15 Agustus 2022

Laporan kinerjanya Henkel dalam semester ini

Peningkatan penjualan Henkel secara signifikan, mendorong agenda strategis, dan meningkatkan panduan penjualan untuk tahun 2022

* **Penjualan grup pada paruh pertama tahun 2022 tumbuh secara organik sebesar +8,9 persen menjadi sekitar**
* **10,9 miliar euro (nominal +9,9 persen), didorong oleh semua unit bisnis dan wilayah**
* **Penghasilan terpengaruh, seperti yang diharapkan, oleh hambatan biaya input yang drastis:**
	+ **Laba operasional (EBIT)\* mencapai 1.166 juta euro (-18,5%)**
	+ **Margin EBIT\* sebesar 10,7% (-370 basis poin)**
	+ **Laba per saham preferen (EPS)\* pada 1,95 euro, -20,8% dengan nilai tukar konstan**
* **Kemajuan yang baik dalam menerapkan agenda pertumbuhan yang bertujuan dan dalam menggabungkan bisnis konsumen ke dalam Merek Konsumen Henkel**
* **Proyeksi untuk fiskal 2022 diperbarui:**
	+ **Pertumbuhan penjualan organik: meningkat menjadi +4,5 hingga +6,5 persen**
	+ **Margin EBIT\*: tidak berubah pada 9,0 hingga 11,0 persen**
	+ **Laba per saham preferen (EPS)\* dengan nilai tukar konstan: penurunan tidak berubah dalam kisaran -35 hingga -15 persen**

**Düsseldorf – Pada paruh pertama tahun 2022, Henkel meningkatkan penjualan Grup menjadi sekitar 10,9 miliar euro. Ini sesuai dengan pertumbuhan penjualan organik yang signifikan sebesar +8,9 persen. Perkembangan positif ini didorong oleh seluruh unit bisnis dan wilayah. Seperti yang diharapkan, pendapatan pada paruh pertama tahun ini dipengaruhi oleh kenaikan drastis harga material dan logistik. Meskipun ada kenaikan harga yang signifikan, manajemen biaya yang ketat dan peningkatan efisiensi lebih lanjut, efek ini tidak dapat sepenuhnya dikompensasi.**

\* Disesuaikan untuk pengeluaran dan pendapatan satu kali, dan untuk biaya restrukturisasi

**“Dalam lingkungan yang sangat menantang, kinerja penjualan dalam enam bulan pertama melebihi ekspektasi sebelumnya untuk setahun penuh, sementara pendapatan berkembang sejalan dengan panduan Grup dalam tahun fiskal 2022. Mengingat perkembangan ini, kami telah meningkatkan panduan setahun penuh. Untuk pertumbuhan penjualan organik Grup dan mengkonfirmasi panduan margin EBIT dan pendapatan per saham preferen”, kata CEO Henkel Carsten Knobel.**

**“Secara konsisten kami memajukan strategi dalam pertumbuhan yang terarah dan membuat kemajuan yang baik dalam implementasi pada paruh pertama tahun 2022 – terutama berkat komitmen yang kuat dari para karyawan di seluruh dunia. Dengan bisnis Adhesive Teknologi, kami adalah pemimpin global dalam menyediakan solusi inovatif, dengan fokus pada tren masa depan seperti mobilitas, konektivitas, dan keberlanjutan. Dengan menggabungkan bisnis Laundry & Home Care dan Beauty Care, kami sekarang menciptakan platform multikategori dengan penjualan sekitar 10 miliar euro. Kami berada di jalur yang tepat dan bertujuan dalam membangun bisnis Consumer Brands masa depan paling lambat pada awal tahun 2023. Unit gabungan ini akan menawarkan basis yang lebih luas dalam mengoptimalkan portofolio secara lebih konsisten dan akan memajukan bisnis ke profil pertumbuhan dan margin yang lebih tinggi.”**

