

**Пресреліз**

4 березня 2024 року

Прискорена реалізація програми стратегічного зростання в складних умовах

**Компанія «Хенкель» демонструє дуже високі темпи зростання продажів в органічному вираженні та значне покращення показників прибутку у 2023 році**

# Високі бізнес-показники у 2023 році

* + **Продажі: 21,5 млрд євро, дуже високі показники зростання в органічному вираженні на 4,2 відсотка**
	+ **Операційний прибуток (EBIT)\*: 2,6 млрд євро, значне зростання на 10,2 відсотка**
	+ **Рентабельність EBIT\*: 11,9 %, значне покращення на 150 базисних пунктів**
	+ **Прибуток на привілейовану акцію (EPS)\* значно вищий: 4,35 євро,**

**+20,0 відсотків за постійним обмінним курсом**

* + **Вільний грошовий потік на новому максимумі – 2,6 млрд євро**
* **Стабільні дивіденди: 1,85 євро на привілейовану акцію**
* **Впровадження Програми цілеспрямованого зростання надалі прискорюється**
	+ **«Споживчі бренди»: злиття просувається швидше, ніж планувалося**
	+ **«Клейові технології»: нова організація ще більше орієнтована на клієнта**
	+ **Обидва бізнес-підрозділи зміцнилися за рахунок цільових придбань**
	+ **Сталий розвиток у ключових сферах**
* **Прогноз на 2024 фінансовий рік – орієнтація на прибуткове зростання**
	+ **Зростання обсягів збуту в органічному вираженні: 2,0–4,0 відсотка**
	+ **Рентабельність EBIT\*: 12,0–13,5 відсотка**
	+ **Прибуток на привілейовану акцію (EPS)\*: збільшення від +5 до +20 відсотків (при постійному обмінному курсі)**

**Дюссельдорф – «Незважаючи на стабільно складне ринкове середовище, ми послідовно просували нашу стратегію зростання у 2023 році й навіть прискорили її реалізацію. Досягли дуже сильного органічного зростання продажів і значно покращили прибутковість. Таким чином, ми перевищили прогноз, зроблений на початку року.**

Стор. 1/9

\* Скориговано з урахуванням одноразових витрат/надходжень та витрат на реструктуризацію.

# Цей успішний розвиток став можливим завдяки обом бізнес-підрозділам – «Клейові технології» та «Споживчі бренди», – зазначив голова правління Ради директорів компанії «Хенкель» Карстен Кнобель (Carsten Knobel).

**«Ми також досягли швидшого прогресу, ніж планували спочатку, у злитті двох колишніх споживчих бізнес-напрямів «Засоби для прання та догляду за оселею» та «Косметичні засоби», щоб сформувати новий бізнес-підрозділ «Споживчі бренди». Досягненню високих бізнес-показників підрозділу також сприяли заощадження від інтеграції та постійні заходи щодо оптимізації портфеля. У бізнес-підрозділі «Клейові технології» з новим керівництвом ми ще більше наблизили нашу організацію до наших клієнтів. Ми органічно збільшили продажі та значно покращили прибутки в умовах загальної нестабільності промислового середовища. Крім того, ще більше посилили обидва бізнес-підрозділи за рахунок цілеспрямованих придбань. На основі цих результатів і відповідно до нашої дивідендної політики запропонуємо нашим акціонерам на річних загальних зборах стабільні дивіденди».**

**«Я б хотів щиро подякувати всім співробітникам компанії «Хенкель» за їхню командну роботу та відданість справі, що допомогло нам провести нашу компанію через ці складні часи. Разом як сильній глобальній команді нам вдалося успішно реалізувати нашу Програму цілеспрямованого зростання, досягти відчутного прогресу в усіх наших стратегічних пріоритетах і розвинути наші бізнес-напрями. Я пишаюся цим і маю велику впевненість у нашому майбутньому».**

