

Квартальна звітність за 1-й квартал 2026 року

Січень – березень

Вдалий початок 2026 фінансового року

Henkel демонструє хороше органічне зростання продажів у першому кварталі 2026 року

- **Продажі Групи: близько 5,0 млрд євро, органічне зростання +1,7%**
- **Органічне зростання продажів забезпечено обома бізнес-підрозділами, кожен з яких продемонстрував позитивну динаміку обсягів і цін:**
 - Бізнес-підрозділ «Клейові технології»: органічне зростання продажів на 1,7%
 - Бізнес-підрозділ «Споживчі бренди»: органічне зростання продажів на 1,8%
- **Успішна реалізація стратегії зростання через злиття та поглинання (M&A):**
 - П'ять транзакцій із загальним обсягом продажів близько 1,6 млрд євро
 - Три угоди вже успішно завершені:
Wetherby Laroc, ATP Adhesive Systems, Not Your Mother's
- **Програма зворотного викупу акцій обсягом близько 1 млрд євро успішно завершена наприкінці березня**
- **Прогноз на 2026 фінансовий рік залишається незмінним:**
 - Зростання продажів в органічному вираженні: від 1,0% до 3,0%
 - Скоригована рентабельність продажів: від 14,5% до 16,0%
 - Скоригований прибуток на привілейовану акцію (EPS): зростання в діапазоні від низького до високого однозначного відсоткового показника (за незмінного валютного курсу)

Дюссельдорф, 7 травня 2026 р. – У першому кварталі 2026 року компанія Henkel забезпечила продажі Групи на рівні близько 5,0 млрд євро та досягла хорошого органічного зростання на 1,7%. Це зростання було зумовлене обома бізнес-підрозділами, кожен з яких продемонстрував позитивну динаміку обсягів і цін.

«Попри складні ринкові умови у першому кварталі ми досягли впевненого органічного зростання продажів завдяки обом бізнес-підрозділам. Ми забезпечили позитивну динаміку цін та обсягів як у бізнес-підрозділі «Клейові технології», так і в бізнес-підрозділі «Споживчі бренди», – зазначив голова правління Ради директорів компанії «Хенкель» Карстен Кнобель (Carsten Knobel).

«Водночас ми послідовно реалізуємо нашу стратегічну програму й інвестуємо в розширення бізнесу. Це також включає нещодавно оголошені придбання в обох підрозділах, які сукупно забезпечать майже 1,6 млрд євро додаткових продажів. На сьогодні ми вже успішно закрили три з п'яти транзакцій. Прогноз на 2026 рік залишається незмінним. Ми й надалі впевнено рухаємося курсом сталого та прибуткового зростання», – додав Карстен Кнобель.

Динаміка продажів за бізнес-підрозділами

в млн євро	Продажі			В органічному вираженні
	1 кв. 2025 р.	1 кв. 2026 р.	+/-	
Група Henkel	5 242	4 952	-5,5%	1,7%
«Клейові технології»	2 715	2 627	-3,2%	1,7%
«Споживчі бренди»	2 484	2 285	-8,0%	1,8%

Органічне зростання в бізнес-підрозділі «**Клейові технології**» у першому кварталі було забезпечене насамперед дуже високими показниками бізнес-напрямку «Мобільність та електроніка». Позитивна динаміка органічних продажів у бізнес-підрозділі «**Споживчі бренди**» зумовлена переважно значним зростанням у бізнес-напрямі «Засоби для волосся».

Показники продажів Групи

Продажі Групи в першому кварталі 2026 року становили 4 952 млн євро, що в номінальному вираженні на 5,5% менше порівняно з аналогічним кварталом попереднього року (5 242 млн євро). В органічному вираженні (тобто без урахування валютних курсів і придбання/відчуження активів) продажі зросли на 1,7%. Позитивну динаміку продемонстрували і цінові показники, і обсяги. Придбання/відчуження активів призвели до зниження продажів на 2,1%. Коливання валютних курсів також мали негативний вплив на продажі на рівні -5,2 %.

