

# Čtvrtletní zpráva za třetí čtvrtletí roku 2020

červenec–říjen

Dobré obchodní výsledky navzdory pokračujícím obtížným tržním podmínkám způsobené pandemií COVID-19

## Společnost Henkel zaznamenala ve třetím čtvrtletí silný růst organických tržeb

- Tržby na úrovni skupiny organicky vzrostly o 3,9 % na přibližně 5 miliard eur; nominálně -1,5 %
- Všechny obchodní divize vykazují pozitivní vývoj:
  - Divize Adhesive Technologies s pozitivním růstem organických tržeb o 1,3 %, nominálně -4,8 %
  - Divize Beauty Care vykázala velmi silný růst organických tržeb o 4,3 %, nominálně o 3,0 %
  - Divize Laundry & Home Care zaznamenala výrazný růst organických tržeb o 7,7 %, nominálně o 0,7 %
- Vývoj tržeb v jednotlivých regionech se výrazně liší: Rozvíjející se trhy 8,8 %, vyspělé trhy 0,6 %
- Nový výhled pro fiskální rok 2020 představený v říjnu

Düsseldorf, 10. listopadu 2020 – Společnost Henkel dosáhla ve **třetím čtvrtletí fiskálního roku 2020** silného růst organických tržeb o 3,9 % a to i navzdory pokračujícímu nepříznivému ekonomickému vývoji způsobeným pandemií COVID-19. **Celkové tržby skupiny** dosáhly zhruba 5 miliard eur, což odpovídá nominální změně o -1,5 %. Na začátku října zveřejnila společnost Henkel předběžné údaje o prodejní výkonnosti ve třetím čtvrtletí a představila nový výhled pro fiskální rok 2020.

*„Globální koronavirová krize nadále ovlivňuje tržní prostředí. Navzdory tomu se společnosti Henkel podařilo ve třetím čtvrtletí dosáhnout dobrých obchodních výsledků, na kterých se podílely všechny tři divize. Vývoj organických tržeb ve třetím čtvrtletí odráží naše robustní a diverzifikované portfolio s úspěšnými značkami a inovativními technologiemi v průmyslovém a spotřebním odvětví. Dále se nám také vyplácejí investice do marketingu, inovací a digitalizace. Ve třetím čtvrtletí se nám výrazně navýšil digitální prodej, jehož podíl na celkovém obrátu vzrostl o více než 15 %,“* uvedl generální ředitel společnosti Henkel, Carsten Knobel.

*„Dobré výsledky za třetí čtvrtletí jsou částečně způsobené i dobíháním výsledků z druhého čtvrtletí, které byly negativně ovlivněny pandemií COVID-19. V první řadě je to však výsledek našeho silného globálního týmu, který i v této bezprecedentní a náročné době pro nás všechny neustále pracuje na budování dlouhodobého úspěchu společnosti Henkel.“*

Společnost Henkel si i v tomto náročném období ve třetím čtvrtletí vedla dobře. Divize **Adhesive Technologies** zaznamenala oživení poptávky ve všech obchodních segmentech ve srovnání s druhým čtvrtletím a celkově dosáhla pozitivního růstu organických tržeb ve srovnání se stejným čtvrtletím předchozího roku. Divize **Beauty Care** také zaznamenala oživení v segmentu profesionální vlasové kosmetiky v porovnání s druhým čtvrtletím. Navzdory tomu byl její meziroční vývoj organických tržeb mírně negativní. Naopak maloobchodní segment dosáhl ve srovnání se třetím čtvrtletím roku 2019 velmi silného růstu organických tržeb. Díky vysoké poptávce po pracích a čistících prostředcích pro domácnost a dobíhajícímu vlivu z druhého čtvrtletí zaznamenala divize **Laundry & Home Care** výrazný růst organických tržeb a pokračovala tak ve svém úspěšném rozvoji.

