15. avgust 2022.

Henkel saopštava polugodišnje rezultate

Henkel je zabeležio značajno povećanje prodaje dok sprovodi stratešku agendu, i izmenio prognoze prodaje za 2022.

* **Prodaja Grupe u prvoj polovini 2022. zabeležila je organski rast od +8,9 odsto na oko 10,9 milijardi evra (nominalno povećanje +9,9 odsto) zahvaljujući svim poslovnim sektorima i regijama**
* **U skladu sa očekivanjima, na prihod su negativno uticala drastična uvećanja troškova materijala i logistike:**
  + **Operativni profit (EBIT)\* dostigao je 1.166 miliona evra (-18,5 odsto)**
  + **EBIT marža\* na 10,7 odsto (-370 baznih poena)**
  + **Prihod po prioritetnoj akciji (EPS)\* na 1,95 evra, -20,8% pri stalnim kursevima**
* **Dobar napredak u sprovođenju agende za svrsishodni rast i u spajanju potrošačkih poslovnih sektora u sektor Brendovi robe široke potrošnje**
* **Ažurirana prognoza za fiskalnu godinu 2022:**
  + **Organski rast prodaje: povećan sa +4,5 odsto na +6,5 odsto**
  + **EBIT marža\*: nepromenjena, u opsegu od 9,0 do 11,0 odsto**
  + **Prihod po prioritetnoj akciji (EPS)\* pri stalnim kursevima: nepromenjeno, pad u opsegu od -35 do -15 odsto.**

**Diseldorf –** **U prvoj polovini 2022. godine, Henkel je zabeležio porast prodaje Grupe na oko 10,9 milijardi evra. Ovo predstavlja značajan organski rast prodaje od +8,9 odsto. Za ovaj pozitivan rezultat zaslužni su svi poslovni sektori i sve regije. U skladu sa očekivanjima, prihodi u prvoj polovini godine bili su pod negativnim uticajem drastičnog porasta cena materijala i logistike. Uprkos značajnim uvećanjima cena, strogom upravljanju troškovima i dodatnim unapređivanjem efikasnosti, nije bilo moguće u potpunosti nadomestiti uticaj ovih faktora.**

\* Korigovano zbog jednokratnih troškova i dobiti, i zbog troškova restrukturiranja

**„U vrlo izazovnoj sredini, rezultati prodaje u prvih šest meseci premašili su prethodna očekivanja za celu godinu, dok su prihodi bili u skladu sa prognozama Grupe za fiskalnu godinu 2022. U skladu sa tim, povećali smo naše prognoze organskog rasta prodaje Grupe za celu godinu i potvrdili naše prognoze za EBIT maržu i prihod po prioritetnoj akciji,“ rekao je Izvršni direktor Henkela Karsten Knobel.**

**„Dosledno sprovodimo našu strategiju za svrshishodni rast i ostvarili smo dobar napredak u njenoj implementaciji u prvoj polovini 2022. godine - zahvaljujući snažnoj posvećenosti naših zaposlenih širom sveta. Naš poslovni sektor Adhezivi Tehnologije, globalni je lider i nudi inovativna rešenja u mnogim važnim industrijama, sa fokusom na buduće trendove kao što su mobilnost, povezanost i održivost. Spajanjem poslovnih sektora Deterdženti i kućna hemija i Beauty Care, stvaramo platformu sa više kategorija sa prodajom od oko 10 milijardi evra. Ostvarujemo dobar napredak u skladu sa planom i ciljem da pokrenemo naš novi poslovni sektor Brendovi robe široke potrošnje najkasnije do početka 2023. Spojeni sektor ponudiće širu osnovu za optimizovanje našeg portfolija na dosledniji način i pomoći će našem poslovanju da napreduje ka profitu sa većim rastom i maržama.“**

