů z přírodních materiálů.ix

Dnes vychází úvodní Zpráva Wella Company o environmentálním a sociálním dopadu

Wella Company dnes vydala svou Zprávu o environmentálním a sociálním dopadu za rok 2022, první měřenou analýzu snah společnosti o to, aby pozitivně ovlivňovala lidi a planetu prostřednictvím svých výrobků. Mezi hlavní body patří:

- **Lidé:** Během roku Wella Company úspěšně zavedla We Own Our Way (WOW), široce založený program zaměstnaneckého vlastnictví zajišťující, že každý zaměstnanec Wella Company má právně zaručený finanční zájem na budoucnosti společnosti. Teď mají zaměstnanci Wella Company napříč všemi úrovněmi příležitost těžit z tvorby bohatství, když Wella Company prosperuje.x Společnost dělá další kroky v DEIB (diverzita, rovnost, inkluze, náležitost) a zvýšila podíl žen na 59 % ve své globální populaci zaměstnanců a na 58 % ve své radě ředitelů. Společnost také dosáhla splnění svého závazku 100% genderové rovnosti platů ve všech úrovních o rok dříve, než byl záměr.
- **Planeta:** Se závazkem snížit uhlíkovou stopu stejně jako spotřebu vody a tvorbu odpadů snížila v roce 2022 společnost Wella Company emise uhlíku sféry 1 a 2 o 10 % a docílila nulové úrovně odpadů do skládek ve 2 ze svých 3 továren a ve všech přímo řízených distribučních centrech. Společnost také snížila ve svých třech továrnách o 5,5 % čerpání vody a o 13,7 % tvorbu odpadů připadající na vyrobenou jednotku.
- **Výrobky:** Dosažené úspěchy zahrnují, že 80 % objemu složek výrobku je biologicky rozložitelných a 77 % celkových obalů je recyklovatelných, znovu použitelných nebo znovu plnitelných. Společnost také pokračuje v přechodu celého portfolia na obaly vyrobené z recyklovaných materiálů, včetně hliníkových tub, papírových krabic a víček.

“Na to, že společnost je v našem držení tak krátce, věříme, že na naší cestě environmentálního a sociálního dopadu postupujeme správným tempem a naše stanovené ambice plníme s integritou a účelně,” řekla Hilary Crnkovich, ředitelka pro komunikace a udržitelnost společnosti Wella Company.

O společnosti Wella Company

Jsme Wella Company, inovativní globální lídr v oblasti kosmetiky kombinující více než 140letou historii značky Wella a odbornost v oboru se svým vznikajícím postavením nejvíc rostoucí společnosti ve své kategorii. Od roku 2020 Wella Company dodávala život transformaci našeho podnikání a značek, aby se stala jednou z nejrychleji rostoucích společností v oblasti kosmetiky. Naše portfolio předních značek profesionální a prodejní péče o vlasy, nehty a kosmetickou technologii zahrnuje Wella Professionals, O·P·I, ghd, Briogeo, Nioxin, Sebastian Professional a Clairol. Wella Professionals je ve světě značkou č. 1 v barvách pro kadeřnické salonyxi a OPI je celosvětově značkou č. 1 v profesionální péči o nehty v kosmetických salonech. S ambicí stát se nejlepší kosmetickou společností v oboru inspirujeme prostřednictvím našich značek zákazníky a profesionály v kosmetice k tomu, aby vypadali, cítili se a byli opravdu sami sebou. K procesu tvorby produktu přistupujeme s pečlivou kombinací vědy, technologie a umění, abychom vyvinuli produkty s tím nejlepším výkonem, často se vyznačující patentovanou technologií, znakem legendární odlišnosti značek Wella.

Řízení hodnotami naší společnosti a vedení úmyslem poskytovat pozitivní dopad na lidi prostřednictvím našich produktů a na planetu a společnost, poskytujeme všem investorům udržitelný růst. Hrdě podporujeme obor kadeřnických a kosmetických salonů a umělce a stylisty, jimž sloužíme napříč 127 zeměmi, v nichž působíme. Každý den ovlivňujeme rozmanitou komunitu více než 91 milionů milovníků kosmetiky a profesionálů oboru, sociálních influencerů, ambasadorů, následovníků, zaměstnanců, zákazníků a dodavatelů po celém světě. To je naše Wella rodina. Naše víra, že budeme lepší tím, že budeme konat lépe, řídí naše podnikání a náš environmentální a sociální progres. Pokračováním v naší cestě k udržitelnému zlepšování našich produktů, ke snižování našeho dopadu na prostředí a k vytváření kultury, kde si všichni zaměstnanci vedou jako vlastníci investující do našeho sdíleného úspěchu, zajišťujeme to, že Wella Company bude prosperovat v příštích generacích. Pro další informace navštivte www.wellacompany.com a sledujte nás na platformách LinkedIn a Instagram.

i Vychází z prodejů hlavní značky Wella v USD dle Studie péče o vlasy v kadeřnických salonech 2022 pro kategorii produktů barev na vlasy publikované společností Kline

ii Zdroj: Nielsen, posledních 6 měsíců do září 2023 včetně

iii Zdroj: databáze Nielsen, YTD (od počátku roku) w/e (týden končící dnem) 28.10.2023

iv Zdroj: US NPD leden- září 2023

v Zdroj: Nielsen Discover 52. w/e (týden končící dnem) 4.11.2023

vi Zdroj: Euromonitor a Kline 2022 CY

vii Zdroj: Nielsen Discover leden - 31. říjen 2023

viii Zdroj: Nielsen Discover 52. w/e (týden končící dnem) 4.11.2023

ix Zdroj: US NPD leden-září 2023

x Program We Own Our Way (WOW) je program finančního benefitu, který se vyplácí následně po úspěšném přechodu plného vlastnictví od majoritního vlastníka Wella Company, společnosti KKR, Inc. Všichni způsobilí zaměstnanci jsou zaregistrováni bez nutnosti jakéhokoli osobního finančního příspěvku.

xi Vychází z prodejů hlavní značky Wella v USD dle Studie péče o vlasy v kadeřnických salonech 2022 pro kategorii produktů barev na vlasy publikované společností Kline.

Text této zprávy v původním, zdrojovém jazyce je oficiální verzí. Překlad této zprávy do jiných jazyků poskytujeme pouze jako doplňkovou službu. Text zprávy v původním, zdrojovém jazyce je jedinou právně závaznou verzí této tiskové zprávy.

Zdrojovou verzi najdete na businesswire.com:

<https://www.businesswire.com/news/home/20231129737626/cs/>

<https://www.ceskenoviny.cz/tiskove/zpravy/u-prilezitosti-vyroci-sve-znacky-demonstruje-spolecnost-wella-company-tri-po-sobe-jdouci-roky-setrvaleho-rustu/2447456>