



## Пресс-релиз

6 мая 2021 года

Henkel повышает прогноз на 2021 финансовый год и ожидает более высокого роста продаж и прибыли

### Henkel сообщает об успешном начале 2021 финансового года

- Продажи Группы демонстрируют значительный органический рост: +7,7 %, примерно до 5 миллиардов евро; номинальный рост составил +0,8 % из-за негативного влияния разницы валютных курсов
- Все бизнес-подразделения сообщают об органическом росте продаж:
  - Органический рост продаж Adhesive Technologies выражается двухзначными цифрами и составляет +13,0 %, в номинальном выражении продажи выросли на +6,7 %
  - Подразделение Beauty Care отчиталось о хорошем органическом росте в +2,3 %, в номинальном выражении продажи снизились на -1,1 %
  - Laundry & Home Care зафиксировало сильный органический рост продаж на уровне +4,1 %, в номинальном выражении продажи снизились на -5,6 %
- На развивающихся рынках органический рост продаж выражается двухзначными числами и составляет +18,5 %, на зрелых рынках продажи выросли на +0,5 %
- Henkel повышает свой прогноз на 2021 финансовый год:
  - Органический рост продаж будет находиться в диапазоне от +4,0 до +6,0 %
  - Рентабельность EBIT<sup>\*</sup> будет составлять от 14,0 до 15,0 %
  - Прибыль в расчете на привилегированную акцию (EPS)\* увеличится в размере от больших однозначных чисел до средних значений процентного диапазона при постоянных обменных курсах

Henkel сообщает о хорошем начале 2021 финансового года в целом, достигнув в первом квартале значительного органического роста продаж на +7,7 %, несмотря на последствия глобального коронакризиса, которые продолжают негативно влиять на социальную и экономическую обстановку на многих рынках по всему миру. **Продажи**

<sup>\*</sup> Скорректировано с учетом единовременных выплат/поступлений и расходов на реструктуризацию



**Группы** достигли около 5 миллиардов евро, увеличившись в номинальном выражении на +0,8 процента, на что в значительной степени повлияла разница валютных курсов.

«В первом квартале мы достигли очень хороших бизнес-результатов, чему способствовала эффективная работа всех наших бизнес-подразделений. Поскольку промышленный спрос восстанавливается более высокими темпами, чем ожидалось первоначально, мы с оптимизмом смотрим на развитие бизнеса до конца года, даже несмотря на сохраняющуюся неопределенность на наших рынках. После успешного начала года мы повышаем наш прогноз по продажам и прибыли», – сказал главный исполнительный директор Henkel Карстен Кнобель (Carsten Knobel).

«Значительный рост продаж в первом квартале был достигнут, в частности, благодаря высоким показателям бизнес-подразделения Adhesive Technologies, которое продемонстрировало уверенное восстановление во всех сферах деятельности и регионах, показав двузначный органический рост продаж. Наши потребительские направления бизнес-подразделений Beauty Care и Laundry & Home Care также продемонстрировали органический рост продаж. Что касается распределения по регионам, очень хорошие показатели продаж в первом квартале были зафиксированы главным образом на развивающихся рынках – во всех регионах показатели органического роста выражались двузначными числами, – добавил Карстен Кнобель. – Результаты Henkel в первом квартале свидетельствуют о нашем сильном и сбалансированном портфеле с успешными брендами и инновационными технологиями для наших клиентов в промышленном и потребительском бизнесе. В то же время хорошая динамика в первом квартале стала возможной благодаря нашей сильной глобальной команде, которая в это беспрецедентное и трудное для всех нас время демонстрирует огромную приверженность интересам компании, продолжая вносить свой вклад в долгосрочный успех Henkel».

Подразделение **Adhesive Technologies** продемонстрировало значительное восстановление во всех сферах деятельности и регионах, зафиксировав двузначный органический рост продаж на уровне +13,0 %.

