

Saopštenje za medije

4. mart 2021.

Henkel će predložiti dividende kao na prošlogodišnjem nivou

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

- **Balansiran portfolio, moćne inovacije, finansijska snaga, i posvećen tim ključni su razlozi za snažan poslovni rezultat tokom globalne krize**
- **Rezultati za 2020. na višem nivou u okviru ciljeva za celu godinu:**
 - **Prodaja grupe dostigla 19,3 milijarde evra, organski:-0,7 odsto**
 - **EBIT marža* iznosila 13,4 odsto, -260 baznih poena, što odgovara operativnom profitu* od 2,6 milijardi evra**
 - **Prihod po prioritetnoj akciji (EPS)*:4,26 evra.**
 - **17,9 odsto po stalnim kursovima**
- **Veoma snažan slobodan novčani tok od 2,3 milijarde evra, neto finansijska pozicija značajno unapređena**
- **Predložene dividende na nivou od prošle godine:1,85 evra po prioritetnoj akciji**
- **Realizacija agende zarad svrsishodnog rasta u skladu s planom, jasan plan za dalje sprovođenje u 2021. i u budućnosti**
- **Prognoza za 2021:**
 - **Organski rast prodaje: sa 2,0 na 5,0 odsto**
 - **EBIT marža*: sa 13,5 na 14,5 odsto**
 - **Prihod po prioritetnoj akciji (EPS)*: rast između 5,0 i 15,0 odsto pri stalnim kursovima**

Diseldorf - „Uprkos oštrm padu globalne ekonomije pod uticajem pandemije COVID-19, u 2020. godini ostvarili smo snažne ukupne rezultate u svim poslovnim sektorima. Tokom cele godine, naši rezultati bili su na višem nivou u okviru planiranih vrednosti. Postigli smo to zahvaljujući našem balansiranom portfoliju, uspešnim inovacijama, i

finansijskoj snazi kao i izvanrednoj posvećenosti naših zaposlenih širom sveta. Želeo bih da se zahvalim svima njima na izvanrednom doprinosu u ovoj zaista izazovnoj godini", rekao je Izvršni direktor Karsten Knobel.

„Zabeležili smo prodaju od 19,3 milijarde evra, malo ispod nivoa iz prošle godine kada se posmatra organska prodaja, i održali profitabilnost poslovanja sa korigovanom EBIT maržom od 13,4 odsto. Takođe smo generisali vrlo snažan slobodan tok gotovine od više od 2,3 milijarde evra, skoro na rekordnom nivou iz prošle godine. Na osnovu ovih snažnih rezultata i zahvaljujući našoj snažnoj finansijskoj osnovi, predložićemo stabilnu dividendu našim akcionarima na sledećoj godišnjoj Skupštini akcionara. Tokom poslednjih 35 godina, otkada je izašao na berzu, Henkel je uvek isplaćivao dividende koje su više ili na nivou od prošle godine“, dodao je Knobel.

„Tokom COVID-19 krize, fleksibilno i brzo smo se prilagodili promenama na našim tržištima, stavljajući bezbednost naših zaposlenih u vrh prioriteta. U isto vreme, uspeli smo da uspešno pokrenemo sprovođenje naše strateške agende na svim osnovama: oblikujući pobednički portfolio, stvarajući konkurentnu prednost ubrzavanjem značajnih inovacija, čvrsto integrišući održivost u sve što radimo, pokretanjem digitalne transformacije, kao i pripremom poslovnih modela koji su spremni za budućnost. Ono što mi je najvažnije, ojačali smo našu kulturu saradnje i napravili snažan zamah ka promenama, koje će nam omogućiti da isporučimo superiorne rezultate i svrsishodan rast - za naše klijente i potrošače, našu kompaniju, zaposlene i akcionare, kao i za društvo i planetu.“

Tokom godine poslovni sektor Adhezivi Tehnologije prijavio je prodaju ispod nivoa od prethodne godine, što odražava značajan pad potražnje ključnih industrija. Međutim, zahvaljujući širini svog portfolija i uspešnim inovativnim rešenjima, poslovni sektor je dokazao svoju snagu tokom globalnog ekonomskog pada.