Показники продажів Групи

у млн євро	1 кв. 2025 р.	1 кв. 2026 р.
Продажі	5 242	4 952
Зміна порівняно з попереднім роком	-1,4%	-5,5%
Вплив валютних курсів	-1,4%	-5,2%
З урахуванням валютних курсів	0,0%	-0,4%
Придбання/відчуження активів	1,1%	-2,1%
В органічному вираженні	-1,0%	1,7%
з них ціна	1,4%	0,7%
з них обсяг	-2,4%	1,0%

Динаміка продажів в органічному вираженні у регіоні **Європа** в першому кварталі становила -3,4 %. У регіоні **ІМЕА** продажі зросли в органічному вираженні на 12,8 %. Показники органічних продажів у **Північній Америці** були позитивними та становили 0,9 %. У **Латинській Америці** органічні продажі були на 3,1 % нижчими за показник аналогічного кварталу минулого року. В Азійсько-Тихоокеанському регіоні було досягнуто органічне зростання продажів на рівні 10,3 %.

Показники продажів за регіонами¹

	Європа	ІМЕА	Північна Америка	Латинська Америка	Азійсько-Тихоокеанський регіон	Корпоративні	Група Henkel
у млн євро							
Продажі січень – березень 2026	1 919	522	1 231	372	868	41	4 952
Продажі січень – березень 2025	1 989	562	1 429	375	844	43	5 242
Зміна порівняно з аналогічним кварталом минулого року	-3,6%	-7,1%	-13,8%	-1,0%	2,8%	–	-5,5%
В органічному вираженні	-3,4%	12,8%	0,9%	-3,1%	10,3%	–	1,7%
Частка в продажах Групи 2026	39%	11%	25%	8%	18%	1%	100%
Частка в продажах Групи 2025	38%	11%	27%	7%	16%	1%	100%

¹ За місцем розташування компанії.

Показники продажів бізнес-підрозділу «Клейові технології»

У першому кварталі 2026 року бізнес-підрозділ «Клейові технології» досяг продажів розміром 2 627 млн євро, що в номінальному вираженні на 3,2 % менше порівняно з аналогічним кварталом попереднього року. В органічному вираженні (тобто з урахуванням коливань валютних курсів і придбань/відчужень активів) продажі зросли на 1,7 % відносно показника минулого року завдяки позитивній динаміці як цін, так і обсягів. Вплив валютних курсів призвів до зниження продажів на 5,2 %. Придбання/відчуження активів мали незначний позитивний вплив на рівні 0,2 %.

Показники продажів бізнес-підрозділу «Клейові технології»

в млн євро	1 кв. 2025 р.	1 кв. 2026 р.
Продажі	2 715	2 627
Частка в продажах Групи	52%	53%
Зміна порівняно з попереднім роком	1,4%	-3,2%
Курс валют	-1,0%	-5,2%
З урахуванням курсу валют	2,4%	1,9%
Придбання/відчуження активів	1,3%	0,2%
В органічному вираженні	1,1%	1,7%
з них ціна	0,6%	0,4%
з них обсяг	0,5%	1,3%

Хороші показники органічних продажів бізнес-підрозділу «Клейові технології» у першому кварталі були забезпечені переважно бізнес-напрямом **«Мобільність та електроніка»**, який продемонстрував дуже сильне органічне зростання на рівні 6,7 %. Це зростання було зумовлене сегментами «Електроніка» та «Товари для промисловості», тоді як сегмент «Автомобільні товари» продемонстрував зниження в умовах тривалого складного середовища. **Бізнес-напрямок «Упаковка та споживчі товари»** продемонстрував загалом позитивну динаміку органічних продажів на рівні 0,5 %, що було зумовлено хорошими результатами сегмента споживчих товарів. Натомість у сегменті упаковки зафіксовано незначне зниження. У **бізнес-напрямі «Домашній ремонт, будівництво та товари для професіоналів»** було зафіксовано зниження органічних продажів на 2,3 % порівняно з аналогічним кварталом минулого року. Така динаміка була зумовлена сегментом «Споживчі товари та будівництво», а от сегмент «Загальне виробництво та технічне обслуговування» продемонстрував позитивне зростання.