Подразделение **Beauty Care**, на результатах которого в первом квартале негативно сказались рыночные факторы, связанные с пандемией, продемонстрировало хороший органический рост продаж на +2,3 %. В потребительском сегменте подразделение

показало положительные результаты по сравнению с аналогичным кварталом прошлого года. В профессиональном сегменте подразделение также зафиксировало органический рост продаж, несмотря на сохраняющееся влияние официального закрытия парикмахерских салонов во многих странах мира. Это связано, в частности, с относительно низкой базой для сравнения, поскольку в первом квартале предыдущего года бизнес уже сильно пострадал от пандемии COVID-19.

Несмотря на то, что динамика на основных зрелых рынках бизнес-подразделения **Laundry & Home Care** в первом квартале стала замедляться, подразделение сумело добиться очень сильного органического роста продаж в +4,1 %, тем самым продолжив успешное развитие. И в сегменте товаров по уходу за домом, и на развивающихся рынках подразделение показало двузначный рост.

Что касается ожиданий компании в отношении оставшейся части 2021 финансового года, Карстен Кнобель отметил: «С учетом сильного начала года мы повысили наш **прогноз** и теперь ожидаем более высокого роста как продаж, так и прибыли на весь год. На уровне Группы Henkel ожидает органический рост продаж в диапазоне от +4,0 до +6,0 %, а скорректированная рентабельность продаж (рентабельность EBIT) будет составлять от 14,0 до 15,0 %. Кроме того, Henkel ожидает, что рост скорректированной прибыли на привилегированную акцию (EPS) будет находиться в диапазоне от больших однозначных чисел до средних значений процентного диапазона при постоянных обменных курсах».

«Тем не менее, все еще сохраняется большая неопределенность в отношении того, как будет развиваться пандемия, и как она повлияет на потребление и на промышленное производство. Мы продолжим гибко и быстро реагировать на изменения на наших рынках. В то же время мы активно работаем над реализацией нашей программы роста. Наше внимание сосредоточено на двух основных областях: во-первых, мы хотим расширить наши конкурентные преимущества за счет дальнейшего укрепления инноваций, устойчивого развития и цифровизации. Во-вторых, мы хотим продолжить укреплять и развивать нашу корпоративную культуру. Благодаря стратегической платформе для осмысленного роста и нашей мощной глобальной команде, мы хорошо подготовлены к тому, чтобы выйти из кризиса еще более сильной компанией и успешно формировать свое будущее».

## **Показатели продаж Группы**

**В номинальном выражении продажи Группы** увеличились **в первом квартале 2021 года** на +0,8 % до 4,968 млрд евро, по сравнению с 4,927 млрд евро в первом квартале 2020 года. В **органическом выражении**, то есть без учета влияния валютных курсов и приобретения / продажи активов, продажи выросли на +7,7 %. На уровне Группы рост произошел в основном за счет увеличения объемов продаж. Вклад от приобретения и продажи активов составил +0,6 %. Эффект от разницы валютных курсов оказал сильное отрицательное влияние на показатели продаж в размере -7,5 %.

На **развивающихся рынках в первом квартале** органический рост продаж составил +18,5 %. Динамика продаж в органическом выражении на **зрелых рынках** была положительной и составила +0,5 %. В годовом исчислении органические продажи в регионе Западной Европы выросли на +0,9 %. Компания зафиксировала рост продаж в регионе Восточной Европы на +11,7 %. В первом квартале 2021 года органический рост продаж в странах Африки / Ближнего Востока составил +21,7 %. Показатели органических продаж в регионе Северной Америки оставались на уровне прошлого года, тогда как в регионе Латинской Америки Henkel добилась органического роста продаж на +10,7 %. Органический рост продаж в Азиатско-Тихоокеанском регионе выражался двузначными числами и составил +24,4 %.

