7. mart 2023.

Snažni ukupni poslovni rezultati u izazovnoj tržišnoj sredini

Henkel ostvario značajan rast prodaje u 2022. godini - priprema se za dalji rast u fiskalnoj 2023.

* **Godišnji rezultati za 202****2:**
	+ **Prodaja grupe: 22,4 milijarde evra, što predstavlja organski rast \* od 8,8 procenata**
	+ **Operativna dobit (EBIT)\*\*: 2,3 milijarde evra, -13,7 procenata**
	+ **EBIT marža\*\*: 10,4 procenata, -3,0 procentualnih poena**
	+ **Prihod po prioritetnoj akciji (EPS)\*\*: 3,90 evra, -17,8 procenata po konstantnom kursu**
* **Predložena dividenda na nivou prethodne godine: 1,85 evra po prioritetnoj akciji**
* **Dobar napredak u sprovođenju Agende za svrsishodni rast**
* **Novi poslovni sektor Henkel Consumer Brands je aktiviran**
* **Napredak u održivosti u ključnim oblastima**
* **Prognoza za fiskalnu 2023: očekuje se dalji rast**
	+ **Organski rast prodaje: od 1,0 do 3,0 procenta**
	+ **EBIT marža\*\*: 10,0 do 12,0 procenata**
	+ **Prihod po prioritetnoj akciji (EPS)\*\*: između -10,0 i +10,0 procenata
	(pri konstantnom kursu)**

**Diseldorf – „U 2022. godini postigli smo značajan rast prodaje i snažne prihode u vrlo izazovnoj godini - i sproveli smo značajne strateške mere. Uspeli smo da delimično nadoknadimo dramatični porast cena sirovina i logistike pomoću viših cena i kontinuiranih unapređenja efikasnosti. To se odrazilo na našu prodaju, koja je dostigla novi rekord od 22,4 milijarde evra, kao i na operativni prihod od 2,3 milijarde evra. Na osnovu toga, našim akcionarima predlažemo stabilnu dividendu na nivou iz prethodne godine. Spajanjem naših poslovnih sektora u** **poslovni sektor Henkel Consumer Brands, uspešno smo obavili jednu od najvećih transformacija u našoj kompaniji u poslednjim decenijama,“ rekao je Karsten Knobel, glavni izvršni direktor grupe Henkel.**

\* Isključujući organski razvoj prodaje u Rusiji o dpočetka drugog tromesečja 2022. u kontekstu najave obustavljanja poslovnih aktivnosti u toj državi, i isključujući uticaj primene MRS 29 za Tursku.

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

**Prodaja grupe i prihodi u fiskalnoj 2022.**

**Prodaja** Henkel grupe dostigla je 22,4 milijarde evra u fiskalnoj godini 2022. To odgovara nominalnom rastu od 11,6 odsto, i predstavlja značajni **organski rast prodaje** od 8,8 procenata, koji je rezultat povećanja cena u svim poslovnim sektorima. Uticaj akvizicija i divesticija na prodaju bio je blago negativan, i iznosio je -1,1 procenata. Kursne razlike imale su pozitivan efekat na prodaju od -3,9 procenata.

**Tržišta u razvoju** postigla su dvocifreni organski rast od 13,3 procenata. Poslovanje na **zrelim tržištima** zabeležilo je snažni organski rast prodaje od 5,2 procenata.

**Korigovana operativna dobit (korigovani EBIT)** dostigla je 2,3 milijarde evra u odnosu na 2,7 milijarde evra iz fiskalne 2021. (-13,7 procenata). Uticaj značajno većih cena sirovina i logistike uticala je na profitabilnost grupe i nije u potpunosti mogla da se nadoknadi uvećanjem cena i kontinuiranim merama za smanjenje troškova i povećanje efikasnosti u proizvodnji i lancu nabavke. **Korigovana EBIT marža** iznosila je 10,4 procenata u godini na koju se odnosi izveštaj, i bila je ispod nivoa prethodne godine (2021: 13,4 procenata). **Korigovani prihod po prioritetnoj akciji** smanjen je za -14,5 procenata na 3,90 evra (prethodne godine: 4,56 evra). Pri konstantnom kursu, to odgovara smanjenju od -17,8 procenata. **Neto obrtna sredstva,** kao procenat prodaje, uvećana su na 4,5 procenata, što je 2,3 procentualna poena više u odnosu na prethodnu godinu. Ovo povećanje neto obrtnih sredstava može se pre svega pripisati značajno višim cenama materijala. **Slobodan novčani tok** dostigao je 653 miliona evra, što je značajno smanjenje u odnosu na prethodnu godinu (2021: 1.478 miliona evra). **Neto finansijska pozicija** bila je -1.267 miliona evra (31. decembar 2021: -292 miliona evra). To takođe odražava troškove koji se odnose na program otkupa sopstvenih akcija pokrenut u februaru 2022. i isplatu dividendi u drugom tromesečju.

