Нова стратегічна програма цілеспрямованого зростання

# Компанія «Хенкель» оголошує про старт програми зростання

* **Визначення майбутнього напряму з новою стратегічною програмою**
* **Скрупульозне формування виграшного портфеля продукції**
* **Прискорення впровадження ефективних інновацій за рахунок збільшення обсягу інвестицій**
* **Підвищення стійкості на базі солідного досвіду з амбітними цілями**
* **Запровадження цифрових технологій задля створення цінності для споживачів і клієнтів**
* **Зміна операційних моделей для більшої гнучкості, швидкості та зручності**
* **Зміцнення культури співпраці з людьми**
* **Програма зростання підкріплена середньо- та довгостроковими фінансовими амбіціями**
* **Зростання обсягів продажів в органічному вираженні на 2–4%**
* **Зростання скоригованого\* прибутку на привілейовану акцію у відсотках однорозрядного числа вище середнього в умовах відсутності коливань обмінного курсу валют**
* **Зосередження уваги на розширенні потоку вільних грошових коштів**

**Дюссельдорф, 5 березня 2020 р. – під час проведення презентації для інвесторів, аналітиків та ЗМІ компанія «Хенкель» представила свою нову стратегічну програму на майбутнє.**

**«У компанії «Хенкель» ми спираємося на міцний фундамент для майбутнього: сильні бренди й інноваційні технології, перспективні напрями бізнесу з багатьма провідними позиціями на ринку в усьому світі, відданий колектив, а також чудовий баланс компанії з великими можливостями для отримання доходу. Однак останнім часом наші загальні показники продуктивності були нижчими від наших амбіцій та очікувань акціонерів. Прямуючи вперед, ми знаємо, що можемо досягти більшого і зробимо це», – сказав Карстен Кнобель, голова правління Ради директорів компанії «Хенкель». «Спираючись на ретельний аналіз наших сильних сторін та усвідомлюючи необхідність змін, ми розробили нову стратегічну програму для компанії. Ця програма допоможе нам досягти успіху в 2020+ роки з чітким акцентом на цілеспрямоване** **зростання. Це означає створення більше цінності для споживачів і клієнтів, щоб досягти переваги на наших ринках, посилити наше лідерство щодо стійкості та надати нашим працівникам можливості для зростання як у професійному, так і в особистісному плані завдяки їхній роботі в компанії «Хенкель», – пояснив свою думку пан Кнобель.**

**«У перспективі наша нова стратегічна програма цілеспрямованого** **зростання сприятиме успішному розвитку компанії «Хенкель» у майбутньому та змінюватиметься з часом. Основними елементами цієї програми є виграшний портфель продукції, конкурентоспроможність у сферах інновацій, стійкий розвиток і цифрові технології, а також розраховані на перспективу операційні моделі, в основі яких лежить культура співпраці та розширення можливостей людей. Прагнення до цілеспрямованого** **зростання також відображається у наших середньо- та довгострокових фінансових амбіціях», – резюмував Карстен Кнобель.**

**Скрупульозне формування виграшного портфеля продукції**

Ключовим елементом майбутнього напряму є **активне управління портфелем продукції.** Компанія «Хенкель» визначила бренди та категорії товарів, загальний обсяг збуту яких перевищує один мільярд євро, головним чином у категорії споживчих товарів, випуск близько 50 відсотків з яких буде припинено до 2021 року. Крім того, невід’ємною частиною стратегії компанії «Хенкель» залишаються **злиття та поглинання**. Основними критеріями поглинання є доступність, стратегічна прийнятність і фінансова привабливість потенційних цілей. Для здійснення важливих поглинань компанія використовуватиме свій сильний баланс. Попри те, що компанія «Хенкель» планує розширити своє лідерство в напрямі «Клейові технології» за рахунок поглинань, вона також зосередиться у своїх бізнес-підрозділах споживчих товарів на досягненні провідних позицій у країнах та в окремих категоріях, а також на заповненні прогалин і розробці нових бізнес-моделей.

**Конкурентні переваги: інновації, стійкий розвиток, цифрові технології**

Для подальшого зміцнення своїх **конкурентних переваг** «Хенкель» зосередить увагу на прискоренні впровадження ефективних **інновацій**, підвищенні **стійкого розвитку** як диференціюючого чинника та трансформації **цифрових технологій** для створення цінності для споживачів і клієнтів.