### **Показатели продаж Adhesive Technologies**

**В первом квартале 2021 года** продажи бизнес-подразделения Adhesive Technologies увеличились в **номинальном выражении** на +6,7 % до 2,358 млрд евро, по сравнению с 2,209 млрд евро в предыдущем квартале. В **органическом выражении**, то есть без учета влияния валютных курсов и приобретения / продажи активов, продажи выросли на +13,0 %. Такие результаты в первом квартале обусловлены продолжающимся значительным восстановлением промышленного производства. Рост объема продаж выражался двузначным числом, при этом ценовая динамика имела слегка положительную восходящую кривую. Влияние валютных курсов на динамику продаж составило -6,7 %, в то время как приобретения / продажи увеличили продажи на +0,5 %.

Все сегменты бизнес-подразделения Adhesive Technologies продолжили значительное восстановление **в первом квартале** по сравнению с аналогичным кварталом прошлого года, который к тому моменту уже пострадал от пандемии COVID-19. В направлении **Automotive & Metals** (Автотранспорт и металлы) органический рост продаж выражается двузначными цифрами, в первую очередь благодаря значительному увеличению

мирового производства автомобилей. В направлении **Electronics & Industrials** (Электроника и промышленные товары) аналогично зафиксирован двузначный органический рост продаж, в основном благодаря улучшению показателей в сегменте электроники, при этом сегмент промышленных товаров также продемонстрировал сильный рост. В направлении **Packaging & Consumer Goods** (Упаковка и потребительские товары) в первом квартале также зафиксирован значительный органический рост продаж, чему способствовал двузначный процентный рост в наших сегментах упаковки и товаров, создаваемых с ориентацией на потребителя (Lifestyle). Органический рост продаж выражался двузначным числом и в направлении **Craftsmen, Construction & Professional** (Домашний ремонт, строительство и товары для профессионалов) – в первую очередь, за счет роста потребительского и профессионального сегментов, а также нашей деятельности в сегментах машиностроения и технического обслуживания.

Что касается разделения по регионам, бизнес-подразделение Adhesive Technologies зафиксировало двузначный органический рост продаж **на развивающихся рынках**. Достижению таких результатов способствовала эффективная работа подразделения на всех развивающихся рынках и по всем направлениям деятельности.

Органический рост продаж **на зрелых рынках** в целом был очень сильным. В регионе Северной Америки отмечен сильный рост, обусловленный двузначным органическим увеличением продаж в направлении «Домашний ремонт, строительство и товары для профессионалов», и сильным ростом продаж в направлении «Электроника и промышленные товары». Значительный органический рост продаж в регионе Западной Европы обусловлен двузначным ростом в направлении «Домашний ремонт, строительство и товары для профессионалов», а также сильным ростом в сегменте «Автотранспорт и металлы».

### **Показатели продаж Beauty Care**

В первом квартале 2021 года объем продаж бизнес-подразделения Beauty Care в номинальном выражении незначительно снизился на -1,1 % до 925 миллионов евро (по сравнению с 935 миллионами в первом квартале 2020 года). В органическом выражении, то есть без учета влияния валютных курсов и приобретения / продажи активов, продажи выросли на +2,3 %. Эти показатели были обусловлены как

увеличением объемов, так и ростом цен. Негативное влияние курсов валют на динамику продаж составило -5,4 %. Приобретения / продажи внесли +2,0 % в рост продаж.

Динамика органических продаж в сегменте **потребительских товаров** была положительной по сравнению с аналогичным кварталом прошлого года. В категории средств для ухода за волосами (Hair Cosmetics) подразделение сохранило положительную тенденцию последнего квартала 2020 года, продемонстрировав высокие показатели **в первом квартале** 2021 года. Рост продаж в категории красок для волос (Hair Colorants) выразался двузначным числом, при этом продажи категории средств по уходу за волосами (Hair Care) также были высокими. Продажи средств для укладки волос (Hair Styling) снизились по сравнению с показателями предыдущего года из-за снижения потребительского спроса, что обусловлено пандемией. Кроме того, динамика органических продаж в категории средств для ухода за телом (Body Care) также оказалась чуть ниже высоких темпов роста, наблюдавшихся в первом квартале 2020 года, в основном из-за падения спроса на ключевых рынках.

