7. marec 2023

Celkovo silné obchodné výsledky v náročnom trhovom prostredí

**Spoločnosť Henkel zaznamenala výrazné zvýšenie obratu v roku 2022 a je pripravená na ďalší rast vo finančnom roku 2023**

* **Výsledky za rok 2022:**
	+ **Obrat na úrovni skupiny: 22,4 mld. eur, organický rast\* vo výške 8,8 %**
	+ **Prevádzkový zisk (EBIT)\*\*: 2,3 mld. eur, -13,7 %**
	+ **Marža EBIT\*\*: 10,4 %, -3,0 p.b.**
	+ **Výnos na prioritnú akciu (EPS)\*\*: 3,90 eur, -17,8% pri konštantných úrokových sadzbách**
* **Navrhovaná výška dividendy na úrovni predchádzajúceho roka: 1,85 eur na prioritnú akciu**
* **Pokrok v implementácii agendy pre zmysluplný rast**
* **Vytvorenie novej obchodnej divízie Consumer Brands**
* **Ďalšie posilnenie trvalej udržateľnosti v kľúčových oblastiach**
* **Výhľad na finančný rok 2023: očakáva sa ďalší rast**
	+ **Organický rast obratu: 1,0 až 3,0 %**
	+ **Marža EBIT\*\*: 10,0 až 12,0 %**
	+ **Výnos na prioritnú akciu (EPS)\*\*: nárast v rozpätí od -10,0 do +10,0 % (pri konštantných kurzových sadzbách)**

**Düsseldorf – „V priebehu veľmi náročného roka 2022 sme dosiahli výrazný rast obratu a výnosov a úspešne sme zaviedli dôležité strategické opatrenia. Podarilo sa nám čiastočne kompenzovať dramatický nárast nákladov na suroviny a logistiku prostredníctvom zvýšenia cien a trvalého zlepšovania výkonnosti. Odrazilo sa to na našom obrate, ktorý dosiahol nový rekord vo výške približne 22,4 mld. eur, aj na prevádzkovom zisku vo výške 2,3 mld. eur. Preto našim akcionárom navrhujeme vyplatiť stabilné dividendy na úrovni predchádzajúceho roka. Zlúčením našich spotrebiteľských obchodných divízií do novej divízie Consumer Brands sme tiež úspešne spustili jednu z najväčších transformácií našej spoločnosti za posledné desaťročia,“ povedal predseda predstavenstva spoločnosti Henkel Carsten Knobel.**

 **„Vďaka obrovskému nasadeniu nášho globálneho tímu, našej firemnej kultúre a jasnej dlhodobej stratégii sa nám podarilo vyrovnať s nástrahami uplynulého finančného roka. Myslím, že sme dobre pripravení previesť spoločnosť Henkel týmto zložitým obdobím a naplniť naše ambiciózne ciele. Sme pripravení na ďalší rast v aktuálnom finančnom roku, ktorý budú ťahať naše obchodné divízie Adhesive Technologies a Consumer Brands.“**

**Obrat a výnosy na úrovni skupiny za finančný rok 2022**

**Obrat** skupiny Henkel vo finančnom roku 2022 dosiahol 22 397 mil. eur, čo predstavuje nominálny rast na úrovni 11,6 % a výrazný **organický rast obratu** vo výške 8,8 %, ku ktorému prispelo zvýšenie cien v rámci všetkých obchodných divízií. Akvizície a odpredaje mali na obrat mierne negatívny vplyv na úrovni -1,1 %. Kurzový vývoj mal na obrat pozitívny vplyv vo výške -3,9 %.

Divízia **Adhesive Technologies** dosiahla dvojciferný organický rast obratu na úrovni 13,2 %, ku ktorému prispeli všetky jej obchodné segmenty. Divízia **Beauty Care** vykázala mierne negatívny vývoj organického obratu na úrovni -0,5 %. Kým pokračujúce oživenie v segmente profesionálnej vlasovej kozmetiky malo pozitívny vplyv, spotrebiteľský segment bol ovplyvnený najmä realizáciou avizovaných portfóliových opatrení. Divízia **Laundry & Home Care** dosiahla veľmi silný organický rast obratu na úrovni 6,3 %, a to najmä vďaka výraznému nárastu v kategórii pracích prostriedkov.

