

# Saopštenje za javnost

28. januar 2022. godine

Sveobuhvatne mere za podizanje Agende za svrsishodni rast na viši nivo

## **Henkel planira da spoji poslovne sektore Deterdženti i kućna hemija i Beauty Care u nov poslovni sektor „Brendovi robe široke potrošnje“**

- Stvaranje jedne platforme sa više kategorija za rast prodaje od oko 10 milijardi evra
- Kontinuirana optimizacija asortimana robe široke potrošnje: jasan fokus na ključnim brendovima i poslovanju sa atraktivnim potencijalom za rast i za maržu, i snažnijom osnovom za spajanja i akvizicije širom segmenta robe široke potrošnje
- Očekuju se značajne sinergije i povećanje efikasnosti kroz spajanje
- Pokretanje programa otkupa akcija do milijardu evra: korišćenje snažnog bilansa stanja i novčanog toka, optimizacija strukture kapitala i signaliziranje snažnog poverenja u budući potencijal za profitabilan rast
- Objavljeni preliminarni rezultati za 2021: Organski rast prodaje (OSG) od +7,8 odsto, EBIT marža\* od 13,4 odsto i rast zarade po prioritetnoj akciji\* (EPS) od +9,2 odsto (po konstantnom kursu)
- Prognoza za 2022: OSG: 2 do 4 odsto, EBIT marža\*: 11,5 do 13,5 odsto, EPS\* razvoj: -15 do +5 procenata (pri konstantnom kursu), odražavajući visok nivo neizvesnosti i volatilnosti tržišta
- Nova srednjoročna do dugoročna finansijska ambicija za Henkel: OSG od 3 do 4 odsto, EBIT marža\* od oko 16 odsto i rast EPS\* od srednjeg do visokog procenta (pri konstantnom kursu, uključujući M&A)

Diseldorf – Henkel je danas objavio planove za spajanje svojih poslovnih sektora Deterdženti i kućna hemija i Beauty Care u jedan poslovni sektor: Henkel Consumer Brands (Henkel Brendovi robe široke potrošnje). Kompanija će odmah započeti pripreme za proces integracije i ima za cilj da novu organizaciju uspostavi najkasnije do početka 2023. Sa novim poslovnim sektorom, Henkel će izgraditi jednu platformu sa

**više kategorija za rast, kombinujući svoje brendove iz oblasti robe široke potrošnje pod jednim krovom, uključujući mnoge kultne brendove kao što su Persil i Schwarzkopf, takođe obuhvatajući i profesionalne proizvode za frizerske salone.**

**„Udružićemo snage u našim poslovima sa robom široke potrošnje kako bismo stvorili jedan jak, integrisan poslovni sektor kao osnovu za budući profitabilan rast. Integrisano poslovanje Brendova robe široke potrošnje doneće značajne prednosti Henkelu, našim akcionarima, klijentima i timovima i biće u dobroj poziciji da aktivno oblikuje svoju budućnost u veoma dinamičnoj industriji“, rekao je Karsten Knobel, Izvršni direktor kompanije Henkel.**

**„Stvaramo platformu sa više kategorija sa prodajom od oko 10 milijardi evra. Ovo će obezbediti širu osnovu za dalju optimizaciju i oblikovanje našeg asortimana u pravcu većeg rasta i profila marže. Takođe ćemo ostvariti značajne sinergije i povećanje efikasnosti, što će nam omogućiti da oslobodimo resurse koji će se delimično koristiti za ciljana ulaganja u naše strateške prioritete, kao što su inovacije, održivost i digitalizacija. Postaćemo još privlačniji poslodavac po izboru, nudeći veće uloge i mogućnosti rasta u uzbudljivoj industriji. Ukratko: uveren sam da će ovo spajanje podići našu Agendu svrsishodnog rasta na viši nivo.“**

**Spajanje je dizajnirano da podstakne rast i profitabilnost za poslovanje u oblasti robe široke potrošnje i za kompaniju. Ovo se takođe odražava u novoj srednjoročnoj i dugoročnoj finansijskoj ambiciji koju je Henkel obezbedio: kompanija sada ima za cilj organski rast prodaje od 3 do 4 odsto, korigovanu EBIT maržu od oko 16 odsto i srednji do visok jednocifreni procenat rasta korigovane zarade po prioritetnoj akciji (po konstantnom kursu, uključujući M&A).**

### **Snažna platforma: fokusiranje portfolija na atraktivni rast i potencijal marže**

Henkelovi Brendovi robe široke potrošnje će ponuditi priliku da se bolje iskoristi puni potencijal za organski i neorganski rast kao i fokus na proizvode sa atraktivnim potencijalom rasta i marže – izvan mera aktivnog upravljanja portfolijom završenih do kraja 2021. godine.

