11 березня 2025 року

Henkel представляє результати діяльності за 2024 рік

Дуже хороші річні результати за 2024 рік демонструють успішну реалізацію Програми цілеспрямованого зростання

* **Високі бізнес-показники у 2024 фінансовому році**
	+ **Продажі: 21,6 млрд євро, хороші показники зростання в органічному вираженні на 2,6%**
	+ **Операційний прибуток (EBIT)\*: 3,1 млрд євро, дуже значне зростання на 20,9%**
	+ **Рентабельність EBIT\*: 14,3%, суттєве покращення на 240 базисних пунктів**
	+ **Прибуток на привілейовану акцію (EPS)\* суттєво вищий: 5,36 євро,
	+25,1% за незмінного обмінного курсу**
	+ **Сильний вільний грошовий потік розміром 2,4 млрд євро**
* **Запропоновано збільшення дивідендів у двозначному відсотковому діапазоні:
2,04 євро за привілейовану акцію (+10,3%)**
* **Ухвалено рішення про новий викуп акцій на суму до 1 млрд євро**
* **Подальший прогрес у реалізації Програми цілеспрямованого зростання**
	+ **«Споживчі бренди»: інтеграція відбувається швидше, ніж планувалося, портфельні заходи завершені, повної економії буде досягнуто вже до кінця 2025 року**
	+ **«Клейові технології»: нова структура, запроваджена у 2023 році, дає результати**
	+ **Амбітні цілі у сфері захисту клімату: визначено дорожню карту досягнення «чистого нуля»**
* **Прогноз на 2025 фінансовий рік: готовність до подальшого зростання продажів і прибутку – з повільним стартом на початку року та прискоренням протягом року**
	+ **Зростання продажів в органічному вираженні: 1,5–3,5%**
	+ **Рентабельність EBIT\*: 14,0–15,5%**
	+ **Прибуток на привілейовану акцію (EPS)\*: збільшення** **в діапазоні від низького до високого однозначного відсоткового показника (за незмінного обмінного курсу)**

\*Скориговано на одноразові витрати та доходи, а також на витрати на реструктуризацію.

**Дюссельдорф – «Фінансовий 2024 рік знову став роком великих викликів та економічної невизначеності. Проте ми впевнено рухали компанію вперед, досягли важливих цілей і навіть перевершили їх. Передусім чудові бізнес-результати 2024 року підтверджують успішну реалізацію нашої Програми цілеспрямованого зростання, – зазначив** Карстен Кнобель (Carsten Knobel) голова правління Ради директорів компанії «Хенкель»**. – У 2024 році ми досягли хорошого органічного зростання продажів і значно покращили прибутковість – із вражаючим збільшенням рентабельності на 2,4 відсоткового пункту, чому сприяло чудове зростання валової маржі, а також виняткове підвищення прибутку на привілейовану акцію на 25%. Цілеспрямоване підвищення цінності нашої продукції для клієнтів і споживачів стало ключовим чинником зростання прибутку. Крім того, вагомий внесок у наш успіх також зробили інтеграція бізнес-підрозділу «Споживчі бренди» й оптимізація портфеля».**

**«Водночас ми продовжуємо активно інвестувати в наш бізнес і майбутнє зростання, зокрема через збільшення маркетингової активності в споживчому сегменті й успішні інновації в обох бізнес-підрозділах. Ми хочемо, щоб наші акціонери брали участь в успішному розвитку компанії. Тому на Загальних зборах акціонерів запропонуємо двозначне зростання дивідендів. Крім того, ми ухвалили рішення про нову програму викупу акцій обсягом до 1 млрд євро», – додав Карстен Кнобель.**

**«Результати минулого року є яскравим свідченням того, що трансформація компанії Henkel проходить успішно і що завдяки нашій стратегічній програмі цілеспрямованого зростання ми перебуваємо на правильному шляху, аби забезпечити найкращі позиції компанії в майбутньому, – підсумував Карстен Кнобель. – Це також відображено в прогнозі на 2025 фінансовий рік, в якому ми очікуємо подальшого зростання продажів і прибутків, незважаючи на складне бізнес-середовище. Я хотів би подякувати всім співробітникам компанії Henkel за їхню видатну роботу. Завдяки їхній командній роботі та надзвичайній відданості ми знову успішно провели нашу компанію через складний рік».**

**Прогноз на 2025 рік**

Після помірних темпів зростання у 2024 році очікується, що у 2025 році світове економічне виробництво знову буде помірним. Це передбачає помірне зростання як промислового, так і споживчого попиту в ключових для компанії Henkel сферах бізнесу споживчих товарів. Також прогнозується подальше зниження глобальної інфляції у 2025 році порівняно з попередніми роками, а процентні ставки також, ймовірно, знижуватимуться.

