

Priopćenje za javnost

23. veljače 2022.

Dobri rezultati i napredak prema svim strateškim prioritetima u fiskalnoj 2021.

Henkel objavljuje godišnje rezultate za 2021. i podiže program svrhovitog rasta na novu razinu

- **Dobri poslovni rezultati u 2021. u izazovnom tržišnom okruženju:**
 - Prodaja grupe dosegla je 20,1 milijardu eura, organski rast od +7,8 posto.
 - Operativna dobit* porasla je na 2,7 milijardi eura, +4,2 posto.
 - EBIT marža* na prošlogodišnjoj je razini: 13,4 posto.
 - Zarada po prioritetnoj dionici (EPS)* bila je 4,56 eura, što je porast od +9,2 posto, prilagođeno za tečajne razlike.
 - Dobar slobodni novčani tok iznosio je 1,5 milijardi eura, neto financijski položaj značajno je poboljšan.
- **Predložene dividende na prošlogodišnjoj razini: 1,85 eura po prioritetnoj dionici**
- **Prognoza za 2022. i srednjoročne i dugoročne financijske ciljeve ostaje neizmijenjena.**
- **Dosljedno provođenje strategije za svrhoviti rast iz 2020.**
- **Ključne mjere za podizanje strategije strateškog rasta na sljedeću razinu:**
 - Započet proces integracije poslovnih sektora Sredstva za pranje i čišćenje u domaćinstvu i Beauty Care u jedinstvenu platformu s više kategorija i prodajom većom od 10 milijardi eura.
 - Planira se daljnja optimizacija portfelja u poslovanju s robom široke potrošnje.
 - Počeo je program kupnje dionica s prometom do milijardu eura.
 - Investicijski fond Venture Fund II s ukupnom imovinom od 150 milijuna eura.
 - Nova strategija i ciljevi održivosti.

Düsseldorf – „Općenito, postigli smo dobre poslovne rezultate u 2021. godini i dosljedno smo radili na provedbi našeg strateškog plana, unatoč vrlo izazovnim tržišnim uvjetima, bez presedana, s poremećajima u globalnim lancima opskrbe, nedostatkom ključnih sirovina i značajnim porastom cijena“, rekao je izvršni direktor Henkela Carsten Knobel.

„Zabilježili smo organski rast u svim poslovnim sektorima, zadržali smo stabilne marže i ostvarili vrlo snažan rast prihoda po prioritetnim aktivnostima. To smo postigli zahvaljujući našem globalnom Henkelovom timu. Zajedno smo postigli napredak u našoj Strategiji za svrhovit rast, čak i u ovim izazovnim vremenima. Zahvaljujem svim našim zaposlenicima na izuzetnom angažmanu. Posebno zahvaljujemo onima koji su na licu mjesta osigurali nastavak naše proizvodnje i procesa koji su ključni za poslovanje.“

Henkel je ostvario organski rast prodaje od oko 20,1 milijarde eura u fiskalnoj 2021. To odgovara organskom rastu prodaje od 7,8 posto u odnosu na 2020. godinu. Osobito se pozitivno odrazio značajan oporavak potražnje u industrijskom segmentu i segmentu za njegu kose. U području robe široke potrošnje, potražnja u nekoliko kategorija vratila se na uobičajene obrasce u odnosu na prethodnu 2020. kada je bila veća potražnja za higijenskim sredstvima i sredstvima za čišćenje te bojama za kosu, dok je potražnja za proizvodima za styling bila manja. Istodobno, utjecaj značajnog povećanja cijena sirovina i logističkih usluga kao i utjecaji tečajnih razlika umanjili su profitabilnost u fiskalnoj 2021. Zahvaljujući znatno većem prometu, uspješnom povećanju cijena, aktivnom upravljanju troškovima i tekućim strukturnim prilagodbama, Henkel je uspio nadoknaditi, pa čak i premašiti, utjecaj na zaradu. Prilagođena operativna dobit porasla je za 4,2 posto na 2,7 milijardi eura. Prilagođeni prinos od prodaje iznosio je 13,4 posto u odnosu na prethodnu godinu, a korigirani prihod od povlaštenih dionica porastao je na 4,56 eura. To predstavlja značajno poboljšanje od 9,2 posto uz konstantan tečaj.