**Prokyeksi untuk fiskal 2022 diperbarui**

**Henkel sekarang mengharapkan pertumbuhan penjualan organik +4,5 hingga +6,5 persen pada tahun fiskal 2022 (sebelumnya: +3,5 hingga +5,5 persen). Pertumbuhan penjualan organik sebesar +8,0 hingga +10,0 persen masih diharapkan untuk unit bisnis Adhesive Technologies. Untuk Perawatan Kecantikan, Henkel kini mengantisipasi pertumbuhan penjualan organik sebesar -3,0 hingga -1,0 persen (sebelumnya: -5,0 hingga -3,0 persen). Untuk unit bisnis Laundry & Home Care, Henkel sekarang mengharapkan pertumbuhan penjualan organik sebesar +4,0 hingga +6,0 persen (sebelumnya: +2,0 hingga +4,0 persen). Margin EBIT yang disesuaikan di tingkat Grup diperkirakan tidak akan berubah di kisaran 9,0-11,0 persen. Untuk perkembangan penyesuaian laba per saham preferen (EPS) dengan nilai tukar konstan, Henkel terus memperkirakan penurunan di kisaran -35 hingga -15 persen.**

**Keluar dari operasi di Rusia dan Belarus dalam eksekusi**

**Pada April 2022, Henkel memutuskan untuk keluar dari aktivitas bisnisnya di Rusia dan Belarusia. Henkel menilai secara menyeluruh semua opsi dan bermaksud untuk menyelesaikan prosesnya pada akhir tahun.**

**Penjualan grup dan kinerja pendapatan pada paruh pertama tahun 2022**

Di 10.913 juta euro, **penjualan Grup** pada paruh pertama tahun 2022 adalah +9,9 persen di atas tingkat tahun sebelumnya (Q2: 5.642 juta euro, +13.8 persen). **Penjualan organik**, yang mengecualikan dampak currency effect dan akuisisi/divestasi, menunjukkan pertumbuhan signifikan sebesar +8,9 persen (Q2: +10,9 persen). Akuisisi dan divestasi berdampak negatif sebesar -1,4 persen terhadap penjualan (Q2: -1,8 persen). Sejak awal Q2, ini termasuk efek dari penghentian operasi yang diumumkan di Rusia dan Belarusia. Efek valuta asing meningkatkan penjualan sebesar +2,4 persen (Q2: +4,7 persen). Termasuk juga dampak dari penerapan IAS 29 (Financial Reporting in Hyperinflationary Economies) yang diwajibkan bagi Turki sejak awal periode pelaporan.

Pertumbuhan penjualan pada semester pertama tahun ini terutama didorong oleh unit bisnis **Adhesive Technologies**, yang mencapai peningkatan organik dua digit sebesar +12.2 persen. Di sini, semua area bisnis mencapai pertumbuhan penjualan organik. Unit bisnis **Beauty Care** mencatat pertumbuhan penjualan organik sebesar +0,4 persen di semester pertama tahun ini. Bisnis Hair Salon mencapai pertumbuhan penjualan organik dua digit. Sebaliknya, bisnis konsumer berada di bawah level tahun sebelumnya, terutama sebagai akibat dari langkah-langkah yang diumumkan dalam meningkatkan portofolio. Unit bisnis **Laundry & Home Care** mencapai peningkatan penjualan organik yang signifikan sebesar +7,4 persen, terutama didorong oleh pertumbuhan dua digit dalam bisnis Laundry. Bisnis Home Care mencatatkan perkembangan penjualan organik yang positif di semester pertama tahun ini.

Di **pasar negara berkembang**, penjualan organik tumbuh pada tingkat dua digit sebesar +12,9 persen (Q2: +14.6 persen). Bisnis di **pasar negara maju** menunjukkan kinerja penjualan organik yang sangat kuat sebesar +5,5 persen (Q2: +7,8 persen).

Penjualan di paruh pertama tahun ini di **Eropa Barat** menunjukkan perkembangan organik dari +2,2 persen (Q2: +4,8 persen). Di **Eropa Timur**, pertumbuhan penjualan organik mencapai +23,2 persen (Q2: +26,3 persen). **Di Afrika/Timur Tengah**, penjualan organik meningkat sebesar +3,2 persen (Q2: +5,1 persen). Pertumbuhan penjualan organik di Amerika Utara adalah +9,2 persen (Q2: +11,7 persen). **Amerika Latin** mencatat pertumbuhan penjualan organik sebesar +16,9 persen (Q2: +18,5 persen). Di kawasan **Asia-Pasifik**, penjualan organik meningkat sebesar +6,1 persen (Q2: +6,9 persen).