**Показники продажів і прибутку Групи в 2023 фінансовому році**

У 2023 фінансовому році **продажі** групи компаній «Хенкель» досягли 21 514 млн євро, що в номінальному вираженні становить -3,9 % порівняно з попереднім роком. Вплив валютних курсів негативно позначився на розвитку продажів на -4,3 %. Негативний вплив на продажі мали придбання/відчуження активів на рівні -3,9 %, що в основному пов'язано з продажем бізнесу в Росії. **Зростання продажів в органічному вираженні** було дуже високим і становило 4,2 %. Такий розвиток подій був зумовлений зростанням цін у високому однозначному відсотковому діапазоні, тоді як обсяги скоротилися. Однак у другому півріччі спостерігалося чітке послідовне покращення стосовно нарощування обсягів.

Бізнес-підрозділ **«Клейові технології»** продемонстрував значне органічне зростання продажів на 3,2 %, яке відбулося за рахунок бізнес-напрямів «Мобільність та електроніка», а також «Домашній ремонт, будівництво і товари для професіоналів». Бізнес-підрозділ **«Споживчі бренди»** досягнув дуже високого органічного зростання продажів на 6,1 %, зокрема, за рахунок бізнес-напрямів «Засоби для прання та догляду за оселею» та «Засоби для волосся».

**Скоригований операційний прибуток** (скоригований показник EBIT) значно зріс на 10,2% – до 2 556 млн євро (у попередньому році: 2 319 млн євро). Позитивна динаміка відпускних цін, постійні заходи зі скорочення витрат і підвищення ефективності виробництва та ланцюгів постачання, а також заходи з оптимізації портфеля більш ніж компенсували негативний вплив на прибутковість Групи високих цін на прямі матеріали та логістику.

**Скоригована рентабельність продажів** (скоригована маржа EBIT) у 2023 фінансовому році була значно вищою порівняно з попереднім роком – 11,9 % (у 2022 р.: 10,4 %).

**Скоригований прибуток на привілейовану акцію** також значно зріс – на 11,5 % до 4,35 євро (у попередньому році: 3,90 євро). При постійних курсах обміну валют скоригований прибуток на привілейовану акцію збільшився на 20,0 %.

**Чистий оборотний капітал** як відсоток від виручки становив 2,6 %, що значно нижче рівня попереднього року (у 2022 р.: 4,5 %), зокрема через скорочення запасів.

Вільний грошовий потік досяг нового максимуму – 2 603 млн євро, що є значним зростанням порівняно з попереднім роком (у 2022 р.: 653 млн євро). Це відбулося завдяки значно вищому грошовому потоку від операційної діяльності внаслідок збільшення операційного прибутку та зменшення чистого оборотного капіталу.

Як наслідок, **чиста фінансова позиція** значно покращилася – до 12 млн євро (31 грудня 2022 року: -1 267 млн євро).

Правління, Наглядова рада та Комітет акціонерів запропонують на Річних загальних зборах 22 квітня 2024 року незмінний порівняно з попереднім роком розмір **дивідендів** – 1,85 євро на привілейовану акцію та 1,83 євро на звичайну акцію. Це дорівнює коефіцієнту виплат 42,4 %, що трохи перевищує цільовий діапазон від 30 до 40 %. Така виплата стала можливою завдяки сильній фінансовій базі та позитивному розвитку чистої фінансової позиції Групи компаній «Хенкель». Це забезпечує безперервність виплати дивідендів для акціонерів.

# Показники роботи бізнес-підрозділів у 2023 фінансовому році

У 2023 фінансовому році **продажі** бізнес-підрозділу **«Клейові технології»** досягли 10 790 млн євро і, таким чином, через негативний вплив валютних курсів були номінально на 4,0 % нижчими за рівень попереднього року. **В органічному вираженні** продажі зросли на 3,2 %. Зростання продажів відбулося завдяки дуже високій ціновій динаміці порівняно з попереднім роком.

