23. februára 2022

Dobré výsledky a pokrok vo všetkých strategických prioritách v roku 2021

**Spoločnosť Henkel zverejnila výsledky hospodárenia za rok 2021 a posúva svoju agendu zmysluplného rastu na novú úroveň**

* **Dobré obchodné výsledky v náročnom trhovom prostredí roku 2021:**
* **Obrat na úrovni skupiny dosiahol 20,1 mld. eur, organicky rast +7,8 %**

- **Prevádzkový zisk\* sa zvýšil na 2,7 mld. eur, + 4,2 %**

- **Marža EBIT\* na úrovni predchádzajúceho roku: 13,4 %**

- **Výnos na prioritnú akciu (EPS)\*: 4,56 eur, +9,2 % po úprave o kurzové vplyvy**

- **Dobrý voľný cash flow vo výške 1,5 mld. eur; čistá finančná pozícia sa významne zlepšila**

* **Navrhovaná výška dividendy na úrovni predchádzajúceho roka: 1,85 eur na prioritnú akciu**
* **Výhľad na rok 2022 a stredno- až dlhodobé finančné ciele ostávajú nezmenené**
* **Konzistentná implementácia agendy zmysluplného rastu od roku 2020**
* **Kľúčové opatrenia na posilnenie strategickej agendy rastu:**

- **Začala integrácia divízií Laundry & Home Care a Beauty Care do jednej multiproduktovej platformy s obratom približne 10 mld. eur**

- **Plánovaná ďalšia optimalizácia portfólia v segmente spotrebného tovaru**

- **Spustený program spätného odkupu akcií v objeme do 1 mld. eur**

- **Fond rizikového kapitálu Venture Fund II s celkovým objemom 150 mil. eur**

- **Nová stratégia a ambície v oblasti udržateľnosti**

**Düsseldorf – *„Celkovo sme v roku 2021 dosiahli dobré hospodárskej výsledky a konzistentne sme napredovali v implementácii našej strategickej agendy. A to aj napriek veľmi náročným trhovým podmienkam s bezprecedentným narušením globálnych dodávateľských reťazcov, nedostatkom kľúčových surovín a celkovo výrazne rastúcimi cenami,“* povedal predseda predstavenstva spoločnosti Henkel Carsten Knobel.**

 ***„Zaznamenali sme organický rast vo všetkých obchodných divíziách, udržali maržu na stabilnej úrovni a dosiahli veľmi silný rast výnosov na prioritnú akciu. Je to výsledok úsilia celého nášho globálneho tímu Henkel. Aj v tejto náročnej dobe sa nám spoločne darilo napredovať v našej agende zmysluplného rastu. Rád by som poďakoval všetkým zamestnancom za ich výnimočné pracovné nasadenie. Predovšetkým tým, ktorí udržiavali v chode našu produkciu a kritické obchodné procesy priamo vo výrobných prevádzkach.“***

**Spoločnosť Henkel dosiahla vo finančnom roku 2021 organický obrat v hodnote približne 20,1 mld. eur, čo v porovnaní s rokom 2020 predstavuje organický rast obratu vo výške 7,8 %. Osobitne pozitívny vplyv malo výrazné oživenie dopytu v priemyselnom segmente a v segmente profesionálnej vlasovej kozmetiky. V porovnaní s predchádzajúcim rokom 2020, keď bol obzvlášť vysoký dopyt po hygienických a čistiacich produktoch a farbách na vlasy, zatiaľ čo dopyt po stylingových prípravkoch bol menej výrazný, sa v segmente spotrebného tovaru dopyt v mnohých kategóriách normalizoval. Zároveň však výrazné zvýšenie cien vstupných surovín a logistiky spolu s kurzovými vplyvmi negatívne zasiahli našu ziskovosť vo finančnom roku 2021. Vďaka výraznému zvýšeniu objemu predaja, úspešnému zvýšeniu cien, aktívnemu riadeniu nákladov a pokračujúcim štrukturálnym úpravám dokázala spoločnosť Henkel viac než kompenzovať ich vplyv na svoje výnosy. Upravený prevádzkový zisk sa zvýšil o 4,2 % na 2,7 mld. eur. Upravená výnosnosť predaja predstavovala 13,4 % v porovnaní s predchádzajúcim rokom a upravený výnos na prioritnú akciu sa zvýšil na 4,56 eura. Tento vývoj predstavuje výrazné zlepšenie na úrovni 9,2 % pri konštantných kurzových sadzbách.**

