



## Tlačová správa

4. březen 2023

Dobrý start do finančního roku 2023

### Henkel zaznamenává velmi silný organický růst obratu v prvním čtvrtletí

- **Obrat skupiny organicky vzrostl o 6,6 % na přibližně 5,6 mld. eur; nominálně 6,4 %**
- **Růst podpořený velmi silným nárůstem obratu v obou divizích:**
  - Adhesive Technologies s organickým růstem na úrovni 6,8 %, nominálně 6,1 %
  - divize Consumer Brands dosáhla organického růstu obratu na úrovni 7,0 %, nominálně 7,3 %
- **Ukončení obchodních činností v Rusku uzavřeno**
- **Další pokrok v implementaci strategické agendy růstu**
- **Výhled na finanční rok 2023 potvrzen**

Düsseldorf, 4. květen 2023 – V prvním čtvrtletí 2023 společnost Henkel zvýšila obrat skupiny na přibližně 5,6 mld. eur. Velmi silný organický růst obratu na úrovni 6,6 % byl podpořen dvouciferným nárůstem cen, přičemž objemy zaostaly za úrovní předchozího roku. V nominálním vyjádření se obrat zvýšil o 6,4 %.

*„Zaznamenali jsme velmi silný start do tohoto roku, a to i přes přetrvávající náročné podmínky na trhu. **Velmi výrazné zvýšení obratu** v obou obchodních divizích zvýrazňuje robustnost našeho portfolia úspěšných značek a inovativních technologií. V prvním čtvrtletí jsme pokračovali v našich cenových opatřeních s cílem dále kompenzovat nepříznivé vlivy v oblasti nákladů na suroviny a logistiku,“* řekl předseda představenstva společnosti Henkel Carsten Knobel. *„Dnes jsme potvrdili náš **výhled** na rok 2023 a díky vývoji, který je charakterizován velmi silným organickým růstem obratu v prvním čtvrtletí, se do současného finančního roku díváme s jistotou.“*

Divize **Adhesive Technologies** dosáhla v prvním čtvrtletí velmi silného organického růstu obratu díky všem kategoriím. Stejně tak nová divize **Consumer Brands** zaznamenala velmi silný organický růst obratu, ke kterému také přispěly všechny kategorie.

## Obrat podle divizí

v milionech eur	Obrat		+/-	Organický
	1. čtvrtletí 2022	1. čtvrtletí 2023		
Skupina Henkel	5 271	5 609	6,4 %	6,6 %
Adhesive Technologies	2 631	2 791	6,1 %	6,8 %
Consumer Brands <sup>1</sup>	2 584	2 772	7,3 %	7,0 %

1. Pro forma údaje za předchozí rok na základě souhrnných výsledků divizí Beauty Care a Laundry & Home Care.

*„Pokračovali jsme také v plnění našich strategických priorit a dosáhli jsme významného pokroku. Například v naší divizi Consumer Brands důsledně prosazujeme integraci a důraz na portfolio a zároveň pokračujeme v přizpůsobování organizační struktury divize Adhesive Technologies tak, abychom se ještě více přiblížili naší zákaznické základně, přičemž v obou divizích jsme úspěšně zavedli důležité inovace,“* vysvětlil Carsten Knobel.

V rámci strategie alokace kapitálu společnost Henkel v roce 2022 poprvé v historii spustila program zpětného odkupu akcií. Program byl úspěšně ukončen v prvním čtvrtletí 2023, přičemž do konce března společnost zpětně odkoupila akcie v celkové hodnotě přibližně 1 mld. eur.

Společnost Henkel oznámila podepsání dohody o **odprodeji podnikatelských aktivit v Rusku** konzorciu místních finančních investorů 20. dubna 2023. Svoje rozhodnutí ukončit podnikatelské aktivity v Rusku oznámila společnost Ioni po útoku na Ukrajinu. Transakce byla mezitím dokončena; prodejní cena představuje 54 mld. rublů (přibližně 600 mil. eur).