Щодо цін на сировину, Henkel очікує їхнього зростання в діапазоні від низького до середнього однозначного відсоткового показника порівняно із середньорічним рівнем 2024 року. Очікується, що перерахунок продажів в іноземній валюті матиме нейтральний або негативний вплив у низькому однозначному відсотковому діапазоні.

Крім того, очікується, що волатильність і невизначеність щодо загального макроекономічного та геополітичного середовища залишатимуться високими протягом року.

Враховуючи ці припущення, компанія Henkel очікує **органічне зростання продажів** на рівні від 1,5 до 3,5% у 2025 фінансовому році. У бізнес-підрозділі «Клейові технології» очікується органічне зростання на рівні від 2,0 до 4,0%, а у підрозділі «Споживчі бренди» – від 1,0 до 3,0%. **Скоригована рентабельність продажів (скоригована маржа EBIT)** очікується в діапазоні від 14,0 до 15,5%. Для підрозділу «Клейові технології» скоригована рентабельність продажів очікується на рівні від 16,0 до 17,5%, а для підрозділу «Споживчі бренди» – від 13,5 до 15,0%. Для **скоригованого прибутку на привілейовану акцію (EPS)** за незмінного обмінного курсу очікується зростання в діапазоні від низького до високого однозначного відсоткового показника.

Таким чином, очікується повільніший початок року. Однак також очікується, що органічне зростання продажів прискориться протягом року, що приведе до сильнішого другого півріччя 2025 фінансового року порівняно з першим півріччям. Це стосується обох бізнес-підрозділів. Причинами цього є складне промислове середовище, що склалося в цей час, а також уповільнене зростання ринку та споживчі настрої на деяких наших ринках, особливо в Північній Америці.

У бізнес-підрозділі **«Споживчі бренди»** слід враховувати високі показники органічного зростання продажів порівняно з попереднім роком, особливо завдяки потужному запуску інноваційних продуктів у першій половині 2024 року. У 2025 році запуск інновацій буде більш асиметричним до другої половини 2025 року. Крім того, разові операційні чинники в нашому ланцюгу постачання, пов’язані із завершенням роботи над підходом «1-1-1», а також фазування промоактивностей також вплинуть на органічне зростання продажів у першому кварталі, що призведе до нижчих обсягів порівняно з минулим роком. У першому кварталі органічне зростання продажів очікується на рівні від -2 до -4%, тоді як цінова динаміка буде позитивною. На весь 2025 рік очікується загальне позитивне органічне зростання продажів, зумовлене як обсягом, так і ціною.

На весь 2025 рік очікується подальше підвищення маржі та, відповідно, прибутковості порівняно з попереднім роком для обох бізнес-підрозділів, а отже, і для Групи загалом. Показники, отримані за перші два місяці 2025 фінансового року, свідчать про те, що компанія Henkel та обидва бізнес-підрозділи рухаються в правильному напрямку.

**Показники продажів і прибутку Групи у 2024 фінансовому році**

У 2024 фінансовому році **продажі** групи компаній Henkel досягли 21 586 млн євро, що в номінальному вираженні на 0,3 відсотка більше, ніж у попередньому році. Вплив валютних курсів позначився на продажах негативно розміром -1,8%. З урахуванням впливу зміни валютних курсів, зростання продажів становило 2,1%. Придбання/відчуження активів мали незначний негативний вплив на продажі розміром -0,4%, що переважно пов'язано з продажем нашого бізнесу в Росії у 2023 році. **Органічне зростання продажів,** тобто скориговане на вплив курсових різниць і придбань/відчужень активів, продемонструвало хороші темпи на рівні 2,6%. Це було зумовлено як хорошими цінами, так і позитивною динамікою обсягів.

У бізнес-підрозділі **«Клейові технології»** досягнуто хорошого органічного зростання продажів на рівні 2,4%, зокрема, за рахунок бізнес-напряму «Мобільність та електроніка». Бізнес-підрозділ **«Споживчі бренди»** досягнув значного органічного зростання продажів на 3,0%, головним чином завдяки бізнес-напряму «Засоби для волосся».

