

Kvartalni izveštaj za prvo tromesečje 2022.

Januar-mart

Izuzetno izazovno poslovno okruženje

Henkel ostvario značajan organski rast prodaje u prvom tromesečju

- **Prodaja Grupe povećana organski za +7,1 odsto na oko 5,3 milijarde evra; nominalno povećanje od +6,1 odsto:**
 - Poslovni sektor Adhezivi Tehnologije ostvario je dvocifreni organski rast prodaje od +10,7 odsto; nominalni rast +11,6 odsto
 - Poslovni sektor Beauty Care imao je blagi organski pad prodaje od -1,2 odsto; nominalni pad od -3,5 odsto, usled sprovođenja planiranih mera u vezi sa portfoliom
 - Poslovni sektor Deterdženti i kućna hemija zabeležio je vrlo snažan organski rast prodaje od +4,9 odsto; nominalni rast od +2,2 odsto
- **Tržišta u razvoju zabeležila dvocifreni rast prodaje, zrela tržišta sa snažnim rastom**
- **Spajanje poslovnih sektora Deterdženti i kućna hemija i Beauty Care u integrisanu platformu sa više kategorija Henkelovi Brendovi robe široke potrošnje:**
 - Ojačavanje momentuma rasta i profila marži u poslovanju robe široke potrošnje
 - Značajne sinergije: oko 500 miliona evra bruto uštede ciljane na srednji rok
 - Prva faza mera biće sprovedena do kraja 2023: oko 250 miliona evra anualizovane neto uštede se očekuje, sa uticajem na oko 2,000 radnih mesta širom sveta
 - Razmatraju se mere za portfolio poslovnih sektora sa ukupnom prodajom do 1 milijarde evra
- **Prognoza za fiskalnu godinu 2022. ažurirana 29. aprila**
- **Jasna posvećenost srednjoročnim i dugoročnim finansijskim ciljevima**

Diseldorf, 5. maj, 2022 – U prvom tromesečju 2022. Henkel grupa je ostvarila rast prodaje na oko 5,3 milijardi evra u vrlo izazovnoj tržišnoj sredini. Organska prodaja porasla je značajno, za +7,1 odsto, prvenstveno zbog snažnog rasta cena u kombinaciji sa blagim padom prometa. Nominalni rast porastao je +6,1 odsto.

„Ovi vrlo dobri rezultati prodaje potvrda su naše agende za rast kao i ogromne angažovanosti naših zaposlenih širom sveta - želimo da izrazimo našu zahvalnost za njihovu veliku posvećenost,“ rekao je Izvršni direktor Henkela Karsten Knobel. „Međutim, makroekonomska sredina je se dramatično pogoršava od početka godine. Uprkos ukupno vrlo dobrim rezultatima prodaje Henkela u prvom tromesečju, opšte ekonomsko okruženje nastavilo je da se dramatično pogoršava od početka godine. Uticaj globalne COVID krize, sa posebno napetom situacijom na tržištima sirovina i u okviru globalnih lanaca snabdevanja, jasno je pojačan ratom u Ukrajini.“

„Uprkos izuzetno teškom okruženju, težimo našoj strategiji za svrsishodni rast. Naš poslovni sektor Adhezivi Tehnologije je globalni lider i nudi inovativna rešenja u mnogim važnim industrijama, sa jasnim fokusom na buduće trendove kao što su mobilnost, povezanost i održivost. Spajanjem naših poslovnih sektora Deterdženti i kućna hemija i Beauty Care u sektor Brendovi robe široke potrošnje, stvorićemo platformu sa više kategorija sa prodajom od oko 10 milijardi evra. Za naše buduće poslovanje u oblasti Brendova robe široke potrošnje očekuje se da će početi 2023. najkasnije, pružajući širu osnovu da optimizujemo naš portfolio još doslednije, i da ga razvijemo tako da ima viši profil rasta i marži,“ rekao je Karsten Knobel.

Rast prodaje u prvom tromesečju posebno je pokretao poslovni sektor **Adhezivi Tehnologije** koji je ostvario dvocifreni organski rast od +10,7 odsto, kome su doprinele sve njegove poslovne oblasti.

