

## Квартальна звітність за 3-й квартал 2022 р.

Липень – вересень

Підвищено прогноз на 2022 фінансовий рік

### **«Хенкель» успішно підтримує динаміку зростання, досягнувши двозначного збільшення продажів у третьому кварталі**

- Група повідомляє про органічне зростання продажів на +11,3% до нового історичного максимуму близько 6 млрд євро та номінальне зростання на 17,3%, завдяки внеску всіх трьох бізнес-підрозділів:
  - Підрозділ «Клейові технології» (Adhesive Technologies) досягнув двозначного органічного зростання продажів розміром +16,8% та номінального зростання +22,6%.
  - Підрозділ «Косметичні засоби» (Beauty Care) демонструє позитивне органічне зростання продажів на +0,9% та номінальне зростання на +8,4%.
  - Підрозділ «Засоби для прання та догляду за оселею» (Laundry & Home Care) демонструє значне органічне зростання продажів на +7,3% та номінальне зростання на +13,2%.
- Двозначне зростання обсягів продажів на ринках, що розвиваються, дуже сильне зростання на зрілих ринках.
- Злиття підрозділів «Засоби для прання та догляду за оселею» і «Косметичні засоби» у споживчі бренди з випередженням плану.
- Прогноз на 2022 фінансовий рік: підвищений прогноз продажів і прибутку на основі продовження високих бізнес-показників.

Дюссельдорф, 8 листопада 2022 р. – У **третьому кварталі** 2022 фінансового року компанія «Хенкель» успішно зберегла темпи зростання та досягла **обсягу продажів Групи** близько 6 млрд євро. Це новий історичний максимум квартальних продажів і двозначне органічне зростання на +11,3 відсотка, зумовлене двозначною динамікою цін у всіх бізнес-підрозділах і в усіх регіонах. Обсяги загалом знизилися в річному обчисленні через споживчі бізнеси. У номінальному вираженні продажі зросли на +17,3%.

«У надзвичайно складному ринковому середовищі ми продовжили реалізацію нашої стратегії та досягли впевненого двозначного зростання продажів. Особливо приємно,

що всі бізнес-підрозділи та регіони зробили свій внесок у досягнення таких високих показників, зокрема завдяки двозначному зростанню продажів, досягнутому бізнес-підрозділом «Клейові технології» у третьому кварталі», – **голова правління Ради директорів компанії «Хенкель» Карстен Кнобель (Carsten Knobel)**.

«Двозначне зростання продажів у третьому кварталі є ще одним доказом міцності нашого стійкого та збалансованого портфеля успішних брендів та інноваційних технологій. Крім того, ми послідовно продовжували реалізацію заходів з оптимізації нашого портфеля, продовжували суворе управління витратами та працювали над подальшим підвищенням ефективності. Крім того, завдяки об'єднанню двох наших споживчих бізнесів, ми випереджаємо запланований графік у впровадженні нових структур. Ці високі результати є досягненням нашої глобальної команди, чия неабияка відданість справі має вирішальне значення для довгострокового успіху компанії «Хенкель» у ці складні часи».

Двозначне зростання продажів компанії «Хенкель» у третьому кварталі було досягнуто переважно за рахунок бізнес-підрозділу «**Клейові технології**». У всіх бізнес-напрямах було зафіксовано значне або двозначне органічне зростання обсягів продажів.

Бізнес-підрозділ «**Косметичні засоби**» досяг позитивного органічного зростання продажів у третьому кварталі, незважаючи на реалізацію оголошених портфельних заходів. Свій внесок у цей показник зробили як професійні, так і споживчі бізнес-напрями.

Бізнес-підрозділ «**Засоби для прання та догляду за оселею**» продемонстрував значне органічне зростання обсягів продажів, головним чином за рахунок бізнес-напряму «Засоби для прання».

У регіональному розрізі продажі в третьому кварталі органічно зросли в усіх регіонах. Високі показники продажів Групи в основному були досягнуті на ринках, що розвиваються, де всі регіони продемонстрували двозначні темпи органічного зростання.

