

Kvartalni izveštaj za prvo tromesečje 2022.

Januar-mart

Izuzetno izazovno poslovno okruženje

Henkel ostvario značajan organski rast prodaje u prvom tromesečju

- **Prodaja Grupe povećana je organski za +7,1 posto na oko 5,3 milijarde eura; nominalno povećanje od +6,1 posto:**
 - Poslovni sektor Ljepila i tehnologije ostvario je dvoznamenkasti organski rast prodaje od +10,7 posto; nominalni rast od +11,6 posto
 - Poslovni sektor Beauty Care imao je blagi organski pad prodaje od -1,2 posto; nominalni pad od -3,5 posto zbog provođenja planiranih mjera u vezi s portfeljem
 - Poslovni sektor Sredstva za pranje i čišćenje u domaćinstvu zabilježio je vrlo snažan organski rast prodaje od +4,9 posto; nominalni rast od +2,2 posto
- **Tržišta u razvoju zabilježila su dvoznamenkasti rast prodaje, zrela tržišta imaju snažan rast**
- **Spajanje poslovnih sektora Sredstva za pranje i čišćenje u domaćinstvu i Beauty Care u integriranu platformu s više kategorija Henkel Consumer Brands:**
 - Ojačavanje impulsa rasta i profila marži u poslovanju robe široke potrošnje
 - Značajne sinergije: oko 500 milijuna eura bruto srednjoročne uštede
 - Prva faza mjera bit će provedena do kraja 2023.: očekuje se oko 250 milijuna eura godišnje neto uštede, utjecaj na oko 2000 radnih mjesta diljem svijeta
 - Razmatraju se mjere za portfelj poslovnih sektora s ukupnom godišnjom prodajom do 1 milijarde eura
- **Prognoza za fiskalnu godinu 2022. ažurirana 29. aprila**
- **Jasna posvećenost srednjoročnim i dugoročnim financijskim ciljevima**

Düsseldorf, 5. svibnja, 2022. – U prvom tromesečju 2022. Henkel Grupa ostvarila je rast prodaje na oko 5,3 milijarde eura u vrlo izazovnom tržišnom okruženju. Organska prodaja porasla je značajno, za +7,1 posto, prvenstveno zbog snažnog rasta cijena u spoju s blagim padom prometa. Nominalni rast porastao je +6,1 posto.

„Ovi vrlo dobri rezultati prodaje potvrda su našeg programa za rast kao i ogromne predanosti naših zaposlenika diljem svijeta – želimo im zahvaliti za njihovu veliku posvećenost poslu“, rekao je izvršni direktor Henkela Carsten Knobel. „Međutim, makroekonomsko se okruženje od početka godine dramatično pogoršava. Utjecaj globalne krize uzrokovane pandemijom COVID-19, uz iznimno napetu situaciju na tržištima sirovina i s globalnim opskrbnim lancima, dodatno je drastično pojačan ratom u Ukrajini.“

„Unatoč izuzetno teškim okolnostima, nastavljamo s našom jasnom strategijom za svrhovit rast. Naš poslovni sektor Ljepila i tehnologije globalni je lider na tržištu i nudi inovativna rješenja u brojnim važnim industrijama, s jasnim fokusom na buduće trendove kao što su mobilnost, povezanost i održivost. Spajanjem naših poslovnih sektora Sredstva za pranje i čišćenje u domaćinstvu i Beauty Care u sektor Henkel Consumer Brands, stvaramo platformu s više kategorija s prodajom od oko 10 milijardi eura. Cilj nam je da se buduće poslovanje sektora Consumer Brands pokrene najkasnije početkom 2023. Pružit će širu osnovu za još dosljedniju optimizaciju našeg portfelja te razvoj poslovanja s višim profilom rasta i marži“, objasnio je Carsten Knobel.