Несмотря на то, что во многих странах парикмахерские салоны остаются по-прежнему официально закрыты, в первом квартале 2021 года был зафиксирован сильный органический рост продаж в категории **профессиональных средств**. Это было обусловлено, прежде всего, значительным увеличением нашего основного рынка в Северной Америке, но также относительно низкой базой для сравнения с аналогичным кварталом прошлого года, на результаты которого негативно сказалась пандемия COVID-19. В регионах Латинской Америки и Азии (за исключением Японии) рост находился в двузначном процентном диапазоне, при этом в Африке и на Ближнем Востоке также наблюдался значительный рост. При этом показатели в регионах Западной и Восточной Европы снизились по сравнению с аналогичным кварталом предыдущего года, в основном из-за продолжающегося закрытия парикмахерских салонов в связи с пандемией.

В региональном разрезе рост органических продаж бизнес-подразделения Beauty Care **на развивающихся рынках** находился в двузначном процентном диапазоне, чему способствовали высокие показатели как в потребительском, так и в профессиональном сегментах. Свой вклад в эту динамику внес регион Азии (за исключением Японии), и, в частности, Китай, где рост выразался двухзначным числом. В регионе Латинской Америки также наблюдался двузначный рост продаж; сильный рост продаж был

зафиксирован и в странах Восточной Европы. В регионе Африки / Ближнего Востока наблюдалась отрицательная динамика продаж.

Динамика органических продаж **на зрелых рынках** в целом носила отрицательный характер. Органический рост продаж был хорошим в регионе Северной Америки, что обусловлено развитием бизнеса в профессиональном сегменте, и сильным на зрелых рынках Азиатско-Тихоокеанского региона. Однако показатели продаж в Западной Европе уступали аналогичному кварталу предыдущего года в условиях, когда рыночная среда оставалась весьма непростой и характеризовалась, среди прочего, продолжающимися ограничениями из-за пандемии COVID-19.

### **Показатели продаж Laundry & Home Care**

Объем продаж бизнес-подразделения Laundry & Home Care **в первом квартале 2021 года** составил 1,656 млрд евро, что **в номинальном выражении** на 5,6 % меньше прошлогоднего значения, составившего 1,755 млрд евро. **В органическом выражении**, то есть без учета влияния валютных курсов и приобретения / продажи активов, бизнес-подразделение продемонстрировало сильный рост продаж на +4,1 %. Рост был в значительной степени обусловлен увеличением цен, при этом объемы продаж также выросли. Негативное влияние валютных курсов на динамику продаж составило -9,6 %. Приобретения / продажи активов не оказали существенного влияния на показатели продаж.

**В первом квартале** бизнес-подразделение продемонстрировало положительный органический рост продаж в направлении **Laundry Care** (Средства для стирки), чему способствовали хорошие показатели продаж специализированных моющих средств и значительный рост продаж добавок для стирки. Наш основной бренд **Persil** снова показал двузначный органический рост продаж, не в последнюю очередь благодаря нашему постоянному внедрению инноваций.

Органический рост продаж товаров **для ухода за домом (Home Care)** находился в двузначном процентном диапазоне. Стремительный рост этого направления бизнеса был в значительной степени обусловлен увеличением продаж семейств наших брендов **Pril, Bref** и **Somat**, каждый из которых продемонстрировал двузначный рост в своих соответствующих категориях – средств для мытья посуды, средств для чистки туалетов и средств для чистки твердых поверхностей. Этой тенденции способствовал как

возросший спрос на бытовые чистящие средства из-за пандемии, так и наши успешные продуктовые инновации.

