6. avgust, 2020. godine

Henkel objavio rezultate za prvu polovinu 2020. godine

Henkel ostvario snažan sveukupni poslovni rezultat uprkos značajnim uticajima pandemije COVID-19

* **Fokus na bezbednosti zaposlenih, snabdevanju kupaca i podržavanju zajednica**
* **Polugodišnja prodaja Grupe je dostigla 9.485 milijardi evra, nominalno: -6,0 odsto, organski :-5,2 odsto**
* **Operativna dobit\* iznosi 1.191 milijardu evra, -27,5 odsto**
* **EBIT marža\* iznosi 12,6 odsto, -370 baznih poena**
* **Prinos po prioritetnoj akciji (EPS)\*: -29,2% na 1,96 EUR,
-28,2% pri stalnim kursevima**
* **Slobodni novčani tok iznosi 938 miliona EUR, poboljšana neto finansijska pozicija**
* **Bez novog godišnjeg predviđanja za 2020. zbog aktuelnih nesigurnosti na tržištu**
* **Realizacija nove agende za svrsishodni rast u skladu sa ciljevima**

**Diseldorf –** **„Tokom prve polovine 2020. godine, Henkel je značajno pogođen snažnim globalnim ekonomskim zastojem i oštrim padom potražnje širom mnogih industrija. Tokom ove globalne krize bez presedana, naš fokus je da zaštitimo zaposlene, snabdevemo klijente, osiguramo kontinuitet poslovanja i podržimo zajednice. Zahvaljujući izuzetnom timskom duhu i posvećenosti naših ljudi širom sveta, uspeli smo ovo da postignemo u prvoj polovini 2020. godine. Širina našeg portfolija u potrošačkom i industrijskom poslovanju nam je pomogla da izbalansiramo uticaj krize na sveukupnu prodaju i prihode: tokom prvih šest meseci 2020. godine, ostvarili smo prodaju od oko 9,5 milijardi evra, operativnu dobit od 1,2 milijarde evra i EBIT maržu od 12,6 odsto. Isplatili smo punu dividendu za 2019. akcionarima, i uspeli smo da generišemo veoma snažan slobodni novčani tok i dodatno poboljšamo našu neto finansijsku poziciju. Tokom krize, nismo uvodili skraćeno radno vreme, nismo se prijavljali za državnu pomoć, niti smo smanjivali broj zaposlenih usled pandemije. Ukratko, ostvarili smo snažan sveukupan poslovni rezultat u izuzetno teškom okruženju“, izjavio je izvršni direktor kompanije Henkel, Karsten Knobel.**

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

**Henkel je zabeležio prodaju u iznosu od 9.485 milijardi evra tokom prve polovine 2020. Ovo je pad od -6 odsto nominalno, i -5,2 odsto organski u poređenju sa prvom polovinom prošle godine. Henkel je takođe ostvario korigovanu operativnu dobit u iznosu od 1,191 milijardu evra tokom prvih šest meseci 2020. godine, što je 27,5 odsto manje u poređenju sa prošlom godinom. Korigovana EBIT marža iznosila je 12,6 odsto, 370 baznih poena manje nego tokom prošlogodišnjeg perioda.**

**Tokom prvih šest meseci, poslovna jedinica Adhezivi Tehnologije prvenstveno se suočila sa značajnim opadanjem potražnje od strane ključnih industrija. Rezultati poslovne jedinice Beauty Care su većinom značajno pogođeni negativnim rezultatima proizvoda za frizerske salone, što je rezultat zatvaranja salona u većini država. Poslovna jedinica Deterdženti i kućna hemija pokazala je snažan razvoj, što je i potpomognuto skokom u potražnji za proizvodima za čišćenje.**

**„Zbog aktuelnih nesigurnosti, u ovom trenutku nismo u mogućnosti da pružimo novo i pouzdano predviđanje za celu godinu,“ rekao je Karsten Knobel.**

**„Dok upravljamo ovom krizom, ostajemo potpuno posvećeni našim ambicioznim planovima rasta u narednim godinama. Pokrenuli smo prve inicijative u skladu sa našim novim strateškim okvirom i nastavićemo da aktivno vodimo realizaciju naših planova za svrsishodan rast“.**

