

Izveštaj za prvi kvartal 2020. godine

Januar – mart

Fokus na zdravlju i bezbednosti zaposlenih tokom pandemije COVID-19

Henkel objavio snažne rezultate prodaje u prvom tromesečju u vrlo izazovnim tržišnim uslovima

- **Uticaj pandemije COVID-19 na prodaju Grupe: nominalni pad od -0,8%, organski od -0,9%**
- **Prodaja u sektoru Adhezivi Tehnologije drastično opala u nepovoljnoj industrijskoj poslovnoj klimi: nominalni pad od -4,3%, organski od -4,1%**
- **Prodaja u sektoru Beauty Care bila je niža zbog izuzetno negativnih uslova za poslovanje frizerskih salona: nominalni pad od -2,6%, organski od -3,9%**
- **Sektor Deterdženti i kućna hemija zabeležio je veoma snažno povećanje prodaje: nominalni rast od 5,3%, organski od 5,5%**
- **Različit razvoj prodaje u regionu: tržišta u razvoju u porastu od 2,2%, zrela tržišta u padu od -2,8%**

Diseldorf, 11. maj 2020. godine – Na Henkelove poslovne rezultate u **prvom kvartalu fiskalne 2020.** uticala je pandemija virusa COVID-19. **Prodaja Grupe** opala je nominalno za -0,8%, na 4,9 milijardi evra. Uprkos uticaju pandemije COVID-19, organska prodaja je bila samo malo ispod nivoa od prošle godine, sa smanjenjem od -0,9%.

„Trenutno se suočavamo s vrlo izazovnom situacijom. Pandemija virusa COVID-19 utiče na sve oblasti života i takođe je vrlo snažno pogodila globalnu ekonomiju. Uprkos tome, ukupno gledano postigli smo snažne rezultate u prvom kvartalu. U ovoj krizi, zdravlje i bezbednost naših zaposlenih, kupaca i poslovnih partnera su najvažniji prioritet za nas. Uveli smo opsežan skup zaštitnih mera već u ranoj fazi. U isto vreme, uradili smo sve što je bilo moguće kako bismo nastavili s našim poslovnim aktivnostima, uprkos ovim teškim okolnostima i nastavili da služimo našim kupcima. Takođe smo pokrenuli globalni program solidarnosti donacijama proizvoda i finansijskom podrškom. I konačno, u prvom kvartalu smo započeli sprovođenje našeg novog strateškog okvira,“ rekao je izvršni direktor Henkela, Karsten Knobel.

Henkel je ostvario snažne rezultate u prodaji u izazovnim tržišnim uslovima u prvom kvartalu. **Adhezivi Tehnologije** bili su pogođeni prvenstveno značajnim padom potražnje u automobilske industriji. Prodaja sektora **Beauty Care** je takođe opala u poređenju s prošlom godinom. Poslovanje frizerskih salona je značajno umanjeno zbog zatvaranja salona koje je sprovedeno u mnogim zemljama. Za razliku od toga, organski rast prodaje kod brendova robe široke potrošnje bio je sličan istom kvartalu iz prošle godine. Zahvaljujući velikoj potražnji za deterdžente za veš i proizvode za čišćenje domaćinstva, sektor **Deterdženti i kućna hemija** imao je vrlo snažan organski porast prodaje.

„Dok se kriza odvija, nastavićemo da se prilagođavamo i odgovaramo brzo i fleksibilno na promene na našim tržištima. Ubeđen sam da, uz pomoć našeg posvećenog, globalnog tima, našeg strateškog okvira koji se fokusira na svrsishodan rast, i našeg snažnog bilansa, jesmo u poziciji da se izborimo s ovom teškom situacijom i da ćemo iz krize izaći još snažniji,“ dodao je Knobel.

Rezultati prodaje Grupe

Prodaja na nivou Grupe opala je **nominalno** za -0,8 odsto u prvom kvartalu 2020. godine, sa 4.969 milijardi evra iz prvog kvartala 2019. na 4.927 milijarde evra. **Organski** (tj. sa korekcijama zbog kursa i akvizicija/divesticija), prodaja je opala -0,9 odsto. Na nivou grupe, pad je bio uzrokovan cenama, dok su se promene u cenama i obimu po poslovnim jedinicama razlikovale. Akvizicije i divesticije činile su povećanje od 0,4% u prodaji. Uticaj kursa stranih valuta smanjio je prodaju za -0,4 odsto.

Učinak poslovnih sektora

U prvom kvartalu 2020. godine prodaja u poslovnoj jedinici Adhezivi Tehnologije opala je nominalno za -4,3 odsto, sa 2.309 milijardi evra iz istog kvartala prethodne godine, na 2.209 milijardi evra. Organski (tj. sa korekcijama zbog kursa i akvizicija/divesticija), prodaja je opala -4,1 odsto, zbog obima prodaje. Učinak u prvom kvartalu bio je karakterisan značajnim smanjenjem industrijske proizvodnje zbog pandemije COVID-19. Uticaji kursa stranih valuta smanjili su prodaju za -0,3 odsto. Akvizicije/divesticije nisu uticale na rezultate prodaje. Poslovna jedinica Beauty Care imala je **prodaju** od 935 miliona evra u prvom kvartalu 2020. godine, što predstavlja **nominalno** smanjenje od -2,6 odsto u odnosu na isti kvartal prethodne godine (prvi kvartal 2019. godine: 960 miliona evra). Organski (tj. sa korekcijama zbog kursa i akvizicija/divesticija), prodaja je opala -3,9 odsto. Ovo smanjenje je prvenstveno uzrokovano obimom prodaje. Uticaj kursa stranih valuta umanjio je prodaju za -0,9 odsto. Akvizicije/divesticije doprinele su 2,3 odsto rezultatima prodaje. **Prodaja** u poslovnoj jedinici Deterdženti i kućna hemija porasla je **nominalno** 5,3% u prvom kvartalu 2020. godine, sa 1.667 milijardi evra iz istog kvartala prethodne godine na 1.755 milijardi evra. Vrlo snažan **organski** rast prodaje od 5,5 odsto rezultat je obima prodaje. Uticaji kursa stranih valuta uticali

su na prodaju, smanjivši je -0,2 odsto. Akvizicije/divestacije imale su neutralan ukupni efekat na rezultate prodaje.

