

Звіт за III квартал 2023 року

Липень – вересень

Збереження динаміки зростання у третьому кварталі

Компанія «Хенкель» підвищує прогноз на 2023 фінансовий рік

- Продажі групи: близько 5,4 млрд євро, органічне зростання продажів +2,8%.
- Органічне зростання продажів відбулося за рахунок обох бізнес-підрозділів:
 - «Клейові технології»: позитивне органічне зростання продажів на рівні +0,8 відсотка.
 - «Споживчі бренди»: дуже сильне органічне зростання продажів на рівні +6,2%.
- Бізнес-підрозділ «Клейові технології» підтримує більш виражену орієнтацію на зростання через злиття та поглинання з придбанням компанії Critica Infrastructure.
- Бізнес-підрозділ «Споживчі бренди»: інтеграція значно випереджає план – до кінця 2023 року очікується понад 80 відсотків економії.
- Прогноз на 2023 фінансовий рік підвищено:
 - Зростання обсягів збуту в органічному вираженні: від 3,5 до 4,5 відсотка (попередній прогноз: від 2,5 до 4,5 відсотка).
 - Скоригована рентабельність продажів (маржа EBIT): від 11,5 до 12,5 відсотка (попередній прогноз: від 11,0 до 12,5 відсотка).
 - Скоригований прибуток на привілейовану акцію (EPS): зростання в діапазоні від +15 до +25 відсотків при постійному обмінному курсі (попередній прогноз: від +5 до +20 відсотків).

Дюссельдорф, 9 листопада 2023 р. – У **третьому кварталі** 2023 року компанія «Хенкель» зафіксувала **обсяг продажів Групи** розміром близько 5,4 мільярда євро та досягла зростання продажів в органічному вираженні на рівні 2,8 відсотка. Це зростання було зумовлене збереженням високих цін на сировину,

оскільки ціни на неї значно зросли порівняно з попереднім роком. Динаміка обсягів була від'ємною, але продемонструвала помітне покращення порівняно з другим кварталом. У номінальному вираженні продажі були на -9,0% нижчими, ніж у попередньому кварталі, головним чином через припинення ділової активності в Росії в другому кварталі та негативний вплив курсових різниць.

«Незважаючи на стабільно складне ринкове середовище, в третьому кварталі нам вдалося зберегти темпи зростання, чому сприяли обидва бізнес-підрозділи. Виходячи з цих показників, ми сьогодні підвищили наш **прогноз** на поточний фінансовий рік. Зокрема, щодо скоригованого прибутку на привілейовану акцію, ми очікуємо значного зростання в межах 15–25% при незмінному обмінному курсі», – заявив голова правління Ради директорів компанії «Хенкель» Карстен Кнобель (Carsten Knobel).

«Ми також зміцнили портфель нашого бізнес-підрозділу «Клейові технології» за рахунок вигідного придбання, що також відображає нашу більш чітку орієнтацію на зростання за рахунок злиттів і поглинань. І ми явно випереджаємо план, коли йдеться про інтеграцію нашого підрозділу «Споживчі бренди», що є найбільшою трансформацією нашої компанії за останні десятиліття».

Динаміка продажів за бізнес-підрозділами

млн євро	Продажі			
	3-й кв. 2022	3-й кв. 2023 р.	+/-	В
III квартал 2023 року				органічному вираженні
Група Henkel	5 976	5 440	-9,0%	2,8%
«Клейові технології»	2 995	2 711	-9,5%	0,8%
«Споживчі бренди»	2 916	2 695	-7,6%	6,2%
Січень – вересень 2023 р.	1-9/2022	1-9/2023		
Група Henkel	16 889	16 366	-3,1%	4,1%
«Клейові технології»	8 462	8 186	-3,3%	3,3%
«Споживчі бренди»	8 251	8 060	-2,3%	5,9%

Попри те, що попит на деяких кінцевих ринках, які є актуальними для компанії «Хенкель», залишається низьким, бізнес-підрозділ «**Клейові технології**» в третьому кварталі зафіксував позитивне зростання продажів в органічному вираженні завдяки бізнес-напрямам «Мобільність та електроніка» та «Домашній ремонт, будівництво і товари для професіоналів». Дуже сильне органічне зростання продажів у бізнес-підрозділі «**Споживчі товари**», який з початку року функціонує в новій структурі, було забезпечено за рахунок глобальних бізнес-напрямів «Засоби для прання та догляду за оселею» та «Засоби для волосся».