*„Během koronavirové krize jsme se flexibilně a rychle přizpůsobili změnám a zároveň jsme pokračovali v energetickém plnění agendy pro smysluplný růst, kterou jsme představili v březnu tohoto roku. V novém výhledu na celý rok jsme představili naše očekávání týkajících se vývoje po zbytek roku. I když předpokládáme, že budeme i nadále pociťovat negativní dopady pandemie ve čtvrtém čtvrtletí, v klíčových regionech, které jsou pro společnost Henkel zásadní, neočekáváme tak rozsáhlé lockdowny, jaké jsme viděli během druhého čtvrtletí. Jsme přesvědčeni, že díky svým strategickým zaměřením na smysluplný růst máme dobrou pozici na to, abychom jsme vyšli z krize ještě silnější,“* dodal Carsten Knobel.

## Tržby na úrovni skupiny

Tržby na úrovni skupiny Henkel se ve **třetím čtvrtletí 2020 nominálně** snížily o 1,5 % na hodnotu 4999 milionů eur. **Organicky** (tj. očištěno o devizy, akvizice a odprodeje) se zvýšily o 3,9 %. Zvýšení na úrovni skupiny bylo způsobeno objemem, přičemž vývoj cen a objemů se u jednotlivých obchodních divizí lišil. Akvizice a odprodeje představovaly nárůst tržeb o 0,1 %, zatímco devizové efekty měly na tržby negativní dopad, a to ve výši 5,5 %.

Za **prvých devět měsíců roku 2020** tržby **nominálně** klesly o 4,5 % na 14 485 milionů eur. Společnost Henkel zaznamenala negativní vývoj tržeb ve výšce 2,1 % a to zejména kvůli poklesu objemu prodeje. Během prvních devíti měsíců letošního roku byly cenové trendy pouze lehce negativní. Obchodní výkonnost společnosti Henkel byla ovlivněna zejména v prvních šesti měsících roku negativními dopady pandemie COVID-19 a to hlavně v průmyslovém segmentu a segmentu profesionální vlasové kosmetiky. Po zaznamenání nejsilnějšího poklesu poptávky ve druhém čtvrtletí zaznamenala společnost Henkel výrazné oživení ve třetím čtvrtletí.

### Tržby na úrovni skupiny<sup>1</sup>

v miliónech eur	<b>3. čtvrtletí 2020</b>	<b>1–9/2020</b>
<b>Obrat</b>	<b>4 999</b>	<b>14 485</b>
<b>Změna oproti předcházejícímu roku</b>	<b>-1,5 %</b>	<b>-4,5 %</b>
Směnné kurzy	-5,5 %	-2,6 %
<b>Upravený o kurzové vlivy</b>	<b>4,0 %</b>	<b>-1,9 %</b>
Akvizice/odprodeje	0,1 %	0,2 %
<b>Organický</b>	<b>3,9 %</b>	<b>-2,1 %</b>
z toho cena	0,4 %	-0,2 %
z toho objem	3,5 %	-1,9 %

<sup>1</sup>Všechny jednotlivé hodnoty jsou zaokrouhlené. Jejich součet se může od uvedených celkových výsledků lišit.

**Rozvíjející se trhy** zaznamenaly ve **třetím čtvrtletí** růst organických tržeb ve výši 8,8 %. Organický vývoj tržeb na **vyspělých trzích** byl také pozitivní a představoval růst 0,6 %.

V regionu západní Evropy organické tržby meziročně klesly o 1,2 %. Naopak ve východoevropském regionu se podařilo tržby zvýšit o 10,4 %. V Africkém a středovýchodním regionu bylo dosaženo ve třetím čtvrtletí růst organických tržeb o 13,9 %. V Severní Americe představoval růst organických tržeb 2,9 % a v latinskoamerickém regionu 13,8 %. Asijsko-pacifický region zaznamenal pozitivní růst organických tržeb ve výši 1,2 %.