Razvoj organske prodaje u poslovnom sektoru Beauty Care bio je manji u odnosu na prošlogodišnji nivo, zbog snažnog uticaja na poslovanje frizera zbog obaveznih zatvaranja, dok je maloprodaja ostvarila dobar rast. To je rezultat uspešnog razvoja glavnih brendova, kao i predstavljanja novih proizvoda kao odgovor na ključne potrošačke trendove.

Poslovni sektor Deterdženti i kućna hemija postigao je veoma snažan organski rast prodaje koji je rezultat kako porasta potražnje za higijenskim proizvodima i uspešnim inovacijama, tako i odgovora na povećanu tražnju za više održivim proizvodima.

Nakon snažnog negativnog uticaja na prodaju Adheziva Tehnologija i sektora Beauty Care zbog pandemije i zatvaranja u drugom tromesečju, sve tri poslovne jedinice su u drugoj polovini 2020. imale dobar organski rast u odnosu na prethodnu godinu. Razvoj poslovanja u oblasti robe široke potrošnje sektora Beauty Care i Deterdženti i kućna hemija takođe je podržan povećanim investicijama u brendove, inovacije i digitalizaciju.

„Razvoj naših prihoda ogleda se u našim povećanim investicijama koje smo pojačali, kao što je najavljeno, na početku 2020. godine - uprkos krizi. Pad potražnje u ključnim poslovnim segmentima tokom COVID-19 krize takođe je negativno uticao na našu profitabilnost. Međutim, zahvaljujući našem uspešnom upravljanju troškovima i implementaciji unapređenjih poslovnih modela, uspeali smo da delimično umanjimo uticaj krize na naše prihode,“ objasnio je Karsten Knobel.

„Dok upravljamo trenutnom krizom, ostajemo potpuno posvećeni našoj ambicioznoj agendi za rast u narednim godinama. Gledajući u budućnost, više nego ikad smo uvereni da ćemo realizovati našu agendu za svrsishodan rast (Purposeful Growth) sa našim globalnim timom, kao i da ćemo uspešno oblikovati našu budućnost.“

Prognoza za 2021. godinu

Henkel očekuje da će generisati rast prodaje i prihoda u fiskalnoj 2021. godini. Kompanija očekuje organski rast prodaje od 2,0 do 5,0 odsto i korigovani prinos od prodaje (EBIT marža) u opsegu od 13,5 do 14,5 odsto. Za korigovani prihod po prioritetnim akcijama (EPS) pri konstantnim kursovima, Henkel očekuje povećanje od 5,0 do 15,0 odsto.

Prodaja Grupe i rezultati od prihoda u fiskalnoj 2020. godini

Sa 19,25 milijardi evra, **prodaja** Henkel Grupe u fiskalnoj 2020. bila je -4,3 odsto ispod perioda iz prethodne godine. **Organski** rast prodaje, ne računajući uticaj valuta i akvizicija/divesticija, zabeležio je slabi pad od -0,7 odsto. Doprinos od akvizicija i divesticija iznosio je 0,3 odsto. Uticaj kursa na prodaju bio je negativan i iznosio je -3,9 odsto. **Korigovani prinos od prodaje (korigovana EBIT marža)** dostigao je 13,4 odsto, -2,6 procentnih poena manje u odnosu na prethodnu godinu. Na razvoj su takođe uticale veće investicije u marketing i oglašavanje, kao i u digital i IT. **Korigovani prihodi po prioritetnoj akciji** su opali za -21,5 odsto sa 5,43 evra u fiskalnoj godini 2019. na 4,26 evra. Pri konstantnim kursovima, korigovani prihodi po preferencijalnim akcijama smanjeni su za -17,9 odsto.

Neto obrtni kapital značajno je unapređen i iznosio je na 0,7 odsto prodaje, u odnosu na 3,9 odsto iz prošle godine. **Slobodni tokovi gotovine** ostali su vrlo snažni. Na nivou od 2.338 miliona evra, skoro su dostigli nivo iz prethodne godine (2019. godine 2. 471 miliona evra). Na datum 31. decembar 2020. godine, Henkelova **neto finansijska pozicija** značajno je poboljšana i iznosila je -888 miliona evra (31. decembar, 2019: -2.047 milijardi evra).