Загалом обсяги знизилися, головним чином через стриманий попит на деяких ключових кінцевих ринках. Протягом року обсяги виробництва поступово відновлювалися, досягнувши стабільного рівня в четвертому кварталі. **Скоригований операційний прибуток** становив 1 584 млн євро, що трохи перевищило рівень попереднього року. Скоригована рентабельність продажів зросла на 110 базисних пунктів порівняно з попереднім роком і досягла 14,7 %. Значне зростання маржі було зумовлене переважно підвищенням цін у поєднанні із заходами зі скорочення витрат і підвищення ефективності, щоб і надалі компенсувати постійне зростання цін на матеріали.

Продажі бізнес-підрозділу «Споживчі бренди» у 2023 фінансовому році становили 10 565 млн євро, що на 3,3 % нижче, ніж у попередньому році в номінальному вираженні. Вплив валютних курсів призвів до зниження продажів на -4,4 %. Придбання/відчуження активів також мали негативний вплив на продажі розміром -5,1 % (головним чином через продаж бізнесу в Росії). **В органічному вираженні** продажі зросли на 6,1 %. Зростання продажів було зумовлене двозначним підвищенням цін, тоді як обсяги частково знизилися через заходи з оптимізації портфеля, котрі тривають. Однак у другому півріччі спостерігалося значне послідовне покращення динаміки обсягів. **Скоригований операційний прибуток** досяг 1 115 млн євро, що є значним зростанням порівняно з попереднім роком (910 млн євро). Це зростання було зумовлене підвищенням відпускних цін для компенсації стабільно високих цін на прямі матеріали, постійними заходами зі скорочення витрат і підвищення ефективності виробництва та ланцюгів постачання, економією, отриманою від об'єднаного бізнес-підрозділу «Споживчі бренди», а також заходами з оптимізації портфеля продукції. Водночас було збільшено інвестиції в маркетинг і рекламу порівняно з попереднім роком для зміцнення брендів і бізнесу. **Скоригована рентабельність продажів** досягла 10,6 %, що на 220 базисних пунктів більше порівняно з попереднім роком, незважаючи на відсутність позитивного внеску до прибутку від діяльності в Росії, яку було припинено у квітні 2023 року.

# Прогноз на 2024 рік

У 2024 році очікується помірне зростання світового економічного виробництва. Це передбачає помірне зростання як промислового, так і споживчого попиту в ключових для компанії «Хенкель» сферах бізнесу споживчих товарів. За поточними оцінками, глобальна інфляція у 2024 фінансовому році буде нижчою, ніж у попередньому році, хоча загалом залишиться на високому рівні. Крім того, очікується, що процентні ставки залишаться вищими, ніж у попередні роки.

Компанія «Хенкель» очікує, що перерахунок продажів в іноземній валюті матиме негативний вплив у середньому однозначному відсотковому діапазоні. Очікується, що ціни на прямі матеріали залишаться незмінними порівняно з середньорічним рівнем у 2023 році.

З огляду на ці припущення, компанія «Хенкель» очікує **органічного зростання продажів** на рівні від 2,0 до 4,0 % у 2024 фінансовому році, причому очікується, що в межах цього діапазону знаходитимуться обидва бізнес-підрозділи.

 **Скоригована рентабельність продажів** (скоригована маржа EBIT) очікується в діапазоні від 12,0 до 13,5 %.

Очікується, що скоригована рентабельність продажів становитиме від 15,0 до 16,5 % для бізнес-підрозділу «Клейові технології» та від 11,0 до 12,5 % для бізнес-підрозділу «Споживчі бренди». Щодо **скоригованого прибутку на привілейовану акцію (EPS)** при постійному обмінному курсі, «Хенкель» очікує зростання в діапазоні від +5,0 до +20,0 %.

