

Tlačová správa

5. máj 2022

Mimoriadne náročné podnikateľské prostredie

Henkel dosiahol v prvom štvrtroku výrazný organický rast obratu

- **Obrat na úrovni skupiny organicky vzrástol o +7,1 % na približne 5,3 mld. eur; nominálne +6,1 %**
 - Divízia Adhesive Technologies dosiahla dvojciferný organický rast obratu o +10,7 %; nominálne +11,6 %
 - Divízia Beauty Care zaznamenala mierne negatívny vývoj organického obratu o –1,2 %; nominálne –3,5 %, z dôvodu implementácie plánovaných opatrení v oblasti portfólia
 - Divízia Laundry & Home Care dosiahla veľmi silný organický rast obratu o +4,9 %; nominálne +2,2 %
- **Rozvíjajúce sa trhy s dvojciferným nárastom obratu, vyspelé trhy so silným rastom**
- **Zlúčenie divízií Laundry & Home Care a Beauty Care do integrovanej multiproduktovej platformy Henkel Consumer Brands:**
 - Posilnenie dynamiky rastu a maržového profilu v spotrebiteľskom segmente
 - Významné synergie: odhad úspor v strednodobom horizonte na úrovni približne 500 mil. eur v hrubom vyjadrení
 - Prvá fáza opatrení, ktoré sa majú realizovať do konca roka 2023: zhruba 250 mil. eur čistých ročných úspor, dopad na približne 2 000 pracovných pozícií na celom svete
 - Opatrenia v oblasti portfólia v prípade podnikov s celkovým ročným obratom v objeme do 1 mld. eur sú vo fáze posudzovania
- **Výhľad na finančný rok 2022 aktualizovaný 29. apríla**
- **Jednoznačný záväzok naplniť stredno- až dlhodobé finančné ambície**

Düsseldorf – V prvom štvrtroku 2022 spoločnosť Henkel zvýšila obrat skupiny na približne 5,3 mld. eur vo veľmi náročných trhových podmienkach. Organický obrat výrazne vzrástol o +7,1 % najmä vďaka veľmi vysokému pohybu cien, pričom zároveň nastal mierny pokles objemu. V nominálnom vyjadrení sa obrat zvýšil o +6,1 %.



„Veľmi dobrý výsledok obratu je dôkazom našej agendy pre rast, ako aj obrovskej obetavosti našich zamestnancov po celom svete – týmto chceme vyjadriť aj poďakovanie za ich veľké pracovné nasadenie,“ povedal predseda predstavenstva spoločnosti Henkel Carsten Knobel. „Makroekonomické prostredie sa však naďalej dramaticky zhoršovalo už od začiatku roka. Vplyv globálnej koronakrízy sprevádzanej mimoriadne napätou situáciou na trhoch so surovinami a v globálnych dodávateľských reťazcoch drasticky zhoršila vojna na Ukrajine.“

„Napriek týmto mimoriadne zložitým okolnostiam pokračujeme ďalej v jednoznačnej stratégii zmysluplného rastu. S našou divíziou Adhesive Technologies sme globálnym lídrom na trhu a ponúkame inovatívne riešenia v mnohých kľúčových odvetviach – s jednoznačným dôrazom na budúce trendy, ako napr. mobilitu, konektivitu a udržateľnosť. Okrem toho zlúčením našich divízií spotrebných výrobkov Laundry & Home Care a Beauty Care do novovytvorenej divízie Henkel Consumer Brands budujeme multiproduktovú platformu s obratom približne 10 mld. eur. Naším cieľom je, aby budúca divízia Consumer Brands fungovala najneskôr začiatkom roka 2023. Ponúkne širšiu základňu na podporu konzistentnejšej optimalizácie nášho portfólia a posunie obchodnú činnosť smerom k vyššiemu rastu a maržiam,“ vysvetlil Carsten Knobel.

Rast tržieb v prvom štvrtroku možno pripísať najmä divízii **Adhesive Technologies**, ktorá zaznamenala dvojciferný organický rast na úrovni +10,7 %, ku ktorému prispeli všetky jej oblasti podnikania.

Divízia **Beauty Care** vykázala za prvý štvrtrok mierne negatívny vývoj organického obratu na úrovni -1,2 %. Segment profesionálnych vlasových výrobkov zaznamenal dvojciferný rast. V súlade s očakávaniami výsledky segmentu spotrebného tovaru nedosiahli úroveň predošlého roka, a to najmä z dôvodu realizácie opatrení zameraných na posilnenie portfólia, ktoré boli ohlásené na rok 2022.

