4. březen 2024

Zrychlení implementace strategické agendy růstu v náročném trhovém prostředí

Společnost Henkel dosáhla v roce 2023 výrazného organického růstu obratu a zlepšení výnosů

* **S****ilné hospodářské výsledky za rok 2023**
	+ **Obrat: 21,5 miliardy eur, velmi silný organický růst na úrovni 4,2 procenta**
	+ **Provozní zisk (EBIT)\*: 2,6 miliardy eur, výrazný nárůst o 10,2 procenta**
	+ **Marže EBIT\*: 11,9 procenta, zlepšení až o 150 bazických bodů**
	+ **Výrazně vyšší výnos na prioritní akcii (EPS)\*: 4,35 eura,
	+20,0 procent při konstantních kurzových sazbách**
	+ **Volný cash flow na nové rekordní úrovni 2,6 miliardy eur**
* **Stabilní dividendy: 1,85 eura na prioritní akcii**
* **Další zrychlení implementace agendy smysluplného růstu**
	+ **Consumer Brands: Sloučení postupuje rychleji, než bylo plánováno**
	+ **Adhesive Technologies: Nová organizační struktura s větším zaměřením na zákazníka**
	+ **Obě obchodní divize posílili díky cíleným akvizicím**
	+ **Další posílení trvalé udržitelnosti v klíčových oblastech**
* **Výhled na finanční rok 2024 – s důrazem na růst ziskovosti**
	+ **Organický růst obratu: 2,0 až 4,0 %**
	+ **Marže EBIT\*: 12,0 až 13,5 %**
	+ **Výnos na prioritní akcii (EPS)\*: zvýšení o 5 až 20 %
	(při konstantních kurzových sazbách)**

**Düsseldorf – *„I přes dlouhodobě náročné trhové prostředí se nám v roce 2023 dařilo důsledně postupovat kupředu, a dokonce zrychlit implementaci naší strategie růstu. Dosáhli jsme velmi silného nárůstu organického obratu a výrazně jsme zvýšili ziskovost. Tím se nám podařilo překročit výhled, jež jsme představili na začátku roku. K úspěšnému vývoji přispěly obě obchodní divize, Adhesive Technologies i Consumer Brands,“* řekl předseda představenstva společnosti Henkel Carsten Knobel.**

\* Upravené o jednorazové výdavky a príjmy a náklady na reštrukturalizaci.

***„Zároveň jsme proti původním plánům urychlili sloučení našich dvou bývalých spotřebitelských divizí, Laundry & Home Care a Beauty Care, jehož výsledkem je nová obchodní divize Consumer Brands. K silným obchodním výsledkům této obchodní divize přispěly také úspory z integrace a pokračující portfoliová opatření. Pod novým vedením jsme ještě více přizpůsobili organizační strukturu divize Adhesive Technologies tak, aby lépe naplňovala potřeby našich zákazníků. Zvýšili jsme organický obrat a výrazně jsme zlepšili výnosnost v celkově volatilním průmyslovém prostředí. Kromě toho jsme cílenými akvizicemi dále posílili postavení obou obchodních divizí. Na základě dosažených výsledků a v souladu s naší dividendovou politikou navrhneme na výročním valném shromáždění vyplacení stabilních dividend našim akcionářům.“***

***„Rád bych upřímě poděkoval všem zaměstnancům společnosti Henkel za jejich týmovou práci a odhodlání, jež nám umožnili provést naši společnost tímto náročným obdobím. Společně se silným globálním týmem jsme dokázali posouvat se kupředu v úspěšné realizaci naší agendy smysluplného růstu, dosáhnout hmatatelného pokroku v plnění všech strategických priorit a dále rozvíjet naše podnikání. Naplňuje mě to hrdostí a velkou důvěrou v naši budoucnost.“***

