15. srpen 2022

Společnost Henkel zveřejnila pololetní výsledky

**Henkel výrazně zvyšuje obrat, pokračuje v implementaci strategické agendy a zlepšuje výhled na rok 2022**

* **Obrat skupiny se v prvním pololetí roku 2022 organicky zvýšil o 8,9 % na přibližně 10,9 miliardy eur (nominálně +9,9 %), k čemuž přispěly všechny obchodní divize a regiony**
* **Výnosy byly podle očekávání oslabeny drastickým nárůstem cen vstupů:**
  + **Provozní zisk (EBIT)\* dosáhl 1 166 milionu eur (-18,5 %)**
  + **Marže EBIT\* na úrovni 10,7 % (-370 bazických bodů)**
  + **Výnos na prioritní akcii (EPS)\* se snížil o 20,8 % na 1,95 eura při konstantních kurzových sazbách**
* **Úspěšně postupuje implementace agendy pro smysluplný růst a slučování spotřebitelských divizí do divize Henkel Consumer Brands**
* **Aktualizovaný výhled na finanční rok 2022:**
  + **Organický růst obratu: zvýšení na +4,5 až +6,5 %**
  + **Marže EBIT\*: nezměněna v rozmezí 9,0 až 11,0 %**
  + **V případě výnosů na prioritní akcii (EPS)\* při konstantních kurzových sazbách Henkel nadále očekává pokles v rozpětí od -35 % do -15 %**

**Düsseldorf – V prvním pololetí roku 2022 společnost Henkel zvýšila obrat na úrovni skupiny na přibližně 10,9 miliard eur, což odpovídá výraznému zvýšení organického obratu až o 8,9 %. K uvedenému pozitivnímu vývoji přispěly všechny obchodní divize a regiony. Výnosy v prvním pololetí byly podle očekávání zasaženy drastickým nárůstem cen surovin a logistiky. Navzdory výraznému zvýšení cen výrobků, přísnému řízení nákladů a dalšímu zlepšení efektivnosti se tento vliv nepodařilo v plném rozsahu kompenzovat.**

***„Ve velmi náročném tržním prostředí obrat za prvních šest měsíců převýšil naše předchozí očekávání, zatímco výnosy se vyvíjely v souladu s naším výhledem na finanční rok 2022. Vzhledem k tomuto vývoji jsme zvýšili celoroční výhled organického růstu obratu na úrovni skupiny a potvrdili jsme výhled vývoje marže EBIT a výnosů na prioritní akcii,“* řekl předseda představenstva společnosti Henkel Carsten Knobel.**

***„Neustále pokračujeme v implementaci naší strategie zaměřené na smysluplný růst, v níž jsme v prvním pololetí roku 2022 dosáhli výrazného pokroku – zejména díky silnému odhodlání našich zaměstnanců na celém světě. S naší divizí Adhesive Technologies jsme globálním lídrem v oblasti inovativních řešení s důrazem na budoucí trendy jako mobilita, konektivita a udržitelnost. Sloučením našich spotřebitelských divizí Laundry & Home Care a Beauty Care vzniká multiproduktová platforma s obratem přibližně 10 miliard eur. Jsme na dobré cestě, aby byla naše příští obchodní divize Consumer Brands plně funkční nejpozději začátkem roku 2023. Nabídne širší základnu pro konzistentnější optimalizaci našeho portfolia a posune obchodní činnost směrem k vyššímu růstu a maržím.“***

**Aktualizovaný výhled na finanční rok 2022:**

**Henkel v současnosti očekává organický růst obratu ve finančním roce 2022 v rozsahu +4,5 až +6,5 % (původně: +3,5 až +5,5 %). V případě divize Adhesive Technologies se i nadále očekává organický růst obratu od +8,0 do +10,0 %. Pro divizi Beauty Care společnost Henkel aktuálně předpokládá organický růst obratu od -3,0 do -1,0 % (původně: -5,0 až -3,0 %). V případě divize Laundry & Home Care Henkel nyní očekává organický růst obratu přibližně na úrovni +4,0 až +6,0 % (původně: +2,0 až +4,0 %). Upravená marže EBIT na úrovni skupiny by měla zůstat nezměněna a měla by dosáhnout 9,0 až 11,0 %. V případě upravených výnosů na prioritní akcii (EPS) při konstantních kurzových sazbách Henkel i nadále očekává pokles v rozpětí od -35 % do -15 %.**

