

Priopćenje za javnost

15. kolovoza, 2022

Henkel objavljuje polugodišnje rezultate prodaje

Henkel značajno povećava prodaju, provodi strateški program i podiže smjernice za prodaju za 2022.

- **Grupna prodaja u prvoj polovici 2022. organski je porasla za +8,9 posto na oko 10,9 milijardi eura (nominalno + 9,9 posto), u svim poslovnim sektorima i regijama**
- **Na zaradu su, kako je i očekivano, utjecali drastično nepovoljni troškovi:**
 - **Operativna dobit (EBIT)* dosegla je 1,166 milijardi eura (-18,5%)**
 - **EBIT marža* na 10,7% (-370 osnovnih bodova)**
 - **Zarada po prioritetnoj dionici (EPS* bila je 1,95 eura, -20,8% pri stalnom tečaju)**
- **Dobar napredak u provođenju programa svrhovitog rasta i spajanju potrošačkih poslovnih sektora u Henkel Consumer Brands**
- **Korigirana prognoza za fiskalnu 2022.:**
 - **Rast organske prodaje: povećan na +4,5 do +6,5 posto**
 - **Marža EBIT*: nepromijenjena na 9,0 do 11,0 posto**
 - **Zarada po prioritetnoj dionici (EPS)* pri stalnom tečaju: nepromijenjen pad u rasponu od -35 do -15 posto**

Düsseldorf – u prvoj polovici 2022., Henkel je povećao grupnu prodaju za oko 10,9 milijardi eura. To je u skladu sa značajnim rastom organske prodaje od +8,9 posto. Taj pozitivan razvoj ostvarili su svi poslovni sektori i regije. Kako je i očekivano, na zaradu u prvoj polovici godine utjecao je drastičan rast cijena materijala i logistike. Unatoč značajnom rastu cijena, strogo upravljanje troškovima i daljnja poboljšanja učinkovitosti, ti se učinci nisu mogli posve kompenzirati.

„U vrlo izazovnom okruženju, prodaja je u prvih šest mjeseci premašila prethodna očekivanja za cijelu godinu, dok se zarada odvijala u skladu s našim grupnim smjernicama za fiskalnu 2022. S obzirom na taj razvoj događaja, povisili smo naše smjernice za cijelu godinu za rast organske prodaje Grupe i potvrdili naše smjernice za maržu EBIT i zaradu po povlaštenoj dionici“, istaknuo je izvršni direktor Henkela Carsten Knobel.

„Mi dosljedno unapređujemo našu strategiju za svrhovit rast i u prvoj polovici 2022. godine ostvarili smo dobar napredak u njezinoj provedbi – prije svega zahvaljujući snažnoj predanosti naših zaposlenika diljem svijeta. Sektorom Ljepila i tehnologije mi smo globalni lider u pružanju inovativnih rješenja, usredotočeni na buduće trendove poput mobilnosti, povezanosti i održivosti. Spajanjem sektora Sredstva za pranje i čišćenje sa sektorom Beauty Care, stvaramo platformu s više kategorija i s prodajom od oko 10 milijardi eura. Na dobrom smo putu i cilj nam je pokrenuti poslovanje našeg budućeg sektora Henkel Consumer Brands najkasnije do početka 2023. Taj spojeni sektor pružit će širu bazu za još dosljedniju optimizaciju našeg portfelja i unaprijediti poslovanje prema većem rastu i profilu marže.“

Korigirana prognoza za fiskalnu 2022.

Henkel sad očekuje rast organske prodaje od +4,5 do +6,5, posto u fiskalnoj 2022. (prethodno: +3,5 do +5,5 posto). Rast organske prodaje od +8,0 do +10,0 posto i dalje se očekuje za sektor Ljepila i tehnologije. Za sektor Beauty Care, Henkel sad očekuje rast organske prodaje od -3,0 do -1,0 posto (prethodno: -5,0 do -3,0 posto). Za sektor Sredstva za pranje i čišćenje, Henkel sad očekuje rast organske prodaje od +4,0 do +6,0 posto (prethodno +2,0 do +4,0 posto). Očekuje se da će korigirana marža EBIT na razini Grupe ostati nepromijenjena po povlaštenoj dionici (EPS) pri stalnom tečaju, Henkel i dalje očekuje pad u rasponu od -35 do -15 posto.

