

Saopštenje za medije

8. maj 2025.

Dodatni napredak u sprovođenju agende strateškog rasta

Henkel ostvario razvoj prodaje u skladu sa očekivanjima dok profitabilnost ostaje snažna

- **Prodaja grupe: oko 5,2 milijardi evra; organski -1,0 odsto**
- **Adhezivi tehnologije: pozitivan organski rast prodaje od 1,1 odsto, sa pozitivnom promenom količinske prodaje uprkos izazovnom okruženju**
- **Consumer Brands: organski pad prodaje od -3,5 odsto; na količinsku prodaju su uticali izazovi u oblasti potražnje potrošača i lanaca snabdevanja**
- **Prodaja poslovanja sa privatnim robnim markama u Severnoj Americi završena - okončan program optimizacije strateškog portfolija u sektoru Consumer Brands**
- **Prognoza za fiskalnu 2025. godinu ostaje nepromenjena uprkos promenljivim okolnostima na tržištu:**
 - Organski rast prodaje: 1,5 do 3,5 odsto
 - Korigovani prinos od prodaje: 14,0 do 15,5 odsto
 - Korigovani prihod po prioritetnoj akciji (EPS): povećanje jednocifrenog niskog do visokog procentualnog opsega (pri stalnom kursu).

Diseldorf, 8. maj 2025 – „Kao što smo naveli u martu kada smo objavili rezultate za celu 2024. godinu, prodaja u novoj fiskalnoj godini započela je prilično mirno. U isto vreme, nastavili smo da ostvarujemo snažne bruto i EBIT marže, a takođe smo dosledno i uspešno radili na sprovođenju naše agende strateškog rasta. Završili smo prodaju poslovanja sa privatnim robnim markama u Severnoj Americi ranije nego što je očekivano, čime smo uspešno završili program optimizacije portfolija u našem poslovnom sektoru Consumer Brands koji smo najavili početkom 2022. godine. To znači da sada možemo da usmerimo svu našu pažnju na rast našeg poslovanja sa brendiranim potrošačkim proizvodima uz pomoć inovacija sa tehnologijama koje nude relevantnu dodatnu vrednost potrošačima“, izjavio je izvršni direktor Henkel-a, Karsten Knobel.

„Promenljivost i nesigurnost na globalnim tržištima značajno su porasli od početka godine. Ciljevi postavljeni za trenutnu fiskalnu godinu ostaju nepromenjeni i dalje očekujemo dalji organski rast prodaje i postepeno poboljšanje zarade u 2025. godini. I dalje očekujemo jaču drugu polovinu godine, sa dodatnim doprinosom naših inovacija koje ćemo uvesti na tržište, uz podršku kroz nastavak ulaganja u naše brendove. Istovremeno, očekujemo jake bruto i EBIT marže. Razvoj koji smo videli u prva tri meseca trenutne fiskalne godine pokazuje da smo na pravom putu u ovom pogledu. Ovo pokazuje da imamo jasnu i dosledno sprovedenu strategiju i da ispunjavamo svoja obećanja.“

Rezultati prodaje Grupe

Prodaja grupe u prvom tromesečju 2025. dostigla je 5.242 miliona evra; što predstavlja **nominalno smanjenje** od -1,4 odsto u odnosu na isto tromesečje prethodne godine. (5.317 miliona evra). **Organski** (tj. sa korekcijama zbog kursnih razlika i akvizicija/divesticija), prodaja je opala -1,0 odsto. Ovaj razvoj događaja je bio očekivan i odražava trenutnu izazovnu geopolitičku i makroekonomsku situaciju, koja utiče na industrijsku potražnju i raspoloženje potrošača – posebno u Severnoj Americi. Dok je organski rast prodaje na nivou Grupe podržan pozitivnom komponentom cena, obim prodaje bio je ispod nivoa prethodne godine. Akvizicije/prodaje su doprinosile povećanju prodaje za 1,1 odsto. S druge strane, uticaji deviznih kursnih razlika negativno su uticali na rezultate prodaje sa -1,4 odsto.

