

Рекомендация: Покупать

Тикер: EL

Отрасль: Потребительские товары

Текущая цена: \$188.08 (13.11.2019 г.)

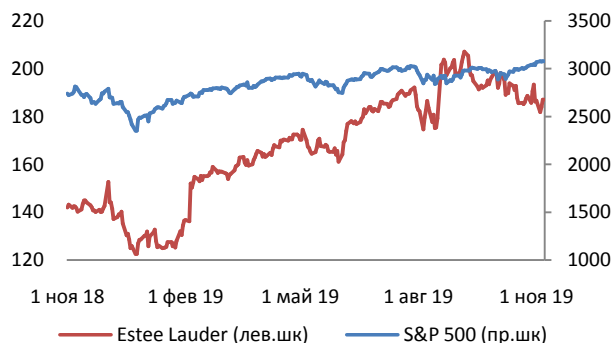
Диапазон покупки: \$185-\$195

Целевая цена: \$207.38

Upside: 10.3%

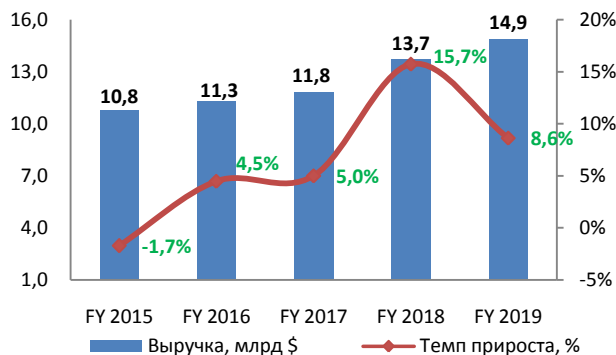
Источник: Bloomberg

Динамика акций за последний год, \$



Источник: Bloomberg

Выручка Estee Lauder за 2015-2019 гг.



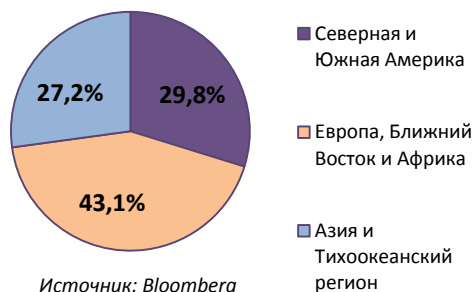
Источник: Bloomberg

Estée Lauder Companies Incorporated - американская компания-производитель косметики и парфюмерии, штаб-квартира которой расположена в Нью-Йорке. Компания основана в 1946 г. Эсте Лаудер, дочь иммигрантов из Восточной Европы, и её мужем Джозефом Лаудером. Estée Lauder Companies включает 24 косметические марки. Некоторые из их марок представляют товары для макияжа и ароматы модных брендов, такие как Jo Malone, Donna Karan, Michael Kors, Tom Ford, Tommy Hilfiger, Tory Burch и др. Каждая из этих марок предлагает собственные линии косметики и продукты по уходу и гигиене. У EL также представлены бренды косметики, такие как Aveda, Bobbi Brown, Clinique, La Mer и MAC Cosmetics. Компания позиционируется как косметический хайтек: для производства продуктов этой марки используются новейшие технологии и сверхсовременные материалы. На сегодняшний день продукция Estee Lauder Companies Inc. продается более чем в 150 странах. Компания занимает 231-е место в списке Fortune 500 крупнейших корпораций США.

Финансовые показатели

Estée Lauder Companies Inc. демонстрирует положительные финансовые результаты за I кв. 2020 г., закончившийся 30 сентября 2019 г. Чистый объем продаж составил \$3,9 млрд., что превышает показатель прошлого года на 11% (на 30 сентября 2018 г.: \$3,5 млрд). В последствии роста выручки от продаж продукции EL, чистая прибыль компании увеличилась на 19% и составила \$595 млн (на 30 сентября 2018 г.: \$500 млн.). Базовая прибыль на 1 акцию выросла на 21% до \$1,7. Валовая маржа за год возросла с 76,65% до 76,69%. Операционная маржа также демонстрирует положительную динамику, увеличившись с 18,5% до 20%. Маржа чистой прибыли выросла с 14,19% до 15,28%.

Доля продаж по регионам в I кв. 2020 г.



Источник: Bloomberg

Продажи по регионам

Основным потребителями продукции Estée Lauder Companies Inc. является регион Европы, Ближнего Востока и Африки, на которого приходится около 43% мировых продаж. Доля продаж по регионам: Северная и Южная Америка - 29,78%; Европа, Ближний Восток и Африка - 43,06 %; Азия и Тихоокеанский регион - 27,16%. Компания работает с 1500 автономными магазинами, 800 которых управляются уполномоченными третьими лицами в Европе, на Ближнем Востоке и в Африке. Продукты от большинства брендов продаются онлайн через различные сайты, управляемые розничными продавцами, и через торговые центры. Большинство онлайн-продаж происходит в Соединенных Штатах, Великобритании и Китае. Кроме того, компания продает определенные продукты на внутренних и международных военных биржах США.