**Obrat a výnosy na úrovni skupiny za finanční rok 2023**

**Obrat** skupiny Henkel Group za finanční rok 2023 dosáhl úrovně 21 514 milionů eur, co v nominálním vyjádření představuje meziroční pokles o 3,9 %. Negativní příspěvek kurzových vlivů k vývoji obratu představoval 4,3 %. Akvizice/odprodeje měly na obrat negativní vliv ve výši 3,9 %, především z důvodu odprodeje podnikatelských a obchodních činností v Ruské federaci. Zaznamenali jsme velmi silný **organický růst obratu** na úrovni 4,2 %. K uvedenému vývoji přispělo zvýšení cen v horní části jednociferného procentuálního pásma, zatím co objem prodeje klesl. V druhém pololetí ovšem došlo k jasnému postupnému zlepšování také z pohledu objemu prodeje.

Obchodní divize **Adhesive Technologies** zaznamenala výrazný organický růst obratu ve výši 3,2 %, jehož hlavním zdrojem byly segmenty mobility a elektroniky a výrobků pro řemeslníky, stavebnictví a profesionály. Na velmi silném organickém růstu obratu divize **Consumer Brands** ve výši 6,1 % měly výrazný podíl především segmenty pracích a čistících prostředků pro domácnost a vlasové kosmetiky.

**Upravený provozní zisk** (upravený EBIT) se výrazně zvýšil o 10,2 % na 2 556 mil. eur (loni: 2 319 mil. eur). Pozitivní vývoj prodejních cen, pokračující implementace opatření na snižování nákladů a zvyšování efektivnosti výroby a dodavatelského řetězce spolu s opatřeními zaměřenými na optimalizaci produktového portfolia více než kompenzovaly negativní vliv přetrvávajících vysokých cen vstupních materiálů a logistiky na ziskovost celé skupiny.

**Upravená výnosnost prodeje** (upravená marže EBIT) na úrovni 11,9 % byla ve finančním roce 2023 meziročně výrazně vyšší (2022: 10,4 %).

**Upravený výnos na prioritní akcii** se také výrazně zvýšil, o 11,5 %, na hodnotu 4,35 eura (loni: 3,90 eura). Při konstantních kurzových sazbách představovalo zvýšení upraveného výnosu na prioritní akcii 20,0 %.

Poměr **čistého provozního kapitálu** k obratu dosáhl 2,6 %, což je výrazně níže než v loňském roce (2022: 4,5 %), především v důsledku nižších skladových zásob.

**Volný cash flow** dosáhl nové rekordní úrovně 2 603 mil. eur, což představuje výrazné zvýšení ve srovnání s předchozím rokem (2022: 653 mil. eur). Důvodem byl podstatně vyšší cash flow z provozních činností, jehož zdrojem byly vyšší provozní zisk a nižší čistý provozní kapitál.

Výsledkem je zásadní zlepšení **čisté finanční pozice** na hodnotu 12 mil. eur (k 31. prosinci 2022: -1 267 mil. eur).

Představenstvo, správní rada a výbor akcionářů předloží výročnímu valnému shromáždění, které se sejde 22. dubna 2024, návrh na vyplacení **dividend** ve stejné výši jako v loňském roce, konkrétně ve výši 1,85 eura na prioritní akcii a 1,83 eura na kmenovou akcii. Podíl vyplácených dividend teda představuje 42,4 %, což je mírně nad cílovým rozpětím 30 - 40 %. Výplata dividend v uvedené výši je možná díky silné finanční základně a pozitivnímu vývoji čisté finanční pozice skupiny Henkel Group, čímž je zároveň zajištěna kontinuita vyplácení dividend akcionářům.

