10. avgust 2023.

Održan trend rasta sa značajnim poboljšanjem prihoda u prvom polugodištu

Henkel povećao prognoze za prodaju i prihode u 2023.

* **Prodaja grupe povećala se organski za 4,9% u prvom polugodištu na oko 10,9 milijardi evra (nominalno 0,1 odsto) - vrlo snažan rast u oba poslovna sektora**
* **Operativna dobit (EBIT)\* porasla je značajno na 1.254 miliona evra (+7,6 odsto)**
* **EBIT marža\* zabeležila je snažno povećanje na 11,5 odsto (+80 baznih poena)**
* **Prihod po prioritetnoj akciji (EPS)\* povećan na 2,13 evra, sa dvocifrenim rastom od +14,4 odsto po konstantnom kursu**
* **Implementacija strateškog rasta dosledno se sprovodi**
* **Povećane prognoze za fiskalnu godinu 2023:** 
  + **Organski rast prodaje: na 2,5 do 4,5 odsto**
  + **EBIT marža\*: na 11,0 do 12,5 odsto**
  + **Prihod po prioritetnoj akciji (EPS)\*:   
    povećanje u opsegu od +5 do +20 odsto pri konstantnom kursu**

Diseldorf – Henkel je značajno uvećao prodaju i prihod u prvoj polovini 2023. godine u poslovnom okruženju koje nastavlja da bude izazovno.

„Postigli smo vrlo snažan rast u oba poslovna sektora. U isto vreme, uspeli smo da značajno unapredimo naš prihod uprkos kontinuiranim pritiscima zbog visokih troškova materijala i logistike. Nakon snažnih rezultata u prvom polugodištu, osećamo se sigurno povodom ostatka godine, i značajno smo povećali **prognoze za rezultate za celu godinu** u pogledu prodaje i prihoda,“ rekao je izvršni direktor Henkela Karsten Knobel.

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

„Takođe smo ostvarili dobar napredak u sprovođenju naše **agende strateškog rasta** u prvih šest meseci ove godine. U poslovnom sektoru Consumer Brands, sprovodimo integraciju brže nego što je planirano. U isto vreme, dosledno usmeravamo naš portfolio ka brendovima i proizvodima sa visokim maržama i visokim stopama rasta. Ovo takođe odražavaju i rezultati poslovnog sektora. U poslovnom sektoru Adhezivi tehnologije, dodatno smo prilagodili organizacionu strukturu našim kupcima kako bismo proširili našu vodeću globalnu poziciju i dodatno pojačali trend rasta. Pored toga, sprovodimo važne inicijative u oblastima održivosti i digitalizacije kako bismo dodatno unapredili našu konkurentnu poziciju,“ objasnio je Karsten Knobel.

**Prodaja i prihodi u prvoj polovini 2023. godine**

Sa 10.926 miliona evra, **prodaja Henkel grupe** u prvom polugodištu 2023. godine bila je 0,1 odsto iznad nivoa prethodne godine (drugo tromesečje: 5.316 miliona evra, -5,8 odsto). Ovo odgovara veoma snažnom **organskom rastu prodaje o**d 4,9 odsto (drugo tromesečje: 3,2 odsto). Uticaji deviznih kursnih razlika negativno su uticali na rezultate prodaje sa -2,5 odsto (drugo tromesečje: -5,8 odsto). Akvizicije i prodaje su smanjile prodaju za -2,2 odsto (drugo tromesečje: -3,2 odsto).

U prvom polugodištu godine, organski rast prodaje u regionu **Evrope** dostigao je 2,4 odsto (drugo tromesečje: 0,8 odsto). **Korigovana operativna dobit (korigovani EBIT)** porasla je u prvom polugodištu za 7,6 odsto na 1.254 miliona evra, u odnosu na 1.166 miliona evra u istom periodu prethodne godine. Povećanje je podržano razvojem prodajnih cena, uštedama zbog stvaranja integrisanog poslovnog sektora Brendovi robe široke potrošnje i merama optimizacije portfelja. **Korigovana EBIT marža** uvećana je 80 baznih poena na 11,5 odsto.

**Korigovani prihod po prioritetnoj akciji** porastao je na 2,13 evra u prvom polugodištu 2023. Po konstantnom kursu, to predstavlja povećanje od 14,4 odsto u odnosu na isti period prethodne godine. **Neto obrtna sredstva** uvećana su 0,8 procentualnih poena na 6,1 odsto prodaje (isti period prethodne godine: 5,2 odsto). **Slobodan novčani tok** dostigao je 749 miliona evra, i time je značajno premašio nivo iz prvog polugodišta 2022. (46 miliona evra), posebno zbog većih tokova gotovine iz operativnih aktivnosti tokom fiskalne godine. **Neto finansijska pozicija** na dan 30. jun 2023. iznosila je -1.311 miliona evra (31. decembar 2022: -1.267 miliona evra).

