9 жовтня 2020 року

Компанія «Хенкель» повідомляє про динаміку обсягу продажів у третьому кварталі, виходячи з попередніх даних

**Компанія «Хенкель» у третьому кварталі демонструє високе зростання обсягу продажів в органічному вираженні та надає новий прогноз на 2020 фінансовий рік**

* **Високе органічне зростання обсягу продажів у третьому кварталі: +3,9 відсотка**
* **Усі бізнес-підрозділи фіксують зростання обсягу продажів в органічному вираженні**
* **Прогноз на 2020 фінансовий рік:**
	+ **Зростання обсягу продажів в органічному вираженні: у діапазоні між -1,0 та -2,0 відсотка**
	+ **Скоригована рентабельність обороту (Adjusted EBIT margin)\*: у діапазоні між 13,0 і 13,5 відсотка**
	+ **Скоригований прибуток на привілейовану акцію (EPS)\* при незмінних обмінних курсах:
	зниження у діапазоні між -18 та -22** **відсотками**

\* З урахуванням одноразових надходжень, одноразових витрат і видатків на реструктуризацію.

\* З урахуванням одноразових надходжень, одноразових витрат і видатків на реструктуризацію.

\*З урахуванням одноразових надходжень, одноразових витрат і видатків на реструктуризацію.

**Дюссельдорф – «Попри те, що складні економічні умови, зумовлені кризою, що виникла через поширення коронавірусу, тривають і досі, компанія «Хенкель», зважаючи на попередні дані, у третьому кварталі продемонструвала високе зростання обсягу продажів в органічному вираженні на 3,9 відсотка. Обсяг продажів становив приблизно 5 мільярдів євро, і цей високий результат зумовлений успішною роботою всіх бізнес-підрозділів», – сказав голова правління Ради директорів компанії «Хенкель» Карстен Кнобель (Carsten Knobel).**

**«Бізнес-підрозділ «Клейові технології» в усіх напрямах діяльності продемонстрував більш високу позитивну динаміку показників порівняно з другим кварталом. У бізнес-підрозділі «Косметичні засоби» порівняно з другим кварталом також спостерігалися тенденції до пожвавлення у сегменті засобів для салонів краси, при цьому в сегменті роздрібної торгівлі продуктами спостерігалося значне органічне зростання обсягу продажів порівняно з відповідним кварталом попереднього року. Бізнес-підрозділ «Засоби для прання та догляду за оселею» продемонстрував суттєве зростання показників діяльності і тим самим зберіг тенденцію до позитивної динаміки», – додав Карстен Кнобель.**

**З огляду на попередні показники діяльності за перші дев’ять місяців 2020 року компанія «Хенкель» надала новий прогноз на 2020 фінансовий рік після відкликання свого річного прогнозу в квітні 2020 року через високий ступінь невизначеності, зумовлений пандемією COVID-19.**

**Нині компанія «Хенкель» розраховує на те, що зростання обсягу продажів Групи в органічному вираженні відбуватиметься в діапазоні від -1,0 до -2,0 відсотка. Попри суворий контроль витрат динаміка прибутку за весь рік зазнає більш сильного негативного впливу, ніж динаміка обсягу продажів, через суттєве скорочення попиту у сегменті промислових продуктів і продуктів для салонів краси, а також внаслідок збільшення обсягу інвестицій у маркетингову та рекламну діяльність, перехід до цифрових каналів взаємодії та розвиток ІТ. Отже, компанія «Хенкель» очікує, що на рівні Групи показник скоригованої рентабельності обороту (adjusted EBIT margin) перебуватиме в діапазоні від 13,0 до 13,5 відсотка, а зниження скоригованого прибутку на привілейовану акцію (EPS) – у діапазоні від -18 до -22 відсотків при незмінних курсах валют.**

