5 marca 2020 r.

Spowolnienie gospodarcze oraz zwiększona skala inwestycji znajdują odbicie   
w wynikach

**Henkel notuje zróżnicowany poziom wyników za 2019 r.   
i przekazuje prognozę na 2020 r**.

# Na wyniki za 2019 r. wpłynęło spowolnienie tempa wzrostu gospodarczego oraz zwiększenie inwestycji w segmenty działalności związane z produktami dla konsumentów i obejmujący całą spółkę proces cyfryzacji:

* + - Wzrost przychodów ze sprzedaży o 1,1%, do kwoty 20,114 mld euro; przychody ze sprzedaży w ujęciu organicznym na stabilnym poziomie
    - Skorygowana\* marża EBIT na poziomie 16,0% (spadek o 1,6 p.p.)
    - Skorygowany\* zysk na akcję uprzywilejowaną (EPS) w wysokości 5,43 euro   
      (w ujęciu nominalnym spadek o 9,7%, wg stałych kursów wymiany walut – spadek o 10,1%)
    - Stan wolnych przepływów pieniężnych: na poziomie 2,471 mld euro (wzrost   
      o 554 mln euro)
    - Dywidenda \*\* na poziomie z poprzedniego roku: 1,85 euro na akcję uprzywilejowaną

# Prognoza na 2020 r.: dalszy wzrost inwestycji rozwojowych w niepewnym otoczeniu sektora przemysłowego

* + - Wzrost sprzedaży w ujęciu organicznym: 0–2%
    - Skorygowana\* marża EBIT: ok. 15%
    - Skorygowany\* zysk na akcję: spadek procentowy na poziomie jednocyfrowym (średnim lub wysokim), przy założeniu stałych kursów wymiany

\* Po uwzględnieniu kosztów/zysków o charakterze jednorazowym oraz kosztów restrukturyzacji.

\*\* Proponowana kwota dywidendy do zatwierdzenia na Zwyczajnym Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy w dniu 20 kwietnia 2020 r.

– Ogólnie rzecz biorąc, osiągnięte przez nas w 2019 roku wyniki były zróżnicowane. Na sektor Adhesive Technologies (kleje budowlane i konsumenckie oraz kleje   
i technologie dla przemysłu) wpływ miało znaczne spowolnienie w segmentach kluczowych klientów, przede wszystkim w branży motoryzacyjnej i elektronicznej. Jednocześnie sektory biznesowe związane z produktami dla konsumentów – Laundry & Home Care (środki piorące i czystości) oraz Beauty Care (kosmetyki) – mierzyły się z silną konkurencją na wielu rynkach – powiedział Carsten Knobel, prezes zarządu Henkel.

– Na początku 2019 roku ogłosiliśmy plan zwiększenia inwestycji o około 300 mln euro rocznie począwszy od 2019 roku, w celu wzmocnienia naszych marek, rozwoju technologii i innowacji, a także przyspieszenia procesu transformacji cyfrowej   
w Henklu – wyjaśnił Carsten Knobel. W ciągu roku Henkel stopniowo zwiększał skalę tych inwestycji w spółce, choć kwota dodatkowego finansowania nie została w pełni wykorzystana. Zarówno spadek wielkości sprzedaży, jak i wzrost inwestycji rozwojowych przełożyły się na poziom osiągniętych zysków i marży EBIT w 2019 roku. – Stała koncentracja na zarządzaniu kosztami, wyższej efektywności procesów   
i dostosowywaniu struktur pozwoliła nam częściowo złagodzić skutki tych czynników –dodał Carsten Knobel. – Kontynuowaliśmy również inwestycje w rozbudowę   
i modernizację zakładów produkcyjnych i centrów innowacji. Selektywne przejęcia   
i partnerstwa o łącznej wartości blisko 600 mln euro wzmocniły poszczególne sektory naszej działalności.

– Nie jesteśmy jednak zadowoleni z osiągniętych wyników. Nasze ambicje sięgały wyżej i w związku z tym podejmiemy zdecydowane działania, aby w pełni wykorzystać nasz potencjał wzrostu i poprawić wyniki finansowe w przyszłości – tak Carsten Knobel podsumował działalność w 2019 roku.