**Ažurirana prognoza za fiskalnu godinu 2022.**

**Henkel sada očekuje organski rast prodaje od +4,5 do +6,5 odsto u fiskalnoj godini 2022. (prethodno: +3,5 do +5,5 odsto). Rast organske prodaje od +8,0 do +10,0 odsto se i dalje očekuje za poslovni sektor Adhezivi Tehnologije. Za poslovni sektor Beauty Care, Henkel sada očekuje organski rast prodaje od -3,0 do -1,0 odsto (prethodno: -5,0 do -3,0 odsto). Za poslovni sektor Deterdženti i kućna hemija, Henkel sada očekuje organski rast prodaje od +4,0 do +6,0 odsto (prethodno: +2,0 do +4,0 odsto). Očekuje se da će korigovana EBIT marža na nivou Grupe ostati nepromenjena, u rasponu od 9,0 do 11,0 odsto. Za korigovani prihod po prioritetnim akcijama (EPS) pri stalnim kursevima, Henkel nastavlja da očekuje smanjenje od -35 do -15 odsto.**

**U toku je obustavljanje poslovanja u Rusiji i Belorusiji**

**U aprilu 2022. Henkel je odlučio da obustavi svoje poslovne aktivnosti u Rusiji i Belorusiji. Henkel će temeljno razmotriti sve opcije i namerava da okonča proces do kraja godine.**

**Prodaja Grupe i rezultati prihoda u prvoj polovini 2022.**

Sa 10.913 miliona evra, **prodaja Grupe** u prvoj polovini 2022. godine bila je +9,9 odsto veća nego u istom periodu prošle godine. (2. kvartal: 5.642 miliona evra, +13,8 odsto). **Organska** **prodaja**, ne računajući uticaj valuta i akvizicija/prodaja, zabeležila je značajan rast od +8,9 odsto (2. kvartal: +10,9 odsto). Akvizicije i prodaje imale su negativan uticaj od -1,4 odsto na prodaju (2. kvartal: -1,8 odsto). Od početka 2. kvartala, ovo obuhvata uticaj najavljenog prestanka poslovanja u Rusiji i Belorusiji. Uticaji kursa povećali su prodaju za +2,4 odsto (2. kvartal: +4,7 odsto). To takođe obuhvata uticaje primene MRS 29 (Finansijsko izveštavanje u hiperinflacionim privredama) potrebnog za Tursku od početka perioda izveštavanja.

**Korigovan operativni prihod (korigovan EBIT)** bio je 1.166 miliona evra u prvom polugodištu, u odnosu na 1.430 miliona evra tokom istog perioda prošle godine. Do pada je došlo usled značajno viših cena direktnih materijala.

**Korigovan prinos od prodaje (korigovana EBIT marža)** smanjen je sa 14,4 odsto na 10,7 odsto usled značajno viših cena direktnih materijala.

**Korigovani prihod po prioritetnoj akciji** bio je 1,95 evra u prvom polugodištu 2022. Pri konstantnom kursu, ovo predstavlja pad od -20,8 odsto u odnosu na isti period prethodne godine. Do ovoga je došlo prvenstveno zbog značajnog povećanja cena direktnih materijala.

**Neto obrtni kapital** uvećan je za 1,6 procentualnih poena na 5,2 odsto prodaje (isti period prethodne godine: 3.6 odsto), na šta je takođe uticao nagli rast cena sirovina.

**Slobodni tokovi gotovine** u iznosu od 46 miliona evra bili su niži nego u prvoj polovini 2021. (471 miliona evra) usled nižih tokova gotovine iz operativnih aktivnosti kao rezultat nižeg operativnog profita i višeg neto obrtnog kapitala.

Počevši od 31. decembra 2022. **neto finansijska pozicija** iznosila je -1.441 miliona evra (31. decembra, 2021: -292 miliona evra). Ovo takođe obuhvata troškove od oko 430 miliona evra u okviru programa otkupa akcija pokrenutog u februaru 2022. kao i isplatu dividendi u iznosu od oko 800 miliona evra u drugom tromesečju.

**Rezultati poslovnih sektora u prvoj polovini 2022.**

U prvoj polovini 2022. godine, **prodaja** poslovnog sektora **Adhezivi Tehnologije** je porasla nominalno za +15,0 odsto na 5.467 miliona evra (2. kvartal: 2.836 miliona evra, +18,5 odsto). **Organska prodaja** se povećala za +12,2 odsto (2. kvartal: +13,7 odsto).

U poslovnom sektoru **Beauty Care**, **prodaja** se povećala **organski** za +0,4 odsto (2. kvartal: +2,1 odsto) u prvih šest meseci 2022. Nominalno, prodaja je porasla za +0,2 odsto i dostigla 1.842 miliona evra (2. kvartal: 950 miliona evra, +3,9 odsto).