Divízia **Laundry & Home Care** dosiahla veľmi silný organický rast obratu na úrovni +4,9 %, a to najmä vďaka výraznému nárastu v kategórii pracích prostriedkov. Naopak, segment starostlivosti o domácnosť vykázal za prvý štvrtrok mierne negatívny vývoj organického obratu.

Z pohľadu regionálneho členenia stáli za výrazným vývojom obratu spoločnosti Henkel najmä rozvíjajúce sa trhy. Vyspelé trhy však takisto zaznamenali silný organický rast obratu.

Pri pohľade na zvyšok finančného roka 2022 Carsten Knobel konštatoval: *„Neistota a volatilita v našom podnikateľskom prostredí narástli ešte viac po vypuknutí vojny na Ukrajine. Ceny surovín a logistických služieb opäť zaznamenali výrazný nárast. Vzhľadom na vývoj situácie v súvislosti s vojnou na Ukrajine sme sa tiež rozhodli v polovici apríla ukončiť našu podnikateľskú činnosť v Rusku. Okrem toho sme oznámili aj ukončenie našich činností v Bielorusku. Tieto opatrenia majú vplyv na celkový ročný obrat vo výške približne jednej miliardy eur a majú dosah na viac než 2 500 zamestnancov. Vzhľadom na tento vývoj v súčasnosti očakávame omnoho vyššiu tlak na naše výnosy počas zvyšku roka v porovnaní s jeho začiatkom. Preto sme v tomto zmysle aktualizovali na konci apríla náš **výhľad** na tento rok.“*

Henkel v súčasnosti očakáva organický rast obratu na úrovni skupiny v rozsahu +3,5 až +5,5 % vo finančnom roku 2022. Očakávaná upravená výnosnosť predaja (marža EBIT) sa pohybuje v rozsahu 9,0 až 11,0 %. V prípade upravených výnosov na prioritnú akciu (EPS) pri konštantných kurzových sadzbách Henkel očakáva pokles v rozpätí od –35 do –15 %.

Obrat na úrovni skupiny

Obrat na úrovni skupiny sa v prvom štvrtroku 2022 nominálne zvýšil o +6,1 % zo 4 968 mil. eur v rovnakom štvrtroku predchádzajúceho roka na aktuálnych 5 271 mil. eur. **Organický** (t. j. po úprave o kurzové vplyvy a vplyvy akvizícií a odpredaja) sa zvýšil o +7,1 %. Tento výrazný nárast obratu na úrovni skupiny bol spôsobený cenovým vývojom. Akvizície a odpredaje znížili obrat o –1,1 %, zatiaľ čo kurzový vývoj mal na obrat mierne pozitívny vplyv vo výške +0,2 %.

Obrat na úrovni skupiny¹

v miliónoch eur		1. štvrtrok 2022
Obrat		5 271
Zmena oproti predchádzajúcemu roku		6,1 %
Kurzové vplyvy		0,2 %
Upravené o kurzové vplyvy		5,9 %
Akvizície/odpredaje		–1,1 %
Organický		7,1 %
z toho cena		9,4 %
z toho objem		–2,3 %

¹ Všetky jednotlivé hodnoty sú zaokrúhlené. Ich súčet sa môže od uvedených celkových výsledkov líšiť.

Rozvíjajúce sa trhy zaznamenali v **prvom štvrtroku** dvojciferný organický rast obratu na úrovni +11,4 %. Organický rast obratu na **vyspelých trhoch** dosiahol výraznú hodnotu vo výške +3,1 %. Aj keď región Západnej Európy zaznamenal mierny medziročný pokles organického obratu na úrovni –0,4 %, vo Východnej Európe obrat vzrástol o +21,0 %. Región Afriky/Stredného východu dosiahol v prvom štvrtroku 2022 organický rast obratu na úrovni +1,4 %, pričom sme dokázali zvýšiť obrat aj v regióne Severnej Ameriky o +6,6 %. Organický rast obratu dosiahol +15,2 % v Latinskej Amerike a +5,3 % v ázijsko-pacifickom regióne.