**Probíhá ukončení obchodních aktivit v Rusku a Bělorusku**

**V dubnu 2022 se společnost Henkel rozhodla ukončit své obchodní aktivity v Rusku a Bělorusku. Důkladně posuzuje všechny možnosti a celý proces hodlá ukončit do konce roku.**

**Obrat a výnosy na úrovni skupiny v prvním pololetí roku 2022**

**Obrat skupiny** Henkel za první pololetí 2022 v celkové výši 10 913 milionů eur byl o 9,9 % vyšší ve srovnání se stejným obdobím předchozího roku (2. čtvrtletí: 5 642 milionů eur, +13,8 %). **Organický obrat,** do kterého se nepřičítají kurzové vlivy a vlivy akvizic a odprodeje, zaznamenal výrazný růst o 8,9 % (2. čtvrtletí: +10,9 %). Akvizice a odprodeje měly na obrat negativní vliv ve výši -1,4 % (2. čtvrtletí: -1,8 %). Od začátku 2. čtvrtletí se sem přičítá i vliv ohlášeného ukončení obchodních aktivit v Rusku a Bělorusku. V důsledku kurzových vlivů se obrat zvýšil o 2,4 % (2. čtvrtletí: +4,7 %). Přičítá se sem také vliv uplatňování standardu IAS 29 (finanční výkaznictví v hyperinflačních ekonomikách), které je od začátku účetního období povinné v Turecku.

K růstu obratu v prvním pololetí nejvíce přispěla divize **Adhesive Technologies**, která zaznamenala dvouciferný organický růst ve výši 12,2 %. Organického růstu obratu dosáhla ve všech obchodních oblastech. Divize **Beauty Care** dosáhla v prvním pololetí organického růstu obratu ve výši 0,4 %. Dvouciferný organický růst obratu zaznamenala v segmentu profesionální vlasové kosmetiky. Naopak segment spotřebního zboží zaostal za úrovní z předchozího roku, a to zejména v důsledku avizovaných opatření ke zlepšení portfolia. Divize **Laundry & Home Care** dosáhla výrazného organického růstu obratu na úrovni 7,4 %, ke kterému přispěl především dvouciferný růst v segmentu pracích prostředků. Segment čistících prostředků pro domácnost zaznamenal v prvním pololetí pozitivní vývoj organického obratu.

**Rozvíjející** **se trhy** dosáhly dvouciferného organického růstu ve výši 12,9 % (2. čtvrtletí: +14,6 %), zatímco **vyspělé trhy** organicky vzrostly o 5,5 % (2. čtvrtletí: +7,8 %).

V **západní Evropě** dosáhl růst organického obratu v prvním pololetí výše 2,2 % (2. čtvrtletí: +4,8 %). Ve **východní Evropě** činil organický růst obratu 23,2 % (2. čtvrtletí: +26,3 %). V **Africe a na Blízkém východě** obrat organicky vzrostl o 3,2 % (2. čtvrtletí: +5,1 %). Organický růst obratu v **Severní Americe** byl na úrovni 9,2 % (2. čtvrtletí: +11,7 %). **Latinská Amerika zaznamenala organický růst obratu na úrovni 16,9 % (2. čtvrtletí: +18,5 %).** V asijsko-pacifickém regionu se obrat organicky zvýšil o 6,1 % (2. čtvrtletí: +6,9 %).

**Upravený provozní zisk (upravený EBIT)** dosáhl v prvním pololetí 1 166 milionů eur ve srovnání s 1 430 miliony eur ve stejném období předchozího roku. K poklesu došlo zejména kvůli výrazně vyšší ceny přímých materiálových vstupů.

**Upravená výnosnost prodeje (upravená marže EBIT)** klesla ze 14,4 % na 10,7 % z důvodu výrazně vyšších cen přímých materiálových vstupů.