**Rozvíjajúce sa trhy** zaznamenali dvojciferný organický rast obratu vo výške 13,3 %, zatiaľ čo **vyspelé trhy** organicky vzrástli o 5,2 %.

**Upravený prevádzkový zisk (upravený zisk EBIT)** dosiahol v roku 2022 hodnotu 2 319 mil. eur v porovnaní s 2 686 mil. eur vo finančnom roku 2021 (-13,7 %). Výrazné zvýšenie cien vstupných surovín a logistických služieb negatívne zasiahlo ziskovosť na úrovni skupiny, pričom sa ho nepodarilo v plnej miere vykompenzovať pozitívnym cenovým vývojom a pokračujúcimi opatreniami na zníženie nákladov a zvýšenie efektívnosti vo výrobe a dodávateľskom reťazci.

**Upravená výnosnosť predaja (upravená marža EBIT)** na úrovni 10,4 % zaostala za úrovňou predchádzajúceho roka (2021: 13,4 %).

**Upravený výnos na prioritnú akciu** sa znížil o 14,5 % na hodnotu 3,90 eura (predchádzajúci rok: 4,56 eura). Pri konštantných kurzových sadzbách to predstavuje pokles o 17,8 %.

Pomer **čistého prevádzkového kapitálu** k obratusa v porovnaní s predchádzajúcim rokom zvýšil na 4,5 %, teda o 2,3 percentuálneho bodu. Uvedené zvýšenie bolo spôsobené predovšetkým výrazne vyššími cenami priamych materiálových vstupov.

**Voľný cash flow** dosiahol hodnotu 653 mil. eur, čo predstavuje výrazné zníženie v porovnaní s predchádzajúcim rokom (2021: 1 478 mil. eur). Príčinou boli vyšší čistý prevádzkový kapitál a nižší cash flow z prevádzkových činností v dôsledku nižšieho prevádzkového zisku.

Na konci roka mala **čistá finančná pozícia** hodnotu -1 267 mil. eur (-292 mil. eur k 31. decembru 2021). Uvedená hodnota zohľadňuje aj výdavky súvisiace s programom spätného odkupu akcií, ktorý bol spustený vo februári 2022, a výplatu dividend v druhom štvrťroku.

Predstavenstvo, dozorná rada a výbor akcionárov predložia výročnému valnému zhromaždeniu, ktoré sa bude konať 24. apríla 2023, návrh na vyplatenie dividend v rovnakej výške ako v predchádzajúcom roku, konkrétne vo výške 1,85 eura na prioritnú akciu a 1,83 eura na kmeňovú akciu. Podiel vyplácaných dividend predstavuje 46,6 % a prevyšuje cieľové rozpätie 30 až 40 %, pričom odráža neobvyklé zaťaženie výnosov, ktoré je spôsobené predovšetkým výrazne vyššími cenami komodít a logistickými nákladmi. Vyplatenie dividend v uvedenej výške je možné vďaka silnej finančnej základni a nízkemu čistému dlhu skupiny Henkel. Spoločnosť Henkel tak môže zachovať kontinuitu výplaty dividend svojim akcionárom.

**Výsledky obchodných divízií za finančný rok 2022**

**Obrat** divízie **Adhesive Technologies** za finančný rok 2022 bol nominálne vyšší o 16,6 % a dosiahol 11 242 mil. eur, pričom **organicky** vzrástol o 13,2 %. K zvýšeniu obratu prispelo dvojciferné tempo rastu cien. **Upravený prevádzkový zisk** sa medziročne mierne znížil na hodnotu 1 530 mil. eur (2012: 1 561 mil. eur). **Upravená výnosnosť predaja** dosiahla 13,6 % v porovnaní s 16,2 % v predchádzajúcom roku. Hlavnou príčinou bolo zníženie hrubej marže, na ktorú malo negatívny vplyv výrazné zvýšenie cien priamych materiálových vstupov.