Na temelju ovih rezultata, Henkel će svojim dioničarima predložiti stabilnu dividendu od 1,85 eura po povlaštenoj dionici i 1,83 eura po običnoj dionici na nadolazećoj godišnjoj skupštini. To predstavlja stopu isplate od 40,5 posto, što je nešto iznad ciljanog raspona od 30 do 40 posto prilagođenog neto prihoda nakon nekontrolirajućih interesa. Tvrtka isplaćuje stabilne dividende od početka pandemije COVID-19.

Osim toga, Henkel je najavio program otkupa dionica u vrijednosti do 1 milijarde eura krajem siječnja 2022. i već je započeo s provedbom u veljači. Henkel planira otkup povlaštenih dionica ukupne vrijednosti do 800 milijuna eura i običnih dionica ukupne vrijednosti do 200 milijuna eura. Očekuje se da će program biti implementiran najkasnije do 31. ožujka 2023. godine.

* Prilagođeno za jednokratne troškove i dobit, te za troškove restrukturiranja.

„Dosljedno provodimo naš strateški plan i napravili smo jako dobar napredak u mnogim ključnim područjima. U nekim područjima, međutim, vidimo potrebu za dodatnim djelovanjem. Stoga sada podižemo našu Strategiju svrhovitog rasta na sljedeću razinu: „Krajem siječnja najavili smo spajanje naših poslovnih sektora Sredstva za pranje i čišćenje u domaćinstvu i Beauty Care u jedan poslovni sektor, Henkel Consumer Brands. Time će se stvoriti platforma s više kategorija s prodajom od oko 10 milijardi eura. To pruža širu osnovu za dosljedniju optimizaciju našeg portfelja, kako bismo omogućili veći rast i bolji profil marže. To se odražava i na naše srednjoročne i dugoročne financijske ciljeve“, rekao je Carsten Knobel. „Osim toga, naš investicijski fond Venture Fund II sa 150 milijuna eura i naš novi Strateški okvir za ostvarivanje ambicije održivog poslovanja 2030+ predstavljaju važan poticaj u područjima inovacija i održivosti. Nov, otvoren i dinamičan pogled na naš korporativni brend jača našu svrhu.“

Grupna prodaja i rezultati prihoda u fiskalnoj 2021.

Prodaja Henkel grupe dosegla je 20,066 milijardi eura u fiskalnoj 2021. To predstavlja nominalni rast od 4,2 posto i značajan **organski rast prodaje** od 7,8 posto. Utjecaj akvizicija i prodaje na prodaju bio je blago negativan, -0,1 posto. Utjecaj tečaja na prodaju bio je negativan i iznosio je -3,5 posto.

Poslovni sektor **Ljepila i tehnologije** zabilježio je dvoznamenkasti organski rast prodaje od 13,4 posto, prvenstveno uzrokovan značajnim oporavkom industrijske potražnje u odnosu na 2020. kada je pandemija COVID-19 imala značajan utjecaj. Prodaja poslovnog sektora **Beauty Care** zabilježila je organski rast od 1,4 posto. Dok je oporavak poslovanja frizerskih salona imao pozitivan utjecaj, na poslovanje s robom široke potrošnje poslovnog sektora Beauty Care posebno je utjecala normalizacija potražnje u kategoriji njege tijela. Poslovni sektor **Sredstva za pranje i čišćenje u domaćinstvu** ostvario je snažan organski rast prodaje od 3,9 posto, a oba područja, sredstva za pranje i čišćenje u domaćinstvu za kućanstvo, imala su snažne rezultate.

Prilagođena operativna dobit (prilagođeni EBIT) porasla je 4,2 posto na 2,686 milijardi eura u 2021. u usporedbi s 2,579 milijardi eura u fiskalnoj 2020. godini. **Prilagođeni prinos od prodaje (prilagođena EBIT marža)** dosegnuo je razinu prethodne godine od 13,4 posto.

Prilagođena zarada po povlaštenoj dionici porasla je 7,0 posto na 4,56 eura (prethodna godina: 4,26 eura). Pri stalnim tečajevima, prilagođena zarada od povlaštenih dionica porasla je za 9,2 posto.

Neto obrtna sredstva porasla su na 2,2 posto, što je 1,5 postotnih bodova više u odnosu na lanjsku iznimno nisku brojku od 0,7 posto. Neto obrtni kapital vratio se u normalu. U odnosu na razinu prije krize u 2019., to je napredak od 1,7 posto.

Slobodni novčani tokovi iznosili su 1,478 milijardi eura, što je manje u odnosu na prošlogodišnje brojke (2020.: 2,340 milijardi eura), što je pojačalo neuobičajeno nagli pad neto obrtnog kapitala unutar novčanih tokova iz poslovnih aktivnosti.