Provedba prestanka poslovnih aktivnosti u Rusiji i Bjelorusiji

U travnju 2022. Henkel je odlučio prekinuti svoje poslovne aktivnosti u Rusiji i Bjelorusiji. Henkel temeljito procjenjuje sve mogućnosti i namjerava dovršiti taj postupak do kraja godine.

Prodaja Grupe i rezultati prihoda u prvoj polovici 2022.

S 10,913 milijuna eura, **prodaja Grupe** u prvoj polovici 2022. bila je 9,9 posto iznad razine prošle godine (Q2: 5,642 milijuna eura, + 13,8 posto). **Organska prodaja**, koja isključuje utjecaj učinka valuta i akvizicija/dezinvesticija, pokazuje značajan rast od +8,9 posto (Q2: +10,9 posto). Akvizicije i dezinvesticije imale su negativan utjecaj na prodaju od -1,4 posto (Q2: -1,8 posto). Od početka Q2, to uključuje posljedice najavljenog prekida poslovanja u Rusiji i Bjelorusiji. Učinci stranih valuta povećali su prodaju za +2,4 posto (Q2: +4,7 posto). To također uključuje posljedice primjene programa MRS 29 (Financijsko izvještavanje u hiperinflacijskim gospodarstvima) koji je bio potreban za Tursku od početka izvještajnog razdoblja.

Prilagođena operativna dobit (prilagođeni EBIT) bio je 1,166 milijuna eura u prvoj polovici godine, u usporedbi s 1,430 milijuna eura u prošlogodišnjem razdoblju. Uzrok pada uglavnom je značajan porast cijena izravnih materijala.

Prilagođeni prinos od prodaje (prilagođena marža EBIT) pala je s 14,4 posto na 10,7 posto zbog značajno viših cijena izravnih materijala.

Prilagođena zarada po povlaštenoj dionici bila je na 1,95 eura u prvoj polovici 2022. Pri stalnom tečaju, to pokazuje pad od -20,8 posto u usporedbi s istim razdobljem prošle godine. Taj je razvoj uglavnom pokrenut značajnim povećanjem cijena izravnih materijala.

Neto obrtna sredstva porasla su za 1,6 posto bodova na 5,2 posto prodaje (u prošlogodišnjem razdoblju: 3,6 posto), na što je također utjecao nagli rast cijena sirovina.

Slobodni novčani tokovi od 46 milijuna eura bili su niži nego u prvoj polovici 2021. (471 milijun eura), zbog nižeg toka gotovine od poslovnih aktivnosti kao rezultat nižeg operativnog profita i višeg neto radnog kapitala.

Od 30. srpnja 2022., **neto financijski položaj** iznosio je -1.441 milijun eura (31. prosinca 2021.: -292 milijuna eura). Taj razvoj također uključuje troškove od oko 430 milijuna eura u programu otkupa dionica pokrenutom u veljači 2022. kao i isplata dividendi od oko 800 milijuna eura u drugom tromjesečju.

Poslovanje poslovnih sektora u prvoj polovici 2022.

U prvoj polovici 2022. **prodaja** sektora **Ljepila i tehnologije** povećala se nominalno za +15,0 posto na 5.467 milijuna eura (Q2: 2.836 milijuna eura, +18,5 posto). **Organska prodaja** povećala se za +12,2 posto (Q2: +13,7 posto).

U sektoru **Beauty Care, prodaja se organski** povećala za +0,4 posto (Q2: +2,1 posto) u prvih šest mjeseci 2022. U nominalnim vrijednostima, prodaja se povećala za 0,2 posto i dosegla 1.842 milijuna eura (Q2: 950 milijuna eura, +3,9 posto).

Sektor **Sredstva za pranje i čišćenje** postigao je značajan rast **organske prodaje** od +7,4 posto u prvoj polovici 2022. (Q2: +10,1 posto). U nominalnim vrijednostima, prodaja se povećala za +6,7 posto na 3.494 milijuna eura (Q2: 1.802 milijuna eura, +11,3 posto).

Program za svrhoviti rast: dobar napredak

Henkel provodi program za svrhoviti rast i razvio je jasni strateški okvir za njega. Ključni elementi strateškog okvira jesu uspješan portfelj, jasna konkurentnost u područjima inovacije, održivosti i digitalizacije kao i operativnih modela spremnih za budućnost – na temelju snažne korporativne kulture.

