



تقرير ربع سنوي - الربع الأول لعام 2022

يناير - مارس

في بيئة أعمال مليئة بالتحديات بشكل استثنائي

هنكل تحقق نمواً كبيراً في المبيعات العضوية في الربع الأول من السنة المالية

- زادت المبيعات العضوية بنسبة +7.1 في المائة لتصل إلى حوالي 5.3 مليار يورو؛ كما حققت المبيعات الاسمية بنسبة +11.6 في المائة:
- ❖ تحققت تقنيات المواد اللاصقة نمواً مزدوج الرقم في المبيعات العضوية بنسبة +10.7 في المائة؛ وفي المبيعات الاسمية بنسبة +11.6 في المائة
- ❖ سجلت وحدة منتجات العناية بالجمال أداءً سلبياً طفيفاً في المبيعات العضوية بنسبة -1.2 في المائة؛ وبنسبة -3.5 في المائة اسمياً، وذلك بسبب تنفيذ إجراءات المحفظة المخططة.
- ❖ حققت وحدة منتجات الغسيل والعناية بالمنزل نمواً قوياً في المبيعات العضوية بنسبة +4.9 في المائة؛ و +2.2 في المائة اسمياً.

- الأسواق الناشئة ذات نمو المبيعات المتضاعف، والأسواق الناضجة ذات النمو القوي
- دمج وحدات أعمال الغسيل والعناية بالمنزل والعناية بالجمال في منصة متكاملة متعددة الفئات وإنشاء وحدة الأعمال "هنكل للمنتجات الاستهلاكية" الجديدة:

- تعزيز زخم النمو وهامش الأرباح في الأعمال الاستهلاكية
- أوجه تآزر كبيرة: حوالي 500 مليون يورو من إجمالي المدخرات المستهدفة في المستوى المتوسط
- المرحلة الأولى من الإجراءات التي سيتم تنفيذها بحلول نهاية عام 2023: من المتوقع أن يبلغ صافي المدخرات السنوية حوالي 250 مليون يورو، وتأثر حوالي 2000 وظيفة في جميع أنحاء العالم.
- إجراءات المحافظ الاستثمارية للشركات التي يصل إجمالي مبيعاتها السنوية إلى 1 مليار يورو، قيد المراجعة.
- تم تحديث آفاق السنة المالية 2022 في 29 أبريل
- التزام واضح بالطموح المالي متوسط إلى طويل الأجل

دوسلدورف، 5 مايو 2022 - في الربع الأول من عام 2022، زادت هنكل مبيعات المجموعة إلى حوالي 5.3 مليار يورو في بيئة سوق صعبة للغاية ومليئة بالتحديات. نمت المبيعات العضوية بشكل ملحوظ بنسبة +7.1 في المائة، مدفوعة بشكل أساسي بأداء التسعير القوي للغاية، مع حدوث انخفاض طفيف في حجم المبيعات في نفس الوقت. من حيث القيمة الاسمية، زادت المبيعات بنسبة +6.1 في المائة.

قال كارستن نوبل، الرئيس التنفيذي لشركة هنكل: "إن أداء المبيعات الجيد جداً هو شهادة على جدول أعمال النمو لدينا بالإضافة إلى التفاني الكبير لموظفينا في جميع أنحاء العالم - وهنا نود أن نعرب عن امتناننا لالتزامهم الكبير". ومع ذلك،



استمرت بيئة الاقتصاد العالمي الكلي في التدهور بشكل كبير منذ بداية العام. لقد تفاقم تأثير الأزمة العالمية لفيروس كورونا المصحوب بحالة شديدة التوتر في أسواق المواد الخام وسلاسل التوريد العالمية، بشكل كبير بسبب الحرب في أوكرانيا".

وأوضح كارستن نوبل "على الرغم من هذه الظروف الصعبة للغاية، فإننا نمضي قدماً في إستراتيجيتنا الواضحة للنمو الهادف. تعتبر أعمال تقنيات المواد اللاصقة الخاصة بنا من أكثر الأعمال الرائدة عالمياً في السوق، حيث تقدم حلولاً مبتكرة في العديد من الصناعات الرئيسية - مع تركيز واضح على الاتجاهات المستقبلية مثل التنقل والاتصال والاستدامة. ومن خلال دمج أعمالنا التجارية الاستهلاكية، الغسيل والعناية بالمنزل والعناية بالجمال لإنشاء وحدة الأعمال الجديدة "هنكل للمنتجات الاستهلاكية" فإننا نؤسس منصة متعددة الفئات بمبيعات تبلغ حوالي 10 مليار يورو. نهدف إلى أن تكون أعمالنا الخاصة بالعلامات التجارية الاستهلاكية في المستقبل في مكانها بحلول أوائل عام 2023 على أبعد تقدير. وسنعمل على توفير قاعدة أوسع لدفع تحسين محافظتنا بشكل أكثر اتساقاً ودفع الأعمال نحو نمو وهامش ربح أعلى".

كان نمو المبيعات في الربع الأول مدفوعاً بشكل خاص بوحدة أعمال تقنيات المواد اللاصقة، والتي حققت زيادة عضوية مزدوجة الرقم بلغت +10.7 في المائة، مع مساهمة جميع مجالات أعمالها.

