

## Пресс-релиз

11 ноября 2014 года

Компания «Хенкель» подтверждает свой прогноз на 2014 год и ожидает увеличения рентабельности оборота.

### **«Хенкель» демонстрирует высокие показатели в третьем квартале несмотря на непростую рыночную ситуацию**

- Объем продаж увеличился на 1,2% и составил 4,236 млрд. евро (органический рост: +2,3%)
- Скорректированная операционная прибыль увеличилась на 3,1% и составила 693 млн. евро
- Скорректированная рентабельность оборота (EBIT margin) возросла на 0,3 процентных пункта до 16,4%
- Скорректированная прибыль на привилегированную акцию увеличилась на 6,4% и достигла 1,17 евро
- Компания продемонстрировала уверенный рост продаж на развивающихся рынках: органический рост здесь составил 6,7%

«Несмотря на непростую экономическую ситуацию, компания «Хенкель» сообщила о высоких показателях работы в третьем квартале 2014 года. Мы добились органического роста продаж по всем нашим бизнес-направлениям и дальнейшего увеличения доходности, – заявил главный исполнительный директор «Хенкель» Каспер Рорштед (Kasper Rorsted). – Благодаря значительному органическому росту продаж на развивающихся рынках, доля этого сегмента в общем росте продаж компании вновь оказалась выше среднего. Приобретение компании The Bergquist Company в третьем квартале будет способствовать дальнейшему укреплению ведущих позиций «Хенкель» в сегменте «Клеи и технологии». В течение этого года наши инвестиции по всем трём бизнес-направлениям составили приблизительно 1,7 млрд. евро, что также призвано укрепить наше портфолио».



Комментируя рыночную ситуацию на оставшийся период текущего финансового года, Каспер Рорштед добавил: «Мы наблюдаем продолжение конфликта между Россией и Украиной и сохраняющуюся политическую нестабильность на Ближнем Востоке. В целом экономический прогноз становится все более сложным в реализации. В этих непростых рыночных условиях ключевыми факторами достижения успеха являются динамичность и гибкость. Поэтому мы намерены продолжать упрощение и оптимизацию наших структур».

### Прогноз на 2014 год

Каспер Рорштед уточнил прогноз компании «Хенкель» на 2014 год: «Мы по-прежнему ожидаем, что органический рост продаж будет находиться в диапазоне 3%-5%. Мы повысили наш прогноз относительно скорректированной рентабельности оборота, и на данный момент ожидаем увеличения этого показателя (EBIT margin) до уровня чуть ниже 16,0%. Кроме того, мы по-прежнему ожидаем роста скорректированной прибыли на привилегированную акцию ».

### Показатели продаж и прибыль в третьем квартале 2014 года

В третьем квартале 2014 года **объём продаж** увеличился по сравнению с объёмом продаж за аналогичный квартал прошлого года на 1,2% и составил 4,236 млрд. евро. С учетом негативного эффекта разницы валютных курсов в размере 2,2%, объём продаж увеличился на 3,4%. **Органический рост продаж** (без учета влияния валютных курсов и приобретений/продаж) составил 2,3%.

Подразделение **Laundry & Home Care** продемонстрировало высокий органический рост продаж на уровне 3,5%. Объём органических продаж бизнес-подразделения **Beauty Care** вырос на 0,8%. Подразделение **Adhesive Technologies** продемонстрировало уверенный органический рост продаж – на уровне 2,7%. С учётом единовременных платежей, поступлений и расходов на реструктуризацию, **скорректированная операционная прибыль** выросла на 3,1% с 672 млн. евро до 693 млн. евро. По опубликованным данным, операционная прибыль (EBIT) составила 603 млн. евро, по сравнению с 649 млн. евро в третьем квартале прошлого года.

**Скорректированная рентабельность оборота** (EBIT margin) увеличилась на 0,3 процентных пункта до 16,4%. По опубликованным данным, рентабельность оборота достигла уровня 14,2% по сравнению с 15,5% в третьем квартале 2013 года.

**Финансовые показатели** в третьем квартале 2014 года улучшились до -11 млн. евро по сравнению с -25 млн. евро за третий квартал 2013 года, что, главным образом, обусловлено повышением чистого процентного дохода. Более высокий доход от чистых процентов частично обусловлен погашением наших приоритетных облигаций и наступлением срока установления процентных ставок в марте 2014 года. Налоговая ставка составила 24,0% по сравнению с 24,8% в прошлогоднем квартале.