Za rast prodaje u prvom tromjesečju posebno je zaslužan poslovni sektor **Ljepila i tehnologije** koji je ostvario dvoznamenkasti organski rast od +10,7 posto, čemu su doprinijela sva njegova poslovna područja.

Organska prodaja u poslovnom sektoru **Beauty Care** bila je blago negativna, -1,2 posto u prvom tromjesečju. Poslovanje u području profesionalnih proizvoda zabilježilo je dvoznamenkasti rast. Kako je očekivano, poslovanje u području robe široke potrošnje bilo je ispod prošlogodišnje razine, posebno zbog provođenja mjera u portfelju koje su najavljene za 2022.

Poslovni sektor **Sredstva za pranje i čišćenje u domaćinstvu** postigao je vrlo snažan organski rast prodaje od +4,9 posto, na što je utjecao značajan rast u poslovanju s deterdžentima. Za razliku od toga, organska prodaja u poslovanju sa sredstvima za domaćinstvo bila je blago negativna u prvom tromjesečju.

Iz regionalne perspektive, za značajne rezultate prodaje Henkela zaslužna su pretežno tržišta u nastajanju. Međutim, zrela tržišta također su zabilježila snažan organski rast.

Što se tiče ostatka fiskalne godine 2022. Carsten Knobel je komentirao: „Neizvjesnost i promjenljivost u našem poslovnom okruženju dodatno su se povećali zbog rata u Ukrajini. Cijene sirovih materijala i logistike ponovno su značajno narasle. Usto, zbog situacije s ratom u Ukrajini, sredinom travnja odlučili smo obustaviti naše poslovanje u Rusiji. Nadalje, odlučili smo obustaviti naše poslovne aktivnosti i u Bjelorusiji. To će utjecati na našu ukupnu godišnju prodaju za oko 1 milijarde eura te na više od 2500 zaposlenika. Zbog takvog razvoja događaja sada očekujemo značajno veći pritisak na naše prihode u ostatku godine nego što smo očekivali početkom godine. Zato smo krajem travnja ažurirali našu **prognozu** za ovu godinu.“

Henkel sada očekuje organski rast prodaje na razini Grupe od +3,5 do +5,5 posto u fiskalnoj godini 2022. Za korigirani prihod od prodaje (EBIT marža) očekuje se da će biti u rasponu od 9,0 do 11,0 posto. Što se tiče prilagođenih prihoda po prioritetnoj dionici (EPS) pri stalnim tečajevima, Henkel sada očekuje pad u rasponu od -35 do -15.

Rezultati prodaje na razini Grupe

Prodaja Grupe imala je **nominalan** rast od +6,1 u **prvom tromjesečju 2022.** s 4,968 milijardi eura u prvom tromjesečju 2020. na 5,271 milijardi eura. **Organski** (tj. korigirano na temelju tečaja i akvizicija/dezinvesticija), prodaja je porasla +7,1 posto. Za ovaj značajan rast prodaje na razini Grupe zaslužne su cijene. Akvizicije i dezinvesticije smanjile su prodaju za -1,1 posto. Tečaj je imao blagi pozitivan utjecaj na prodaju od +0,2 posto.

Rezultati prodaje poslovnog sektora Ljepila i tehnologije

U **prvom tromjesečju 2022.** prodaja poslovnog sektora Ljepila i tehnologije povećana je **nominalno** za +11,6 posto, s 2,358 milijardi eura u tromjesečju iz prethodne godine na 2,631 milijardi eura. **Organski** ((tj. korigirano na temelju tečaja i akvizicije/dezinvesticije), povećali smo prodaju za +10,7 posto u odnosu na prvo tromjesečje 2021. Promet je ostao stabilan dok su cijene porasle na dvoznamenkasti postotak. Utjecaj deviznog tečaja povećao je prodaju za +1,6 posto, dok su akvizicije/dezinvesticije imale blago negativan utjecaj od -0,7 posto.