Забігаючи наперед на решту 2022 фінансового року, пан Кнобель прокоментував: «Ми працюємо в бізнес-середовищі, яке характеризується високим ступенем волатильності та невизначеності. У цьому загальному інфляційному середовищі з підвищеними витратами на сировину й енергію ми досягли високих результатів діяльності за перші дев'ять місяців. На цьому тлі ми підвищуємо наш **прогноз** продажів і прибутку на 2022 рік».

На рівні Групи «Хенкель» тепер очікує органічне зростання обсягів продажів від +7,0 до +8,0 відсотків (раніше: від +5,5 до +7,5 відсотка) і скориговану рентабельність продажів (маржа EBIT) у діапазоні від 10,0 до 11,0 відсотків (раніше: від 9,0 до 11,0 відсотків). Для скоригованого прибутку на привілейовану акцію (EPS) при постійних обмінних курсах «Хенкель» тепер очікує зниження в діапазоні від -25 до -15 відсотків (раніше: від -35 до -15 відсотків).

## Показники продажів Групи

У третьому кварталі 2022 року обсяги продажів Групи номінально зросли на +17,3% – до 5 976 млн євро. Органічно (тобто з урахуванням курсових різниць і придбань/дивестицій) продажі зросли на +11,3%. На рівні Групи це зростання було зумовлене ціновими показниками, тоді як динаміка фізичних обсягів була різною для різних бізнес-підрозділів. Придбання та дивестиції зменшили обсяги продажів на -0,6%. Натомість ефект від курсових різниць мав позитивний вплив на продажі розміром +6,6%.

За перші дев'ять місяців 2022 року обсяг продажів зріс номінально на +12,5% – до 16 889 млн євро. В органічному вираженні компанія «Хенкель» продемонструвала значне зростання обсягів продажів на +9,7 відсотка, що було зумовлено зростанням цін, тоді як обсяги знизилися.

### Показники продажів Групи<sup>1</sup>

у млн євро	3 кв./2022	1–9/2022
<b>Продажі</b>	<b>5 976</b>	<b>16 889</b>
<b>Зміна порівняно з показниками попереднього року</b>	<b>17,3%</b>	<b>12,5%</b>
Іноземна валюта <sup>2</sup>	6,6%	3,9%
<b>Скориговано на курсову різницю</b>	<b>10,7%</b>	<b>8,6%</b>
Придбання/дивестиції <sup>3</sup>	-0,6%	-1,1%
<b>Органічні зміни</b>	<b>11,3%</b>	<b>9,7%</b>
З них ціна	14,7%	11,6%
З них обсяг	-3,4%	-1,9%

<sup>1</sup> Усі окремі цифри округлені з комерційною метою. Додавання може призвести до відхилень від зазначених загальних сум.

<sup>2</sup> Включаючи вплив застосування МСБО 29 «Фінансова звітність в умовах гіперінфляції» для Туреччини.

<sup>3</sup> Включаючи ефект від оголошеного виходу з господарської діяльності в Росії та Білорусі.

У третьому кварталі ринки, що розвиваються, продемонстрували двозначне органічне зростання обсягів продажів на +18,6%. На зрілих ринках органічне зростання обсягів продажів становило +5,6%. Обсяг продажів у регіоні Східна Європа зріс на +25,2%. У третьому кварталі 2022 року ми досягли органічного зростання продажів на +13,2 відсотка в регіоні Африка / Близький Схід і +22,5 відсотка в регіоні Латинська Америка. Органічне зростання обсягів продажів в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні становило +13,0 відсотків. У регіоні Західна Європа ми досягли значного органічного зростання обсягів продажів на +3,9%. Регіон Північна Америка продемонстрував значне органічне зростання обсягів продажів на +7,1%.