Organski rast prodaje u **Evropi** iznosio je -2.0 odsto u prvom kvartalu. U **IMEA** regionu, prodaja je organski porasla za 4.6 odsto. Organski rezultat prodaje bio je negativan u **Severnoj Americi** sa -5.6 odsto. U Latinskoj Americi, organski rast prodaje bio je 1.5 odsto iznad rasta u prethodnom kvartalu. Region **Azija-Pacifik** je ostvario organski rast prodaje od 3.6 odsto.

Performanse prodaje u sektoru Adhezivi tehnologije

Poslovni sektor Adhezivi tehnologije ostvario je **prodaju** od 2.715 miliona evra u **prvom tromesečju 2025. godine**, što predstavlja nominalni rast od 1,4 odsto u odnosu na isti kvartal prethodne godine (2.677 miliona evra). **Organski** (tj. sa korekcijama zbog kursnih razlika i akvizicija/divesticija), prodaja je povećana 1,1 odsto u odnosu na prvo tromesečje 2024. I cene i obim prodaje zabeležili su pozitivan trend. Efekti deviznih kurseva smanjili su prodaju za -1.0 odsto. Akvizicije/prodaje imale su pozitivan uticaj od 1,3 odsto.

Pozitivan organski rast prodaje u poslovnom sektoru Adhezivi tehnologije u prvom tromesečju pretežno je bio rezultat poslovnog segmenta **Mobilnosti i elektronike**, koji je ostvario snažan organski rast prodaje od 3,1 odsto. Ovaj rast je bio podstaknut poslovanjem u oblasti Elektronike i industrije, dok je segment automobilske industrije zabeležio pad usled izazovnog tržišnog okruženja. Organski razvoj prodaje u poslovnom segmentu **Ambalaže i robe široke potrošnje** bio je blago negativan, i to -0,4 odsto. Poslovanje u oblasti ambalaže pokazalo je stabilan razvoj, uz dalji oporavak tražnje. Poslovanje sa robom široke potrošnje zabeležilo je blag pad u poređenju sa istim kvartalom prethodne godine. Organski rast prodaje u segmentu

Zanatlija, građevinarstva i profesionalaca iznosio je 0,4 odsto u odnosu na isti kvartal prethodne godine. Rast je pretežno podstaknut poslovanjem u oblastima Potrošača, zanatlija i Građevine, koje su obe zabeležile dobar rast.

Razvoj prodaje po poslovnim segmentima

Iz regionalne perspektive, poslovni sektor Adhezivi tehnologije imao je ukupno posmatrano mešovite rezultate. U **Evropi** je prodaja organski bila ispod nivoa iz istog kvartala prethodne godine, pretežno zbog segmenta **Zanatlija, građevinarstva i profesionalaca**. U tržišnom okruženju koje je generalno bilo izazovno, region **Severne Amerike** zabeležio je pad prodaje u prvom kvartalu, uglavnom usled kretanja u segmentima Mobilnosti i elektronike, kao i Ambalaže i robe široke potrošnje. Region **IMEA** zabeležio je veoma snažan organski rast prodaje, posebno zahvaljujući dvocifrenom organskom rastu u segmentu Zanatlija, građevinarstva i profesionalaca. Region **Latinske Amerike** takođe je zabeležio veoma snažan rast, koji je pretežno bio podstaknut dvocifrenim rastom prodaje u segmentu Mobilnosti i elektronike. Segmenti Ambalaže i robe široke potrošnje, kao i Zanatlija, građevinarstva i profesionalaca takođe su doprineli ovom razvoju, oba sa veoma snažnim rastom. Region **Azije i Pacifika** zabeležio je značajan rast, pre svega zahvaljujući dvocifrenom rastu prodaje u segmentu Elektronike u Kini.

Prodajni rezultati sektora Consumer Brands

U sektoru Consumer Brands, **prodaja u prvom kvartalu** 2025. godine iznosila je ukupno 2.484 miliona evra, što je **nominalno** smanjenje od -4,6 odsto u odnosu na isti kvartal prethodne godine. **Organski** (tj. sa korekcijama zbog kursnih razlika i akvizicija/divesticija), prodaja je smanjena za -3,5 odsto. Sektor je zabeležio dobar razvoj cena u poređenju sa prvim kvartalom 2024. godine, dok je obim prodaje opao kako se i očekivalo, uglavnom zbog prigušenog raspoloženja potrošača i smanjenja zaliha maloprodajnih kupaca – posebno u Severnoj Americi – što je pogoršano izazovima u lancu snabdevanja. Uticaj kursnih razmena imao je negativan uticaj od -2,0 odsto na prodaju, dok su akvizicije/prodaje imale pozitivan uticaj od 0,8 odsto na prodaju.