Rezultati prodaje poslovnog sektora Beauty Care

U **prvom tromjesečju 2022,** **prodaja** u poslovnom sektoru Beauty Care **nominalno** se smanjila za -3,5 posto na 892 milijuna eura (1. tromjesečje 2021: 925 milijuna eura). **Organski** ((tj. korigirano na temelju tečaja i akvizicije/dezinvesticije), prodaja je bila -1,2 posto ispod prošlogodišnje razine. Dok je promet pao, poslovni sektor imao je snažan razvoj cijena. Utjecaji tečajnih razlika blago su povećali prodaju za +0,1 posto, dok su akvizicije/dezinvesticije smanjile prodaju za -2,4 posto.

Rezultati prodaje poslovnog sektora Sredstva za pranje i čišćenje u domaćinstvu

Poslovni sektor Sredstva za pranje i čišćenje u domaćinstvu ostvario je **prodaju** od 1,692 milijardi eura u **prvom tromjesečju 2022.,** što predstavlja **nominalno** povećanje od +2,2 posto u odnosu na 1,656 milijardi eura iz istog tromjesečja prethodne godine. **Organski** ((tj. korigirano na temelju tečaja i akvizicije/dezinvesticije), ovaj poslovni sektor imao je vrlo snažan rast prodaje od +4,9 posto. Za ovaj je rezultat uglavnom zaslužan dvoznamenkasti rast cijena, dok je promet pao. Akvizicije/dezinvesticije imale su negativan utjecaj na prodaju od -1,0 posto. Utjecaj tečaja na prodaju bio je negativan i iznosio je -1,8 posto.

Neto sredstva i financijska pozicija Grupe

Nije bilo značajnih promjena neto sredstava i financijske pozicije Grupe u periodu obuhvaćenim ovim pregledom u odnosu na 31. prosinac 2021.

Spajanje poslovnih sektora robe široke potrošnje radi osnivanja novog, integriranog poslovnog sektora Henkel Consumer Brands

Dana 28. siječnja 2022. Henkel je najavio svoj plan spajanja poslovnih sektora Sredstva za pranje i čišćenje u domaćinstvu i Beauty Care u novi, integrirani poslovni sektor Henkel Consumer Brands – s fokusom na dvije globalne kategorije: Sredstva za pranje i čišćenje u domaćinstvu i Njega kose. Ostalim kategorijama upravljat će se regionalno.

„Stvaranje sektora Henkel Consumer Brands važan je strateški korak u oblikovanju uspješne budućnosti naše kompanije. Imamo atraktivan portfelj u oba poslovna sektora - Sredstva za pranje i čišćenje u domaćinstvu i Beauty Care - snažne marke i vodeće pozicije na tržištu i kategorije diljem svijeta. Oblikovanje ovog novog poslovnog sektora u platformu s više kategorija, naša je jasna ambicija za unaprjeđenjem profila rasta i marži našeg poslovanja u području robe široke potrošnje“, rekao je izvršni direktor Henkela Carsten Knobel.

„Povezivanjem tih dvaju naših poslovnih sektora, postići ćemo značajne sinergije u mnogim područjima i namjeravamo ih iskoristiti za jačanje naše profitabilnosti. To se vidi u našoj srednjoročnoj i dugoročnoj financijskoj ambiciji: za Henkel Consumer Brands ciljamo na organski rast prodaje od 3 do 4 posto i korigiranu EBIT maržu od oko 15 posto. Također ćemo reinvestirati dio uštedenih sredstava za povećanje konkurentnosti naših poslovanja. Time ćemo omogućiti dalji napredak u važnim područjima kao što su inovacija, održivost i digitalizacija. To će nam omogućiti da stvorimo pozitivan zamah rasta i podignemo provođenje našeg programa za svrhoviti rast na višu razinu.“