**Upravený výnos na prioritní akcii** byl 1,95 eur v prvním pololetí roku 2022. Při konstantních kurzových sazbách to činí meziroční pokles ve výši 20,8 %. I tento vývoj byl způsoben hlavně výrazným zvýšením cen přímých materiálových vstupů.

**Poměr čistého provozního kapitálu k obratu** se zvýšil o 1,6 procentního bodu na 5,2 % (stejné období předchozího roku: 3,6 %), a to také pod vlivem prudkého růstu cen surovin.

**Volný cash flow** v hodnotě 46 milionů eur byl nižší ve srovnání s prvním pololetím roku 2021 (471 milionů eur) zejména z důvodu slabšího cash flow z provozních činností v důsledku nižšího provozního zisku a vyššího čistého provozního kapitálu.

K 30. červnu 2022 byla **čistá finanční pozice** na úrovni -1 441 milionů eur (31. prosinec 2021: -292 milionů eur). Tento vývoj odráží také výdaje na program zpětného odkupu akcií, který byl spuštěn v únoru 2022, ve výši přibližně 430 milionů eur a výplatu dividend ve výši kolem 800 milionů eur ve druhém čtvrtletí.

**Výsledky obchodních divizí v prvním pololetí roku 2022**

V prvním pololetí roku 2022 **obrat** obchodní divize **Adhesive Technologies** nominálně vzrostl o 15,0 % na 5 467 milionů eur (2. čtvrtletí: 2 836 milionů eur; +18,5 %). **Organický obrat** se zvýšil o 12,2 % (2. čtvrtletí: +13,7 %). K uvedenému vývoji přispěly všechny obchodní divize a regiony. **Upravený provozní zisk** dosáhl v prvním pololetí roku 2022 výše 743 milionů eur ve srovnání s 820 miliony eur ve stejném období předchozího roku. **Upravená výnosnost prodeje** na úrovni 13,6 % byla meziročně nižší o 3,7 procentního bodu, přičemž výnosy byly negativně zasaženy výrazným růstem cen přímých materiálových vstupů.

**Obrat** obchodní divize **Beauty Care** se za prvních šest měsíců roku 2022 **organicky** zvýšil o 0,4 % (2. čtvrtletí: +2,1 %). Nominálně se zvýšil o 0,2 % a dosáhl 1 842 milionů eur (2. čtvrtletí: 950 milionů eur, +3,9 %). K uvedenému růstu přispěly zejména dobré výsledky v segmentu profesionální vlasové kosmetiky, který si dokázal zachovat silnou výkonnost z předchozího roku. Na druhé straně segment spotřebního zboží zaostal za úrovní z předchozího roku, a to zejména v důsledku implementace opatření ke zlepšení portfolia avizovaných pro rok 2022. **Upravený provozní zisk** dosáhl 169 milionů eur ve srovnání se 183 miliony eur v prvním pololetí roku 2021. **Upravená výnosnost prodeje** v důsledku vyšších cen přímých materiálových vstupů meziročně klesla o 0,8 procentního bodu na 9,2 %.

Obchodní divize **Laundry & Home Care** dosáhla v prvním pololetí roku 2022 výrazného **organického růstu obratu** na úrovni 7,4 % (2. čtvrtletí: +3,6 %). Tento růst byl tažen především dvouciferným nárůstem obratu v segmentu pracích prostředků. Nominálně se obrat zvýšil o 6,7 % na 3 494 milionů eur (2. čtvrtletí: 1 802 milionů eur; +11,3 %). **Upravený provozní zisk** činil 313 milionů eur ve srovnání s 490 miliony eur ve stejném čtvrtletí předchozího roku. Zejména v důsledku výrazného nárůstu cen přímých materiálových vstupů se **upravená výnosnost prodeje** nedostala na úroveň první poloviny roku 2021 a činila 9,0 %.

**Agenda smysluplného růstu: dobrý pokrok v implementaci**

Společnost Henkel sleduje smysluplnou agendu růstu, pro jejíž realizaci vyvinula jasný strategický rámec. Klíčovými prvky tohoto strategického rámce jsou úspěšné portfolio, jasná konkurenční výhoda v oblasti inovací, udržitelnosti a digitalizace, jakož i provozní modely, které obstojí i v budoucnu a které se pevně opírají o silnou firemní kulturu.