سجلت المبيعات العضوية في وحدة أعمال العناية بالجمال تأثراً سلبياً طفيفاً حيث انخفض بنسبة 1.2- في المائة في الربع الأول. سجلت الأعمال المهنية ارتفاعاً مزدوج الرقم. وكما هو متوقع، جاءت نتائج أعمال المستهلك أقل من مستوى العام السابق، ويرجع ذلك على وجه الخصوص إلى تنفيذ إجراءات المحفظة المعلنة لعام 2022.

حققت وحدة أعمال الغسيل والعناية بالمنزل نمواً قوياً للغاية في المبيعات العضوية بنسبة +4.9 في المائة، مدفوعة بالنمو الكبير في منتجات الغسيل والعناية بالملابس. على نقيض ذلك، شهدت المبيعات العضوية في أعمال العناية بالمنزل تأثراً سلبياً طفيفاً في الربع الأول.

من منظور إقليمي، كان أداء مبيعات هنكل الكبير مدفوعاً بشكل أساسي بالأسواق الناشئة. ومع ذلك، سجلت الأسواق الناضجة أيضاً نمواً قوياً في المبيعات العضوية.

وبالنظر إلى الفترة المتبقية من السنة المالية 2022، علق كارستن نوبل قائلاً: "لقد زاد عدم اليقين وتقلبات السوق في بيئة أعمالنا بشكل أكبر في أعقاب الحرب في أوكرانيا. ارتفعت أسعار المواد الخام والخدمات اللوجستية مرة أخرى بشكل ملحوظ. على خلفية تطورات الحرب في أوكرانيا، قررنا أيضاً في منتصف أبريل الخروج من عملياتنا التجارية في روسيا. علاوة على ذلك، أعلننا أيضاً إنهاء أنشطتنا في بيلاروس. يؤثر هذا على إجمالي المبيعات السنوية بحوالي 1 مليار يورو وعلى أكثر من 2500 وظيفة. بالنظر إلى هذه التطورات، نتوقع الآن ضغطاً أعلى بكثير على أرباحنا لبقية العام مقارنة ببداية العام. لذلك قمنا بتحديث توجيهاتنا لهذا العام وفقاً لذلك في نهاية أبريل".

تتوقع هنكل الآن نمو المبيعات العضوية على مستوى المجموعة من +3.5 إلى +5.5٪ في السنة المالية 2022. ومن المتوقع أن يكون العائد المعدل على المبيعات (هامش الأرباح قبل خصم الضرائب والفوائد EBIT) في حدود 9.0 إلى 11.0٪ بالمائة بالنسبة للأرباح المعدلة للسهم المفضل (EPS) بأسعار الصرف الثابتة، تتوقع هنكل الآن انخفاضاً في نطاق 35- إلى 15- بالمائة.



أداء مبيعات المجموعة

ارتفعت مبيعات المجموعة اسمياً بنسبة +6.1 في المائة في الربع الأول من عام 2022، من 4,968 مليون يورو في ربع العام السابق إلى 5,271 مليون يورو. أما المبيعات العضوية (أي المبيعات المعدلة للعملاء الأجنبية وعمليات الاستحواذ / سحب الاستثمارات)، فقد شهدت زيادة بنسبة +7.1 في المائة. كان هذا النمو الكبير في المبيعات على مستوى المجموعة مدفوعاً بالسعر. أدت عمليات الاستحواذ والتخصيص إلى خفض المبيعات بنسبة -1.1 بالمائة. كما شهدت أسعار الصرف تأثيراً إيجابياً طفيفاً بنسبة +0.2 في المائة على المبيعات.

أداء مبيعات المجموعة¹

Q1/2022	بقيمة مليون يورو
5,271	المبيعات
6.1%	التغيير مقارنة بالعام السابق
0.2%	صرف العملات الأجنبية
5.9%	معدلة للعملاء الأجنبية
-1.1%	الاستحواذ / التجريد
7.1%	عضوي
9.4%	من السعر
-2.3%	من حجم

¹ تم تقريب جميع الأرقام الفردية تجارياً. قد ينتج عن الإضافة بعض الفروقات عن المجاميع المشار إليها.

حققت الأسواق الناشئة نمواً مزدوج الرقم في المبيعات العضوية بنسبة +11.4% في الربع الأول. سجل نمو المبيعات العضوية في الأسواق الناضجة نمواً قوياً بنسبة +3.1 في المائة. بينما شهدت منطقة أوروبا الغربية انخفاضاً طفيفاً على أساس سنوي مع تطور المبيعات العضوية بنسبة -0.4 في المائة، زادت المبيعات بنسبة +21.0 في المائة في أوروبا الشرقية. بلغ نمو المبيعات العامة +1.4 في المائة في منطقة أفريقيا / الشرق الأوسط في الربع الأول من عام 2022 وتمكنا من زيادة المبيعات في منطقة أمريكا الشمالية بنسبة +6.6 في المائة. بلغ نمو المبيعات العضوية +15.2 في المائة في أمريكا اللاتينية و +5.3 في المائة في منطقة آسيا والمحيط الهادئ.