**Прискорення впровадження ефективних інновацій за рахунок збільшення обсягу інвестицій**

Компанія прагне прискорити впровадження ефективних **інновацій** шляхом збільшення інвестицій у них. Це передбачає вдосконалений **підхід до інновацій**, наприклад розширення використання цифрових інструментів і даних для швидкого отримання цінної та якісної інформації. Компанія «Хенкель» також вживатиме заходів для перенесення центру прийняття рішень у межах усієї організації ближче до ринку та використовуватиме потенціал відкритого пошуку інновацій та ідей, а також розширюватиме свої гнучкі підходи та продовжуватиме інвестувати в «інкубатори» й інноваційні центри. Це має забезпечити розвиток ефективних **інновацій** у всіх трьох бізнес-підрозділах. Підтримка інновацій і брендів здійснюватиметься за рахунок постійних інвестицій в основні категорії та регіони. Таким чином, компанія «Хенкель» планує **збільшити обсяг інвестицій** у рекламу, цифрові технології та ІТ на 350 мільйонів євро порівняно з 2018 роком.

**Підвищення стійкого розвитку на базі солідного досвіду з амбітними цілями**

Спираючись на солідний досвід і прогрес у досягненні своїх цілей на 2020-й і подальші роки, компанія «Хенкель» прагне зміцнити свой стійкий розвиток, оскільки це чинник, що забезпечує конкурентну перевагу. Компанія визначила основні орієнтири для трьох ключових тем, які є дуже актуальними для споживачів, клієнтів, ділових партнерів і суспільства в цілому: бажаючи до 2040 року стати **компанією, яка позитивно впливає на клімат**, «Хенкель» планує до 2025 року скоротити викиди вуглекислого газу на своїх виробництвах на 65 відсотків і заощадити 100 мільйонів тонн CO2 разом зі своїми споживачами, клієнтами і постачальниками. Працюючи у напрямі **економіки замкненого циклу** та досягнення нульового рівня пластикових відходів у навколишньому середовищі, компанія «Хенкель» встановила для себе амбітні цілі щодо упаковки до 2025 року: 100 відсотків пакувальних матеріалів компанії підлягатимуть вторинній переробці або повторному використанню\*; компанія прагне скоротити використання пластмаси із викопної сировини у своїх пакувальних матеріалах для споживчих товарів на 50 відсотків.

Компанія «Хенкель» також хоче посилити свій позитивний соціальний вплив на громади, здійснюючи на 100 відсотків відповідальний вибір постачальників, залучаючи понад 50 000 своїх співробітників і допомагаючи покращити життя 20 мільйонів людей у всьому світі до 2025 року.

Стійкий розвиток буде міцно **закріплений у всіх видах діяльності**. Визначивши стійкий розвиток як центральний елемент своїх інноваційних стратегій, бізнес-підрозділи «Косметичні засоби» і «Засоби для прання та догляду за оселею» сприятимуть просуванню своїх портфелів продукції з особливим акцентом на сталих рішеннях щодо упаковки та подальшому цілеспрямованому розвитку брендів. Бізнес-підрозділ «Клейові технології» й надалі використовуватиме свій потенціал завдяки продуктам і технологіям, що встановлюватимуть нові стандарти у галузі. 

**Запровадження цифрових технологій задля створення цінності для споживачів і клієнтів**

Рухаючись вперед, компанія «Хенкель» бажає перетворити **цифрові технології** на цінність для споживачів і клієнтів. Компанія «Хенкель» прагне **активізувати безпосереднє залучення клієнтів і збут з використанням цифрових технологій у бізнес-підрозділах споживчих товарів** шляхом розширення існуючих і створення нових цифрових платформ для прямої взаємодії зі споживачами. **Клієнтоорієнтована комплексна диджиталізація в бізнес-підрозділах промислових товарів** буде спрямована на створення нових можливостей для бізнесу та подальший розвиток цифрових сервісів для клієнтів у всіх точках взаємодії. Крім того, компанія «Хенкель» продовжуватиме роботу з комплексної інтеграції даних. Це дасть їй можливість, наприклад, створювати інноваційні й індивідуальні рішення з використанням штучного інтелекту. Компанія «Хенкель» також інвестуватиме в ІТ-фахівців, особливо науковців та інженерів з глибокими знаннями у галузі високих технологій. І нарешті, компанія хоче **забезпечити зосередженість та ефективність цифрового бізнесу**. Вона повністю реорганізує свій цифровий напрям, створивши нову цифрову структуру з назвою «Цифровий бізнес». Наприкінці минулого року компанія «Хенкель» запровадила нову посаду – директор з цифрових та інформаційних технологій. Підрозділи з цифрових та інформаційних технологій компанії «Хенкель» тепер будуть об'єднані під керівництвом директора з цифрових та інформаційних технологій, який безпосередньо підпорядковуватиметься головному виконавчому директору.

Нова структура «Цифровий бізнес» компанії «Хенкель» побудована на двох опорах: перша – «Бізнес-технології», які є засобом для підвищення ефективності вздовж ланцюга створення цінності шляхом постійної оптимізації бізнес-процесів та ІТ-систем; другою є «Henkel Digital» – новий спеціалізований підрозділ для орієнтованого на ринок генерування ідей та інновацій. Під цим дахом компанія «Хенкель» планує створити центри цифрових інновацій у Берліні, Кремнієвій долині та в Азії.

