

Kvartalno izvješće za treći kvartal 2023.

srpanj – rujan

Nastavak trenda rasta u trećem kvartalu

Poboljšana prognoza za Henkel za poslovnu godinu 2023.

- **prodajni rezultati Grupe: oko 5,4 milijarde eura, organski rast prodaje od +2,8 posto**
- **organsko povećanje prodaje potaknuto objema poslovnim jedinicama:**
 - **Ljepila i tehnologije: pozitivan organski rast prodaje od +0,8 posto**
 - **Consumer Brands: iznimno velik organski rast prodaje od +6,2 posto**
- **poslovna jedinica Ljepila i tehnologije značajnije se usmjerila na rast putem postupaka pripajanja i stjecanja uz stjecanje društva Critica Infrastructure**
- **poslovna jedinica Consumer Brands: integracija napreduje znatno brže od planiranog – do kraja 2023. očekuje se više od 80 % uštede**
- **poboljšana prognoza za poslovnu godinu 2023.:**
 - **organski rast prodaje: 3,5 – 4,5 posto (prethodno: 2,5 – 4,5 posto)**
 - **prilagođeni prinos od prodaje (operativna marža): 11,5 – 12,5 posto (prethodno: 11,0 – 12,5 posto)**
 - **prilagođena zarada po povlaštenoj dionici (EPS): povećanje u rasponu od +15 do +25 posto pri stalnim tečajevima (prethodno: +5 do +20 posto)**

Düsseldorf, 9. studenoga 2023. – U trećem kvartalu 2023. Grupa Henkel zabilježila je ukupnu prodaju od otprilike 5,4 milijarde eura i ostvarila organski rast prodaje od 2,8 posto. Taj je rast potaknut stalnim visokim cijenama zbog znatno viših cijena sirovina u usporedbi s prethodnom godinom. Kretanje količine prodaje bilo je negativno, ali zabilježeno je zamjetno poboljšanje u usporedbi s drugim kvartalom. Nominalno je prodaja bila –9,0 posto manja u odnosu na isti kvartal prethodne godine, uglavnom zbog prekida poslovnih aktivnosti u Rusiji u drugom kvartalu i negativnih deviznih učinaka.

„Unatoč stalnim izazovima tržišnog okruženja, trend rasta uspješno se nastavio u trećem kvartalu, čemu su pridonijele obje poslovne jedinice. Na temelju tih rezultata danas se poboljšala naša prognoza za tekuću poslovnu godinu. Kad je riječ o prilagođenoj zaradi po povlaštenoj dionici, sada očekujemo znatno povećanje u rasponu od 15 do 25 posto pri stalnim tečajevima“, rekao je glavni izvršni direktor Henkela Carsten Knobel.

„Također smo ojačali portfelj naše poslovne jedinice Ljepila i tehnologije atraktivnim stjecanjem, što odražava i naše izraženije usmjerenje na rast putem postupaka pripajanja i stjecanja. Usto, integracija naše poslovne jedinice Consumer Brands vidno je uspješnija od planirane, što čini najveću transformaciju našeg društva posljednjih desetljeća.”

Unatoč tome što je potražnja i dalje ograničena na nekim krajnjim tržištima relevantnima za Henkel, poslovna jedinica Ljepila i tehnologije zabilježila je pozitivan organski rast prodaje u trećem kvartalu zahvaljujući poslovnom području mobilnosti i elektronike te poslovnom području obrtničke djelatnosti, graditeljstva i profesionalne djelatnosti. Iznimno velik organski rast prodaje za poslovnu jedinicu Consumer Brands, koja od početka godine posluje u novoj organizaciji, potaknula su globalna poslovna područja Laundry & Home Care i Hair.

„Kretanje količine prodaje u obje poslovne jedinice u trećem se kvartalu vidno poboljšalo u odnosu na prethodni kvartal, čime su potvrđena naša očekivanja navedena prilikom objave rezultata za prvo polugodište. Očekujemo nastavak poboljšanja i u nadolazećem kvartalu”, dodao je Knobel.

