7. březen 2023

Celkově silné obchodní výsledky v náročném trhovém prostředí

**Společnost Henkel zaznamenala výrazné zvýšení obratu v roce 2022 a je připravená na další růst ve finančním roce 2023**

* **V****ýsledky za rok 2022:**
	+ **Obrat na úrovni skupiny: 22,4 mld. eur, organický růst\* ve výši 8,8 %**
	+ **Provozní zisk (EBIT)\*\*: 2,3 mld. eur, -13,7 %**
	+ **Marže EBIT\*\*: 10,4 %, -3,0 p.b.**
	+ **Výnos na prioritní akcii (EPS)\*\*: 3,90 eur, -17,8% při konstantních úrokových sazbách**
* **Navrhovaná výše dividendy na úrovni předchozího roku: 1,85 eur na prioritní akcii**
* **Pokrok v implementaci agendy pro smysluplný růst**
* **Vytvoření nové obchodní divize Consumer Brands**
* **Další posílení trvalé udržitelnosti v klíčových oblastech**
* **Výhled na finanční rok 2023: očekává se další růst**
	+ **Organický růst obratu: 1,0 až 3,0 %**
	+ **Marže EBIT\*\*: 10,0 až 12,0 %**
	+ **Výnos na prioritní akcii (EPS)\*\*: nárůst v rozmezí od -10,0 do +10,0 % (při konstantních kurzových sazbách)**

**Düsseldorf – „Během velmi náročného roku 2022 jsme dosáhli výrazného růstu obratu a výnosů a úspěšně jsme zavedli důležitá strategická opatření. Podařilo se nám částečně kompenzovat dramatický nárůst nákladů na suroviny a logistiku skrz zvýšení cen a trvalé zlepšování výkonnosti. Odrazilo se to na našem obratu, který dosáhl nového rekordu ve výši přibližně 22,4 mld. eur, a také na provozním zisku ve výši 2,3 mld. eur. Proto našim akcionářům navrhujeme vyplatit stabilní dividendy na úrovni předchozího roku. Sloučením našich spotřebitelských obchodních divizí do nové divize Consumer Brands jsme také úspěšně spustili jednu z největších transformací naší společnosti za uplynulá desetiletí,“ řekl předseda představenstva společnosti Henkel Carsten Knobel.**

**„Díky obrovskému nasazení našeho globálního týmu, naší firemní kultuře a jasné dlouhodobé strategii jsme se dokázali vyrovnat s nástrahami uplynulého finančního roku. Myslím, že jsme dobře připraveni provést společnost Henkel tímto složitým obdobím a naplnit naše ambiciózní cíle. Jsme připraveni na další růst v aktuálním finančním roce, ve kterém budou stěžejní naše obchodní divize Adhesive Technologies a Consumer Brands.“**

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

**Obrat** skupiny Henkel ve finančním roce 2022 dosáhl 22 397 mil. eur, což představuje nominální růst na úrovni 11,6 % a výrazný **organický růst obratu** ve výši 8,8 %, ke kterému přispělo zvýšení cen v rámci všech obchodních divizí. Akvizice a odprodeje měli na obrat mírně negativní vliv na úrovni -1,1 %. Kurzový vývoj měl na obrat pozitivní vliv ve výši -3,9 %.

Divize **Adhesive Technologies** dosáhla dvouciferného organického růstu obratu na úrovni 13,2 %, k jemuž přispěly všechny její obchodní segmenty. Divize **Beauty Care** vykázala mírně negativní vývoj organického obratu na úrovni -0,5 %. Zatímco pokračující oživení v segmentu profesionální vlasové kosmetiky mělo pozitivní vliv, spotřebitelský segment byl ovlivněn zejména realizací avizovaných portfoliových opatření. Divize **Laundry & Home Care** dosáhla velmi silného organického růstu obratu na úrovni 6,3 %, a to zejména díky výraznému nárůstu v kategorii pracích prostředků.

**Rozvíjející se trhy** zaznamenaly dvouciferný organický růst obratu ve výši 13,3 %, zatímco **vyspělé trhy** organicky vzrostly o 5,2 %.