**Obrat** divízie **Beauty Care** sa vo finančnom roku 2022 nominálne znížil o 2,6 % na hodnotu 3 775 mil. eur a**organicky** klesol o 0,5 %. Dôvodom bol rozdielny vývoj v jednotlivých segmentoch. Kým segment profesionálnej vlasovej kozmetiky zaznamenal veľmi silný rast obratu, spotrebiteľské segmenty organicky zaostali za minuloročnou úrovňou, predovšetkým z dôvodu implementácie avizovaných portfóliových opatrení. **Upravený prevádzkový zisk** dosiahol 269 mil. eur (predchádzajúci rok: 351 mil. eur) a **upravená výnosnosť predaja** klesla na 7,8 % (predchádzajúci rok: 9,5 %). Okrem poklesu hrubej marže to bolo čiastočne spôsobené aj miernym zvýšením investícií do marketingu a reklamy.

**Obrat** obchodnej divízie **Laundry & Home Care** sa vo finančnom roku 2022 nominálne zvýšil o 8,3 % a dosiahol hodnotu 7 152 mil. eur. **Organicky** sa zvýšil o 6,3 %. K zvýšeniu obratu prispel nárast cien, zatiaľ čo objem predaja klesol. **Upravený prevádzkový zisk** vo výške 614 mil. eur zaostal za úrovňou predchádzajúceho roka (904 mil. eur). **Upravená výnosnosť predaja** klesla na 8,6 % najmä v dôsledku zníženia hrubej marže spôsobeného výrazne vyššími cenami surovín a logistiky a zvýšenia výdavkov na marketing a reklamu.

**Výhľad na rok 2023**

V roku 2023 sa očakáva pokračovanie oslabovania globálneho ekonomického rastu. Podľa aktuálnych odhadov bude globálna ekonomika aj v roku 2023 čeliť rastúcej inflácii v dôsledku očakávaného nárastu nákladov na pracovnú silu a pretrvávajúcich vysokých cien energií a komodít. V tejto súvislosti sa preto očakáva jednociferný rast priemerných cien priamych materiálových vstupov v porovnaní s ich priemerom za rok 2022. Okrem toho aj úrokové sadzby pravdepodobne ostanú výrazne vyššie než v predchádzajúcich rokoch. Preto predpokladáme nižší priemyselný dopyt než v predchádzajúcom roku, ako aj spomalenie dynamiky spotrebiteľského dopytu v kľúčových segmentoch spotrebného tovaru spoločnosti Henkel. Do konca prvého štvrťroka 2023 sa navyše očakáva odpredaj obchodných činností v Rusku.

Po zohľadnení uvedených faktorov spoločnosť Henkel očakáva, že vo finančnom roku 2023 sa bude **organický rast obratu** pohybovať v rozpätí 1,0 až 3,0 %, pričom tento rast by mali dosiahnuť obidve obchodné divízie. Očakávaná **upravená výnosnosť predaja (upravená marža EBIT)** sa pohybuje v rozsahu 10,0 až 12,0 %. V prípade divízie Adhesive Technologies by sa upravená výnosnosť predaja mala pohybovať medzi 13,0 až 15,0 %, pri divízii Consumer Brands by to malo byť 7,5 až 9,5 %. Pokiaľ ide o výšku **upravených výnosov na prioritnú akciu (EPS)** pri konštantných kurzových sadzbách, spoločnosť Henkel očakáva vývoj v rozpätí -10,0 až +10,0 %.