## Показники продажів за регіонами<sup>1</sup>

	Західна Європа	Східна Європа	Африка / Близький Схід	Північн а Америк а	Латинсь ка Америк а	Азійськ о- Тихооке анський регіон	Корпорати вний регіон	Група «Хенкел ь»
<b>в млн євро</b>								
<b>Продажі<sup>2</sup> липень – вересень 2022 р.</b>	<b>1 533</b>	<b>1 001</b>	<b>344</b>	<b>1 548</b>	<b>413</b>	<b>1 071</b>	<b>65</b>	<b>5 976</b>
Продажі <sup>2</sup> липень – вересень 2021 р.	1 491	842	299	1 264	306	856	35	<b>5 092</b>
Зміна порівняно з попереднім роком	2,9%	18,9%	15,2%	22,5%	34,9%	25,2%	–	<b>17,3%</b>
Органічні зміни	3,9%	25,2%	13,2%	7,1%	22,5%	13,0%	–	<b>11,3%</b>
<b>Частка продажів Групи у 2022 р.</b>	<b>26%</b>	<b>17%</b>	<b>6%</b>	<b>26%</b>	<b>7%</b>	<b>18%</b>	<b>1%</b>	<b>100%</b>
Частка продажів Групи у 2021 р.	29%	17%	6%	25%	6%	17%	1%	<b>100%</b>

<sup>1</sup> Усі окремі цифри округлені з комерційною метою. Додавання може призвести до відхилень від зазначених підсумків.

<sup>2</sup> За місцезнаходженням компанії.

За перші дев'ять місяців 2022 року органічне зростання обсягів продажів на ринках, що розвиваються, становило +14,8%, тоді як на зрілих ринках зафіксовано приріст розміром +5,5%.

## Показники продажів за регіонами<sup>1</sup>

	Західна Європа	Східна Європа	Африка / Близький Схід	Північна Америка	Латинська Америка	Азійський Тихоокеанський регіон	Корпоративний регіон	Група «Хенкель»
в млн євро								
<b>Продажі<sup>2</sup> січень – вересень 2022 р.</b>	<b>4 593</b>	<b>2 668</b>	<b>976</b>	<b>4 421</b>	<b>1 146</b>	<b>2 910</b>	<b>175</b>	<b>16 889</b>
Продажі <sup>2</sup> січень – вересень 2021 р.	4 520	2 362	919	3 737	888	2 498	96	<b>15 019</b>
Зміна порівняно з попереднім роком	1,6%	12,9%	6,3%	18,3%	29,0%	16,5%	–	<b>12,5%</b>
Органічні зміни	2,7%	23,8%	6,5%	8,5%	18,8%	8,5%	–	<b>9,7%</b>
<b>Частка продажів Групи у 2022 р.</b>	<b>27%</b>	<b>16%</b>	<b>6%</b>	<b>26%</b>	<b>7%</b>	<b>17%</b>	<b>1%</b>	<b>100%</b>
Частка продажів Групи у 2021 р.	30%	16%	6%	25%	6%	17%	1%	<b>100%</b>

<sup>1</sup> Усі окремі цифри округлені з комерційною метою. Додавання може призвести до відхилень від зазначених підсумків.

<sup>2</sup> За місцезнаходженням компанії.

## Показники продажів підрозділу «Клейові технології»

У третьому кварталі 2022 року продажі бізнес-підрозділу «Клейові технології» номінально зросли на +22,6% – до 2 995 млн євро. Органічно (тобто з урахуванням курсових різниць і придбань/дивестицій) продажі зросли на +16,8%. Ми досягли двозначного зростання цін, в той час як показники фізичного обсягу були дещо позитивними. Поглинання/дивестиції знизили продажі на -1,9%, тоді як ефект від курсових різниць мав позитивний вплив розміром +7,7%.

За перші дев'ять місяців 2022 року бізнес-підрозділ «Клейові технології» збільшив продажі номінально на +17,6% – до 8 462 млн євро. Органічно ми досягли зростання продажів на +13,7 відсотка. Цінові зміни були стабільно сильними у всіх регіонах і бізнес-напрямах.

## Показники продажів підрозділу «Клейові технології»<sup>1</sup>

в млн євро	3 кв./2022	1–9/2022
<b>Продажі</b>	<b>2 995</b>	<b>8 462</b>
Частка продажів Групи	50%	50%
<b>Зміна порівняно з показниками попереднього року</b>	<b>22,6%</b>	<b>17,6%</b>
Іноземна валюта <sup>2</sup>	7,7%	5,0%
<b>Скориговано на курсову різницю</b>	<b>14,9%</b>	<b>12,6%</b>
Придбання/дивестиції <sup>3</sup>	-1,9%	-1,1%
<b>Органічні зміни</b>	<b>16,8%</b>	<b>13,7%</b>
З них ціна	15,8%	13,2%
З них обсяг	1,0%	0,5%

<sup>1</sup> Усі окремі цифри округлені з комерційною метою. Додавання може призвести до відхилень від зазначених загальних сум.