Organska prodaja u poslovnom sektoru **Beauty Care** bila je blago negativna, -1,2 odsto u prvom tromesečju. Poslovanje u oblasti profesionalnih proizvoda zabeležilo je dvocifreni rast. Poslovanje u oblasti robe široke potrošnje bilo je spod nivoa od prošle godine, posebno zbog implementacije mera u vezi sa portfoliom najavljenih za 2022.

Poslovni sektor **Deterdženti i kućna hemija** postigao je vrlo snažan organski rast prodaje od +4,9 odsto, na koga je uticao značajan rast u poslovanju s deterdžentima. Za razliku od toga, organska prodaja u poslovanju sa kućnom hemijom bila je blago negativna u prvom tromesečju.

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

Što se tiče ostatka fiskalne godine 2022. Karsten Knobel je prokomentarisao: „Neizvenost i promenljivost u našoj poslovnoj sredini dodatno su se povećali zbog rata u Ukrajini. Cene sirovih materijala i logistike su zato ponovo značajno porasle. Pored toga, usled situacije s ratom u Ukrajini, sredinom aprila smo odlučili da obustavimo naše poslovanje u Rusiji. Pored toga, odlučili smo da obustavimo naše poslovne aktivnosti i u Belorusiji. To će imati uticaj od oko 1 milijarde evra na našu ukupnu godišnju prodaju i uticaće na više od 2.500 zaposlenih. Usled ovih okolnosti, sada očekujemo značajno veći pritisak na naše prihode u ostatku godine nego na početku. Zato smo ažurirali našu **prognozu** za godinu krajem aprila.“

Henkel sada očekuje organski rast prodaje na nivou Grupe od +3,5 do +5,5 odsto u fiskalnoj godini 2022. Za korigovani prinos od prodaje (EBIT marža) očekuje se da će biti u rasponu od 9,0 do 11,0 odsto. Što se tiče prilagođenih prinosa po prioritetnim akcijama (EPS) pri konstantnim kursovima, Henkel sada očekuje pad u rasponu od -35 do -15.

Rezultati prodaje na nivou Grupe

Prodaja grupe imala je **nominalan** rast od +6,1 u **prvom tromesečju 2022.** sa 4.968 milijardi evra u prvom tromesečju 2020. na 5.271 milijardi evra. **Organski** (t.j. korigovano na osnovu kursa i akvizicija/divesticija), prodaja je porasla +7,1 odsto. Za ovaj značajan rast prodaje na nivou grupe zaslužne su cene. Akvizicije i divesticije smanjile su prodaju za -1,1 odsto. Kurs je imao blagi pozitivan uticaj na prodaju od +0,2 odsto.

Rezultati prodaje poslovnog sektora Adhezivi Tehnologije

U **prvom tromesečju 2022.** prodaja poslovnog sektora Adhezivi Tehnologije uvećana je **nominalno** za +11,6 odsto, sa 2.358 milijardi evra u tromesečju iz prethodne godine na 2.631 milijardi evra. **Organski** (t.j. korigovano za devizne razlike i akvizicije/divesticije), uvećali smo prodaju za +10,7 odsto u odnosu na prvo tromesečje 2021. Promet je ostao stabilan dok su cene porasle na dvocifren procenat. Uticaj deviznog kursa uvećao je prodaju za +1,6 odsto, dok su akvizicije/divesticije imale blago negativan uticaj od -0,7 odsto.

Rezultati prodaje poslovnog sektora Beauty Care

U **prvom tromesečju 2022,** **prodaja** u poslovnom sektoru Beauty Care **nominalno** se smanjila za -3,5 odsto na 892 miliona evra (1. tromesečje 2021: 925 miliona evra). **Organski** (t.j. korigovano za devizne razlike i akvizicije/divesticije), prodaja je bila -1,2 odsto ispod nivoa od prethodne godine. Dok je promet opao, poslovna jedinica imala je snažan razvoj cena. Uticaji kursnih razlika blago su uvećali prodaju za +0,1 odsto, dok su akvizicije/divesticije smanjile prodaju za -2,4 odsto.