Obrat podľa regiónov¹

	Západná Európa	Východ. Európa	Afrika/ Stredný východ	Severná Amerika	Latinská Amerika	Ázia a Pacifik	Firemný sektor	Skupina Henkel
v miliónoch eur								
Obrat² január – marec 2022	1 502	778	316	1 358	338	923	56	5 271
Obrat ² január – marec 2021	1 528	742	319	1 234	280	837	30	4 968
Zmena oproti rovnakému štvrtroku predch. roka	-1,7 %	4,9 %	-0,8 %	10,1 %	20,8 %	10,2 %	–	6,1 %
Organický	-0,4 %	21,0 %	1,4 %	6,6 %	15,2 %	5,3 %	–	7,1 %
Podiel na obrate skupiny za rok 2022	28 %	15 %	6 %	26 %	6 %	18 %	1 %	100 %
Podiel na obrate skupiny za rok 2021	31 %	15 %	6 %	25 %	6 %	17 %	1 %	100 %

¹ Všetky jednotlivé hodnoty sú zaokrúhlené. Ich súčet sa môže od uvedených celkových výsledkov líšiť.

² Podľa sídla spoločnosti.

Obrat divízie Adhesive Technologies

V **prvom štvrtroku 2022** obrat obchodnej divízie Adhesive Technologies **nominálne** vzrástol o +11,6 % z 2 358 mil. eur v rovnakom štvrtroku predchádzajúceho roka na súčasných 2 631 mil. eur. **Organicky** (t. j. po úprave o kurzové vplyvy a vplyvy akvizícií a odpredaja) sme obrat zvýšili o +10,7 % v porovnaní s prvým štvrtrokom 2021. Objemy zostali stabilné, zatiaľ čo ceny zaznamenali dvojciferný percentuálny nárast. Kurzový vývoj mal na obrat pozitívny vplyv vo výške +1,6 %, zatiaľ čo príspevok akvizícií/odpredajov bol mierne negatívny na úrovni -0,7 %.

Obrat divízie Adhesive Technologies¹

v miliónoch eur		1. štvrťrok 2022
Obrat		2 631
Podiel na obrate skupiny		50 %
Zmena oproti predchádzajúcemu roku		11,6 %
Kurzové vplyvy		1,6 %
Upravené o kurzové vplyvy		10,0 %
Akvízie/odpredaje		-0,7 %
Organický		10,7 %
z toho cena		10,6 %
z toho objem		0,1 %

¹ Všetky jednotlivé hodnoty sú zaokrúhlené. Ich súčet sa môže od uvedených celkových výsledkov líšiť.

K rastu obratu v **prvom štvrťroku** prispeli všetky oblasti podnikania divízie Adhesive Technologies. Segment **automobilového a kovospracujúceho priemyslu** dosiahol uspokojivý nárast obratu. Negatívny vplyv na naše podnikanie z dôvodu poklesu v segmente automobilovej výroby najmä vzhľadom na pretrvávajúci globálny nedostatok polovodičov bol viac než dostatočne kompenzovaný dvojciferným rastom v segmente kovospracujúceho priemyslu. Segmenty **obalov a spotrebného tovaru** profitovali z pokračujúceho vysokého spotrebiteľského dopytu a dosiahli dvojciferný nárast obratu, ku ktorému prispeli predovšetkým kategórie obalových a lifestyleových produktov. Segment **elektronického a dodávateľského priemyslu** zaznamenal výrazný organický rast obratu najmä vďaka dvojcifernému rastu v kategórii dodávateľského priemyslu, ktorý bol doplnený o pozitívny rast obratu v kategórii elektroniky. Segment výrobkov pre **remeselníkov, stavebníctvo a profesionálov** dosiahol výrazný organický rast obratu v porovnaní s rovnakým štvrťrokom predchádzajúceho roka, ktorý bol spôsobený najmä dvojciferným rastom jednak v kategórii stavebníctva, ako aj strojárstva a údržby.

Z pohľadu regionálneho členenia dosiahla divízia Adhesive Technologies dvojciferný organický rast obratu na **rozvíjajúcich sa trhoch**. Východná Európa a Latinská Amerika zaznamenali dvojciferný rast obratu najmä vďaka vývoju v segmentoch obalového a spotrebného tovaru. V regióne Afriky/Stredného východu a v regióne Ázie (okrem Japonska) bolo zvýšenie obratu výrazné resp. veľmi výrazné (v danom poradí).