### Tržby podle regionů<sup>1</sup>

v miliónech eur	Západní Evropa	Východ. Evropa	Afrika/ Střední východ	Severní Amerika	Latinská Amerika	Asie a Pacifik	Firemní sektor	Skupina Henkel
<b>Obrat<sup>2</sup> červenec</b>								
–								
<b>říjen 2020</b>	<b>1 472</b>	<b>796</b>	<b>301</b>	<b>1 354</b>	<b>273</b>	<b>777</b>	<b>26</b>	<b>4 999</b>
Obrat <sup>2</sup> červenec								
–								
říjen 2019	1 485	815	325	1 328	299	796	30	<b>5 077</b>
Změna oproti předcházejícímu roku	-0,9 %	-2,3 %	-7,2 %	1,9 %	-8,6 %	-2,4 %	–	<b>-1,5 %</b>
Organický	-1,2 %	10,4 %	13,9 %	2,9 %	13,8 %	1,2 %	–	<b>3,9 %</b>
<b>Podíl na obratu skupiny za rok 2020</b>	<b>29 %</b>	<b>16 %</b>	<b>6 %</b>	<b>27 %</b>	<b>5 %</b>	<b>16 %</b>	<b>1 %</b>	<b>100 %</b>
Podíl na obratu skupiny za rok 2019	29 %	16 %	6 %	26 %	6 %	16 %	1 %	<b>100 %</b>

<sup>1</sup>Všechny jednotlivé hodnoty jsou zaokrouhlené. Jejich součet se může od uvedených celkových výsledků lišit.  
<sup>2</sup>Podle sídla společnosti

**Rozvíjející se trhy** vykázaly za **prvých devět měsíců roku 2020** růst organických tržeb na úrovni 1,3 %, zatímco **vyspělé trhy** zaznamenaly záporný vývoj tržeb ve výši 4,4 %.

## Tržby podle regionů<sup>1</sup>

v miliónech eur	Západní Evropa	Východ. Evropa	Afrika/ Střední východ	Severní Amerika	Latinská Amerika	Asie a Pacifik	Firemní sektor	Skupina Henkel
<b>Obrat<sup>2</sup> červenec–srpen 2020</b>	<b>4 322</b>	<b>2 240</b>	<b>956</b>	<b>3 917</b>	<b>792</b>	<b>2 177</b>	<b>81</b>	<b>14 485</b>
Obrat <sup>2</sup> červenec – srpen 2019	4 583	2 273	976	3 951	970	2 321	92	15 167
Změna oproti předcházejícímu roku	-5,7 %	-1,4 %	-2,0 %	-0,9 %	-18,4 %	-6,2 %	–	<b>-4,5 %</b>
Organický	-5,8 %	5,8 %	7,4 %	-3,2 %	-3,7 %	-3,8 %	–	<b>-2,1 %</b>
<b>Podíl na obratu skupiny za rok 2020</b>	<b>30 %</b>	<b>15 %</b>	<b>7 %</b>	<b>27 %</b>	<b>5 %</b>	<b>15 %</b>	<b>1 %</b>	<b>100 %</b>
Podíl na obratu skupiny za rok 2019	30 %	15 %	7 %	26 %	6 %	15 %	1 %	100 %

<sup>1</sup> Všechny jednotlivé hodnoty jsou zaokrouhlené. Jejich součet se může od uvedených celkových výsledků lišit.

<sup>2</sup> Podle sídla společnosti

## Tržby divize Adhesive Technologies

Tržby divize Adhesive Technologies se ve **třetím čtvrtletí roku 2020 nominálně** snížily o 4,8 % na 2 280 milionů eur. **Organický** (tj. očištěno o devizy, akvizice a odprodeje) se tržby zvýšily o 1,3 %. Objemový i cenový výkon byl pozitivní. Devizové efekty snížily tržby o 5,5 % a akvizice/odprodeje přispěly k dalšímu snížení o 0,6 %.

Za **prvních devět měsíců roku 2020** zaznamenala divize Adhesive Technologies pokles nominálních **tržeb** o 9,7 % na 6 433 milionů eur. V důsledku poklesu objemu se snížily organické tržby o 6,8 %. Pandemie COVID-19 měla negativní dopad na obchodní výsledky v prvním a převážně v druhém čtvrtletí. Třetí čtvrtletí bylo stále nepříznivě ovlivněno, a to hlavně poklesem průmyslové a automobilové výroby. Avšak ve srovnání s druhým čtvrtletím došlo k oživení poptávky v rámci všech obchodních segmentů.