**Prodajni rezultati i prihodi grupe tokom prve polovine 2020. godine**

Sa 9.485 milijarde evra, **prodajni rezultat** Henkel grupe tokom prve polovine 2020. godine je 6,0 odsto manji od prošlogodišnjeg (drugi kvartal: 4.558 milijardi; -11,0 odsto). **Organska** prodaja, bez uticaja akvizicija/divesticija, prikazuje negativni rast od 5,2 odsto (drugi kvartal: -9,4 odsto). Doprinos od akvizicija i divesticija iznosio je 0,3 odsto (drugi kvartal: 0,2 odsto). Devizni efekti su imali negativan uticaj od -1,1 odsto na prodaju (drugi kvartal: -1,9%). **Korigovani operativni profit (korigovani EBIT)** smanjio se za -27,5 odsto, sa 1.641 milijardu evra u prvoj polovini prošle godine na 1.191 milijardu evra u 2020. **Korigovani prinos od prodaje (korigovana EBIT marža)** tokom prvih šest meseci dostigao je 12,6 odsto, 3,7 odsto manje od prošle godine. **Korigovani prinos po prioritetnoj akciji** smanjio se za 29,2 odsto, sa 2,77 evra u prvoj polivini 2019. godine na 1,96 evra u ovoj godini. Pri stalnim kursevima, korigovani prinos po prioritetnoj akciji smanjio se za 28,2 odsto. **Neto obrtni kapital** se pobošljao, postižući 4,4 odsto prodaje, značajno ispod prošlogodišnjeg perioda (6,7 odsto). **Slobodni protok novca** ostao je veoma snažan, dostižući 938 miliona evra tokom prve polovine 2020. godine (prva polovina 2019. godine: 990 miliona evra). Na dan 30. jun 2020. godine, **neto finansijska pozicija** Henkel dostigla -1.951 milijardu evra (31. decembra 2019. godine: -2.047 milijarde evra) – uprkos isplati dividende od oko 800 miliona evra tokom drugog kvartala.

**Plan svrsishodnog rasta: Implementacija novog strateškog okvira**

Početkom marta 2020. godine, Henkel je predstavio plan rasta kompanije za naredne godine. Henkel je razvio jasan strateški okvir. Ovo uključuje: pobednički portfolio, konkurentnu prednost u oblastima inovacija, održivost i digitalizacije, operativne modele spremne za budućnost, kao i snažnu korporativnu kulturu. „Ovaj strateški okvir će nam pomoći da pobedimo ovu deceniju za Henkel, sa jasnim fokusom na svrsishodnom rastu,“ objašnjava Karsten Knobel. „Od najave u martu, već smo postigli napredak u iniciranju prvih radnji i sprovođenju mera“.

Ključni element budućeg puta kompanije Henkel je **aktivno upravljanje portofolijem**. Henkel je identifikivao brendove i kategorije sa ukupnom prodajom od preko milijardu evra, prvenstveno robi široke potrošnje, od čega je oko 50 odsto označeno za prodaju ili obustavu do kraja 2021. godine

Henkel teži ubrzavanju značajnih **inovacija**, podržanih povećanim ulaganjima. Ovo uključuje unapređeni **pristup inovacijama**. Inovacije i brendovi su podržani stalnim ulaganjima u ključne kategorije i regije. Stoga, Henkel je posvećen **sve većim daljim ulaganjima** u oglašavanje, digitalizaciju i IT. Tokom prvih šest meseci ove godine, i uprkos makroekonomskim izazovima, Henkel je povećao ova ulaganja dvocifrenim milionskim iznosom.

**Održivost** je jedna od snaga kompanije Henkel. Rejtinzi i rangiranja pokazuju da kompanija ima lidersku ulogu u ovoj oblasti. Stoga, Henkel teži da dodatno osnaži svoju lidersku poziciju u održivosti kao jasnu konkurentsku prednost. Kako bi dodatno ubrzao svoje napore, Henkel je definisao sledeće prekretinice i jasne ciljeve. Jedan element je da postane klimatski pozitivna kompanija do 2040. godine.

Kao prva kompanija u svetu, Henkel je prvi izdao svoju obveznicu za smanjenje plastičnog otpada u junu 2020. godine. Ovime je Henkel preduzeo još jedan korak u kombinovanju privlačnih korporativnih finansijskih instrumenata sa napretkom u održivosti. Prinosi od ove obveznice sa ukupnim iznosom od oko 100 miliona evra će se specifično dodeliti projektima i troškovima u vezi sa aktivnostima kompanije Henkel u smanjenju plastičnog otpada. Obveznica naglašava posvećenost kompanije Henkel negovanju cirkularne ekonomije i smanjivanju plastičnog otpada, kao i održivim finansijama.

Henkel je takođe proširio svoj alat za dizajniranje reciklaže „EasyD4R“, koji omogućava brzo i pouzdano procenjivanje mogućnosti recikliranja ambalaže rano tokom procesa razvoja. Softver, koji je dostupan drugim kompanijama i organizacijama, sada pokriva ne samo različite vrste plastične ambalaže, nego i materijale poput papira, stakla ili aluminijuma.