**Vzhľadom na uvedené výsledky spoločnosť Henkel na blížiacom sa výročnom valnom zhromaždení navrhne svojim akcionárom stabilnú dividendu vo výške 1,85 eura na prioritnú akciu a 1,83 eura na kmeňovú akciu. Navrhovaná výška sa rovná podielu vyplácaných dividend na úrovni 40,5 %, čo je mierne nad cieľovým rozsahom 30 až 40 % upraveného čistého zisku po odpočítaní menšinových podielov. Spoločnosť vypláca stabilné dividendy od vypuknutia pandémie ochorenia COVID-19.**

**Okrem toho spoločnosť koncom januára 2022 oznámila spustenie programu odkupu akcií v objeme do 1 mld. eur, s ktorého implementáciou začala vo februári. Henkel plánuje odkúpiť prioritné akcie v celkovom objeme až 800 mil. eur a kmeňové akcie v celkovom objeme do 200 mil. eur. Odkupovanie akcií by malo prebiehať až do 31. marca 2023.**

 ***„Neustále pokračujeme v implementácií našej strategickej agendy a v mnohých kľúčových oblastiach sme dosiahli veľmi výrazný pokrok. V iných oblastiach však stále vidíme potrebu prijímať ďalšie opatrenia. Preto sa teraz snažíme posunúť našu agendu zmysluplného rastu na ďalšiu úroveň: koncom januára sme oznámili zlúčenie obchodných divízií Laundry & Home Care a Beauty Care do jednej obchodnej divízie pod názvom „Henkel Consumer Brands“. Cieľom je vybudovať multiproduktovú platformu s obratom okolo 10 miliárd eur, ktorá nám poskytne širší základ pre ešte konzistentnejšiu optimalizáciu nášho portfólia smerom k vyššiemu rastu a maržiam. Tieto plány sa odrážajú aj v našich stredno- až dlhodobých finančných ambíciách,“* povedal Carsten Knobel. *„Okrem toho, náš nový fond rizikového kapitálu Venture Fund II v objeme 150 mil. eur a náš nový rámec 2030+ Sustainability Ambition Framework prinášajú dôležitý stimul v oblasti inovácií a udržateľnosti. Nový otvorený a dynamický vzhľad našej korporátne značky posilňuje našu misiu.“***

**Obrat a výnosy skupiny za finančný rok 2021**

**Obrat** skupiny Henkel vo finančnom roku 2021 dosiahol 20 066 mil. eur, čo predstavuje nominálny rast na úrovni 4,2 % a výrazný **organický rast obratu** vo výške 7,8 %. Akvizície a odpredaje mali na obrat mierne negatívny vplyv na úrovni -0,1 %. Kurzový vývoj mal na obrat negatívny vplyv vo výške -3,5 %.

Obchodná divízia **Adhesive Technologies** zaznamenala dvojciferný organický rast obratu na úrovni 13,4 %, ktorého hlavným zdrojom bolo výrazné oživenie priemyselného dopytu v porovnaní s obdobím predchádzajúceho roka, ktoré bolo ťažko poznačené pandémiou ochorenia COVID-19. Obrat obchodnej divízie **Beauty Care** organicky vzrástol o 1,4 %. Pozitívny vplyv malo oživenie v segmente profesionálnej vlasovej kozmetiky, zatiaľ čo segment spotrebného tovaru bol ovplyvnený najmä normalizovaním dopytu v kategórii telovej kozmetiky a zaznamenal pokles. Obchodná divízia **Laundry & Home Care** dosiahla silný organický rast obratu na úrovni 3,9 % vďaka silným výsledkom tak v kategórii pracích prostriedkov, ako aj v kategórii čistiacich prípravkov pre domácnosť.

**Rozvíjajúce sa trhy** zaznamenali dvojciferný organický rast obratu vo výške 15,4 %, organický obrat na **vyspelých trhoch** dosiahol 2,5 %.

**Upravený prevádzkový zisk (upravený zisk EBIT)** dosiahol v roku 2021 hodnotu 2 686 mil. eur v porovnaní s 2 579 mil. eur vo finančnom roku 2020, pričom sa zvýšil o 4,2 %. **Upravená výnosnosť predaja (upravená marža EBIT)** dosiahla úroveň predchádzajúceho roka vo výške 13,4 %.