V první polovině roku 2022 společnost Henkel pokračovala v realizaci své agendy a dosáhla významného pokroku ve všech svých klíčových oblastech. Sloučením divizí Laundry & Home Care a Beauty Care do nové obchodní divize **Henkel Consumer Brands** posunula společnost Henkel svou agendu smysluplného růstu na novou úroveň. Struktura nové obchodní divize se skládá ze dvou globálních segmentů – čisticích prostředků pro domácnost a vlasy, a produktů péče o vlasy podporujících globální funkce – a čtyř regionů. Ostatní segmenty budou řízeny na regionální úrovni. První čtyři úrovně řízení jsou již definovány. Na největším trhu společnosti Henkel, v USA, by nové organizační uspořádání mělo být plně funkční do září.

V rámci fúze těchto dvou spotřebitelských segmentů a jako součást **aktivního řízení portfolia** jsou nyní přezkoumávány obchodní aktivity a značky, jejichž celkový obrat dosahuje až 1 miliardy eur. Tento postup zahrnuje také prodej nebo zrušení obchodních aktivit, které nesplňují kritéria společnosti Henkel pro růst a ziskovost. V první polovině roku 2022 již společnost Henkel učinila významný pokrok v odchodu z některých segmentů spadajících do divize Beauty Care, které nepovažuje za klíčové. Jedná se o součást portfoliových opatření s objemem obratu kolem 200 milionů eur, která by měla být provedena do konce roku.

Společnost Henkel dále posílila své portfolio prostřednictvím **akvizic.** V červenci 2022 dokončila akvizici společnosti Shiseido's Hair Professional v asijsko-pacifickém regionu a obsadila 2. místo v globálním segmentu profesionální vlasové kosmetiky.

Aby posílila svou **konkurenceschopnost** a odlišila se od konkurence, zaměřila se společnost Henkel také na další urychlení **inovací**, podporu **udržitelnosti** a vytváření větší přidané hodnoty pro své zákazníky a spotřebitele prostřednictvím **digitalizace**.

Klíčovým pilířem strategie společnosti Henkel je jasná diferenciace na trhu prostřednictvím úspěšných **inovací**. S jejich podporou bylo v první polovině roku dosaženo značného růstu. Například v rámci divize Adhesive Technologies vyvinula společnost Henkel nové ohnivzdorné povlaky pro baterie elektrických vozidel. Nové nátěry nejen zvyšují bezpečnost cestujících, ale také umožňují zákazníkům z automobilového průmyslu zvýšit nákladovou efektivitu jejich výroby. V segmentu vlasové kosmetiky společnost Henkel znovu uvedla na trh značku Schauma s novým udržitelným designem obalů obsahujících 50 až 100 % recyklovaných plastů. Divize Laundry & Home Care dosáhla dvouciferného růstu a získala další podíly na trhu pro značku Persil podporou rozšíření řady udržitelných produktů připravených k prodeji prostřednictvím digitálních kanálů.

**Udržitelnost** je již dlouho jednou ze silných stránek společnosti Henkel. V reakci na rostoucí význam udržitelného řízení a rostoucí očekávání zákazníků a veřejnosti společnost Henkel posílila svou dlouhodobou strategii udržitelnosti zavedením nového rámce nazvaného „2030+ Sustainability Ambition Framework“ na začátku tohoto roku. Aby doplnila své stávající cíle, stanovila si nové dlouhodobé ambiciózní cíle, jež mají přispět k dalšímu pokroku ve třech oblastech: „Regenerující planeta“, „Prosperující komunity“ a „Důvěryhodný partner“.

Společnost Henkel dosáhla dalšího pokroku v oblasti udržitelnosti v první polovině roku 2022. Například tři další evropské provozovny přešly na využívání 100 % uhlíkově neutrální energie, aby splnily klimaticky pozitivní bilanci CO2 ve výrobních zařízeních do roku 2030. Kromě toho společnost Henkel neustále a konzistentně zvyšuje využívání obnovitelných surovin. Díky partnerství se společností BASF bylo přibližně 110 000 tun fosilních materiálů nahrazeno obnovitelnými materiály.

