

Tromesečni izveštaj Q3 2020

Jul–Septembar

Dobar poslovni rezultat uprkos kontinuirano teškim uslovima na tržištu usled pandemije izazvane virusom COVID-19

Henkel postigao snažan organski rast prodaje u trećem kvartalu

- **Organski rast prodaje Grupe za 3,9 odsto na oko 5 milijardi evra; nominalno -1,5 odsto**
- **Svi poslovni sektori pokazuju pozitivan razvoj:**
 - **Adhezivi Tehnologije sa pozitivnim organskim rastom prodaje od 1,3 odsto, nominalno -4,8 odsto**
 - **Beauty Care izveštava o veoma jakom rastu organske prodaje od 4,3 odsto, nominalno 3,0 odsto**
 - **Deterdženti i kućna hemija postiču značajan organski rast prodaje od 7,7 odsto, nominalno 0,7 odsto**
- **Razvoj prodaje po regionima pokazuje različitu sliku: tržišta u razvoju 8,8 odsto, zrela tržišta 0,6 odsto**
- **Novе smernice za fiskalnu 2020. predstavljene u oktobru**

Diseldorf, 10. novembra 2020. - Henkel je ostvario snažan organski rast prodaje od 3,9 odsto u **trećem kvartalu fiskalne 2020. godine** - uprkos kontinuirano izazovnom ekonomskom okruženju usled pandemije COVID-19. **Prodaja Grupe** iznosila je oko 5 milijardi evra, što odgovara nominalnoj promeni od -1,5 odsto. Početkom oktobra Henkel je objavio preliminarne podatke o prodajnim rezultatima u trećem kvartalu i predstavio svoje nove smernice za fiskalnu 2020 godinu.

„Uticaji globalne krize izazvane koronavirusom i dalje određuju tržišno okruženje. Ipak, Henkel je ostvario dobre poslovne rezultate u trećem kvartalu, uz doprinos sva tri poslovna sektora. Ovo je dokaz našeg snažnog, raznolikog portfolija koji se sastoji od uspešnih brendova i inovativnih tehnologija za naše kupce u industrijskom segmentu i potrošače u okviru proizvoda široke potrošnje. Pored toga, naša dodatna ulaganja u marketing, inovacije i digitalizaciju se isplaćuju. Uz to, značajno smo proširili digitalnu prodaju u trećem kvartalu, povećavajući njen ukupan udeo u prodaji na više od 15 odsto“, rekao je izvršni direktor kompanije Henkel, Karsten Knobel.

„Dobar učinak u trećem kvartalu delom je posledica i efekata nadokande iz drugog kvartala, kada su zabeleženi ozbiljni negativni uticaji pandemije COVID-19. Međutim, pre svega, ovo je rezultat našeg snažnog globalnog tima, koji u ovom neviđenom i izazovnom vremenu za sve nas pokazuje ogromnu posvećenost nastavljajući da doprinosi dugoročnom uspehu Henkela.“

Henkel je dobro poslovaao u izazovnom tržišnom okruženju u trećem kvartalu. Poslovni sektor **Adhezivi Tehnologije** uspeo je da zabeleži oporavak potražnje u svim oblastima poslovanja u odnosu na drugi kvartal i u celosti gledano ostvario je pozitivan organski rast prodaje u poređenju sa istim kvartalom prethodne godine. U poslovnom sektoru **Beauty Care**, primetan je i oporavak proizvoda za frizerske salone u odnosu na drugi kvartal. Međutim, organski razvoj prodaje ovog sektora je iz godine u godinu bio blago negativan. Suprotno tome, maloprodaja je ostvarila veoma snažan organski rast prodaje u poređenju sa trećim kvartalom 2019. godine. S obzirom na to da je potražnja za deterdžentima za veš i sredstvima za čišćenje domaćinstva i dalje jaka, a zahvaljujući efektima nadokande iz drugog kvartala, poslovni sektor **Deterdžetni i kućna hemija** bio je u mogućnosti da postigne značajan organski rast prodaje, i time nastavio svoj uspešan razvoj.

„Tokom krize izazvane koronavirusom smo bili fleksibilni i brzo se prilagodili promenama, nastavljajući da energično sledimo agendu svrsishodnog rasta prikazanu u martu ove godine. Sa novim godišnjim smernicama, predstavili smo očekivanja za naš razvoj tokom ostatka godine. Pretpostavljamo da ćemo nastaviti da osećamo negativne uticaje pandemije u četvrtom kvartalu ali ipak ne očekujemo da ponovne stroge karantine i zaključavanja - poput onih iz drugog kvartala - u ključnim regionima od suštinskog značaja za Henkel. Uvereni smo da smo, sa našim strateškim fokusom na svrsishodni rast, u dobrom položaju da iz krize izađemo jači“, dodao je Knobel.