### Tržby divize Adhesive Technologies<sup>1</sup>

v miliónech eur	3. čtvrtletí 2020	1–9/2020
<b>Obrat</b>	<b>2 280</b>	<b>6 433</b>
Podíl na obratu skupiny	46 %	44 %
<b>Změna oproti předcházejícímu roku</b>	<b>-4,8 %</b>	<b>-9,7 %</b>
Směnné kurzy	-5,5 %	-2,6 %
<b>Upravený o kurzové vlivy</b>	<b>0,7 %</b>	<b>-7,1 %</b>
Akvizice/odprodeje	-0,6 %	-0,3 %
<b>Organický</b>	<b>1,3 %</b>	<b>-6,8 %</b>
z toho cena	1,0 %	0,4 %
z toho objem	0,3 %	-7,2 %

<sup>1</sup> Všechny jednotlivé hodnoty jsou zaokrouhlené. Jejich součet se může od uvedených celkových výsledků lišit.

V jednotlivých obchodních segmentech vykázala ve třetím čtvrtletí divize Adhesive Technologies smíšené výsledky. V segmentu **Automotive & Metals** zaostal vývoj organických

tržeb pod úroveň předchozího roku. Po výrazném poklesu tržeb v první polovině roku se obchodní segment ve třetím čtvrtletí výrazně vzpamatoval a došlo k oživení. V oblasti **elektroniky a dodavatelského průmyslu**, která byla také zasažena pandemií COVID-19, vykázala dodavatelský průmysl negativní vývoj. Naopak elektronický průmysl vykázal pozitivní výsledky. Segment **obalů a spotřebního zboží** dosáhl dobrého vývoje organických tržeb, podporovaného silným růstem poptávky po spotřebním zboží a velmi silným růstem poptávky po obalech.

Segment pro **řemeslníky, stavebnictví a profesionály** dosáhl velmi silného růstu tržeb, což bylo způsobeno především dvouciferným nárůstem na trhu s řemeslnými a profesionálními produkty a také velmi silným růstem v oblasti stavebnictví. Částečně se tu také projevují pozitivními efekty dohánění slabších výsledků z druhého čtvrtletí.

Z pohledu regionů zaznamenala divize Adhesive Technologies velmi silný růst organických tržeb na **rozvíjejících se trzích**. Tržby vzrostly ve dvouciferném procentním rozmezí v regionech Latinské Ameriky a východní Evropy, přičemž výrazný růst byl zaznamenán i v regionu Afriky a Středního východu. Hlavní podíl na tomto vývoji měly segmenty obalů & spotřebního zboží a výrobky pro řemeslníky, stavebnictví a profesionály. V Asii (vyjma Japonska) jsme celkově zaznamenali stabilní vývoj tržeb. Velmi silný růst na čínském trhu nedokázal vyrovnat negativní vývoj v ostatních zemích regionu.

Na **vyspělých trzích** byl vývoj organických tržeb pod celkovou úroveň předcházejícího roku. Region západní Evropy byl obzvláště ovlivněn negativním vývojem v automobilovém & kovo zpracujícím průmyslu a elektrickém & dodavatelském průmyslu, přičemž výrazný růst tržeb na trhu s produkty pro řemeslníky, stavebnictví a profesionály dokázal vykryt tento pokles jen částečně. Region Severní Ameriky byl rovněž ovlivněn poklesem poptávky v segmentech automobilového & kovo zpracujícího průmyslu a elektronického & dodavatelského průmyslu. Naopak silného růstu organických tržeb se dosáhl v segmentu obalů a spotřebního zboží.