Динаміка продажів за бізнес-напрямами

у млн євро	Продажі			В органічному вираженні
	1 кв. 2025 р.	1 кв. 2026 р.	+/-	
«Клейові технології»	2 715	2 627	-3,2%	1,7%
«Мобільність та електроніка»	966	977	1,1%	6,7%
«Упаковка та споживчі товари»	804	758	-5,7%	0,5%
«Домашній ремонт, будівництво та товари для професіоналів»	945	892	-5,7%	-2,3%

З регіональної точки зору результати бізнес-підрозділу «Клейові технології» загалом були змішаними. В **Європі** органічні продажі були нижчими за показник аналогічного кварталу минулого року через динаміку в усіх трьох бізнес-напрямах. Регіон **Північна Америка** продемонстрував незмінний рівень продажів у загалом складному ринковому середовищі, що було підтримано хорошим органічним зростанням у бізнес-напрямі «Мобільність та електроніка». У регіоні **IMEA** було досягнуто дуже сильне органічне зростання продажів, що було зумовлене, зокрема, двозначним зростанням у бізнес-напрямах «Мобільність та електроніка» та «Упаковка та споживчі товари». У регіоні **Латинська Америка** було зафіксовано зниження зростання через бізнес-напрями «Мобільність та електроніка» та «Упаковка та споживчі товари». **Азійсько-Тихоокеанський регіон** продемонстрував двозначне органічне зростання, особливо завдяки двозначному збільшенню продажів у сегменті електроніки в Китаї.

Показники продажів бізнес-підрозділу «Споживчі бренди»

У бізнес-підрозділі «Споживчі бренди» обсяг **продажів** у **першому кварталі 2026 року** становив 2 285 млн євро, що в **номінальному вираженні** на 8,0 % менше порівняно з аналогічним кварталом минулого року. **В органічному вираженні** (тобто з урахуванням валютних курсів і придбань/відчужень активів) продажі зросли на 1,8 %. У бізнес-підрозділі було зафіксовано позитивну динаміку як цін, так і обсягів порівняно з першим кварталом 2025 року. Коливання валютних курсів мали негативний вплив на продажі на рівні -5,2 %. Придбання/відчуження активів також призвели до зниження продажів на 4,6%.

Показники продажів бізнес-підрозділу «Споживчі бренди»

у млн євро	1 кв. 2025 р.	1 кв. 2026 р.
Продажі	2 484	2 285
Частка в продажах Групи	47%	46%
Зміна порівняно з попереднім роком	-4,6%	-8,0%
Вплив валютних курсів	-2,0%	-5,2%
З урахуванням валютних курсів	-2,7%	-2,8%
Придбання/відчуження активів	0,8%	-4,6%
В органічному вираженні	-3,5%	1,8%
з них ціна	2,0%	1,1%
з них обсяг	-5,5%	0,7%

У першому кварталі бізнес-напряму **«Засоби для прання та догляду за оселею»** продемонстрував незмінну динаміку органічних продажів на рівні 0,1 %. Напряму засобів для прання загалом продемонстрував незначне зниження, що було зумовлено переважно категорією «Засоби для чищення тканин», а у категорії «Засоби для догляду за тканинами» було зафіксовано значне зростання. Натомість бізнес-напряму «Засоби для догляду за оселею» досяг позитивного органічного зростання продажів, що було зумовлено переважно двозначним зростанням продажів у категорії «Засоби для ручного миття посуду».

Бізнес-напряму **«Засоби для волосся»** досяг дуже сильного збільшення органічних продажів на 5,1 %. Споживчий сегмент продемонстрував дуже сильне зростання, причому найбільший внесок зробила категорія «Фарби для волосся». Професійний сегмент також продемонстрував дуже сильний розвиток.

У бізнес-напрямі **«Інші споживчі товари»** було зафіксовано позитивну динаміку органічних продажів на рівні 0,5 %, що було зумовлено насамперед значним органічним зростанням продажів у категорії «Догляд за тілом» у регіоні Північна Америка.