Rezultati prodaje poslovnog sektora Deterdženti i kućna hemija

Poslovni sektor Deterdženti i kućna hemija generisao je **prodaju** u iznosu od 1.692 milijardi evra u **prvom tromesečju 2022.** što predstavlja **nominalno** povećanje od +2,2 odsto u odnosu na 1.656 milijardi evra iz istog tromesečja prethodne godine. **Organski** (t.j. korigovano za devizne razlike i akvizicije/divesticije), poslovni sektor imao je vrlo snažan rast prodaje od +4,9 odsto. Za ovaj rezultat je uglavnom zaslužan dvocifren rast cena, dok je promet opao. Akvizicije/divesticije imale su negativni uticaj na prodaju od -1,0 odsto. Uticaj kursa na prodaju bio je negativan i iznosio je -1,8 odsto.

Neto sredstva i finansijska pozicija grupe

Nije bilo značajnih promena neto sredstava i finansijske pozicije Grupe u periodu obuhvaćenim ovim pregledom u odnosu na 31. decembar 2021.

Spajanje poslovanja sektora robe široke potrošnje radi kreiranja novog, integrisanog poslovnog sektora Brendovi robe široke potrošnje

Datuma 28. januara 2022. Henkel je najavio svoj plan da spoji poslovne sektore Deterdženti i kućna hemija i Beauty Care u novi, integrisani poslovni sektor Henkel Brendovi robe široke

potrošnje - sa fokusom na dve globalne kategorije, Deterdženti i kućna hemija i Nega kose. Ostalim kategorijama upravljaje se regionalno.

„Stvaranje Henkelovih Brendova robe široke potrošnje je važan strateški korak kako bismo oblikovali uspešnu budućnost naše kompanije. Imamo atraktivan portfolio u oba poslovna sektora - Deterdženti i kućna hemija i Beauty Care - snažne brendove i vodeće pozicije na tržištu i u okviru kategorija širom sveta. Oblikovanjem ovog novog poslovnog sektora u višekategorijsku platformu, naša jasna ambicija biće da unapredimo profil rasta i marži našeg poslovanja u oblasti robe široke potrošnje,“ rekao je Izvršni direktor Henkela Karsten Knobel.

„Kombinovanjem naših sektora poslovanja sa potrošačkom robom, postići ćemo značajne sinergije u mnogim oblastima, i nameravamo da ih takođe iskoristimo i da bismo ojačali našu profitabilnost. To odražava naša srednoročna i dugoročna finansijska ambicija: za Henkel Brendove robe široke potrošnje, ciljamo na organski rast prodaje od 3 do 4 odsto i korigovanu EBIT maržu u rasponu blizu 15 odsto. Takođe ćemo reinvestirati deo ušteđenih sredstava da uvećamo konkurentnost naših biznisa. Time ćemo omogućiti dalji napredak u važnim oblastima kao što su inovacija, održivost i digitalizacija. To će nam omogućiti da stvorimo pozitivni momentum rasta i podignemo implementaciju naše agende za svrsishodni rast na novi nivo.“

Očekuje se da će integracija u jedan poslovni sektor generisati značajnu bruto **uštedu** (pre reinvesticija) od ukupno 500 miliona evra srednjoročno. Ove sinergije rezultat su primarno optimizacije prodajnih i administrativnih struktura, lanca snabdevanja (proizvodnja i logistika), kao i u oglašavanju i marketingu. Implementacija će se održati u dve faze. U prvoj fazi, očekuje se da će mere koje će biti uvedene do kraja 2023. dovesti do neto uštede od oko 250 miliona evra na anualizovanoj osnovi. Iz današnje perspektive, biće uticaja na oko 2.000 poslova širom sveta, uglavnom u prodaji i administraciji. U prvoj fazi, Henkel očekuje **jednokratne troškove** od oko 350 miliona evra. U drugoj fazi, fokus će biti na optimizovanju lanca snabdevanja novog, integrisanog poslovnog sektora.