Rezultati prodaje Grupe

U **trećem kvartalu 2020.** prodaja Henkel Grupe **nominalno** je opala za -1,5 odsto na 4.999 milijardi evra. **Organski** (tj. prilagođeno efektima valute i akvizicijama/divesticijama), prodaja je porasla za 3,9 odsto. Na nivou Grupe, rast je vođen obimom, pri čemu su se kretanja cena i obima razlikovala između poslovnih sektora. Akvizicije i divesticije povećale su prodaju za 0,1 odsto. Efekti valute imali su negativan uticaj od -5,5 odsto na učinak prodaje.

U **prvih devet meseci 2020.** prodaja je **nominalno** opala za -4,5 odsto na 14.485 milijardi evra. **Organski** je Henkel zabeležio negativan razvoj prodaje od -2,1 odsto, prvenstveno zbog efekata obima. Tokom prvih devet meseci ove godine kretanje cena bilo je pomalo negativno. Na Henkelove poslovne performanse, posebno u prvih šest meseci godine, zabeleženi su negativni uticaji pandemije COVID-19 posebno na industrijsko poslovanje i poslovanje u okviru frizerskih usluga. Nakon najjačeg pada zabeleženog u drugom kvartalu, Henkelovi poslovni sektori su se oporavili u trećem kvartalu.

Učinak prodaje poslovnog sektora Adhezivi Tehnologije

Prodaja koju je ostvario poslovni sektor Adhezivi Tehnologije **nominalno** je opala za -4,8 odsto na 2.280 milijardi evra u **trećem kvartalu 2020. godine. Organski** (tj. prilagođeno efektima valute i akvizicijama/divesticijama), prodaja je porasla za 1,3 odsto. Performanse obima i cena bili su pozitivni. Efekti valute su smanjili prodaju za -5,5 odsto, a akvizicije/divesticije za dodatnih -0,6 posto.

U prvih devet meseci 2020. godine, poslovni sektor Adhezivi Tehnologije zabeležio je nominalni pad **prodaje** od -9,7 odsto na 6.433 milijardi evra. **Organski**, prodaja se smanjila za -6,8 odsto, zbog efekata obima.

Učinak prodaje poslovnog sektora Beauty Care

U poslovnoj jedinici Beauty Care prodaja je **nominalno** porasla za 3,0 procenta na 999 miliona evra u **trećem kvartalu 2020. godine. Organski** (tj. prilagođeno efektima valute i akvizicijama/divesticijama), prodaja je porasla za 4,3 odsto.

U prvih devet meseci 2020. godine, prodaja poslovne jedinice Beauty Care **nominalno** je pala -3,9 odsto u odnosu na prošlu godinu, na 2.818 milijardi evra. **Organski**, prodaja je opala za -4,2 odsto usled efekata obima.

Učinak prodaje sektora Deterdženti i kućna hemija

Poslovna jedinica Deterdženti i kućna hemija ostvarila je prodaju od 1.693 milijardi evra u **trećem kvartalu 2020. godine**, što odgovara **nominalnom** povećanju od 0,7 odsto u odnosu na kvartal prethodne godine. **Organski** (tj. prilagođeno efektima valute i akvizicijama/divesticijama), prodaja u poslovnoj jedinici porasla je znatno, za 7,7 odsto.

U prvih devet meseci 2020. godine, prodaja poslovnog sektora Deterdženti i kućna hemija **nominalno** je porasla za 2,7 odsto na 5.153 milijardi evra. **Organski** je poslovanje ovog sektora ostvarilo vrlo snažan rast prodaje od 5,8 procenta, vođen obimom.

Neto imovina i finansijski položaj Grupe

U poređenju sa pozicijom zabeleženom 30. juna 2020. godine, nije bilo značajnih promena u neto imovini i finansijskom položaju Grupe u posmatranom periodu.

Predviđanja za Henkel Grupu

7. aprila 2020. godine - usled dinamičnog širenja pandemije COVID-19 i visokog nivoa neizvesnosti u vezi sa uticajem i razvojem globalne ekonomije - Upravni odbor Henkel AG & Co. KGaA odlučio je da više ne održava prognozu za fiskalnu 2020. godinu predstavljenu u kombinovanom izveštaju o upravljanju za 2019. godinu.

