

Priopćenje za javnost

29. travnja, 2022.

Henkel objavljuje rezultate prodaje u prvom tromjesečju na temelju preliminarnih brojki

Henkel postiže značajan rast organske prodaje u prvom tromjesečju i korigira godišnje smjernice za 2022.

- **Organski rast prodaje grupe povećao se za 7,1 posto, na 5,3 milijardi eura**
 - **Ljepila i tehnologije: dvoznamenkasti organski rast od 10,7 posto**
 - **Beauty Care: blagi organski pad od -1,2 posto**
 - **Sektor za pranje i čišćenje u domaćinstvu: vrlo snažan organski rast od 4,9 posto**
- **Korigirana prognoza za fiskalnu 2022. – iznimno snažno povećanje troškova za direktne materijale i logistiku te očekivane značajne posljedice prestanka poslovnih aktivnosti u Rusiji i Bjelorusiji**
 - **Rast organske prodaje: 3,5 do 5,5 posto**
 - **Korigirani prihod od prodaje (marža EBIT)*: između 9,0 i 11,0 posto**
 - **Korigirani prihod od povlaštenih dionica (EPS)* pri stalnim tečajevima: pad u rasponu od 35 do 15 posto**

Düsseldorf – na temelju preliminarnih brojki, Henkel je u prvom tromjesečju ostvario ukupan prihod od prodaje od oko 5,3 milijardi eura. To odgovara značajnom rastu organske prodaje od 7,1 posto u usporedbi s očekivanim tržišnim prosjekom od 4,3 posto. Povećanje je većinom potaknuto vrlo snažnim razvojem cijena u spoju s blagim padom u količini.

Rast prodaje u prvom tromjesečju najviše je postignut u sektoru **Ljepila i tehnologije** koji je na temelju preliminarnih brojki postigao dvoznamenkasti rast organske prodaje od 10,7 posto u prvom tromjesečju. Rast je postignut diljem svih poslovnih područja.

Na temelju preliminarnih brojki, poslovni sektor **Beauty Care** bilježi blagi pad u organskoj prodaji od -1,2 posto. Poslovanje s frizerskim salonima postigao je dvoznamenkasti rast organske prodaje. Poslovanje s robom široke potrošnje je, očekivano, ispod razine prethodne godine, uglavnom zbog provođenja mjera unutar portfelja najavljenih za 2022.

Prema preliminarnim brojkama, poslovni sektor **Sredstva za pranje i čišćenje** je u prvom tromjesečju postigao vrlo snažan rast organske prodaje od 4,9 posto, potaknut značajnim rastom u poslovanju za pranje, dok je poslovanje za čišćenje zabilježilo blagi pad organske prodaje.

„Unatoč ukupnoj vrlo dobroj Henkelovoj prodaji u prvom tromjesečju, ukupno ekonomsko okruženje od početka godine nastavlja dramatično padati. Učinci globalne krize uzrokovane pandemijom COVID 19, uz iznimno napetu situaciju na tržištu sirovih materijala i s globalnim opskrbnim lancima, još su se više intenzivirali ratom u Ukrajini. Cijene za materijale i logistiku stoga su se opet značajno povećale. Usto, zbog razvoja rata u Ukrajini, sredinom travnja odlučili smo prekinuti poslovne aktivnosti u Rusiji. Nadalje, odlučili smo prekinuti i poslovne aktivnosti u Bjelorusiji. To utječe na ukupnu godišnju prodaju od oko 1 milijardu eura i više od 2500 zaposlenika“, rekao je Carsten Knobel, izvršni direktor Henkela.

„Zbog takvog razvoja događaja, sada očekujemo značajno veći pritisak na naš prihod za ostatak godine nego što je bio na početku godine. Prema tome smo korigirali našu godišnju prognozu“, objašnjava Carsten Knobel. Što se tiče cijena materijala, Henkel sada očekuje povećanje od oko dvadeset i pet posto za cijelu godinu u usporedbi s prosjekom za 2021. Prethodno se očekivalo povećanje od oko deset posto. „To su dodatni troškovi za cijelu godinu od oko dvije milijarde eura. Dvostruko više nego što smo procjenjivali krajem siječnja. Još nismo doživjeli tako veliko povećanje. Ciljanim protumjerama ublažavamo učinke tog razvoja događaja, posebno daljnjim povećanjem cijena i učinkovitim poboljšanjima.“

Henkel sada očekuje rast organske prodaje na razini grupe od 3,5 do 5,5 posto u fiskalnoj 2022. (prethodno: od 2,0 do 4,0 posto rasta). Snažniji rast organske prodaje prvenstveno će biti u poslovnom sektoru Ljepila i tehnologije za koji Henkel sada očekuje rast organske prodaje u rasponu od 8,0 do 10,0 posto (prethodno: od 5,0 do 7,0 posto), uglavnom zbog viših troškova sirovog materijala i logistike u obliku viših cijena. Očekivanja rasta organske prodaje u poslovnim sektorima Beauty Care i Sredstva za pranje i čišćenje u domaćinstvu ostaju nepromijenjena.