**Výsledky obchodních divizí za finanční rok 2023**

**Obrat** obchodní divize **Adhesive Technologies** za finanční rok 2023 dosáhl 10 790 mil. eur a v nominálním vyjádření zaostal o 4,0 % za úrovní předchozího roku, hlavně z důvodu negativních kurzových vlivů. **Organicky se** ovšem obrat zvýšil o 3,2 %. Uvedený růst obratu byl způsoben především výrazným nárůstem cen ve srovnání s předchozím rokem. Objem prodeje se celkově snížil hlavně z důvodu přetrvávajícího útlumu poptávky na některých klíčových koncových trzích. Během roku se ovšem i v této oblasti začalo projevovat postupné oživení a ve čtvrtém čtvrtletí se objem prodeje stabilizoval. **Upravený provozní zisk** ve výši 1 584 mil. eur byl mírně vyšší než jeho úroveň v předchozím roce. **Upravená výnosnost prodeje se** ve srovnání s předchozím rokem zlepšila o 110 bazických bodů a dosáhla úrovně 14,7 %. Výrazné zvýšení marže bylo způsobeno především vyššími cenami produktů v kombinaci s opatřeními na snížení nákladů a zvýšení efektivnosti, jejichž cílem bylo kompenzovat trvale zvýšené ceny vstupních surovin.

**Obrat** obchodní divize **Consumer Brands** dosáhl ve finančním roce 2023 celkové výše 10 565 mil. eur a v nominálním vyjádření se meziročně snížil o 3,3 %. Kurzový vývoj měl na obrat negativní vliv na úrovni 4,4 %. I akvizice/odprodeje měly na obrat negativní vliv, a to ve výši 5,1 %, především z důvodu odprodeje podnikatelských a obchodních činností v Ruské federaci. **Organicky se** ovšem obrat zvýšil o 6,1 %. K uvedenému růstu obratu přispělo dvojciferné zvýšení cen, zatímco objem prodeje klesl částečně také z důvodu pokračujících opatření na optimalizaci portfolia. Ve druhém pololetí ovšem došlo k jasnému postupnému výraznému zlepšování také z pohledu objemu prodeje. **Upravený provozní zisk** dosáhl hodnoty 1 115 mil. eur a ve srovnání s předchozím rokem se meziročně výrazně zlepšil (2022: 910 mil. eur). K tomu zlepšení přispěly vyšší prodejní ceny, jejichž cílem bylo kompenzovat vysoké ceny přímých materiálových vstupů, pokračující opatření na snížení nákladů a zvýšení efektivnosti výrobního a dodavatelského řetězce, úspory dosažené integrací obchodní divize Consumer Brands a pokračující optimalizace portfolia. Zároveň došlo k meziročnímu zvýšení výdajů na investice do marketingu a reklamy zaměřené na posílení značek a obchodních činností. I přes chybějící výnosy z obchodních a podnikatelských aktivit v Rusku, k jejichž odprodeji došlo v dubnu 2023, **upravená výnosnost prodeje** se meziročně zvýšila o 220 bazických bodů a dosáhla úrovně 10,6 %.

**Výhled na rok 2024**

V roce 2024 se očekává mírný růst světové hospodářské produkce. Výsledkem by mělo být také mírné zvýšení poptávky na průmyslových a spotřebitelských trzích v klíčových segmentech spotřebního zboží společnosti Henkel. Podle aktuálních odhadů by celosvětová inflace měla být v roce 2024 nižší než v loňském roce, ač celkově zůstane na vysoké úrovni. Kromě toho také úrokové sazby pravděpodobně zůstanou výrazně vyšší než v předešlých letech.

Společnost Henkel očekává, že negativní vliv kurzových sazeb na obrat se bude pohybovat uprostřed jednociferného procentuálního pásma. Ceny přímých materiálových vstupů by se ve srovnání s jejich průměrem roku 2023 neměly měnit.