**Rezultati poslovnih sektora u fiskalnoj 2022.**

U fiskalnoj 2022. **prodaja** poslovnog sektora **Adhezivi tehnologije** porasla je nominalno za 16,6 procenata na 11,2 milijarde evra. **Organski,** prodaja je porasla za 13,2 procenta. Taj rast prodaje rezultat je dvocifrene promene cena. **Korigovani operativni prihod** bio je malo niži u odnosu na prethodnu godinu i bio je 1,5 milijarde evra (2021: 1,5 milijarde evra). **Korigovani prinos od prodaje** dostigao je 13,6 procenata, u odnosu na 16,2 procenata iz prethodne godine. To je pretežno zbog pada bruto marže, na koju je negativno uticao značajni rast cena materijala.

U poslovnom sektoru **Beauty Care**, **prodaja** je nominalno opala -2,6 procenata u fiskalnoj 2022. na 3,7 milijarde evra. **Organski**, prodaja je blago opala za -0,5 procenata. To je rezultat različitih okolnosti. Dok je Hair Professional kategorija postigla snažan rast prodaje, roba za maloprodaju imala je organski niže rezultate u odnosu na prethodnu godinu, konkretno zbog implementacije najavljenih mera za portfolio. **Korigovani operativni prihod** dostigao je 269 miliona evra (prethodne godine: 351 miliona evra). **Korigovani prinos od prodaje** smanjen je na 7,8 procenata (prethodne godine: 9,5 procenata). Pored pada bruto marže, to je delimično i zbog blagog povećanja ulaganja u marketing i oglašavanje.

**Prodaja** poslovnog sektora **Deterdženti i kućna hemija** uvećana je 8,3 procenata u nominalnom smislu u fiskalnoj 2022. godini, dostigavši 7,2 milijarde evra. **Organski,** prodaja je porasla 6,3 procenata. Sa iznosom od 614 miliona evra, **korigovani operativni profit** bio je ispod prošlogodišnjeg nivoa (904 miliona evra). **Korigovani prinos od prodaje** smanjen je na 8,6 procenata, uglavnom zbog pada bruto marže kao rezultata značajno viših cena materijala i logistike, i uvećanja troškova marketinga i oglašavanja.

**Prognoza za 2023.**

Očekuje se da će globalni ekonomski rast nastaviti da slabi u 2023. Prema trenutnim procenama, očekuje se da će globalno ekonomsko okruženje ostati inflatorno u fiskalnoj 2023, zbog očekivanog povećanja troškova rada i trajno visokih troškova energije i roba. U tom kontekstu, očekuje se da će prosečne cene materijala porasti za procenat koji je nizak do srednje jednocifren u poređenju sa godišnjim prosekom 2022. godine. Pored toga, kamatne stope će verovatno ostati znatno više nego prethodnih godina. Stoga se pretpostavlja da će industrijska tražnja biti slabija nego prethodne godine i da će se zamah rasta potrošačke tražnje u ključnim oblastima poslovanja grupe Henkel sa robom široke potrošnje usporiti. Osim toga, očekuje se da će poslovanje u Rusiji biti prodato do kraja prvog tromesečja 2023.

Uzimajući ove faktore u obzir, Henkel očekuje da ostvari **organski rast prodaje** između 1,0 i 3,0 procenata u fiskalnoj 2023, i očekuje se da će oba poslovna sektora biti u tom rasponu. Očekuje se da će **korigovani prinos od prodaje (korigovana EBIT marža)** biti od 10,0 do 12,0 procenata. Za korigovani prinos od prodaje očekuje se da će biti između 13,0 i 15,0 procenata za poslovni sektor Adhezivi Tehnologije i između 7,5 procenata i 9,5 procenata za Henkel Consumer Brands. Za **korigovani prinos po prioritetnoj akciji (EPS)** pri konstantnom kursu, Henkel očekuje da će biti u rasponu od -10,0 do +10,0 procenata.

**Novi** **poslovni sektor Henkel Consumer Brands je uspešno osnovan**

Krajem januara 2022. Henkel je najavio jednu od najvećih transformacija u kompaniji u nedavnim decenijama: spajanje dva poslovna sektora u jedan integrisani poslovni sektor, nazvan Henkel Consumer Brands. Novi poslovni sektor, koji je uspešno osnovan na početku 2023. spaja sve brendove robe široke potrošnje u svim kategorijama pod jednim krovom, uključujući legendarne brendove kao što su Persil, Schwarzkopf i Hair Professional. Time je Henkel stvorio platformu sa više kategorija za budući rast prodaje od oko 11 milijardi evra u 2022.

Henkel spajanjem namerava da uveća profitabilnost poslovanja sa robom široke potrošnje i time generiše dodatni zamah za rast širom grupe. Zbog toga će portfolio u kategorijama Deterdženti i kućna hemija i Proizvodi za kosu biti fokusiran na strateško poslovanje i brendove sa atraktivnim potencijalom za rast. Tokom integracije, očekuju se značajne sinergije, od kojih će se neke koristiti za ciljane investicije u strateške prioritete kao što su inovacija, održivost i digitalizacija, kao i za rast poslovnog sektora.