**Laba operasi yang disesuaikan (EBIT yang disesuaikan)** adalah 1.166 juta euro pada semester pertama tahun ini, dibandingkan dengan 1.430 juta euro pada periode tahun sebelumnya. Penurunan ini terutama disebabkan oleh harga bahan baku langsung yang lebih tinggi secara signifikan.

**Pengembalian atas penjualan yang disesuaikan (margin EBIT yang disesuaikan)** menurun dari 14,4 persen menjadi 10,7 persen karena harga bahan langsung yang jauh lebih tinggi.

**Penghasilan yang disesuaikan per saham preferen** berada di 1,95 euro pada paruh pertama tahun 2022. Dengan nilai tukar konstan, ini menunjukkan penurunan -20,8 persen dibandingkan periode tahun sebelumnya. Perkembangan tersebut juga terutama didorong oleh kenaikan harga bahan baku langsung yang signifikan.

**Modal kerja bersih** meningkat sebesar 1,6 poin persentase menjadi 5,2 persen dari penjualan (periode tahun sebelumnya: 3,6 persen), juga dipengaruhi oleh kenaikan tajam harga bahan baku.

**Arus kas bebas** sebesar 46 juta euro lebih rendah dari pada paruh pertama tahun 2021 (471 juta euro) karena arus kas yang lebih rendah dari aktivitas operasi sebagai akibat dari laba operasi yang lebih rendah dan modal kerja bersih yang lebih tinggi.

Per 30 Juni 2022, **posisi keuangan bersih** sebesar -1.441 juta euro (31 Desember 2021: -292 juta euro). Perkembangan ini juga mencakup pengeluaran sekitar 430 juta euro dalam program pembelian kembali saham yang diluncurkan pada Februari 2022 serta pembayaran dividen sekitar 800 juta euro pada kuartal kedua.

**Kinerja unit bisnis pada paruh pertama tahun 2022**

Pada paruh pertama tahun 2022, **penjualan** unit bisnis **Adhesive Technologies** meningkat secara nominal sebesar +15,0 persen menjadi 5.467 juta euro (Q2: 2.836 juta euro, +18,5 persen). **Penjualan organik** meningkat sebesar +12.2 persen (Q2: +13.7 persen). Perkembangan ini didorong oleh seluruh unit bisnis dan wilayah. **Laba operasional yang disesuaikan** pada paruh pertama tahun 2022 mencapai 743 juta euro, dibandingkan dengan 820 juta euro pada periode tahun sebelumnya. Pada 13,6 persen, laba atas **penjualan yang disesuaikan** adalah 3,7 poin persentase di bawah angka untuk paruh pertama tahun 2021, dengan angka pendapatan dipengaruhi oleh kenaikan harga bahan langsung yang signifikan.

Di unit bisnis **Beauty Care**, **penjualan** meningkat **secara organik** sebesar +0,4 persen (Q2: +2,1 persen) dalam enam bulan pertama tahun 2022. Secara nominal, penjualan naik sebesar +0,2 persen dan mencapai 1,842 juta euro (Q2: 950 juta euro , +3,9 persen). Pertumbuhan ini terutama didorong oleh kinerja yang kuat dari bisnis Hair Salon, yang mampu membangun kinerja yang kuat di tahun sebelumnya. Bisnis konsumen, di sisi lain, berada di bawah level tahun sebelumnya, terutama karena penerapan langkah-langkah peningkatan portofolio yang diumumkan untuk tahun 2022. **Laba operasi yang disesuaikan** mencapai 169 juta euro pada paruh pertama tahun 2022, dibandingkan dengan 183 juta euro. pada paruh pertama tahun 2021. Laba atas penjualan yang disesuaikan adalah 0,8 poin persentase di bawah tingkat tahun sebelumnya sebesar 9,2 persen, juga dipengaruhi oleh harga bahan langsung yang lebih tinggi.

