Вплив уповільнення темпів економічного розвитку та збільшення обсягу інвестицій на показники діяльності

**Компанія «Хенкель» повідомляє низку показників діяльності за 2019 рік і надає прогноз на 2020-й**

* **Результати діяльності за 2019 рік, на яких позначилося уповільнення темпів економічного зростання та збільшення обсягу інвестицій у сегмент споживчих продуктів та у прискорення переходу до цифрових технологій на всіх рівнях компанії:**
* показник обсягу продажів збільшився на 1,1% і становить 20114 млн євро, органічне зростання обсягу збуту є стабільним;
* скоригована\* рентабельність обороту (EBIT) становила 16,0% (-1,6 процентного пункту);
* скоригований\* прибуток на привілейовану акцію (EPS) становить 5,43 євро, номінальна вартість зменшилася на 9,7% при постійному обмінному курсі -10,1%;
* потік вільних грошових коштів – 2471 мільйон євро (+554 мільйони євро);
* дивіденди\*\* на рівні попереднього року – 1,85 євро на привілейовану акцію.
* **Прогноз на 2020 рік: подальше збільшення обсягу інвестицій в умовах невизначеності промислового ринку:**
* зростання обсягу продажів в органічному вираженні – 0–2%;
* скоригована\* рентабельність обороту (EBIT) – близько 15%;
* скоригований\* прибуток на привілейовану акцію (EPS) – зменшення середніх і високих значень в інтервалі до 10 відсотків за умови стабільних обмінних курсів.

«У 2019 році показники нашої діяльності були в цілому неоднозначними. На показниках діяльності нашого бізнес-підрозділу «Клейові технології» позначилося помітне зниження ділової активності у ключових сегментах споживчого ринку, зокрема у сегменті «Загальна промисловість» та «Електроніка». Водночас у сегменті споживчих продуктів за напрямами «Засоби для прання та догляду за оселею» і «Косметичні засоби» ми відчули активну конкуренцію на багатьох ринках», – зазначив голова правління Ради директорів «Хенкель» Карстен Кнобель (Carsten Knobel).

«На початку 2019 року ми оголосили про наш план збільшення інвестицій у зростання приблизно на 300 мільйонів євро щороку, починаючи з 2019 р. і надалі, з метою зміцнення наших брендів, технологій та інноваційних рішень, а також прискорення переходу до цифрових технологій у компанії «Хенкель», – додав Карстен Кнобель. Протягом року поступово нарощували темпи збільшення обсягу інвестицій, проте додаткове фінансування не було використано в повному обсязі. Скорочення обсягів збуту та збільшення інвестицій у розвиток позначилися на прибутку та рентабельності обороту (EBIT) у 2019 р. «Завдяки тому, що компанія незмінно приділяє особливу увагу управлінню витратами, прагне до підвищення продуктивності технологічних процесів і здійснює адаптування власних організаційних структур, ми спромоглися частково послабити відповідні наслідки», – повідомив Карстен Кнобель. «Ми також, як і раніше, здійснюватимемо інвестиції у розширення та модернізацію виробничих об’єктів і центрів розроблення інноваційних рішень. До того ж ми зміцнили наші різні бізнес-напрями за рахунок цільового придбання компаній і встановлення партнерських відносин на загальну суму майже 600 мільйонів євро».

«Проте ми не задоволені досягнутими результатами. Перед компанією «Хенкель» стояли більш амбітні цілі, тому ми вживатимемо рішучих заходів для того, щоб в повному обсязі використати наш потенціал зростання та покращення фінансових показників у майбутньому», – заявив Кнобель, підбиваючи підсумки розвитку діяльності компанії у 2019 році.

**Прогноз на 2020 рік**

Сьогодні компанія «Хенкель» опублікувала свій прогноз на весь фінансовий 2020 рік відповідно до прогнозу, анонсованого у грудні 2019 року. У 2020 році «Хенкель» очікує зростання обсягу продажів в органічному вираженні на 0–2 відсотки. Компанія передбачає, що показники її прибутку в 2020 році зазнають негативного впливу, беручи до уваги невизначеність на ринках промислового виробництва та щорічне збільшення обсягу інвестицій у маркетингові й рекламні заходи, а також у прискорене впровадження компанією цифрових та інформаційних технологій з метою стабільного зміцнення ділової діяльності. Передбачається, що скоригована рентабельність обороту (EBIT) досягне близько 15 відсотків. Щодо скоригованого прибутку на привілейовану акцію (EPS) компанія очікує зменшення середніх і високих значень в інтервалі до 10 відсотків за умови стабільних обмінних курсів.