**Konzistentan napredak u svim strateškim stubovima Agende svrsishodnog rasta**

Henkel je prethodne godine predstavio brojne **inovacije** na tržištu, baveći se važnim trendovima i stvarajući vrednost za kupce i potrošače. U sektoru Adhezivi Tehnologije, predstavljen je novi provodni premaz za brzorastuće tržište baterija električnih vozila. Ova tehnologija unapređuje funkcionalnost baterije poboljšavanjem provodljivosti unutar ćelije baterije do 30%, i takođe omogućava smanjenje potrošnje energije tokom procesa proizvodnje od preko 20%. U poslovnoj jedinici Beauty Care, na primer, Henkel je predstavio Colour Alchemy, inovaciju za farbanje kose za jedinstveni efekat boje zasnovan na vodećoj ekspertizi u tehnologiji nege kose. A u poslovnoj jedinici Deterdženti i kućna hemija, inovativni gelovi za mašine za pranje suđa su predstavljeni za brend Somat.

Takođe, Henkel je dodatno utvrdio **održivost** u poslovanju. Henkel je prošle godine predstavio i svoj „Okvir ambicija održivosti 2030+“ sa novim ambicijama i ciljevima.

U 2022. godini, Henkel je povećao udeo struje iz obnovljivih izvora na 70%, približavajući se svojoj ambiciji klimatski pozitivnog poslovanja do 2030. Henkel je takođe unapredio održivost svog portfolija proizvoda, na primer, koristeći obnovljive i reciklirane sirovine. Kroz partnerstvo sa kompanijom BASF, Henkel ima za cilj da zameni do 110.000 metričkih tona hemijskih sirovina za potrošačke proizvode koji se proizvode u Evropi, sa obnovljivim sirovinama kao deo procesa korišćenja biomase (*biomass balance*). Takođe, Henkel je emitovao još jednu obveznicu u iznosu od 650 miliona evra, koja je povezana sa postizanjem specifičnih ciljeva održivosti.

Henkel je takođe napredovao u digitalizaciji i povećao udeo digitalne prodaje u ukupnoj prodaji Grupe na više od 20%. Takođe, strukture su dodatno optimizovane u digitalnoj jedinici kompanije - Henkel dx, i stvorene su nove poslovne prilike, čemu je značajno doprinela RAQN digitalna poslovna platforma.

Takođe, **korporativna kultura** je dodatno ojačana – zasnovana na korporativnoj svrsi „Pioneers at heart for the good of generations“ i „Leader’s Commitments“ kompanije Henkel. U tom smislu, Henkel je nastavio da sprovodi nove programe obuke i razvoja, kao i holistički pristup pametnog rada, koji pruža globalni okvir za rad na daljinu, dizajniranje radnog okruženja i zdravstvene inicijative za zaposlene.

„Duboko smo ubeđeni da smo sa sektorom Henkel Consumer Brands postavili temelje za dodatni profitabilan rast naših potrošačkih brendova i cele kompanije. U sektoru Adhezivi Tehnologije se sistematično fokusiramo na megatrendove održivosti, mobilnosti i povezanosti, i želimo da iskoristimo lidersku tržišnu poziciju kako bismo dodatno unapredili rast i profitabilnost u narednim godinama. Dobro smo pozicionirani, imamo pravu strategiju i snažan tim. Potpuno sam ubeđen da ćemo postići naše ambiciozne ciljeve i uspešno realizovati našu agendu svrsishodnog rasta,“ rekao je Karsten Knobel.

O Henkelu

Zahvaljujući jakim brendovima, inovacijama i tehnologijama, Henkel zauzima vodeće pozicije u oblastima industrijskog tržišta, kao i proizvoda široke potrošnje. Poslovni sektor Adhezivi Tehnologije globalni je lider na tržištima adheziva, sredstava za zaptivanje i funkcionalnih premaza. Sa poslovnim sektorom Consumer Brands, kompanija zauzima vodeće pozicije na mnogim tržištima i kategorijama širom sveta, posebno u segmentima nege kose i deterdženata i kućne hemije. Tri najsnažnija brenda kompanije su Loctite, Persil i Schwarzkopf. U fiskalnoj 2022. godini, Henkel je ostvario prodaju više od 22 milijarde evra i korigovani operativni profit od oko 2,3 milijarde evra. Henkelove prioritetne akcije izlistane su u nemačkom indeksu DAX. Održivost ima dugu tradiciju u Henkelu i kompanija ima jasnu strategiju održivosti sa konkretnim ciljevima. Henkel je osnovan 1876. godine i danas zapošljava raznovrstan tim od više od 50.000 ljudi širom sveta – ujedinjen snažnom korporativnom kulturom, zajedničkim vrednostima, kao i zajedničkom svrhom: „Pioneers at heart for the good of generations.” 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.

Kontakt Jelena Gavrilović Šarenac Ana Rončević

Telefon +381 60 207-22 09 +381 11 207 21 99

Email jelena.sarenac@henkel.com ana.roncevic@henkel.com

Henkel Srbija d.o.o.