# Prognoza na 2020 r.

Zgodnie z wydanym w grudniu 2019 r. komunikatem Henkel opublikował dzisiaj prognozę wyników na rok obrotowy 2020. W 2020 r. Henkel przewiduje organiczny wzrost sprzedaży na poziomie między 0% a 2%. Biorąc pod uwagę niepewność panującą w sektorze przemysłowym oraz wzrost inwestycji rozwojowych w zakresie marketingu i reklamy w ujęciu rok do roku, jak również procesy cyfryzacji   
i informatyzacji mające na celu trwałe wzmocnienie działalności, Henkel oczekuje niekorzystnego wpływu tych czynników na osiągane przez siebie wyniki finansowe   
w 2020 r. Skorygowana marża EBIT osiągnie prawdopodobnie poziom około 15%.   
W wypadku skorygowanego zysku na akcję uprzywilejowaną (EPS) spółka przewiduje jego spadek procentowy na poziomie jednocyfrowym (średnim lub wysokim), przy założeniu stałych kursów wymiany walut.

# Przychody ze sprzedaży i wynik finansowy w roku obrotowym 2019

W roku obrotowym 2019 **przychody ze sprzedaży** wzrosły w ujęciu nominalnym   
o 1,1%, do kwoty 20,114 mld euro. Na skutek korzystnych różnic kursowych przychody ze sprzedaży zwiększyły się o 0,6%. Po korekcie o wpływ tych różnic kursowych przychody ze sprzedaży wzrosły o 0,5%. Wpływ transakcji przejęć i zbycia aktywów wyniósł 0,5%. **Dynamika przychodów ze sprzedaży** **w ujęciu organicznym**, tj. bez uwzględnienia wpływu różnic kursowych oraz transakcji przejęć i zbycia aktywów, wyniosła 0,0%.

Sektor biznesowy **Adhesive Technologies** (klejów budowlanych i konsumenckich oraz klejów i technologii dla przemysłu) odnotował spadek sprzedaży w ujęciu organicznym o 1,5%. W sektorze **Beauty Care** (kosmetyki) sprzedaż w ujęciu organicznym była o 2,1% niższa w stosunku do poziomu z poprzedniego roku. Sektor biznesowy **Laundry & Home Care** (środków piorących i czystości) osiągnął wzrost sprzedaży w ujęciu organicznym na poziomie 3,7%.

Na **rynkach wschodzących** odnotowano wzrost sprzedaży w ujęciu organicznym   
o 2,5%, przez co okazały się one główną siłą napędową dynamiki tego wskaźnika. Natomiast na **rynkach rozwiniętych** dynamika sprzedaży w ujęciu organicznym była ujemna, na poziomie -1,6%.

Przychody ze sprzedaży w ujęciu organicznym w regionie **Europy Zachodniej** były   
o 1,2% niższe w porównaniu z analogicznym okresem roku poprzedniego. Natomiast w regionie **Europy Wschodniej** nastąpił wzrost tej pozycji o 6,5%. W **Afryce i na Bliskim Wschodzie** przychody ze sprzedaży w ujęciu organicznym zwiększyły się   
o 13,3%. W **Ameryce Północnej** odnotowano spadek sprzedaży w ujęciu organicznym o 2,3%. W **Ameryce Łacińskiej** przychody ze sprzedaży w ujęciu organicznym zwiększyły się o 4,9%, natomiast w regionie **Azji i Pacyfiku** spadły   
o 6,5%.

**Skorygowany zysk operacyjny** **(EBIT)** zmniejszył się o 7,9%, z 3,496 mld euro   
w 2018 r. do poziomu 3,220 mld euro.

**Skorygowana rentowność sprzedaży** (marża EBIT) zmniejszyła się o 1,6 p.p.   
w ujęciu rok do roku i wyniosła 16,0%. Na rentowność Grupy negatywny wpływ miał zapowiedziany z początkiem 2019 r. wzrost inwestycji w marki, technologie, innowacje, a także proces cyfryzacji. Niemniej jednak kwota dodatkowego finansowania nie została w pełni wykorzystana. W 2019 r. wydatkowano łącznie około 50% z planowanej kwoty 300 mln euro.

Odnotowano pogorszenie **wyniku finansowego** z poziomu -65 mln euro w 2018 r. do -88 mln euro w bieżącym roku sprawozdawczym, głównie za sprawą kosztów odsetkowych od zobowiązań leasingowych w wyniku wdrożenia MSSF 16.

**Skorygowany zysk netto** po odliczeniu części przypadającej na udziały niesprawujące kontroli wyniósł 2,353 mld euro, wobec 2,603 mld euro w roku obrotowym 2018.