Poslovni sektor **Adhezivi Tehnologije** prijavio je organski razvoj prodaje od -4,2 odsto. Prodaja poslovnog sektora **Beauty Care** organski je bila -2,8 odsto manja u odnosu na prethodnu godinu. Poslovni sektor **Deterdženti i kućna hemija** postigao je snažan organski rast prodaje od 5,6 odsto.

Upravni odbor, Nadzorni odbor i Odbor akcionara predložiće na godišnjoj skupštini 16. aprila 2021. godine istu **dividendu** kao i prethodne godine, i to 1,85 evra po prioritetnoj akciji i 1,83 evra po običnoj akciji. Ovo je jednako iznosu isplate od 43,7 odsto, što je iznad ciljanog raspona od 30 do 40 odsto i odražava posebnu prirodu tereta na zaradi izazvanog pandemijom COVID-19.

Agenda „Svrishodni rast“ (Purposeful Growth): Snažan zamah

Početak marta 2020. godine, Henkel je predstavio plan rasta kompanije za nadolazeće godine sa fokusom na: oblikovanje pobjedničkog portfolija, jačanje konkurentne prednosti kompanije, posebno u oblasti inovacija, održivosti i digitalizacije, uspostavljanje operativnih modela spremnih za budućnosti kao i kreiranje snažne korporativne kulture saradnje. „Ovaj strateški okvir će pomoći kompaniji Henkel da osvoji 2020-te sa jasnim fokusom na svrishodan rast. Uprkos našoj posvećenosti upravljanju krizom u 2020. godini, uspjeli smo da započnemo sa primenom naše agende rasta. U potpunosti smo posvećeni daljem napretku u 2021. godini kao i u godinama koje dolaze,“ izjavio je Karsten Knobel.

Ključni element budućeg pravca kompanije Henkel je **aktivno upravljanje portfoliom**. Henkel je identifikovao brendove i kategorije sa ukupnim obimom prodaje većim od jedne milijarde evra, uglavnom unutar svojih proizvoda široke potrošnje, od koji je oko 50 odsto bilo predviđeno za prodaju ili ukidanje do 2021. godine. Očekuje se da će preostali brendovi i biznisi pokazati održiva poboljšanja performansi. U 2020. godini, 60 odsto osnovice prihoda ovih brendova i biznisa prikazalo je poboljšani zamah bruto prihoda.

Kompanija Henkel je ojačala svoj portfolio merdžerima i akvizicijama, koristeći svoj snažan bilans stanja. Henkel se 2020. godine dogovorio i zaključio dve akvizicije sa kombinovanom nabavnom cenom od oko 500 miliona evra u okviru svojih sektora Beauty Care i Adhezivi Tehnologije.

Da bi nastavila da jača svoju **konkurentnu prednost**, kompanija Henkel ubrzava **inovacije**, podstiče **održivost** kao faktor po kome se izdvaja, i pokreće **digitalnu** transformaciju kompanije.

Kompanija Henkel je 2020. godine povećala je **investicije** za oko 200 miliona evra u odnosu na 2019. godinu (350 miliona evra više u odnosu na 2018. godinu) za jačanje svojih brendova, tehnologija i inovacija, kao i za ubrzanje digitalne transformacije kompanije.

Da bi ubrzali **inovacije** i razvili **nove poslovne modele**, poslovni sektori robe široke potrošnje, Beauty Care i Deterždenti i kućna hemija uspostavili su interne inkubatorske timove, kombinujući agilne pristupe radu sa razmerama i stručnošću svetske kompanije: Fritz Beauty Lab, inspirisan osnivačem kompanije Fricom Henkelom, ima za cilj identifikovanje područja sa potencijalom za rast postojećih brendova ili slobodnih područja za stvaranje potpuno novih brendova. U sektoru Adhezivi Tehnologije kompanija Henkel je nastavila da ulaže u svoj najsavremeniji centar za inovacije u Diseldorfu.

