КВАРТАЛЬНИЙ ЗВІТ
III квартал 2026 року

ЛИПЕНЬ – ВЕРЕСЕНЬ

Сильні результати третього кварталу й оновлений прогноз підтверджують успішність нашої стратегії зростання

Henkel демонструє дуже сильне зростання продажів у третьому кварталі

- **Продажі Групи зросли на 11,0 % – до 5,7 млрд євро, органічне зростання становило 6,5 %**
- **«Клейові технології»: значне органічне зростання продажів на 7,9 % завдяки сильній динаміці цін і позитивній динаміці обсягів**
- **«Споживчі бренди»: дуже сильне органічне зростання продажів на 4,8 % завдяки вельми позитивній динаміці цін і обсягів**
- **Органічне зростання продажів забезпечили всі регіони**
- **Успішно завершено всі п'ять угод про придбання, оголошених у 2026 році:**
  - Розширення діяльності на два суміжні бізнеси в бізнес-підрозділі «Клейові технології»
  - Посилення бізнес-напряму «Засоби для волосся» в бізнес-підрозділі «Споживчі бренди»
- **Оновлений прогноз на 2026 фінансовий рік:**
  - Зростання продажів в органічному вираженні: від 3,0 до 4,0 % (раніше: від 1,5 до 3,5 %)
  - Скоригована рентабельність продажів: близько 15 % (раніше: від 14,5 до 16,0 %)
  - Скоригований прибуток на привілейовану акцію (EPS): зростання в діапазоні середнього однозначного відсоткового показника за незмінних валютних курсів (раніше: зростання в діапазоні від низького до високого однозначного відсоткового показника за незмінних валютних курсів)

Дюссельдорф, 10 листопада 2026 року – Попри те, що ринкове середовище й надалі залишалося складним, компанія Henkel продемонструвала дуже сильне зростання продажів у **третьому кварталі 2026 року**, забезпечивши **обсяг продажів Групи** на рівні близько 5,7 млрд євро. Це відповідає органічним темпам зростання на рівні 6,5 %. Зростання було зумовлене позитивною динамікою цін і обсягів в обох бізнес-підрозділах. Наприкінці жовтня Henkel вже опублікувала попередні показники за третій квартал та оновлений прогноз на весь рік, підвищивши очікування щодо продажів і звузивши прогнозні орієнтири щодо прибутку.

«У третьому кварталі наше органічне зростання продажів значно прискорилося завдяки дуже сильним результатам обох бізнес-підрозділів. Особливо обнадіює те, що ми й надалі спостерігаємо позитивну динаміку цін і обсягів, причому обсяги зростають уже п'ятий квартал поспіль. Успішні результати діяльності в третьому кварталі підтверджують сильні позиції нашого бізнесу та послідовну реалізацію нашої програми зростання», – зазначив Карстен Кнобель (Carsten Knobel), голова правління Ради директорів компанії «Хенкель».

«Водночас ми продовжуємо стратегічний розвиток нашого портфеля, дотримуючись чіткого та послідовного підходу. Усі п'ять угод про придбання, оголошених протягом цього року, наразі успішно завершено. Завдяки останнім придбанням ми зміцнюємо наш основний бізнес, розширюємо діяльність на привабливі нові бізнес-напрями та створюємо додаткові можливості для зростання обох бізнес-підрозділів: У бізнес-підрозділі «Клейові технології» ми розширили наш портфель завдяки високоефективним спеціальним стрічкам на водній основі, а також спеціальним покриттям для гнучких матеріалів. У бізнес-підрозділі «Споживчі бренди» ми зміцнили наш глобальний бізнес-напрям «Засоби для волосся» як у споживчому, так і в професійному сегментах.

Сукупний обсяг продажів за результатами наших нещодавніх придбань становить близько 1,6 млрд євро. У найближчі роки ми очікуємо, що вони забезпечуватимуть зростання вище середнього в діапазоні від середнього до високого однозначного відсоткового показника та досягнуть річного обсягу продажів близько 2 млрд євро до 2030 року. Це ще більше посилить нашу програму зростання», – продовжив Карстен Кнобель.