**Skorygowany zysk na akcję uprzywilejowaną** (EPS) obniżył się o 9,7%, z kwoty 6,01 euro w roku obrotowym 2018 do 5,43 euro. Przy założeniu stałych kursów wymiany walut skorygowany zysk na akcję uprzywilejowaną był niższy o 10,1%.

Zarząd, Rada Nadzorcza oraz Komitet Akcjonariuszy przedstawią Zwyczajnemu Walnemu Zgromadzeniu Akcjonariuszy zwołanemu na 20 kwietnia 2020 r. propozycję wypłaty takiej samej kwoty **dywidendy** jak w roku ubiegłym, to znaczy 1,85 euro na akcję uprzywilejowaną i 1,83 euro na akcję zwykłą, co odpowiada wskaźnikowi wypłaty na poziomie 34,2%, a więc o 3,3 p.p. wyższemu niż w roku ubiegłym, mieszczącemu się w docelowym przedziale od 30% do 40%.

Stosunek **kapitału obrotowego netto** do przychodów ze sprzedaży uległ poprawie   
o -1,2 p.p. i wyniósł 3,9%.

Stan **wolnych przepływów pieniężnych** ukształtował się nanienotowanym dotychczas poziomie 2,471 mld euro, podczas gdy rok wcześniej wartość ta wyniosła 1,917 mld euro.

**Pozycja finansowa netto** ponownie wzrosła, z poziomu -2.895 mln euro wg stanu na 31 grudnia 2018 r. do -2,045 mld euro na koniec 2019 r.

# Wyniki w podziale na sektory biznesowe

W roku obrotowym 2019 sektor **Adhesive Technologies** (kleje budowlane   
i konsumenckie oraz kleje i technologie dla przemysłu) zwiększył przychody ze sprzedaży w ujęciu nominalnym o 0,6%, do kwoty 9,461 mld euro. W trudnym otoczeniu sektora przemysłowego i przy znacznym spadku produkcji motoryzacyjnej   
i elektronicznej, **sprzedaż w** **ujęciu organicznym** zmalała o 1,5%. **Skorygowany zysk operacyjny** był niższy w ujęciu rok do roku o 2,8% i wyniósł 1,712 mld euro. Skorygowana rentowność sprzedaży wyniosła 18,1% (w poprzednim roku było to 18,7%).

W sektorze **Beauty Care** (kosmetyki) **organiczna dynamika sprzedaży** w roku obrotowym 2019 była ujemna, na poziomie -2,1%. W ujęciu nominalnym sprzedaż spadła o 1,8% rok do roku, do 3,877 mld euro. **Skorygowany zysk operacyjny** wyniósł 519 mln euro i był o 23,1% niższy niż rok wcześniej. Skorygowana rentowność sprzedaży wynosząca w roku poprzednim 17,1% spadła w ujęciu rok do roku do poziomu 13,4% głównie za sprawą niższej marży na sprzedaży oraz wzrostu inwestycji w marki, technologie, innowacje i proces cyfryzacji.

Sektor biznesowy **Laundry & Home Care** (środków piorących i czystości) odnotował znaczny wzrost **przychodów ze sprzedaży w ujęciu organicznym**, wynoszący 3,7%   
w roku obrotowym 2019. Nominalnie wartość sprzedaży wzrosła o 3,7%, do poziomu 6,656 mld euro. **Skorygowany zysk operacyjny** zamknął się kwotą 1,096 mld euro,   
a zatem był o 5,7% niższy niż w roku poprzednim. **Skorygowana rentowność sprzedaży** zmalała o 1,6 p.p. do poziomu 16,5%, głównie za sprawą zwiększenia inwestycji w marki, technologie, innowacje i proces cyfryzacji.

# Nowa strategia: Ukierunkowany wzrost motorem sukcesu w 2020+

– Z myślą o przyszłości zdefiniowaliśmy nową strategię ukierunkowanego wzrostu, która ma zapewnić firmie Henkel skuteczny rozwój w kolejnych okresach. Budując na solidnych fundamentach i kierując się wspólnym dążeniem do tworzenia trwałej wartości, opracowaliśmy strategię, której głównymi elementami są przynoszący zysk portfel biznesowy, przewaga konkurencyjna w obszarach innowacji, zrównoważonego rozwoju i cyfryzacji, a także dostosowane do wyzwań przyszłości modele operacyjne, których podstawę stanowi kultura współpracy i zaangażowany zespół – powiedział Carsten Knobel.