## Tisková zpráva

### Obrat na úrovni skupiny

**Obrat na úrovni skupiny** se v **prvním čtvrtletí 2023 nominálně** zvýšil o 6,4 % z 5 271 mil. eur ve stejném čtvrtletí předchozího roku na aktuálních 5 609 mil. eur. **Organicky** (tj. po úpravě o kurzové vlivy a vlivy akvizic a odprodeje) se zvýšil o 6,6 %. Tento velmi silný růst obratu na úrovni skupiny byl způsoben zvyšováním cen. Akvizice a odprodeje snížily obrat o 1,1 %, zatímco kurzový vývoj měl na obrat mírně pozitivní vliv na úrovni 0,9 %.

### Obrat na úrovni skupiny

v miliónech eur	1. čtvrtletí 2022	1. čtvrtletí 2023
<b>Obrat</b>	<b>5 271</b>	<b>5 609</b>
<b>Změna proti předchozímu roku</b>	<b>6,1 %</b>	<b>6,4 %</b>
Kurzové vlivy <sup>1</sup>	0,2 %	<b>0,9 %</b>
<b>Upraveno o kurzové vlivy</b>	<b>5,9 %</b>	<b>5,5 %</b>
Akvizice/odprodeje <sup>2</sup>	-1,1 %	<b>-1,1 %</b>
<b>Organický</b>	<b>7,1 %</b>	<b>6,6 %</b>
z toho cena	9,4 %	<b>12,0 %</b>
z toho objem	-2,3 %	<b>-5,4 %</b>

1. Včetně vlivu uplatňování mezinárodního účetního standardu IAS 29 (Finanční vykazování v hyperinflačních ekonomikách) pro Turecko.
2. Včetně vývoje organického obratu v Rusku od začátku druhého čtvrtletí 2022 v souvislosti s ohlášeným ukončením podnikání v této zemi.

Region Evropy dosáhl v prvním čtvrtletí organického růstu obratu na úrovni 4,2 %. V regionu Indie, Blízkého východu a Afriky (**IMEA**) se obrat organicky zvýšil o 27,8 %. V regionu **Severní Ameriky** jsme zaznamenali organické zvýšení obratu o 7,1 %. Organický růst obratu za region

**Latinské Ameriky** představoval 17,6 %. Region **Asie a Pacifiku** zaznamenal organický obrat na úrovni -4,8 %.

## Obrat podle regionů<sup>1</sup>

	<b>Evrop a</b>	<b>IMEA</b>	<b>Sever ní Ameri ka</b>	<b>Latins ká Ameri ka</b>	<b>Asie a Pacifi k</b>	<b>Firem ní seкто r</b>	<b>Skupin a Henkel</b>
<b>v milionech eur</b>							
<b>Obrat<sup>2</sup> leden – březen 2023</b>	<b>2 201</b>	<b>563</b>	<b>1 584</b>	<b>411</b>	<b>805</b>	<b>46</b>	<b>5 609</b>
Obrat <sup>2</sup> leden – březen 2022	2 152	529	1 358	338	838	56	<b>5 271</b>
Změna proti stejn. čtvrtletí předch. roku	2,3 %	6,5 %	16,6 %	21,5 %	-4,0 %	–	<b>6,4 %</b>
Organický	4,2 %	27,8 %	7,1 %	17,6 %	-4,8 %	–	<b>6,6 %</b>
<b>Podíl na obratu skupiny za rok 2023</b>	<b>39 %</b>	<b>10 %</b>	<b>28 %</b>	<b>7 %</b>	<b>14 %</b>	<b>1 %</b>	<b>100 %</b>
Podíl na obratu skupiny za rok 2022	41 %	10 %	26 %	6 %	16 %	1 %	<b>100 %</b>

1. Údaje z předchozího roku za regiony Evropa, IMEA a Asie a Pacifik jsou uvedeny na pro forma základu vzhledem ke změněné struktuře vykazování podle regionů.

2. Podle sídla společnosti.

## Obrat divize Adhesive Technologies

V **prvním čtvrtletí 2023** vzrostl **obrat** divize Adhesive Technologies **nominálně** o 6,1 % z 2 631 mil. eur ve stejném čtvrtletí předchozího roku na současných 2 791 mil. eur.