**«Динаміка органічного зростання обсягу продажів у третьому кварталі свідчить про те, що ми дійсно маємо потужний диверсифікований портфель, який містить успішні бренди й інноваційні технології для наших клієнтів у сегменті промислових і споживчих продуктів. Ми найбільш задоволені тим, що усі наші бізнес-підрозділи продемонстрували позитивну динаміку зростання. Вона частково зумовлена тим, що потрібно було надолужити згаяне у другому кварталі, впродовж якого вплив пандемії коронавірусу був особливо сильним. Ми очікуємо на можливі негативні наслідки пандемії і в четвертому кварталі, однак у нашому прогнозі на цей рік ми припускаємо, що в майбутньому вже не буде такого масштабного карантину, який ми спостерігали у багатьох країнах, зокрема в другому кварталі. Загалом ми впевнені в тому, що прямуємо правильним шляхом, дотримуючись стратегії цілеспрямованого зростання, і переконані, що вийдемо з кризи ще сильнішими. Висловлюємо особливу подяку нашим працівникам у всьому світі, оскільки саме їхня прихильність нашій стратегії зумовлює вирішальний внесок в її реалізацію», – підсумував Карстен Кнобель.**

**Попередні дані щодо динаміки продажів у третьому кварталі**

За попередніми даними, компанія «Хенкель» продемонструвала **зростання обсягу продажів в органічному вираженні** (без урахування впливу змін обмінних курсів валют та придбання/вибуття активів) на рівні +3,9 відсотка.

За попередніми даними бізнес-підрозділ **«Клейові технології»** у третьому кварталі забезпечив приріст обсягу продажів в органічному вираженні на рівні +1,3 відсотка. Порівняно з другим кварталом за всіма напрямами його діяльності було зафіксовано відновлення попиту.

Згідно з попередніми даними бізнес-підрозділ **«Косметичні засоби»** продемонстрував дуже потужне зростанняобсягу продажів в органічному вираженні на рівні +4,3 відсотка. Хоча динаміка показників у сегменті товарів для салонів краси, незважаючи на тенденцію до відновлення, виявилася нижчою, ніж у відповідному кварталі попереднього року, у сегменті роздрібної торгівлі в третьому кварталі було зафіксовано суттєве зростання обсягу продажів в органічному вираженні.

Завдяки незмінно високому попиту на продукти бізнес-підрозділу **«Засоби для прання та догляду за оселею»**,а також ефекту надолужування згаяного в другому кварталі, згідно з попередніми даними цей бізнес-підрозділ у третьому кварталі теж демонструє суттєве зростання обсягу продажів в органічному вираженні на рівні +7,7 відсотка.

10 листопада 2020 року компанія «Хенкель» оприлюднить свій звіт за третій квартал 2020 року.

**Попередні дані щодо динаміки продажів за перші дев’ять місяців 2020 року**

Згідно з попередніми даними за перші дев’ять місяців 2020 року компанія «Хенкель» зафіксувала загальний обсяг продажів на рівні близько 14,5 мільярда євро. Це означає, що загалом зміна обсягу продажів в органічному вираженні становить -2,1 відсотка.

Упродовж перших дев’яти місяців 2020 року бізнес-підрозділ «Клейові технології» зафіксував зменшення обсягу продажів в органічному вираженні на рівні -6,8 відсотка. Обсяг продажів в органічному вираженні у бізнес-підрозділі «Косметичні засоби» зменшився на -4,2 відсотка. Бізнес-підрозділ «Засоби для прання та догляду за оселею» забезпечив вельми суттєве зростання обсягу продажів в органічному вираженні, яке становить +5,8 відсотка.

**Прогноз для Групи компаній «Хенкель» на 2020 рік**

З огляду на динаміку діяльності впродовж перших дев’яти місяців 2020 року та припущення щодо показників діяльності в четвертому кварталі компанія «Хенкель» оприлюднила новий прогноз на 2020 фінансовий рік. Через швидке поширення пандемії COVID-19 і високий рівень невизначеності стосовно її впливу на динаміку світової економіки впродовж року 7 квітня 2020 року Правління Henkel AG & Co. KGaA вирішило не підтримувати надалі свій прогноз на 2020 фінансовий рік, оприлюднений у річному звіті за 2019 рік.