Poslovni sektor **Deterdženti i kućna hemija** je postigao značajan **organski rast prodaje** od +7,4 odsto u prvoj polovini 2022. (2. kvartal: +10,1 odsto). Nominalno, prodaja je porasla za +6,7 odsto na 3.494 miliona evra (2. kvartal: 1.802 miliona evra, +11,3 odsto)

**Agenda za svrsishodan rast: dobar napredak**

Henkel sprovodi agendu svrsishodnog rasta, i razvio je jasan strateški okvir za nju. Ključni elementi strateškog okvira su pobednički portfolio, jasna konkurentska prednost u oblastima inovacija, održivosti i digitalizacije, kao i operativni modeli spremni za budućnost - na osnovu snažne kompanijske kulture.

U prvoj polovini 2022. godine, Henkel je nastavio da dosledno radi na sprovođenju svoje agende rasta i postigao je dobar napredak u svim osloncima. Uz spajanje poslovnih sektora Deterženti i kućna hemija i Beauty Care u novi poslovni sektor **Brendovi robe široke potrošnje**, Henkel podiže svoju agendu svrsishodnog rasta na novi nivo. Struktura nove poslovne jedinice se sastoji od dve globalne kategorije, Deterdženti i kućna hemija i Nega kose, podržanih od strane centralnih funkcija, i četiri regiona. Dodatnim kategorijama će se upravljati regionalno. Prva četiri nivoa rukovodstva su sada definisana. Na Henkelovom najvećem pojedinačnom tržištu, SAD, očekuje se da će nova organizacija biti ustanovljena u potpunosti od septembra.

U kontekstu spajanja dva potrošačka sektora i kao deo **aktivnog upravljanja portfoliom**, trenutno se razmatra prodaja dela poslovanja i brendova ukupne vrednosti do 1 milijarde evra. To uključuje prodaju i prekid onih poslovanja koji ne zadovoljavaju Henkelove kriterijume kada je u pitanju rast i profitabilnost. U prvoj polovini 2022. godine, Henkel već dobro napreduje napuštanjem nekih poslovanja koji nisu ključni u sektoru Beauty Care. Ovo je deo mera portfolija u sektoru Beauty Care sa obimom prodaje od oko 200 miliona evra, koje će biti sprovedene do kraja godine.

Henkel je takođe dodatno ojačao svoj portfolio putem **akvizicija.** U julu 2022. godine, finalizovana je akvizicija poslovanja sa frizerskim salonima kompanije Shiseido u regionu Azija-Pacifik. Usled toga Henkel sada deli mesto drugog najvećeg svetskog proizvođača proizvoda za frizerske salone.

Kako bi unapredio svoju **konkurentsku prednost,** Henkel se fokusirao na dodatno ubrzanje **inovacija,** unapređenje **održivosti** kao faktora po kome se izdvaja, i unapređenje kreiranja vrednosti za klijente i potrošače kroz **digitalizaciju.**

Ključni stub Henkelove strategije je jasno isticanje na tržištu putem uspešnih **inovacija.** To je značajno podržalo rast u prvoj polovini godine. Na primer, u sektoru Adhezivi Tehnologije, Henkel je razvio nove protivpožarne premaze za baterije u električnim vozilima. Oni ne samo da su značajno povećali bezbednost putnika, nego su i omogućili kupcima u automobilskoj industriji da postignu isplativu proizvodnju. U sektoru Beauty Care, Henkel je ponovo lansirao brend za negu kose Schauma, u redizajniranoj održivoj ambalaži koja sadrži 50-100 odsto reciklirane plastike. U poslovnom sektoru Deterdženti i kućna hemija, dvocifren rast je postignut sa brendom Persil, što je podržano proširivanjem izbora održivih i proizvoda namenjenih za e-trgovinu.

**Održivost** je odavno jedna od najvećih snaga Henkela. Kako bi odrazio sve veću važnost održivog upravljanja i rastuća očekivanja kupaca i društva, Henkel je unapredio svoju strategiju dugoročne održivosti sa svojim novim „Strateškim okvirom za ostvarenje ambicije održivog poslovanja 2030+“, koji je predstavljen početkom godine. Pored postojećih ciljeva, postavljene su nove dugoročne ambicije kako bi se podstakao dalji napredak u tri dimenzije: „Regenerativna planeta“, „Uspešne zajednice“ i „Partner od poverenja“.