Dalje mere portfolija će uključiti prodaju ili ukidanje neosnovnih brendova i poslovanja, kao i akvizicije u kategorijama širom prostora robe široke potrošnje. Prve mere koje se odnose na portfolio poslovnog sektora Beauty Care biće sprovedene već tokom 2022. godine.

### **Stvaranje obima: značajne sinergije i povećanje efikasnosti**

Integracijom dva poslovna sektora Henkel će stvoriti veći obim, omogućavajući kompaniji da ostvari značajne sinergije i da postane efikasnija i agilnija, kao i da pomogne organizaciji da deluje brže i fleksibilnije u veoma promenljivom okruženju. Očekuju se sinergije u oblastima kao što su administracija, distribucija, marketing i lanac snabdevanja.

Ovo će omogućiti novom poslovnom sektoru Brendovi robe široke potrošnje da oslobodi resurse za veće investicije i bolje usmeri ove investicije u strateške sposobnosti, na primer digitalizaciju istraživanja i razvoja, mogućnosti e-trgovine ili napora za održivost u vezi sa ambalažom koja se može reciklirati. Sinergije će se takođe koristiti za jačanje profila marže poslovnog sektora.

### **Ujedinjeni timovi: ekonomičnije strukture, brže donošenje odluka i atraktivne mogućnosti**

Nov poslovni sektor biće organizovan oko usredsređenosti na kupce i kanale – sa integrisanim pristupom za trgovce na malo, trgovinu ili partnere u kanalima u svim kategorijama potrošača.

Pod jednim rukovodstvom, kombinovani tim će se usredsrediti na unapređenje celokupnog poslovanja u oblasti robe široke potrošnje, uz efikasnije strukture i brže donošenje odluka. U kombinovanom poslovanju, Henkel će ponuditi veće uloge i mogućnosti, postajući još atraktivniji poslodavac za timove, lidere, talente i nove zaposlene.

### **Jasne strukture vođstva za nov poslovni sektor Brendovi robe široke potrošnje**

Proces integracije i novu kombinovanu jedinicu predvođiće Wolfgang Kenig (49), trenutno Izvršni potpredsednik Henkelovog poslovnog sektora Beauty Care. Bruno Pjaćenca (56), koji vodi Henkelov poslovni sektora Deterdženti i kućna hemija kao Izvršni potpredsednik od 2011. godine, nastaviće da vodi poslovni Deterdženti i kućna hemija, blisko će saradivati sa Wolfgangom Kenigom na procesu tranzicije i ostati u Henkelu najkasnije do kraja 2022. godine.

„U ime Odbora akcionara i Nadzornog odbora kompanije Henkel, poželeo bih Wolfgangu Kenigu sve najbolje u preuzimanju njegove nove odgovornosti. Njegovo međunarodno menadžersko i leadersko iskustvo u industriji robe široke potrošnje, kućne i lične nege biće veoma dragoceno u formiranju i uspešnom razvoju našeg novog poslovnog sektora Brendovi robe široke potrošnje zajedno sa novim timom lidera“, rekla je dr Simon Bagel-Trah, Predsednica Odbora akcionara i Nadzornog odbora Henkela.

„Takođe bih želela da se iskreno zahvalim Brunu Pjaćenci. On iza sebe ima više od 30 godina rada u Henkelu i vodi naš poslovni sektor Deterdženti i kućna hemija kao Izvršni potpredsednik više od 11 godina. Zahvaljujući njegovoj posvećenosti i stručnosti, naši vrhunski brendovi i poslovanje su se uspešno razvijali tokom ovog perioda. Veoma smo zahvalni na njegovoj posvećenosti i doprinosu i drago nam je što će sarađivati sa Volfgangom Kenigom na obezbeđivanju efikasnog procesa tranzicije.“

„Pod vođstvom Volfganga Keniga, kombinovani tim će se usredsrediti na unapređenje celokupnog poslovanja sektora Brendovi robe široke potrošnje, sa efikasnijim strukturama i bržim donošenjem odluka. Takođe bih želeo da izrazim svoju ličnu zahvalnost Brunu Pjaćenci za njegova brojna dostignuća tokom više od tri decenije u Henkelu“, dodao je Izvršni direktor Henkela Karsten Knobel.

### **Program otkupa akcija sa obimom do milijardu evra**

Henkel takođe pokreće program otkupa akcija u ukupnom iznosu do milijardu evra. Preferencijalne akcije Henkela ukupne vrednosti do 800 miliona evra i obične akcije ukupne vrednosti do 200 miliona evra biće otkupljene. Na osnovu trenutnih cena na berzi, ovo odgovara udelu od oko 3 odsto kapitala kompanije. Očekuje se da će program početi tokom februara 2022. godine i da će se sprovesti najkasnije do 31. marta 2023. godine, uz učešće banke putem berze. U aprilu 2019. godine, godišnja skupština ovlastila je Upravni odbor Henkela da usvoji sopstvene akcije do 10 odsto kapitala. Henkel namerava da otkupljene akcije prvobitno drži kao sopstvene akcije, zadržavajući pravo da ih poništi i shodno tome smanji osnovni kapital.