«В обох бізнес-підрозділах зростання обсягів у третьому кварталі значно покращилося порівняно з попереднім кварталом, що підтверджує наші очікування, викладені під час публікації результатів за перше півріччя. І в наступному кварталі ми очікуємо на подальше послідовне покращення», – додав Карстен Кнобель.

Крім того, у третьому кварталі компанія «Хенкель» продовжувала демонструвати

значний прогрес у реалізації своєї **стратегічної програми зростання**. Придбавши Critica Infrastructure, компанія «Хенкель» додала привабливий суміжний бізнес до портфоліо свого підрозділу «Клейові технології» з метою створення основи для подальшого зростання: Critica є спеціалізованим постачальником інноваційних композитних рішень для ремонту й армування, що використовуються в широкому спектрі галузей промисловості. У бізнес-підрозділі «Споживчі бренди» інтеграція споживчих бізнесів відбувається з випередженням плану. Очікується, що понад 80 відсотків чистої економії розміром близько 250 мільйонів євро, запланованої на першому етапі до кінця 2024 року, буде реалізовано вже до кінця 2023 року. Крім того, компанія чітко сфокусувала свій портфель споживчих брендів на брендах і продуктах з високими показниками маржинальності та зростання.

«У третьому кварталі ми продовжили послідовно реалізовувати наші стратегічні пріоритети в обох бізнес-підрозділах. Таким чином, ми зберігаємо курс на подальше зростання та зміцнення наших провідних позицій на світовому ринку», – зазначив пан Кнобель.

Показники продажів Групи

У третьому кварталі 2023 року продажі Групи досягли 5 440 мільйонів євро, що в номінальному вираженні становить -9,0 відсотка порівняно з попереднім кварталом. Вплив від придбань і продажу активів, включно з впливом від продажу бізнесу в Росії, призвів до скорочення продажів на -5,5%.

Негативний вплив валютних курсів також негативно позначився на динаміці продажів: -6,3%.

В органічному вираженні (тобто без урахування впливу валютних курсів і придбань/продажів активів) обсяг продажів збільшився на 2,8 відсотка. Таке зростання було зумовлене стабільно високими цінами в обох бізнес-підрозділах. Обсяги знизилися в річному обчисленні, проте розвиток обсягів в обох бізнес-підрозділах продемонстрував помітне послідовне покращення порівняно з другим кварталом 2023 року.

Продажі за перші **дев'ять місяців 2023 року** досягли 16 366 мільйонів євро, що означає **номінальне** зниження на -3,1 відсотка. **В органічному вираженні** компанія «Хенкель» зафіксувала дуже сильне зростання продажів на 4,1%, що було зумовлено двозначним підвищенням цін.

Показники продажів Групи

	млн	3-й кв. 2022 р.	3-й кв. 2023 р.	1-9/2022	1-9/2023
Пр		5 976	5 440	16 889	16 366
Зміни порівняно з попереднім р		17,3%	-9,0%	12,5%	-3,1%
Валютні		6,6%	-6,3%	3,9%	-3,9%
З поправкою на валютні і		10,7%	-2,7%	8,6%	0,8%
Придбання/продаж а		-0,6%	-5,5%	-1,1%	-3,4%
В органічному вира		11,3%	2,8%	9,7%	4,1%

Зни	14,7%	8,3%	11,6%	10,8%
З них	-3,4%	-5,5%	-1,9%	-6,7%

Органічне зростання продажів у **третьому кварталі** відбувалося в **Європі, Північній Америці, Латинській Америці** та регіоні **IMEA**. На противагу цьому, органічна динаміка продажів в **Азійсько-Тихоокеанському** регіоні була негативною, головним чином через напружене ринкове середовище, що склалося в Китаї.