أداء المبيعات حسب المنطقة¹

مجموعة هنكل	المؤسسية	آسيا- المحيط الهادئ	أمريكا اللاتينية	أمريكا الشمالية	أفريقيا الشرق الأوسط	أوروبا الشرقية	أوروبا الغربية	بقيمة مليون يورو
5,271	56	923	338	1,358	316	778	1,502	المبيعات ² يناير - مارس
4,968	30	837	280	1,234	319	742	1,528	المبيعات ² يناير - مارس
6.1%	-	10.2%	20.8%	10.1%	-0.8%	4.9%	-1.7%	التغير مقارنة بربع السنة السابقة
7.1%	-	5.3%	15.2%	6.6%	1.4%	21.0%	-0.4%	عضوي
100%	1%	18%	6%	26%	6%	15%	28%	نسبة مبيعات المجموعة 2022
100%	1%	17%	6%	25%	6%	15%	31%	نسبة مبيعات مجموعة 2021

² تم تقريب جميع الأرقام الفردية تجارياً. قد ينتج عن الإضافة فروقات عن المجاميع المشار إليها.

³ حسب موقع الشركة.

أداء مبيعات تقنيات المواد اللاصقة

في الربع الأول من عام 2022، زادت المبيعات في وحدة أعمال تقنيات المواد اللاصقة اسماً بنسبة +11.6% في المائة، من 2,358 مليون يورو في ربع العام السابق إلى 2,631 مليون يورو. وقمنا بزيادة المبيعات العضوية (أي المبيعات المعدلة للعملات الأجنبية وعمليات الاستحواذ / تصفية الاستثمارات) بنسبة +10.7% في المائة مقارنة بالربع الأول من عام 2021. وظلت أحجام المبيعات مستقرة بينما ارتفعت الأسعار في نطاق النسبة المئوية المكون من رقمين. أدت تأثيرات الصرف الأجنبي إلى زيادة المبيعات بنسبة +1.6% في المائة، في حين شهدت عمليات الاستحواذ / التجريد تأثيراً سلبياً طفيفاً بنسبة -0.7% في المائة.



أداء مبيعات تقنيات المواد اللاصقة¹

Q1/2022	بقيمة مليون يورو
2,631	المبيعات
50%	نسبة مبيعات المجموعة
11.6%	التغيير مقارنة بالعام السابق
1.6%	صرف العملات الأجنبية
10.0%	معدلة للعملات الأجنبية
-0.7%	الاستحواذ / التجريد
10.7%	عضوي
10.6%	من السعر
0.1%	من حجم

¹ تم تقريب جميع الأرقام الفردية تجارياً. قد ينتج عن الإضافة بعض الفروقات عن المجاميع المشار إليها.

ساهمت جميع مجالات أعمال تقنيات المواد اللاصقة في نمو المبيعات المحققة في الربع الأول. حقق مجال أعمال السيارات والمعادن نمواً جيداً في المبيعات. ويعزو الأثر السلبي على أعمالنا الناجم عن الانخفاض في إنتاج السيارات، بسبب النقص العالمي المستمر في أشباه الموصلات، والذي قابله نمو مزدوج الرقم في أعمال المعادن. استفادت أعمال التعبئة والتغليف والسلع الاستهلاكية من ارتفاع الطلب المستمر من العملاء وحققت نمواً مزدوج الرقم في المبيعات - مدفوعاً بشكل خاص بأعمال التغليف وأسلوب الحياة. حققت أعمال الإلكترونيات والصناعات نمواً كبيراً في المبيعات العضوية، ويرجع ذلك على وجه الخصوص إلى نمو مزدوج الرقم في الصناعات مكملاً للنمو الإيجابي للمبيعات في مجال الإلكترونيات. سجلت أعمال الحرفيين والبناء والمهنيين نمواً كبيراً في المبيعات العضوية مقارنة بالربع نفسه من العام السابق، مدفوعاً بشكل أساسي بزيادات مزدوجة الرقم في كل من أعمال الإنشاءات والهندسة الميكانيكية والصيانة.

بالنظر إلى التقسيم الإقليمي، حققت وحدة أعمال تقنيات المواد اللاصقة نمواً مزدوجاً في المبيعات العضوية في الأسواق الناشئة. وسجلت المبيعات نمواً مزدوجاً في أوروبا الشرقية وأمريكا اللاتينية، مدفوعاً بشكل أساسي بأعمال التعبئة والتغليف والسلع الاستهلاكية. حققت منطقة أفريقيا / الشرق الأوسط زيادة كبيرة في المبيعات ومنطقة آسيا (باستثناء اليابان).

شهدت المبيعات العضوية في الأسواق الناضجة نمواً كبيراً بشكل عام، حيث سجلت منطقة أمريكا الشمالية في كاليفورنيا ارتفاعاً مزدوجاً في المبيعات. لقد حققنا زيادة قوية للغاية في المبيعات في أوروبا الغربية، مع الآثار السلبية على أعمالنا الناشئة عن انخفاض إنتاج السيارات التي يقابلها النمو المتولد في جميع الأعمال الأخرى. سجلت الأسواق الناضجة في منطقة آسيا والمحيط الهادئ نمواً كبيراً، مع مساهمة جميع مجالات الأعمال.