U prvom kvartalu, sektor **Deterdženti i kućna hemija** zabeležilo je negativan organski razvoj prodaje od -4,1 odsto. Poslovanje sa sredstvima za negu veša zabeležilo je negativan rast uzrokovan pretežno padom u kategoriji Čišćenja tkanina, dok je kategorija Nege tkanina zabeležila veoma snažan rast. Poslovanje sa sredstvima kućne nege, nasuprot tome, ostvarilo je dobar organski porast prodaje, uglavnom zahvaljujući značajnom rastu prodaje u kategoriji Proizvoda za pranje posuđa.

Poslovanje sa **Proizvodima za kosu** zabeležilo je organski pad prodaje od -1,6 odsto. Poslovanje sa robom široke potrošnje pokazalo je pozitivan rast, koji je posebno bio vođen kategorijama boja za kosu i proizvoda za oblikovanje kose. Generalno, razvoj poslovanja sa profesionalcima bio je niži nego prethodne godine, što je uglavnom posledica pada prodaje kao rezultat izazovnog potrošačkog okruženja u regionu Severne Amerike.

Segment Ostali potrošački proizvodi zabeležilo je pad organske prodaje od -6,8 odsto, prvenstveno kao rezultat negativnog razvoja u poslovanju sa proizvodima za negu tela u regionima Severne Amerike i Evrope.

Razvoj prodaje po poslovnim oblastima

Iz regionalne perspektive, razvoj prodaje u svim regionima – sa izuzetkom IMEA – bio je ispod nivoa iz prethodne godine. Region **IMEA** zabeležio je dobar organski rast prodaje u celini, vođen značajnim rastom organske prodaje u poslovanju sa Proizvodima za kosu i dobrim razvojem u poslovanju sa proizvodima u sektoru Deterdženti i kućna nega. S druge strane, **Evropa** je doživela pad zbog razvoja događaja u poslovnom području proizvoda u sektoru Deterdženti i kućna nega., dok je poslovno područje Proizvoda za kosu pokazalo dobar rast. Rast prodaje u regionima **Severne Amerike i Azije i Pacifika** bio je ispod nivoa iz prethodne godine u svim poslovnim oblastima. Učinak regiona **Latinske Amerike** u celini bio je ispod onoga iz prethodne godine zbog razvoja događaja u poslovanju u sektoru Deterdženti i kućna nega. Poslovanje sa proizvodima za kosu, nasuprot tome, zabeležio je veoma snažan organski rast prodaje.

Neto imovina i finansijska pozicija Grupe

U periodu koji je predmet ispitivanja nije došlo do značajnijih promena neto imovine i finansijske pozicije Grupe u poređenju sa stanjem na dan 31. decembra 2024. godine.

Perspektive za Henkel grupu

Za tekuću godinu, Henkel i dalje očekuje **organski rast prodaje** između 1,5 i 3,5 odsto. Za sektor Adhezivi Tehnologije, očekuje se organski rast prodaje u rasponu od 2,0 do 4,0 odsto. Za sektor Consumer Brands, očekujemo organski porast prodaje od 1,0 do 3,0 odsto.

Očekuje se da će **prilagođeni povrat na prodaju (prilagođena EBIT marža)** i dalje biti u rasponu od 14,0 do 15,5 odsto. Očekuje se da će prilagođeni povrat na prodaju biti između 16,0 i 17,5 odsto za sektor Adhezivi Tehnologije i između 13,5 i 15,0 odsto za sektor Consumer Brands.

Očekuje se da će prilagođena zarada po preferencijalnoj akciji (EPS) po konstantnim deviznim kursovima i dalje rasti u rasponu od niskih do visokih jednocifrenih procentualnih vrednosti.