## Tržby divize Beauty Care

V divizi Beauty Care se tržby ve **třetím čtvrtletí 2020 zvýšily nominálně** o 3,0 % na 999 milionů eur. **Organicky** (tj. očištěno o devize, akvizice a odprodeje) vzrostly tržby o 4,3 %. K tomuto výsledku přispěl vývoj objemu a cen jednotlivých produktů. Kurzové vlivy snížily tržby o 3,3 %. Akvizice a odprodeje přispěly k růstu tržeb o 2,0 %.

**Za prvních devět měsíců** roku 2020 poklesly **tržby** divize Beauty Care meziročně **nominálně** o 3,9 % na 2 818 milionů eur. V důsledku poklesu objemu se **organické** tržby snížily o 4,2 %. Po negativním vývoji na trhu profesionální vlasové kosmetiky, způsobeným pandemií COVID-19 v prvním a zejména druhém čtvrtletí, došlo ve třetím čtvrtletí k výraznému oživení. Po slabších prvních šesti měsících se tržby ve třetím čtvrtletí výrazně vzchopily, a to hlavně v segmentu spotřebního zboží.

### Tržby divize Beauty Care<sup>1</sup>

v miliónech eur	3. čtvrtletí	
	2020	1-9/2020
<b>Obrat</b>	<b>999</b>	<b>2 818</b>
Podíl na obratu skupiny	20 %	19 %
<b>Změna oproti předcházejícímu roku</b>	<b>3,0 %</b>	<b>-3,9 %</b>
Směnné kurzy	-3,3 %	-1,9 %
<b>Upravený o kurzové vlivy</b>	<b>6,3 %</b>	<b>-2,0 %</b>
Akvizice/odprodeje	2,0 %	2,2 %
<b>Organický</b>	<b>4,3 %</b>	<b>-4,2 %</b>
z toho cena	1,6 %	0,1 %
z toho objem	2,7 %	-4,3 %

<sup>1</sup> Všechny jednotlivé hodnoty jsou zaokrouhlené. Jejich součet se může od uvedených celkových výsledků lišit.

Segment **značkového spotřebního zboží** dosáhl ve **třetím čtvrtletí** velmi silného růstu organických tržeb. Stejně jako ve druhém čtvrtletí zaznamenala kategorie Péče o tělo dvouciferný procentní růst. Zejména značka **Dial** si dokázala udržet velmi silný růst z druhého čtvrtletí. Poté, co v první polovině roku došlo k negativnímu vývoji v kategorii vlasové kosmetiky, dosáhla nyní velmi silného růstu tržeb, ke kterému přispěl dvouciferný procentní růst organických tržeb na trhu s barvami na vlasy. Výrazné zlepšení a růst tržeb jsme také zaznamenali u výrobků pro péči o vlasy. Stylingové přípravky však z důvodu změny chování spotřebitelů, způsobené pandemií COVID-19, zaostaly za výsledky z předcházejícího roku.

Přestože negativní vliv pandemie onemocnění COVID-19 na prodej profesionální vlasové kosmetiky přetrvával i ve třetím čtvrtletí, ve srovnání s prvními šesti měsíci došlo k výraznému oživení. V meziročním vyjádření jsme zaznamenali pozitivní růst v západní Evropě a velmi silný růst v latinskoamerickém regionu. Navzdory negativnímu vývoji organických tržeb, i ostatní regiony vykázaly ve srovnání s prvním pololetím výrazné zlepšení.

Velmi silné výsledky v kategorii značkového spotřebního zboží a oživení v segmentu profesionální vlasové kosmetiky se projevily také v regionech. Výrazný růst organických tržeb zaznamenaly ve třetím čtvrtletí **rozvíjející se trhy**. Tento výsledek je možné ve velké míře přičíst významnému zvýšení obratu ve východní Evropě a na trzích Latinské Ameriky. Pozitivní růst tržeb zaznamenala Asie (bez Japonska). Naopak, v Africe a na Středním východě došlo k negativnímu vývoji.