# Значний прогрес за всіма стратегічними пріоритетами

У складному макроекономічному та геополітичному середовищі компанія у минулому фінансовому році продовжувала послідовно розвиватися. Стратегічна рамкова програма цілеспрямованого зростання впроваджувалася ще швидшими темпами. За останні чотири роки компанія «Хенкель» докорінно змінилася в багатьох аспектах: структура, команда та культура. І ці зміни дають відчутні результати. Зокрема, минулого року значний вплив на розвиток компанії «Хенкель» мали три великі проєкти, які були успішно реалізовані та значно посприяли трансформації «Хенкель».

## Продаж бізнесу в Росії

У квітні 2022 року, всього через декілька тижнів після нападу Росії на Україну, компанія «Хенкель» ухвалила рішення про припинення своєї діяльності в Росії. За цим послідував вельми складний процес продажу бізнесу. У квітні 2023 року компанія «Хенкель» нарешті змогла продати свій бізнес у Росії консорціуму місцевих фінансових інвесторів. Узгоджена ціна купівлі становила близько 600 млн євро.

## «Споживчі бренди»: злиття просувається швидше, ніж планувалося

Після злиття двох колишніх бізнес-напрямів споживчих товарів, «Засоби для прання та догляду за оселею» та «Косметичні засоби», і створення нового бізнес-підрозділу «Споживчі товари» компанія «Хенкель» об'єднала споживчі товари всіх категорій під одним дахом, включно з такими культовими брендами, як Persil і Schwarzkopf, а також успішним перукарським бізнесом. Таким чином, компанія «Хенкель» створила багатокатегорійну платформу для забезпечення динамічного зростання. У січні 2023 року новий підрозділ запрацював.

І нова організація вже демонструє успіхи: з того часу компанія «Хенкель» досягла або перевиконала ключові показники та фінансові цілі за бізнес-напрямом «Споживчі товари», наприклад, забезпечила дуже сильне органічне зростання та повернулася до двозначного скоригованого показника рентабельності EBIT. При цьому процес об'єднання просувався значно швидше, ніж планувалося спочатку. Це знайшло своє відображення в економії, яку вдалося досягти у 2023 році. Понад 200 млн євро із запланованої до кінця 2024 року економії розміром близько 250 млн євро вже було досягнуто до кінця 2023 року. Цільову загальну економію від 1-го етапу також було збільшено до 275 млн євро.

Також розпочався другий етап об'єднання, який зосереджений на оптимізації мережі ланцюгів постачання в бізнес-напрямі «Споживчі товари». Крім того, в перших країнах вже запроваджено так званий «принцип 1-1-1». Це означає: одне замовлення, одна доставка, один рахунок-фактура. У 2023 році вже було досягнуто економії близько 80 млн євро від другого етапу об'єднання. Очікувана загальна економія від 2-го етапу також була збільшена з щонайменше 150 млн євро до близько 250 млн євро. Таким чином, очікувана загальна економія від обох етапів об'єднання, які мають бути реалізовані повним ходом до кінця 2026 року, збільшиться з 400 млн євро до 525 млн євро.

Разом із тим компанія «Хенкель» інвестує у свої бізнеси для подальшого зміцнення брендів та інновацій, наприклад значно збільшуючи інвестиції в маркетинг і продажі, щоб забезпечити майбутнє зростання та подальше підвищення прибутковості бізнесу.

## Подальший розвиток бізнес-підрозділу «Клейові технології»

З метою подальшого зміцнення провідної позиції на світовому ринку та виведення цього бізнесу на новий рівень, компанія «Хенкель» здійснила низку змін на рівні вищого керівництва бізнес-підрозділу «Клейові технології», поповнивши його у 2023 фінансовому році більш різноманітною та інтернаціональною командою. Водночас було оптимізовано організаційну структуру з метою подальшого наближення до клієнтів та ринку. Нова структура включає три бізнес-напрями: «Мобільність та електроніка», «Упаковка та споживчі товари», «Товари для споживачі, домашнього ремонту та професіоналів». Її було створено протягом 2023 року та повністю відображено у фінансовій звітності.