Результаты деятельности **на развивающихся рынках** стали ключевым фактором, обусловившим высокие показатели продаж этого бизнес-подразделения, и позволили ему зафиксировать двухзначный рост органических продаж. Henkel добилась двузначного процентного роста продаж как в регионах Африки / Ближнего Востока, так и в Азии (за исключением Японии). Органический рост продаж был значительным и в Восточной Европе, тогда как в Латинской Америке динамика продаж была отрицательной.

Динамика продаж **на зрелых рынках** в целом была отрицательной. В странах Западной Европы подразделение показало хорошие результаты продаж, положительный органический рост был зафиксирован и в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Однако в Северной Америке подразделение не сумело закрепить результаты предыдущего квартала. Здесь на наш бизнес негативно повлияли дефицит поставок, а также замедление рыночной динамики по сравнению с предыдущим годом.

### **Чистые активы и финансовая позиция Группы**

За отчетный период никаких существенных изменений в чистых активах и финансовой позиции Группы по сравнению с 31 декабря 2020 года зафиксировано не было.

### **Прогноз Группы Henkel**

Основываясь на результатах деятельности компании за первые три месяца 2021 года и расчетах относительно эффективности бизнеса в оставшиеся три квартала, Правление Henkel AG & Co. KGaA решило повысить свой прогноз на 2021 финансовый год.

После резкого спада глобального экономического роста в 2020 году из-за пандемии COVID-19, на основе текущих оценок Правление ожидает, что в 2021 году промышленный спрос в значительной степени восстановится, а спрос на многие категории потребительских товаров вернется к обычному уровню в течение года. В то же время сохраняется неопределенность в отношении дальнейшей динамики показателей заболеваемости и хода вакцинации и, следовательно, ограничений, введенных для сдерживания пандемии.



Учитывая эти обстоятельства, наши рекомендации основаны на том предположении, что промышленный спрос и важные для Henkel сегменты бизнеса, где используются потребительские товары, в частности парикмахерские, будут восстанавливаться, и в некоторых случаях это восстановление будет значительным. Мы ожидаем, что показатели по нашим категориям потребительских товаров, где мы увидели в 2020 году увеличение спроса из-за пандемии, в течение этого года вернутся к прежним значениям. Мы также рассчитываем, что в отличие от второго квартала 2020 года в течение этого года уже не будет повсеместных закрытий розничных и промышленных предприятий или производств в наших основных регионах.

Принимая во внимание эти факторы, мы ожидаем, что в 2021 финансовом году **органический рост продаж Группы Henkel** будет находиться в диапазоне от +4,0 до +6,0 % (предыдущий прогноз: от +2,0 до +5,0 %).

Для бизнес-подразделения **Adhesive Technologies**, показатели которого в значительной степени зависят от восстановления промышленного спроса, мы ожидаем, что органический рост продаж составит от +7,0 до +9,0 % (предыдущий прогноз: от +2,0 до +6,0 %). Для бизнес-подразделения **Beauty Care** в настоящее время мы ожидаем, что органический рост продаж будет находиться в диапазоне от +2,0 до +6,0 % (прогноз не изменился). В течение года мы ожидаем, что на общие показатели будет положительно влиять значительный рост спроса в сегменте профессиональной косметики, при этом мы рассчитываем на дальнейший рост и в нашем потребительском сегменте. Мы ожидаем, что органический рост продаж бизнес-подразделения **Laundry & Home Care** будет находиться в диапазоне от +1,0 до +3,0 % (прогноз не изменился). Здесь мы ожидаем, что увеличенный спрос, наблюдавшийся в некоторых категориях в предыдущем году из-за пандемии, вернется в течение года к нормальным уровням, что повлияет на органический рост.

Мы ожидаем, что вклад от наших приобретений в 2020 году в номинальный рост продаж группы Henkel будет находиться в низком однозначном процентном диапазоне. В нашем прогнозе мы не отражаем влияние возможной продажи активов или прекращения коммерческой деятельности, брендов и категорий в рамках нашего активного управления портфелем в течение оставшейся части года в связи с невозможностью гарантированно предсказать подобное развитие ситуации и указать конкретные сроки. Мы ожидаем, что перевод продаж в иностранную валюту будет оказывать на наши

показатели негативное влияние, которые будут выражаться в среднем однозначном процентном диапазоне.