Na základě těchto předpokladů společnost Henkel očekává, že se jí ve finančním roce 2024 podaří vygenerovat **organický růst obratu** v rozsahu 2,0 až 4,0 %, přičemž růstu v tomto rozpětí by měly dosáhnout obě obchodní divize. Očekávaná **upravená výnosnost prodeje (upravená marže EBIT)** se pohybuje v rozsahu 12,0 až 13,5 %. V případě divize Adhesive Technologies by se upravená výnosnost prodeje měla pohybovat mezi 15,0 až 16,5 %, u divize Consumer Brands by to mělo být 11,0 až 12,5 %. V případě **upravených výnosů na prioritní akcii** **(EPS)** při konstantních kurzových sazbách společnost Henkel očekává jejich zvýšení v rozpětí od 5,0 do 20,0 %.

**Výrazný pokrok v rámci všech strategických priorit**

V uplynulém finančním roce se společnosti dařilo konzistentně rozvíjet své podnikání i přes náročné makroekonomické a geopolitické podmínky. Strategický rámec na dosažení smysluplného růstu se dařilo realizovat ještě rychlejším tempem. Společnost Henkel přešla za poslední čtyři roky zásadní transformací v mnoha oblastech včetně své struktury, týmu a firemní kultury. Uvedené změny přinesly hmatatelné výsledky. Na vývoj v loňském roce měly obzvláště výrazný vliv tři konkrétní velké projekty, které byly úspěšně realizované a zásadně posunuly transformaci společnosti Henkel kupředu.

***Odprodej podnikatelských aktivit v Rusku***

V dubnu 2022, pouhých několik týdnů po ruském útoku na Ukrajinu, společnost Henkel přijala rozhodnutí ukončit své aktivity v Ruské federaci. Následně se začal velmi komplikovaný proces odprodeje ruských aktiv, jež se společnosti podařilo úspěšně ukončit v dubnu 2023, když své podnikatelské aktivity v Rusku prodala konsorciu místních finančních investorů. Domluvená kupní cena dosáhla přibližně 600 milionů eur.

***Consumer Brands: Sloučení pokračuje rychleji, než se plánovalo***

Sloučením dvou dřívějších spotřebitelských divizí, Laundry & Home Care a Beauty Care, do nové obchodní divize Consumer Brands společnost Henkel sjednotila pod jednu střechu všechny své spotřebitelské produkty v rámci všech kategorií, a to včetně takových ikonických značek jako Persil a Schwarzkopf, a také své úspěšné značky profesionální vlasové kosmetiky. Tím se jí podařilo vybudovat multiproduktovou platformu s perspektivou dalšího dynamického růstu. Nová obchodní divize začala fungovat v lednu 2023.

Nové organizační uspořádání již přináší první úspěchy: od jejího vzniku se divizi Consumer Brands daří plnit, nebo dokonce překračovat své klíčové ukazatele a finanční cíle, například v podobě výrazného organického růstu a návratu k dvojciferné upravené marži EBIT. Integrace zároveň postupuje vpřed podstatně rychlejším tempem, než se původně plánovalo, což se odráží také na úsporách nákladů, jichž se podařilo dosáhnout v roce 2023. Z plánovaného cíle ve výši přibližně 250 milionů eur, jehož se mělo dosáhnout do konce roku 2024, se již ke konci roku 2023 podařilo dosáhnout úspor v objemu 200 milionů eur. Zároveň došlo ke zvýšení celkové cílové hodnoty úspor z fáze 1 na 275 milionů eur.

Začala se již i druhá fáze integračního procesu zaměřená na optimalizaci dodavatelské sítě obchodní divize Consumer Brands. V prvních státech již byl kromě toho zaveden i tzv. princip 1-1-1, teda jedna objednávka, jedna dodávka, jedna faktura. V roce 2023 dosáhly úspory z realizace druhé fáze integrace již přibližně 80 milionů eur. Zvýšila se také očekávaná celková hodnota úspor z fáze 2 z minimálně 150 milionů eur na přibližně 250 milionů eur. V důsledku toho dojde také ke zvýšení celkových očekávaných úspor z obou fází integračního procesu, jež se měly v plném rozsahu projevit do konce roku 2026, ze 400 milionů na 525 milionů eur.