Očekuje se da će integracija u jedan poslovni sektor ostvariti značajnu bruto **uštedu** (prije reinvesticija) od ukupno 500 milijuna eura srednjoročno. Ove sinergije rezultat su primarno optimizacije prodajnih i administrativnih struktura, opskrbnih lanaca (proizvodnja i logistika), kao i oglašavanja i marketinga. Implementacija će se provoditi u dvije faze. U prvoj se fazi očekuje da će mjere koje će biti uvedene do kraja 2023. dovesti do neto uštede na godišnjoj razini od oko 250 milijuna eura. Iz današnje perspektive, to će utjecati na oko 2000 radnih mjesta diljem svijeta, uglavnom u prodaji i administraciji. U prvoj fazi, Henkel očekuje **jednokratne troškove** od oko 350 milijuna eura. U drugoj će fazi fokus biti na optimizaciji opskrbnog lanca novog, integriranog poslovnog sektora.

Kao platforma s više kategorija za poslovanje s cjelokupnim asortimanom robe široke potrošnje i ukupnom prodajom od oko 10 milijardi eura, Henkel Consumer Brands također će pružati bolje prilike za **aktivno upravljanje portfeljem**. To uključuje dezinvesticiju ili obustavljanje poslovnih sektora koji nisu ispunili naše kriterije u pogledu rasta i profitabilnosti. Poslovni sektori i marke s ukupnom prodajom od oko 1 milijarde eura trenutno se analiziraju. Namjera ciljanih **akvizicija** – u postojećim ključnim kategorijama kao i u drugim, novim kategorijama robe široke potrošnje – jest da dodatno prošire portfelj i ubrzaju zamah rasta sektora Henkel Consumer Brands.

„Time što se dosljedno fokusiramo na poslovanja i marke s visokim bruto maržama, stvaramo uvjete za povećanje naših prihoda, kao i dodatna sredstva za daljnje investicije u rast – i time stvaramo samoodrživu dinamiku rasta koja osnažuje samu sebe“, sažeo je Wolfgang König, budući direktor poslovnog sektora Henkel Consumer Brands na sastanku upravnog odbora Henkela.

Prognoza za Henkel grupu

Na osnovi poslovnog razvoja u prva tri mjeseca 2022. i trenutnih pretpostavki u vezi s poslovnim rezultatima za ostatak godine, osobito značajnog povećanja troškova sirovina i logističkih usluga kao i posljedica zbog odluke da se obustave poslovne aktivnosti u Rusiji, upravni odbor Henkel AG & Co. KGaA ažurirao je 29. travnja 2022. prognozu za 2022. godinu.

Izuzetno napeta situacija na tržištima sirovina i s globalnim opskrbnim lancima, dodatno je pogoršana ratom u Ukrajini. Kao rezultat toga, cijene direktnih materijala i usluga logistike ponovno su značajno povećane i snažnije su nego što je prethodno očekivano. Uz objavu sredinom travnja o obustavi poslovne aktivnosti u Rusiji, Henkel je odlučio prekinuti poslovanje i u Bjelorusiji. To će utjecati na ukupnu godišnju prodaju u iznosu od oko jedne milijarde eura.

S obzirom na **cijene materijala**, Henkel sada očekuje povećanje od oko 25 posto za cijelu godinu, u odnosu na prosjek iz 2021. Prethodno se očekivalo povećanje na nižoj dvoznamenkastoj razini.

Henkel sada očekuje **organski rast prodaje na razini Grupe** u fiskalnoj 2022. od +3,5 posto do +5,5 posto (prethodno: od +2,0 do +4,0 posto).