Osim toga, Henkel je u trećem kvartalu nastavio uspješno napredovati s provedbom svog strateškog plana rasta. Stjecanjem društva Critica Infrastructure Henkel je portfelju svoje poslovne jedinice Ljepila i tehnologije dodao atraktivno poduzeće iz povezanog poslovnog područja radi stvaranja platforme za daljnji rast: Critica je specijalizirani dobavljač inovativnih kompozitnih rješenja za popravak i učvršćivanje koja se koriste za mnoge industrijske primjene. U poslovnoj jedinici Consumer Brands integracija potrošačkih poduzeća napreduje bolje od očekivanog. Očekuje se da će više od 80 posto neto uštede od oko 250 milijuna eura čije je ostvarenje prvotno planirano do kraja 2024. biti ostvareno već do kraja 2023. Osim toga, društvo je u okviru portfelja poslovne jedinice Consumer Brands stavilo snažan naglasak na brendove i proizvode s velikom maržom i prospektima rasta.

„U trećem kvartalu nastavili smo dosljedno poticati naše strateške prioritete u objema poslovnim jedinicama. Stoga smo i dalje na pravom putu za daljnji rast i jačanje naših vodećih položaja na svjetskom tržištu”, rekao je Knobel.

Prodajni rezultati Grupe

Ukupna prodaja Grupe u trećem kvartalu 2023. dosegla je 5.440 milijuna eura, što čini **nominalno** smanjenje od –9,0 posto u odnosu na isti kvartal prethodne godine. Učinci stjecanja i dezinvesticija, uključujući učinak prodaje poslovnih interesa u Rusiji, smanjili su prodaju za –5,5 posto. Na prodajna kretanja negativno su utjecali i devizni učinci, koji su smanjili prodaju za –6,3 posto.

Prodaja je **organski** (tj. prilagođeno za tečajne promjene i stjecanja/dezinvesticije) porasla za 2.8 posto. Taj je rast potaknut stalnim visokim cijenama u objema poslovnim jedinicama. Količina prodaje smanjila se u odnosu na prethodnu godinu, no kretanje količine u objema poslovnim jedinicama nastavilo se vidno poboljšavati u usporedbi s drugim kvartalom 2023.

Prodaja je u prvih **devet mjeseci 2023.** dosegla 16.366 milijuna eura, što čini **nominalno** smanjenje od –3,1 posto. Henkel je zabilježio iznimno velik **organski** rast prodaje od 4,1 posto, potaknut dvoznamenkastim povećanjem cijena.

Prodajni rezultati poslovne jedinice Ljepila i tehnologije

Poslovna jedinica Ljepila i tehnologije u trećem kvartalu 2023. ostvarila je **prodaju** od 2.711 milijuna eura (prethodna godina: 2.995 milijuna eura). To čini **nominalno** kretanje od –9,5 posto. Prodaja je **organski** (tj. prilagođeno za tečajne promjene i stjecanja/dezinvesticije) porasla za 0,8 posto. Taj je rast potaknut znatnim povećanjem cijena. Nasuprot tome, količina prodaje bila je manja od prošlogodišnje jer je potražnja na nekim relevantnim krajnjim tržištima ostala slaba. Stjecanja/dezinvesticije smanjile su prodaju za –3,8 posto. Devizni učinci imali su dodatni negativan utjecaj od –6,5 posto.

U **prvih devet mjeseci 2023.** poslovna jedinica Ljepila i tehnologije zabilježila je **nominalni** pad prodaje na 8.186 milijuna eura, odnosno pad od –3,3 posto. Ta je poslovna jedinica, zahvaljujući cijenama, ostvarila velik **organski** rast prodaje od 3,3 posto.

