

Priopćenje za medije

4. ožujka 2021. godine

Henkel će predložiti dividende kao na prošlogodišnjoj razini

**Henkel je postigao snažne ukupne poslovne rezultate unatoč značajnim utjecajima pandemije COVID-19**

* **Uravnoteženi portfelj, moćne inovacije, financijska snaga i predan tim ključni su razlozi za snažne poslovne rezultate tijekom globalne krize**
* **Rezultati za 2020. godinu na višoj razini u okviru ciljeva za cijelu godinu:**
	+ **Grupna prodaja dosegla je 19,3 milijarde eura, organska: -0,7 posto**
	+ **EBIT marža \* iznosila je 13,4 posto, -260 baznih bodova, što odgovara operativnoj dobiti\* od 2,6 milijardi eura**
	+ **Zarada po prioritetnoj dionici (EPS)\*: 4,26 €.**

**- 17,9 posto uz stalni tečaj**

* **Vrlo jak slobodni novčani tijek od 2,3 milijarde eura, neto financijska pozicija značajno se popravila**
* **Predložene dividende na prošlogodišnjoj razini: 1,85 eura po povlaštenoj dionici**
* **Ostvarivanje dnevnog reda za svrhoviti rast u skladu s planom, jasnim planom za daljnju sprovedbu u 2021. i u budućnosti**
* **Prognoza za 2021. godinu:**
	+ **Organski rast prodaje: s 2,0 na 5,0 posto**
	+ **EBIT marža\*: od 13,5 do 14,5 posto**
	+ **Zarada po prioritetnoj dionici (EPS)\*: rast između 5,0 i 15,0 posto uz stalni tečaj**

**Dusseldorf – „Unatoč naglom padu globalne ekonomije pod utjecajem pandemije COVID-19, 2020. postigli smo snažne ukupne rezultate u svim poslovnim sektorima. Tijekom cijele godine naši su rezultati bili na višoj razini unutar planiranih vrijednosti. To smo postigli zahvaljujući uravnoteženom portfelju, uspješnim inovacijama i**



**financijskoj snazi, kao i izvanrednoj predanosti naših zaposlenika širom svijeta. Želio bih zahvaliti svima njima na izvanrednom doprinosu u ovoj uistinu izazovnoj godini“, rekao je izvršni direktor Carsten Knobel.**

**„Zabilježili smo prodaju od 19,3 milijarde eura, nešto ispod prošlogodišnje razine kada se promatra organska prodaja, i zadržali smo profitabilnost poslovanja s prilagođenom EBIT maržom od 13,4 posto. Također smo generirali vrlo jak slobodan novčani tijek od više od 2,3 milijarde eura, gotovo na rekordnoj razini od prošle godine. Na temelju ovih snažnih rezultata i zahvaljujući našoj snažnoj financijskoj bazi, predložit ćemo stabilnu dividendu našim dioničarima na sljedećoj godišnjoj skupštini. Posljednjih 35 godina, otkako je izašao na tržište, Henkel je uvijek isplaćivao dividende koje su veće ili na razini prošle godine“, dodao je Knobel.**

**„Tijekom krize COVID-19 fleksibilno smo se i brzo prilagođavali promjenama na našim tržištima, stavljajući sigurnost svojih zaposlenika u vrh svojih prioriteta. Istodobno smo uspjeli uspješno implementirati našu stratešku agendu na svim osnovama: oblikujući pobjednički portfelj, stvarajući konkurentsku prednost ubrzavanjem značajnih inovacija, čvrsto integrirajući održivost u sve što radimo, pokrećući digitalnu transformaciju i pripremajući poslovne modele spremne za budućnost. Što je najvažnije, ojačali smo kulturu suradnje i izgradili snažan zamah za promjene koji će nam omogućiti vrhunske rezultate i značajan rast - za naše kupce i potrošače, našu tvrtku, zaposlenike i dioničare, kao i društvo i planet .“**