Neto financijski položaj značajno se poboljšao, uglavnom zahvaljujući dobrim novčanim tokovima. Počevši od 31. prosinca 2021. neto financijski položaj iznosio je -292 milijuna eura (31. prosinca 2020.: -888 milijuna).

Prognoza za 2022.

Program svrhovitog rasta: dobar napredak u provedbi

Prije dvije godine, početkom ožujka 2020., Henkel je predstavio svoj plan rasta za nadolazeće godine i razvio jasan strateški okvir za njegovo postizanje. Ključni elementi strateškog okvira su uspješan portfelj, jasna prednost u odnosu na konkurente u područjima inovacija, održivosti i digitalizacije, kao modeli spremni za budućnost, temeljeni na snažnoj kulturi poduzeća.

Upravljanje portfeljem izvedeno prema planu

Kao dio **aktivnog upravljanja portfeljem** Henkel je početkom 2020. postavio za cilj prodati ili prekinuti brendove i poslovanje s prodajom od oko 0,5 milijardi eura do kraja 2021. Kako je planirano, Henkel je potpisao ugovore o prodaji, dovršio prodaje ili obustavio aktivnosti do kraja 2021. s ukupnom prodajom od oko 0,5 milijardi eura. Osim toga, Henkel je također strateški ojačao svoj portfelj 2021. obećavajućim **akvizicijama** tvrtki s visokim rastom.

Kako bi poboljšao svoju **konkurentsku prednost**, Henkel se usredotočio na daljnje ubrzanje **inovacija**, poboljšanje **održivosti** kao razlikovnog čimbenika te povećanje vrijednosti za kupce i potrošače putem **digitalizacije**.

Uspješno pokrenute inovacije

U području **uspješne inovacije**, Henkel je napravio daljnji napredak u fiskalnoj 2021. Tome su doprinijele i interne tvornice ideja i inkubatorski timovi koji su u posljednjih godinu dana osnovani u poslovnim sektorima Beauty Care i Sredstva za pranje i čišćenje u domaćinstvu. U sektoru Ljepila i tehnologije u Düsseldorfu je otvoren novi globalni inovacijski centar s ukupnim ulaganjem od oko 130 milijuna eura.

U fiskalnoj 2021. godini Henkel je uz značajna ulaganja uspješno uveo mnoge inovacije na tržište. U sektoru **Ljepila i tehnologije**, na primjer, Henkel je razvio i lansirao rješenja za automobilsku industriju koristeći održive tehnologije lijepljenja. Osim toga, inovativna ljepila omogućuju razvoj održivih rješenja za pakiranje.

U sektoru **Beauty Care** Henkel je uveo uspješne inovacije u segmentu njege kose i tijela.

U sektoru **Sredstva za pranje i čišćenje u domaćinstvu** čepovi za boce deterdženta poboljšani su inovacijama u svim cjenovnim segmentima, a dostupni su u raznim markama, uključujući Perwoll. Inovacije u području proizvoda za čišćenje uključuju poklopce za deterdžente za pranje posuđa „Somat Excellence“.

Značajan napredak u području održivosti

Kao dio svojeg strateškog plana, Henkel se usredotočuje na održivost kako bi se jasno izdvojio od konkurencije i generirao značajan rast i stvorio vrijednost za svoju ciljanu publiku. Henkel je napravio značajan napredak u ovom području u 2021.

- U odnosu na početnu 2010., u fiskalnoj 2021. Henkel je smanjio emisiju CO₂ u svojoj proizvodnji za 50 posto i povećao udio zelene električne energije na više od jedne trećine.
- Do kraja 2021. u 21 zemlji Henkel je u potpunosti prešao na korištenje električne energije koja je 100 posto obnovljiva.
- Udio ambalaže koja se može reciklirati ili ponovno koristiti povećan je na 86 posto. Cilj je postići 100 posto do 2025. godine.

Henkel je 2021. godine bio prva tvrtka u svojoj industriji koja je izdala obveznice indeksirane u eurima s kamatnim stopama povezanim s postizanjem određenih ciljeva održivosti. Henkel je prošle godine izdao ukupno održive obveznice vrijedne više od 700 milijuna eura.