Velmi silný vývoj organických tržeb zaznamenaly **vyspělé trhy**. Na dvouciferném procentuálním růstu tržeb v Severní Americe měla zásluhu především kategorie tělové kosmetiky, která také zaznamenala dvouciferný růst. Pozitivní vývoj byl i v západní Evropě, kde k němu přispívaly segmenty značkového spotřebního zboží i profesionální vlasové kosmetiky. Naopak vývoj na vyspělých trzích asijsko-pacifického regionu byl negativní, hlavně na trhu s profesionální vlasovou kosmetikou.

## Tržby divize Laundry & Home Care

Tržby divize Laundry & Home Care dosáhly ve **třetím čtvrtletí 2020** hodnoty 1 693 mil. eur, což představuje **nominální** zvýšení o 0,7 % v porovnání se stejným obdobím předchozího roku. **Organicky** (tj. očištěno o devizy, akvizice a odprodeje) se tržby této divize zvýšily o významných 7,7 %. Hlavní příčinou tohoto růstu bylo výrazné zvýšení objemu prodaných výrobků, který byl mírně vyrovnáván negativním cenovým trendem. Akvizice a odprodeje neměly na tržby zásadní vliv. Naopak kurzové vlivy snížily obrat o 7,0 %.

Za **prvních devět měsíců roku 2020** se **tržby** divize Laundry & Home Care **nominálně** zvýšily o 2,7 % na 5 153 mil. eur. **Organické** tržby vzrostly o výrazných 5,8 % zejména díky zvýšenému objemu prodaných výrobků. Po velmi silném zvýšení tržeb v prvním a druhém čtvrtletí dosáhla tato obchodní divize výrazného růstu i ve třetím čtvrtletí.

### Tržby divize Laundry & Home Care<sup>1</sup>

v miliónech eur	3. čtvrtletí	
	2020	1–9/2020
<b>Obrat</b>	<b>1 693</b>	<b>5 153</b>
Podíl na obratu skupiny	34 %	36 %
<b>Změna oproti předcházejícímu roku</b>	<b>0,7 %</b>	<b>2,7 %</b>
Směnné kurzy	-7,0 %	-3,1 %
<b>Upravený o kurzové vlivy</b>	<b>7,7 %</b>	<b>5,8 %</b>
Akvizice/odprodeje	0,0 %	0,0 %
<b>Organický</b>	<b>7,7 %</b>	<b>5,8 %</b>
z toho cena	-1,1 %	-1,2 %
z toho objem	8,8 %	7,0 %

<sup>1</sup> Všechny jednotlivé hodnoty jsou zaokrouhlené. Jejich součet se může od uvedených celkových výsledků lišit.

Tak jako v prvních dvou čtvrtletích, organické tržby v segmentu výrobků pro **domácnost** opět dosáhly dvouciferného procentního růstu i ve **třetím čtvrtletí**. K tomuto dobrému výsledku ve velké míře přispěly naše značky **Pril**, **Bref** a **Somat**, které zaznamenaly dvouciferný růst v kategoriích čisticích prostředků na nádobí, čisticích prostředků pro tvrdé povrchy a čisticích prostředků na WC. Uvedený trend byl podpořen zvýšenou poptávkou po čisticích prostředcích

pro domácnost v důsledku pandemie onemocnění COVID-19, i našimi úspěšnými produktovými inovacemi.

Kategorie **pracích prostředků** zaznamenala ve třetím čtvrtletí silný růst, ke kterému přispěla poptávka po vysoce účinných pracích prostředcích. Výrazný růst zaznamenala naše klíčová značka **Persil**, v neposlední řadě i díky našim inovačním iniciativám. Tržby v kategorii pracích kapslí dosáhly dvouciferného růstu a pokračovaly tak v úspěšných výsledcích, které tato kategorie dosáhla za prvních šest měsíců. Dvouciferného procentního růstu dosáhly i **všechny** naše severoamerické značky.

Na **rozvíjejících se trzích** jsme ve třetím čtvrtletí dosáhli dvouciferného růstu organických tržeb, nejvýrazněji v regionech Afriky a Středního východu, Asie (bez Japonska) a Latinské Ameriky. Východoevropský region zaznamenal výrazný růst organických tržeb.