Ukupno jači organski rast prodaje primarno je zasluga poslovnog sektora **Ljepila i tehnologije**, za koji Henkel sada očekuje organski rast prodaje u rasponu od +8,0 do +10,0 posto (prethodno: od +5,0 do +7,0 posto), prvenstveno zbog nadoknađivanja visokih troškova sirovina i logistike pomoću viših cijena. Očekivanja za organski rast prodaje u poslovnim sektorima Beauty Care i Sredstva za pranje i čišćenje u domaćinstvu ostaju nepromijenjena. Za poslovni sektor **Beauty Care**, očekuje se da će organska prodaja pasti od -5,0 do -3,0 posto. Kao što je najavljeno, uzrok pada su odlučene mjere koje se primjenjuju kako bi se unapredio portfelj, uključujući obustavljanje aktivnosti koje više neće biti dio budućeg osnovnog poslovanja. Za sektor **Sredstva za pranje i čišćenje u domaćinstvu**, Henkel nastavlja očekivati organski rast prodaje u rasponu od +2,0 do +4,0 posto. Zbog odluke o obustavi Henkelovog poslovanja u Rusiji i Bjelorusiji, te će zemlje biti izuzete iz prognoza za organski rast prodaje od drugog tromjesečja nadalje.

Očekujemo da će akvizicije i dezinveicije obavljene u 2021. te posljedice napuštanja poslovnih aktivnosti u Rusiji i Bjelorusiji imati negativan utjecaj u rasponu od niskog jednoznamenkastog do srednjeg jednoznamenkastog postotka na nominalni rast prodaje Henkel Grupe. Naša prognoza ne uzima u obzir utjecaje dodatnih dezinveicija i obustavljanja poslovnih aktivnosti, marki i kategorija u okviru našeg aktivnog upravljanja portfeljem izvan onih koje se odnose na poslovni sektor Beauty Care i koji se već provode. Očekuje se da će konverzija prodaje u strane valute imati pozivan efekt na razini niskih jednoznamenkastih postotaka (nepromijenjeno).

Uz posljedice obustavljanja poslovnih aktivnosti u Rusiji i Bjelorusiji, značajan rast cijena direktnih materijala i logističkih usluga, što se ne može potpuno nadoknaditi ove fiskalne godine, ima veći utjecaj na prihod nego što je prethodno očekivano.

Korigirani prihod od prodaje (EBIT marža) za Henkel Grup sada se očekuje da će biti niži, u rasponu od 9,0 do 11,0 posto (prethodno: od 11,5 do 13,5 posto). Za poslovni sektor

Ljepila i tehnologije, Henkel očekuje korigirani prihod od prodaje u rasponu od 13,0 do 15,0 posto (prethodno: od 15,0 do 17,0 posto), a za poslovni sektor **Beauty Care** u rasponu od 5,0 do 7,0 posto (prethodno: od 7,5 do 10,0 posto) te za poslovni sektor **Sredstva za pranje i čišćenje u domaćinstvu** u rasponu od 7,0 do 9,0 posto (prethodno: od 10,5 do 13,0 posto).

Što se tiče **korigiranog prihoda po prioritetnim dionicama (EPS)** pri stalnim tečajevima, Henkel sada očekuje pad u rasponu od -35 do -15 (prethodno: od -15 do +5 posto).

Nadalje, imamo sljedeća očekivanja za 2022:

- Troškovi restrukturiranja od 450 do 500 milijuna eura (prethodno: od 200 do 250 milijuna eura). To sada obuhvaća troškove koji se odnose na spajanje poslovnih sektora Sredstva za pranje i čišćenje u domaćinstvu i Beauty Care.
- Odljev gotovine zbog investicija u imovinu, tvornice i opremu i nematerijalnu imovinu u vrijednosti između 700 i 800 milijuna eura (nepromijenjeno).

Nova prognoza temelji se na pretpostavci da se utjecaji od rata u Ukrajini neće značajno pogoršati i da neće biti novih široko rasprostranjenih zatvaranja poslovanja i proizvodnje u industriji i maloprodaji zbog pandemije COVID-19.

Usto, napuštanje poslovnih aktivnosti u Rusiji i Bjelorusiji može rezultirati jednokratnim troškovima koji se mogu korigirati, od kojih većina nije u gotovini. Oni uglavnom ovise o vrsti, razdoblju i trajanju implementacije.