Dvadesetog aprila 2023. Henkel je najavio potpisivanje sporazuma kako bi **prodao svoje poslovne aktivnosti u Rusiji** konzorcijumu lokalnih finansijskih investitora. Kompanija je najavila napuštanje poslovanja u Rusiji nakon napada Rusije na Ukrajinu prošle godine. Transakcija je sklopljena, a cena iznosi 54 milijardi rubalja (oko 600 miliona evra).

**Razvoj poslovnih sektora u prvoj polovini 2023.**

**Prodaja** poslovnog sektora **Adhezivi tehnologije** zabeležila je stabilnu nominalnu promenu od 0,1 odsto na 5.475 miliona evra u prvoj polovini 2023. godine (drugo tromesečje: 2.683 miliona evra, -5,4 odsto). Prodaja je **organski** porasla za 4,7 odsto (drugo tromesečje: 2,7 odsto). Porast je postignut pomoću dvocifrenog povećanja cena, dok je količina prodaje ostala ispod nivoa iz prethodne godine usled umanjene potražnje u pojedinim relevantnim konačnim tržištima. Poslovna oblast Mobilnosti i elektronike postigla je dvocifreni organski rast prodaje od 10,9 odsto (drugo tromesečje: 9,2 odsto). Poslovna oblast Ambalaže i roba široke potrošnje, organska promena prodaje bila je -1,5 odsto (drugo tromesečje: -3,7 odsto). U poslovnoj oblasti Zanatlije, građevina i proizvodi za profesionalce, prodaja je povećana organski za 4,0 odsto (drugo tromesečje: 2,9 odsto). **Korigovana operativna dobit** uvećana je 3,0 odsto na 766 miliona evra u prvom polugodištu 2023. u odnosu na 743 miliona evra u istom periodu prethodne godine. **Korigovani prinos od prodaje** povećan je na 14,0 odsto u odnosu na 13,6 odsto iz istog perioda prethodne godine. Povećanje cena posebno je imalo pozitivan uticaj.

Poslovni sektor **Henkel Consumer Brands** generisao je **prodaju** od 5.365 miliona evra u prvih pest meseci 2023. godine (drugo tromesečje: 2.594 miliona evra). To predstavlja nominalnu promenu od 0,6 odsto (drugo tromesečje: -5,7 odsto). Prodaja je **organski** porasla za 5,7 odsto, zahvaljujući promenama cena (drugo tromesečje: 4,5 odsto). Nasuprot tome, količina prodaje je opala, delimično usled tekućih mera optimizacija portfelja. Poslovno sektor Deterdženti i kućna hemija takođe je zabeležila veoma snažan organski rast prodaje od 5,3 odsto (drugo tromesečje: 4,4 odsto). Poslovna oblast Nega kose zabeležila je ukupan organski rast prodaje od 7,9 odsto u prvom polugodištu 2023. (drugo tromesečje: 6,1 odsto). Poslovna oblast Ostali potrošački proizvodi nije imala promene u prvom polugodištu (0,0 odsto, drugo tromesečje: -1,4 odsto). **Korigovani operativni profit** iznosio je 559 miliona evra, 15,9 odsto više od rezultata u istom periodu prošle godine. Ovo povećanje podržali su razvoj prodajnih cena kako bi se dodatno nadoknadile i dalje visoke direktne cene materijala, ušteda od integracije poslovanja u oblasti robe široke potrošnje u okviru novog poslovnog sektora Brendovi robe široke potrošnje, i mere optimizacije portfelja. **Korigovani prinos od prodaje** uvećan je na 10,4 odsto.

**Sprovođenje agende rasta se dosledno nastavlja**

U prvoj polovini 2023. godine, Henkel je nastavio da ispunjava strateške prioritete svoje agende svrsishodnog rasta i postiže dobar napredak u svim oblastima.

U prvoj polovini 2023. godine, **spajanje** bivših sektora Deterdženti i kućna hemija i Beauty Care u poslovni sektor **Consumer Brands** je sprovedeno brže od planiranog. Tokom procesa, Henkel je ostvario dodatne uštede – sveukupno, kompanija teži da ostvari neto uštede (pre reinvestiranja) od najmanje 400 miliona evra do kraja 2026. godine. Henkel se takođe dodatno fokusirao na svoj portfolio Brendova robe široke potrošnje. Tokom procesa, brendovi i delatnosti sa ukupnom prodajom od 0,5 milijardi evra su prodati ili prekinuti nakon objave spajanja sa brendovima robe široke potrošnje. Takođe, Henkel je ojačao svoj portfolio sa kupovinom brenda deterdženata i kućne hemije Earthwise na Novom Zelandu. Integrisanje poslovanja profesionalnih proizvoda za negu kose kompanije Shiseido u regionu Azija-Pacifik, koje je Henkel preuzeo prošle godine, teče po planu, a poslovanje postiže dobre rezultate.