Показники продажів за регіонами

	Європа	IMEA	Північна Америка	Латинська Америка	Азійсько-Тихоокеанський регіон	Корпоративний	Група Henkel
у млн євро							
Продажі¹ липень – вересень 2023 р.	2 040	594	1 517	420	837	34	5 440
Продажі ¹ січень – вересень 2022 р.	2 358	618	1 548	413	974	65	5 976
Зміна порівняно з кварталом попереднього року	-13,5%	-3,9%	-2,0%	1,5%	-14,1%	-	-9,0%
В органічному вираженні	0,9%	24,7%	3,2%	5,8%	-4,7%	-	2,8%
Частка продажів Групи в 2023 р.	37%	11%	28%	8%	15%	1%	100%
Частка продажів Групи в 2022 р.	39%	10%	26%	7%	16%	1%	100%

¹ За місцем розташування компанії.

Також за **перші дев'ять місяців 2023 року** дуже сильне органічне зростання продажів компанії «Хенкель» відбулося в усіх регіонах за винятком Азійсько-Тихоокеанського регіону.

Показники продажів за регіонами

	Європа	IMEA	Північна Америка	Латинська Америка	Азійсько-Тихоокеанський регіон	Корпоративний	Група Henkel
у млн євро							
Продажі¹ січень – вересень 2023 р.	6 324	1 610	4 621	1 254	2 438	120	16 366
Продажі ¹ січень – вересень 2022 р.	6 792	1 713	4 421	1 146	2 642	175	16 889
Зміна порівняно з кварталом попереднього року	-6,9%	-6,0%	4,5%	9,5%	-7,7%	-	-3,1%
В органічному вираженні	1,9%	25,3%	3,6%	10,5%	-3,4%	-	4,1%
Частка продажів Групи в 2023 р.	39%	10%	28%	8%	15%	1%	100%
Частка продажів Групи в 2022 р.	40%	10%	26%	7%	16%	1%	100%

¹ За місцем розташування компанії.

Показники продажів бізнес-підрозділу «Клейові технології»

У третьому кварталі 2023 року **продажі** бізнес-підрозділу «Клейові технології» становили 2 711 млн євро (у попередньому році: 2 995 млн євро). Це відповідає **номінальному** зниженню на -9,5 відсотка. **В органічному вираженні** (тобто без урахування впливу валютних курсів і придбань/продажів активів) обсяг продажів збільшився на 0,8 відсотка. Це зростання було зумовлене значним підвищенням цін. Обсяги, навпаки, були нижчими за рівень попереднього року, оскільки попит на деяких відповідних кінцевих ринках залишався стриманим. Вплив придбань і продажів активів становив -3,8 відсотка. Вплив валютних курсів мав додатковий негативний вплив розміром -6,5 відсотка.

За **перші дев'ять місяців 2023 року** бізнес-підрозділ «Клейові технології» відзвітував про зниження продажів на -3,3% – в номінальному вираженні – до 8 186 мільйонів євро. **В органічному вираженні** бізнес-підрозділ досяг значного зростання продажів на 3,3%, що було зумовлено ціновими факторами.

Показники продажів бізнес-підрозділу «Клейові технології»

	млн	3-й кв. 2022 р.	3-й кв. 2023 р.	1-9/2022	1-9/2023
Про		2 995	2 711	8 462	8 186
Частка продажів Г		50%	50%	50%	50%
Зміни порівняно з попереднім р		22,6%	-9,5%	17,6%	-3,3%
Валютні к		7,7%	-6,5%	5,0%	-3,6%
З поправкою на валютні к		14,9%	-3,0%	12,6%	0,3%
Придбання/продаж ак		-1,9%	-3,8%	-1,1%	-3,0%
В органічному вираж		16,8%	0,8%	13,7%	3,3%
з них		15,8%	4,9%	13,2%	8,3%
з них с		1,0%	-4,1%	0,5%	-5,0%