<sup>2</sup> Включаючи вплив застосування МСБО 29 «Фінансова звітність в умовах гіперінфляції» для Туреччини.

<sup>3</sup> Включаючи ефект від оголошеного виходу з господарської діяльності в Росії та Білорусі.

У регіональному розрізі зростання обсягів продажів підрозділу «Клейові технології» на **ринках, що розвиваються**, порівняно з третім кварталом попереднього року, виражалось двозначними цифрами. Цей показник був досягнутий завдяки двозначному зростанню в усіх регіонах, з особливим внеском бізнес-напрямів «Упаковка та споживчі товари» та «Автомобільна промисловість та метали».

**Зрілі ринки** також досягли двозначного органічного зростання обсягів продажів у всіх регіонах. У регіонах Північна Америка та Західна Європа найбільше зростання було зафіксовано в сегменті «Автомобільна промисловість та метали». На зрілих ринках Азійсько-Тихоокеанського регіону двозначне зростання забезпечили, зокрема бізнес-напрями «Електроніка та промисловість» і «Упаковка та споживчі товари».

## Показники продажів підрозділу «Косметичні засоби»

У **третьому кварталі 2022 року продажі** бізнес-підрозділу «Косметичні засоби» **номінально** зросли на +8,4% – до 1 013 млн євро. **Органічно** (тобто з урахуванням курсових різниць та придбань/дивестицій) продажі зросли на +0,9% порівняно з минулорічним рівнем. Обсяги знизилися, тоді як бізнес-підрозділ зафіксував двозначне зростання цін. Вплив курсових різниць збільшив обсяг продажів на +5,9%, а придбання/дивестиції – ще на +1,6%.

За **перші дев'ять місяців 2022 року продажі** бізнес-підрозділу «Косметичні засоби» **номінально** зросли на 2,9% в річному обчисленні та становили 2 855 млн євро. **Органічно** продажі зросли на +0,6% завдяки зростанню цін.

## Показники продажів підрозділу «Косметичні засоби»<sup>1</sup>

в млн євро	3 кв./2022	1-9/2022
<b>Продажі</b>	<b>1,013</b>	<b>2,855</b>
Частка продажів Групи	17%	17%
<b>Зміна порівняно з показниками попереднього року</b>	<b>8,4%</b>	<b>2,9%</b>
Іноземна валюта <sup>2</sup>	5,9%	3,6%
<b>Скориговано на курсову різницю</b>	<b>2,5%</b>	<b>-0,7%</b>
Придбання/дивестиції <sup>3</sup>	1,6%	-1,3%
<b>Органічні зміни</b>	<b>0,9%</b>	<b>0,6%</b>
З них ціна	11,7%	8,0%
З них обсяг	-10,8%	-7,5%

<sup>1</sup> Усі окремі цифри округлені з комерційною метою. Додавання може призвести до відхилень від зазначених загальних сум.

<sup>2</sup> Включаючи вплив застосування МСБО 29 «Фінансова звітність в умовах гіперінфляції» для Туреччини.

<sup>3</sup> Включаючи ефект від оголошеного виходу з господарської діяльності в Росії та Білорусі.

У сегменті «**Споживчі товари**» ми зафіксували позитивне органічне зростання продажів у **третьому кварталі 2022 року** – завдяки двозначному зростанню цін, яке більш ніж компенсувало зниження обсягів внаслідок реалізації оголошених портфельних заходів та еластичності попиту. Загалом у категорії «Косметика для волосся» зафіксовано дуже сильне органічне зростання обсягів продажів, до якого долучилися всі бізнеси. Бізнес-напрямок «Засоби для укладання волосся» продемонстрував двозначне органічне зростання обсягів продажів, продовживши таким чином відновлення останніх кварталів після спаду, пов'язаного з пандемією. Показники органічних продажів були високими як у сегменті «Фарби для волосся», так і в сегменті «Засоби для догляду за волоссям», зокрема завдяки ринкам, що розвиваються. Показники продажів у категорії «Засоби для догляду за тілом» знизилися порівняно з аналогічним періодом минулого року, головним чином через оголошені заходи з оптимізації портфеля.