Szczegółowe informacje na temat nowej strategii znajdują się pod [linkiem](https://www.henkel.pl/prasa-media/informacje-materialy-prasowe).

**O firmie Henkel**

Henkel jest firmą globalną, o zrównoważonej i różnorodnej ofercie produktów i usług. Dzięki wiodącym markom, innowacjom i technologiom spółka zajmuje czołowe pozycje rynkowe zarówno w sektorze przemysłowym jak i dóbr konsumpcyjnych. Henkel Adhesive Technologies (dział klejów budowlanych i konsumenckich oraz technologii dla przemysłu) jest światowym liderem rynku klejów. Działy Laundry & Home Care (środków piorących i czystości) oraz Beauty Care (kosmetyków) zajmują wiodące pozycje na wielu rynkach świata i w wielu grupach asortymentowych. Firma, założona w 1876, działa i odnosi sukcesy od ponad 140 lat. W 2019 Henkel odnotował przychody ze sprzedaży na poziomie około 20 mld oraz skorygowany zysk operacyjny na poziomie 3,2 mld euro. Firma zatrudnia na całym świecie ponad 52 tysiące pracowników, tworzących zaangażowany i zróżnicowany zespół, o silnej kulturze korporacyjnej, wspólnym systemie wartości i dążeniu do kreowania trwałej wartości. Jako uznany lider zrównoważonego rozwoju Henkel zajmuje czołowe miejsca w wielu międzynarodowych indeksach i rankingach. Akcje uprzywilejowane spółki wchodzą w skład niemieckiego indeksu giełdowego DAX. Więcej informacji na [www.henkel.com](http://www.henkel.com) oraz [www.henkel.pl](file:///\\demon\Corporate&Finance\Klienci\Henkel\RELACJE%20Z%20MEDIAMI\Informacje%20prasowe\2020\IP%20-%20W%20drodze%20do%20pracy_nabór%20do%20programu\www.henkel.pl%20)

Niniejszy dokument zawiera stwierdzenia dotyczące przyszłości sformułowane na podstawie aktualnych założeń i szacunków zarządu Henkel AG & Co. KGaA. Stwierdzenia odnoszące się do przyszłości charakteryzują się użyciem słów takich, jak „oczekiwać”, „zamierzać”, „planować”, „przewidywać”, „uważać", „szacować" i podobnych wyrażeń. Stwierdzeń dotyczących przyszłości nie należy traktować jako gwarancji, że określone założenia czy oczekiwania okażą się trafne. Faktyczne przyszłe wyniki spółki Henkel AG & Co. KGaA i jej podmiotów powiązanych uzależnione są od szeregu czynników ryzyka i niepewności, w związku z czym mogą one istotnie odbiegać od wyników wskazanych w stwierdzeniach dotyczących przyszłości. Na wiele z tych czynników, np. przyszłą sytuację gospodarczą czy działania konkurencji i innych uczestników rynku, Henkel nie ma wpływu, a ich dokładne przewidzenie nie jest możliwe. Henkel nie zamierza ani nie podejmuje się aktualizować stwierdzeń dotyczących przyszłości.

Niniejszy dokument zawiera niezdefiniowane wyraźnie w obowiązujących zasadach sprawozdawczości finansowej dodatkowe wskaźniki finansowe, które stanowią lub mogą stanowić Alternatywne Pomiary Wyników (niebędące wskaźnikami przewidzianymi w ogólnie przyjętych zasadach rachunkowości). Takie dodatkowe wskaźniki finansowe nie powinny być analizowane w oderwaniu od wskaźników prezentujących aktywa netto, sytuację finansową lub wyniki działalności Henkel, które zostały przedstawione zgodnie z obowiązującymi zasadami sprawozdawczości finansowej w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym spółki, ani traktowane jako alternatywa dla tych wskaźników. Podobnie nazwane Alternatywne Pomiary Wyników podawane lub opisywane przez inne spółki mogą być obliczane w inny sposób.

Niniejszy dokument ma charakter wyłącznie informacyjny i nie stanowi porady inwestycyjnej ani oferty sprzedaży lub zaproszenia do składania ofert nabycia jakichkolwiek papierów wartościowych.

**Kontakt dla prasy:**

Dorota Strosznajder Magdalena Bryksa-Szymańczak

Henkel Polska Sp. z o.o. Solski Communications

tel: (022) 565 66 65 tel: (022) 242 86 37

[dorota.strosznajder@henkel.com](mailto:dorota.strosznajder@henkel.com) mszymanczak@solskipr.pl