**Зміна операційних моделей для більшої гнучкості, швидкості та зручності**

Компанія «Хенкель» змінює свої операційні моделі для більшої гнучкості, швидкості та зручності, а також для підвищення конкурентоспроможності своїх процесів і структур. Компанія прагне активізувати свої зусилля зі створення нових бізнес-моделей, щоб стати ближчою до **клієнтів і споживачів**, шляхом швидшого прийняття рішень і постійного **підвищення ефективності**.

**Зміцнення культури співпраці з людьми**

Запорукою майбутнього успіху компанії «Хенкель» є сильна корпоративна культура, спільні цінності та злагоджена співпраця команди. Як перший крок у цьому напрямі у 2019 році компанія «Хенкель» представила нові лідерські зобов'язання для усіх працівників по всьому світі. Компанія «Хенкель» планує прискорити цю культурну подорож, **виконуючи** ці зобов'язання, і сприятиме просуванню **культури співпраці та розширення можливостей**, **підвищенню кваліфікації своїх співробітників і надаватиме можливості своїм співробітниками рости** та розвиватися.

**Середньо- та довгострокові фінансові амбіції**

«Наша нова стратегічна програма цілеспрямованого зростання також відображена у наших середньо- та довгострокових фінансових амбіціях: зростання обсягів збуту в органічному вираженні на 2–4 відсотки, зростання скоригованого\* прибутку на привілейовану акцію у відсотках однорозрядного числа вище середнього в умовах відсутності коливань обмінного курсу валют і зосередження уваги на розширенні потоку вільних грошових коштів», – повідомив Карстен Кнобель.

«Підсумовуючи вищесказане, ми переконані, що сьогодні заклали основу майбутнього успішного розвитку компанії «Хенкель». Тепер ми зосередимося на реалізації цих заходів, впровадженні змін і подальшому розвитку нашої програми зростання», – наголосив Карстен Кнобель. 

**Про компанію «Хенкель»**

Компанія «Хенкель» здійснює діяльність у світовому масштабі та має збалансований і диверсифікований портфель продуктів. Компанія займає провідні позиції у сегментах промислових і споживчих продуктів завдяки потужним брендам, інноваційним рішенням і технологіям, що розробляються трьома бізнес-підрозділами. Бізнес-підрозділ «Клейові технології» є беззаперечним лідером на світовому ринку клейових матеріалів у всіх сегментах промислових продуктів. У сегменті «Засоби для прання та догляду за оселею» компанія «Хенкель» займає провідні позиції на багатьох ринках світу та у численних категоріях продуктів. Успішна діяльність компанії «Хенкель», заснованої в 1876 році, триває вже понад 140 років. У 2019 році компанія «Хенкель» прозвітувала про обсяг збуту на суму понад 20 мільярдів євро та скоригований операційний прибуток на суму більш як 3,2 мільярда євро. Чисельність працівників «Хенкель» у всьому світі становить понад 52 000 осіб. Це надзвичайно різноманітна команда знавців своєї справи, яких об’єднують потужна корпоративна культура, спільна мета зі створення стійкої цінності та спільні ідеї. Компанія «Хенкель» є визнаним лідером у галузі сталого розвитку та посідає провідні місця у багатьох міжнародних індексах і рейтингах. Привілейовані акції «Хенкель» включені до фондового індексу Німеччини DAX. З докладнішою інформацією можна ознайомитися на сайті [www.henkel.com](http://www.henkel.com).

Ця інформація включає 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 на сьогодні вже отримані «Хенкель АГ & Ко. КГаА» та її пов’язаними особами, 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 провадять свою діяльність на цьому ринку. «Хенкель» не планує і не зобов’язується поновлювати будь-які заяви про прогноз розвитку компанії.

Цей документ включає – у прийнятній формі фінансової звітності, що чітко не визначена – додаткові фінансові заходи, які є або можуть бути альтернативними заходами діяльності (не-GAAP-заходи). Такі додаткові фінансові заходи не можуть розглядатися відокремлено або як альтернатива заходам чистих активів «Хенкель» і фінансового стану чи результатам операційної діяльності, які представлені згідно з чинними вимогами до фінансової звітності в її Консолідованих фінансових звітах. Інші компанії, що звітують або описують альтернативні заходи діяльності з подібною назвою, можуть враховувати їх інакше.

Цей документ виданий лише з метою ознайомлення та не є інвестиційною порадою або пропозицією продажу, або рекомендаціями щодо пропозиції купівлі або щодо 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 45Факс: +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 44Моб. тел.: +38 050 382 82 74e-mail: a.khmara@pr-service.com.ua |

 |  |