Динаміка продажів за бізнес-напрямами

у млн євро	Продажі			В органічному вираженні
	1 кв. 2025 р.	1 кв. 2026 р.	+/-	
«Споживчі бренди»	2 484	2 285	-8,0%	1,8%
«Засоби для прання та догляду за оселею»	1 550	1 352	-12,8%	0,1%
«Засоби для волосся»	792	797	0,7%	5,1%
«Інші споживчі товари»	142	136	-4,8%	0,5%

З регіональної точки зору динаміка органічних продажів в усіх регіонах – за винятком Європи – була вищою за рівень попереднього року. Регіон **ІМЕА** продемонстрував двозначне збільшення органічних продажів завдяки двозначному органічному зростанню в бізнес-напрямах «Засоби для прання та догляду за оселею» та «Засоби для волосся». У **Європі**, навпаки, було зафіксовано зниження через показники бізнес-напряму «Засоби для прання та догляду за оселею», тоді як бізнес-напряму «Засоби для волосся» продемонстрував позитивну динаміку. У регіоні **Північна Америка** було зафіксовано хороше органічне зростання продажів, що було зумовлено дуже сильним збільшенням продажів у бізнес-напрямі «Засоби для волосся». **Азійсько-Тихоокеанський регіон** продемонстрував дуже сильне зростання продажів завдяки двозначному органічному зростанню продажів у бізнес-напрямі «Засоби для волосся». Регіон **Латинська Америка** забезпечив хороше органічне зростання продажів завдяки бізнес-напрямам «Засоби для прання та догляду за оселею» та «Засоби для волосся».

Чисті активи та фінансовий стан Групи

У звітному періоді не відбулося суттєвих змін у чистих активах і фінансовому стані Групи порівняно зі станом на 31 грудня 2025 року.

Прогноз для Групи Henkel

На поточний рік «Хенкель» продовжує **очікувати органічного зростання** продажів у діапазоні від 1,0 до 3,0 %. Для бізнес-підрозділу «Клейові технології» очікується органічне зростання продажів у межах 1,0–3,0 %. Для бізнес-підрозділу «Споживчі бренди» ми прогнозуємо органічне зростання продажів від 0,5 до 2,5 %.

Очікується, що **скоригована рентабельність продажів (скоригована маржа EBIT)** залишиться в діапазоні від 14,5 до 16,0 %. Передбачається, що скоригована рентабельність продажів становитиме від 16,5 до 18,0 % для бізнес-підрозділу «Клейові технології» та від 14,0 до 15,5 % для бізнес-підрозділу «Споживчі бренди».

Все ще очікується, що **скоригований прибуток на привілейовану акцію (EPS)** за незмінних валютних курсів зросте в діапазоні від низького до високого однозначного відсоткового показника.

Крім того, ми маємо такі очікування на 2026 рік:

- Придбання/відчуження активів: позитивний ефект у діапазоні низького однозначного відсоткового показника на номінальне зростання продажів (раніше: нейтральний або дещо негативний ефект).
- Конвертація продажів в іноземних валютах: негативний вплив у діапазоні низького однозначного відсоткового показника.
- Ціни на прямі матеріали: зростання на високий однозначний відсотковий показник порівняно з середнім показником попереднього року (раніше: зростання на низький однозначний відсотковий показник)¹.
- Витрати на реструктуризацію: від 150 до 200 мільйонів євро.
- Відплив грошових коштів від інвестицій в основні засоби, а також у нематеріальні активи: від 650 до 750 мільйонів євро.

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» компанії Henkel є світовим лідером на ринку клеїв, герметиків і покриттів. Завдяки бізнес-підрозділу «Споживчі бренди» компанія займає провідні позиції на багатьох ринках і в багатьох категоріях по всьому світу, особливо в бізнес-напрямах «Засоби для прання та догляду за оселею» і «Засоби для волосся». Три провідні бренди компанії – це Loctite, Persil і Schwarzkopf. У 2024 фінансовому році Henkel відвітувала про обсяг продажів на суму понад 21,6 млрд євро та скоригований операційний прибуток на суму близько 3,1 млрд євро. Привілейовані акції компанії 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: «Піонери в серці на благо наступних поколінь» (Pioneers at heart for the good of generations). Більше інформації на сайті www.henkel.com

За додатковою інформацією, будь ласка, звертайтеся до:

Олени Андрощук,
керівника відділу

Олени Хмари,
керівника PR-проектів

¹ Валова динаміка цін на прямі матеріали, тобто до вжиття заходів протидії.

корпоративних комунікацій

«Хенкель» в Україні

«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