6. kolovoza, 2020.

Henkel objavio rezultate za prvo i drugo tromesečje 2020. godine

Henkel je ostvario robusan sveukupni poslovni rezultat unatoč značajnim utjecajima pandemije COVID-19

* **Fokus na obezbeđivanju bezbednosti i zdravlja, opskrbu klijenata  
  i podršku zajednici**
* **Polugodišnja prodaja grupe je dostigla 9.485 miliuna evra, nominalno: -6,0%, organski :-5,2%**
* **Operativna dobit\* iznosi 1.191 milijun EUR, -27,5%**
* **EBIT marža\* iznosi 12,6%, -370 baznih bodova**
* **Zarada po preferencijalnim dionicama (EPS)\*: -29,2% na 1,96 EUR,   
  -28,2% pri stalnim kursevima**
* **Slobodni novčani tok iznosi 938 milijuna EUR, poboljšana neto financijska pozicija**
* **Bez nove godišnje prognoze za 2020. zbog trenutačnih nesigurnosti na tržištu**
* **Realizacija nove agende za smisleni rast sukladno s ciljevima**

**Dusseldorf –** **„Tijekom prve polovice 2020. godine, Henkel je značajno pogođen snažnim globalnim gospodarskim zastojem i oštrim padom potražnje širom u mnogim industrijama. Tijekom ove globalne krize bez presedana, fokus nam je bio zaštiti zaposlenike, opskrbiti kupce, osiguramo kontinuitet poslovanja i podržimo zajednice. Zahvaljujući izuzetnom timskom duhu i predanosti naših ljudi širom svijeta, to smo postigli u prvoj polovici 2020. godine. Širina našeg portfelja u potrošačkom i industrijskom poslovanju pomogla nam je da izbalansiramo utjecaj krize na ukupnu prodaju i prihode: Tijekom prvih 6 mjeseci 2020. godine, ostvarili smo prodaju od oko 9,5 milijardi EUR, operativnu dobit od 1,2 milijarde EUR i EBIT maržu od 12,6%. Isplatili smo punu dividendu za 2019. dioničarima, i uspjeli smo da generišemo veoma snažan slobodni novčani tok i dodatno poboljšamo našu neto financijsku poziciju. Tijekom krize, nismo uvodili skraćeno radno vreme, podnijeli zahtev za državnu pomoć ili smanjivali broj zaposlenika tijekom pandemije. Ukratko, ostvarili smo snažan sveukupan poslovni rezultat u izuzetno teškom okruženju“, izjavio je glavni izvršni direktor tvrtke Henkel Carsten Knobel.**

\* Korigovano za jednokratne troškove i prihod i troškove restrukturiranja.

**Henkel je zabeležio prodaju u iznosu od 9.485 milijuna EUR tijekom prve polovice 2020. Ovo je pad od -6,0% nominalno, i -5,2% organski u usporedbi sa prvom polovinom prošle godine. Henkel je također ostvario prilagođenu operativnu dobit u iznosu od 1,191 milijuna EUR tijekom prvih šest meseci 2020. godine, što je -27,5% manje u usporedbi sa prošlom godinom. Prilagođena EBIT marža je iznosila 12,6%, -370 baznih bodova manje nego tijekom prošlogodišnjeg perioda.**

**Tijekom prvih šest meseci, Adhezivi Tehnologije prije svega su se suočili sa značajnim opadanjem potražnje klijenata. Rezultati sektora Beauty Care su većinom značajno pogođeni negativnim rezultatima proizvoda za frizerske salone, što je rezultat zatvaranja salona u većini država. Laundry & Home Care je iskazao snažan razvoj, što je i potpomognuto skokom u potražnji za proizvodima za čišćenje.**

**„Zbog trenutačne nesigurnosti, ipak nismo u mogućnosti da pružimo novu i pouzdanu prognozu za cijelu godinu u ovom trenutku,“ rekao je Karsten Knobel.**