أداء مبيعات منتجات العناية بالجمال

في الربع الأول من عام 2022، انخفضت المبيعات في وحدة أعمال العناية بالجمال اسماً بنسبة -3.5 في المائة لتصل إلى 892 مليون يورو (الربع الأول 2021: 925 مليون يورو). وسجلت المبيعات عضويًا (أي معدلة للعملات الأجنبية وعمليات الاستحواذ / سحب الاستثمارات) نسبة -1.2 في المائة بأقل مستوى العام السابق. ومع انخفاض أحجام المبيعات، سجلت



وحدة الأعمال ارتفعتاً قوياً في الأسعار. أدت تأثيرات أسعار الصرف إلى زيادة المبيعات بشكل طفيف بنسبة +0.1 في المائة، بينما أدت عمليات الاستحواذ / التصفية إلى خفض المبيعات بنسبة -2.4 في المائة.

أداء مبيعات منتجات العناية بالجمال¹

Q1/2022	بقيمة مليون يورو
892	المبيعات
17%	نسبة مبيعات المجموعة
-3.5%	التغير مقارنة بالعام السابق
0.1%	صرف العملات الأجنبية
-3.6%	معدلة للعملات الأجنبية
-2.4%	الاستحواذ / التجريد
-1.2%	عضوي
5.1%	من السعر
-6.3%	من حجم

¹ تم تقريب جميع الأرقام الفردية تجارياً. قد ينتج عن الإضافة بعض الفروقات عن المجاميع المشار إليها.

في الربع الأول من عام 2022، سجلت المبيعات العضوية في الأعمال الاستهلاكية أداءً منخفضاً مقارنة مع ربع العام السابق، ويرجع ذلك أساساً إلى تنفيذ إجراءات المحفظة المعلنة، والتي تتضمن وقف الأنشطة التي لن تكون جزءاً من الأعمال الأساسية المستقبلية. ضمن عملية تحسين هذه المحفظة قيد التنفيذ، سيتم إيقاف الأنشطة التجارية التي تمثل حوالي 5 في المائة من مبيعات العناية بالجمال في عام 2021 على مدار هذا العام. في الربع الأول، انخفضت مبيعات فئة مستحضرات التجميل والعناية بالشعر بشكل عام مقارنة بنفس الفترة في العام السابق، على الرغم من اختلاف أداء الفئات الفردية. أنتجت أعمال مستحضرات تجميل الشعر نمواً مزدوجاً في المبيعات العضوية، وبالتالي نتج عن ذلك استمرار عملية التعافي التي بدأت العام الماضي. سجلت مستحضرات تلوين الشعر والعناية بالشعر انخفاضاً في نسبة المبيعات مقارنة بالعام السابق. ويعود ذلك بالنسبة إلى مستحضرات تلوين الشعر، بسبب التطبيع المستمر للطلب، والذي حقق نسب مرتفعة بشكل ملحوظ في ربع العام السابق نتيجة للوباء. ويعود السبب في الأداء المتراجع في فئة مستحضرات العناية بالجسم بشكل رئيسي إلى إجراءات المحفظة المذكورة أعلاه.

واصل قطاع الأعمال الاحترافي في العناية بالجمال أدائه القوي من العام الماضي في الربع الأول، محققاً نمواً ملحوظاً مضاعفاً في المبيعات العضوية. ومع تحقيق المساهمات من الأسواق الناضجة والناشئة معاً، جاء هذا التوسع في المبيعات مدفوعاً بشكل خاص بالنمو المزدوج الرقم الذي تحقق في أمريكا الشمالية وأوروبا الغربية والشرقية.

سجلت المبيعات نمواً جيداً بشكل عام في الأسواق الناشئة في الربع الأول، حيث حققت آسيا (باستثناء اليابان) وأمريكا اللاتينية زيادات كبيرة. كما سجلت أوروبا الشرقية نمواً قوياً للغاية في المبيعات، في حين شهدت مبيعاتنا في منطقة إفريقيا / الشرق الأوسط أداءً منخفضاً ويرجع ذلك أساساً إلى إجراءات المحفظة المذكورة أعلاه.



بشكل عام، كان أداء المبيعات العضوية أقل من مستوى العام السابق في الأسواق الناضجة. حققت الأسواق الناضجة في منطقة آسيا والمحيط الهادئ نمواً قوياً في المبيعات، مدفوعاً بمجال الأعمال الاستهلاكية. سجلت منطقة أمريكا الشمالية أداء مبيعات جيد، مدفوعاً بمجال فئة أعمال المنتجات الاحترازية. على نقيض ذلك، شهدت مبيعاتنا في أوروبا الغربية أداءً سلبياً، ويرجع ذلك أساساً إلى عودة الطلب على صبغات الشعر إلى وضعها الطبيعي وإلى إجراءات تحسين المحفظة.

أداء مبيعات وحدة أعمال الغسيل والعناية بالمنزل

حققت وحدة أعمال الغسيل والعناية بالمنزل مبيعات بقيمة 1,692 مليون يورو في الربع الأول من عام 2022، وهو ما يمثل زيادة اسمية بنسبة +2.2% في المائة مقارنة بـ 1,656 مليون يورو التي تم تحقيقها في ربع العام السابق. سجلت وحدة الأعمال عضويًا (أي المعدلة للعملة الأجنبية وعمليات الاستحواذ / التصفية) زيادة قوية جداً في المبيعات بنسبة +4.9% في المائة. ويعزى هذا الأداء بشكل أساسي إلى ارتفاع الأسعار بنسبة من رقمين، بينما انخفض حجم المبيعات. أدت عمليات الاستحواذ / التجريد إلى حدوث تأثير سلبي على المبيعات بنسبة -1.0% في المائة. وأدت تأثيرات صرف العملة إلى حدوث تأثير سلبي بنسبة -1.8% في المائة على المبيعات.