U prvoj polovici 2022. Henkel je nastavio dosljedno raditi na provođenju svog programa rasta i ostvario je dobar napredak po svim točkama. Spajanjem sektora Sredstva za pranje i čišćenje i sektora Beauty Carea u novi sektor **Henkel Consumer Brands**, Henkel unapređuje svoj program svrhovitog rasta. Struktura novog sektora sastoji se od dvije globalne kategorije Sredstva za pranje i čišćenje te Hair Care, uz podršku centralnih funkcija i četiri regije. Daljnje kategorije bit će pod regionalnom upravom. Prve četiri upravljačke razine sada su definirane. Na Henkelovom najvećem tržištu, SAD-u, očekuje se da će nova organizacija biti pokrenuta već u rujnu.

U kontekstu spajanja dva potrošačka poslovna sektora kao dio **aktivnog upravljanja portfeljem**, trenutačno se provjeravaju sektori i brendovi koji čine ukupnu prodaju od 1 milijarde eura. To uključuje dezinvesticije ili prekid poslovanja, koji ne ostvaruju Henkelov kriterij rasta i profitabilnosti. U prvoj polovici 2022. Henkel je već napravio dobar napredak izlaskom iz nekih sporednih poslovanja u sektoru Beauty Care. To je dio mjera portfelja u sektoru Beauty Care s volumenom prodaje od oko 200 milijuna eura, čije je izvršenje planirano do kraja godine.

Henkel je **akvizicijama** dodatno ojačao svoj portfelj. U srpnju 2022. dovršena je akvizicija Shiseido's Hair Professional u regiji Azija-Pacifik. To je učinilo Henkel globalnim su-brojem 2 u poslovanju profesionalnim proizvodima za kosu.

Kako bi ojačao **konkurentnost**, Henkel se usredotočio na daljnje ubrzavanje **inovacija**, ojačavanje **održivosti** kao faktora razlikovanja te na povećavanje stvaranja vrijednosti za klijente i potrošače putem **digitalizacije**.

Ključna točka Henkelove strategije jest da se svojim uspješnim **inovacijama** jasno razlikuje na tržištu. To je značajno podržalo rast u prvoj polovici godine. Primjerice, u sektoru Ljepila i tehnologija, Henkel je razvio novi protupožarni premaz za baterije električnih vozila. To ne samo da značajno povećava sigurnost putnika nego i omogućuje klijentima u automobilskoj industriji da postignu isplativu proizvodnju. U sektoru Beauty Care, Henkel je ponovno lansirao svoju marku za njegu kose Schauma s novim održivim i redizajniranim konceptom pakovanja koji koristi 50 do 100 posto reciklirane plastike. U sektoru Sredstva za pranje i čišćenje, dvoznamenkasti rast i ostvareni dobitak tržišnog udjela s Persilom, podržan je širenjem održivog asortimana proizvoda spremnih za e-trgovinu.

Održivost je dugo bila jedna od Henkelovih najvećih prednosti. Kako bi odražavao sve veću važnost održivog upravljanja i rastuća očekivanja kupaca i društva, Henkel je unaprijedio svoju dugoročnu strategiju održivosti svojim novim "Strateškim okvirom za ostvarivanje ambicije održivog poslovanja 2030+", predstavljеним početkom ove godine. Uz postojeće ciljeve, postavljene su nove dugoročne ambicije za poticanje daljnjeg napretka u tri dimenzije: "Obnovljiv planet", "Prosperitetne zajednice" i "Partner od povjerenja".

Henkel je dodatno napredovao u održivosti u prvoj polovici 2022. Primjerice, na putu prema postizanju cilja klimatski pozitivne ravnoteže CO₂ za svoje proizvodne pogone do 2030., Henkel je preuredio tri dodatna pogona u Europi kako bi radili sa stopostotnom CO₂-neutralnom energijom. Usto, Henkel se i dalje dosljedno oslanja na obnovljive sirovine. Partnerstvom s BASF-om, oko 110 000 tona fosilnih materijala zamijenjeno je obnovljivim izvorima ugljika.