Мы ожидаем, что предполагаемое восстановление спроса, особенно в нашем промышленном и профессиональном сегментах, положительно повлияет на показатели прибыли Henkel в 2021 году. Вероятно, это будет частично нивелировано ростом цен на основные материалы, который, как мы теперь считаем, будет значительным и будет находиться в среднем однозначном процентном диапазоне (раньше ожидалось, что цены будут расти в низком – среднем однозначном процентном диапазоне), а также негативным влиянием разницы валютных курсов.

Мы ожидаем, что **скорректированная рентабельность продаж (рентабельность EBIT) Группы Henkel** составит от 14,0 до 15,0 % (предыдущий прогноз: от 13,5 до 14,5 %). Мы ожидаем, что скорректированная рентабельность продаж для бизнес-подразделения **Adhesive Technologies** будет находиться в диапазоне от 16,0 до 17,0 % (предыдущий прогноз: от 15,5 до 16,5 %), для подразделения **Beauty Care** этот показатель будет находиться в диапазоне от 10,5 до 12,0 % (без изменений), а для бизнес-подразделения **Laundry & Home Care** – от 14,5 до 15,5 % (предыдущий прогноз: от 15,0 до 16,0 %).

Что касается **скорректированной прибыли на привилегированную акцию (EPS)** при постоянном обменном курсе, мы ожидаем увеличения этого показателя в процентном диапазоне от высоких однозначных значений до средних значений второго десятка (предыдущий прогноз: от +5 до +15 %).

Кроме того, часть нашего предыдущего прогноза на 2021 год осталась без изменений:

- Расходы на реструктуризацию составят от 250 до 300 млн евро.
- Отток денежных средств от инвестиций в имущество, производственные помещения, оборудование и в нематериальные активы, как ожидается, составит от 600 до 700 млн евро.

### **Информация о компании Henkel**

Компания Henkel ведет свою деятельность во всем мире и обладает сбалансированным и диверсифицированным портфелем. Компания занимает лидирующие позиции в промышленном и потребительском секторе благодаря инновациям, брендам и технологиям трех бизнес-

направлений. Подразделение Henkel Adhesive Technologies является признанным лидером на рынке клеевых технологий — во всех сегментах отрасли во всем мире. В направлениях Laundry & Home Care и Beauty Care компания занимает ведущие позиции на многих рынках и во многих категориях по всему миру. История успеха компании Henkel, основанной в 1876 году, насчитывает более 140 лет. Объем продаж компании за 2020 финансовый год составил более 19 миллиардов евро, а скорректированная операционная прибыль за этот период составила около 2,6 миллиарда евро. Общее число сотрудников компании Henkel в мире составляет более 53 000 человек — это увлеченная своим делом мультинациональная команда, объединенная сильной корпоративной культурой и общими ценностями. Henkel является признанным лидером в области устойчивого развития и занимает ведущие позиции в многих международных индексах и рейтингах. Привилегированные акции компании представлены на фондовой бирже DAX. Дополнительную информацию вы сможете найти на сайте [www.henkel.com](http://www.henkel.com).

На российском рынке Henkel ведет свою деятельность более 30 лет. История компании началась в России в 1990 году с основания первого совместного предприятия «Совхенк» в г. Энгельс. Сегодня у Henkel 11 заводов в различных регионах страны: в Тосно, Энгельсе, Перми, Коломне, Челябинске, Ульяновске, Ставрополе, Ногинске и Новосибирске. В трех бизнес-подразделениях компании работает около 2 500 человек.

Россия является одним из важнейших рынков для Henkel. Компания поступательно инвестирует в развитие локального производства, расширяя производственные и логистические мощности. За последние 10 лет Henkel инвестировала в России почти 320 млн евро.