Vedle inovací a udržitelnosti je **digitalizace** dalším klíčovým faktorem pro zvýšení konkurenceschopnosti společnosti Henkel. Podíl obratu generovaného prostřednictvím digitálních kanálů zaznamenal v první polovině roku dvouciferný růst a dosáhl více než 20 %. Digitální obchodní platforma divize Adhesive Technologies dosáhla v první polovině roku dvouciferného růstu. Díky rozšířené nabídce značek a produktů zaznamenal dvouciferný růst také e-shop s profesionální vlasovou kosmetikou. Kromě toho společnost Henkel dále rozšiřuje svůj digitální sortiment v segmentu pracích prostředků pro domácnost, ke kterému přispívá nová integrovaná technická platforma RAQN.

Důležitými prvky strategického rámce společnosti Henkel jsou štíhlé, rychlé **provozní modely připravené na budoucnost**. Společnost Henkel pokračuje ve změnách, které uvedla na trh v roce 2020: digitální divize Henkel dx má vysoce efektivní struktury, které umožňují zvýšit investice do IT projektů za stabilní náklady.

Rozvoj firemní kultury společnosti Henkel a urychlení **kulturní transformace** jsou dalšími klíčovými prvky agendy smysluplného růstu. Společnost usiluje o posílení kultury spolupráce. V první polovině roku pokračovala v zavádění kompletního souboru opatření k dosažení tohoto cíle a posílení postavení zaměstnanců.

Například v souvislosti se sloučením obchodních divizí Laundry & Home Care a Beauty Care zavedla komplexní program řízení změn. Program se zaměřuje na zvyšování dovedností a transformaci týmů. S cílem dosáhnout rodové rovnosti na všech úrovních správy do roku 2025 přijala společnost Henkel další konkrétní opatření a zahájila iniciativy, jako je Týden rozmanitosti, rovnosti a inkluze. V souladu s konceptem „Smart Work“ byly zavedeny nové iniciativy zaměřené na duševní zdraví a pohodu zaměstnanců.

*„Navzdory následkům pandemie COVID i války na Ukrajině se nám v první polovině roku podařilo výrazně zvýšit náš organický i vykázaný obrat. Naše výsledky byly podle očekávání ovlivněny především drastickým nárůstem nákladů na vstupní suroviny a logistiku. Tento vývoj se odráží také v našem aktualizovaném výhledu na finanční rok 2022,“* řekl Carsten Knobel. *„Jsme hrdí na pokrok, kterého jsme dosáhli při realizaci naší strategické agendy pro smysluplný růst, ve které budeme pokračovat navzdory tomuto celkově náročnému tržnímu prostředí.“*

O společnosti Henkel

Společnost Henkel působí celosvětově s vyrovnaným a diverzifikovaným portfóliem produktů. Díky silným značkám, inovacím a technologiím má Henkel vedoucí postavení na trhu jak ve spotřebitelských, tak v průmyslových odvětvích. V oblasti lepidel je Henkel divize Adhesive Technologies celosvětovým lídrem na trhu v rámci všech průmyslových segmentů. V oblastech Laundry & Home Care a Beauty Care je Henkel na vedoucích pozicích na více trzích a v kategoriích ve světě. Společnost byla založena v roce 1876 a má za sebou více než 140 úspěšných let. V roce 2021 dosáhla obratu víc než 20 mld. eur a upraveného provozního zisku přibližně ve výši 2,7 mld. eur. Henkel zaměstnává 52 000 lidí po celém světě, kteří spolu tvoří zanícený a velmi různorodý tým, který spojuje silná firemní kultura a společný zájem tvořit trvale udržitelné hodnoty a který sdílí společné hodnoty. Jako uznávaný lídr v oblasti udržitelnosti je Henkel na předních příčkách mnoha mezinárodních indexů a hodnocení. Prioritní akcie společnosti Henkel jsou kótovány na německém akciovém indexu DAX. Více informací naleznete na stránce [www.henkel.com](http://www.henkel.com).

**Kontakt**

Zuzana Kaňuchová

Ředitelka korporátní komunikace

Telefon: +421 917 160 597

E-mail: [zuzana.kanuchova@henkel.com](mailto:zuzana.kanuchova@henkel.com)