**Скоригований операційний прибуток** **(скоригований показник EBIT)** значно збільшився – на 20,9% до 3 089 млн євро (у попередньому році: 2 556 млн євро).

**Скоригована рентабельність продажів** **(скоригована маржа EBIT)** у 2024 фінансовому році також була значно вищою порівняно з попереднім роком – 14,3% (у 2023 р.: 11,9 %).

**Скоригований прибуток на привілейовану акцію** значно зріс – на 23,2% до 5,36 євро (у попередньому році: 4,35 євро). При постійних курсах обміну валют скоригований прибуток на привілейовану акцію збільшився на 25,1%.

**Чистий оборотний капітал** як відсоток від виручки становив 3,0%, що дещо більше, ніж у попередньому році (у 2023 р.: 2,6%).

**Вільний грошовий потік** становив2 362 млн євро, що є меншим показником порівняно з попереднім роком (у 2023 р.: 2,603 млн євро), на що позитивно вплинула нормалізація чистого оборотного капіталу.

Чиста фінансова позиція на рівні -93 млн євро була дещо нижчою за рівень попереднього року, зокрема через платежі, здійснені за придбання активів (на 31 грудня 2023 року: 12 млн євро).

Правління, Наглядова рада та Комітет акціонерів запропонують на річних Загальних зборах акціонерів 28 квітня 2025 року збільшити **дивіденди** на 10,3% порівняно з попереднім роком, що становитиме 2,04 євро на привілейовану акцію та 2,02 євро на звичайну акцію (+10,4%). Це дорівнює коефіцієнту виплат 37,9%, що знаходиться в межах цільового діапазону від 30 до 40%. Збільшення дивідендів стало можливим завдяки дуже хорошим фінансовим показникам за минулий фінансовий рік і міцній фінансовій базі Групи компаній Henkel.

**Результати діяльності бізнес-підрозділів у 2024 фінансовому році**

**Продажі** бізнес-підрозділу **«Клейові технології»** у 2024 фінансовому році становили 10 970 млн євро, що в номінальному вираженні на 1,7% більше, ніж у попередньому році. Незважаючи на негативний вплив валютних курсів (-1,8%), придбання/продаж активів сприяли зростанню продажів на 1,1%. **В органічному вираженні** продажі зросли на 2,4%. Таке зростання продажів було зумовлене, зокрема, значним збільшенням обсягів у другому півріччі порівняно з попереднім роком, головним чином завдяки зростанню попиту на деяких ключових кінцевих ринках. Ціни залишилися на рівні попереднього року. **Скоригований операційний прибуток** становив 1 817 млн євро, що є двозначним відсотковим зростанням порівняно з попереднім роком і є новим рекордом для бізнес-підрозділу. **Скоригована рентабельність продажів** значно зросла порівняно з попереднім роком – на 190 базисних пунктів до 16,6%.

**Продажі** бізнес-підрозділу **«Споживчі бренди»** у звітному році становили 10 467 млн євро, що в номінальному вираженні на 0,9% нижче, ніж у попередньому році. Вплив валютних курсів призвів до зниження продажів на -1,8%. Придбання/продаж активів також мали негативний вплив на продажі розміром -2,0%, причому основною причиною, як і раніше, залишається продаж нашого бізнесу в Росії у квітні 2023 року. **В органічному вираженні** продажі зросли на 3,0%. Це зростання продажів відбулося завдяки дуже високій ціновій динаміці, хоча обсяги знизилися насамперед через триваючі заходи з оптимізації портфеля. **Скоригований операційний прибуток** становив 1 419 млн євро, що значно перевищує показник попереднього року (1 115 млн євро). **Скоригована рентабельність продажів** досягла 13,6% і, таким чином, значно зросла – на 300 базисних пунктів порівняно з попереднім роком.

**Суттєвий прогрес у трансформації**

За останні декілька років компанія Henkel зазнала глибоких змін у багатьох сферах і послідовно впроваджувала свою стратегічну програму цілеспрямованого зростання. Ключовими чинниками довгострокового та сталого успіху є готовність і рішучість до безперервної трансформації. Мета – досягти стійкого покращення результатів. Щоб досягти цього, компанія повинна постійно змінюватися та розвиватися. І це відбувається в усіх сферах.