У третьому кварталі бізнес-напрямок «**Професійна косметика**» зміг закріпити високі показники першого півріччя і продемонстрував хороше органічне зростання обсягів продажів, зокрема завдяки двозначному зростанню на ринках, що розвиваються.

У третьому кварталі зростання обсягів продажів на **ринках, що розвиваються**, було значним. Усі регіони зробили свій внесок у цей показник, за винятком регіону Африка та Близький Схід. У регіонах Азія (за винятком Японії), Латинська Америка та Східна Європа органічне зростання продажів виражалось двозначними цифрами.

Показники органічних продажів на **зрілих ринках** загалом знизилися порівняно з минулим роком, зокрема через зниження в Західній Європі та Північній Америці. Натомість на зрілих ринках Азійсько-Тихоокеанського регіону було зафіксовано значне зростання обсягів продажів.

## Показники продажів підрозділу «Засоби для прання та догляду за оселею»

У **третьому кварталі 2022 року** бізнес-підрозділ «Засоби для прання та догляду за оселею» згенерував **продажі** розміром 1 902 млн євро, що еквівалентно

**номінальному** зростанню на +13,2 відсотка порівняно з кварталом попереднього року. **Органічно** (тобто з урахуванням курсових різниць і придбань/дивестицій) бізнес-підрозділ продемонстрував значне зростання обсягів продажів на +7,3 відсотка. Цей показник був зумовлений переважно двозначним зростанням цін, тоді як фізичні обсяги знизилися. Ефект від курсових різниць збільшив продажі на +5,5%. Придбання/дивестиції позитивно вплинули на продажі розміром +0,4%.

За **перші дев'ять місяців 2022 року** бізнес-підрозділ «Засоби для прання та догляду за оселею» зафіксував **номінальне** зростання обсягів **продажів** на +8,9 відсотка – до 5 396 мільйонів євро. **Органічно** ми досягли значного зростання обсягів продажів на +7,4 відсотка, що було зумовлено цінами.

### Показники продажів «Засоби для прання та догляду за оселею»<sup>1</sup>

в млн євро	3 кв./2022	1–9/2022
<b>Продажі</b>	<b>1,902</b>	<b>5,396</b>
Частка продажів Групи	32%	32%
<b>Зміна порівняно з показниками попереднього року</b>	<b>13,2%</b>	<b>8,9%</b>
Іноземна валюта <sup>2</sup>	5,5%	2,4%
<b>Скориговано на курсову різницю</b>	<b>7,7%</b>	<b>6,5%</b>
Придбання/дивестиції <sup>3</sup>	0,4%	-0,9%
<b>Органічні зміни</b>	<b>7,3%</b>	<b>7,4%</b>
З них ціна	14,8%	11,4%
З них обсяг	-7,5%	-4,0%

<sup>1</sup> Усі окремі цифри округлені з комерційною метою. Додавання може призвести до відхилень від зазначених загальних сум.

<sup>2</sup> Включаючи вплив застосування МСБО 29 «Фінансова звітність в умовах гіперінфляції» для Туреччини.

<sup>3</sup> Включаючи ефект від оголошеного виходу з господарської діяльності в Росії та Білорусі.

Бізнес-напрямок «**Засоби для прання**» зафіксував двозначне органічне зростання обсягів продажів у **третьому кварталі 2022 року**, що було зумовлено, зокрема двозначним збільшенням у категоріях сильних мийних засобів і спеціальних мийних засобів. Наші основні бренди Persil, 'all та Perwoll досягли двозначного зростання.