**Organicky** (tj. po úpravě o kurzové vlivy a vlivy akvizic a odprodeje) jsme obrat zvýšili o 6,8 % ve srovnání s prvním čtvrtletím 2022. Ceny zaznamenaly dvouciferný procentuální nárůst, zatímco objemy byly nižší než ve stejném čtvrtletí předchozího roku. Kurzový vývoj měl na obrat pozitivní vliv ve výši 1,1 %, zatímco příspěvek akvizic/odprodeje byl negativní na úrovni -1,8 %.

## Obrat divize Adhesive Technologies

v milionech eur	1. čtvrtletí 2022	1. čtvrtletí 2023
<b>Obrat</b>	<b>2 631</b>	<b>2 791</b>
Podíl na obratu skupiny	50 %	50 %
<b>Změna proti předchozímu roku</b>	<b>11,6 %</b>	<b>6,1 %</b>
Kurzové vlivy <sup>1</sup>	1,6 %	1,1 %
<b>Upraveno o kurzové vlivy</b>	<b>10,0 %</b>	<b>5,0 %</b>
Akvizice/odprodeje <sup>2</sup>	-0,7 %	-1,8 %
<b>Organický</b>	<b>10,7 %</b>	<b>6,8 %</b>
z toho cena	10,6 %	11,4 %
z toho objem	0,1 %	-4,6 %

1. Včetně vlivu uplatňování mezinárodního účetního standardu IAS 29 (Finanční vykazování v hyperinflačních ekonomikách) pro Turecko.
2. Včetně vývoje organického obratu v Rusku od začátku druhého čtvrtletí 2022 v souvislosti s ohlášeným ukončením podnikání v této zemi.

K velmi silnému organickému růstu obratu v divizi Adhesive Technologies v prvním čtvrtletí přispěly všechny obchodní oblasti. Oblast **mobility a elektronického průmyslu** zaznamenala dvouciferný organický růst obratu na úrovni 12,6 %. K tomuto nárůstu přispěly obchodní oblasti automobilového průmyslu a průmyslového zboží, přičemž elektronický průmysl zaznamenal negativní vývoj vzhledem k náročným tržním podmínkám. Obchodní oblast **obalů a spotřebního zboží** dosáhla organického růstu obratu na úrovni 1,0 %. Pokles obratu v segmentu obalů byl více než dostatečně kompenzován velmi silným růstem obratu v segmentu spotřebního zboží. V oblasti výrobků pro **řemeslníky, profesionály a stavebnictví** byl zaznamenán organický růst obratu na úrovni 7,0 % ve srovnání se stejným čtvrtletím předchozího roku, přičemž k tomuto vývoji přispěly všechny obchodní oblasti.

## Obrat podle obchodní oblasti<sup>1</sup>

v milionech eur	Obrat		+/-	Organický
	1. čtvrtletí 2022	1. čtvrtletí 2023		
Adhesive Technologies	2 631	2 791	6,1 %	6,8 %
Mobilita a elektronický průmysl	851	959	12,6 %	12,6 %
Obaly a spotřební zboží	893	884	-1,0 %	1,0 %
Řemeslníci, profesionálové a stavebnictví	887	948	6,9 %	7,0 %

1. Pro forma údaje za každou kategorii v souvislosti s ohlášenou optimalizací organizační struktury.

Z pohledu regionů dosáhla divize Adhesive Technologies výrazného organického růstu obratu v **Evropě**. V tomto regionu byl negativní vývoj v oblasti obalů a spotřebního zboží více než dostatečně kompenzován růstem v oblasti mobility a elektronického průmyslu. **Severní Amerika** rovněž zaznamenala výrazný růst obratu zejména s přispěním oblasti mobility a elektronického průmyslu. Regiony **IMEA** a **Latinské Ameriky** dosáhly dvouciferného nárůstu organického obratu, přičemž v obou regionech k tomuto vývoji přispěla oblast mobility a elektronického průmyslu. Naproti tomu byl v organickém vyjádření obrat v **asijsko-pacifickém regionu** nižší ve srovnání s úrovní předchozího roku. Důvodem byl zejména vývoj v Číně vzhledem k celkově náročnému tržnímu prostředí, které přetrvávalo i po skončení místních omezení souvisejících s onemocněním COVID-19, jakož i v kombinaci s poklesem v segmentu elektronického průmyslu, který souvisel s vývojem na trhu.