**Upravený provozní zisk (upravený zisk EBIT)** dosáhl v roce 2022 hodnoty 2 319 mil. eur ve srovnání s 2 686 mil. eur ve finančním roce 2021 (-13,7 %). Výrazné zvýšení cen vstupních surovin a logistických služeb negativně zasáhlo ziskovost na úrovni skupiny, přičemž se ho nepodařilo plně kompenzovat pozitivním cenovým vývojem a pokračujícími opatřeními pro snížení nákladů a zvýšení efektivnosti ve výrobě a dodavatelském řetězci.

**Upravená výnosnost prodeje (upravená marže EBIT)** na úrovni 10,4 % nedosáhla ani úrovně minulého roku (2021: 13,4 %).

**Upravený výnos na prioritní akcii** se snížil o 14,5 % na hodnotu 3,90 eura (předešlý rok: 4,56 eura). Při konstantních kurzových sazbách to představuje pokles o 17,8 %.

Poměr **čistého provozního kapitálu** k obratuse ve srovnání s minulým rokem zvýšil na 4,5 %, tedy o 2,3 procentuálního bodu. Uvedené zvýšení bylo způsobeno především výrazně vyššími cenami přímých materiálových vstupů.

**Volný cash flow** dosáhl hodnoty 653 mil. eur, což představuje výrazné snížení ve srovnání s předešlým rokem (2021: 1 478 mil. eur). Příčinou byli vyšší čistý provozní kapitál a nižší cash flow z provozních činností v důsledku nižšího provozního zisku.

Na konci roku měla **čistá finanční pozice** hodnotu -1 267 mil. eur (-292 mil. eur k 31. prosinci 2021). Uvedená hodnota bere v úvahu také výdaje související s programem zpětného odkupu akcií, který byl spuštěn v únoru 2022, a výplatu dividend ve druhém čtvrtletí.

Představenstvo, dozorčí rada a výbor akcionářů předloží výročnímu valnému shromáždění, jež se uskuteční 24. dubna 2023, návrh na vyplacení dividend ve stejné výši jako v předchozím roce, konkrétně ve výši 1,85 eura na prioritní akcii a 1,83 eura na kmenovou akcii. Podíl vyplácených dividend představuje 46,6 % a převyšuje cílové rozmezí 30 až 40 %, přičemž odráží neobvyklé zatížení výnosů, které je způsobeno především výrazně vyššími cenami komodit a logistickými náklady. Vyplacení dividend v uvedené výši je možné díky silné finanční základně a nízkému čistému dluhu skupiny Henkel. Společnost Henkel tak může zachovat kontinuitu výplaty dividend svým akcionářům.

**Výsledky obchodních divizí za finanční rok 2022**

**Obrat** divize **Adhesive Technologies** za finanční rok 2022 byl nominálně vyšší o 16,6 % a dosáhl 11 242 mil. eur, přičemž **organicky** vzrostl o 13,2 %. Ke zvýšení obratu přispělo dvouciferné tempo růstu cen. **Upravený provozní zisk** se meziročně mírně snížil na hodnotu 1 530 mil. eur (2012: 1 561 mil. eur). **Upravená výnosnost prodeje** dosáhla 13,6 % ve srovnání se 16,2 % v předchozím roce. Hlavní příčinou bylo snížení hrubé marže, na kterou mělo negativní vliv výrazné zvýšení cen přímých materiálových vstupů.

**Obrat** divize **Beauty Care** se ve finančním roce 2022 nominálně snížil o 2,6 % na hodnotu 3 775 mil. eur a**organicky** klesl o 0,5 %. Důvodem byl rozdíl ve vývoji v jednotlivých segmentech. Zatímco segment profesionální vlasové kosmetiky zaznamenal velmi silný růst obratu, spotřebitelské segmenty organicky zůstaly pozadu za úrovní předešlého roku, především z důvodu implementace avizovaných portfoliových opatření. **Upravený provozní zisk** dosáhl 269 mil. eur (v předešlém roce: 351 mil. eur) a **upravená výnosnost prodeje** klesla na 7,8 % (v předešlém roce: 9,5 %). Kromě poklesu hrubé marže to bylo částečně způsobeno i mírným zvýšením investic do marketingu a reklamy.