**Upravený výnos na prioritnú akciu** sa zvýšil o 7,0 % na hodnotu 4,56 eura (predchádzajúci rok: 4,26 eura). Upravený výnos na prioritnú akciu sa pri konštantných kurzových sadzbách zvýšil o 9,2 %.

**Čistý prevádzkový kapitál** sa zvýšil na 2,2 %, teda o 1,5 percentuálneho bodu v porovnaní s mimoriadne nízkou hodnotou 0,7 % v predchádzajúcom roku. Znamená to, že čistý prevádzkový kapitál sa vracia na normálnejšiu úroveň. V porovnaní s predkrízovou úrovňou z roku 2019 sa zlepšil o 1,7 %.

**Voľný cash flow** v celkovej výške 1 478 mil. eur bol nižší než v predchádzajúcom roku (2020: 2 340 mil. eur), v ktorom došlo k jeho výraznému nárastu spôsobenému neobvykle ostrým poklesom čistého prevádzkového kapitálu v rámci cash flowu z prevádzkových činností.

**Čistá finančná pozícia** sa výrazne zlepšila najmä vďaka dobrému voľnému cash flowu. K 31. decembru 2021 predstavovala čistá finančná pozícia -292 mil. eur (31. december 2020: -888 mil. eur).

*Výsledky obchodných divízií za finančný rok 2021*

Obrat divízie **Adhesive Technologies** za finančný rok 2021 bol nominálne o 11,0 % vyšší a dosiahol 9 641 mil. eur. **Organicky** sa zvýšil o 13,4 %**.** Dôvodom tohto rastu boli výrazne vyššie objemy predaja aj stabilný rast cien v priebehu celého roka. V prvom polroku bol rast charakterizovaný rozsiahlym oživením objemu priemyselného dopytu v porovnaní s predchádzajúcim rokom, ktorý bol silne zasiahnutý pandémiou ochorenia COVID-19. V druhom polroku mali na organický rast obratu pozitívny vplyv ďalšie zvyšovanie objemu predaja a postupne sa zvyšujúce ceny. **Upravený prevádzkový zisk** vo výške 1 561 mil. eur bol výrazne vyšší než v predchádzajúcom roku (1 320 mil. eur). **Upravená výnosnosť predaja** sa zvýšila o 100 bázických bodov a dosiahla úroveň 16,2 %, k čomu prispel najmä dvojciferný rast obratu.

Obrat divízie **Beauty Care** sa v roku 2021 nominálne znížil o 2,0 % na hodnotu 3 678 mil. eur, pričom **organicky** vzrástol o 1,4 %. Dôvodom bol rozdielny vývoj v jednotlivých segmentoch. Kým oživenie v segmente profesionálnej vlasovej kozmetiky malo pozitívny vplyv, segment spotrebného tovaru bol ovplyvnený najmä normalizovaním dopytu v kategórii telovej kozmetiky a zaznamenal pokles. **Upravený prevádzkový zisk** dosiahol 351 mil. eur (predchádzajúci rok: 377 mil. eur). **Upravená výnosnosť predaja** klesla na 9,5 % (predchádzajúci rok: 10 %). Dôvodom boli okrem iného vyššie investície do marketingu a reklamy a výrazne vyššie ceny surovín.

Obrat obchodnej divízie **Laundry & Home Care** sa v roku 2021 nominálne znížil o 1,5 % na hodnotu 6 605 mil. eur, **organicky** sa zvýšil o 3,9 %. **Upravený prevádzkový zisk** vo výške 904 mil. eur zaostal za úrovňou predchádzajúceho roka (1 004 mil. eur). Predovšetkým z dôvodu výrazne vyšších cien surovín a logistiky zaznamenala **upravená výnosnosť predaja prepad** o 130 bázických bodov na úroveň 13,7 %.

**Výhľad na rok 2022**

Výhľad na rok 2022, ktorý bol zverejnený koncom januára, ostáva nezmenený. Vzhľadom na vysokú trhovú neistotu a volatilitu, ako aj vplyv ďalšieho výrazného zvyšovania nákladov na suroviny a logistiku, spoločnosť Henkel predpokladá organický rast obratu v rozsahu 2 až 4 % a upravenú výnosnosť predaja (marža EBIT) medzi 11,5 a 13,5 %. Upravený výnos na prioritnú akciu (EPS) vo finančnom roku 2022 by sa mal na úrovni skupiny pohybovať v rozpätí od -15 do +5 % (pri konštantných kurzových sadzbách).