Na osnovu poslovnog razvoja u prvih devet meseci 2020. godine i pretpostavki u vezi sa poslovnim rezultatima u četvrtom kvartalu, upravni odbor Henkel AG & Co. KGaA odobrio je nova predviđanja za fiskalnu 2020. godinu, 9. oktobra 2020. godine.

Zbog efekata pandemije COVID-19, u fiskalnoj 2020. očekuje se snažno negativan razvoj globalne ekonomije. Nova prognoza se zasniva na pretpostavci da će u četvrtom kvartalu industrijska potražnja i poslovne aktivnosti u oblastima od značaja za Henkel biti niža nego prethodne godine, ali se neće znatno pogoršati. Odlučujući faktor u ovom kontekstu biće dalji razvoj globalnih stopa zaraze i ograničenja zbog pandemije. Tokom formulisanja svojih smernica, Henkel pretpostavlja da u ključnim regionima od suštinskog značaja za kompaniju neće biti dalekosežnog zaključavanja u četvrtom kvartalu 2020. godine.

Uzimajući u obzir ove faktore, **Henkel Grupa** očekuje **organski rast prodaje** od između -1,0 i -2,0 odsto u fiskalnoj 2020 godini.

Kada je poslovni sektor **Adhezivi Tehnologije** u pitanju Henkel predviđa organski rast prodaje u rasponu između -5,5 i -6,5 odsto, imajući u vidu da će na rezultat verovatno uticati nagli pad opšte industrijske tražnje, a posebno automobilske industrije. Za poslovni sektor **Beauty Care**, Henkel trenutno predviđa organski rast prodaje u rasponu od -2,0 i -3,0 odsto. Značajan pad poslovanja u oblasti frizerskih usluga usled pandemije imaće uticaja na poslovnu jedinicu u celoj fiskalnoj godini, dok je rast predviđen u okviru brendova široke potrošnje. Za poslovni sektor **Deterdženti i kućna hemija**, Henkel očekuje organski rast prodaje u rasponu između +4,5 i +5,5 odsto.

Očekujemo da će doprinos nominalnom rastu prodaje Henkel Grupe od akvizicija 2019. i 2020. biti u niskom jednocifrenom procentnom opsegu. Očekuje se da će prevođenje prodaje u stranim valutama imati negativan efekat u niskom i srednjem jednocifrenom procentnom opsegu.

Henkel na nivou Grupe očekuje da će postići **korigovani prinos od prodaje (EBIT marža)** u rasponu između 13,0 i 13,5 odsto. Za poslovni sektor **Adhezivi Tehnologije**, Henkel očekuje EBIT maržu u rasponu između 14,5 i 15,0 odsto, za **Beauty Care** u rasponu od 10,0 do 10,5 odsto, dok se za **Deterdžente i kućnu hemiju** očekuje raspon između 15,0 i 15,5 odsto. Pad prodaje u industrijskom segmentu i segmentu za frizerske salone ubog pandemije će imati negativan uticaj na korigovanu EBIT maržu. Kao što je najavljeno početkom godine, Henkel takođe povećava ulaganja u marketing, oglašavanje, digitalizaciju i IT.

Očekuje se da će **korigovani prinos po prioritetnoj akciji (EPS)** pri stalnom kursu opadati u rasponu između -18 i -22 odsto.

Naša očekivanja za ostatak 2020. godine su sledeća:

- Troškovi restrukturiranja od 250 do 300 miliona evra
- Odlivi gotovine od investicija u nekretnine, postrojenja i opremu i nematerijalnu imovinu između 650 i 700 miliona evra

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.

Finansijski kalendar

Objavljivanje izveštaja za fiskalnu 2020:

Četvrtak, 4. mart, 2021. godine

Annual General Meeting Henkel AG & Co. KGaA 2021:

Petak, 16. april 2021. godine

Kontakt

Jelena Gavrilović Šarenac

Telefon: +381 11 207 22 09

E-mail: jelena.sarenac@henkel.com

Jelena Stojanović

Telefon: +381 11 207 21 86

E-mail: jelena.stojanovic@henkel.com

Dodatne informacije koje sadrže materijal za preuzimanje i link za slušanje telefonske konferencije dostupne su na:

www.henkel.com/press

www.henkel.com/ir

www.henkel.rs