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

Найбільш значущою зміною в недавній історії компанії Henkel, ймовірно, є об'єднання наших бізнесів з виробництва споживчих товарів у бізнес-підрозділ **«Споживчі бренди»**, про яке було оголошено на початку 2022 року. З того часу відбулося багато подій. Бізнес-підрозділ працює в новій структурі з початку 2023 року, і позитивні зрушення стали очевидними вже в цьому році. У минулому фінансовому 2024 році стало очевидно, що наше рішення об'єднати раніше окремі бізнеси споживчих товарів в єдину платформу було правильним.

Інтеграція підрозділу «Споживчі бренди» відбувається значно швидше, ніж планувалося спочатку, як з точки зору інтеграції команди, реструктуризації портфеля, так і з точки зору досягнення синергетичного ефекту. Перший етап інтеграції, який передбачав об'єднання відділів продажів і маркетингу, завершився у 2024 році. На другому етапі, який триває з 2023 року, очікується, що повна економія витрат від оптимізації ланцюга постачання, тобто виробничих мереж і ланцюгів постачання, буде досягнута до кінця 2025 року.

Водночас бізнес-підрозділ «Споживчі бренди» послідовно фокусується на сильних брендах і бізнес-напрямах із високим валовим прибутком, а також на лідируючих позиціях на ринках і в категоріях. Позитивний ефект від фокусування на високих темпах зростання та високомаржинальних брендах і бізнес-напрямах починає приносити свої плоди: 10 найкращих брендів підрозділу «Споживчі бренди», на які припадає понад половина виручки у 2024 році, досягли дуже сильного органічного зростання, а також позитивного зростання обсягів.

**Подальший розвиток бізнес-підрозділу «Клейові технології»**

Бізнес-підрозділ **«Клейові технології»** також досягнув значного прогресу за звітний рік, продемонструвавши загалом хороші бізнес-показники. Цей бізнес-підрозділ пропонує близько 20 000 продуктів і рішень для понад 100 000 клієнтів по всьому світу в більш ніж 800 галузевих сегментах. Така широта і глибина портфеля в поєднанні з глобальною присутністю та досвідом розробки рішень, орієнтованих на потреби клієнтів, роблять компанію Henkel унікальною на ринку та дають їй змогу й надалі зміцнювати свої провідні позиції на світовому ринку. У своїх трьох бізнес-напрямах: «Мобільність та електроніка», «Упаковка та споживчі товари», «Домашній ремонт, будівництво і товари для професіоналів» – бізнес-підрозділ «Клейові технології» зосереджується на ключових тенденціях майбутнього. До них належать електронна мобільність і можливості підключення, тобто зростаюча взаємопов'язаність систем, а також сталий розвиток.

Оптимізована структура бізнес-напрямів, частково з новими управлінськими командами, а також постійна орієнтація на тренди завтрашнього дня вкотре сприяли успішному розвитку бізнес-підрозділу в непростому 2024 році.

**Подальший прогрес за всіма стратегічними пріоритетами**

У складному макроекономічному та геополітичному середовищі компанія Henkel продовжувала послідовно реалізовувати свою стратегію зростання в минулому фінансовому році 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 зміцнювала корпоративну культуру.

У межах **активного управління портфелем** компанія Henkel продовжує розширювати його за рахунок припинення або продажу діяльності, а також за рахунок придбань. Після продажу бізнес-напряму роздрібних брендів у Північній Америці на початку цього року, компанія Henkel остаточно завершила роботу над своїм портфелем брендів. Про це було оголошено на початку злиття колишніх окремих споживчих бізнес-напрямів. Бізнес-напрям роздрібних брендів було визначено як непрофільну діяльність у межах бізнес-підрозділу «Споживчі бренди» з огляду на обмежений потенціал використання синергії та майбутньої стратегічної відповідності з інтегрованою платформою «Споживчі бренди». З урахуванням цієї угоди з початку 2022 року компанія Henkel продала або ліквідувала бренди та напрямки діяльності на загальну суму трохи більше 1 млрд євро.

Активне управління портфелем також включає зміцнення та розширення портфеля за рахунок **придбань**. Так, на початку 2024 року компанія Henkel придбала відомий бренд засобів для догляду за волоссям Vidal Sassoon у Китаї. Це придбання ідеально доповнює місцевий портфель бізнес-підрозділу «Споживчі бренди» в Китаї, охоплюючи преміумсегмент роздрібної торгівлі. Асортимент бренда Vidal Sassoon в основному орієнтований на преміумсегмент засобів для догляду за волоссям – шампунів і кондиціонерів, але також включає в себе продукти для укладання та догляду за волоссям.