**Agenda zmysluplného rastu: dobrý pokrok v implementácii**

Začiatkom marca 2020 spoločnosť Henkel predstavila svoju agendu zameranú na rast v nasledujúcich rokoch, na ktorej dosiahnutie vypracovala jasný strategický rámec. Kľúčovými prvkami tohto strategického rámca sú úspešné portfólio, jednoznačná konkurenčná výhoda v oblastiach inovácií, udržateľnosti a digitalizácie, ako aj prevádzkové modely pripravené na budúcnosť, ktoré majú pevnú oporu v silnej firemnej kultúre.

*Riadenie portfólia napreduje podľa plánu*

V rámci **aktívneho riadenia portfólia** si spoločnosť Henkel začiatkom roka 2020 stanovila za cieľ odpredať alebo zrušiť značky a podnikateľské aktivity s obratom v objeme okolo 0,5 mld. eur do konca roku 2021. Spoločnosti Henkel sa do konca roku 2021 podarilo podľa plánu podpísať zmluvy o odpredaji, dokončiť odpredaje alebo zastaviť podnikateľské činnosti s celkovým ročným obratom v objeme okolo 0,5 mld. eur. Väčšina týchto opatrení sa týkala portfólia produktov divízií Beauty Care a Laundry & Home Care, napríklad predaj značiek Right Guard a Dry Idea.

Okrem toho spoločnosť Henkel v roku 2021 strategicky posilnila svoje portfólio **akvizíciou**, ktorá sľubuje vysoký rast v budúcnosti. V rámci obchodnej divízie Laundry & Home Care posilnila svoje postavenie na francúzskom trhu akvizíciou spoločnosti Swania. Jej portfólio zahŕňa veľmi atraktívne a profitabilné trhové segmenty a dopĺňa portfólio spoločnosti Henkel o osvedčené a inovatívne značky ako Maison Verte a YOU.

Začiatkom februára 2022 spoločnosť Henkel ďalej posilnila svoje produktové portfólio akvizíciou divízie profesionálnej vlasovej kozmetiky spoločnosti **Shiseido** na ázijsko-pacifických trhoch. Transakcia zahŕňa prémiové produkty profesionálnej vlasovej kozmetiky s obratom viac než 100 mil. eur za finančný rok 2021. Svojou expanziou na ázijsko-pacifických trhoch sa spoločnosť Henkel stane jedným z popredných trhových hráčov v tomto vysoko dynamickom regióne s atraktívnym potenciálom budúceho rastu.

Na posilnenie svojej **konkurencieschopnosti** a odlíšenie sa od konkurencie sa spoločnosť Henkel zamerala aj na ďalšie zrýchľovanie **inovácií**, podporu **udržateľnosti** a tvorbu vyššej pridanej hodnoty pre svojich zákazníkov a spotrebiteľov prostredníctvom **digitalizácie.**

*Úspešný štart inovácií*

Spoločnosť Henkel pokračovala v **úspešnom presadzovaní a zavádzaní inovácií** aj vo finančnom roku 2021, k čomu okrem iných prispeli aj firemné inkubátory a inovačné tímy, ktoré boli v minulom roku zriadené v rámci obchodných divízií Beauty Care a Laundry and Home Care. Divízia Adhesive Technologies otvorila v Düsseldorfe nové globálne inovačné centrum, do ktorého spoločnosť investovala približne 130 mil. eur. Práce začali aj na výstavbe ďalšieho špičkového inovačného centra divízie Adhesive Technologies v Šanghaji.

V roku 2021 spoločnosť Henkel na trh opäť úspešne zaviedla mnohé inovácie a primerane ich podporila potrebnými investíciami. Divízia **Adhesive Technologies** napríklad vyvinula a zaviedla riešenia pre automobilový priemysel v podobe udržateľných lepiacich a spájacích technológií, ktoré podporujú teplotný rozptyl. Okrem toho jej inovatívne technológie umožňujú vývoj udržateľných obalových riešení.

Divízia **Beauty Care** spustila rozsiahly trhový reštart vlasových stylingových prípravkov značky Taft a farieb na vlasy Igora Royal a ďalšie úspešné inovácie zaviedla aj v segmente výrobkov na starostlivosť o vlasy. Okrem toho rozšírila sortiment udržateľnej značky Nature Box o nové produkty v pevnej forme a balenia s náhradnou náplňou.