**„Dok upravljamo ovom krizom, ostajemo potpuno posvećeni našim ambicioznim planovima rasta za naredne godine. Pokrenuli smo prve inicijative sukladno s našim novim strateškim okvirom i nastavit ćemo da aktivno slijediti naše planove za smislen rast“.**

**Prodajni rezultati i prihodi grupe tjekom prve polovice 2020. godine**

Sa 9.485 milijuna EUR, **prodajni rezultat** grupe Henkel tijekom prve polovice 2020. godine je -6,0% manji od prošlogodišnjeg (Q1: 4.558 milijuna; -11,0%). **Organska** prodaja, koja ne uzima u obzir devizni utjecaj i stjecanja/prodaje, prikazuje negativni rast od -5,2% (2. kvartal: -9,4%). Doprinos od stjecanja i prodaja je iznosio 0,3% (Q2: 0,2%). Devizni efekti su imali negativan utjecaj od -1,1% na prodaju (Q2: -1,9%). **Prilagođena operativna dobit (prilagođeni EBIT)** se smanjila za -27,5%, sa 1.641 milijun EUR u prvoj polovini prošle godine na 1.191 milijun EUR u 2020. **Prilagođen prinos od prodaje (prilagođena EBIT marža)** tijekom prvih šest meseci je dostigla 12,6%, -3,7% manje od prošle godine. **Prilagođena zarada po prioritetnoj akciji** se smanjila za -29,2%, sa 2,77 EUR u prvoj polivini 2019. godine na 1,96 EUR. Pri stalnim kursevima, prilagođena zarada po prioritetnoj dionici se smanjila za -28,2%. **Neto obrtni kapital** se dodatno pobošljao, dosegnuvši 4,4% prodaje, znatno ispod prošlogodišnjeg perioda (6,7%).

**Slobodni novčani tok** je ostao veoma snažan, dostižući 938 milijuna EUR u prvoj polovici 2020. godine (prva polovica 2019. godine: 990 milijuna EUR). Na dan 30. lipanj 2020. godine, **neto financijska pozicija** grupe Henkel je dostigla -1.951 milijun EUR (31. prosinca 2019. godine: -2.047 milijuna EUR) – unatoč isplati dividende od oko 800 milijuna EUR tijekom drugog tromesečja.

**Plan smislenog rasta: Provedba novog strateškog okvira**

Početkom ožujka 2020. godine, Henkel je predstavio plan rasta tvrtke za naredne godine. Henkel je razvio jasan strateški okvir. To uključuje: pobednički portfolelj, konkurentnost, posebno u području inovacija, održivosti, digitalizacije, operativni model spremnosti za budućnost kao i snažne korporativne kulture. „Ovaj strateški okvir će nam pomoći da pobedimo u trećem desetleću ovog veka za Henkel, sa jasnim fokusom na smislen rast,“ objašnjava Carsten Knobel. „Od najave u ožujku, mi smo već postigli napredak u pokretanju prvih akcija i provedbi mera“.

Ključni element budućeg usmjerenja grupe Henkel je **aktivno upravljanje portofeljem**. Henkel je identificirao robne marke i kategorije sa ukupnim obujmom prodaje od preko milijardu eura, prvenstveno u svom potrošačkom poslovanju, od čega je oko 50% označeno za prodaju ili obustavu do kraja 2021.

Henkel nastoji ubrzati značajne **inovacije**, poduprte povećanim ulaganjima. Ovo uključuje poboljšani **pristup inovacijama**. Inovacije i marke su podržani stalnim ulaganjima u ključne kategorije i regije. Stoga se Henkel zalaže za daljnje povećanje ulaganja u oglašavanje, digitalizaciju i IT. Tijekom prvih šest meseci ove godine, i unatoč makroekonomskim izazovima, Henkel je povećao ta ulaganja za viši dvoznamenkasti milijun.