**Tijekom godine, poslovni sektor Ljepila i tehnologije zabilježio je prodaju ispod razine iz prethodne godine, što je odražavalo značajan pad potražnje iz ključnih industrija. Međutim, zahvaljujući širini portfelja i uspješnim inovativnim rješenjima, poslovni je sektor dokazao svoju snagu tijekom globalne ekonomske krize. Razvoj organske prodaje u poslovnom sektoru Beauty Care bio je niži u odnosu na prošlogodišnju razinu, uslijed snažnog utjecaja na poslovanje frizera zbog obveznih zatvaranja, dok je prodaja na malo postigla dobar rast. To je rezultat uspešnog razvoja glavnih marki, kao i predstavljanja novih proizvoda kao odgovor na ključne potrošačke trendove.**

**Poslovni sektor Sredstva za pranje i čišćenje u domaćinstvu postigao je vrlo snažan rast organske prodaje kao rezultat povećanja potražnje za higijenskim proizvodima i uspješnih inovacija, kao i odgovora na povećanu potražnju za održivijim proizvodima.**

**Nakon snažnog negativnog utjecaja na prodaju Ljepila i tehnologije i sektora Beauty Care zbog pandemije i zatvaranja u drugom tromjesečju, sve su tri poslovne jedinice u drugoj polovici 2020. imale dobar organski rast u odnosu na prethodnu godinu.**

**Razvoj poslovanja u oblasti robe široke potrošnje sektora Beauty Care i Sredstva za pranje i čišćenje u domaćinstvu takođe je podržan povećanim investicijama u brendove, inovacije i digitalizaciju. Razvoj sektora za zaštitu potrošača, deterdženata i kemikalija za kućanstvo također je podržan povećanim ulaganjima u robne marke, inovacijama i digitalizacijom.**

**„Razvoj naših prihoda ogleda se u našim povećanim ulaganjima, koja smo povećali, kako je najavljeno, početkom 2020. godine - unatoč krizi. Pad potražnje u ključnim segmentima poslovanja tijekom krize COVID-19 također je negativno utjecao na našu profitabilnost. Međutim, zahvaljujući našem uspješnom upravljanju troškovima i primjeni poboljšanih poslovnih modela, uspjeli smo djelomično smanjiti utjecaj krize na naše prihode,“ objasnio je Carsten Knobel.**

**„Dok upravljamo trenutnom krizom, i dalje smo u potpunosti predani ambicioznom programu rasta u narednim godinama. Gledajući u budućnost, uvjereni smo više nego ikad da ćemo svoj plan za Svrhoviti rast (Purposeful Growth) ostvariti s našim globalnim timom, kao i da ćemo uspješno oblikovati svoju budućnost.“**

**Prognoza za 2021. godinu**

**Henkel očekuje da će generirati rast prodaje i prihoda u fiskalnoj 2021. godini. Tvrtka očekuje organski rast prodaje od 2,0 do 5,0 posto i prilagođeni povrat prodaje (EBIT marža) u rasponu od 13,5 do 14,5 posto. Za prilagođenu zaradu po povlaštenoj dionici (EPS) po stalnim stopama, Henkel očekuje porast od 5,0 do 15,0 posto.**

**Rezultati prodaje i prihoda Grupe u fiskalnoj 2020. godini**

S 19,25 milijardi eura, **prodaja** Henkel Grupe u fiskalnoj 2020. godini bila je -4,3 posto ispod razdoblja iz prethodne godine. **Organski** rast prodaje, ne računajući utjecaj valuta i akvizicija / dezinvestiranja, zabilježio je lagani pad od -0,7 posto. Doprinos akvizicija i dezinvestiranja iznosio je 0,3 posto. Utjecaj tečaja na prodaju bio je negativan i iznosio je -3,9 posto. **Prilagođeni prinos od prodaje (prilagođena EBIT marža)** dosegnuo je 13,4 posto, -2,6 postotnih bodova manje nego prethodne godine. Na razvoj su utjecala i veća ulaganja u marketing i oglašavanje, kao i u digitalnu i informatičku industriju. **Prilagođena zarada po povlaštenoj dionici** pala je -21,5 posto sa 5,43 eura u fiskalnoj 2019. godini na 4,26 eura. Stalnim tečajevima prilagođena zarada po povlaštenoj dionici smanjila se za -17,9 posto.