Organický rast obratu na **vyspelých trhoch** bol z celkového pohľadu výrazný, pričom región Severnej Ameriky zaznamenal dvojciferný rast tržieb. V Západnej Európe sme dosiahli veľmi silné zvýšenie obratu, pričom nepriaznivý vplyv na našu obchodnú činnosť z dôvodu poklesu automobilovej výroby bol viac než dostatočne kompenzovaný rastom vo všetkých ostatných oblastiach podnikania. Vyspelé trhy v ázijsko-pacifickom regióne zaznamenali výrazný rast, ku ktorému prispeli všetky oblasti podnikania.

Obrat divízie Beauty Care

Obrat obchodnej divízie Beauty Care sa **nominálne** zhoršil o –3,5 % v **prvom štvrtroku** 2022 na 892 mil. eur (1. štvrtrok 2021: 925 mil. eur). **Organicky** (t. j. po úprave o kurzové vplyvy a vplyvy akvizícií a odpredaja) bol o –1,2 % nižší v porovnaní s úrovňou z rovnakého obdobia predchádzajúceho roka. Hoci sa objem predaja znížil, táto obchodná divízia zaznamenala výrazný vývoj v cenách. V dôsledku kurzového vplyvu sa obrat mierne zvýšil o +0,1 %, kým akvizície a odpredaje prispeli k jeho zníženiu o –2,4 %.

Obrat divízie Beauty Care¹

		1. štvrtrok 2022
v miliónoch eur		
Obrat		892
Podiel na obrate skupiny		17 %
Zmena oproti predchádzajúcemu roku		–3,5 %
Kurzové vplyvy		0,1 %
Upravené o kurzové vplyvy		–3,6 %
Akvizície/odpredaje		–2,4 %
Organický		–1,2 %
z toho cena		5,1 %
z toho objem		–6,3 %

¹ Všetky jednotlivé hodnoty sú zaokrúhlené. Ich súčet sa môže od uvedených celkových výsledkov líšiť.

V **prvom štvrtroku** 2022 organický obrat v segmente **spotrebného tovaru** nedosiahol úroveň z rovnakého obdobia predchádzajúceho roka najmä z dôvodu ohlásených opatrení na posilnenie portfólia, medzi ktoré patrí ukončenie aktivít, ktoré nebudú súčasťou budúcich hlavných podnikateľských činností. V rámci realizovaného procesu optimalizácie portfólia budú v priebehu tohto roka ukončené aktivity, ktoré predstavovali približne 5 % z obratu divízie Beauty Care v roku 2021. V prvom štvrtroku segment vlasovej kozmetiky zaznamenal pokles ako celok oproti rovnakému obdobiu predchádzajúceho roka, aj keď jednotlivé kategórie dosiahli rôzne výsledky. Segment stylingových produktov na vlasy zaznamenal dvojciferný organický rast obratu a pokračoval v oživení, ktoré sa prejavuje už od minulého roku. V segmente farieb na vlasy a vlasovej kozmetiky nedosiahol obrat úroveň predchádzajúceho roka. V kategórii farieb na vlasy bol tento vývoj spôsobený pretrvávajúcou normalizáciou dopytu, ktorý bol v dôsledku pandémie výrazne vyšší v rovnakom štvrtroku predchádzajúceho roka. Klesajúci vývoj v segmente telovej kozmetiky možno pripísať najmä vyššie spomenutým opatreniam na posilnenie portfólia.

Segment **profesionálnej vlasovej kozmetiky** nadviazal v prvom štvrtroku na silné výsledky z predchádzajúceho roka a zaznamenal dvojciferný organický rast obratu. Toto zvýšenie obratu, ku ktorému prispeli tak vyspelé, ako aj rozvíjajúce sa trhy, bolo spôsobené najmä dvojciferným rastom v Severnej Amerike a v západoeurópskom a východoeurópskom regióne.

Rast obratu bol celkovo uspokojivý v prvom štvrtroku na **rozvíjajúcich sa trhoch**, pričom Ázia (okrem Japonska) a Latinská Amerika zaznamenali výrazné zvýšenie. Región Východnej Európy zaznamenal veľmi výrazný rast obratu, kým región Afriky/Stredného východu dosiahol záporný výsledok najmä z dôvodu opatrení na posilnenie portfólia, ktoré boli uvedené vyššie.