Органічні показники обсягів продажів у сегменті «**Засоби для догляду за оселею**» у третьому кварталі загалом не змінилися, зокрема завдяки стабільно високим показникам наших засобів для миття посуду під торговими марками Pril і Somat. На противагу цьому, показники продажів у категоріях засобів для чищення твердих поверхонь і засобів для чищення туалетів були негативними через те, що попит на засоби гігієни повернувся до нормального рівня після зростання у попередньому періоді у відповідь на пандемію COVID-19.

На **ринках, що розвиваються**, ми досягли двозначного органічного зростання обсягів продажів у третьому кварталі. Регіони Східна Європа, Африка / Близький Схід та Латинська Америка зробили двозначний внесок у це зростання.

У третьому кварталі **зрілі ринки** загалом продемонстрували хороше органічне зростання обсягів продажів. Органічне зростання обсягів продажів було високим у



регіоні Північна Америка та незмінним у Західній Європі. Зростання обсягів продажів було значним на зрілих ринках Азійсько-Тихоокеанського регіону.

## Чисті активи та фінансовий стан Банку

У звітному періоді не відбулося суттєвих змін у чистих активах та фінансовому стані Групи порівняно із ситуацією станом на 30 червня 2022 року.

## Перспективи розвитку Групи компаній «Хенкель»

На основі розвитку бізнесу за перші дев'ять місяців 2022 року та припущень щодо прогресу до кінця фінансового року Правління компанії Henkel AG & Co. KGaA вирішило оновити свій прогноз на 2022 фінансовий рік.

Тепер ми очікуємо **органічне зростання продажів** на рівні **Групи** від +7,0 до +8,0 відсотків у 2022 фінансовому році (раніше: від +5,5 до +7,5 відсотка).

Для бізнес-підрозділу **«Клейові технології»** ми тепер очікуємо органічне зростання обсягів продажів у діапазоні від +11,0 до +12,0 відсотків (раніше: від +10,0 до +12,0 відсотків). Для бізнес-підрозділу **«Косметичні засоби»** ми очікуємо, що органічне зростання обсягів продажів становитиме від -1,0 до 0,0 відсотка (раніше: від -3,0 до -1,0 відсотка), при цьому на показники в основному вплине реалізація вже оголошених портфельних заходів. Для бізнес-підрозділу **«Засоби для прання та догляду за оселею»** ми очікуємо органічне зростання продажів у діапазоні від +5,5% до +6,5% (раніше: від +4,0% до +6,0%).

Ми очікуємо, що **скоригована рентабельність продажів (маржа EBIT) Групи компаній «Хенкель»** буде в діапазоні від 10,0 до 11,0 відсотків (раніше: від 9,0 до 11,0 відсотків). Ми очікуємо, що скоригована рентабельність продажів бізнес-підрозділу **«Клейові технології»** становитиме 13,5–14,5% (раніше: 13,0–15,0%), бізнес-підрозділу **«Косметичні засоби»** – 7,5–8,5% (раніше: 5,0–7,0%), а бізнес-підрозділу **«Засоби для прання та догляду за оселею»** – 8,0–9,0% (раніше: 7,0–9,0%).

Щодо **скоригованого прибутку на привілейовану акцію (EPS)** при постійному обмінному курсі, ми тепер очікуємо зниження в діапазоні від -25 до -15% (раніше: від -35 до -15%).

Крім того, ми маємо такі очікування на 2022 рік:

- Витрати на реструктуризацію в діапазоні від 450 до 500 млн євро (без змін).
- Відтік грошових коштів на інвестиції в основні засоби та нематеріальні активи розміром близько 650 млн євро (раніше: близько 700 млн євро).

Прогноз, як і раніше, ґрунтується на припущенні, що не буде нових широкомасштабних випадків закриття бізнесу та виробництва, пов'язаних з пандемією, в промисловості та роздрібній торгівлі, а також що наслідки війни в Україні суттєво не погіршаться. Крім

того, наш прогноз ґрунтується на припущенні, що не буде зупинки виробництва в промисловості через дефіцит газу в Європі.