Henkel також інвестувала в придбання активів для розширення свого портфеля в рамках бізнес-підрозділу «Клейові технології», придбавши компанію Seal for Life Industries, що базується в США. Ця компанія пропонує захисні покриття та рішення для герметизації об'єктів інфраструктури в таких галузях, як відновлювана енергетика, газ і вода. Це придбання доповнює купівлю у 2023 році компанії Critica Infrastructure, яка також спеціалізується на обслуговуванні та ремонті об'єктів інфраструктури. Завдяки цим придбанням ми розширили наш існуючий портфель у привабливому та перспективному бізнес-напрямі технічного обслуговування, ремонту та капітального ремонту, створивши платформу для подальшого зростання.

У 2024 році компанія Henkel вивела на ринок численні **інновації**, що відповідають важливим тенденціям і створюють цінність для клієнтів і споживачів. Для бізнес-підрозділу «Клейові технології» минулого року в штаб-квартирі було відкрито надсучасний центр тестування акумуляторів, безпосередньо пов'язаний із найбільшим глобальним інноваційним центром бізнес-підрозділу – Inspiration Center Düsseldorf.

Завдяки цьому новому випробувальному центру компанія Henkel значно розширює свої можливості в сегменті електронної мобільності та зміцнює свою позицію провідного партнера в галузі розробок та інновацій для автовиробників і виробників акумуляторних батарей.

Прикладом інновацій у бізнес-підрозділі «Споживчі бренди» є нещодавно розроблена ферментна технологія для Perwoll, яка не лише доглядає за текстилем, але й допомагає зберігати кольори одягу. Ефект оновлення волокон помітний вже після десятого прання. Це сприяє довговічності текстилю.

Крім того, компанія Henkel ще більше закріпила принципи **сталого розвитку** у своєму бізнесі та посилила свої зобов'язання у цій сфері. Для цього компанія Henkel розробила дорожню карту досягнення «чистого нуля», яка включає розширені цілі зі скорочення викидів у всьому ланцюзі створення цінності. Компанія прагне зробити обов'язковий внесок в обмеження глобального потепління до 1,5 °C, як це передбачено Паризькою кліматичною угодою. Дорожня карта компанії Henkel, яка також була затверджена ініціативою «Науково обґрунтовані цілі» (Science Based Targets), окреслює кроки компанії, спрямовані на досягнення нульового балансу викидів парникових газів до 2045 року. Це включає в себе широкий спектр заходів уздовж усього ланцюга створення вартості. Крім того, Henkel стала першою компанією, що входить до індексу DAX, яка запровадила гендерно нейтральну відпустку по догляду за дитиною по всьому світу з повною компенсацією заробітної плати. Цей крок був дуже позитивно сприйнятий як працівниками, так і громадськістю.

Компанія Henkel також досягла подальшого прогресу у сфері **цифровізації**. У 2024 році ключовою темою був стрімкий розвиток штучного інтелекту (ШІ). У компанії Henkel штучний інтелект є невід'ємною частиною нашої цифрової стратегії вже декілька років. Наприклад, ШІ використовується для автоматизації процесів, у лабораторії з розробки клеїв, на віртуально пов'язаних між собою глобальних виробничих майданчиках, в автономних роботах на виробничих об'єктах, а також у чатботах на вебсайтах брендів Henkel. У 2024 році цифровий підрозділ Henkel dx ще більше оптимізував свої внутрішні структури, зміцнив свою цифрову експертизу та розвинув культуру відкритих інновацій. Крім того, Henkel отримує вигоду від стратегічного партнерства з провідними світовими цифровими компаніями, такими як SAP, Microsoft та Adobe. Ця співпраця дає змогу Henkel інтегрувати найсучасніші технології у свої цифрові платформи та проєкти. Прискорюючи цифрові інновації, вдосконалюючи свою платформну стратегію та посилюючи міжфункціональну співпрацю між усіма бізнес-підрозділами та функціями, Henkel значно підвищила свою ІТ-ефективність.

У межах своєї довгострокової стратегії зростання компанія Henkel постійно приводить свої бізнес-підрозділи у відповідність до вимог динамічних ринків і мінливих очікувань споживачів, щоб досягти довгострокового успіху завдяки **операційним моделям, готовим до майбутніх змін.** Це також включає постійне вдосконалення бізнес-процесів у всій компанії.