Vývoj organického obratu na **vyspelých trhoch** celkovo zaostal za úrovňou z predchádzajúceho roka. Vyspelé trhy v ázijsko-pacifickom regióne dosiahli silný rast obratu vďaka spotrebiteľskému segmentu. V regióne Severnej Ameriky bol rast obratu uspokojivý, a to najmä s príspevom segmentu profesionálnych vlasových výrobkov. Naopak, v Západnej Európe dosiahol obrat záporné hodnoty predovšetkým v dôsledku normalizácie dopytu po farbách na vlasy a z dôvodu opatrení v oblasti optimalizácie portfólia.

Obrat divízie Laundry & Home Care

Obrat divízie Laundry & Home Care dosiahol v **prvom štvrtroku 2022** sumu 1 692 mil. eur, čo predstavuje **nominálne** zvýšenie o +2,2 % oproti 1 656 mil. eur v rovnakom období predchádzajúceho roka. **Organický** (t. j. po úprave o kurzové vplyvy a vplyvy akvizícií a odpredaja) vykázala divízia veľmi silný rast obratu na úrovni +4,9 %. K tomuto výsledku prispelo najmä dvojciferné percentuálne zvýšenie cien, zatiaľ čo objem predaja klesol. Negatívny účinok akvizícií a odpredaja na obrat dosiahol –1,0 %. Kurzový vývoj mal na obrat negatívny vplyv vo výške –1,8 %.

Obrat divízie Laundry & Home Care¹

v miliónoch eur		1. štvrtrok 2022
Obrat		1 692
Podiel na obrate skupiny		32 %
Zmena oproti predchádzajúcemu roku		2,2 %
Kurzové vplyvy		–1,8 %
Upravené o kurzové vplyvy		4,0 %
Akvizície/odpredaje		–1,0 %
Organický		4,9 %
z toho cena		10,1 %
z toho objem		–5,2 %

¹ Všetky jednotlivé hodnoty sú zaokrúhlené. Ich súčet sa môže od uvedených celkových výsledkov líšiť.

Segment **pracích prostriedkov** zaznamenal v **prvom štvrtroku** výrazný organický rast obratu najmä vďaka silným výsledkom v kategóriách priemyselných pracích prostriedkoch a aviváže. Naša kľúčová značka Persil prispela k tomuto výsledku vďaka neustálym inovačným iniciatívam, čo platí aj o severoamerickej značke „all“. Špecializované čistiace prostriedky dosiahli dvojciferný percentuálny rast, ku ktorému prispeli najmä výsledky značky Perwoll.

V segmente výrobkov **starostlivosti o domácnosť** bol organický vývoj obratu v prvom štvrtroku mierne negatívny, a to predovšetkým v dôsledku poklesu tržieb v kategórii čistiacich prostriedkov na tvrdé povrchy. Príčinou bola ďalšia normalizácia dopytu po jeho výraznom

zvýšení v predchádzajúcom roku v reakcii na pandemickú situáciu. Naopak, výsledky v kategórii čistiacich prostriedkov na riad a čistiacich prostriedkov na WC boli pozitívne resp. uspokojivé (v uvedenom poradí), k čomu prispeli naše značky Pril a Bref.

Na **rozzvíjajúcich sa trhoch** sme v prvom štvrtroku dosiahli dvojciferný organický rast obratu najmä s príspevím regiónov Východnej Európy a Latinskej Ameriky, pričom obidva regióny zaznamenali rast v dvojcifernom percentuálnom pásme. Výrazný organický rast obratu dosiahol región Afriky/ Stredného východu, pričom v regióne Ázie (okrem Japonska) bol zaznamenaný pozitívny rast obratu.

Vývoj organického obratu bol na **vyspelých trhoch** celkovo pozitívny vďaka uspokojivým výsledkom v Severnej Amerike a dvojcifernému rastu na vyspelých trhoch ázijsko-pacifického regiónu. Oproti tomu bol obrat v Západnej Európe nižší v porovnaní s rovnakým štvrtrokom predchádzajúceho roka.

Čisté aktíva a finančná pozícia skupiny

V čistých aktívach a finančnej pozícii skupiny nedošlo v sledovanom období k podstatným zmenám v porovnaní so situáciou k 31. decembru 2021.

Zlúčenie spotrebiteľských segmentov na vytvorenie novej integrovanej divízie Henkel Consumer Brands

Spoločnosť Henkel oznámila 28. januára 2022 svoje plány zlúčiť divízie Laundry & Home Care a Beauty Care do novej integrovanej divízie s názvom Henkel Consumer Brands, ktorá sa bude zameriavať na dve globálne kategórie, t. j. pracie a čistiace prostriedky pre domácnosť, ako aj starostlivosť o vlasy. Ďalšie kategórie budú riadené regionálne.