## Obrat divize Consumer Brands

Divize Consumer Brands zvýšila v **prvním čtvrtletí 2023 obrat nominálně** o 7,3 % na 2 772 mil. eur. **Organicky** (tj. po úpravě o kurzové vlivy a vlivy akvizic a odprodeje) byl obrat o 7,0 % vyšší ve srovnání s úrovní ze stejného období předchozího roku. Meziročně divize zaznamenala dvouciferný nárůst cen za současného poklesu objemů, a to částečně v důsledku vlivů opatření v oblasti optimalizace portfolia. Kurzový vývoj měl na obrat mírně pozitivní vliv na úrovni 0,8 %. Akvizice a odprodeje snížily obrat o 0,5 %.

## Obrat divize Consumer Brands<sup>1</sup>

v milionech eur	1. čtvrtletí 2022	1. čtvrtletí 2023
<b>Obrat</b>	<b>2 584</b>	<b>2 772</b>
Podíl na obratu skupiny	49 %	49 %
<b>Změna proti předchozímu roku</b>	<b>0,1 %</b>	<b>7,3 %</b>
Kurzové vlivy <sup>2</sup>	-1,1 %	0,8 %
<b>Upraveno o kurzové vlivy</b>	<b>1,2 %</b>	<b>6,5 %</b>
Akvizice/odprodeje <sup>3</sup>	-1,5 %	-0,5 %
<b>Organický</b>	<b>2,7 %</b>	<b>7,0 %</b>
z toho cena	8,3 %	12,7 %
z toho objem	-5,6 %	-5,7 %

1. Pro forma údaje za předchozí rok na základě souhrnných výsledků divizí Beauty Care a Laundry & Home Care.
2. Včetně vlivu uplatňování mezinárodního účetního standardu IAS 29 (Finanční vykazování v hyperinflačních ekonomikách) pro Turecko.
3. Včetně vývoje organického obratu v Rusku od začátku druhého čtvrtletí 2022 v souvislosti s ohlášeným ukončením podnikání v této zemi.

V oblasti **pracích a čistících prostředků** (Laundry & Home Care) byl v prvním čtvrtletí zaznamenán velmi silný organický růst obratu na úrovni 6,3 %. Segment pracích prostředků (Laundry Care) dosáhl výrazného zvýšení organického obratu zejména díky silnému růstu v kategorii čistících prostředků na textilie (Fabric Cleaning) a dvoucifernému zvýšení v kategorii péče o textilie (Fabric Care). V oblasti čistících prostředků pro domácnost (Home Care) byl zaznamenán solidní růst, ke kterému přispělo především dvouciferné zvýšení obratu v kategorii čistících prostředků na nádobí. Růst organického obratu v oblasti **péče o vlasy** včetně profesionální péče o vlasy představoval 9,9 %. Dosáhli jsme dvouciferného růstu ve spotřebitelském segmentu zejména díky kategorii přípravků na styling vlasů. V oblasti profesionální péče o vlasy byl zaznamenán silný organický růst obratu.