# Подальший прогрес за всіма стратегічними пріоритетами

Минулого фінансового року компанія «Хенкель» продовжила планомірно реалізовувати свою стратегію зростання та досягла значного прогресу в усіх сферах. Компанія й надалі розвивала свій бізнес і портфель брендів, зміцнювала конкурентні переваги у сферах інновацій, сталого розвитку та цифровізації, оптимізувала свої операційні моделі та покращувала корпоративну культуру.

У межах **активного управління портфелем** і на додаток до припинення діяльності або продажу активів компанія «Хенкель» продовжує розширювати свій портфель за рахунок придбань. У бізнес-підрозділі «Споживчі бренди» компанія «Хенкель» продала або ліквідувала бренди та діяльність із загальним обсягом продажів близько 650 мільйонів євро після оголошення про об'єднання двох споживчих бізнесів на початку 2022 року. Наприклад, у 2023 році було продано північноамериканський бізнес з виробництва освіжувачів повітря. Разом із тим портфель поповнився придбанням бренда засобів для екологічно чистого прання та догляду за оселею Earthwise у Новій Зеландії.

У бізнес-підрозділі «Клейові технології» компанія «Хенкель» розширила свій портфель у сфері технічного обслуговування, ремонту та капітального ремонту, придбавши компанію Critica Infrastructure, спеціалізованого постачальника інноваційних волоконно-композитних рішень для ремонту в широкому спектрі промислового застосування. Завдяки цій угоді компанія «Хенкель» додала привабливий суміжний бізнес до свого портфоліо клеїв і заклала основу для подальшого зростання. Зміцнення обох бізнес-підрозділів шляхом цільових придбань продовжилося на початку 2024 року з придбанням бренда засобів для догляду за волоссям Vidal Sassoon у Китаї та компанії Seal for Life у сфері промислового обслуговування.

У 2023 році компанія «Хенкель» вивела на ринок численні **інновації**, що відповідають важливим тенденціям і створюють цінність для клієнтів і споживачів. У підрозділі «Клейові технології» компанія «Хенкель» представила нове рішення для склеювання лінз камер у системах допомоги водієві. Це дає змогу швидко та надійно виготовляти камери в автомобільній промисловості, забезпечуючи при цьому більшу безпеку в наступному поколінні автономних транспортних засобів. Бізнес-підрозділ «Споживчі бренди» представив у понад 30 країнах засіб Persil Deep Clean, що має нову формулу з інноваційною ензимною технологією. Він забезпечує чудове видалення плям, водночас запобігаючи появі неприємних запахів у пральній машині. Компанія «Хенкель» також перезапустила всю лінійку засобів для укладання волосся Got2b з новим дизайном упаковки та підвищеною екологічністю завдяки веганським формулам, натуральним інгредієнтам та екологічнішій упаковці.

Крім того, компанія «Хенкель» ще більше закріпила принципи **сталого розвитку** в своєму бізнесі. У цьому контексті захист клімату є однією з важливих складових «Концепції сталого розвитку компанії «Хенкель» на період до 2030 року», яка продовжує зміцнюватися по всьому виробничо-збутовому ланцюжку бізнесу. Особливу увагу приділяють розширенню використання відновлюваних джерел енергії та просуванню прогресу на шляху до досягнення кліматично позитивної діяльності до 2030 року. У цій сфері «Хенкель» досягла значних успіхів. У 2023 році компанія перевела 14 виробничих об'єктів на CO2-нейтральне виробництво. До кінця 2023 року компанія «Хенкель» досягла скорочення викидів CO2 на 61% на тонну продукції (порівняно з базовим 2010 роком). У межах зусиль зі сталого розвитку «Хенкель» також робить акцент на сталішому портфелі продукції, наприклад за рахунок збільшення використання відновлюваних і перероблених матеріалів, і систематичніше відстежує свій прогрес у цій сфері.