„Vytvorenie divízie Henkel Consumer Brands je pre nás dôležitým strategickým krokom smerom k formovaniu úspešnej budúcnosti našej spoločnosti. V oboch divíziách Laundry & Home Care a Beauty Care máme atraktívne portfóliá so silným značkami, ktoré si udržujú vedúce postavenie na trhoch a v kategóriách produktov na celom svete. Pri formovaní tejto novej divízie ako multiproduktovej platformy je našou jednoznačnou ambíciou zvýšiť rast a maržu našich spotrebiteľských segmentov,“ povedal predseda predstavenstva spoločnosti Henkel Carsten Knobel.

„Zlúčením našich spotrebiteľských segmentov dosiahneme výrazné synergie v mnohých oblastiach a chceme ich využiť aj na zvýšenie ziskovosti. To sa odzrkadľuje aj v našom strednodobom a dlhodobom finančnom výhľade: s divíziou Henkel Consumer Brands by sme chceli dosiahnuť organický rast obratu na úrovni 3 až 4 % a upravenú maržu EBIT v hornej polovici druhej desiatky percentuálneho pásma. Takisto reinvestujeme časť úspor do zvýšenia konkurencieschopnosti našich podnikov. V tejto súvislosti budeme podporovať ďalší pokrok v dôležitých oblastiach, ako napr. inovácie, udržateľnosť a digitalizácia. To nám umožní

nastaviť pozitívnu dynamiku rastu a posunúť implementáciu agendy zmysluplného rastu na vyššiu úroveň.“

Od integrácie do jednej divízie sa v strednodobom horizonte očakáva dosiahnutie výrazných **úspor** v hrubom vyjadrení (pred reinvestíciami) v celkovej sume približne 500 mil. eur. Tieto synergie prinesie najmä optimalizácia v štruktúrach predaja a administratívy, v rámci dodávateľského reťazca (výroba a logistika) a v reklame a marketingu. Implementácia sa uskutoční v dvoch fázach. V prvej fáze by mali opatrenia, ktoré sa zavedú do konca roka 2023, viesť k čistým úsporám vo výške približne 250 mil. eur na ročnej báze. Z dnešnej perspektívy sa dotknú približne 2 000 pracovných pozícií na celom svete, najmä v oblastiach predaja a administratívy. V prvej fáze Henkel očakáva **jednorazové výdavky** v sume približne 350 mil. eur. Druhá fáza sa zameria na optimalizáciu dodávateľského reťazca pre novú integrovanú divíziu.

Ako multiproduktová platforma pre celý segment spotrebného tovaru s celkovým obratom približne 10 mld. eur ponúkne divízia Henkel Consumer Brands ešte lepšie príležitosti v oblasti **aktívneho riadenia portfólia**. K tomu patria aj odpredaje a zrušenie oblastí podnikania, ktoré nespĺňajú naše kritériá z hľadiska rastu a ziskovosti. V súčasnosti sú predmetom skúmania činnosti a značky s celkovým obratom v objeme do 1 mld. eur. Cílené **akvizície** – v existujúcich kľúčových kategóriách, ako aj v ďalších, nových kategóriách spotrebného tovaru – sa takisto zameriavajú na ďalšie rozširovanie portfólia a zvýšenie dynamiky rastu divízie Henkel Consumer Brands.

„Konzistentným dôrazom na činnosti a značky s vysokými hrubými maržami vytvárame podmienky pre zvyšovanie našich výnosov, ako aj zabezpečenie prostriedkov na financovanie ďalších investícií do rastu – čím vytvárame samoudržateľnú a posilnenú dynamiku rastu,“ zhrnul Wolfgang König, budúci riaditeľ divízie Consumer Brands v predstavenstve spoločnosti Henkel.

Výhľad skupiny Henkel

Na základe obchodného vývoja počas prvých troch mesiacov roka 2022 a aktuálnych predpokladov týkajúcich sa obchodných výsledkov v zostávajúcich mesiacoch roka, najmä v súvislosti s výrazným zvýšením nákladov na suroviny a logistické služby, ako aj s dôsledkami rozhodnutia ukončiť obchodné aktivity v Rusku, predstavenstvo spoločnosti Henkel AG & Co. KGaA zvýšilo 29. apríla 2022 svoj výhľad na fiškálny rok 2022.