Uz inovacije i održivost, Henkel je **digitalizaciju** definirao kao ključnu polugu za jačanje svoje konkurentnosti. U prvom polugodištu udio prodaje ostvaren digitalnim kanalima porastao je na dvoznamenkasti broj, dosegnuvši više od 20 posto. Putem svoje platforme za e-trgovinu sektor Ljepila i tehnologije ostvario je dvoznamenkasti rast u prvoj polovici 2022. eShop u poslovanju profesionalnih proizvoda za kosu također je zabilježio dvoznamenkasti rast s proširenom ponudom marki i proizvoda. Usto, Henkel dodatno proširuje svoju ponudu spremnu za e-trgovinu u sektoru Sredstva za pranje i čišćenje. Tomu je pridonijela nova integrirana tehnička platforma RAQN.

Jasni, brzi i za **budućnost spremni operativni modeli** važni su elementi Henkelovog strateškog okvira. Henkel je dodatno proširio promjene pokrenute 2020.: digitalni sektor

Henkel dx ima visokoučinkovite strukture koje uz stabilne troškove omogućavaju veća ulaganja u IT projekte.

Još jedan ključni element Programa svrhovitog rasta jest daljnji razvoj Henkelove korporativne kulture i ubrzanje **kulturne transformacije**. Cilj kompanije jest njegovati kulturu suradnje. U prvoj polovici ove godine Henkel je nastavio s pokretanjem niza mjera za postizanje ovog cilja i daljnje osnaživanje svojih zaposlenika.

Na primjer, Henkel je pokrenuo opsežan program promjenjivog upravljanja zbog spajanja sektora Sredstva za pranje i čišćenje i sektora Beauty Care. Program se fokusira na promjenu vještina i transformaciju tima. Usto, kako bi postigao cilj ravnopravnosti spolova na svim razinama upravljanja do 2025., Henkel je poduzeo daljnje konkretne korake i pokrenuo inicijative kao što je Tjedan različitosti, jednakosti i uključenosti. Kao dio sveobuhvatnog koncepta Smart Work, uvedene su nove inicijative usmjerene na mentalno zdravlje i dobrobit zaposlenika.

"Iako smo bili suočeni s posljedicama pandemije COVID 19, kao i posljedicama rata u Ukrajini, značajno smo povećali organsku prodaju i prikazane prihode u prvoj polovici godine. Očekivano, na naše je rezultate ponajviše utjecalo drastično povećanje cijena sirovina i logistike. To se također vidi u našoj korigiranoj prognozi za fiskalnu 2022.", objasnio je Carsten Knobel. "Ponosni smo na dobar napredak koji smo postignuli u provedbi našeg strateškog programa za svrhovit rast i nastaviti ćemo dosljedno slijediti našu strategiju u ovom cjelokupnom izazovnom okruženju."

O Henkelu

Henkel posluje diljem svijeta s uravnoteženim i raznolikim portfeljem. Tvrtka zauzima vodeće pozicije sa svoja tri poslovna sektora na područjima industrijskog tržišta, kao i proizvoda široke potrošnje, zahvaljujući snažnim brendovima, inovacijama i tehnologijama. Henkelov sektor Ljepila i tehnologije svjetski je predvodnik na tržištu Ljepila u svim industrijskim segmentima na svijetu. Sa sektorima Sredstva za pranje i čišćenje u domaćinstvu i Beauty Care, Henkel drži vodeće pozicije na mnogim tržištima i kategorijama širom svijeta. Osnovan 1876. godine, Henkel iza sebe ima više od 140 godina uspješnog poslovanja. U 2021. godini Henkel je ostvario prodaju veću od 20 milijardi eura i operativnu dobit veću od 2,7 milijardi eura. Henkel zapošljava više od 52.000 ljudi širom svijeta – predan i vrlo raznolik tim ujedinjen snažnom korporativnom kulturom, zajedničkim ciljem postizanja održivih standarda i zajedničkim vrijednostima. Kao priznati lider u održivosti, Henkel je na vrhu mnogih međunarodnih indeksa i popisa. Henkelove povlaštene dionice navedene su u njemačkom indeksu 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 dokument je 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.

Kontakti

Jelena Gavrilović Šarenac

Telefon: +381 11 207 22 09

E-mail: jelena.sarenac@henkel.com

www.henkel.com/press

www.henkel.com/ir