Divízia **Laundry & Home Care** predstavila inovované čistiace kapsule v rámci všetkých cenových segmentov, ktoré sú dostupné pod rôznymi značkami vrátane značky Perwoll. V maloobchodných predajniach v niektorých európskych štátoch sa začali predávať udržateľné ekologické pracie tablety Persil Eco Power Bars. Medzi inovatívne produkty v kategórii čistiacich prostriedkov patria kapsule „Somat Excellence“.

Spoločnosť Henkel tiež založila nový investičný fond **Venture Fund II** v objeme 150 mil. eur, ktorého cieľom je investovať do inovatívnych a nových biznis modelov prostredníctvom startupov či fondov rizikového kapitálu.

*Výrazný pokrok v oblasti udržateľnosti*

V rámci svoje strategickej agendy sa spoločnosť Henkel zameriava na **udržateľnosť**, čím sa chce jednoznačne odlíšiť od svojich konkurentov, generovať zmysluplný rast a vytvárať pridanú hodnotu pre svojich akcionárov. V roku 2021 sa jej v tejto oblasti podarilo dosiahnuť výrazný pokrok; napríklad:

- V porovnaní s východiskovým rokom 2010 spoločnosť Henkel v roku 2021 znížila emisie CO2 vo svojej výrobe o 50 % a o viac než tretinu zvýšila podiel zelenej elektrickej energie.

- Do konca roku 2021 sa jej v 21 krajinách podarilo prejsť na výrobu, ktorá využíva 100 % elektrickej energie z obnoviteľných zdrojov.

- Podiel recyklovateľných alebo opätovne použiteľných obalov sa zvýšil na 86 %. Cieľom je dosiahnuť 100 % podiel takýchto obalov do roku 2025.

V oblasti udržateľných financií dokázala spoločnosť Henkel opäť poskytnúť dôležité impulzy, napríklad predstavením „rámca udržateľného financovania“, ktorý prináša možnosť v budúcnosti investovať do udržateľných dlhopisov. V roku 2021 sa spoločnosť Henkel stala prvou spoločnosťou vo svojom odvetví, ktorá vydala eurové dlhopisy, ktorých úrok je naviazaný na splnenie konkrétnych cieľov v oblasti udržateľnosti. Spoločnosť minulý rok celkovo vydala udržateľné dlhopisy v objeme viac než 700 mil. eur.

**Nová stratégia a ambície v oblasti udržateľnosti sú známe**

V odozve na rastúcu dôležitosť udržateľného riadenia a zvyšujúce sa očakávania zákazníkov a verejnosti spoločnosť Henkel posilnila svoju dlhodobú stratégiu v oblasti udržateľnosti zavedením nového rámca pod názvom „**2030+** **Sustainability Ambition Framework**“. K existujúcim cieľom pribudli nové dlhodobé ambiciózne ciele, ktoré si spoločnosť stanovila v troch tematických oblastiach: „Regenerujúca planéta“ (*Regenerative Planet*), „Prosperujúce komunity“ (*Thriving Communities*) a „Dôveryhodný partner“ (*Trusted partner*).

Tematická oblasť **„Regenerujúca planéta“** sa zameriava na také dôležité témy ako klimatické zmeny, obehové hospodárstvo a prírodné zdroje. **Spoločnosť Henkel sa teraz usiluje o dosiahnutie klimaticky pozitívnej prevádzky do roku 2030** – desať rokov skôr, než pôvodne plánovala – a v súlade s iniciatívou Science Based Targets nastúpila na cestu nulových emisií v prípade emisií rozsahu 3 (od zdroja po predaj). Aby to dosiahla, **100 % elektriny, ktorú spoločnosť obstaráva, bude do roku 2030 pochádzať z obnoviteľných zdrojov.**

Na podporu obehového hospodárstva si spoločnosť Henkel stanovila cieľ, podľa ktorého **100 % jej obalových materiálov bude do roku 2025 recyklovateľných alebo opätovne použiteľných.** V rámci tohto cieľa chce spoločnosť zvýšiť podiel recyklovaných plastov vo všetkých obaloch svojich spotrebných výrobkov na viac než 30 %. Okrem toho chce **do roku 2030** vo svojich výrobných prevádzkach **dosiahnuť obehové využívanie vody a produkciu odpadových** **materiálov.** Spoločnosť je tiež na dobrej ceste pri plnení svojho cieľa na rok 2025, ktorým je **zníženie spotreby vody na tonu produkcie o 35 %** (v porovnaní s východiskovým rokom 2010).