Mimoriadne napätú situáciu na trhoch so surovinami a v globálnych dodávateľských reťazcoch ešte viac zhoršila vojna na Ukrajine. V dôsledku toho ceny priamych materiálov a logistických služieb opäť zaznamenali výrazný nárast, ktorý bol silnejší, než sa predtým očakávalo. Po oznámení z polovice apríla o ukončení obchodnej činnosti v Rusku sa spoločnosť Henkel rozhodla ukončiť svoje aktivity aj v Bielorusku. Tieto opatrenia majú vplyv na celkový ročný obrat v objeme približne jednej miliardy.

Pokiaľ ide o **ceny materiálov**, Henkel v súčasnosti očakáva nárast nad dvadsiatimi percentami za celý rok v porovnaní s priemerom za rok 2021. V minulosti sa očakávalo zvýšenie nad úrovňou desiatich percent.

Henkel v súčasnosti očakáva **organický rast obratu na úrovni skupiny** vo finančnom roku 2022 v rozsahu +3,5 až +5,5 % (pôvodne: +2,0 až +4,0 %).

K celkovo silnejšiemu organickému rastu obratu, ktorý sa očakáva, prispeje najmä divízia **Adhesive Technologies**, v prípade ktorej Henkel v súčasnosti predpokladá organický rast obratu v rozpätí od +8,0 do +10,0 % (pôvodne: +5,0 až +7,0 %), a to najmä z dôvodu prenesenia vyšších nákladov na suroviny a logistiku do vyšších cien. Očakávania v súvislosti s organickým rastom obratu v divíziách Beauty Care a Laundry & Home Care zostávajú nezmenené. V prípade **Beauty Care** by sa organický obrat mal vyvíjať v rozsahu –5,0 až –3,0 %. Ako bolo uvedené, hlavnou príčinou tohto poklesu sú opatrenia, o ktorých už bolo rozhodnuté a ktoré sa realizujú s cieľom zlepšiť portfólio, vrátane ukončenia aktivít, ktoré nebudú súčasťou budúcich hlavných podnikateľských činností. V prípade divízie **Laundry & Home Care** spoločnosť Henkel aj naďalej očakáva organický rast obratu na úrovni +2,0 až +4,0 %. Vzhľadom na rozhodnutie ukončiť podnikateľskú činnosť v Rusku a Bielorusku budú od druhého štvrťroka tieto krajiny vyňaté z údajov spoločnosti Henkel o organickom raste obratu.

Očakávame, že akvizície a odpredaje realizované v roku 2021 a dôsledky ukončenia obchodnej činnosti v Rusku a Bielorusku budú mať negatívny vplyv na nominálny rast obratu skupiny Henkel v nižšej až strednej časti jednociferného percentuálneho pásma. Náš výhľad nezohľadňuje účinky ďalších odpredajov a ukončení obchodných aktivít, značiek a kategórií pri aktívnom riadení portfólia nad rámec tých, ktoré súvisia s divíziou Beauty Care a už sa realizujú. Účinok kurzových vplyvov na obrat by mal byť pozitívny a mal by sa nachádzať v spodnej časti jednociferného percentuálneho pásma (nezmenené).

Okrem ukončenia obchodnej činnosti v Rusku a Bielorusku majú v porovnaní s predchádzajúcimi očakávaniami väčší vplyv na výnosy aj výrazne rastúce ceny priamych materiálov a logistiky, ktoré nemožno v plnej miere kompenzovať v tomto finančnom roku.

Za **skupinu Henkel** sa **upravená výnosnosť predaja (marža EBIT)** v súčasnosti očakáva v rozsahu 9,0 až 11,0 % (pôvodne: 11,5 až 13,5 %). Za divíziu **Adhesive Technologies** očakáva Henkel upravenú výnosnosť predaja v rozsahu 13,0 až 15,0 % (pôvodne: 15,0 až 17,0 %), za divíziu **Beauty Care** v rozsahu 5,0 až 7,0 % (pôvodne: 7,5 až 10,0 %) a za divíziu **Laundry & Home Care** v rozsahu 7,0 až 9,0 % (pôvodne: 10,5 až 13,0 %).

V prípade **upravených výnosov na prioritnú akciu (EPS)** pri konštantných kurzových sadzbách Henkel očakáva pokles v rozpätí od –35 do –15 % (pôvodne: –15 až +5 %).