**Obrat** obchodní divize **Laundry & Home Care** se ve finančním roce 2022 nominálně zvýšil o 8,3 % a dosáhl hodnoty 7 152 mil. eur. **Organicky** se zvýšil o 6,3 %. Ke zvýšení obratu přispěl nárůst cen, zatímco objem prodeje klesl. **Upravený provozní zisk** ve výši 614 mil. eur nedosáhl úrovně předešlého roku (904 mil. eur). **Upravená výnosnost prodeje** klesla na 8,6 % zejména v důsledku snížení hrubé marže způsobeného výrazně vyššími cenami surovin a logistiky a zvýšení výdajů na marketing a reklamu.

**Výhled na rok 2023**

V roce 2023 se očekává další oslabování globálního ekonomického růstu. Podle aktuálních odhadů bude globální ekonomika i v roce 2023 čelit rostoucí inflaci v důsledku očekávaného nárůstu nákladů na pracovní sílu a přetrvávajících vysokých cen energií a komodit. V této souvislosti se proto očekává jednociferný růst průměrných cen přímých materiálových vstupů ve srovnání s jejich průměrem za rok 2022. Kromě toho i úrokové sazby pravděpodobně zůstanou výrazně vyšší než v předchozích letech. Proto předpokládáme nižší průmyslovou poptávku než v předchozím roce, jakož i zpomalení dynamiky spotřebitelské poptávky v klíčových segmentech spotřebního zboží společnosti Henkel. Do konce prvního čtvrtletí 2023 se navíc očekává prodej obchodních činností v Rusku.

Po zohlednění uvedených faktorů společnost Henkel očekává, že ve finančním roce 2023 se bude **organický růst obratu** pohybovat v rozmezí 1,0 až 3,0 %, přičemž tohoto růstu by měly dosáhnout obě obchodní divize. Očekávaná **upravená výnosnost prodeje (upravená marže EBIT)** se pohybuje v rozmezí 10,0 až 12,0 %. V případě divize Adhesive Technologies by se upravená výnosnost prodeje měla pohybovat mezi 13,0 až 15,0 %, při divizi Consumer Brands by to mělo být 7,5 až 9,5 %. Co se týče výšky **upravených výnosů na prioritní akcii (EPS)** při konstantních kurzových sazbách, společnost Henkel očekává vývoj v rozmezí -10,0 až +10,0 %.

**Úspěšná implementace agendy pro smysluplný růst**

Společnost Henkel pokračovala v implementaci své strategické agendy i přes složitý makroekonomický a geopolitický vývoj v roce 2022. Společnost dále rozvíjela své obchodní aktivity a portfolio značek, zvýšila konkurenceschopnost v oblasti inovací, udržitelnosti a digitalizace, optimalizovala provozní modely a posilovala firemní kulturu. Klíčovým strategickým opatřením v roce 2022 bylo sloučení divizí Laundry & Home Care a Beauty Care do společné integrované divize Consumer Brands.

**Úspěšný vznik nové obchodní divize Consumer Brands**

Na konci ledna 2022 společnost Henkel oznámila jednu ze svých největších transformací za poslední desetiletí: sloučení svých dvou spotřebitelských divizí do jedné integrované obchodní divize pod názvem Consumer Brands. Nová obchodní divize, jež vznikla na začátku roku 2023, zastřešuje všechny spotřebitelské značky v rámci všech trhových segmentů, včetně takových ikonických značek jako Persil nebo Schwarzkopf a produktů profesionální vlasové kosmetiky. Společnost Henkel tím vytvořila multiproduktovou platformu s potenciálem růstu obratu ve výši přibližně 11 miliard eur.

Jejich sloučením plánuje společnost Henkel zvýšit ziskovost v oblasti spotřebního zboží, a tím celé skupiny, a vytvořit dodatečné momentum pro svůj další růst. Pro tento účel se bude portfolio produktů pro domácnost a vlasové kosmetiky soustředit na strategické obchodní segmenty a značky s atraktivním růstovým a maržovým potenciálem. Integrace by měla přinést výrazné synergické efekty, z nichž část bude použita na cílené investice do strategických prioritních oblastí jako inovace, udržitelnost a digitalizace, a také na posílení maržového a růstového profilu obchodní divize.