Беручи до уваги наслідки пандемії COVID-19, у поточних прогнозах передбачено різко негативну динаміку розвитку світової економіки в 2020 році. Наш новий прогноз ґрунтується на припущенні, що промисловий попит і ділова активність у галузях, важливих для компанії «Хенкель», у четвертому кварталі будуть нижчими, ніж у попередньому році, проте суттєво не погіршаться. Вирішальним фактором у цьому разі буде показник подальшої динаміки випадків інфікування та поширення обмежень, пов’язаних із пандемією. У зв’язку з цим компанія «Хенкель» припускає, що в четвертому кварталі 2020 року не будуть введені масштабні карантинні обмеження в ключових регіонах, що є важливими для компанії.

Беручи до уваги зазначене, компанія «Хенкель» розраховує на показник **зростання обсягу продажів в органічному вираженні** у діапазоні від -1,0 до -2,0 відсотка на рівні Групи у 2020 фінансовому році.

Що стосується бізнес-підрозділу **«Клейові технології»**, на показниках діяльності якого, ймовірно, позначиться різке падіння загального попиту в промисловому сегменті та, зокрема, в автомобільній промисловості, компанія «Хенкель» очікує, що його динаміка обсягу продажів в органічному вираженні буде у межах від -5,5 до -6,5 відсотка. Для бізнес-підрозділу **«Косметичні засоби»** на сьогодні компанія «Хенкель» очікує, що динаміка обсягу продажів в органічному вираженні перебуватиме в діапазоні від -2,0 до -3,0 відсотка. Значний спад ділової активності у сегменті послуг салонів краси, зумовлений пандемією, особливо в першій половині року, позначатиметься на показниках діяльності цього бізнес-підрозділу протягом усього фінансового року. Приріст обсягу продажів в органічному вираженні для бізнес-підрозділу **«Засоби для прання та догляду за оселею»** за прогнозами компанії становитиме від +4,5 до +5,5 відсотка.

На рівні **Групи** «Хенкель» розраховує досягти **скоригованої рентабельності обороту** (EBIT margin) в діапазоні від 13,0 до 13,5 відсотка. За очікуваннями «Хенкель» бізнес-підрозділ **«Клейові технології»** матиме **скориговану рентабельність обороту** в діапазоні від 14,5 до 15,0 відсотків, бізнес-підрозділ **«Косметичні засоби»** – у діапазоні від 10,0 до 10,5 відсотка, а бізнес-підрозділ **«Засоби для прання та догляду за оселею»** – у діапазоні від 15,0 до 15,5 відсотка.

Зниження продажів у сегменті промислових продуктів та продуктів для салонів краси внаслідок пандемії чинитиме негативний вплив на показник **скоригованої рентабельності обороту. Як було оголошено на початку року, компанія «Хенкель» до того ж збільшує обсяг інвестицій у маркетингову та рекламну діяльність, а також в активізацію переходу до цифрових каналів взаємодії та розвиток ІТ**.

За очікуваннями, **скоригований прибуток на привілейовану акцію (EPS)** при незмінних обмінних курсах буде знижуватися, ця зміна перебуватиме у діапазоні значень від -18 до -22 відсотків.

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 сегменті 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 та 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 обіймає 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, 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 та інших осіб, що здійснюють свою діяльність на цьому ринку. «Хенкель» не планує та 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 або можуть бути альтернативними показниками діяльності (не-GAAP-показники). Такі додаткові фінансові показники не можуть розглядатися відокремлено або як альтернатива показникам, що характеризують чисті активи «Хенкель» і фінансовий стан, чи результатам 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 випущено лише з метою ознайомлення, він не є інвестиційною порадою або пропозицією щодо продажу будь-яких цінних паперів чи заохоченням до придбання 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 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 |

 |  |