Za sektor Beauty Care, očekuje se pad organske prodaje za 5,0 do 3,0 posto. Kako je najavljeno, pad je uzrok već donesenih i provedenih mjera kako bi se poboljšao portfelj, uključujući prestanak aktivnosti koje neće biti dio budućeg osnovnog poslovanja. Za sektor Sredstva za

pranje i čišćenje u domaćinstvu, Henkel i dalje očekuje rast organske prodaje u rasponu od 2,0 do 4,0 posto. S obzirom na prestanak Henkelova poslovanja u Rusiji i Bjelorusiji, te će zemlje biti isključene iz rasta organske prodaje Henkela od drugog tromjesečja nadalje.”

Uz posljedice prestanka poslovnih aktivnosti u Rusiji i Bjelorusiji, značajno povećanje cijena za direktne materijale i logistiku, što se ne može potpuno nadoknaditi u ovoj fiskalnoj godini, ima veći utjecaj na prihod nego što se prethodno očekivalo.

Za Henkel grupu očekuje se da će korigirani prihod od prodaje (marža EBIT) sada biti u nižem rasponu od 9,0 do 11,0 posto (prethodno: od 11,5 do 13,5 posto). Za sektor Ljepila i tehnologije Henkel očekuje korigirani prihod od prodaje u rasponu od 13,0 do 15,0 posto (prethodno: od 15,0 do 17,0 posto), za sektor Beauty Care u rasponu od 5,0 do 7,0 posto (prethodno: od 7,5 do 10,0 posto) i za sektor Sredstva za pranje i čišćenje u domaćinstvu u rasponu od 7,0 do 9,0 (prethodno: od 10,5 do 13,0 posto).

Za prilagođenu zaradu po povlaštenoj dionici (EPS), pri stalnim tečajevima, Henkel sad očekuje pad u rasponu od -35 do -15 posto (prethodno: od -15 do +5 posto).

Ova nova prognoza temelji se na pretpostavki da posljedice rata u Ukrajini neće značajno pogoršati poslovanje te da neće biti novog globalnog zatvaranja poslovanja i proizvodnje u industriji i maloprodaji zbog pandemije COVID 19.

„Unatoč iznimno teškom okruženju, mi nastavljamo sa strategijom svrhovitog rasta. S našim sektorom Ljepila i tehnologije, mi smo globalni predvodnik i nudimo inovativna rješenja u mnogim važnim industrijama, s jasnim fokusom na buduće trendove poput mobilnosti, povezanosti i održivosti. A spajajući naše potrošačke sektore Sredstva za pranje i čišćenje u domaćinstvu i Beauty Care u Henkel Consumer Brands, stvaramo platformu s više kategorija koja ima prodaju od oko 10 milijardi eura. Očekujemo da će budući sektor Consumer Brands biti formiran najkasnije početkom 2023. i da će pružiti širu osnovu za dosljedniju optimizaciju našeg portfelja, kako bismo imali veći rast i bolji profil marže“, rekao je Carsten Knobel.

Henkel će 5. svibnja izdati svoju izjavu o prvom tromjesečju 2022. te, kako je najavljeno, dati daljnju informaciju o postupku integracije dvaju poslovnih sektora i planiranim mjerama za portfelj uključujući očekivane sinergije i restrukturiranje troškova.

O Henkelu

Društvo Henkel djeluje na svjetskoj razini uz dobro uravnotežen i raznolik asortiman. Zahvaljujući snažnim brendovima, inovacijama i tehnologijama, društvo zauzima vodeći položaj u trima poslovnim jedinicama u industrijskom i potrošačkom poslovanju. Henkelova poslovna jedinica Adhesive Technologie (Ljepila i tehnologije) svjetski je predvodnik na tržištu Ljepila – u svim industrijskim segmentima diljem svijeta. U poslovnim jedinicama Beauty Care te Laundry & Home Care (Sredstva za pranje i čišćenje u domaćinstvu), Henkel zauzima vodeći položaj na brojnim tržištima i kategorijama diljem svijeta. Od svojeg osnutka 1876. godine Henkel broji više od 140 godina uspjeha. U 2021. godini, Henkel je prijavio prihode od prodaje u iznosu od 20 milijarde eura i operativnu dobit od 2,7 milijardi eura. (prilagođeno za jednokratne dobitke/troškove i troškove restrukturiranja). Društvo Henkel zapošljava više od 52 000 ljudi diljem svijeta – strastven i iznimno raznolik tim, ujedinjen snažnom organizacijskom kulturom, zajedničkom svrhom i dijeljenim vrijednostima. Kao priznati predvodnik u području održivosti, Henkel zauzima najviši položaj na mnogim međunarodnim pokazateljima i ljestvicama. Henkelove povlaštene dionice upisane su u njemački burzovni indeks 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 je dokument 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.

Kontakt

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