Pored inovacije i održivosti, Henkel je definisao **digitalizaciju** kao ključan način za osnaživanje svoje konkurentnosti. Tokom prve polovine godine, Henkel je zabeležio snažan rast u digitalnoj prodaji od preko 60 odsto u sektorima Beauty Care i Deterdženti i kućna hemija, zajedno. Za Grupu, digitalni udeo u sveukupnoj prodaji se kreće između 13 i 19 odsto. Sa svojom novom jedinicom „Digital Business“, Henkel želi da postane lider u digitalnom poslovanju u svojim industrijama i stvori opipljivu vrednost za svoje klijente. Stoga, krajem juna, 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 izvršni direktor za digitalne i informacione tehnologije, kompanije Henkel.

Usavršeni i brzi **poslovni procesi**, spremni za budućnost su još jedan bitan element strateškog okvira kompanije Henkel. Kompanija vrši redovnu reviziju svojih poslovnih procesa i struktura, procenjujući da li su usavršeni, brzi i jednostavni, i prilagođava ih promenljivim tržišnim razvojima i trendovima. Takođe, novi poslovni modeli će se razviti sa fokusom na obezbeđivanje blizine kupcima i potrošačima.

Dalje razvijanje Henkelove korporativne kompanije Henkel i ubrzavanje **kulturne transformacije** su ostali ključni elementi za napredovanje kompanije. Dalja težnja je negovanje kulture saradnje sa osnaženim ljudima, zasnovana na Henkelovom konceptu leadership commitmens. Za Henkel, od ključne važnosti je da zaposleni konstantno razvijaju svoje profesionalne i lične veštine. Tokom prve polovine 2020. godine, kompanija je sprovela specifično dizajnirane obuke i projekte usavršavanja, na primer na polju liderstva, digitalizacije i inovacija. Aktuelna kriza izazvana virusom korona je takođe dokazala snažnu korporativnu kulturu kompanije Henkel, kao i otpornost i posvećenost svojih zaposlenih širom sveta.

**Mere u vezi sa pandemijom virusa COVID-19**

Pandemija virusa COVID-19 pogodila je sve oblasti života i značajno je uticala na globalnu ekonomiju. Tokom ove krize, zdravlje i bezbednost zaposlenih, kupaca i poslovnih partnera su bili najveći prioriteti za Henkel. Kompanija je uvela širok raspon zaštitnih mera u početnoj fazi. Istovremeno, Henkel je uložio ogroman trud da nastavi sa svojim poslovnim aktivnostima i pružanjem usluga kupcima i potrošačima širom sveta. Takođe, Henkel je pokrenuo globalni program solidarnosti, koji uključuje finansijske donacije, na primer Fondu solidarnosti za COVID-19 Svetske zdravstvene organizacije (SZO) i Fondaciji Ujedinjenih nacija (UN) i drugim odabranim organizacijama širom sveta. Nadalje, Henkel je donirao preko 5 miliona proizvoda za održavanje lične i higijene domaćinstva, i proizvodio je sredstva za dezinfekciju na svojim lokacijama. Globalno, Henkel je proizveo i donirao preko 111,000 litara sredstava za dezinfekciju zdravstvenim sistemima i bolnicama. Do sada, Henkel je podržao preko 500 projekata u vezi sa virusom korona u preko 40 zemalja širom sveta, pružajući pomoć skoro 5 miliona ljudi tokom pandemije.

„Moraćemo konstantno da se prilagođavamo kako kriza bude evoluirala. Reagovaćemo fleksibilno i brzo na poremećaje na tržištu, aktivno se prilagođavajući promenama i pomerajući granice“, sumirao je Karsten Knobel. „Ubeđen sam da smo sa našim posvećenim globalnim timom, našim novim strateškim okvirom sa fokusom na svrsishodan rast, našim snažnim bilansom stanja i finansijskom fleksibilnošću, kao i našom sposobnošću da generišemo snažne tokove novca, dobro pozicionirani da se suočimo sa ovom teškom situacijom, i da ćemo izaći snažniji iz krize“.

**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](http://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 predviđanjma rukovodstva komanije 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 Jelena Stojanović**

Telefon +381 11 207 22 09 +381 11 207 21 86

E-mail jelena.sarenac@henkel.com jelena.stojanovic@henkel.com

[www.henkel.com/press](http://www.henkel.com/press)

[www.henkel.com/ir](http://www.henkel.com/ir)