Одним із прикладів є створення глобального технологічного центру в Бангалорі (Індія), де понад 500 ІТ-спеціалістів уже працюють над створенням повністю інтегрованого внутрішнього цифрового хабу. Завдяки цьому компанія Henkel підвищує свою економічну ефективність і посилює внутрішню експертизу. На найближчі роки заплановано подальше розширення технологічного центру. Henkel також консолідувала всю свою венчурну діяльність «під одним дахом». З нагоди переходу на S/4Hana у 2025–2028 роках Henkel також оцінить, як зробити свої структури та процеси більш гнучкими та рухливими. У цьому контексті, наприклад, розглядається можливість створення окремих юридичних осіб для двох існуючих бізнес-підрозділів, починаючи з Німеччини, а потім крок за кроком в окремих великих країнах, де це можливо. Стратегічне та операційне управління Групою та її бізнес-підрозділами залишиться незмінним. Це робиться з метою підтримки майбутніх потреб бізнесу, а також програми зростання компанії Henkel.

Минулого року Henkel також ще більше зміцнила свою **корпоративну культуру.** Ініціатива «Прискорення культурної трансформації» (Accelerate Cultural Transformation, ACT), яка була започаткована у 2023 році, була успішно продовжена в межах всієї глобальної організації. Ця ініціатива сприяє глибшому діалогу та міцнішому зв'язку всередині команд. Минулого року ініціатива ACT була зосереджена на наданні конструктивного зворотного зв'язку та відкритому реагуванні на нього. Культура співпраці тісно пов'язана з просуванням різноманітності, рівності й інклюзивності. Для подальшого розширення різноманітності компанія Henkel дотримується стратегії, що ґрунтується на трьох основних принципах. По-перше, підвищення обізнаності через різні формати, наприклад, кампанії та заходи. По-друге, зміцнення інклюзивної поведінки через навчальні програми для лідерів і працівників. І по-третє, постійно покращувати структурні умови, наприклад, пропонуючи програми, які підтримують баланс між роботою й особистим життям та усувають структурні бар'єри.

Однією з амбіцій компанії Henkel є досягнення гендерного паритету на всіх рівнях управління до кінця 2025 року. Сьогодні близько 42 відсотків керівних посад у компанії Henkel по всьому світу обіймають жінки.

«2024 фінансовий рік був дуже успішним і важливим для компанії Henkel. Ми досягли наших фінансових цілей, які ми двічі підвищували протягом року. Ми послідовно впроваджували нашу програму цілеспрямованого зростання за всіма стратегічними напрямами, рішуче й успішно просуваючись шляхом трансформації. Ми на правильному шляху, і трансформація нашої компанії приносить відчутні результати. Маючи чітку стратегію, сильну команду й унікальну корпоративну культуру, ми добре підготовлені до майбутнього», – підсумував Карстен Кнобель.

Про компанію «Хенкель»

Завдяки своїм брендам, інноваціям і технологіям компанія Henkel 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 2024 фінансовому році Henkel відзвітувала про обсяг продажів на суму понад 21,6 млрд євро та скоригований операційний прибуток на суму близько 3,1 млрд євро. Привілейовані акції Henkel включені до фондового індексу Німеччини DAX. Сталий розвиток – це давня традиція у Henkel і компанія має чітку стратегію сталого розвитку з конкретними цілями. Компанію Henkel було засновано в 1876 році. Станом на сьогодні в ній працює понад 47 000 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» та інших подібних слів. Такі заяви ґрунтуються на поточних оцінках і припущеннях, зроблених керівництвом Henkel AG & Co. KGaA. Ці заяви не слід розуміти як гарантію того, що ці очікування справдяться. 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 і які є або можуть виступати в ролі альтернативних показників діяльності. Ці додаткові фінансові показники не слід розглядати окремо або як альтернативу 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.

За додатковою інформацією, будь ласка, звертайтеся до:

|  |  |
| --- | --- |
| Олени Андрощук,керівника відділукорпоративних комунікацій «Хенкель» в Україні«Хенкель Україна» Тел.: +38 050 389 83 45Факс: +38 044 247 51 00 e-mail: elena.androschuk@henkel.com | Олени Хмари,керівника PR-проєктів Агенція «PR-Service»Тел./факс: +38 044 501 32 44Моб. тел.: +38 050 382 82 74e-mail: a.khmara@pr-service.com.ua |