Компанія «Хенкель» також досягла подальшого прогресу у сфері **цифровізації**. У своєму цифровому підрозділі «Henkel dx» компанія продовжила оптимізацію внутрішніх структур, посилила розвиток цифрової експертизи та сприяла подальшому просуванню культури інновацій. «Хенкель» також поглибила своє стратегічне партнерство з провідними світовими технологічними компаніями, такими як SAP, Microsoft та Adobe. Це дає змогу «Хенкель» інтегрувати передові технології у свої цифрові платформи та проєкти. Завдяки прискоренню цифрових інновацій, послідовній стратегії платформи та тісній співпраці між усіма бізнес-підрозділами та функціями компанія змогла ще більше підвищити ефективність ІТ минулого року та створити нові бізнес-можливості для компанії, наприклад у сфері ринкових майданчиків B2B.

Крім того, минулого року компанія «Хенкель» ще більше зміцнила свою **корпоративну культуру**, спираючись на свою корпоративну мету «Pioneers at heart for the good of generations» і визначені «Лідерські зобов'язання» (Leadership Commitments). Ще одним напрямом роботи було впровадження цілісної концепції «Smart Work», котра формує глобальну основу для таких тем, як мобільна робота, цифрове робоче місце та здоров'я працівників, а також нові глобальні ініціативи «Різноманітність, рівність та інклюзія» (Diversity, Equity & Inclusion (DEI)).

«У 2023 році ми досягли високих бізнес-показників, послідовно реалізували нашу програму цілеспрямованого зростання за всіма стратегічними напрямами та продовжили трансформацію нашої компанії. Я глибоко переконаний, що ми рухаємося правильним шляхом і реалізуємо правильну стратегію. Ми можемо з великою впевненістю дивитися у 2024-й і наступні роки та цілком віддані досягненню наших амбітних цілей», – підсумував Карстен Кнобель.

**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. Три провідні бренди компанії – Loctite, Persil та Schwarzkopf. У 2023 фінансовому році «Хенкель» відзвітувала про обсяг продажів на суму понад 21,5 мільярда євро та скоригований операційний прибуток на суму близько 2,6 мільярда євро. Привілейовані акції «Хенкель» включені до фондового індексу Німеччини DAX. Сталий розвиток – це давня традиція у «Хенкель», компанія має чітку стратегію сталого розвитку з конкретними цілями. Компанію «Хенкель» було засновано в 1876 році. Станом на сьогодні в ній працює понад 48 000 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](http://www.henkel.com/)

Цей документ містить заяви, що стосуються майбутнього розвитку бізнесу, фінансових показників та інших подій, що матимуть значення для компанії «Хенкель» у майбутньому, які можуть бути прогнозними заявами. Прогнозні заяви характеризуються використанням таких слів, як «очікувати», «мати намір», «планувати», «передбачати», «вважати», «припускати» й інших подібних слів. Ці заяви засновані на поточних оцінках і 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 відрізнятися (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 та 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» із 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.

**Контакти**

**Для зв’язків з інвесторами й аналітиками Для зв’язків із представниками преси та ЗМІ**

**Leslie Iltgen Lars Witteck**

Phone: +49 211 797 - 1631 Phone: +49 211 797 - 2606

Email: leslie.iltgen@henkel.com Email: lars.witteck@henkel.com

**Jennifer Ott Wulf Klüppelholz**

Phone: +49 211 797 - 2756 Phone: +49 211 797 - 1875

Email: jennifer.ott@henkel.com Email: wulf.klueppelholz@henkel.com

**Dr. Dennis Starke Hanna Philipps**

Phone: +49 211 797 – 5601 Phone: +49 211 797 - 3626

Email: dennis.starke@henkel.com Email: hanna.philipps@henkel.com

[www.henkel.com/press](http://www.henkel.com/press)  [www.henkel.com/ir](http://www.henkel.com/ir)