**Úspešná implementácia agendy pre zmysluplný rast**

Spoločnosť Henkel pokračovala v implementácii svojej strategickej agendy aj napriek zložitému makroekonomickému a geopolitickému vývoju v roku 2022. Spoločnosť ďalej rozvíjala svoje obchodné aktivity a portfólio značiek, zvýšila konkurencieschopnosť v oblasti inovácií, udržateľnosti a digitalizácie, optimalizovala prevádzkové modely a posilňovala firemnú kultúru. Kľúčovým strategickým opatrením v roku 2022 bolo zlúčenie divízií Laundry & Home Care a Beauty Care do spoločnej integrovanej divízie Consumer Brands.

**Úspešný vznik novej obchodnej divízie Consumer Brands**

Koncom januára 2022 spoločnosť Henkel oznámila jednu zo svojich najväčších transformácií za posledné desaťročia: zlúčenie svojich dvoch spotrebiteľských divízií do jednej integrovanej obchodnej divízie pod názvom Consumer Brands. Nová obchodná divízia, ktorá vznikla začiatkom roka 2023, zastrešuje všetky spotrebiteľské značky v rámci všetkých trhových segmentov vrátane takých ikonických značiek ako Persil či Schwarzkopf a produktov profesionálnej vlasovej kozmetiky. Spoločnosť Henkel tým vytvorila multiproduktovú platformu s potenciálom rastu obratu vo výške približne 11 miliárd eur.

Ich zlúčením plánuje spoločnosť Henkel zvýšiť ziskovosť v oblasti spotrebného tovaru, a tým celej skupiny, a vytvoriť dodatočné momentum pre svoj ďalší rast. Na tento účel sa bude portfólio produktov pre domácnosť a vlasovej kozmetiky koncentrovať na strategické obchodné segmenty a značky s atraktívnym rastovým a maržovým potenciálom. Integrácia by mala priniesť výrazné synergické efekty, z ktorých časť bude použitá na cielené investície do strategických prioritných oblastí ako inovácie, udržateľnosť a digitalizácia, ako aj na posilnenie maržového a rastového profilu obchodnej divízie.

V strednodobom horizonte plánuje spoločnosť Henkel dosiahnuť hrubé úspory (pred ich reinvestovaním) vo výške približne 500 mil. eur. Synergický potenciál vyplýva z upravených odbytových a administratívnych štruktúr, cielenejšej reklamy a marketingu a optimalizovaného dodávateľského reťazca. Implementácia bude prebiehať vo dvoch fázach. V rámci prvej fázy prinesú opatrenia, ktoré budú implementované do konca roka 2023, čistú medziročnú úsporu vo výške približne 250 mil. eur, pričom ich vplyv by sa mal v plnom rozsahu prejaviť na výnosoch po roku 2024. Prvé čisté úspory vo výške asi 60 mil. eur sa podarilo dosiahnuť už v roku 2022.

Spoločnosť výrazne pokročila aj v transformácii svojho spotrebiteľského portfólia, kde oznámila, že prehodnotí svoje obchodné aktivity s obratom až do výšky 1 miliardy eur. V roku 2022 už takto úspešne získala približne 400 mil. eur – približne 200 mil. eur pochádzalo z opatrení na optimalizáciu portfólia a ďalších 200 mil. eur z odpredajov. Výsledkom je zásadná transformácia produktového portfólia spoločnosti, ktorej súčasťou je odchod z globálnych trhov s ústnou a pleťovou kozmetikou a z vybraných segmentov na trhoch s telovou kozmetikou. Henkel plánuje naďalej prehodnocovať a zjednodušovať svoje portfólio aj do budúcnosti.