Neto sredstva i finansijska pozicija Grupe

Nije bilo značajnih promena u neto sredstvima i finansijskoj poziciji Grupe u periodu koji je posmatran, u odnosu na 31. decembar 2019.

Prognoza

Datuma 7. aprila 2020. Upravni odbor kompanije Henkel AG & Co. KGaA odlučio je da prognoza za fiskalnu 2020. objavljena u godišnjem izveštaju za 2019. više ne može da ostane na snazi. S obzirom na dinamični uticaj pandemije COVID-19 na svetsku ekonomiju, pouzdana i realna evaluacija budućih poslovnih učinaka Henkela nije moguća trenutno.

Čim bude moguće da se napravi dovoljno pouzdana evaluaciju budućih poslovnih učinaka u 2020. godini, Henkel će objaviti svoju prognozu.

O Henkelu

Henkel posluje širom sveta sa uravnoteženim i raznovrsnim portfoliom. Kompanija zauzima vodeće pozicije sa svoja tri poslovna sektora u oblastima industrijskog tržišta, kao i proizvoda široke potrošnje, zahvaljujući jakim brendovima, inovacijama i tehnologijama. Henkelov sektor Adhezivi Tehnologije je svetski lider na tržištu lepkova – u svim industrijskim segmentima u svetu. Sa sektorima Deterdženti i kućna hemija i Beauty Care, Henkel zauzima vodeće pozicije na mnogim tržištima i kategorijama širom sveta. Osnovan 1876. godine, Henkel iza sebe ima više od 140 godina uspešnog poslovanja. U 2019. godini, kompanija Henkel ostvarila je prodaju veću od 20 milijardi evra i operativni profit veći od 3,2 milijarde evra. Henkel zapošljava više od 52.000 ljudi širom sveta – predan i veoma raznovrstan tim, ujedinjen snažnom korporativnom kulturom, zajedničkim ciljem da ostvari održivi standard, kao i zajedničkim vrednostima. Kao priznati lider u održivosti, Henkel se nalazi na najvišim pozicijama mnogih međunarodnih indeksa i lista. Henkelove prioritetne akcije izlistane su u nemačkom indeksu DAX. Za više informacija, posetite www.henkel.com

Ovaj dokument sadrži izjave koje se odnose na buduće poslovanje, finansijske rezultate i druge događaje ili okolnosti u budućnosti koje su važne za Henkelu koje se mogu smatrati izjavama koje se odnose na budućnost. Izjave koje se odnose na budućnost se odlikuju rečima poput „očekivati“, „nameravati“, „planirati“, „predviđati“, „procenjivati“, i sličnim terminima. Ove informacije sadrže izjave koje se odnose na budućnost zasnovane na trenutnim procenama i predviđanjima rukovodstva kompanije Henkel AG & Co. KGaA. Takvim izjavama se na bilo koji način ne garantuje da će se takva očekivanja ostvariti. Budući učinci i rezultati koje će Henkel AG & Co. KGaA i njegova povezana društva stvarno ostvariti zavisi od više rizika i neizvesnosti, i stoga se mogu razlikovati materijalno od izjava koje se odnose na budućnost. Mnogi od ovih faktora su van Henkelove kontrole i ne mogu se precizno predvideti, poput budućeg privrednog ambijenta i radnji konkurenata i drugih učesnika tržišta.. Henkel ne planira niti se obavezuje da ažurira bilo koju izjavu koja se odnosi na budućnost.

Ovaj dokument uključuje dodatne finansijske mere koje nisu jasno definisane u primenjivom okviru finansijskog izveštavanja, i koje su ili mogu biti alternative merama učinaka. Ove dodatne finansijske mere ne bi trebalo posmatrati izolovane ili kao alternative merama Henkelove neto imovine i finansijskih pozicija ili rezultata poslovanja kao što su prikazani u skladu sa primenjivim okvirom

finansijskog izveštavanja u svojim konsolidovanim finansijskim izveštajima. Druge kompanije koje izveštavaju ili opisuju slično naslovljene alternativne mere učinaka bi mogle da ih računaju drugačije.

Ovaj dokument je izdat isključivo u svrhe obaveštenja i nije namenjen da služi kao savet za ulaganje ili ponuda za prodaju, ili potraživanje ponude za kupovinu bilo kojih hartija od vrednosti.

Kontakt **Jelena Šarenac**

Telefon +381 11 207 22 09

E-mail jelena.sarenac@henkel.com

Jelena Stojanović

+381 11 207 21 86

jelena.stojanovic@henkel.com

Saopštenje o prvom kvartalu 2020. godine, dodatne informacije i materijale za preuzimanje, kao i link za prenos konferencijskog poziva mogu se pronaći na:

www.henkel.com/press

www.henkel.com/ir