Okrem toho v roku 2022 očakávame:

- náklady na reštrukturalizáciu v objeme 450 až 500 mil. eur (pôvodne: 200 až 250 mil. eur). V súčasnosti sem patria aj výdavky súvisiace so zlúčením divízií Laundry & Home Care a Beauty Care.

- záporné peňažné toky z investícií do budov, strojov a zariadení a do nehmotného majetku vo výške 700 až 800 mil. eur (nezmenené).

Tento nový výhľad vychádza z predpokladu, že vplyvy vojny na Ukrajinu sa výrazne nezhoršia a nedôjde k žiadnemu ďalšiemu rozsiahlemu zatváraní prevádzok v priemysle a maloobchode z dôvodu pandémie ochorenia COVID-19.

Okrem toho ukončenie podnikateľskej činnosti v Rusku a Bielorusku by mohlo viesť k jednorazovým výdavkom, ktoré môžu podliehať úpravám, pričom väčšina z nich nebude v hotovostnej forme. Budú závisieť najmä od typu, načasovania a trvania implementácie.

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 mnohých kategóriách vo svete. Spoločnosť bola založená v roku 1876 a má za sebou viac než 140 úspešných rokov. V roku 2021 dosiahla obrát viac ako 20 mld. eur a upravený prevádzkový zisk približne vo výške 2,7 mld. eur. Henkel zamestnáva 52 000 ľudí po celom svete, ktorí spolu tvoria zaniatený a veľmi rôznorodý tím, ktorý spája silná firemná kultúra a spoločný cieľ 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.

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 súčasť spoločnosti Henkel, zabezpečujúcej služby v Európe a globálne vo viac než 30 jazykoch. V súčasnosti zamestnáva viac než 1 600 pracovníkov. HENKEL SLOVENSKO spol. s r. o. predáva viac ako 50 značiek a dnes zamestnáva, spolu s GBS+ Bratislava, viac ako 1 800 zamestnancov. Viac informácií nájdete na stránke www.henkel.sk.

Tento dokument obsahuje výhľadové stanoviská opierajúce sa o aktuálne odhady a predpoklady vypracované manažmentom spoločnosti Henkel AG & Co. KGaA. Stanoviská týkajúce sa budúceho vývoja charakterizuje použitie takých slovných zvrátov ako „očakávať“, „zamýšľať“, „plánovať“, „predpokladať“, „domnievať sa“, „odhadovať“ a podobných výrazov. Takéto stanoviská nie je možné chápať tak, že akýmkoľvek spôsobom zaručujú, že uvedené predikcie sú presné. Budúca výkonnosť, ako aj reálne dosiahnuté výsledky spoločnosti Henkel AG & Co. KGaA a jej sesterských spoločností závisia od celého radu rizikových faktorov a neistôt, a preto sa môžu podstatne odkláňať od výhľadových stanovísk. Na mnohé z nich spoločnosť Henkel nemá priamy dosah a vopred ich nie je možné presne odhadnúť, ako napríklad, aké bude ekonomické prostredie v budúcnosti a aké budú kroky konkurentov a iných subjektov pôsobiacich na trhu. Spoločnosť Henkel nemá v úmysle a ani neprijme kroky na účely aktualizácie týchto stanovísk.

Tento dokument obsahuje doplňujúce finančné ukazovatele, ktoré nie sú jednoznačne definované v platnom rámci finančného výkazníctva, ktoré predstavujú alebo môžu predstavovať alternatívne ukazovatele finančnej výkonnosti. Tieto doplňujúce finančné ukazovatele by sa nemali vykladať osobitne alebo ako alternatívne ukazovatele k ukazovateľom čistých aktív a finančných pozícií spoločnosti Henkel alebo k výsledkom podnikania, ktoré sú v súlade s platným rámcom finančného výkazníctva prezentované v konsolidovanej účtovnej závierke spoločnosti. Iné spoločnosti, ktoré vykazujú alebo uvádzajú alternatívne ukazovatele výkonnosti s podobnými názvami, môžu počítať ich hodnoty odlišne.

Tento dokument slúži výlučne na informačné účely a nepredstavuje investičnú radu ani ponuku na predaj alebo kúpu akýchkoľvek cenných papierov.

Kontakt

Zuzana Kaňuchová

Riaditeľka korporátnej komunikácie

Telefón: +421 917 160 597

E-mail: zuzana.kanuchova@henkel.com