V druhej fáze sa spoločnosť zameria na zefektívnenie dodávateľského reťazca. Na tento účel chce spoločnosť Henkel zvýšiť efektívnosť vlastnej výroby a optimalizovať sieť zmluvných výrobcov a obstarávacie náklady. V súlade so zásadou „jedna tvár pre zákazníka“ chce spoločnosť tiež podporiť komerčnú integráciu s optimalizovanými logistickými možnosťami. Druhá fáza integrácie už začala, pričom väčšina opatrení by mala byť zrealizovaná do konca roka 2025. Henkel očakáva, že tieto opatrenia prinesú dodatočné ročné čisté úspory vo výške približne 150 mil. eur, ktorých vplyv sa plne prejaví od roku 2026. Druhá fáza si zároveň vyžiada jednorazové náklady vo výške približne 250 mil. eur a kapitálové výdavky. Ich príslušná výška za rok 2023 je uvedená vo výhľade na aktuálny finančný rok.

**Konzistentný pokrok v rámci všetkých strategický pilierov agendy pre zmysluplný rast**

V rámci **aktívneho riadenia svojho portfólia** spoločnosť Henkel okremukončenia alebo odpredaja obchodných činností pokračuje v jeho rozširovaní prostredníctvom akvizícií. Spoločnosť získala divíziu profesionálnej vlasovej kozmetiky spoločnosti Shiseido na ázijsko-pacifických trhoch, čím si posilnila svoju pozíciu v tomto atraktívnom trhovom segmente prostredníctvom prémiových vlasových a stylingových produktov. V rámci divízie Adhesive Technologies spoločnosť Henkel rozšírila svoje odborné znalosti v oblasti inovatívnych technológií pre povrchové úpravy a tepelnoregulačné riešenia prostredníctvom dvoch technologických akvizícií.

Aj v roku 2022 spoločnosť Henkel uviedla na trh množstvo **inovácií**, ktoré reagujú na dôležité trendy a vytvárajú hodnotu pre zákazníkov a spotrebiteľov. Divízia Adhesive Technologies predstavila nové riešenie v oblasti vodivých náterov pre rýchlo rastúci trh akumulátorov do elektromobilov. Zvýšením vodivosti v článkoch až o 30 % nová technológia zvyšuje výkonnosť akumulátorov a zároveň umožňuje znížiť celkovú energetickú spotrebu výrobného procesu o viac než 20 %. Divízia Beauty Care predstavila inovatívne riešenie v oblasti farieb na vlasy pod názvom Colour Alchemy, ktoré prináša jedinečné farebné efekty s využitím špičkových technológií. Divízia Laundry & Home Care predstavila inovatívne gély pre umývačky riadu pod značkou Somat.

Spoločnosť Henkel ďalej tiež posilnila trvalú **udržateľnosť** svojich podnikateľských aktivít. Stratégia „2030+ Sustainability Ambition Framework“, ktorú spoločnosť predstavila minulý rok, obsahuje nové ambiciózne ciele v tejto oblasti. V roku 2022 spoločnosť Henkel zvýšila podiel spotreby elektriny z obnoviteľných zdrojov na 70 %, čím sa priblížila k svojmu cieľu dosiahnuť do roku 2020 klimatickú pozitivitu svojich prevádzok. Zároveň posilnila udržateľnosť svojho produktového portfólia napríklad zvýšením používania obnoviteľných a recyklovaných surovín. V rámci partnerstva so spoločnosťou BASF má Henkel za cieľ nahradiť až 110 000 metrických ton chemikálií používaných pri výrobe spotrebných produktov v Európe obnoviteľnými surovinami s využitím procesu rovnováhy biomasy. Okrem toho vydala ďalší dlhopis v objeme 650 mil. eur, ktorý je naviazaný na dosiahnutie konkrétnych cieľov v oblasti trvalej udržateľnosti.

Spoločnosť Henkel pokračovala aj v **digitalizácii** svojich operácií a podiel digitálneho obratu na obrate skupiny zvýšila na viac než 20 percent. Pokračovala tiež optimalizácia štruktúr digitálnej divízie Henkel dx a vznikli nové obchodné príležitosti, ku ktorým výrazne prispela digitálna obchodná platforma RAQN.

V oblasti **prevádzkových modelov pripravených na budúcnosť** sa spoločnosť v roku 2022 zamerala na zlúčenie obchodných divízií Laundry & Home Care a Beauty Care.