Výsledky na **vyspělých trzích** byly celkově silné. Divize Laundry & Home Care dosáhla velmi silného růstu organických tržeb, a to zejména v severoamerickém regionu. Tento vývoj je částečně možné připsat dohánění vlivů z druhého čtvrtletí. Tržby se dobře vyvíjely i v regionu západní Evropy. Vyspělé trhy v asijsko-pacifickém regionu rostly dvouciferně.

## Čistá aktiva a finanční pozice skupiny

V čistých aktivech a finanční pozici skupiny nedošlo ve sledovaném období k podstatným změnám v porovnání se stavem ke 30. červnu 2020.

## Výhled skupiny Henkel

Dne 7. dubna 2020 představenstvo Henkel AG & Co. KGaA v reakci na dynamické šíření pandemie COVID-19 a vysokou míru nejistoty o jejím vlivu na globální ekonomický vývoj rozhodlo, že přestane uplatňovat prognózu pro fiskální rok 2020, která byla představena ve společné zprávě za rok 2019.

Na základě obchodního vývoje za prvních devět měsíců roku 2020 a na základě předpokladů týkajících se obchodních výsledků ve čtvrtém čtvrtletí představenstvo Henkel AG & Co. KGaA schválilo 9. října 2020 nový výhled pro fiskální rok 2020.

V důsledku pandemie COVID-19 se ve fiskálním roce 2020 očekává velmi nepříznivý vývoj světového hospodářství. Nový výhled vychází z předpokladu, že ačkoli průmyslová poptávka a obchodní aktivity v oblastech, které jsou pro společnost Henkel důležité, zaostávají ve čtvrtém čtvrtletí za úrovněmi předchozího roku, nedojde k jejich zásadnímu zhoršení. V této souvislosti bude rozhodujícím faktorem další vývoj globálního šíření onemocnění COVID-19 a protipandemická omezení. Henkel předpokládá, že v klíčových regionech, které jsou pro společnost zásadní, nebudou ve čtvrtém čtvrtletí zavedeny rozsáhlé lockdowny.

Po zohlednění uvedených faktorů **skupina Henkel** očekává **růst organických tržeb** v rozsahu -1,0 až -2,0 % za fiskální rok 2020.

V případě divize **Adhesive Technologies**, která bude pravděpodobně nejvíce postižena prudkým propadem poptávky v průmyslu obecně, a v automobilovém sektoru obzvláště, Henkel očekává růst organických tržeb od -5,5 % do -6,5 %. Pro divizi **Beauty Care** Henkel v současnosti očekává růst organických tržeb od -2,0 % do -3,0 %. Výrazný pokles v segmentu



profesionální vlasové kosmetiky způsoben pandemií bude mít negativní vliv na výsledky této obchodní divize za celý fiskální rok, zatímco růst se očekává v kategorii značkového spotřebního zboží. V případě divize **Laundry & Home Care** očekává společnost Henkel růst organických tržeb na úrovni 4,5 až 5,5 %.

Očekáváme, že příspěvek k růstu nominálních tržeb skupiny Henkel z akvizic v letech 2019 a 2020 bude v nízkém jednociferném procentním rozmezí. Negativní účinek kurzových vlivů se očekává v dolní až střední části jednociferného procentního rozpětí.

Očekávaná **upravená návratnost tržeb (upravená marže EBIT)** se na úrovni **skupiny** pohybuje v rozsahu 13,0 až 13,5 %. V případě divize **Adhesive Technologies** očekává společnost Henkel upravenou marži EBIT v rozmezí od 14,5 do 15,0 %, v případě divize **Beauty Care** od 10,0 do 10,5 % a u divize **Laundry & Home Care** od 15,0 do 15,5 %. Pokles tržeb v segmentu dodavatelského průmyslu a profesionální vlasové kosmetiky způsoben pandemií bude mít negativní dopad na upravenou marži EBIT. Jak bylo oznámeno počátkem roku, Henkel také zvyšuje investice do marketingu, reklamy, digitalizace a IT.