Unit bisnis **Laundry & Home Care** mencapai peningkatan **penjualan organik** yang signifikan sebesar +7.4 persen di paruh pertama tahun 2022 (Q2: +10.1 persen). Pertumbuhan terutama didorong oleh peningkatan penjualan dua digit di bisnis Laundry. Secara nominal, penjualan naik +6,7 persen menjadi 3,494 juta euro (Q2: 1,802 juta euro, +11,3 persen). **Laba operasi yang disesuaikan** adalah 313 juta euro, dibandingkan dengan 490 juta euro pada periode tahun sebelumnya. **Laba atas penjualan yang disesuaikan** adalah 9,0 persen, juga di bawah tingkat paruh pertama tahun 2021, terutama karena kenaikan harga bahan langsung yang signifikan.

**Agenda untuk Pertumbuhan Bertujuan: kemajuan yang baik**

Henkel mengejar agenda untuk pertumbuhan yang terarah dan telah mengembangkan kerangka kerja strategis yang jelas dalam hal ini. Elemen kunci dari kerangka kerja strategis adalah portofolio yang sukses, keunggulan kompetitif yang jelas di bidang inovasi, keberlanjutan, dan digitalisasi serta model operasi yang siap untuk masa depan – berdasarkan budaya perusahaan yang kuat.

Pada paruh pertama tahun 2022, Henkel terus bekerja secara konsisten pada implementasi agenda pertumbuhannya dan membuat kemajuan yang baik di semua pilar. Dengan menggabungkan unit bisnis Laundry & Home Care dan Beauty Care ke dalam unit bisnis **Consumer** **Brand Henkel** yang baru, Henkel membawa agenda pertumbuhan yang terarah ke tingkat berikutnya. Struktur unit bisnis baru terdiri dari dua kategori global Laundry & Home Care dan Hair Care, didukung oleh fungsi sentral, dan empat wilayah. Kategori lebih lanjut akan dikelola di bawah kendali regional. Empat tingkat manajemen pertama sekarang telah ditentukan. Di pasar tunggal terbesar Henkel, Amerika Serikat, organisasi baru ini diharapkan akan sepenuhnya didirikan mulai September dan seterusnya.

Dalam konteks penggabungan dua bisnis konsumen dan sebagai bagian dari **manajemen portofolio aktif**, bisnis dan merek yang menyumbang total penjualan hingga 1 miliar euro saat ini sedang dalam peninjauan. Hal ini termasuk divestasi atau penghentian bisnis, yang tidak memenuhi kriteria Henkel dalam hal pertumbuhan dan profitabilitas. Pada paruh pertama tahun 2022, Henkel telah membuat kemajuan yang baik dengan keluar dari beberapa bisnis non-inti di Perawatan Kecantikan. Ini adalah bagian dari ukuran portofolio di Beauty Care dengan volume penjualan sekitar 200 juta euro, yang ditargetkan untuk dieksekusi pada akhir tahun.

Henkel juga semakin memperkuat portofolionya melalui **akuisisi**. Pada Juli 2022, akuisisi bisnis Hair Professional Shiseido di kawasan Asia-Pasifik ditutup. Hal ini menjadikan Henkel sebagai Co-number 2 global dalam bisnis Hair Professional.

Untuk **memperkuat daya saingnya**, Henkel berfokus pada percepatan **inovasi** lebih lanjut, meningkatkan **keberlanjutan** sebagai faktor pembeda, dan pada peningkatan penciptaan nilai bagi pelanggan dan konsumen melalui **digitalisasi**.

Pilar utama strategi Henkel adalah diferensiasi yang jelas di pasar melalui **inovasi** yang sukses. Hal ini mendukung pertumbuhan secara signifikan di paruh pertama tahun ini. Di Adhesive Technologies misalnya, Henkel telah mengembangkan lapisan pelindung kebakaran baru untuk baterai kendaraan listrik. Tidak hanya secara signifikan meningkatkan keselamatan penumpang tetapi juga memungkinkan pelanggan di industri otomotif dalam mencapai produksi yang hemat biaya. Di Beauty Care, Henkel telah meluncurkan kembali merek perawatan rambut Schauma dengan konsep kemasan berkelanjutan yang didesain ulang menggunakan 50 hingga 100 persen plastik daur ulang. Di unit bisnis Laundry & Home Care, pertumbuhan dua digit dan perolehan pangsa pasar lebih lanjut dicapai dengan Persil, didukung oleh perluasan rangkaian produk yang berkelanjutan dan siap-e-commerce.