Позитивне зростання продажів в органічному вираженні, досягнуте в **третьому кварталі**, було забезпечено бізнес-напрямами «Мобільність та електроніка» і «Домашній ремонт, будівництво і товари для професіоналів». Бізнес-напрямок **«Мобільність та електроніка»** продемонстрував дуже сильне органічне зростання продажів на 4,6%. Це зростання відбулося завдяки автомобільному сегменту, тоді як показники сегменту електроніки були нижчими, ніж у попередньому році, внаслідок тривалого зниження попиту. У сегменті «Промисловість» зафіксовано позитивне органічне зростання продажів. Бізнес-напрямок **«Упаковка та споживчі товари»** продемонстрував органічну динаміку продажів на рівні -5,0%, причому продажі скоротилися як у сегменті споживчих товарів, так і в сегменті упаковки. Це було пов'язано як з нижчим попитом, так і з високими зіставними показниками, досягнутими у попередньому році. Бізнес-напрямок **«Домашній ремонт, будівництво і товари для професіоналів»** продемонстрував органічне зростання продажів на 2,8% за рахунок сегментів «Будівництво» та «Споживчі товари і домашній ремонт». На противагу цьому, бізнес-напрямок «Промислове виробництво і технічне обслуговування» зафіксував дещо негативну динаміку через послаблення попиту.

Динаміка продажів за бізнес-напрямами

млн євро	Продажі			
III квартал 2023 року	3-й кв. 2022 р.	3-й кв. 2023 р.	+/-	В органічному вираженні
«Клейові технології»	2 995	2 711	-9,5%	0,8%
«Мобільність та електроніка»	1 009	980	-2,8%	4,6%
«Упаковка та споживчі товари»	993	855	-13,8%	-5,0%
«Домашній ремонт, будівництво і товари для професіоналів»	994	876	-11,8%	2,8%
Січень – вересень 2023 р.	1-9/2022	1-9/2023		
«Клейові технології»	8 462	8 186	-3,3%	3,3%
«Мобільність та електроніка»	2 767	2 879	4,1%	8,6%
«Упаковка та споживчі товари»	2 848	2 588	-9,1%	-2,7%
«Домашній ремонт, будівництво і товари для професіоналів»	2 848	2 719	-4,5%	4,1%

З позиції регіонів, результати діяльності бізнес-підрозділу «Клейові технології» у третьому кварталі були неоднорідними. У **Європі** органічна динаміка продажів була дещо негативною.

Тут зростання у напрямках «Мобільність та електроніка» і «Домашній ремонт,

будівництво і товари для професіоналів» не змогло компенсувати негативну динаміку продажів, зафіксовану в напрямі «Упаковка та споживчі товари». У **Північній Америці** було зафіксовано позитивне зростання продажів, яке відбулося завдяки бізнес-напрямку «Мобільність та електроніка». У регіоні **IMEA** бізнес-підрозділ «Клейові технології» досяг двозначного органічного зростання продажів, якому сприяли всі бізнес-напрями. Органічне зростання продажів було дуже високим у регіоні **Латинської Америки**, завдяки бізнес-напрямам «Мобільність та електроніка» і «Упаковка та споживчі товари». Натомість в **Азійсько-Тихоокеанському** регіоні спостерігався спад у річному обчисленні, оскільки всі напрями бізнесу зазнали впливу, зокрема, напруженої ринкової ситуації, що склалася в Китаї.

Показники продажів бізнес-підрозділу «Споживчі бренди»

У **третьому кварталі 2023 року** бізнес-підрозділ «Споживчі бренди» досягнув **продажів** розміром 2 695 мільйонів євро, що **в номінальному вираженні** становить - 7,6 відсотка порівняно з попереднім кварталом. **В органічному вираженні** (тобто без урахування впливу валютних курсів і придбань/продажів активів) обсяг продажів збільшився на 6,2 відсотка. Це зростання було зумовлене двозначним підвищенням цін. Обсяги, навпаки, зменшилися, в тому числі через постійні заходи з оптимізації портфеля. Вплив валютних курсів призвів до скорочення продажів на -6,3%, а придбання/продажі активів мали негативний вплив розміром -7,5%.