أداء مبيعات وحدة أعمال الغسيل والعناية بالمنزل¹

Q1/2022	بقيمة مليون يورو
1,692	المبيعات
32%	نسبة مبيعات المجموعة
2.2%	التغيير مقارنة بالعام السابق
-1.8%	صرف العملات الأجنبية
4.0%	معدلة للعملات الأجنبية
-1.0%	الاستحواذ / التجريد
4.9%	عضوي
10.1%	من السعر
-5.2%	من حجم

¹ تم تقريب جميع الأرقام الفردية تجارياً. قد ينتج عن الإضافة بعض الفروقات عن المجاميع المشار إليها.

حققت أعمال العناية بالغسيل نمواً كبيراً في المبيعات العضوية في الربع الأول، مدفوعاً بشكل أساسي بالتطور الكبير في فئة منتجات التنظيف شديدة التحمل وفئة منتجات العناية الكاملة بالأقمشة. ساهمت علامتنا التجارية الأساسية برسيل في هذا الأداء بفضل التزامنا المستمر في الابتكار، تماماً كما فعلت علامتنا التجارية "all" المتوفرة في أمريكا الشمالية. حققت المنظفات المتخصصة لدينا نمواً في نطاق النسبة المئوية المكونة من رقمين، مدفوعاً بشكل أساسي بعلامتنا التجارية Perwoll.

في مجال أعمال العناية بالمنزل، شهدت المبيعات العضوية أداءً سلبياً بعض الشيء في الربع الأول، ويرجع ذلك أساساً إلى انخفاض المبيعات في فئة منظفات الأسطح الصلبة. كان هذا بسبب مزيد من تطبيع الطلب بعد الزيادة الكبيرة في فترة العام



السابقة استجابة لوباء فيروس كورونا. على نقيض ذلك، شهدت المبيعات في فئات منتجات غسيل الأطباق ومنظفات الحمامات أداءً إيجابياً وجيداً على التوالي، مدفوعاً بعلامتنا التجارية Bref و Pril.

في الأسواق الناشئة، حققنا نمواً مزدوجاً في المبيعات العضوية في الربع الأول، ويرجع الفضل في ذلك بشكل أساسي إلى المساهمات من مناطق أوروبا الشرقية وأمريكا اللاتينية، حيث سجلت كلتا المنطقتين زيادات في نطاق النسبة المئوية المكون من رقمين. شهدت المبيعات العضوية نمواً قوياً للغاية في منطقة إفريقيا / الشرق الأوسط وإيجيبي في منطقة آسيا (باستثناء اليابان).

أما في الأسواق الناضجة، حققت مبيعاتنا العضوية تطوراً إيجابياً بشكل عام، مدفوعاً بأداء جيد في أمريكا الشمالية ونمو مزدوج الرقم في الأسواق الناضجة في منطقة آسيا والمحيط الهادئ. على نقيض ذلك، سجلت المبيعات في أوروبا الغربية أداءً منخفضاً مقارنة بربع السنة السابقة.

صافي الأصول والوضع المالي للمجموعة

لم تحدث أي تغييرات جوهرية على صافي الأصول والوضع المالي للمجموعة في الفترة قيد المراجعة مقارنة بالوضع في 31 ديسمبر 2021.

دمج الأعمال الاستهلاكية لخلق وحدة أعمال جديدة ومتكاملة "هنكل للمنتجات الاستهلاكية"

في 28 يناير 2022، أعلنت هنكل عن خططها لدمج وحدتي أعمال الغسيل والعناية بالمنزل والعناية بالجمال في وحدة أعمال جديدة ومتكاملة، تحت اسم "هنكل للمنتجات الاستهلاكية" - مع التركيز على فئتين عالميتين، الغسيل والعناية بالمنزل والعناية بالشعر. وسيتم توجيه الفئات الأخرى إقليمياً.

قال كارستن نوبل، الرئيس التنفيذي لشركة هنكل: "يعتبر إنشاء وحدة هنكل للمنتجات الاستهلاكية خطوة استراتيجية مهمة بالنسبة لنا لبناء مستقبل ناجح لشركتنا. لدينا محافظ استثمارية نشيطة في كل من وحدات الأعمال - الغسيل والعناية بالمنزل والعناية بالجمال - بالإضافة إلى العلامات التجارية القوية والمواقع الرائدة في السوق والفئات المتنوعة في جميع أنحاء العالم. هدفنا اليوم هو بناء وتطوير وحدة الأعمال الجديدة هذه كمنصة متعددة الفئات، وطموحنا الواضح هو رفع مستوى النمو وهامش الربح في أعمالنا ومنتجاتنا الاستهلاكية."