**Показники збуту та прибутків у фінансовому 2019 році**

**Обсяг збуту** в 2019 фінансовому році виріс на 1,1 відсотка у номінальному вираженні і сягнув 20114 мільйонів євро. Зміни обмінних курсів валют мали позитивний вплив на обсяг збуту на рівні 0,6 відсотка. З урахуванням впливу змін обмінних курсів валют обсяг збуту збільшився на 0,5 відсотка. Внесок за статтями придбання/вибуття активів – 0,5 відсотка. **Обсяг продажу в органічному вираженні**, в якому не враховується вплив змін обмінних курсів валют і статті придбання /вибуття активів, залишався на рівні 0,0 відсотка.

Бізнес-підрозділ **«Клейові технології»** зафіксував зміну обсягу збуту в органічному вираженні на рівні -1,5 відсотка. У бізнес-підрозділі **«Косметичні  засоби»** обсяг збуту в органічному вираженні становив -2,1 відсотка, якщо порівняти з показником попереднього року. Бізнес-підрозділ **«Засоби для прання та догляду за оселею»**  досяг зростання показника обсягу збуту в органічному вираженні на рівні 3,7 відсотка.

На ринках  **країн, що розвиваються**, досягнуто зростання обсягу збуту в органічному вираженні на рівні 2,5 відсотка. Саме ці ринки стали основними у забезпеченні зростання обсягу збуту в органічному вираженні. На ринках у  **розвинених країнах** зафіксовано негативну зміну обсягу збуту в органічному вираженні на рівні -1,6 відсотка.

Обсяг збуту в країнах **Західної Європи** зазнав негативної зміни в органічному вираженні на -1,2 відсотка порівняно з попереднім роком. У країнах **Східної Європи** досягнуто зростання обсягу збуту в органічному вираженні на рівні 6,5 відсотка. У країнах **Африки та Близького Сходу** зростання обсягу збуту в органічному вираженні становило 13,3 відсотка. У країнах **Північної Америки** зафіксовано негативну зміну обсягу збуту в органічному вираженні на рівні -2,3 відсотка. У країнах **Латинської Америки** обсяг збуту в органічному вираженні збільшився на 4,9 відсотка. У країнах **Азійсько-Тихоокеанського** регіону обсяг збуту в органічному вираженні зменшився на -6,5 відсотка.

**Скоригований операційний прибуток (EBIT)** зменшився на -7,9 відсотка – з 3496 мільйонів євро в попередньому році до 3220 мільйонів євро.

Показник **скоригованої рентабельності обороту (EBIT)** опустився на 1,6 відсоткового пункту, якщо порівнювати з показником минулого року, який становив 16,0 відсотків. Прибутковість Групи зазнала негативного впливу внаслідок збільшення обсягу інвестицій у зміцнення брендів, технологій, інноваційних рішень, а також у прискорення переходу до цифрових технологій, про які було оголошено на початку 2019 року. Проте це додаткове фінансування не було використано в повному обсязі. Загалом у 2019 році витратили приблизно 50 відсотків запланованої суми (300 мільйонів євро).

**Фінансовий результат** компанії знизився з -65 мільйонів євро у 2018 році   
до -88 мільйонів євро у звітному році. Це було зумовлено, в основному, витратами на виплату відсотків за орендними зобов’язаннями після першого застосування стандарту IFRS 16.

**Скоригований чистий прибуток** після вирахування частки міноритарних акціонерів – 2353 мільйони євро(у 2018 фінансовому році – 2603 мільйони євро).

**Скоригований прибуток на привілейовану акцію** (EPS) зменшився на -9,7 відсотка – з 6,01 євро у 2018 фінансовому році до 5,43 євро. За умови відсутності коливань обмінних курсів валют зменшення скоригованого прибутку на привілейовану акцію (EPS) становило -10,1 відсотка.