За **перші дев'ять місяців 2023 року** продажі бізнес-підрозділу «Споживчі бренди» досягли 8 060 мільйонів євро, що на 2,3 відсотка нижче за показник попереднього року в номінальному вираженні. **В органічному вираженні** продажі зросли на 5,9%, що було зумовлено ціновими факторами.

Показники продажів бізнес-підрозділу «Споживчі бренди»

	млн	3-й кв. 2022 р.	3-й кв. 2023 р.	1-9/2022	1-9/2023
Про		2 916	2 695	8 251	8 060
Частка продажів Г		50%	50%	50%	49%
Зміни порівняно з попереднім р		11,5%	-7,6%	6,8%	-2,3%
Валютні к		5,7%	-6,3%	2,8%	-4,2%
З поправкою на валютні к		5,8%	-1,3%	3,9%	1,9%
Придбання/продаж ак		0,8%	-7,5%	-1,0%	-4,0%
В органічному вираж		5,0%	6,2%	5,0%	5,9%
З них		13,7%	11,9%	10,2%	13,3%
З них с		-8,7%	-5,7%	-5,2%	-7,5%

Бізнес-напрямок «**Засоби для прання та догляду за оселею**» у третьому кварталі продемонстрував дуже сильне органічне зростання продажів на 5,8%.

Сегмент «Засоби для прання» продемонстрував дуже високий органічний приріст продажів, переважно завдяки значному двозначному зростанню продажів у категорії «Засоби для догляду за тканинами». Сегмент «Засоби для догляду за оселею» також продемонстрував дуже високі темпи зростання, головним чином завдяки значному збільшенню продажів в категорії «Засоби для догляду за туалетом».

Бізнес-напрямок «**Засоби для волосся**» у третьому кварталі зафіксував значне органічне зростання продажів на 8,9%. У цьому бізнес-напрямі в сегменті «Споживчі

товари» було досягнуто двозначного зростання завдяки категоріям «Засоби для укладання волосся» та «Засоби для догляду за волоссям». У сегменті «Товари для професіоналів» зафіксовано високе органічне зростання продажів.

Інші сегменти напряму споживчих товарів у третьому кварталі продемонстрували дещо негативну органічну динаміку продажів на рівні -0,6%, що також пов'язано з портфельними заходами.

Динаміка продажів за бізнес-напрямами

млн євро	Продажі		+/-	В органічному вираженні
	3-й кв. 2022 р.	3-й кв. 2023 р.		
III квартал 2023 року				
«Споживчі бренди»	2 916	2 695	-7,6%	6,2%
Засоби для прання та догляду за оселею	1 902	1 726	-9,3%	5,8%
Засоби для волосся	799	779	-2,5%	8,9%
Інші сегменти напряму споживчих товарів	214	190	-11,1%	-0,6%
Січень – вересень 2023 р.	1-9/2022	1-9/2023		
«Споживчі бренди»	8 251	8 060	-2,3%	5,9%
Засоби для прання та догляду за оселею	5 396	5 179	-4,0%	5,5%
Засоби для волосся	2 254	2 347	4,1%	8,3%
Інші сегменти напряму споживчих товарів	601	534	-11,0%	-0,2%

З регіональної точки зору, бізнес-підрозділ «Споживчі бренди» у третьому кварталі досягнув хороших показників органічного зростання продажів у **Європі**, насамперед завдяки бізнес-напряму «Засоби для волосся». У регіоні **Північної Америки** було зафіксовано дуже сильне органічне зростання продажів, причому свій внесок у це зробили всі бізнес-напрями. Органічне зростання продажів у регіоні **Латинської Америки** також було дуже сильним, головним чином завдяки бізнес-напряму «Засоби для волосся». У регіоні **IMEA** було досягнуто двозначного органічного зростання продажів, причому свій внесок у це зробили обидва бізнес-напрями – «Засоби для прання та догляду за оселею» і «Засоби для волосся». На противагу цьому, органічне зростання продажів в **Азійсько-Тихоокеанському** регіоні було нижчим, ніж у попередньому кварталі, у зв'язку з тим, що на бізнес-напряму «Засоби для волосся» вплинув уповільнений розвиток ринку, особливо в Китаї.