**Neto obrtni kapital** značajno se poboljšao i iznosio je 0,7 posto prodaje, u usporedbi s 3,9 posto prošle godine. **Slobodni novčani tokovi** i dalje su vrlo jaki. Na razini od 2.338 milijuna eura, gotovo su dosegli razinu iz prethodne godine (2019, 2.471 milijun eura). Na dan 31. prosinca 2020. godine, Henkelova **neto financijska pozicija** znatno se popravila na -888 milijuna eura (31. prosinca 2019: -2,047 milijardi eura).

Poslovni sektor **Ljepila i tehnologije** izvijestio je o organskom razvoju prodaje od -4,2 posto. Prodaja poslovnog sektora **Beauty Care** organski je bila za -2,8 posto niža u odnosu na prethodnu godinu. Poslovni sektor **Sredstva za pranje i čišćenje u domaćinstvu** ostvario je snažan organski rast prodaje od 5,6 posto.

Na godišnjoj skupštini 16. travnja 2021. godine, Upravni odbor, Nadzorni odbor i Odbor dioničara predložit će istu **dividendu** kao i prethodne godine, i to 1,85 eura po povlaštenoj dionici i 1,83 eura po redovnoj dionici. To je jednako iznosu isplate od 43,7 posto, što je iznad ciljanog raspona od 30 do 40 posto i odražava posebnu prirodu tereta tereta uzrokovanog pandemijom COVID-19. To je jednak iznosu isplate od 43,7 posto, što je iznad ciljanog raspona od 30 do 40 posto i odražava posebnu prirodu opterećenja na zaradi uzrokovanim pandemijom COVID-19.

**Svrhoviti program rasta (Purposeful Growth):**

Početkom ožujka 2020. godine, Henkel je predstavio plan rasta tvrtke za naredne godine s naglaskom na: oblikovanju pobjedničkog portfelja, jačanju konkurentske prednosti tvrtke, posebno u inovacijama, održivosti i digitalizaciji, uspostavljanju operativnih modela spremnih za budućnost i stvaranju snažne korporativne kulture suradnje. „Ovaj strateški okvir pomoći će Henkelu da pobijedi 2020. godine s jasnim fokusom na svrhoviti rast. Unatoč našoj predanosti upravljanju krizama u 2020. godini, uspjeli smo započeti s provedbom naše agende rasta. Potpuno smo predani daljnjem napretku u 2021. godini kao i u godinama koje dolaze“, rekao je Carsten Knobel.

Ključni element Henkelovog budućeg usmjerenja je **aktivno upravljanje portfeljem**. Henkel je identificirao marke i kategorije s ukupnom prodajom većom od milijardu eura, uglavnom unutar svojih potrošačkih proizvoda, od kojih je oko 50 posto bilo namijenjeno prodaji ili ukidanju do 2021. godine. Očekuje se da će preostale marke i poduzeća pokazati održiva poboljšanja performansi. U 2020. godini 60 posto prihodne baze ovih marki i poduzeća pokazalo je poboljšan zamah bruto prihoda.

Henkel je ojačao svoj portfelj spajanja i preuzimanja, koristeći svoju snažnu bilancu. 2020. godine, Henkel je dogovorio i zaključio dvije akvizicije s zajedničkom nabavnom cijenom od oko 500 milijuna eura u okviru svojih sektora za njegu ljepote i ljepila.

Kako bi nastavio jačati svoju **konkurentsku prednost**, Henkel ubrzava **inovacije**, njeguje **održivost** kao faktor po kojem se ističe i pokreće **digitalnu** transformaciju tvrtke.

U 2020. godini, Henkel je povećao **ulaganja** za oko 200 milijuna eura u odnosu na 2019. godinu (350 milijuna eura više nego u 2018) za jačanje svojih marki, tehnologija i inovacija, kao i za ubrzanje digitalne transformacije tvrtke.