Prodajni rezultati poslovne jedinice Consumer Brands

Poslovna jedinica Consumer Brands u trećem kvartalu 2023. ostvarila je **prodaju** od 2.695 milijuna eura, što je **nominalni** pad od –7,6 posto u odnosu na isti kvartal prethodne godine. Prodaja je **organski** (tj. prilagođeno za tečajne promjene i stjecanja/dezinvesticije) porasla za 6,2 posto. Taj je rast potaknut dvoznamenkastim povećanjem cijena. S druge se strane količina prodaje smanjila, između ostalog zbog aktualnih mjera optimiranja portfelja. Devizni učinci smanjili su prodaju za –6,3 posto, a stjecanja/dezinvesticije imale su negativan učinak od –7,5 posto.

U **prvih devet mjeseci 2023. godine prodaja** u poslovnoj jedinici Consumer Brands dosegla je 8.060 milijuna eura, što znači da se nominalno smanjila za –2,3 posto u odnosu na prethodnu godinu.

Prodaja je, zahvaljujući cijenama, **organski** porasla za 5,9 posto.

Neto imovina i financijski položaj Grupe

U promatranom razdoblju nije bilo značajnih promjena u neto imovini i financijskom položaju Grupe u usporedbi sa stanjem na dan 30. lipnja 2023. godine.

Prognoza za Grupu Henkel

Na temelju poslovnih rezultata u prvih devet mjeseci 2023. i pretpostavki za ostatak godine Upravni odbor društva Henkel AG & Co. KGaA odlučio je poboljšati prognozu za poslovnu godinu 2023.

Za **Grupu Henkel** sad se očekuje da će organski rast prodaje u poslovnoj godini 2023. iznositi 3,5 – 4,5 posto (prethodno: 2,5 – 4,5 posto). Očekuje se da će organski rast prodaje u poslovnoj jedinici **Ljepila i tehnologije** iznositi 2,5 – 3,5 posto (prethodno: 2,0 – 4,0 posto), a u poslovnoj jedinici **Consumer Brands** 5,0 – 6,0 posto (prethodno: 3,0 – 5,0 posto).

Za **Grupu Henkel** trenutačno se očekuje da će **prilagođeni prinos od prodaje (operativna marža)** iznositi 11,5 – 12,5 posto (prethodno: 11,0 – 12,5 posto). Za poslovnu jedinicu **Ljepila i tehnologije** očekuje se da će prilagođeni prinos od prodaje iznositi 14,0 – 15,0 posto (prethodno: 13,5 – 15,0 posto), a za poslovnu jedinicu **Consumer Brands** 10,0 – 11,0 posto (prethodno: 9,5 – 11,0 posto).

Raspon očekivanih rezultata za **prilagođenu zaradu po povlaštenoj dionici (EPS)** pri stalnim tečajevima sada je povećan na 15,0 – 25,0 posto (prethodno: 5,0 – 20,0 posto).

Nadalje, ažurirali smo sljedeća očekivanja za 2023. godinu:

- troškovi restrukturiranja od približno 300 milijuna eura (prethodno: 300 – 350 milijuna eura)
- odljevi novca za ulaganja u nekretnine, postrojenja i opremu te nematerijalnu imovinu od približno 650 milijuna eura (prethodno: 650 – 750 milijuna eura)

Sljedeća očekivanja za 2023. ostaju nepromijenjena:

- utjecaj valute na prodaju: negativan učinak u rasponu jednoznačenkastih postotaka srednjih vrijednosti¹
- utjecaj postupaka pripajanja i stjecanja na prodaju: negativan učinak u rasponu jednoznačenkastih postotaka srednjih vrijednosti²
- cijene izravnih materijala: porast u rasponu jednoznačenkastih postotaka nižih vrijednosti¹

¹ U odnosu na prošlogodišnji prosjek.

² Uključujući učinak prekida poslovnih aktivnosti u Rusiji.

Izmijenjena struktura izvještavanja od prvog kvartala 2023.

Imajući u vidu izmijenjenu strukturu izvještavanja donesenu u prvom kvartalu 2023. (pojediniosti dostupne na stranici 5. Henkelova polugodišnjeg izvješća za 2023.), nova struktura prisutna je pri svakom navođenju prošlogodišnjih brojčanih podataka za poslovnu jedinicu Consumer Brands, poslovna područja unutar dviju poslovnih jedinica te za regije Europe, Indije, Bliskog istoka, Afrike i Azije-Pacifika.