**Održivost** je jedna od jačih strana tvrtke Henkel. Ova tvrtka je lider, što kontinuirano potvrđuje ocjenama i rangiranjem. Stoga, Henkel teži dodatno ojačati svoju vodeću poziciju u održivosti kao jasnu konkurentsku prednost. Kako bi dodatno ubrzao svoje napore, Henkel je definirao sljedeće miljokaze i jasne ciljeve. Jedan element je da postane klimatsko pozitivna tvrtka do 2040. godine.

Kao prva tvrtka u svijetu, Henkel je prvi izdao svoju obveznicu za smanjenje plastičnog otpada u lipnju 2020. Ovime je Henkel preduzeo još jedan korak u kombiniranju atraktivnih korporativnih financijskih instrumenata sa napretkom u održivosti. Prinosi na ovoj obveznici s ukupnim volumenom od oko 100 milijuna eura bit će posebno izdvojeni za projekte i troškove povezane s Henkelovim aktivnostima na smanjenju plastičnog otpada Obveznica naglašava posvećenost tvrtke Henkel negovanju cirkularne ekonomije i smanjivanju plastičnog otpada, kao i održivim financijama.

Henkel je također proširio svoju alatku za dizajniranje za reciklažu „EasyD4R“, koja omogućuje brzo i pouzdano procjenjivanje mogućnosti recikliranja ambalaže rano tijekom procesa razvoja. Softver, koji je učinjen dostupnim drugim tvrtkama i organizacijama, sada obuhvaća ne samo različite vrste plastične ambalaže, nego i materijale poput papira, stakla ili aluminija.

Pored inovacije i održivosti, Henkel je definirao **digitalizaciju** kao ključni način za osnaživanje svoje konkurentnosti. Tijekom prve polovice godine, Henkel je zabijeležio snažan rast u digitalnoj prodaji od preko 60% u sektorima Beauty Care i Laundry & Home Care zajedno. Za grupu, digitalni udeo u sveukupnoj prodaji se kreće između 13% i 19%. Sa svojom novom jedinicom „Digital Business“, Henkel želi postati lider u digitalnom poslovanju u svojim industrijama i generira opipljivu vrijdnost za svoje klijente. Stoga, krajem lipnja, Henkel je predstavio novi operativni model za svoje digitalne i IT aktivnosti, i povezao je IT timove, stručnjake za digitalno poslovanje, vlasnike poslovnih procesa i platformu HenkelX Ventures, koju vodi direktor za digital i informatičke tehnologije tvrtke Henkel.

Usavršeni, brzi **poslovni procesi** koji su spremni za budućnost su još jedan bitni element strateškog okvira tvrtke Henkel. Tvrtka vrši redovnu reviziju svojih poslovnih procesa i struktura, ocjenjujući da li su usavršeni, brzi i jednostavni, i prilagođava ih promjenljivim tržišnim razvojima i trendovima. Takođe, novi poslovni modeli će se razviti sa naglaskom na održavanje bliskosti s klijentima i potrošačima.

Dali razvoj korporativne kulture grupe Henkel i ubrzavanje **kulturne transformacije** drugi su elementi koji su ključni za pomicanje tvrtke unapred. Cilj je njegovati kulturu saradnje sa osnaženim ljudima i sa obavezama uprave tvrtke u središtu. Za Henkel, od ključne važnosti je da zaposlenici konstantno razvijaju svoje profesionalne i lične vještine. Tijekom prve polovine 2020. godine, tvrtka je stoga sprovela specifično dizajnirane obuke i projekte usavršavanja, primjerice u području vođstva, digitalizacije i inovacija. Aktuelna corona kriza je također dokazala snažnu korporativnu kulturu grupe Henkel, i otpornost i posvećenost svojih zaposlenih širom svijeta.