«Оновленим прогнозом на 2026 рік ми підтверджуємо наше прагнення забезпечувати стале та прибуткове зростання. Тепер ми очікуємо вищого органічного зростання продажів, водночас звужуючи прогнозні орієнтири щодо прибутку з огляду на значніше зростання витрат на сировину, особливо в бізнес-підрозділі «Клейові технології».

У третьому кварталі бізнес-підрозділ **«Клейові технології»** продемонстрував значне органічне зростання продажів, чому сприяли всі бізнес-напрями. У бізнес-підрозділі **«Споживчі бренди»** дуже сильне органічне зростання продажів було зумовлене обома бізнес-напрямами: «Засоби для прання та догляду за оселею» та «Засоби для волосся».

Показники продажів Групи

У третьому кварталі 2026 року відбулося двозначне **номінальне зростання продажів Групи** на 11,0 % – до 5 713 млн євро. Ефект від придбання/відчуження активів сприяв збільшенню продажів на 4,4 %. Вплив валютних курсів на продажі був нейтральним. **В органічному вираженні** (тобто з урахуванням валютних курсів і придбань/відчужень активів) продажі зросли на 6,5 %. Це зростання було зумовлене позитивною динамікою цін і обсягів на рівні Групи.

За перші **дев'ять місяців 2026 року** обсяг продажів становив 16 061 млн євро. Це відповідає **номінальному** зростанню на 3,3 %. **В органічному вираженні** компанія Henkel забезпечила дуже сильне зростання продажів на 4,3 %, що також було зумовлено позитивною динамікою цін і обсягів.

Усі регіони зробили свій внесок у дуже сильне органічне зростання продажів, досягнуте в **третьому кварталі**. Регіон **IMEA** й **Азійсько-Тихоокеанський регіон** продемонстрували двозначне та значне органічне зростання продажів відповідно. У регіонах **Європа, Північна Америка та Латинська Америка** також було зафіксовано органічне зростання продажів порівняно з аналогічним кварталом минулого року.

Майже всі регіони зробили свій внесок у дуже сильне органічне зростання продажів Henkel за **перші дев'ять місяців 2026 року**. Найсильніше органічне зростання продажів було зафіксовано в регіоні **IMEA** та **Азійсько-Тихоокеанському регіоні**. Натомість у **Європі** спостерігалося незначне загальне зниження органічного зростання продажів порівняно з аналогічним періодом минулого року.

Показники продажів бізнес-підрозділу «Клейові технології»

У **третьому кварталі 2026 року** бізнес-підрозділ «Клейові технології» отримав обсяг **продажів** розміром 3 027 млн євро. Це відповідає номінальному зростанню на 11,8 % порівняно з аналогічним кварталом попереднього року. **В органічному вираженні** (тобто з урахуванням валютних курсів і придбань/відчужень активів) продажі зросли на 7,9 %. Це зростання було зумовлене насамперед сильною динамікою цін поряд із позитивною динамікою обсягів. Вплив валютних курсів сприяв збільшенню продажів на 1,1 %. Придбання/відчуження активів також мали позитивний вплив на рівні 2,7 %.

За **перші дев'ять місяців 2026 року** бізнес-підрозділ «Клейові технології» продемонстрував **номінальне** зростання продажів на 5,4 % – до 8 561 млн євро. **В органічному вираженні** підрозділ «Клейові технології» досяг дуже сильного зростання продажів на рівні 5,7 %.