Kao deo druge faze integracije, koja je počela početkom ove godine, koja se fokusira na izvrsnost lanca snabdevanja, sprovedene su inicijalne mere. Ovo uključuje, između ostalog, konsolidaciju proizvodne mreže za evropsko poslovanje proizvoda za negu kose i tela. Takođe, tzv. 1-1-1 princip je predstavljen u prvim zemljama. Ovo se odnosi na sprovođenje komercijalne integracije sa optimizovanim logističkim procesima u skladu sa principom „jedno lice prema kupcu“. Ovo znači: jedna narudžbina, jedna isporuka, jedna faktura.

U poslovnom sektoru **Adhezivi tehnologije**, Henkel je uspostavio optimizovanu **organizacionu strukturu** u prvoj polovini 2023. Ovo omogućava poslovnom sektoru da koristi prednosti veličine i kompetencija na efikasniji način u okviru tri poslovne oblasti: mobilnost i elektronika, ambalaža i roba široke potrošnje, i zanatlije, građevinarstvo i profesionalci, istovremeno obezbeđujući blizinu kupcima i tržištima.

Kako bi dodatno ojačao svoju **konkurentnost**, Henkel se fokusira na snažne **inovacije** u atraktivnim poslovnim oblastima. Ovo je doprinelo rastu u oba poslovna sektora u prvoj polovini 2023. Na primer, u sektoru Adhezivi tehnologije, inovativna rešenja kompanije Henkel koja se koriste u proizvodnji električnih vozila su zabeležila organski rast prodaje od oko 70% u prvih šest meseci ove godine u poređenju sa istim periodom prethodne godine. U poslovnim sektoru Consumer Brands, brend Persil je ostvario dvocifren organski rast prodaje, podstaknut ponovnim lansiranjem proizvoda sa jedinstvenom, novom enzimskom tehnologijom koji dostupan u 30 zemalja.

Henkel je takođe ostvario dalji napredak u oblasti **održivosti.**  Na primer, na putu postizanja klimatski pozitivnog karbonskog otiska za svoje proizvodne pogone do 2030. godine, Henkel je prebacio još 10 lokacija na karbonski neutralnu proizvodnju u prvoj polovini 2023. Henkel je takođe nastavio sa važnim inicijativama u oblasti **digitalizacije**. Ovde, korišćenje veštačke inteligencije igra sve značajniju ulogu.

„Sve u svemu, ponosimo se uspešnim poslovnim rezultatima u prvoj polovini godine i dobrim napretkom koji smo ostvarili u sprovođenju naše strateške agende – uprkos uporno teškom ekonomskom okruženju,“ rekao je Karsten Knobel. „Uvereni smo da ćemo uspešno oblikovati budućnost za kompaniju Henkel. Zajedno kao veoma motivisan tim, zasnovan na snažnoj korporativnoj kulturi i sa jasnom strategijom rasta. U poslovnoj oblasti Adhezivi tehnologije, mi smo globalni lider i nudimo inovativna rešenja sa jasnim fokusom na buduće trendove poput mobilnosti, povezanosti, i održivosti. A sa poslovnim sektorom Brendovi robe široke potrošnje, mi smo postavili temelje za dalji profitabilni rast u našem poslovanju sa robom široke potrošnje“.

O kompaniji Henkel

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)

Ovaj dokument sadrži izjave koje se odnose na buduće poslovanje, finansijske rezultate i druge događaje ili okolnosti u budućnosti koje su važne za Henkelu koje se mogu smatrati izjavama koje se odnose na budućnost. Izjave koje se odnose na budućnost se odlikuju rečima poput „očekivati“, „nameravati“, „planirati“, „predviđati“, „procenjivati“, i sličnim terminima. Ove informacije sadrže izjave koje se odnose na budućnost zasnovane na trenutnim procenama i predviđanjima rukovodstva kompanije Henkel AG & Co. KGaA. 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 rivala i drugih uključenih u tržište. Henkel ne planira niti se obavezuje da ažurira bilo koju izjavu koja se odnosi na budućnost.

Ovaj dokument uključuje dodatne finansijske mere koje nisu jasno definisane u primenjivom okviru finansijskog izveštavanja, i koje su ili mogu biti alternative merama rezultata.  
Ovaj dokument je izdat isključivo u svrhe o Ove dodatne finansijske mere ne bi trebalo posmatrati izolovane ili kao alternative merama Henkelove 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 informativne svrhe i ne predstavlja nameru da čini investicioni savet ili ponudu za prodaju, niti poziv za ponudu za kupovinu bilo kojih 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.