Henkel je postigao dodatan napredak što se tiče održivosti u prvoj polovini 2022. Na putu ka postizanju cilja klimatski pozitivnog CO2 bilansa za svoje proizvodne pogone do 2030. godine, Henkel je, na primer, tranformisao još tri pogona u Evropi tako da troše 100 odsto CO2-neutralnu energiju. Takođe, Henkel nastavlja da se dosledno oslanja na sirovine iz obnovljivih izvora. Kroz partnerstvo sa kompanijom BASF, oko 110.000 tona fosilnih materijala je zamenjeno sa obnovljivim izvorima ugljenika.

Pored inovacija i održivosti, Henkel je definisao **digitalizaciju** kao ključnu prednost za unapređivanje svoje konkurentnosti. U prvoj polovini godine, udeo prodaje generisane putem digitalnih kanala je zabeležio dvocifren rast, dostižući preko 20 odsto. Putem svoje platforme za e-trgovinu, poslovni sektor Adhezivi Tehnologije je postigao dvocifren rast u prvoj polovini 2022. E-Prodavnica za frizerske salone je takođe zabeležila dvocifren rast sa proširenim izborom brendova i proizvoda. Takođe, Henkel dodatno proširuje svoju ponudu dostupnu putem e-trgovine u poslovnom sektoru Deterdženti i kućna hemija. Nova integrisana tehnička platforma RAQN je tome doprinela.

Efikasni, brzi, i operativni modeli spremni za budućnost su važni elementi Henkelovog strateškog okvira. Henkel je dodatno proširio promene pokrenute 2020. godine: digitalni sektor Henkel dx ima izuzetno efikasne strukture koje omogućavaju veća ulaganja u IT projekte uz stabilne troškove.

Još jedan ključni element agende „Svrsishodni rast“ je da dodatno razvije korporativnu kulturu Henkela, i ubrza **kulturnu transformaciju**. Kompanija teži negovanju kulture saradnje. U prvoj polovini godine, Henkel je nastavio da primenjuje niz mera radi postizanja ovog cilja, i dodatnog osnaživanja svojih zaposlenih.

Na primer, Henkel je pokrenuo sveobuhvatan program upravljanja promenama u vezi spajanja poslovnih sektora Deterdženti i kućna hemija i Beauty Care. Program je fokusiran na usavršavanje i transformaciju timova. Nadalje, kako bi se postigao cilj rodne jednakosti na svim nivoima rukovodstva do 2025. godine, Henkel je preduzeo dodatne konkretne korake i pokrenuo inicijative poput Nedelje raznolikosti, ravnopravnosti i inkluzije (Diversity, Equity & Inclusion Week). Kao deo sveobuhvatnog koncepta Pametnog rada (Smart Work), predstavljene su nove inicijative koje se fokusiraju na mentalno zdravlje i dobrobit zaposlenih.

„Iako suočeni sa efektima pandemije koronavirusa i rata u Ukrajini, značajno smo povećali našu organsku i realizovanu prodaju u prvoj polovini godine. Očekivano, na naše rezultate je najviše uticao drastičan rast cena sirovina i logistike. To je prikazano u našoj ažuriranoj projekciji za fiskalnu 2022. godinu“, rekao je Karsten Knobel. „Ponosni smo na dobar napredak koji smo napravili u sprovođenju naše strateške agende za svrsishodni rast, i nastavićemo da dosledno radimo na postizanju naše strategije u ovom celokupnom izazovnom okruženju“.

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](http://www.henkel.com).

Ove informacije sadrže izjave koje se odnose na budućnost zasnovane na trenutnim procenama i predviđanjma rukovodstva komanije 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 primenjivim 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.

**Kontakti**

**Jelena Gavrilović Šarenac** **Jelena Stojanović**

Telefon: +381 11 207 22 09 Telefon: +381 11 207 21 86

E-mail: [jelena.sarenac@henkel.com](mailto:jelena.sarenac@henkel.com) E-mail: [jelena.stojanovic@henkel.com](mailto:jelena.stojanovic@henkel.com)

[www.henkel.com/press](http://www.henkel.com/press)

[www.henkel.com/](http://www.henkel.com/)ir