Spoločnosť Henkel pokračovala v posilňovaní **firemnej** **kultúry** v súlade so svojím mottom „Pioneers at heart for the good of generations“ a svojimi záväzkami v podobe „Leadership Commitments“. V tejto súvislosti spoločnosť Henkel pokračovala v zavádzaní nových vzdelávacích a rozvojových programov, ako aj holistickej koncepcie Smart Work, ktorá poskytuje globálny rámec pre mobilnú prácu, dizajn pracovného prostredia a iniciatívy na podporu zdravia zamestnancov.

 „Sme hlboko presvedčení, že divízia Consumer Brands položila základy ďalšieho profitabilného rastu našich spotrebiteľských segmentov aj celej spoločnosti. V rámci divízie Adhesive Technologies sa systematicky zameriavame na megatrendy udržateľnosti, mobility a konektivity, pričom jej globálnu vedúcu trhovú pozíciu chceme využiť na ďalšie zvýšenie rastu a ziskovosti v najbližších rokoch. Naša pozícia je výborná. Máme správnu stratégiu a silný tím. Som plne presvedčený, že naše ambiciózne ciele splníme a úspešne zrealizujeme našu agendu pre zmysluplný rast,“ zhrnul Carsten Knobel.

O spoločnosti Henkel

Vďaka svojim značkám, inováciám a technológiám je spoločnosť Henkel svetovým lídrom na trhoch s priemyselným a spotrebným tovarom. Obchodná divízia Adhesive Technologies je globálnym lídrom na trhu so spojovacími a lepiacimi materiálmi, tmelmi a funkčnými nátermi. Obchodná divízia Consumer Brands sa drží na popredných miestach na mnohých svetových trhoch predovšetkým v segmentoch vlasovej kozmetiky a pracích a čistiacich prostriedkov pre domácnosť. Medzi tri najsilnejšie značky spoločnosti patria Loctite, Persil a Schwarzkopf. Vo finančnom roku 2021 vykázala spoločnosť Henkel obrat vo výške viac než 20 mld. eur a upravený prevádzkový zisk približne vo výške 2,7 mld. eur. Prioritné akcie spoločnosti Henkel sú kótované na nemeckom akciovom indexe DAX. Udržateľnosť už dlhodobo patrí medzi tradičné priority spoločnosti Henkel, pričom na plnenie konkrétnych cieľov má spoločnosť vypracovanú jasnú stratégiu dlhodobej udržateľnosti. Spoločnosť Henkel bola založená v roku 1876 a dnes celosvetovo zamestnáva viac než 50 000 zamestnancov, ktorých spája silná firemná kultúra, spoločné hodnoty a spoločné poslanie: „Pioneers at heart for the good of generations“. Viac informácií nájdete na stránkach [www.henkel.com](http://www.henkel.com).

O spoločnosti Henkel Slovensko

Na Slovensku pôsobí Henkel vo všetkých troch strategických oblastiach už od roku 1991 a zároveň je HENKEL SLOVENSKO spol. s r. o. pôsobiskom najväčšej expertnej pobočky Global Business Solutions+ spoločnosti Henkel celosvetovo. Global Business Solutions+ Bratislava ‏(GBS+ Bratislava) patrí od svojho založenia v roku 2006 k dôležitej súčasti spoločnosti Henkel, zabezpečujúcej služby v Európe a globálne vo viac než 30 jazykoch. V súčasnosti zamestnáva viac než 1 600 pracovníkov. HENKEL SLOVENSKO spol. s r. o. predáva viac ako 50 značiek a dnes zamestnáva, spolu s GBS+ Bratislava, viac ako 1 800 zamestnancov. Viac informácií nájdete na stránke [www.henkel.sk](http://www.henkel.sk).

Kontakt

Zuzana Kaňuchová

Riaditeľka korporátnej komunikácie

Telefón: +421 917 160 597

E-mail: zuzana.kanuchova@henkel.com