"نحن على يقين أن نحقق تازراً كبيراً في العديد من الأعمال من خلال الدمج بين أعمالنا الاستهلاكية، كما نحرص على الاستفادة من ذلك لتعزيز هامش الربح أيضاً. وينعكس هذا في طموحنا المالي على المدى المتوسط إلى الطويل: بالنسبة إلى وحدة هنكل للمنتجات الاستهلاكية، هدفنا هو نمو المبيعات العضوية بنسبة 3 إلى 4 في المائة وهامش الأرباح قبل الفوائد والضرائب (EBIT) المعدل في نطاق النسبة المئوية الناشئة. سنقوم أيضاً بإعادة استثمار جزء من المدخرات لزيادة القدرة التنافسية لأعمالنا. من خلال القيام بذلك، سنحقق مزيداً من التقدم في مجالات مهمة مثل الابتكار والاستدامة والرقمنة. يمكننا ذلك من إنشاء حركة نمو إيجابية والارتقاء بتنفيذ أجندة النمو الهادف إلى المستوى التالي."



من المتوقع أن يؤدي الاندماج في وحدة عمل واحدة ومتكاملة إلى توفير إجمالي كبير (قبل إعادة الاستثمار) بقيمة إجمالية تبلغ حوالي 500 مليون يورو في المدى المتوسط. سينتج هذا التأزر في المقام الأول من تحسين هياكل المبيعات والإدارة، في سلسلة التوريد (الإنتاج والخدمات اللوجستية)، وفي الإعلان والتسويق. سيتم التنفيذ على مرحلتين. في المرحلة الأولى، من المتوقع أن تؤدي الإجراءات التي سيتم تطبيقها بحلول نهاية عام 2023 إلى تحقيق مدخرات صافية تبلغ حوالي 250 مليون يورو على أساس سنوي. من منظور اليوم، ستتأثر حوالي 2000 وظيفة في جميع أنحاء العالم، خاصة في مجال المبيعات والإدارة. في المرحلة الأولى، تتوقع هنكل مصاريف غير متكررة تصل إلى حوالي 350 مليون يورو. في المرحلة الثانية، سينصب التركيز على تحسين سلسلة التوريد لوحدة الأعمال المتكاملة الجديدة.

وباعتبارها منصة متعددة الفئات لأعمال السلع الاستهلاكية بأكملها مع مبيعات إجمالية تبلغ حوالي 10 مليار يورو، ستوفر وحدة هنكل للمنتجات الاستهلاكية أيضاً فرص أفضل لإدارة المحافظ النشطة. وهذا يشمل سحب الاستثمارات أو وقف الأعمال التجارية، التي لا تفي بالمعايير التي نطبقها من حيث النمو والربحية. يطرأ الآن على الأعمال والعلامات التجارية التي تمثل إجمالي مبيعات يصل إلى مليار يورو مرحلة التدقيق والمراجعة. عمليات الاستحواذ المستهدفة في الفئات الأساسية الحالية وكذلك في فئات السلع الاستهلاكية الجديدة الأخرى - تهدف أيضاً إلى زيادة توسيع المحفظة وتسريع زخم نمو العلامات التجارية الاستهلاكية لهنكل.

وأجاز وولفجانج كونينغ، الرئيس المستقبلي لوحدة المنتجات الاستهلاكية في مجلس إدارة هنكل قائلاً "من خلال التركيز المستمر على الأنشطة التجارية والعلامات التجارية ذات الهوامش الإجمالية العالية، فإننا نعمل على تهيئة الظروف لزيادة أداء أرباحنا، وكذلك للحصول على موارد مالية إضافية سعياً وراء تحقيق المزيد من الاستثمارات في النمو - وبالتالي تحقيق نمو مستدام ذاتياً ومُعززاً ديناميكياً."

نظرة مستقبلية لمجموعة هنكل

استناداً إلى تطوير الأعمال في الأشهر الثلاثة الأولى من عام 2022 والافتراضات الحالية المتعلقة بأداء الأعمال في الفترة المتبقية من العام، لا سيما الزيادة الكبيرة في تكاليف المواد الخام والخدمات اللوجستية بالإضافة إلى التأثيرات المرتبطة بقرار الخروج من الأنشطة التجارية في روسيا، قام مجلس إدارة إدارة هنكل اي جي اند كو كي جي اي بتحديث التوقعات المالية لسنة 2022 في 29 أبريل 2022.

تفاقت الحالة المتوترة للغاية في أسواق المواد الخام وسلاسل التوريد العالمية بسبب الحرب في أوكرانيا. ونتيجة لذلك، ارتفعت أسعار المواد والخدمات اللوجستية المباشرة مرة أخرى بشكل كبير وأقوى مما كان متوقعاً في السابق. بالإضافة إلى الإعلان في منتصف أبريل عن الخروج من الأنشطة التجارية في روسيا، قررت هنكل إيقاف عملياتها في بيلاروسيا أيضاً. ويؤثر هذا على إجمالي المبيعات السنوية بحوالي مليار يورو.

فيما يتعلق بأسعار المواد، تتوقع هنكل الآن زيادة في نطاق النسبة المئوية لمنتصف العشرينات للعام بأكمله مقارنة بالمتوسط لعام 2021. في السابق، كان من المتوقع حدوث زيادة في نطاق النسبة المئوية المنخفضة.



تتوقع هنكل الآن نمو المبيعات العضوية على مستوى المجموعة في السنة المالية 2022 من 3.5 إلى 5.5 بالمائة (سابقاً: 2.0 إلى 4.0 بالمائة).