Правління компанії, Наглядова рада та Комітет акціонерів мають намір 20 квітня 2020 року під час річних загальних зборів компанії внести пропозицію щодо такого самого розміру **дивідендів, що й минулого року:** на рівні 1,85 євро за привілейовану акцію та 1,83 за звичайну акцію. При цьому відповідний коефіцієнт виплати дивідендів становитиме 34,2 відсотка, тобто на 3,3 відсоткового пункту вище, ніж у попередньому році, і перебуватиме в запланованому інтервалі від 30 до 40 відсотків.

Співвідношення **чистого оборотного капіталу**  й обсягу збуту покращилося на -1,2 відсоткового пункту – до рівня 3,9 відсотка.

Обсяг **вільних грошових коштів** сягнув нової високої позначки на рівні 2471 мільйон євро (показник попереднього року – 1917 мільйонів євро).

**Чиста фінансова позиція** компанії поліпшилася і на кінець року становила -2045 мільйонів євро (станом на 31 грудня 2018 року – 2895 мільйонів євро).

**Показники діяльності бізнес-підрозділів**

Бізнес-підрозділ **«Клейові технології»** забезпечив у 2019 фінансовому році зростання обсягу збуту в номінальному вираженні на 0,6 відсотка – до 9461 мільйона євро. Через складну ситуацію в промислових галузях, що характеризується послабленням виробництва в автомобільній та електронній промисловості, в **органічному вираженні** зміна **обсягу збуту** становила -1,5 відсотка. **Скоригований операційний прибуток** продемонстрував зменшення порівняно з попереднім роком на -2,8 відсотка і сягнув 1712 мільйонів євро. Показник **скоригованої рентабельності обороту** становив 18,1 відсотка (попередній рік – 18,7 відсотка).

У 2019 році зміна **обсягу збуту в органічному вираженні** у бізнес-підрозділі **«Косметичні  засоби»** була негативною – -2,1 відсотка. У номінальному вираженні зміна **обсягу збуту** становила -1,8 відсотка порівняно з попереднім роком, він сягнув 3877 мільйонів євро. **Скоригований операційний прибуток** – 519 мільйонів євро, його зміна становила -23,1 відсотка порівняно з попереднім роком. Показник **скоригованої рентабельності обороту** порівняно з попереднім роком знизився до 13,4 відсотка (попередній рік – 17,1 відсотка) здебільшого внаслідок зменшення валового прибутку та збільшення обсягу інвестицій у зміцнення брендів, технологій та інноваційних рішень, а також у прискорення переходу до цифрових технологій.

У 2019 фінансовому році бізнес-підрозділ **«Засоби для прання та догляду за оселею»** продемонстрував потужне зростання обсягу збуту розміром 3,7 відсотка. Обсяг збуту в номінальному вираженні збільшився на 3,7 відсотка – до 6656 мільйонів євро. **Скоригований операційний прибуток**, який становив 1096 мільйонів євро, виявився на -5,7 відсотка нижчим порівняно з попереднім роком. Показник **скоригованої рентабельності обороту** знизився на -1,6 відсоткового пункту – до 16,5 відсотка, в основному внаслідок збільшення обсягу інвестицій у зміцнення брендів, технологій та інноваційних рішень, а також у прискорення переходу до цифрових технологій.

**Нова стратегічна програма: переможні здобутки у 2020 році на засадах цілеспрямованого зростання**

«На перспективу ми визначили нову стратегічну програму цілеспрямованого розвитку, яка забезпечить компанії «Хенкель» успішний розвиток у майбутньому. Ключові елементи цієї програми ґрунтуються на міцному фундаменті наших здобутків і визначаються нашою спільною метою, тобто створенням цінності згідно з принципами сталого розвитку. Це привабливий портфель продуктів, конкурентні переваги в галузі втілення інноваційних рішень, дотримання принципів стайкого розвитку та прискорення переходу до цифрових технологій, а також перспективні моделі здійснення діяльності, основою яких є міцна корпоративна культура та вмотивований персонал», – наголосив Карстен Кнобель.