Kao višekategorijska platforma za celokupno poslovanje sa robom široke potrošnje sa ukupnom prodajom od oko 10 milijardi evra, Henkel Brendovi robe široke potrošnje takođe će nuditi bolje prilike za **aktivno upravljanje portfoliom**. Ovo ne obuhvata divesticiju ili obustavljanje biznisa, koji nisu ispunili naše kriterijume u pogledu rasta i profitabilnosti. Biznisi i brendovi sa ukupnom prodajom od oko 1 milijarde evra se trenutno analiziraju. Ciljane **akvizicije** - u postojećim ključnim kategorijama kao i u drugim, novim kategorijama robe široke potrošnje - takođe imaju za cilj da dodatno prošire portfolio i ubrzaju momentum rasta Henkel Brendova robe široke potrošnje.

„Time što se dosledno fokusiramo na biznise i brendove sa visokim bruto maržama, stvaramo uslove za uvećanje naših rezultata prinosa, kao i za dodatna sredstva za dodatne investicije u rast - i time generišemo samoodrživu dinamiku rasta koja osnažuje samu sebe,“ sumirao je Wolfgang Kenig, budući Direktor poslovnog sektora Henkel Brendovi robe široke potrošnje na sastanku Upravnog odbora Henkela.

Prognoza za Henkel grupu

Na osnovu poslovnog razvoja u prva tri meseca 2022. i trenutnih pretpostavki u vezi sa poslovnim rezultatima za ostatak godine, konkretno značajnog povećanja troškova sirovina i logističkih usluga kao i uticaja odluke da se napuste poslovne aktivnosti u Rusiji, Upravni odbor Henkel AG & Co. KGaA ažurirao je prognozu za 2022. 29. aprila 2022.

Izuzetno napeta situacija na tržištima sirovina i u okviru globalnih lanaca snabdevanja, pogoršana je ratom u Ukrajini. Kao rezultat toga, cene direktnih materijala i usluga logistike su ponovo značajno uvećane i više su nego što je prethodno očekivano. Pored najave sredinom aprila da će obustaviti poslovne aktivnosti u Rusiji, Henkel je odlučio da prekine poslovanje i u Belorusiji. Ovo će uticati na ukupnu godišnju prodaju u iznosu od oko 1 milijarde evra.

U pogledu **cena materijala**, Henkel sada očekuje povećanje od oko 25 odsto za celu godinu, u odnosu na prosek iz 2021. Prethodno se očekivalo povećanje na nižem dvocifrenom nivou.

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

Ukupno jači organski rast prodaje primarno je zasluga poslovnog sektora **Adhezivi Tehnologije**, za koji Henkel sada očekuje organski rast prodaje u rasponu od +8,0 do +10,0 odsto (prethodno: +5,0 do +7,0 odsto), prvenstveno zbog premošćavanja visokih troškova sirovina i logistike pomoću viših cena. Očekivanja za organski rast prodaje u poslovnim sektorima Beauty Care i Deterdženti i kućna hemija ostaju nepromenjena. Za poslovni sektor **Beauty Care**, očekuje se da će organska prodaja opasti od -5,0 do -3,0 odsto. Kao što je najavljeno, za pad su primarno zaslužne mere o kojima je već odlučeno i koje se primenjuju kako bi se unapredio portfolio, uključujući obustavljanje aktivnosti koje više neće biti deo budućeg glavnog dela poslovanja. Za sektor **Deterdženti i kućna hemija**, Henkel nastavlja da prognozira organski rast prodaje u opsegu od +2,0 do +4,0 odsto. U pogledu odluke da se obustavi Henkelovo poslovanje u Rusiji i Belorusiji, te zemlje će biti izuzete iz prognoza za organski rast prodaje od drugog tromesečja nadalje.