إن النمو الإجمالي المتوقع للمبيعات الأقوى سيكون مدفوعاً بشكل أساسي بوحدة أعمال تقنيات المواد اللاصقة، والتي تتوقع هنكل الآن نمو مبيعاتها العضوية في نطاق 8.0 إلى 10.0 بالمائة (سابقاً: 5.0 إلى 7.0 بالمائة)، ويرجع ذلك أساساً إلى ارتفاع تكاليف المواد الخام والخدمات اللوجستية في شكل أسعار أعلى. تظل التوقعات بشأن نمو المبيعات العضوية في وحدات أعمال العناية بالجمال والغسيل والعناية بالمنزل دون تغيير. بالنسبة لوحدة أعمال العناية بالجمال، من المتوقع أن تنمو المبيعات العضوية بنسبة 5.0 إلى 3.0 بالمائة. كما تم الإعلان مؤخراً، يرجع الانخفاض بشكل أساسي إلى الإجراءات التي تم تحديدها بالفعل والتي يجري تنفيذها لتحسين المحفظة، بما في ذلك وقف الأنشطة التي لن تكون جزءاً من الأعمال الأساسية المستقبلية. بالنسبة لوحدة أعمال الغسيل والعناية بالمنزل، تواصل هنكل توقع نمو المبيعات العضوية في نطاق 2.0 إلى 4.0 بالمائة. وعلى ضوء قرار وقف الأعمال هنكل في روسيا وبيلاروسيا، سيتم استبعاد هذه البلدان من أرقام نمو المبيعات العضوية لشركة هنكل من الربع الثاني للسنة فصاعداً.

نتوقع أن يكون لعمليات الاستحواذ وسحب الاستثمارات التي تمت في عام 2021 والخروج من الأنشطة التجارية في روسيا وبيلاروسيا تأثير سلبي في نطاق النسبة المئوية المنخفضة إلى المتوسطة المكونة من رقم منخفض على نمو المبيعات الاسمية لمجموعة هنكل. لا تأخذ إرشاداتنا في الاعتبار آثار عمليات سحب الاستثمارات الإضافية ووقف الأنشطة التجارية والعلامات التجارية والفئات ضمن نطاق إدارة محفظتنا النشطة بما يتجاوز تلك المتعلقة بوحدة أعمال العناية بالجمال والتي هي قيد التنفيذ بالفعل. من المتوقع أن يكون لترجمة المبيعات بالعملة الأجنبية تأثير إيجابي في نطاق النسبة المئوية المنخفضة المكونة من رقم واحد (دون تغيير).

بالإضافة إلى آثار الأنشطة التجارية التي أوقفت أعمالها في روسيا وبيلاروسيا، فإن الارتفاع الكبير في أسعار المواد واللوجستيات المباشرة، والتي لا يمكن تعويضها بالكامل في هذه السنة المالية، لها تأثير أكبر على الأرباح مما كان متوقعاً في السابق.

يتوقع الآن معدل العائد على المبيعات (هامش EBIT) في مجموعة هنكل في حدود 9.0 إلى 11.0 بالمائة (سابقاً: 11.5 إلى 13.5 بالمائة). بالنسبة لوحدة أعمال تقنيات المواد اللاصقة، تتوقع هنكل عائداً معدلاً على المبيعات في حدود 13.0 إلى 15.0 بالمائة (سابقاً: 15.0 إلى 17.0 بالمائة)، بالنسبة لوحدة أعمال العناية بالجمال في نطاق 5.0 إلى 7.0 بالمائة (سابقاً: 7.5 إلى 10.0 بالمائة) في المائة، أما وحدة أعمال الغسيل والعناية بالمنزل في نطاق 7.0 إلى 9.0 بالمائة (سابقاً: 10.5 إلى 13.0 بالمائة).

بالنسبة للأرباح المعدلة لكل سهم مفضل EPS بأسعار الصرف الثابتة، تتوقع هنكل الآن انخفاضاً في نطاق 15- إلى 35- بالمائة (سابقاً: 15- إلى 5+ بالمائة).

علاوةً على ذلك، فيما يلي التوقعات لعام 2022:

- نفقات إعادة الهيكلة من 450 إلى 500 مليون يورو (سابقاً: 200 إلى 250 مليون يورو). يتضمن هذا الآن أيضاً المصاريف المتعلقة بدمج وحدات أعمال الغسيل والعناية بالمنزل والعناية بالجمال.



- تتراوح التدفقات النقدية للاستثمارات في الممتلكات والمنشآت والمعدات والأصول غير الملموسة بين 700 و 800 مليون يورو (دون تغيير).

تستند هذه النظرة الجديدة إلى افتراض أن آثار الحرب في أوكرانيا لن تزداد سوءاً بشكل كبير وأنه لن يكون هناك أعمال جديدة واسعة النطاق ووقف للإنتاج في الصناعة والتجزئة بسبب جائحة فيروس كورونا.

إضافة إلى ذلك، قد يؤدي الخروج من الأنشطة التجارية في روسيا وبيلاروسيا إلى نفقات قابلة للتعديل لمرة واحدة، ومعظمها غير نقدي. تعتمد هذه بشكل أساسي على نوع وتوقيت ومدة التنفيذ.