Основные финансовые показатели, в млн. \$

Наименование	Q1 19	Q2 19	Q3 19	Q4 19	Q1 20
	сен.30	дек.31	мар.31	июн.30	сен.30
Revenue	3 524	4 005	3 744	3 590	3 895
Operating Income	652	771	674	216	779
Net Income	500	573	555	157	595
EPS, \$	1,36	1,58	1,53	0,43	1,65
EBITDA	784	908	809	369	1 040

Источник: Bloomberg

Финансовые мультипликаторы и коэффициенты

Наименование	Q1 19	Q2 19	Q3 19	Q4 19	Q1 20
	сен.30	дек.31	мар.31	июн.30	сен.30
P/E	30,87	26,40	31,17	34,22	35,49
P/Book	12,02	10,93	13,05	15,08	15,84
EV/Sales	3,91	3,39	4,15	4,48	4,96
EV/EBITDA	20,40	17,54	20,68	23,20	21,73
ROE	25,9%	36,8%	39,0%	39,3%	42,1%
ROA	9,6%	12,9%	14,1%	13,9%	13,4%
ROIC	14,7%	21,0%	22,1%	22,8%	20,3%

Источник: Bloomberg

Финансовые коэффициенты

Наименование	Q1 19	Q2 19	Q3 19	Q4 19	Q1 20
	сен.30	дек.31	мар.31	июн.30	сен.30
Gross Margin	76,7%	77,3%	78,1%	76,7%	76,7%
EBITDA Margin	22,3%	22,7%	21,6%	10,3%	26,7%
Net Income Margin	14,2%	14,3%	14,8%	4,4%	15,3%
Operating Margin	18,5%	19,3%	18,0%	6,0%	20,0%
LT Debt/Capital	42,15	43,67	35,97	37,02	49,09
Total Debt/Equity	80,00	78,26	73,62	77,35	133,74
Current Ratio	1,75	1,71	1,69	1,57	1,53

Источник: Bloomberg

Конкурентное преимущество

- *Постоянный интерес потребителей к известным брендам и их проверенным продуктам.* Рост продаж был достигнут за счет больших продаж, в категории средств по уходу за кожей, а также в результате двузначного роста продаж марки Estée Lauder и нескольких известных брендов через онлайн-каналы по всему миру.
- *Эффективный состав продукции.* Конкурентным преимуществом компании также является то, что продукция Estée Lauder содержит множество активных компонентов и минеральных веществ во всех категориях продукции.
- *Маркетинговое преимущество.* Estee Lauder тратит на рекламу у инфлюенсеров 75% бюджета на маркетинг. Компания сотрудничает как с крупными, так и с менее известными блогерами. EL ориентированы на клиентов, как в интернете, так и в магазинах. Сейчас в любом крупном универсаме Estee Lauder опережает конкурентов по количеству баночек, флакончиков и тюбиков. Estee Lauder Companies вошла в число мировых лидеров в производстве и продаже парфюмерии, средств для макияжа, ухода за кожей и волосами, как для женщин, так и для мужчин.
- *Отдельное внимание на каждый каждый товар.* Компания учитывая привычки и предпочтения потребителей, продумала концепцию продвижения для каждого своего товара. Продукция EL традиционно продается в элитных магазинах и универмагах. Дифференциация компании возникла за счет тщательного отбора торговых точек и выборочной реализации продуктов в соответствии с ассортиментом и специализации розничных фирм.
- *Конкуренция с передовыми компаниями.* Компания конкурирует против целого ряда глобальных и локальных компаний. Некоторые из конкурентов - это крупные, известные, многонациональные производители и продавцы средств по уходу за кожей, косметики, парфюмерии и средств по уходу за волосами, большинство из которых продают свою продукцию под разными торговыми марками. Конкуренты EL: L'Oreal s.à .; Unilever; Procter & Gamble; LVMH Moët Hennessey Louis Vuitton и др. Также компания сталкивается с конкуренцией со стороны ряда независимых брендов, некоторые из которых поддерживаются частными инвесторами, а также некоторыми ритейлерами, которые имеют свои собственные косметические бренды.

Преимущества:

- Широкий спектр ассортимента
- Географическая диверсификация бизнеса
- Лидирующие позиции в большинстве сегментов

Риски:

- Возможное замедление темпов продаж в Китае
- Сильная конкуренция

Контактная информация:

АО “Сентрас Секьюритиз”

Республика Казахстан, г. Алматы, 050008, ул. Манаса, 32А

Телефон: 8 (727) 259 88 77

Email: info@centras.kz

Website: www.cesec.kz

Аналитический департамент:

Директор

Меланич Маржан

Телефон: 8 (727) 259 88 77 вн. 722

Email: mmelanich@centras.kz

Зам.директора Департамента

Соколова Анна

Телефон: 8 (727) 259 88 77 вн. 718

Email: asokolova@centras.kz

Младший аналитик

Марат Шайгул

Телефон: 8 (727) 259 88 77 вн. 727

Email: smarat@centras.kz

Младший аналитик

Диляра Агадаева

Телефон: 8 (727) 259 88 77 вн. 722

Email: dagadayeva@centras.kz

Настоящая публикация носит исключительно информационный характер и не является предложением Centras Securities купить, продать или вступить в какую-либо сделку в отношении каких-либо финансовых инструментов, на которые в настоящей публикации может содержаться ссылка. Настоящий документ содержит информацию, полученную из источников (Bloomberg, KASE, Reuters), которые Centras Securities рассматривает в качестве достоверных. Однако Centras Securities, его руководство и сотрудники не могут гарантировать абсолютную точность, полноту и достоверность такой информации и не несут ответственности за возможные потери клиента в связи с ее использованием. Оценки и мнения, представленные в настоящем документе, основаны исключительно на заключениях аналитиков Компании. Вознаграждение аналитиков не связано и не зависит от содержания аналитических обзоров, которые они готовят, или от существа даваемых ими рекомендаций. Настоящая информация не предназначена для публичного распространения и не может быть воспроизведена, передана или опубликована, целиком или по частям, без предварительного письменного разрешения Centras Securities.

© Centras Securities 2019 г.