Pored toga, i dalje imamo sledeća očekivanja za 2025. godinu:

- Akvizicije/prodaje: negativan efekat u niskom jednocifrenom procentnom rasponu na nominalni rast prodaje
- Prenos prodaje u strane valute: neutralan do negativan uticaj u niskom jednocifrenom procentnom opsegu.
- Cene direktnih materijala: nisko do srednje jednocifreno procentualno povećanje u odnosu na prosek prethodne godine
- Troškovi restrukturiranja od 200 do 250 miliona evra

- Odliv gotovine od investicija u nekretnine, postrojenja i opremu i nematerijalna sredstva između 650 i 750 miliona evra

O kompaniji Henkel

Henkel, sa svojim brendovima, inovacijama i tehnologijama, zauzima vodeće pozicije na tržištu širom sveta u industrijskom i potrošačkom sektoru. Poslovni sektor Adhezivi Tehnologije je globalni lider na tržištu lepkova, zaptivača i funkcionalnih premaza. Sa sektorom Consumer Brands, kompanija drži vodeće pozicije posebno u sektorima pranja veša i održavanja domaćinstva i nege kose na mnogim tržištima i kategorijama širom sveta. Tri najjača brenda kompanije su Loctite, Persil i Schwarzkopf. U fiskalnoj 2024. godini, Henkel je ostvario prodaju od preko 21,6 milijarde evra i prilagođeni operativni profit od oko 3,1 milijarde evra. Prioritetne akcije Henkela su uvrštene u nemački indeks DAX. Održivost ima dugu tradiciju u Henkel-u, a kompanija ima jasnu strategiju održivosti sa specifičnim ciljevima. Henkel je osnovan 1876. godine i danas zapošljava raznovrsni tim od više od 47.000 ljudi širom sveta - ujedinjen jakom korporativnom kulturom, deljenim vrednostima i zajedničkom svrhom: „Pioneers at heart for the good of generations“. Za više informacija, molimo vas posetite www.henkel.rs

Ovaj dokument sadrži izjave koje se odnose na buduće poslovanje, finansijske rezultate i druge događaje ili okolnosti u budućnosti koje su važne Henkelu a koje se mogu smatrati izjavama koje se odnose na budućnost. Izjave koje se odnose na budućnost se odlikuju rečima poput „očekivati“, „nameravati“, „planirati“, „predviđati“, „procenjivati“, i sličnim terminima. Ove informacije sadrže izjave koje se odnose na budućnost zasnovane na trenutnim procenama i predviđanjima rukovodstva kompanije Henkel AG & Co. KGaA. Takvim izjavama se na bilo koji način ne garantuje da će se takva očekivanja ostvariti. Budući učinci i rezultati koje će Henkel AG & Co. KGaA i njegova povezana društva stvarno ostvariti zavisi od više rizika i neizvesnosti, i stoga se mogu razlikovati materijalno od izjava koje se odnose na budućnost. Mnogi od ovih faktora su van Henkelove kontrole i ne mogu se precizno predvideti, poput budućeg privrednog ambijenta i radnji rivala i drugih uključenih u tržište. Henkel ne planira niti se obavezuje da ažurira bilo koju izjavu koja se odnosi na budućnost.

Ovaj dokument uključuje dodatne finansijske mere koje nisu jasno definisane u primenjivom okviru finansijskog izveštavanja, i koje su ili mogu biti alternative merama rezultata. Ove dodatne finansijske mere ne bi trebalo posmatrati izolovane ili kao alternative merama Henkelove neto imovine i finansijskih pozicija ili rezultata poslovanja kao što su prikazani u skladu sa primenjivim okvirom finansijskog izveštavanja u svojim konsolidovanim finansijskim izveštajima. Druge kompanije koje izveštavaju ili opisuju slično naslovljene alternativne mere učinaka bi mogle da ih računaju drugačije.

Ovaj dokument je izdat isključivo u informativne svrhe i ne predstavlja nameru da čini investicioni savet ili ponudu za prodaju, niti poziv za ponudu za kupovinu bilo kojih hartija od vrednosti.

Kontakt Jelena Gavrilović Šarenac
Telefon +381 60 207 22 09
Email jelena.sarenac@henkel.com

Tijana Antić
+381 60 207 22 08
tijana.antic@henkel.com

Henkel Srbija d.o.o.

www.henkel.rs