Kako bi ubrzali **inovacije** i razvili **nove poslovne modele**, poslovni sektori potrošačke robe, Beauty Care i Sredstva za pranje i čišćenje u domaćinstvuuspostavili su interne timove za inkubaciju, kombinirajući agilne pristupe radu s razmjerima i stručnošću globalne tvrtke. Laboratorij ljepote Fritz, nadahnut osnivačem tvrtke Fritzom Henkelom, ima za cilj identificirati područja s potencijalom za rast postojećih marki ili slobodna područja za stvaranje potpuno novih marki. U sektoru Ljepila i tehnologije, Henkel je nastavio ulagati u svoj vrhunski inovacijski centar u Düsseldorfu.

**Održivost** je jedna od najvećih Henkelovih snaga. Tvrtka ima vodeću ulogu koju redovito potvrđuju ocjene i ljestvice. Uz snažne temelje, održivost je i dalje konkurentna prednost Henkela. Tijekom 2020. godine, Henkel je uspješno nastavio integrirati održivost u sve svoje poslovne aktivnosti i pokretati napredak u cijelom lancu vrijednosti. Henkel je ujedno prva tvrtka koja je izdala obveznicu za smanjenje plastičnog otpada vrijednu oko 100 milijuna eura za financiranje mjera smanjenja plastičnog otpada duž cijelog lanca vrijednosti. Ova obveznica naglašava Henkelovu predanost promicanju kružne ekonomije, smanjenju plastičnog otpada i održivim financijama.

Henkel slijedi svoj cilj da utrostruči **vrijednost svojih operacija, proizvoda i usluga** u odnosu na svoj utjecaj na okoliš u razdoblju 2010-2030. Na putu da ispuni svoj dugoročni cilj, Henkel je definirao srednjoročne ciljeve za 2020. godinu. Tvrtka je uspjela postići većinu utvrđenih ciljeva i poboljšati učinkovitost resursa u 2020. godini za 64 posto u odnosu na 2010. godinu.

Još jedan ključni pokretač u procesu jačanja Henkelove konkurentske prednosti je transformacija **digitalnog** u generator vrijednosti za kupce i potrošače u poslovnim sektorima. Kako bi omogućio i ubrzao ovaj proces, Henkel je 2020. stvorio novu jedinicu pod nazivom Henkel dx, koja kombinira digitalnu stručnost, stručnost upravljanja poslovnim procesima i IT stručnost u jedinstvenu globalnu organizaciju. Henkelova digitalna prodaja porasla je za oko 20 posto, s kombiniranim rastom potrošačkog sektora većim od

Digitalna prodaja kompanije Henkel povećala se za oko 20 odsto, sa kombinovanim rastom potrošačkih sektora više od 60 posto. Na razini Grupe, udio digitalne prodaje

u ukupnoj prodaji povećao se i popeo se na oko 15 posto.

Ekonomski, brzi, **operativni modeli** spremni za budućnost još su jedan važan element Henkelovog strateškog okvira. Kako bi to osigurala i poboljšala konkurentnost i učinkovitost, tvrtka neprestano prilagođava i preoblikuje procese i strukture na razini tvrtke.

Daljnji razvoj Henkelove korporativne kulture i ubrzavanje **kulturne transformacije** u središtu su Henkelovog cilja svrhovitog rasta (Purposeful Growth). Tvrtka nastoji potaknuti kulturu suradnje s osnaženim ljudima i svojim Leadership Commitments vrijednostima u srijedištu. 2020. godine, Henkel je pokrenuo niz mjera za promicanje kulture suradnje i osnaživanja te projekata za razvoj vještina zaposlenika, a također je omogućio svojim ljudima rast i razvoj - kako osobno tako i profesionalno.