„Ovim programom stvaramo vrednost za naše akcionare i podržavamo naše poverenje u našu finansijsku snagu i budući potencijal našeg poslovanja. S obzirom na naš jak bilans stanja i nizak nivo duga, kao i naše snažno generisanje novčanih tokova, to neće uticati na našu sposobnost da težimo strateškim akvizicijama – kako u našem poslovnom sektoru Brendovi robe široke potrošnje tako i u našem poslovnom sektoru Adhezivi Tehnologije“, izjavio je Izvršni direktor Henkela Karsten Knobel.

### **Henkel najavljuje preliminarne podatke za 2021.**

Na osnovu preliminarних podataka, Henkel je postigao sveukupno dobre performanse u fiskalnoj 2021. godini. Ovaj razvoj je posebno bio vođen dvocifrenim rastom u poslovnom

sektoru Adhezivi Tehnologije, dok su kontinuirani efekti pandemije virusa COVID-19 uticali na profitabilnost, posebno zbog naglog porasta cena sirovina i opterećenih lanaca snabdevanja.

Na preliminarnoj osnovi, **prodaja Henkel Grupe** u fiskalnoj 2021. godini porasla je na 20,066 milijardi evra. Organski rast prodaje iznosio je 7,8 odsto. Poslovni sektor **Adhezivi Tehnologije** zabeležio je prodaju od 9,641 milijardi evra. Ovo predstavlja dvocifreni organski rast od 13,4 odsto. Sektor **Beauty Care** je zabeležio prodaju od 3,678 milijardi evra i organski rast od 1,4 odsto. Prodaja u sektoru **Deterdženti i kućna hemija** porasla je na 6,605 milijardi evra, što predstavlja organski rast od 3,9 odsto. Za Henkel, **korigovani prinos na prodaju (EBIT marža)** bio je 13,4 odsto. Poslovni sektor **Adhezivi Tehnologije** ostvario je korigovani prinos na prodaju od 16,2 odsto. Poslovni sektor **Beauty Care** ostvario je prilagođeni prinos na prodaju od 9,5 odsto, dok je korigovani prinos na prodaju poslovnog sektora Deterdženti i kućna hemija iznosio 13,7 odsto. **Korigovana zarada po prioritetnoj akciji (EPS) za Grupu** je porasla na 4,56 evra ili +9,2 odsto (po konstantnom kursu). Svi brojevi su na preliminarnoj osnovi.

„Uprkos veoma izazovnom poslovnom okruženju sa neviđenim poremećajima u globalnim lancima snabdevanja, nedostatkom sirovina i značajnom rastu cena, postigli smo sveukupno dobar učinak sa značajnim organskim rastom koji podržavaju svi poslovni sektori, stabilnom maržom i veoma snažnim povećanjem zarade po akciji. Ovo je dostignuće globalnog Henkel tima koji je ponovo prevazišao sebe da bi održao naše poslovanje i kako bismo služili našim kupcima i potrošačima širom sveta“, izjavio je Karsten Knobel.

### **Izgledi za 2022.**

Uzimajući u obzir trenutnu procenu tržišnog okruženja, posebno kontinuiranu napetu situaciju na tržištima sirovina, kao i u lancima snabdevanja i povezano dalje snažno povećanje direktnih troškova materijala, Henkel je dao svoje **izglede za fiskalnu 2022.** (zasnovanu na trenutnoj postavci sa tri poslovna sektora).

**Henkel** očekuje organski rast prodaje za Grupu u rasponu od 2 do 4 odsto u 2022. godini. Za poslovni sektor **Adhezivi Tehnologije**, Henkel očekuje organski rast prodaje u rasponu između 5 i 7 odsto u 2022. godini. Za poslovni sektor **Beauty Care** očekuje se negativan organski razvoj prodaje u rasponu od -5 do -3 odsto. Smanjenje je uglavnom posledica mera za poboljšanje portfolija koje su već donete i koje su u primeni, uključujući prekid aktivnosti koje neće biti deo budućeg osnovnog poslovanja, koje iznose oko 5 odsto prodaje poslovnog sektora u 2021. godini. Za poslovni sektor **Deterdženti i kućna hemija**, Henkel očekuje organski rast od 2 do 4 odsto.