نبذة عن هنكل

تحظى شركة هنكل بحضور عالمي بارز عبر محفظة متوازنة ومتنوعة من المنتجات. وتحل الشركة اليوم مكانة رائدة عبر وحدات أعمالها الثلاثة وذلك بفضل علاماتها التجارية القوية والتزامها بالابتكار والحلول التكنولوجية المتطورة. حيث تعد "تقنيات هنكل للمواد اللاصقة" من أبرز العلامات الرائدة عالمياً في سوق المواد اللاصقة وتغطي عملياتها جميع القطاعات في جميع أنحاء العالم. فيما يخص جودة أعمال الغسيل والعناية بالمنزل والعناية بالجمال، تقدم هنكل مجموعة مميزة من المنتجات التي تحظى بشهرة وانتشار واسعين في العديد من الأسواق والفئات في جميع أنحاء العالم. وتفخر هنكل اليوم بأكثر من 140 عاماً من النجاح منذ تأسيسها في العام 1876. وقد سجلت الشركة في عام 2021 مبيعات تجاوزت 20 مليار يورو، وبلغت أرباحها التشغيلية المعدلة 2.7 مليار يورو. وتوظف هنكل أكثر من 52 ألف شخص على مستوى العالم، يمثلون فريقاً شديداً متنوعاً توحدته ثقافة راسخة وهدف مشترك هو تحقيق قيمة مستدامة، وقيم مشتركة. وباعتبارها شركة رائدة في مجال الاستدامة، حققت هنكل مراتب متقدمة في العديد من المؤشرات والتصنيفات العالمية، وهي مدرجة في بورصة داكس الألمانية. لمزيد من المعلومات، يرجى زيارة www.henkel.com.

تويتر: HenkelGCC@

يحتوي هذا المستند على بيانات تشير إلى تطوير الأعمال في المستقبل والأداء المالي والأحداث أو التطورات الأخرى ذات الصلة المستقبلية لشركة هنكل والتي قد تشكل بيانات استطلاعية. تتميز البيانات المتعلقة بالمستقبل باستخدام كلمات مثل "توقع" و"تعتزم" و"خطة" و"استبق" و"تعتقد" و"تقدير" ومصطلحات مماثلة. تستند هذه البيانات إلى التقديرات والافتراضات الحالية التي وضعتها إدارة هنكل اي جي اند كوكي جي اي اي. لا يجب فهم هذه العبارات على أنها تضمن بأي شكل من الأشكال أن تكون تلك التوقعات دقيقة. يعتمد الأداء والنتائج المستقبلية التي حققتها هنكل اي جي اند كوكي جي اي اي والشركات التابعة لها على عدد من المخاطر والشكوك وبالتالي قد تختلف جوهرياً (إيجاباً وسلباً) عن البيانات الاستشرافية. والعديد من هذه العوامل خارج سيطرة شركة هنكل ولا يمكن تقديرها بدقة مسبقاً، مثل البيئة الاقتصادية المستقبلية وأنشطة المنافسين وغيرهم من المشاركين في السوق. لا تخطط شركة هنكل ولا تتعهد بتحديث أي بيانات استشرافية.

يتضمن هذا المستند، في إطار إعداد التقارير المالية المطبقة وغير محددة بوضوح، إجراءات مالية تكملية تكون أو قد تكون مقاييس أداء بديلة (مقاييس غير متوافقة مع مبادئ المحاسبة المقبولة عموماً). لا ينبغي النظر إلى هذه الإجراءات المالية التكميلية بمعزل عن أو كبديل لمقاييس صافي أصول شركة هنكل والمراكز المالية أو نتائج العمليات كما هو معروض وفقاً لإطار التقرير المالي المعمول به في البيانات المالية الموحدة الخاصة بها. الشركات الأخرى التي تقدم تقارير أو تصف مقاييس أداء بديلة تحمل نفس العنوان قد تجرد حسابها بشكل مختلف.

تم إصدار هذا المستند لأغراض إعلامية فقط ولا يُقصد به أن يشكل نصيحة استثمارية أو عرضاً لبيع أو التماس عرض لشراء أية مستندات مالية.



الرزنامة المالية

إصدار تقرير نصف العام 2022:
الإثنين، 15 أغسطس 2022

إصدار البيان للربع الثالث من عام 2022:
الثلاثاء، 8 نوفمبر 2022

للتواصل

الصحافة والإعلام

Manuel Bösing

Phone: +49 (0) 211 797-6459

Email: manuel.boesing@henkel.com

Jennifer Ott

Phone: +49 (0) 211 797-2756

Email: jennifer.ott@henkel.com

Dr. Dennis Starke

Phone: +49 (0) 211 797-5601

Email: dennis.starke@henkel.com

المستثمرون والمحليون

Lars Witteck

Phone: +49 (0) 211 797-2606

Email: lars.witteck@henkel.com

Wulf Klüppelholz

Phone: +49 (0) 211 797-1875

Email: wulf.klueppelholz@henkel.com

Hanna Philipps

Phone: +49 (0) 211 797-3626

Email: hanna.philipps@henkel.com

يتوفر مزيد من المعلومات التي تحتوي على مواد للتنزيل او الرابط للمكالمة عبر الهاتف:

www.henkel.com/press

www.henkel.com/ir