Untuk waktu yang lama, **keberlanjutan** telah menjadi salah satu kekuatan terbesar Henkel. Dalam mencerminkan semakin pentingnya manajemen berkelanjutan dan meningkatnya harapan pelanggan dan masyarakat, Henkel telah meningkatkan strategi keberlanjutan jangka panjangnya dengan “Kerangka Ambisi Keberlanjutan 2030+” yang baru, yang diperkenalkan pada awal tahun ini. Selain tujuan yang ada, ambisi jangka panjang baru telah ditetapkan untuk mendorong kemajuan lebih lanjut dalam tiga dimensi: “Planet Regeneratif”, “Komunitas yang Berkembang”, dan “Mitra Tepercaya”.

Henkel membuat kemajuan lebih lanjut dalam keberlanjutan pada paruh pertama tahun 2022. Dalam perjalanan untuk mencapai tujuan keseimbangan CO2 iklim-positif untuk lokasi produksinya pada tahun 2030, Henkel, misalnya, telah mengubah tiga lokasi tambahan di Eropa untuk beroperasi dengan 100 persen energi netral CO2. Selain itu, Henkel terus secara konsisten mengandalkan bahan baku terbarukan. Melalui kemitraan dengan BASF, sekitar 110.000 ton bahan berbasis fosil diganti dengan sumber karbon terbarukan.

Di samping inovasi dan keberlanjutan, Henkel telah mendefinisikan **digitalisasi** sebagai pengungkit utama dalam memperkuat daya saingnya. Pada paruh pertama tahun ini, pangsa penjualan yang dihasilkan melalui saluran digital tumbuh dua digit, mencapai lebih dari 20 persen. Melalui platform e-commerce, unit bisnis Adhesive Technologies mencapai pertumbuhan dua digit pada paruh pertama tahun 2022. Bisnis eShop di Hair Professional juga mencatat pertumbuhan dua digit dengan perluasan jangkauan merek dan produk. Selain itu, Henkel semakin memperluas penawaran e-commerce-ready di Laundry & Home Care. Platform teknis terintegrasi baru RAQN berkontribusi dalam hal ini.

Model operasi yang siap untuk masa depan adalah elemen penting dari kerangka kerja strategis Henkel. Henkel semakin memperluas perubahan yang diluncurkan pada tahun 2020: unit digital Henkel dx memiliki struktur yang sangat efisien yang memungkinkan investasi proyek IT yang lebih tinggi dengan biaya yang stabil.

Elemen kunci lain dari Agenda Pertumbuhan Bertujuan Henkel adalah lebih mengembangkan budaya perusahaan dan mempercepat transformasi budaya. Perusahaan bertujuan dalam menumbuhkan budaya kolaboratif. Di paruh pertama tahun ini, Henkel terus meluncurkan berbagai langkah dalam mencapai tujuan ini dan lebih memberdayakan karyawannya.

Misalnya, Henkel meluncurkan program manajemen perubahan yang komprehensif sehubungan dengan penggabungan unit bisnis Laundry & Home Care dan Beauty Care. Program ini berfokus pada peningkatan keterampilan dan transformasi tim. Selain itu, untuk mencapai tujuan kesetaraan gender di semua tingkat manajemen pada tahun 2025, Henkel telah mengambil langkah nyata lebih lanjut dan meluncurkan inisiatif seperti Pekan Keragaman, Kesetaraan & Inklusi. Sebagai bagian dari konsep Kerja Cerdas yang komprehensif, inisiatif baru diperkenalkan yang berfokus pada kesehatan mental dan kesejahteraan karyawan.

“Meskipun dihadapkan dengan efek pandemi COVID serta perang di Ukraina, kami secara signifikan meningkatkan penjualan organik dan yang dilaporkan di paruh pertama tahun ini. Seperti yang diharapkan, hasil kami terutama dipengaruhi oleh peningkatan drastis dalam biaya bahan baku dan logistik. Hal ini juga tercermin dalam prospek yang diperbarui dalam tahun fiskal 2022”, kata Carsten Knobel. “Kami bangga dengan kemajuan baik yang telah di buat dalam mengimplementasikan agenda strategis untuk pertumbuhan yang terarah dan akan terus secara konsisten mengejar strategi di lingkungan yang penuh tantangan ini.”