## **Про компанію «Хенкель»**

Компанія «Хенкель» працює в усьому світі, маючи збалансований та диверсифікований портфель продукції. Завдяки сильним брендам, інноваціям і технологіям компанія утримує провідні позиції в трьох бізнес-підрозділах як у промисловому, так і в споживчому бізнесі. Підрозділ «Клейові технології» компанії «Хенкель» є світовим лідером на ринку клеїв. У сегментах «Засоби для прання та догляду за оселею» і «Косметичні засоби» компанія «Хенкель» займає лідируючі позиції на багатьох ринках і в багатьох категоріях по всьому світу. Заснована в 1876 році, компанія «Хенкель» має більш ніж 140-річну історію успіху. У 2021 фінансовому році обсяг продажів компанії «Хенкель» становив понад 20 млрд євро, а скоригований операційний прибуток – близько 2,7 млрд євро. У компанії «Хенкель» працює більш як 52 000 співробітників по всьому світу – пристрасна та дуже різноманітна команда, об'єднана сильною корпоративною культурою, спільною метою створення стійкої цінності та спільними ідеями. Як визнаний лідер у сфері сталого розвитку компанія «Хенкель» займає провідні позиції в багатьох міжнародних індексах і рейтингах. Привілейовані акції компанії «Хенкель» включені до німецького фондового індексу DAX. Більш детальну інформацію можна знайти на сайті [www.henkel.com](http://www.henkel.com).

Цей документ містить заяви, що стосуються майбутнього розвитку бізнесу, фінансових показників та інших подій, які можуть мати відношення до компанії «Хенкель» у майбутньому і які можуть являти собою прогностичні заяви. Заяви щодо майбутнього характеризуються використанням таких слів, як «очікувати», «мати намір», «планувати», «передбачати», «вважати», «оцінювати» та подібних термінів. Ця інформація містить прогностичні заяви, які ґрунтуються на поточних оцінках і припущеннях, зроблених корпоративним керівництвом компанії Henkel AG & Co. KGaA. Такі заяви не слід розуміти як гарантію того, що ці очікування справдяться. Майбутні показники та результати, фактично досягнуті компанією Henkel AG & Co. KGaA та її дочірніми компаніями залежать від ряду ризиків і невизначеностей і тому можуть істотно відрізнятись від прогностичних заяв. Багато з цих факторів знаходяться поза межами контролю компанії «Хенкель» і не можуть бути точно оцінені заздалегідь, наприклад, майбутні економічні умови, дії конкурентів та інших учасників ринку. Компанія «Хенкель» не планує і не бере на себе зобов'язання оновлювати прогностичні заяви.

Цей документ містить додаткові фінансові показники, які не мають чіткого визначення у відповідній системі фінансової звітності і які є або можуть бути альтернативними показниками діяльності. Такі додаткові фінансові показники не повинні розглядатися ізольовано або як альтернатива показникам чистих активів, фінансового стану або результатів діяльності компанії «Хенкель», представленим відповідно до застосовної концептуальної основи фінансової звітності в її консолідованій фінансовій звітності. Інші компанії, які повідомляють або описують подібні альтернативні показники ефективності, можуть розраховувати їх по-різному.

Цей документ виданий виключно з інформаційною метою і не є інвестиційною консультацією або пропозицією щодо продажу чи запрошення до подання пропозицій щодо купівлі будь-яких цінних паперів.

# Фінансовий календар

## **Оприлюднення звіту за 2022 фінансовий рік:**

Вівторок, 7 березня 2023 року

## **Річні загальні збори Henkel AG & Co. KGaA 2023:**

Понеділок, 24 квітня 2023 року

## **Оприлюднення звіту за 1 квартал 2023 року:**

Четвер, 4 травня 2023 року

За додатковою інформацією, будь ласка, звертайтеся до:

Олени Андрощук,  
керівника відділу корпоративних комунікацій компанії «Хенкель» в Україні

Олени Хмари,  
керівника PR-проектів

«Хенкель Україна»  
Тел.: +38 050 389 83 45  
Факс: +38 044 247 51 00  
e-mail: elena.androschuk@henkel.com

Агенція «PR-Service»  
Тел./факс: +38 044 501 32 44  
Моб. тел.: +38 050 382 82 74  
e-mail: a.khmara@pr-service.com.ua