„Ponosan sam na napredak koji smo postigli u ostvarivanju naše strateške agende, istovremeno se boreći protiv globalne pandemije. Impresioniran sam otpornošću našeg poslovanja koja nam je omogućila postizanje velikih poslovnih postignuća i daljnje jačanje naše financijske baze. Ali najvažniji osjećaj je zahvalnost i iskreno poštovanje ka našim zaposlenicima u Henkelu. Postignuća, suradnja i pozitivan stav koji su pokazali 2020. godini, dirnuli su me i nadahnuli. Želio bih zahvaliti svima njima na neprocjenjivim doprinosima u ovoj uistinu izuzetnoj godini“, rezimirao je Carsten Knobel.

**O Henkelu**

Henkel posluje širom svijeta s uravnoteženim i raznolikim portfeljem. Tvrtka zauzima vodeće pozicije sa svoja tri poslovna sektora na područjima industrijskog tržišta, kao i potrošačkih proizvoda, zahvaljujući snažnim robnim markama, inovacijama i tehnologijama. Henkelov sektor Ljepila i tehnologije svjetski je predvodnik na tržištu ljepila - u svim industrijskim segmentima na svijetu. Sa sektorima Sredstva za pranje i čišćenje u domaćinstvudeterdženata i Beauty Care, Henkel drži vodeće pozicije na mnogim tržištima i kategorijama širom svijeta. Osnovan 1876. godine, Henkel iza sebe ima više od 140 godina uspješnog poslovanja. U 2020. godini Henkel je imao prodaju veću od 19 milijardi eura i operativnu dobit veću od 2,6 milijardi eura. Henkel zapošljava više od 53.000 ljudi širom svijeta - predan i vrlo raznolik tim, ujedinjen snažnom korporativnom kulturom, zajedničkim ciljem postizanja održivih standarda i zajedničkim vrijednostima. Kao priznati predvodnik u održivosti, Henkel je na vrhu mnogih međunarodnih indeksa i popisa. Henkelove povlaštene dionice navedene su u njemačkom indeksu DAX. Za više informacija posjetite www.henkel.com.

Ovaj dokument sadrži izjave o budućnosti, financijske rezultate i druge buduće događaje ili okolnosti relevantne za Henkel koji se mogu smatrati izjavama o budućnosti. Izjave koje se odnose na budućnost karakteriziraju riječi kao što su "očekivati", "namjeravati", "planirati", "predvidjeti", "procijeniti" i slični pojmovi. Ove informacije sadrže izjave o budućnosti koje se temelje na trenutnim procjenama i predviđanjima uprave Henkel AG & Co. KGaA. Takve izjave ni na koji način ne jamče da će se takva očekivanja ispuniti. Budući učinci i rezultati koje Henkel AG & Co. KGaA i njegove podružnice zapravo shvaćaju da ovise o više rizika i neizvjesnosti, te se stoga mogu bitno razlikovati od izjava o budućnosti. Mnogi od ovih čimbenika su izvan Henkelove kontrole i ne mogu se precizno predvidjeti, poput budućeg gospodarskog okruženja i djelovanja konkurenata i ostalih sudionika na tržištu. Henkel ne planira niti se obvezuje ažurirati bilo koju izjavu koja gleda u budućnost.

Ovaj dokument uključuje dodatne financijske mjere koje nisu jasno definirane u primjenjivom okviru financijskog izvještavanja i koje jesu ili mogu biti alternative mjerama utjecaja. Ove dodatne financijske mjere ne bi se trebale promatrati izolirano ili kao alternativa mjerama Henkelove neto imovine i financijskog stanja ili rezultata poslovanja kako su predstavljene u skladu s primjenjivim okvirom financijskog izvještavanja u njegovim konsolidiranim financijskim izvještajima. Druge tvrtke koje izvještavaju ili opisuju slično nazvane alternativne mjere uspješnosti mogu ih različito izračunati.

Ovaj dokument izdaje se samo u informativne svrhe i nije namijenjen posluživanju kao investicijski savjet ili ponuda za prodaju ili ponuda za kupnju bilo kakvih vrijednosnih papira.

**Kontakt**

**Jelena Gavrilović Šarenac**

Telefon: +381 11 207 22 09

E-mail: jelena.sarenac@henkel.com

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