Tentang Henkel

Henkel beroperasi secara global dengan portofolio yang seimbang dan terdiversifikasi. Perusahaan memegang posisi terdepan dengan tiga unit bisnisnya di bisnis industri dan konsumen berkat merek, inovasi, dan teknologi yang kuat. Henkel Adhesive Technologies adalah pemimpin global di pasar perekat. Dalam bisnis Laundry & Home Care dan Beauty Care, Henkel memegang posisi terdepan di banyak pasar dan kategori di seluruh dunia. Didirikan pada tahun 1876, Henkel melihat kembali kesuksesan selama lebih dari 140 tahun. Pada tahun fiskal 2021, Henkel melaporkan penjualan lebih dari 20 miliar euro dan laba operasi yang disesuaikan sekitar 2,7 miliar euro. Henkel mempekerjakan lebih dari 52.000 orang di seluruh dunia – tim yang bersemangat dan sangat beragam, disatukan oleh budaya perusahaan yang kuat, tujuan bersama untuk menciptakan nilai yang berkelanjutan, dan nilai bersama. Sebagai pemimpin yang diakui dalam keberlanjutan, Henkel memegang posisi teratas di banyak indeks dan peringkat internasional. Saham preferen Henkel terdaftar di indeks saham Jerman

DAX. Untuk informasi lebih lanjut, silahkan kunjungi [www.henkel.com.](http://www.henkel.com/)

Dokumen ini berisi pernyataan yang mengacu pada pengembangan bisnis di masa depan, kinerja keuangan, dan peristiwa lain atau perkembangan relevansi masa depan untuk Henkel yang mungkin merupakan pernyataan berwawasan ke depan. Pernyataan sehubungan dengan masa depan ditandai dengan penggunaan kata-kata seperti mengharapkan, bermaksud, merencanakan, mengantisipasi, percaya, memperkirakan, dan istilah serupa. Pernyataan tersebut didasarkan pada estimasi dan asumsi terkini yang dibuat oleh manajemen perusahaan Henkel AG & Co. KGaA. Pernyataan-pernyataan ini tidak untuk dipahami karena dengan cara apa pun menjamin bahwa harapan-harapan itu akan menjadi akurat. Kinerja dan hasil masa depan yang sebenarnya dicapai oleh Henkel AG & Co. KGaA dan perusahaan afiliasinya bergantung pada sejumlah risiko dan ketidakpastian dan oleh karena itu mungkin berbeda secara material (baik secara positif maupun negatif) dari pernyataan berwawasan ke depan. Banyak dari faktor ini berada di luar kendali Henkel dan tidak dapat diperkirakan secara akurat sebelumnya, seperti lingkungan ekonomi masa depan dan tindakan pesaing dan pihak lain yang terlibat di pasar. Henkel tidak berencana atau berjanji untuk memperbarui pernyataan berwawasan ke depan.

Dokumen ini mencakup indikator keuangan tambahan yang tidak didefinisikan secara jelas dalam kerangka pelaporan keuangan yang berlaku dan yang merupakan atau mungkin merupakan ukuran kinerja alternatif. Indikator keuangan tambahan ini tidak boleh dilihat secara terpisah atau sebagai alternatif untuk ukuran aset bersih dan posisi keuangan atau hasil operasi Henkel sebagaimana disajikan sesuai dengan kerangka pelaporan keuangan yang berlaku dalam Laporan Keuangan Konsolidasiannya. Perusahaan lain yang melaporkan atau menjelaskan ukuran kinerja alternatif dengan judul yang sama dapat menghitungnya secara berbeda.

Dokumen ini diterbitkan hanya untuk tujuan informasi dan tidak dimaksudkan sebagai nasihat investasi atau penawaran untuk menjual, atau ajakan untuk membeli, sekuritas apa pun.

**Kontak**

**Hidemi Onoo**

Telp : +81 3-5783-1219

Email: hidemi.onoo@henkel.com