Očekává se, že **upravený zisk na preferovanou akcii (EPS)** při konstantních směnných kurzech klesne v rozsahu od 18,0 do 22,0 %.

Kromě toho v roce 2020 očekáváme:

- restrukuralizační výdaje ve výši 250 až 300 milionů eur
- záporné peněžní toky z investic do budov, strojů a zařízení a do nehmotného majetku ve výši 650 až 700 milionů eur.

## O společnosti Henkel

Společnost Henkel působí globálně s vyváženým a diverzifikovaným portfoliem. Společnost si drží vedoucí pozice napříč svými třemi obchodními divizemi v průmyslových i spotřebitelských podnicích díky silným značkám, inovacím a technologiím. Henkel Adhesive Technologies je světovým lídrem na trhu s lepidly – napříč všemi průmyslovými segmenty po celém světě. V divizích Laundry & Home Care a Beauty Care má společnost Henkel vedoucí postavení na mnoha trzích a kategoriích po celém světě. Společnost Henkel, založená v roce 1876, se ohlíží zpět na více než 140 let úspěchu. V roce 2019 společnost Henkel vykázala tržby ve výši přibližně 20 miliard EUR a provozní zisk ve výši přibližně 3,2 miliardy EUR. Společnost Henkel zaměstnává po celém světě kolem 52 000 lidí – nadšený a velmi rozmanitý tým spojený silnou firemní kulturou, sdílenými hodnotami a společným cílem vytvořit udržitelnou hodnotu. Jako uznávaný vůdce v udržitelnosti má společnost Henkel přední postavení v mnoha mezinárodních indexech a žebříčkách. Prioritní akcie společnosti Henkel jsou uvedeny v německém akciovém indexu DAX. Pro více informací navštivte prosím [www.henkel.com](http://www.henkel.com).

Tento dokument obsahuje výhledová stanoviska opírající se o předpoklady vypracované managementem společnosti Henkel. Stanoviska týkající se budoucího vývoje charakterizuje použití slov jako „očekávat“, „zamýšlet“, „plánovat“, „předpokládat“, „domnívat se“, „odhadovat“ a další podobné výrazy. Tyto informace obsahují výhledová prohlášení, která jsou založena na současných odhadech a

předpokladech podnikového vedení společnosti Henkel AG & Co. KGaA. Takováto prohlášení by neměla být chápána tak, že se tato očekávání ukáží jako přesná. Budoucí výsledky a dosažené výsledky společnosti Henkel AG & Co. KGaA a jejích dceřiných společností závisí na řadě rizik a nejistot, a proto se mnohou výrazně liší od výhledových prohlášení. Mnoho těchto faktorů je mimo kontrolu společnosti Henkel a nelze je předem přesně odhadnout, například budoucí ekonomické prostředí a jednání konkurentů a dalších subjektů zapojených do trhu. Společnost Henkel neplánuje ani se nezavazuje aktualizovat žádná výhledová prohlášení.

Tento dokument obsahuje doplňující finanční ukazatele, které nejsou jednoznačně definované v rámci platného finančního výkazu a které jsou nebo mohou být alternativními ukazateli výkonnosti. Při posuzování čistých aktiv, finanční situace a výsledků operací společnosti Henkel by tyto doplňkové finanční ukazatele neměly být posuzovány izolovaně nebo jako alternativy k finančním ukazatelům prezentovaným v souladu s příslušným rámcem účetního výkazu v konsolidované účetní uzávěrce. Jiné společnosti, které vykazují nebo uvádějí alternativní ukazatele výkonnosti s podobnými názvy, je mohou vypočítat odlišně.

Tento dokument slouží výlučně pro informační účely a nepředstavuje investiční radu nebo nabídku k prodeji či nákupu cenných papírů.

## **Kontakt**

Zuzana Kaňuchová

Ředitelka korporátní komunikace

Telefon: +421 917 160 597

E-mail: [zuzana.kanuchova@henkel.com](mailto:zuzana.kanuchova@henkel.com)