**Mere koje se bave pandemijom virusa COVID-19**

Pandemija virusa COVID-19 je pogodila sve oblasti života i značajno je utjecala na globalno gospodarstvo. Tijekom ove krize, zdravlje i bezbednost zaposlenika, kupaca i poslovnih partnera su bili najveći prioriteti za Henkel. Tvrtka je uvela širok spektar zaštitnih mera u početnoj fazi. Istodobno, Henkel je uložio ogroman napor kako bi nastavio svoje poslovne aktivnosti te služio kupcima i potrošačima širom svijeta. Takođe, Henkel je pokrenuo globalni program solidarnosti, koji uključuje financijske donacije, na primer Fondu solidarnosti za COVID-19 Svjetske zdravstvene organizacije (SZO) i Fondaciji Ujedinjenih naroda (UN) i drugim odabranim organizacijama širom svijeta. Nadalje, Henkel je donirao preko 5 milijuna proizvoda osobnu i kućnu higijenu, i proizvodio je sredstva za dezinfekciju na svojim lokacijama. Globalno, Henkel je proizveo i donirao preko 111,000 litara sredstava za dezinfekciju zdravstvenim sustavima i bolnicama. Do sada, Henkel je podržao preko 500 projekata u vezi coronavirusa u preko 40 zemalja širom sveta, pružajući pomoć skoro 5 milijuna ljudi kojima je bila potrebna tijekom pandemije.

„Morat ćemo se konstantno prilagođavati kako se kriza bude razvijala. Reagirat ćemo fleksibilno i brzo na poremećaje na tržištu. Aktivno oblikujući promene i pomerajući granice“, sumirao je Carsten Knobel. „Uvjeren sam da smo sa našim posvećenim globalnim timom, našim novim strateškim okvirom sa fokusom na smislen rast, našim snažnom bilancom stanja i financijskom fleksibilnošću, kao i našom sposobnošžu generisanja snažnih tokova novca, dobro pozicionirani da se suočimo sa ovom teškom situacijom, i da ćemo izaći snažniji iz krize“.

Ova obavijest sadrži anticipativne izjave temeljene na trenutačnim procjenama i pretpostavkama korporacijskog menadžmenta Henkel AG & Co. KGaA. Izjave koje se odnose na budućnost karakterizirane su riječima poput „očekivati“, „namjeravati“, „planirati“, „vjerovati“, „procijeniti“ i slične izraze. Takve izjave ne bi se trebale tumačiti kao ni na koji način jamstvo da će se ta očekivanja pokazati tačnim. Budući uspjeh i rezultati koje Henkel AG & Co. KGaA i njegove podružnice zapravo shvaćaju ovisno o nizu rizika i nesigurnosti, te se stoga mogu značajno razlikovati od anticipativnih izjava. Mnogi od tih čimbenika su izvan Henkelove kontrole i stoga ih nije moguće unaprijed precizno procijeniti, poput budućeg gospodarskog okruženja i djelovanja konkurenata i ostalih koji su uključeni u tržište. Henkel ne planira i ne obvezuje se ažurirati bilo kakve preliminarne izjave.

Ovaj dokument uključuje - u primjenjivom okviru financijskog izvještavanja koji nije jasno definiran - dodatne financijske mjere koje jesu ili ne moraju biti alternativne mjere uspjeha (mjere koje nisu GAAP). Te se dodatne financijske mjere ne smiju promatrati izolirano ili kao alternativa mjerama Henkelove neto imovine i financijske pozicije ili rezultata poslovanja predstavljenih u skladu s važećim okvirom financijskog izvještavanja u konsolidiranim financijskim izvještajima. Druge tvrtke koje prijavljuju ili opisuju alternativne mjere uspjeha sa sličnim imenima mogu ih računati drugačije.

Ovaj se dokument izdaje samo u informativne svrhe i nije namijenjen savjeti o ulaganju u ponudu ili prodaji ili pozivu za podnošenje ponude za kupnju bilo kakvih vrijednosnih papira.