Očekuje se da će **korigovani prinos na prodaju (EBIT marža)** za Grupu biti između 11,5 i 13,5 odsto. Za sektor **Adhezivi Tehnologije**, Henkel očekuje prilagođeni povraćaj od prodaje između 15 i 17 odsto, za sektor **Beauty Care** između 7,5 i 10 odsto, a za sektor **Deterdženti i kućna hemija** u rasponu od 10,5 do 13 odsto.

Na nivou Grupe, Henkel očekuje za **korigovanu zaradu po preferencijalnoj akciji (EPS)** promenu u rasponu između -15 do +5 odsto (po konstantnom kursu), što odražava visok nivo neizvesnosti i volatilnosti tržišta.

### **Nova srednjoročna do dugoročna finansijska ambicija**

Sa svojom novom platformom za više kategorija i zajedničkim timom robe široke potrošnje, Henkel će podsticati rast i profitabilnost poslovanja u oblasti robe široke potrošnje i Grupe. Kao deo svoje nove srednjoročne i dugoročne finansijske ambicije, Henkel ima za cilj da svojim sektorom **Brendovi robe široke potrošnje** poboljša rast i profil marže na održiv način i da postigne organski rast prodaje od 3 do 4 odsto i korigovanu EBIT maržu od oko 15 odsto. Za svoj poslovni sektor **Adhezivi Tehnologije**, Henkelova ambicija je da postigne organski rast prodaje u rasponu od 3 do 5 podsto i korigovanu EBIT maržu od skoro 20 odsto.

Na osnovu toga, Henkel sledi srednjoročnu i dugoročnu ambiciju za **Grupu** od 3 do 4 odsto organskog rasta prodaje, korigovane EBIT marže od oko 16 odsto i povećanja korigovane zarade po preferencijalnoj akciji od srednjeg do visokog jednocifrenog procenta (po konstantnom kursu i uključujući akvizicije). U isto vreme, Henkel će nastaviti da se fokusira na proširenje slobodnog toka novca.

### **Sledeći koraci**

Henkel će što je pre moguće započeti proces informisanja i konsultacija sa odgovarajućim predstavnicima zaposlenih jer će spajanje takođe uticati na zaposlene u oba poslovna sektora širom sveta.

Više detalja o poslovnom razvoju u fiskalnoj 2021. i izgledima za fiskalnu 2022. godinu, kao i ažuriranja o napretku i narednim koracima strateškog plana kompanije za svrsishodan rast biće predstavljeni na konferenciji za analitičare i novinare 23. februara 2022.

Dodatne informacije o procesu integracije dva poslovna sektora iz oblasti robe široke potrošnje kao i planiranim merama portfolija, uključujući očekivane sinergije i troškove restrukturiranja, biće objavljene zajedno sa izveštajem za prvo tromesečje 5. maja 2022. godine.

Detaljne poslednje informacije za oba poslovna sektora – Brendovi robe široke potrošnje i Adhezivi Tehnologije – biće obezbeđeno na dan investitora tokom 2022. godine.

## 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 2021. godini, kompanija Henkel ostvarila je prodaju veću od 20 milijardi evra. Henkel zapošljava više od 53.000 ljudi širom sveta – predan i veoma raznovrstan tim, ujedinjen snažnom korporativnom kulturom, zajedničkom svrhom, 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, molimo vas posetite [www.henkel.com](http://www.henkel.com).

Ove informacije sadrže izjave koje se odnose na budućnost zasnovane na trenutnim procenama i predviđanjima rukovodstva kompanije Henkel AG & Co. KGaA. Izjave koje se odnose na budućnost se odlikuju rečima poput "očekivati", "nameravati", "planirati", "predviđati", "procenjivati", i sličnim terminima. Takvim izjavama se 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 Henkel-ove kontrole i ne mogu se precizno predvideti, poput budućeg privrednog ambijenta i radnji rivala i drugih uključenih u tržište- 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 - koje su ili mogu biti alternativne merama učinaka (nisu mere opšte-prihvaćenih računovodstvenih načela). Ove dodatne finansijske mere ne bi trebalo posmatrati izolovane ili kao alternativne merama Henkel-ove 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 samo u informativne svrhe i nije namenjen da predstavlja savet za investiranje ili ponudu za prodaju, ili traženje ponude za kupovinu bilo kojih hartija od vrednosti.

## Kontakti

**Jelena Gavrilović Šarenac**  
**Telefon +381 11 207 22 09**  
**E-mail [jelena.sarenac@henkel.com](mailto:jelena.sarenac@henkel.com)**

**Jelena Stojanović**  
**+381 11 207 21 86**  
**[jelena.stojanovic@henkel.com](mailto:jelena.stojanovic@henkel.com)**

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

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

[www.henkel.rs](http://www.henkel.rs)