Значне органічне зростання продажів бізнес-підрозділу «Клейові технології» у третьому кварталі було забезпечене насамперед бізнес-напрямами «Мобільність та електроніка» й «Упаковка та споживчі товари». Бізнес-напрям **«Мобільність та електроніка»** продемонстрував двозначне органічне зростання продажів на рівні 12,1 %. Обидва сегменти – «Електроніка» та «Товари для промисловості» – продемонстрували двозначні темпи зростання. Попри те, що ринкове середовище залишалося стриманим, загалом динаміка продажів у сегменті «Автомобільні товари» була дуже сильною. У бізнес-напрямі **«Упаковка та споживчі товари»** спостерігалося значне органічне зростання продажів на 9,8 %, чому сприяли обидва сегменти. Бізнес-напрям **«Домашній ремонт, будівництво та товари для професіоналів»** досяг органічного зростання продажів на 2,1 %, чому значною мірою сприяли результати сегмента «Загальне виробництво та технічне обслуговування». Сегмент «Споживчі товари та будівництво» загалом продемонстрував позитивне зростання продажів.

У регіональному розрізі в третьому кварталі бізнес-підрозділ «Клейові технології» продемонстрував значне органічне зростання продажів у **Європі**, зумовлене двозначним органічним зростанням продажів у бізнес-напрямі «Мобільність та електроніка» та дуже високим зростанням продажів у бізнес-напрямі «Упаковка та споживчі товари». У **Північній Америці** було досягнуто вельми високого органічного зростання продажів, чому сприяли всі бізнес-напрями. У регіоні **IMEA** бізнес-підрозділ «Клейові технології» досяг двозначного органічного зростання продажів, причому всі три бізнес-напрями продемонстрували двозначні темпи зростання. У регіоні **Латинська Америка** зафіксовано значне органічне зростання продажів, зумовлене результатами бізнес-напрямів «Мобільність та електроніка» й «Упаковка та споживчі товари». В **Азійсько-Тихоокеанському регіоні** було зафіксовано двозначне органічне зростання продажів, зумовлене, зокрема, двозначним збільшенням показників у бізнес-напрямах «Електроніка» та «Товари для промисловості».

Показники продажів бізнес-підрозділу «Споживчі бренди»

Продажі бізнес-підрозділу «Споживчі бренди» в третьому кварталі 2026 року **номінально** зросли на 10,1 % у річному обчисленні, сягнувши 2 643 млн євро. **Органічно** (тобто з коригуванням на курсові різниці та придбання/відчуження активів), бізнес-підрозділ досяг дуже сильного зростання продажів на 4,8 %. Це зростання було зумовлене позитивною динамікою цін і обсягів. Вплив валютних курсів призвів до зниження продажів на 1,2 %. Придбання/відчуження активів – зокрема нещодавні придбання OLAPLEX і «Not your Mother's» – позитивно вплинули на продажі на рівні 6,4 %.

За **перші дев'ять місяців 2026 року обсяг продажів** бізнес-підрозділу «Споживчі бренди» становив 7 376 млн євро, що є **номінальним** зростанням на 0,9 % порівняно з аналогічним кварталом минулого року. В **органічному** вираженні продажі продемонстрували хороше зростання на 2,8 %, зумовлене позитивною динамікою цін та обсягів.

У третьому кварталі бізнес-напрям **«Засоби для прання та догляду за оселею»** забезпечив дуже сильне органічне зростання продажів на рівні 6,0 %, при цьому сегмент «Засоби для прання» загалом продемонстрував вельми високі показники продажів, зумовлені, зокрема, значним зростанням у категорії «Засоби для чищення тканин» і суттєвим зростанням продажів у категорії «Засоби для догляду за тканинами». Сегмент «Засоби для догляду за оселею» навіть продемонстрував двозначне органічне зростання продажів, зокрема завдяки категорії «Засоби для ручного миття посуду».

Бізнес-напрям **«Засоби для волосся»** забезпечив сильне органічне зростання продажів на рівні 4,0 %. Сегмент «Споживчі товари» забезпечив сильне органічне зростання продажів, якому особливо сприяли категорії «Догляд» і «Фарбування». Сегмент «Товари для професіоналів» продемонстрував дуже сильне зростання продажів.

У бізнес-напрямі **«Інші споживчі товари»** зафіксовано зниження органічних продажів на 1,2 %, що передусім зумовлено діяльністю в сегменті «Догляд за тілом» у Європі.