Společnost Henkel zároveň investuje do posilování svých značek a inovací, například v podobě výrazného zvýšení investicí do marketingu a podpory prodeje, jež by měly být zdrojem budoucího růstu a dalšího zvyšování ziskovosti této obchodní divize.

***Další rozvoj obchodní divize Adhesive Technologies***

S cílem lépe využívat výhody vedoucí pozice na světových trzích a posunout její podnikatelské aktivity na vyšší úroveň společnost Henkel udělala ve finančním roce 2023 několik změn ve vrcholovém managementu divize Adhesive Technologies, jimiž podpořila rozmanitost a posílila mezinárodní charakter manažerského týmu. Zároveň došlo k optimalizaci organizačního nastavení s cílem ještě více se přiblížit k zákazníkům a trhům. Nová organizační struktura zahrnuje tři oblasti podnikání: mobilita a elektronický průmysl, obaly a spotřební zboží a výrobky pro řemeslníky, stavebnictví a profesionály. Nová struktura byla zavedena během roku 2023 a je v plném rozsahu zachycena již i ve finančních výkazech společnosti.

**Další progres v rámci všech strategických prioritních oblastí**

Společnost Henkel pokračovala v uplynulém finančním roce v systematické implementaci své strategie růstu a zaznamenala významný pokrok ve všech jejích oblastech. Společnost dále rozvíjela své podnikatelské aktivity a portfolio značek, zvýšila svou konkurenceschopnost v oblasti inovací, trvalé udržitelnosti a digitalizace, optimalizovala své provozní modely a posílila firemní kulturu.

V rámci **aktivního řízení svého portfolia** a navíc k ukončení či odprodeji některých podnikatelských činností společnost Henkel pokračovala v posilování svého portfolia prostřednictvím akvizicí. V rámci divize Consumer Brands společnost Henkel od oznámení sloučení dvou spotřebitelských divizí počátkem roku 2022 prodala nebo ukončila výrobu značek, které celkově představují obrat v objemu přibližně 650 milionů eur. Součástí těchto změn produktového portfolia v roce 2023 byl například odprodej severoamerické výroby osvěžovačů vzduchu, a naopak, akvizice novozélandské značky udržitelných pracích a čistících prostředků Earthwise. V rámci divize Adhesive Technologies společnost Henkel rozšířila své portfolio produktů pro údržbu, opravy a rekonstrukce akvizicí společnosti Critica Infrastructure, která se specializuje na inovativní kompozitní řešení se širokým uplatněním v různých průmyslových odvětvích. Uvedenou transakcí se společnosti podařilo obohatit své portfolio spojovacích a lepících produktů o atraktivní doplňkový trh a vytvořit platformu pro další růst do budoucna. Posilování obou obchodních divizí prostřednictvím cílených akvizicí pokračovalo také na počátku roku 2024, když společnost převzala značku vlasové kosmetiky Vidal Sassoon na čínském trhu a společnost Seal for Life, jež působí v oblasti průmyslové údržby a oprav.

V roce 2023 společnost Henkel uvedla na trh množství **inovací**, jež reagují na důležité trhové trendy a přinášejí přidanou hodnotu zákazníkům i spotřebitelům. Divize Adhesive Technologies představila nová řešení pro spoje kamerových čoček používaných v asistenčních systémech v automobilech, jež umožňuje rychlejší a masivnější výrobu kamerových systémů pro automobilový průmysl a zároveň zvyšuje bezpečnost autonomních vozidel nové generace. Obchodní divize Consumer Brands představila na více než 30 trzích nový prací prostředek Persil Deep Clean s novým složením, jež využívá inovativní technologie založené na enzymech. Inovované složení přináší perfektní účinky pri odstraňování skvrn a zároveň zabraňuje vzniku nepříjemného pachu v pračce. Společnost Henkel také restartovala celé portfolio stylingových produktů značky Got2b s úplně novým designem a lepší udržitelností díky veganským recepturám, přírodním složkám a ekologičtějším obalovým materiálům.