Чисті активи та фінансове становище Групи

Істотних змін у чистих активах і фінансовому становищі Групи в звітному періоді порівняно із ситуацією станом на 30 червня 2023 року не відбулося.

Прогноз Групи Henkel

На основі результатів діяльності за перші дев'ять місяців 2023 року та припущень щодо результатів до кінця року Правління Henkel AG & Co. KGaA вирішило підвищити прогноз на 2023 фінансовий рік.

Для **Групи Henkel** органічне зростання продажів у 2023 фінансовому році очікується в межах 3,5–4,5% (попередній прогноз: 2,5–4,5%). Органічне зростання продажів у бізнес-підрозділі «**Клейові технології**» тепер очікується в межах 2,5–3,5% (попередній прогноз: 2,0–4,0%), а в бізнес-підрозділі «Споживчі бренди» – в межах 5,0–6,0% (попередній прогноз: 3,0–5,0%).

Для **Групи Henkel** скоригована рентабельність продажів (маржа EBIT) тепер очікується в межах від 11,5 до 12,5% (раніше: від 11,0 до 12,5%). Для бізнес-підрозділу «**Клейові технології**» скоригована рентабельність продажів тепер очікується в діапазоні від 14,0 до 15,0% (попередній прогноз: 13,5–15,0%), а для бізнес-підрозділу «Споживчі бренди» – в діапазоні від 10,0 до 11,0% (попередній прогноз: 9,5–11,0%).

Очікуваний діапазон для **скоригованого прибутку на привілейовану акцію (EPS)** при незмінному обмінному курсі тепер підвищено до 15,0–25,0% (попередній прогноз: 5,0–20,0%).

Крім того, ми оновили такі наші очікування на 2023 рік:

- Витрати на реструктуризацію становитимуть близько 300 млн євро (попередній прогноз: від 300 до 350 млн євро).
- Відтік грошових коштів за інвестиціями в основні фонди та нематеріальні активи очікується розміром близько 650 млн євро (попередній прогноз: 650–750 млн євро).

Незмінними на 2023 рік залишаються такі очікування:

- Вплив валютних курсів на продажі: негативний вплив у середньому однозначному відсотковому діапазоні¹.
- Вплив злиттів і поглинань на продажі: негативний вплив у середньому однозначному відсотковому діапазоні².
- Ціни на основні матеріали: зростання в низькому однозначному відсотковому діапазоні¹.

¹Порівняно із середнім показником попереднього року.

²Включаючи ефект від припинення ділової активності в Росії.

Змінена структура звітності станом на I квартал 2023 року

З огляду на змінену структуру звітності, затверджену в першому кварталі 2023 року (докладніше див. у звіті «Хенкель» за перше півріччя 2023 року, стор. 5), дані за попередній рік, зазначені для бізнес-підрозділу «Споживчі товари», для бізнес-напрямів у межах двох бізнес-підрозділів, а також для регіонів Європи, Близького Сходу, Африки й Азійсько-Тихоокеанського регіону, відображають нову структуру в кожному конкретному випадку.

Примітка. Усі цифри в цьому документі округлені з комерційною метою. Під час додавання можуть виникнути відхилення від зазначених підсумкових значень.

Про компанію «Хенкель»

Завдяки своїм брендам, інноваціям і технологіям компанія «Хенкель» займає провідні позиції на світовому ринку промислових і споживчих товарів. Бізнес-підрозділ «Клейові технології» є світовим лідером на ринку клеїв, герметиків і функціональних покриттів.