У регіональному розрізі в третьому кварталі бізнес-підрозділ «Споживчі бренди» зафіксував позитивне органічне зростання продажів у регіоні **Європи**, причому як бізнес-напрям «Засоби для прання та догляду за оселею», так і бізнес-напрям «Засоби для волосся» продемонстрували хороші показники органічного зростання продажів. У регіоні **Північна Америка** також було продемонстровано позитивне органічне зростання продажів, зокрема завдяки бізнес-напряму «Засоби для волосся». У регіоні **IMEA** було зафіксовано двозначне органічне зростання продажів, зумовлене двозначними темпами зростання як у бізнес-напрямі «Засоби для прання та догляду за оселею», так і в бізнес-напрямі «Засоби для волосся». У регіоні **Латинська Америка** було зафіксовано дуже сильне органічне зростання продажів, забезпечене передусім бізнес-напрямом «Засоби для прання та догляду за оселею». Натомість в **Азійсько-Тихоокеанському регіоні** результати були дещо нижчими порівняно з попереднім роком. Хоча бізнес-напрям «Засоби для волосся» забезпечив позитивне органічне зростання продажів, показники бізнес-напряму «Засоби для прання та догляду за оселею» були нижчими за рівень попереднього року.

Чисті активи та фінансовий стан Групи

Протягом звітного періоду не відбулося суттєвих змін у чистих активах і фінансовому стані Групи порівняно зі станом на 30 червня 2026 року.

Прогноз для Групи Henkel

На підставі високих результатів діяльності в третьому кварталі та припущень щодо решти року 29 жовтня 2026 року Henkel оновила прогноз щодо динаміки продажів і прибутку на 2026 фінансовий рік.

У поточному році Henkel очікує **органічного зростання продажів** Групи на рівні 3,0–4,0 % (раніше: від 1,5 до 3,5 %). Для бізнес-підрозділу «Клейові технології» очікується органічне зростання продажів у діапазоні від 4,5 до 5,5 % (раніше: від 2,0 до 4,0 %). Для бізнес-підрозділу «Споживчі бренди» очікується зростання на 1,5–2,5 % (раніше: від 0,5 до 2,5 %).

Скоригована рентабельність продажів (скоригована маржа EBIT) на рівні Групи очікується розміром близько 15 % (раніше: від 14,5 до 16,0 %). Для бізнес-підрозділу «Клейові технології» скоригована рентабельність продажів, як очікується, становитиме близько 16,5 % (раніше: 16,5–18,0 %), а для бізнес-підрозділу «Споживчі бренди» – близько 15 % (раніше: від 14,0 до 15,5 %).

Для **скоригованого прибутку на привілейовану акцію** (EPS) очікується зростання в діапазоні середнього однозначного відсоткового показника за незмінних валютних курсів (раніше: зростання в діапазоні від низького до високого однозначного відсоткового показника за незмінних валютних курсів).

Крім того, ми маємо такі очікування на 2026 рік:

- **Придбання/відчуження активів:** позитивний ефект у діапазоні низьких однозначних відсоткових значень.
- **Перерахунок продажів в іноземних валютах:** негативний вплив у діапазоні низьких однозначних відсоткових значень.
- **Ціни на прямі матеріали:** зростання приблизно на 10 % порівняно із середнім показником попереднього року[1] (раніше: зростання у діапазоні високих однозначних відсоткових значень порівняно із середнім показником попереднього року[1]).
- **Витрати на реструктуризацію:** від 200 до 250 млн євро (раніше: від 150 до 200 млн євро).
- **Відплив грошових коштів від інвестицій в основні засоби та нематеріальні активи:** від 650 до 750 млн 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 2025 фінансовому

[1]Динаміка валових цін, тобто до вжиття контрзаходів.

році Henkel відзвітувала про обсяг продажів на суму понад 20,5 млрд євро та скоригований операційний прибуток на суму близько 3,0 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
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

Олени Хмари,
керівника PR-проєктів

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