Společnost Henkel pokračovala také v dalším upevňovaní principů **trvalé udržitelnosti** ve svém podnikání. V této souvislosti je ochrana klimatu jedním z důležitých pilířů strategie trvalé udržitelnosti společnosti Henkel pod názvem „*2030+ Sustainability Ambition Framework*“, jejíž uplatňování společnost nadále prohlubuje v rámci celého hodnotového řetězce svého podnikání. Zvláštní důraz klade na zvýšení používání obnovitelných zdrojů energie s cílem přiblížit se naplnění svého ambiciózního cíle dosáhnout do roku 2030 klimatické neutrality svých provozů, kde se jí v uplynulém roce podařilo udělat významný pokrok. V roce 2023 společnost přešla na uhlíkově neutrální výrobu ve 14 provozovnách a do konce roku se jí podařilo snížit emise CO2 o 61 procent na tunu výroby ve srovnání s výchozím rokem 2010. V rámci aktivit pro zvýšení trvalé udržitelnosti se společnost zaměřuje také na lepší udržitelnost svého produktového portfolia, například v podobě zvýšeného používání obnovitelných a recyklovaných surovin a materiálů a systematičtějším sledováním pokroku, jehož se jí v této oblasti podařilo dosáhnout.

Společnost dosáhla významného pokroku také v oblasti **digitalizace**. V rámci digitální divize *„Henkel dx“* společnost pokračovala v optimalizaci jejích interních struktur, posílila rozvoj odborných digitálních dovedností a nadále prosazovala kulturu inovací. Společnost také prohloubila strategickou partnerskou spolupráci s předními světovými digitálními technologickými společnostmi jako SAP, Microsoft a Adobe, což jí umožňuje integrovat špičkové technologie do jejích digitálních platforem a projektů. Zrychlením zavádění digitálních inovací, konzistentní strategií rozvoje digitálních platforem a úzkou spoluprací všech obchodních divizí a funkcí byla společnost loni schopna dále zlepšovat efektivní používání informačních technologií a vytvářet si nové obchodní příležitosti, například na trzích B2B.

V souladu s korporátním mottem „*Pioneers at heart of the good of generations*“ a se zavedenými závazky „*Leadership Commitments*“ společnost Henkel v loňském roce pokračovala také v posilování své **firemní kultury.** Mezi další klíčové oblasti, na než se loni zaměřila, patří i holistický koncept „*Smart Work*“, jež představuje globální rámec pro témata jako mobilní práce, digitální pracovní prostor nebo zdraví zaměstnanců, jakož i nové globální iniciativy v oblasti rozmanitosti, rovnosti a inkluze (DEI).

*„V roce 2023 jsme dosáhli silných hospodářských výsledků, důsledně jsme implementovali naši agendu smysluplného růstu ve všech strategických oblastech a pokročili jsme v transformaci naší společnosti. Jsem pevně přesvědčen, že jsme na správné cestě a realizujeme správnou strategii. Do roku 2024 a následujících let se můžeme dívat s velkou měrou sebedůvěry a jsme v plné míře odhodláni naplnit své ambiciózní cíle,“* zhrnul Carsten Knobel.

**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 lepícími materiály a funkčními nátěry. Obchodní divize Consumer Brands se drží na předních místech na mnoha světových trzích především v segmentech vlasové kosmetiky a pracích a čistících prostředků pro domácnost. Mezi tři nejsilnější značky společnosti patří Loctite, Persil a Schwarzkopf. Ve finančním roce 2023 vykázala společnost Henkel obrat ve výši přes 21,5 mld. eur a upravený provozní zisk přibližně ve výši 2,6 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 48 000 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 CEE

Telefon: +421 917 160 597

E-mail: [zuzana.kanuchova@henkel.com](zuzana.kanuchova%40henkel.com)