Завдяки підрозділу «Споживчі бренди» компанія займає провідні позиції на багатьох ринках і в багатьох категоріях по всьому світу, особливо в сфері догляду за волоссям, прання та догляду за оселею Lactite, Persil і Schwarzkopf є трьома провідними брендами компанії. У 2022 фінансовому році «Хенкель» відзвітувала про обсяг продажів на суму понад 22 мільярди євро та скоригований операційний прибуток на суму близько 2,3 мільярда євро.

Привілейовані акції «Хенкель» включені до фондового індексу Німеччини DAX. Сталий розвиток – це давня традиція у «Хенкель» і компанія має чітку стратегію сталого розвитку з конкретними цілями. Компанію «Хенкель» було засновано в 1876 році. Станом на сьогодні в ній працює понад 50 000 співробітників по всьому світу, об'єднаних сильною корпоративною культурою, спільними цінностями та спільною метою: «Pioneers at heart for the good of generations». Більше інформації на сайті , www.henkel.com.ua.

Цей документ містить заяви, що стосуються майбутнього розвитку бізнесу, фінансових показників та інших подій, що матимуть значення для компанії «Хенкель» в майбутньому, які можуть бути прогнозними заявами. Прогнозні заяви характеризуються використанням таких слів, як «очікувати», «мати намір», «планувати», «передбачати», «вважати», «припускати» та інших подібних слів. Ці заяви засновані на поточних оцінках та припущеннях, зроблених керівництвом компанії Henkel AG & Co. KGaA. Такі заяви не слід розцінювати як будь-які гарантії, і не слід очікувати, що вони виявляться точними. Майбутні показники діяльності компанії Henkel AG & Co. KGaA і дочірніх компаній залежать від низки ризиків і невизначеностей й у зв'язку з цим можуть суттєво відрізнятись (як у позитивний, так і в негативний бік) від даних, наведених у прогнозних заявах. Багато з цих факторів не залежать від компанії «Хенкель» і не піддаються точній попередній оцінці. Серед цих факторів – майбутня економічна ситуація і дії конкурентів та інших гравців на ринках. «Хенкель» не планує і не зобов'язується оновлювати прогнозні заяви в цьому документі.

Цей документ включає додаткові фінансові показники, які не мають чітких визначень у відповідних межах фінансової звітності, і які є або можуть виступати в ролі альтернативних показників діяльності. Ці додаткові фінансові показники не слід розглядати окремо або як альтернативи показникам чистих активів і фінансової позиції або результатів діяльності «Хенкель», наданим відповідно до чинної форми фінансової звітності в документах Хенкель» з консолідованою фінансовою звітністю.

Інші компанії, які публікують або описують аналогічно позначені альтернативні показники своєї діяльності, можуть розраховувати їх іншим способом.

Цей документ опубліковано лише з інформаційною метою, і його не слід розглядати як рекомендацію щодо здійснення інвестицій, пропозиції з продажу активів або пропозиції оферти з купівлі будь-яких цінних паперів.

Фінансовий календар

Публікація звіту за 2023 фінансовий рік:

Понеділок, 4 березня 2024 року

Річні загальні збори Henkel AG & Co. KGaA 2024 р.:

Понеділок, 22 квітня 2024 року

Публікація звіту за I квартал 2024 року:

Середа, 8 травня 2024 року

За додатковою інформацією, будь ласка, звертайтеся до:

Олени Андрощук,
керівника відділу корпоративних комунікацій
компанії «Хенкель» в Україні

Олени Хмари,
керівника PR-проектів

«Хенкель Україна»
Тел.: +38 050 389 83 45
Факс: +38 044 247 51 00
e-mail: elena.androschuk@henkel.com

Агенція «PR-Service»
Тел./факс: +38 044 501 32 44
Моб. тел.: +38 050 382 82 74
e-mail: a.khmara@pr-service.com.ua