Očekujemo da će akvizicije i divestacije obavljene u 2021. i uticaji napuštanja poslovnih aktivnosti u Rusiji i Belorusiji imati negativan uticaj u rasponu od niskog jednocifrenog do srednjeg jednocifrenog procenta na nominalni rast prodaje Henkel grupe. Naša prognoza ne uzima u obzir uticaje dodatnih divesticija i obustavljanja poslovnih aktivnosti, brendova i kategorija u okviru našeg aktivnog upravljanja portfeljom izvan onih koje se odnose na poslovni sektor Beauty Care, koji se već sprovode. Očekuje se da će konverzija prodaje u strane valute imati pozivan efekat na nivou niskih jednocifrenih procenata (nepromenjeno).

Pored uticaja obustavljanja poslovnih aktivnosti u Rusiji i Belorusiji, značajno rastuće cene direktnih materijala i logističkih usluga, koje se ne mogu potpuno nadoknaditi ove fiskalne godine, imaju veći uticaj na prihod nego što je prethodno očekivano.

Korigovani prinos od prodaje (EBIT marža) za Henkel grupu sada se očekuje da će biti niži, u rasponu od 9,0 do 11,0 odsto (prethodno: 11,5 do 13,5 odsto). Za poslovni sektor **Adhezivi Tehnologije**, Henkel očekuje korigovani prinos od prodaje u rasponu od 13,0 do 15,0 odsto (prethodno: 15,0 do 17,0 odsto), a za poslovni sektor **Beauty Care** u rasponu od

5,0 do 7,0 odsto (prethodno: 7,5 do 10,0 odsto) i za poslovni sektor **Deterdženti i kućna hemija** u rasponu od 7,0 do 9,0 odsto (prethodno: 10,5 do 13,0 odsto).

Što se tiče **korigovanih prinosa po prioritetnim akcijama (EPS)** pri konstantnim kursovima, Henkel sada očekuje pad u rasponu od -35 do -15 (prethodno: -15 do +5 odsto).

Nadalje, imamo sledeća očekivanja za 2022:

- Troškovi restrukturiranja od 450 do 500 miliona evra (prethodno: 200 do 250 miliona evra). To sada obuhvata troškove koji se odnose na spajanje poslovnih sektora Deterdženti i kućna hemija i Beauty Care.
- Odliv gotovine zbog investicija u imovinu, fabrike i opremu i nematerijalnu imovinu u vrednosti o između 700 i 800 miliona evra (nepromenjeno).

Nova prognoza zasnovana je na pretpostavci da se uticaji 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.

Pored toga, napuštanje poslovnih aktivnosti u Rusiji i Belorusiji može da rezultuje u jednoročnim troškovima koji se mogu korigovati, od kojih većina nije u gotovini. Oni uglavnom zavise od vrste, perioda i trajanja implementacije.

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 i korigovani operativni profit od oko 2,7 milijardi evra. Henkel zapošljava više od 52.000 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.

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 na bilo koji način 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 Henkelove kontrole i ne mogu se precizno predvideti, poput budućeg privrednog ambijenta i radnji konkurenata i drugih uključenih u tržište. Henkel ne planira niti se obavezuje da ažurira bilo koju izjavu koja se odnosi na budućnost.

Ovaj dokument uključuje – u primenljivom okviru finansijskog izveštavanja koji nije jasno definisan – dodatne finansijske mere koje su ili mogu biti alternative merama učinka (mere koje nisu GAAP). Ove dodatne finansijske mere ne bi trebalo posmatrati izolovane ili kao alternative merama Henkel-ove neto imovine i finansijskih pozicija ili rezultata poslovanja kao što su prikazani u skladu sa primenljivim 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 isključivo u svrhe obaveštenja i nije namenjen da služi kao savet za ulaganje ili ponuda za prodajou, ili traženje ponude za kupovinu, bilo kakvih hartija od vrednosti.

Financial calendar

Objava polugodišnjeg izveštaja 2022:

Ponedjeljak, 15. avgust 2022

Objava saopštenja povodom Q3 2022:

Utorak, 8. novembar 2022.

Kontakti

Jelena Gavrilović Šarenac

Telefon: +381 11 207 22 09

E-mail: jelena.sarenac@henkel.com

Jelena Stojanović

Telefon: +381 11 207 21 86

E-mail: jelena.stojanovic@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