Тема устойчивого развития является одной из важнейших для компании. В соответствии с положениями глобальной стратегии, производственные комплексы Henkel ведут постоянную работу по минимизации воздействия на окружающую среду. Заводы Henkel в России активно внедряют новые процессы и технологии с целью снижения потребления воды и электроэнергии, а также сокращения объема отходов, приходящихся на тонну производимой продукции. Дополнительную информацию вы сможете найти на сайте [www.henkel.ru](http://www.henkel.ru).

Настоящий документ содержит прогнозные заявления о будущих результатах деятельности компании, финансовых показателях и будущем развитии, которые основаны на текущих оценках и предположениях, сделанных руководителями компании Henkel AG & Co. KGaA. Прогнозные заявления характеризуются использованием таких слов, как "ожидать", "намереваться", "планировать", "предсказывать", "считать", "предполагать", "оценивать", "рассчитывать", "прогнозировать" и других глаголов, несущих аналогичный смысл. Подобные заявления не следует расценивать как какие-либо гарантии, и не следует ожидать, что они окажутся точными. Будущие показатели работы компании Henkel AG & Co. KGaA и дочерних компаний зависят от ряда рисков и неопределенностей и в связи с этим могут существенно отличаться от данных, представленных в прогнозных заявлениях. Многие из этих факторов не зависят от компании Henkel и не поддаются точной предварительной оценке. Среди этих факторов – будущая экономическая ситуация и действия конкурентов и других игроков на рынках. Henkel не планирует и не обязуется обновлять прогнозные заявления в настоящем документе.

Настоящий документ включает в себя – в соответствующих рамках финансовой отчетности, не имеющих четких определений – дополнительные финансовые показатели, которые являются или могут выступать в роли альтернативных показателей работы (не по GAAP). Эти дополнительные финансовые показатели не следует рассматривать отдельно или в качестве альтернативы показателям чистых активов и финансовых позиций или результатов деятельности Henkel, представленным в соответствии с действующей формой финансовой отчетности в документах Henkel с консолидированной финансовой отчетностью. Другие компании, которые публикуют или описывают аналогично обозначенные альтернативные показатели своей работы, могут рассчитывать их иным способом.

Настоящий документ был опубликован только в информационных целях, и его не следует рассматривать в качестве рекомендаций по осуществлению инвестиций, предложения по продаже активов или предложения оферты по покупке каких-либо ценных бумаг.

## **Финансовый календарь**

### **Публикация полугодового отчета за 2021 год:**

Четверг, 12 августа 2021 г.

**Публикация ежеквартального отчета за 3 квартал 2021 года:**

Понедельник, 8 ноября 2021 года

**Контактная информация**

**Investors & Analysts**

**Lars Korinth**

Phone: +49 211 797 - 1631

Email: [lars.korinth@henkel.com](mailto:lars.korinth@henkel.com)

**Manuel Bösing**

Phone: +49 211 797 - 6459

Email: [manuel.boesing@henkel.com](mailto:manuel.boesing@henkel.com)

**Jennifer Ott**

Phone: +49 211 797 - 2756

Email: [jennifer.ott@henkel.com](mailto:jennifer.ott@henkel.com)

**Dennis Starke**

Phone: +49 211 797 - 5601

Email: [dennis.starke@henkel.com](mailto:dennis.starke@henkel.com)

[www.henkel.de/presse](http://www.henkel.de/presse)

[www.henkel.de/ir](http://www.henkel.de/ir)

**Press & Media**

**Lars Witteck**

Phone: +49 211 797 - 2606

Email: [lars.witteck@henkel.com](mailto:lars.witteck@henkel.com)

**Wulf Klüppelholz**

Phone: +49 211 797 - 1875

Email: [wulf.klueppelholz@henkel.com](mailto:wulf.klueppelholz@henkel.com)

**Linda Gehring**

Phone: +49 211 797 - 7265

Email: [linda.gehring@henkel.com](mailto:linda.gehring@henkel.com)