Детальна інформація про нову стратегічну програму буде надана о 9:30 за середньоєвропейським часом на сайті:

<https://www.henkel.com/press>

**Про компанію «Хенкель»**

Компанія «Хенкель» здійснює свою діяльність у світовому масштабі та має збалансований і диверсифікований портфель продукції. Силами трьох своїх бізнес-підрозділів компанія утримує провідні позиції у сегментах промислових і споживчих продуктів завдяки своїм потужним брендам, інноваційному підходу та застосуванню передових технологій. Бізнес-підрозділ «Клейові технології» компанії «Хенкель» є світовим лідером на ринку клейових матеріалів у всіх сегментах продуктів для промисловості на глобальному рівні. Бізнес-підрозділи «Засоби для прання та догляду за оселею» і «Косметичні засоби» компанії «Хенкель» утримують провідні позиції на багатьох ринках світу й у численних категоріях продукції. Компанія «Хенкель», заснована у 1876 році, має історію успіху, що триває понад 140 років. У 2019 році обсяг продажу компанії становив понад 20 мільярдів євро, а скоригований операційний прибуток – більш як 3,2 мільярда євро. Чисельність працівників компанії «Хенкель» становить понад 52 000 осіб у всьому світі. Це віддана та різноманітна команда ентузіастів, яких об’єднує спільна корпоративна культура та спільна мета – створення цінності з дотриманням принципів сталого розвитку, а також спільні ідеї. Компанія «Хенкель» є визнаним лідером у сфері сталого розвитку, вона посідає провідні позиції у багатьох міжнародних індексах і рейтингах. Привілейовані акції компанії «Хенкель» внесені до переліку, що охоплюється фондовим індексом Німеччини DAX. Більш детальна інформація міститься на сайті [www.henkel.com](http://www.henkel.com)

Ця інформація містить прогнозні заяви, які будуються на основі поточних оцінок і припущень, що зроблені керівництвом «Хенкель АГ & Ко. КГаА». Заяви стосовно перспективи характеризуються використанням таких слів, як «очікувати», «мати намір», «планувати», «передбачати», «вважати», «оцінювати» та подібних. Ці заяви в жодному разі не слід розуміти як такі, які гарантують, що ці очікування будуть точними. Показники діяльності у майбутньому та результати, які  вже отримані «Хенкель АГ & Ко. КГаА» та її афілійованими особами на сьогодні, залежать від низки ризиків і невизначених обставин, а тому можуть значно відрізнятися від заяв про перспективу. Велика кількість таких факторів знаходиться поза контролем «Хенкель» і не може бути оцінена наперед, як, наприклад, економічна ситуація та дії конкурентів й інших осіб, що здійснюють свою діяльність на цьому ринку. «Хенкель» не планує і не зобов’язується поновлювати будь-які заяви про прогноз розвитку компанії.

Цей документ містить – у прийнятній формі фінансової звітності, що чітко не визначена – додаткові фінансові показники, які є чи можуть бути альтернативними показниками діяльності (не-GAAP-показники). Такі додаткові фінансові показники не слід розглядати відокремлено або як альтернативу показникам, що характеризують чисті активи «Хенкель» і фінансовий стан чи результати операційної діяльності, які представлені згідно з чинними вимогами до фінансової звітності в її Консолідованих фінансових звітах. Інші компанії, що відображають у звітності або описують альтернативні показники діяльності з подібною назвою, можуть обчислювати їх в інший спосіб.

Цей документ випущений лише з метою ознайомлення, він не є інвестиційною порадою або пропозицією щодо продажу чи запитом пропозиції щодо купівлі якихось цінних паперів.

За додатковою інформацією, будь ласка, звертайтеся до:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | |  |  | | --- | --- | | Олени Андрощук,  керівника відділу корпоративних комунікацій компанії «Хенкель» в Україні  «Хенкель Україна»  Тел.: +38 050 389 83 45  Факс: +38 044 247-51-00  e-mail: elena.androschuk@henkel.com | Олени Хмари,  керівника PR-проектів  Агенція «PR-Service»  Тел./факс: +38 044 501 32 44  Моб. тел.: +38 050 382 82 74  e-mail: a.khmara@pr-service.com.ua | |  | |  |