Održivost je jedna od najvećih snaga kompanije Henkel. Kompanija ima vodeću ulogu koju redovno potvrđuju ocene i rangiranja. Sa snažnom osnovom, održivost nastavlja da bude konkurentna prednost kompanije Henkel. Tokom 2020. godine, Henkel je uspešno nastavio da integriše održivost u svim svojim poslovnim aktivnostima i da podstiče napredak duž čitavog lanca vrednosti. Henkel je takođe prva kompanija koja je emitovala obveznicu za smanjenje plastičnog otpada vrednu oko 100 miliona evra kako bi finansirao mere za smanjenje plastičnog otpada duž čitavog lanca vrednosti. Ova obveznica naglašava predanost kompanije Henkel u podsticanju cirkularne ekonomije, smanjenju plastičnog otpada kao i održivim finansijama.

Kompanija Henkel sledi svoj cilj da utrostruči **vrednosti svojih operacija, proizvoda i usluga** u odnosu na svoj ekološki otisak u periodu 2010-2030 godine. Na putu ka ispunjenju svog dugoročnog cilja, Henkel je definisao srednjoročne ciljeve za 2020. godinu. Kompanija je uspela da ostvari većinu uspostavljenih ciljeva i da poboljša efikasnost resursa u 2020. godini za 64 odsto u poređenju sa 2010. godinom.

Još jedan ključni pokretač u procesu jačanja konkurentne prednosti kompanije Henkel je i transformisanje **digitala** u stvaraoca vrednosti za kupce i potrošače širom poslovnih sektora. Kako bi se omogućio i ubrzao ovaj proces, Henkel je kreirao novu jedinicu 2020. godine pod nazivom Henkel dx, kombinacijom digitalnih ekspertiza, ekspertiza upravljanja poslovnim procesima i IT ekspertizom u jedinstvenu globalnu organizaciju. Digitalna prodaja kompanije Henkel povećala se za oko 20 odsto, sa kombinovanim rastom potrošačkih sektora većim od

60 odsto. Na nivou Grupe, udeo digitalne prodaje u celokupnim prodajama povećao se i popeo na oko 15 odsto.

Štedljivi, brzi **operativni modeli** spremni za budućnost su još jedan bitan element strateškog okvira kompanije Henkel. Da bi osigurala ovo i unapredila konkurentnost i efikasnost, kompanija konstantno prilagođava i preoblikuje procese i strukture na nivou cele kompanije.

Dalje razvijanje korporativne kulture grupe Henkel i ubrzavanje **kulturne transformacije je** u srcu agende „Svrshishodni rast“ (Purposeful Growth) kompanije Henkel. Kompanija teži da neguje kulturu saradnje sa osnaženim ljudima i svojim Leadership Commitments vrednosima u središtu. Henkel je 2020. godine pokrenuo niz mera za unapređenje kulture saradnje i osnaživanja i projekte usavršavanja sposobnosti zaposlenih, i takođe je omogućio svojim ljudima da rastu i razvijaju se – i lično i profesionalno.

„Ponosan sam na napredak koji smo postigli u realizaciji naše strateške agende, u isto vreme boreći se sa globalnom pandemijom. Impresioniran sam otpornošću našeg poslovanja koja nam je omogućila da postignemo velika poslovna postignuća i da dodatno ojačamo našu finansijsku osnovu. Ali najvažniji osećaj je zahvalnost i iskreno poštovanje prema našim zaposlenima u kompaniji Henkel. Postignuća, saradnja i pozitivan stav koji su pokazali u 2020. godini dirnuli su me i inspirisali. Želeo bih da zahvalim svima njima na neprocenjivim doprinosima u ovoj zaista izuzetnoj godini“, rezimirao je Karsten Knobel.

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 2020. godini, kompanija Henkel ostvarila je prodaju veću od 19 milijardi evra i operativni profit veći od 2,6 milijarde evra. Henkel zapošljava više od 53.000 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.

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

www.henkel.com/press

www.henkel.com/ir

www.henkel.rs