Više o Henkelu

Društvo Henkel djeluje na svjetskoj razini uz dobro uravnotežen i raznolik asortiman. Zahvaljujući snažnim brendovima, inovacijama i tehnologijama, društvo zauzima vodeći položaj u trima poslovnim jedinicama u industrijskom i potrošačkom poslovanju. Henkelova poslovna jedinica Adhesive Technologie (Ljepila i tehnologije) svjetski je predvodnik na tržištu ljepila – u svim industrijskim segmentima diljem svijeta. U poslovnim jedinicama Beauty Care te Laundry & Home Care (Sredstva za pranje i čišćenje u domaćinstvu), Henkel zauzima vodeći položaj na brojnim tržištima i kategorijama diljem svijeta. Od svojeg osnutka 1876. godine Henkel broji više od 140 godina uspjeha. U 2021. godini, Henkel je prijavio prihode od prodaje u iznosu od 20 milijarde eura i operativnu dobit od 2,7 milijardi eura. (prilagođeno za jednokratne dobitke/troškove i troškove restrukturiranja). Društvo Henkel zapošljava više od 52 000 ljudi diljem svijeta – strastven i iznimno raznolik tim, ujedinjen snažnom organizacijskom kulturom, zajedničkom svrhom i dijeljenim vrijednostima. Kao priznati predvodnik u području održivosti, Henkel zauzima najviši položaj na mnogim međunarodnim pokazateljima i ljestvicama. Henkelove povlaštene dionice upisane su u njemački burzovni indeks DAX. Za više informacija, posjetite www.henkel.com.

Ove informacije sadrže izjave koje se odnose na budućnost temeljene na trenutnim procjenama i predviđanjima menadžmenta Henkela AG & Co. KGaA. Izjave o budućnosti karakteriziraju riječi kao što su „očekivati“, „namjeriti“, „planirati“, „predvidjeti“, „procijeniti“ i slični izrazi. Takve izjave ni na koji način ne jamče da će takva očekivanja biti ispunjena. Budući učinci i rezultati koje Henkel AG & Co.

KGAA i njegove podružnice očekuju zapravo ovisno o više rizika i neizvjesnosti te se stoga mogu značajno razlikovati od izjava koje se odnose na budućnost. Mnogi od ovih čimbenika su izvan Henkelove kontrole i ne mogu se točno predvidjeti, kao što su buduće gospodarsko okruženje i radnje konkurenata i drugih uključenih u tržište. Henkel ne planira niti se obvezuje ažurirati nijednu izjavu o budućnosti.

Ovaj dokument uključuje, unutar primjenjivog okvira financijskog izvještavanja koji nije jasno definiran, dodatne financijske mjere koje jesu ili mogu biti alternative mjerama uspješnosti (mjere koje nisu GAAP). Ove dodatne financijske mjere ne treba promatrati zasebno ili kao alternativu mjerama Henkelove neto imovine i financijskih pozicija ili rezultata poslovanja prikazanih u skladu s primjenjivim okvirom financijskog izvještavanja u njegovim konsolidiranim financijskim izvještajima. Druge tvrtke koje izvješćuju ili opisuju alternativne mjere učinka sličnog naslova mogle bi ih izračunati drugačije.

Ovaj je dokument izdan samo u informativne svrhe i nije namijenjen da služi kao investicijski savjet ili ponuda za prodaju ili traženje ponude za kupnju bilo kojih vrijednosnih papira.

Financijski kalendar

Objava polugodišnjeg izvješća 2022:

Ponedjeljak, 15. kolovoza 2022.

Objava priopćenja povodom Q3 2022:

Utorak, 8. studenoga 2022.

Kontakti

Jelena Gavrilović Šarenac

Telefon: +381 11 207 22 09

E-mail: jelena.sarenac@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