Ve střednědobém horizontu plánuje společnost Henkel dosáhnout hrubých úspor (před jejich reinvestováním) ve výši přibližně 500 mil. eur. Synergický potenciál vyplývá z upravených odbytových a administrativních struktur, cílenější reklamy a marketingu a optimalizovaného dodavatelského řetězce. Implementace bude probíhat ve dvou fázích. V rámci první fáze opatření implementovaná do konce roku 2023 přinesou čistou meziroční úsporu ve výši približně 250 mil. eur, přičemž jejich vliv by se měl v plném rozsahu projevit na výnosech po roce 2024. Prvních čistých úspor ve výši asi 60 mil. eur se podařilo dosáhnout již v roce 2022.

Společnost výrazně pokročila i v transformaci svého spotřebitelského portfolia, kde oznámila, že přehodnotí své obchodní aktivity s obratem až do výše 1 miliardy eur. V roce 2022 už takto úspěšně získala přibližně 400 mil. eur – přibližně 200 mil. eur pocházelo z opatření na optimalizaci portfolia a dalších 200 mil. eur z odprodejů. Výsledkem je zásadní transformace produktového portfolia společnosti, jejíhož součástí je odchod z globálních trhů s ústní a pleťovou kosmetikou a z vybraných segmentů na trzích s tělovou kosmetikou. Henkel plánuje i nadále přehodnocovat a zjednodušovat svoje portfolio.

Ve druhé fázi se společnost zaměří na zefektivnění dodavatelského řetězce. Pro tento účel chce společnost Henkel zvýšit efektivnost vlastní výroby a optimalizovat síť smluvních výrobců a pořizovací náklady. V souladu se zásadou „jedna tvář pro zákazníka“ chce společnost také podpořit komerční integraci s optimalizovanými logistickými možnostmi. Druhá fáze integrace již započala, přičemž většina opatření by měla být zrealizována do konce roku 2025. Henkel očekává, že tato opatření přinesou dodatečné roční čisté úspory ve výši přibližně 150 mil. eur, kterých vliv se plně projeví od roku 2026. Druhá fáze si zároveň vyžádá jednorázové náklady ve výši přibližně 250 mil. eur a kapitálové výdaje. Jejich příslušné výše za rok 2023 jsou uvedeny ve výhledu na aktuální finanční rok.

**Konzistentní pokrok v rámci všech strategický pilířů agendy pro smysluplný růst**

V rámci **aktivního řízení svého portfolia** společnost Henkel kroměukončení nebo odprodeje obchodních činností pokračuje v jeho rozšiřování prostřednictvím akvizic. Společnost získala divizi profesionální vlasové kosmetiky společnosti Shiseido na asijsko-pacifických trzích, čímž posílila svou pozici v tomto atraktivním trhovém segmentu prostřednictvím prémiových vlasových a stylingových produktů. V rámci divize Adhesive Technologies společnost Henkel rozšířila své odborné znalosti v oblasti inovativních technologií pro povrchové úpravy a tepelněregulační řešení skrz dvě technologické akvizice.

I v roce 2022 společnost Henkel uvedla na trh mnoho **inovací**, které reagují na důležité trendy a vytvářejí hodnotu pro zákazníky a spotřebitele. Divize Adhesive Technologies představila nová řešení v oblasti vodivých nátěrů pro rychle rostoucí trh akumulátorů do elektromobilů. Zvýšením vodivosti v článcích až o 30 % nová technologie zvyšuje výkonnost akumulátorů a zároveň umožňuje snížit celkovou energetickou spotřebu výrobního procesu o více než 20 %. Divize Beauty Care představila inovativní řešení v oblasti barev na vlasy pod názvem Colour Alchemy, které přináší jedinečné barevné efekty s využitím špičkových technologií. Divize Laundry & Home Care představila inovativní gely pro myčku nádobí pod značkou Somat.