## Obrat podle obchodní oblasti <sup>1</sup>

v milionech eur	Obrat		+/-	Organický
	1. čtvrtletí 2022	1. čtvrtletí 2023		
Consumer Brands	2 584	2 772	7,3 %	7,0 %
Prací a čisticí prostředky	1 692	1 789	5,8 %	6,3 %
Péče o vlasy	711	811	14,7 %	9,9 %
Jiné spotřební zboží	181	171	-7,4 %	1,6 %

1. Pro forma údaje za předchozí rok na základě souhrnných výsledků divizí Beauty Care a Laundry & Home Care.

Všechny regiony, ve kterých divize Consumer Brands působí, dosáhly v prvním čtvrtletí zvýšení organického obratu. Region **Evropy** vykázal v prvním čtvrtletí pozitivní organický růst obratu, a to zejména díky oblasti péče o vlasy, zatímco obrat v oblasti pracích a čisticích prostředků byl nižší než ve stejném čtvrtletí předchozího roku. Region **Severní Ameriky** dosáhl velmi silného růstu organického obratu, ke kterému přispěly všechny obchodní oblasti. Region **IMEA**, jakož i region **Latinské Ameriky**, zaznamenaly dvouciferné zvýšení organického obratu v rámci všech obchodních oblastí. Růst obratu v **asijsko-pacifickém** regionu byl velmi silný, k čemuž rovněž přispěly všechny obchodní oblasti.

## Čistá aktiva a finanční pozice skupiny

V čistých aktivech a finanční pozici skupiny nedošlo ve sledovaném období k žádným podstatným změnám ve srovnání se situací k 31. prosinci 2022.

## Výhled skupiny Henkel

Výhled na finanční rok 2023, zveřejněný 7. března 2023, byl potvrzen.

V tomto roce společnost Henkel nadále očekává **růst organického obratu** mezi 1,0 až 3,0 %, přičemž v tomto pásmu by se měly pohybovat obě obchodní divize. **Upravená výnosnost prodeje (upravená marže EBIT)** by se měla nadále pohybovat mezi 10,0 až 12,0 %.

V případě divize Adhesive Technologies se upravená výnosnost prodeje očekává v rozsahu



od 13,0 do 15,0 % a v případě Consumer Brands od 7,5 do 9,5 %. Co se týče **upravených výnosů na prioritní akci (EPS)**, Henkel očekává vývoj v rozpětí mezi -10,0 a +10,0 % při konstantních kurzových sazbách.

### **Podrobnosti o změně struktury vykazování od 1. čtvrtletí 2023**

Počínaje prvním čtvrtletím 2023 společnost Henkel mění strukturu vykazování tak, aby odrážela nové organizační uspořádání. Odteď bude společnost vykazovat výsledky svých dvou obchodních divizí Adhesive Technologies a Consumer Brands. Jak již bylo oznámeno, Henkel bude vykazovat i klíčové údaje o obratu na úrovni jednotlivých kategorií, čímž se zvýší transparentnost. Konkrétně bude společnost odteď vykazovat obrat včetně nominálního a organického růstu obratu. V rámci divize Consumer Brands se tyto údaje vykazují za oblasti Prací a čisticí prostředky, Péče o vlasy a Jiné spotřební zboží. Kromě toho společnost Henkel optimalizuje organizační strukturu v rámci své divize Adhesive Technologies v zájmu efektivnějšího využívání výhod plynoucích z rozsahu a schopností, což společnosti zároveň umožní zůstat blízko k zákazníkům a trhu. V budoucnu bude tato obchodní divize zahrnovat tři oblasti: Mobilita a elektronický průmysl, Obaly a spotřební zboží, a Výrobky pro řemeslníky, profesionály a stavebnictví. Tato nová struktura je již zohledněna v předmětné zprávě za první čtvrtletí 2023, tj. ještě před její úplnou implementací v rámci organizace s účinností od druhého čtvrtletí 2023.

Společnost také mírně upravila svoji strukturu vykazování podle regionů, aby lépe odrážela rozdělení zodpovědnosti v rámci manažmentu. Od prvního čtvrtletí 2023 bude Henkel poskytovat komentáře k výsledkům za regiony Evropa, IMEA (India, Blízký východ, Afrika), Severní Amerika, Latinská Amerika, jakož i Asie a Pacifik.

Poznámka: Všechny jednotlivé hodnoty v tomto dokumentu jsou zaokrouhleny. Jejich součet se může od uvedených celkových výsledků lišit.

### **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 lepicími 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 čisticích 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](mailto:zuzana.kanuchova@henkel.com)