V rámci tematickej oblasti „**Prosperujúce komunity“** sa spoločnosť plánuje v budúcnosti zameriavať na podporu rovnosti príležitostí, vzdelávanie a spoločenský blahobyt. Spoločnosť si stanovila za cieľ dosiahnuť do roku 2025 **rodovú rovnosť** na všetkých úrovniach riadenia.

Kľúčovým prvkom tematickej oblasti „**Dôveryhodný partner**“ je dosiahnuť do roku 2025 **stopercentnú transparentnosť pri obstarávaní palmového oleja** a záväzok jeho 100 % zodpovedného získavania v spolupráci so všetkými obchodnými partnermi.

*Pokračujúca digitalizácia*

Popri inováciách a udržateľnosti je **digitalizácia** ďalšou strategickou prioritou, ktorú si spoločnosť Henkel stanovila na posilnenie svojej konkurencieschopnosti v roku 2021. **Obrat prostredníctvom digitálnych kanálov znovu zaznamenal dvojciferný percentuálny rast** v rámci všetkých troch obchodných divízií, pričom jeho podiel na obrate na úrovni skupiny sa zvýšil na viac než 18 %. Digitálna divízia Henkel dx spolu s tromi obchodnými divíziami pokračovali v digitálnej transformácii spoločnosti a otvorili prvé inovačné centrá v Berlíne a Šanghaji. Zámerom integrovanej platformy pre digitálne podnikanie a elektronický obchod, vyvinutej v spolupráci so spoločnosťou Adobe, je zrýchliť inovácie a vytvárať nové príležitosti pre ďalší rast spoločnosti Henkel.

*Posilnenie prevádzkových modelov pripravených na budúcnosť*

Dôležitými prvkami strategického rámca spoločnosti Henkel sú štíhle a rýchle **prevádzkové modely pripravené na budúcnosť**. Spoločnosť ďalej rozšírila zmeny zavedené v roku 2020: v rámci divízie Adhesive Technologies je už pevne etablovaná nová štruktúra so štyrmi obchodnými sekciami, ktoré sa skladajú z 11 strategických obchodných jednotiek. V obchodných divíziách Laundry & Home Care a Beauty Care pokračovali organizačné zmeny, ktorých cieľom je posilniť regionálne zameranie a priblížiť spoločnosť k zákazníkom a spotrebiteľom. Okrem toho došlo k ďalšej harmonizácii nákupu s jednotlivými obchodnými jednotkami a trhmi. Aj plánované zlúčenie divízií Laundry & Home Care a Beauty Care do jednej divízie pod názvom „Henkel Consumer Brands“ prispeje k ďalšej optimalizácii podnikových štruktúr.

*Posilnenie podnikovej kultúry*

Spoločnosť Henkel pokračuje v posilňovaní podnikovej kultúry v rámci svojej strategickej agendy. V roku 2020 spoločnosť Henkel vytvorila nový celopodnikový cieľ a predstavila ho internej aj externej verejnosti pod názvom „Priekopníci v centre diania pre blaho generácií“, ktorý predstavuje ústredný vedúci princíp, ktorý zjednocuje všetkých zamestnancov spoločnosti. Nový dynamický vizuál korporátnej značky podčiarkuje ambíciu spoločnosti Henkel stať sa priekopníkom v snahe o pozitívny vývoj na trhoch a v sociálnom prostredí.

Na posilnenie firemnej kultúry zorganizovala spoločnosť Henkel v roku 2021 množstvo školení a pokročilých kurzov vrátane komplexného **programu spätnej väzby** pre vedúcich pracovníkov. Vypracovala tiež holistický koncept pod názvom „Smart Work“, ktorý v budúcnosti poskytne globálny rámec pre také témy ako mobilná práca, digitálne pracovisko či zdravie zamestnancov.

**Začal sa proces integrácie novej divízie Consumer Brands**

Koncom januára 2022 spoločnosť Henkel predstavila komplexné opatrenia, ktorými chce posunúť implementáciu agendy zmysluplného rastu na novú úroveň. V rámci nich plánuje zlúčiť svoje divízie Laundry & Home Care a Beauty Care do novej obchodnej divízie: **Henkel Consumer Brands**. Nová obchodná divízia vytvorí jednotnú multiproduktovú platformu pre celé portfólio spotrebných produktov spoločnosti Henkel vrátane mnohých ikonických značiek ako Persil a Schwarzkopf, ako aj profesionálnych vlasových výrobkov. Predpokladaný obrat novej obchodnej divízie je približne 10 mld. eur. Zlúčenie by malo priniesť rast a vyššiu ziskovosť divízie spotrebného tovaru a celej spoločnosti.