Společnost Henkel dále posílila trvalou **udržitelnost** svých podnikatelských aktivit. Strategie „2030+ Sustainability Ambition Framework“, již společnost představila loni, obsahuje nové ambiciózní cíle v této oblasti. V roce 2022 společnost Henkel zvýšila podíl spotřeby elektřiny z obnovitelných zdrojů na 70 %, čímž se přiblížila ke svému cíli dosáhnout do roku 2020 klimatickou pozitivitu svých provozoven. Zároveň posílila udržitelnost svého produktového portfolia například zvýšením používání obnovitelných a recyklovaných surovin. V rámci partnerství se společností BASF má Henkel za cíl nahradit až 110 000 metrických tun chemikálií používaných při výrobě spotřebních produktů v Evropě obnovitelnými surovinami s využitím procesu rovnováhy biomasy. Kromě toho vydala další dluhopis v objemu 650 mil. eur vázaný na dosažení konkrétních cílů v oblasti trvalé udržitelnosti.

Společnost Henkel pokračovala i v **digitalizaci** svých operací a podíl digitálního obratu na obratu skupiny zvýšila na více než 20 procent. Pokračovala také optimalizace struktur digitální divize Henkel dx a vznikly nové obchodní příležitosti, ke kterým výrazně přispěla digitální obchodní platforma RAQN.

V oblasti **provozních modelů připravených na budoucnost** se společnost v roce 2022 zaměřila na sloučení obchodních divizí Laundry & Home Care a Beauty Care.

Společnost Henkel pokračovala v posilování **firemní** **kultury** v souladu se svým mottem „Pioneers at heart for the good of generations“ a svými závazky v podobě „Leadership Commitments“. V této souvislosti společnost Henkel pokračovala v zavádění nových vzdělávacích a rozvojových programů, jakož i  holistické koncepce Smart Work, jež poskytuje globální rámec pro mobilní práci, design pracovního prostředí a iniciativy na podporu zdraví zaměstnanců.

„Jsme hluboce přesvědčeni, že divize Consumer Brands položila základy dalšího profitabilního růstu našich spotřebitelských segmentů a celé společnosti. V rámci divize Adhesive Technologies se systematicky zaměřujeme na megatrendy udržitelnosti, mobility a konektivity, přičemž její globální vedoucí trhovou pozici chceme využít k dalšímu zvýšení růstu a ziskovosti v nejbližších letech. Naše pozice je výborná. Máme správnou strategii a silný tým. Jsem plně přesvědčen, že naše ambiciózní cíle splníme a úspěšně zrealizujeme naši agendu pro smysluplný růst,“ shrnul Carsten Knobel.

**O společnosti Henkel**

Díky svým značkám, inovacím a technologiím je společnost Henkel světovým lídrem na trzích s průmyslovým a spotřebním zbožím. Obchodní divize Adhesive Technologies je globálním lídrem na trhu se spojovacími a lepícími materiály, tmely a funkčními nátěry. Obchodní divize Consumer Brands se drží na předních místech na mnoha světových trzích především v segmentech vlasové kosmetiky a pracích a čistících prostředků pro domácnost. Mezi tři nejsilnější značky společnosti patří Loctite, Persil a Schwarzkopf. Ve finančním roce 2021 vykázala společnost Henkel obrat ve výši přes 20 mld. eur a upravený provozní zisk přibližně ve výši 2,7 mld. eur. Prioritní akcie společnosti Henkel jsou kótovány na německém akciovém indexu DAX. Udržitelnost patří již dlouho k tradičním prioritám společnosti Henkel, přičemž k plnění konkrétních cílů má společnost vypracovanou jasnou strategii dlouhodobé udržitelnosti. Společnost Henkel byla založena v roce 1876 a dnes celosvětově zaměstnává přes 50 000 zaměstnanců, již spojuje silná firemní kultura, společné hodnoty a společné poslání: „Pioneers at heart for the good of generations“. Více informací najdete na stránkách [www.henkel.com](http://www.henkel.com).

Kontakt

Zuzana Kaňuchová

Ředitelka korporátní komunikace

Telefon: +421 917 160 597

E-mail: [zuzana.kanuchova@henkel.com](zuzana.kanuchova%40henkel.com)