Najavljena nova strategija održivosti i ambicija

Kako bi pokazao rastuću važnost održivog upravljanja i sve veća očekivanja kupaca i društva, Henkel je unaprijedio svoju dugoročnu strategiju održivosti uvođenjem novog **Strateškog okvira za ostvarivanje ambicije održivog poslovanja 2030+**. Uz postojeće, novi dugoročni ciljevi postavljeni su u tri dimenzije – „Regenerativni planet“, „Uspješne zajednice“ i „Partner povjerenja“, kako bi se potaknuo daljnji napredak.

Daljnji napredak u digitalizaciji

Osim inovacija i održivosti, Henkel je **digitalizaciju** postavio kao strateški prioritet kako bi ojačao svoju konkurentsku prednost i postigao značajan napredak u 2021. **Digitalna prodaja ponovno je porasla za dvoznamenkasti postotak** u sva tri poslovna sektora. Stoga se udio digitalne prodaje na razini Grupe povećao na više od 18 posto.

Prošireni operativni modeli spremni za budućnost

Ekonomični, brzi, **operativni modeli spremni za budućnost** važni su elementi Henkelova strateškog okvira. Henkel je nastavio promjene započete 2020.: u sektoru Ljepila i tehnologije uspostavljena je nova struktura s četiri poslovna odjela koji se sastoje od 11 strateških jedinica. Planirano spajanje sektora Sredstva za pranje i čišćenje u domaćinstvu i Beauty Care u sektor Henkel Consumer Brands također će dovesti do daljnje optimizacije struktura.

Jačanje korporativne kulture

Henkel je dodatno ojačao svoju korporativnu kulturu kao dio svog strateškog programa. Godine 2020. Henkel je osmislio novu svrhu za tvrtku i lansirao je interno i eksterno: „Pioniri u srcu za dobrobit generacija“. Ta nova svrha vodeći je princip koji ujedinjuje sve zaposlenike Henkela. S novim, dinamičnim vizualnim izgledom korporativne marke Henkel ističe svoju želju da bude pionir u omogućavanju pozitivnog razvoja na tržištima i društvenom okruženju.

Proces integracije novog poslovnog sektora Henkel Consumer Brands

Krajem siječnja 2022. Henkel je najavio sveobuhvatne mjere za podizanje Strategije svrhovitog rasta na sljedeću razinu. Henkel planira spojiti sektore Sredstva za pranje i čišćenje u domaćinstvu i Beauty Care u jedan poslovni sektor: **Henkel Consumer Brands**. Spajanje je osmišljeno da potakne rast i profitabilnost poslovanja tvrtke s robom široke potrošnje.

Pripreme za proces integracije novog poslovnog sektora već su počele. To uključuje početne, konstruktivne razgovore s predstavnicima zaposlenika.

Rezimirajući, Carsten Knobel je rekao: „U 2021. godini smo dodatno napredovali u provedbi naše strateške agende i ukupno smo postigli dobre poslovne rezultate. Unatoč činjenici da smo još uvijek suočeni s globalnom pandemijom, kao i vrlo napetim lancima opskrbe i iznimno velikim rastom cijena sirovina i logističkih usluga. Sada gledamo u budućnost, u zadaće koje su 2022. i dalje pred nama. Izgradili smo jasnu strategiju za generiranje svrhovitog rasta i snažnog tima s visoko motiviranim zaposlenicima diljem svijeta. Vjerujemo u naše zajedničke vrijednosti,

našu kulturu i našu svrhu i oni nas vode. Potpuno sam uvjeren da ćemo ostvariti naše ambiciozne ciljeve i uspješno provesti našu Strategiju za svrhovit rast."

O Henkelu

Henkel posluje diljem svijeta s uravnoteženim i raznolikim portfeljem. Tvrtka zauzima vodeće pozicije sa svoja tri poslovna sektora na područjima industrijskog tržišta, kao i proizvoda široke potrošnje, zahvaljujući snažnim brendovima, 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 domaćinstvu 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 2021. godini Henkel je ostvario prodaju veću od 20 milijardi eura i operativnu dobit veću od 2,7 milijardi eura. Henkel zapošljava više od 52.000 ljudi širom svijeta – predan i vrlo raznolik tim ujedinjen snažnom korporativnom kulturom, zajedničkim ciljem postizanja održivih standarda i zajedničkim vrijednostima. Kao priznati lider 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.

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 ovise 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 dokument je 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.

Kontakti

Jelena Gavrilović Šarenac

Telefon: +381 11 207 22 09

E-mail: jelena.sarenac@henkel.com

www.henkel.com/press

www.henkel.com/ir

www.henkel.hr