**Prípravy integračného procesu** novej obchodnej divízie už začali. Ich súčasťou sú aj úvodné konštruktívne rokovania so zástupcami zamestnancov. Takisto bola definovaná a interne odkomunikovaná organizačná štruktúra budúcej obchodnej divízie – so štyrmi regiónmi a dvomi globálnymi obchodnými segmentmi podporenými centrálnymi funkciami. Okrem toho bola určená prvá riadiaca úroveň pod dohľadom zodpovedného člena predstavenstva a vznikla projektová organizácia, ktorá zastreší plánované zlúčenie obchodných divízií.

Ako zhrnul Carsten Knobel: *„V roku 2021 sme urobili ďalší pokrok v implementácii našej strategickej agendy a celkovo sme dosiahli dobré obchodné výsledky. A to aj napriek pretrvávajúcemu vplyvu globálnej pandémie, napätým dodávateľsko-odberateľským vzťahom a mimoriadne ostrému zvýšeniu cien surovín a logistických služieb. Teraz hľadíme dopredu – na úlohy, ktoré nás čakajú v roku 2022 a nasledujúcich rokoch. Staviame na jasnej stratégii, ktorá prinesie zmysluplný rast, a na silnom tíme, ktorý tvoria vysoko motivovaní zamestnanci na celom svete. Veríme našim spoločným hodnotám, našej kultúre a nášmu poslaniu, ktoré nás vedú vpred. Som hlboko presvedčený, že svoje ambiciózne ciele naplníme a úspešne zrealizujeme našu agendu zmysluplného rastu.“*

**O spoločnosti Henkel**

Spoločnosť Henkel pôsobí celosvetovo s vyrovnaným a diverzifikovaným portfóliom produktov. Vďaka silným značkám, inováciám a technológiám zastáva Henkel vedúce postavenie na trhu tak v spotrebiteľských, ako aj priemyselných odvetviach. V oblasti lepidiel je Henkel divízia Adhesive Technologies celosvetovým lídrom na trhu v rámci všetkých priemyselných segmentov. V oblastiach Laundry & Home Care a Beauty Care je Henkel na vedúcich pozíciách na viacerých trhoch a v kategóriách vo svete. Spoločnosť bola založená v roku 1876 a má za sebou viac než 140 úspešných rokov. V roku 2020 dosiahla obrat vo výške 19 mld. eur a upravený prevádzkový zisk približne vo výške 2,6 mld. eur. Henkel zamestnáva 53 000 ľudí po celom svete, ktorí spolu tvoria zanietený a veľmi rôznorodý tím, ktorý spája silná firemná kultúra a spoločný záujem vytvárať trvalo udržateľné hodnoty a ktorý zdieľa spoločné hodnoty. Ako uznávaný líder v oblasti udržateľnosti je Henkel na popredných priečkach v mnohých medzinárodných indexoch a hodnoteniach. Prioritné akcie spoločnosti Henkel sú kótované na nemeckom akciovom indexe DAX. Viac informácií nájdete na stránke [www.henkel.com](http://www.henkel.com).

**O spoločnosti Henkel Slovensko**

Na Slovensku pôsobí Henkel vo všetkých troch strategických oblastiach už od roku 1991 a zároveň je HENKEL SLOVENSKO spol. s r. o. pôsobiskom najväčšej expertnej pobočky Global Business Solutions+ spoločnosti Henkel celosvetovo. Global Business Solutions+ Bratislava ‏(GBS+ Bratislava) patrí od svojho založenia v roku 2006 k dôležitej súčasti spoločnosti Henkel, zabezpečujúcej služby v Európe a globálne  vo viac než 30 jazykoch. HENKEL SLOVENSKO spol. s r. o. predáva viac ako 50 značiek a dnes zamestnáva, spolu s GBS+ Bratislava, viac ako 1 800 pracovníkov. Viac informácií nájdete na stránke [www.henkel.sk](http://www.henkel.sk).

**Kontakt**

Zuzana Kaňuchová

Riaditeľka korporátnej komunikácie

Telefón: +421 917 160 597

E-mail: zuzana.kanuchova@henkel.com