Napomena: svi pojedinačni brojčani podaci u ovom dokumentu komercijalno su zaokruženi. Zbrajanje može uzrokovati odstupanja od naznačenih ukupnih iznosa.

O Henkelu

Zahvaljujući svojim brendovima, inovacijama i tehnologijama, Henkel drži vodeća mjesta na tržištu diljem svijeta u poslovanju s industrijskim proizvodima i robom široke potrošnje. Poslovna jedinica Ljepila i tehnologije svjetski je predvodnik na tržištu ljepila, brtvila i funkcionalnih premaza. Zahvaljujući poslovnoj jedinici Consumer Brands, društvo drži vodeća mjesta posebice u poslovanju s proizvodima za njegu kose te proizvodima za pranje rublja i održavanje kućanstva u brojnim kategorijama i na brojnim tržištima diljem svijeta. Tri su najjača brenda društva Loctite, Persil i Schwarzkopf. U poslovnoj godini 2022. Henkel je zabilježio prodaju u iznosu većem od 22 milijarde eura i prilagođenu operativnu dobit od oko 2,3 milijarde eura. Henkelove povlaštene dionice upisane su u njemački burzovni indeks DAX. U Henkelu postoji duga tradicija održivosti i društvo ima jasnu strategiju održivosti s konkretnim ciljevima. Henkel je osnovan 1876. i danas zapošljava raznolik tim od približno 50 000 ljudi širom svijeta koji su ujedinjeni snažnom korporativnom kulturom, zajedničkim vrijednostima i zajedničkom svrhom: „Pioneers at heart for the good of generations” (Prvaci u srcu za dobro svih generacija). Više informacija na www.henkel.com.

Ovaj dokument sadržava izjave koje se odnose na budući poslovni razvoj, financijske rezultate i druge događaje ili razvoje od budućeg značaja za Henkel koji mogu predstavljati izjave o budućnosti. Izjave o budućnosti odlikuju se uporabom riječi kao što su očekuje se, namjerava, planira, predviđa, pretpostavlja, vjeruje, procjenjuje i sličnih pojmova. Takve se izjave temelje na trenutačnim procjenama i pretpostavkama korporativnog vodstva društva Henkel AG & Co. KGaA. Te izjave ne smiju se tumačiti kao ikakvo jamstvo da će ta očekivanja biti točna. Budući učinak i rezultati koje Henkel AG & Co. KGaA i pridružena društva zaista ostvare ovise o brojnim rizicima i nesigurnostima te se stoga mogu bitno razlikovati (pozitivno i negativno) od izjava o budućnosti. Henkel ne može utjecati na mnoge od tih čimbenika niti ih unaprijed točno procijeniti, a među njima su buduće gospodarsko okruženje i djelovanje konkurenata i drugih sudionika na tržištu. Henkel ne planira niti se obvezuje ažurirati izjave o budućnosti.

Ovaj dokument uključuje dodatne financijske pokazatelje koji nisu jasno definirani u primjenjivom okviru financijskog izvještavanja i koji jesu ili mogu biti alternativne mjere uspješnosti. Te dopunske financijske pokazatelje ne treba promatrati zasebno ili kao alternativu mjerenjima Henkelove neto imovine i financijskog položaja ili rezultata poslovanja prikazanih u skladu s primjenjivim okvirom financijskog izvještavanja u njegovim Konsolidiranim financijskim izvješćima. Druga društva koja izvještavaju o slično naslovljenim alternativnim mjerama učinka ili ih opisuju mogu ih izračunati drugačije.

Ovaj dokument izdaje se isključivo u informativne svrhe i nije mu svrha nuditi savjet o ulaganju, ponudu za prodaju ili traženje ponude za kupnju bilo kojih vrijednosnih papira.

Kontakti

Jelena Gavrilović Šarenac

Telefon: +381 11 207 22 09

E-pošta: jelena.sarenac@henkel.com

<http://www.henkel.com/press>