**Чистая прибыль в третьем квартале** составила 450 млн. евро, по сравнению с 469 млн. евро в прошлогоднем квартале. После выплаты процентов миноритарным акционерам на сумму 10 млн. евро, чистая прибыль составила 440 млн. евро (годом ранее этот показатель составлял 458 млн. евро). Чистая прибыль с учетом корректировок и выплат миноритариям увеличилась на 6,7%, с 476 млн. евро до 508 млн. евро. **Прибыль на привилегированную акцию (EPS)** составила 1,01 евро, по сравнению с 1,06 евро в третьем квартале прошлого года. Скорректированная прибыль на привилегированную акцию увеличилась на 6,4% с 1,10 евро до 1,17 евро.

Соотношение **чистого оборотного капитала к объёму продаж** составило 5,6% в сравнении с 4,5% за аналогичный период прошлого года. На 30 сентября 2014 года **чистая финансовая позиция** «Хенкель» составляла 740 млн. евро, что примерно на 255 млн. евро выше аналогичного показателя прошлого года.

#### **Бизнес-показатели за период с января по сентябрь 2014 года**

С учетом негативного влияния изменений валютных курсов **объём продаж** за первые девять месяцев 2014 года составил в общей сложности 12,302 млрд. евро, что на 1,6% ниже аналогичного показателя за прошлогодний период. С другой стороны, **органический рост продаж** составил 3,3%, благодаря эффективной работе всех бизнес-подразделений «Хенкель». **Скорректированная операционная прибыль** увеличилась на 2,8% с 1,932 млрд. евро до 1,986 млрд. евро. **Скорректированная рентабельность оборота (EBIT margin)** увеличилась с 15,5% до 16,1%. И вновь этому способствовала успешная работа всех бизнес-подразделений.

**Скорректированная чистая прибыль за первые девять месяцев года** (с учетом выплаты процентов миноритарным акционерам) выросла на 7,8%, с 1,354 млрд. евро до 1,459 млрд. евро. **Скорректированная прибыль на привилегированную акцию (EPS)** составила 3,37 евро, что выше прошлогоднего значения на 7,7%.

## **Финансовые показатели бизнес-подразделений в третьем квартале 2014 года**

В третьем квартале подразделение **Laundry & Home Care** продолжило тенденцию прибыльного роста, продемонстрировав значительный рост органических продаж и очень существенное увеличение скорректированной рентабельности оборота. В номинальном выражении объём продаж увеличился по сравнению с прошлогодним кварталом на 1,8% с 1,167 миллиарда евро до 1,188 миллиарда евро.

Уверенный органический рост продаж был главным образом обусловлен высокими показателями работы подразделения на развивающихся рынках, при этом наибольший рост, выразившийся двухзначными числами, был зафиксирован в Африке и на Ближнем Востоке. Устойчивый рост продаж был зафиксирован также в регионах Латинской Америки и Восточной Европы. Органический объём продаж на зрелых рынках оказался несколько ниже показателей прошлогоднего квартала. Хотя в Западной Европе подразделение продемонстрировало устойчивый рост органических продаж, органический объём продаж в Северной Америке оказался ниже прошлогодних значений. Это главным образом обусловлено чрезвычайно напряженной конкурентной обстановкой и продолжающимся сужением рынков.

**Скорректированная операционная прибыль** бизнес-подразделения **Laundry & Home Care** увеличилась на 7,4% и составила 200 миллионов евро. Скорректированная рентабельность оборота увеличилась до 16,8%, по сравнению с 15,9% в третьем квартале 2013 года. Опубликованная операционная прибыль составила 171 млн. евро по сравнению с 185 млн. евро за аналогичный период прошлого года.

Подразделение **Beauty Care** также продолжило долгосрочную тенденцию устойчивого роста, продемонстрировав в третьем квартале 2014 года увеличение органического объёма продаж и убедительный рост скорректированной рентабельности оборота. В номинальном выражении **объём продаж** увеличился на 3,6% с 886 млн. евро до 918 млн. евро.

Подразделение вновь сообщило о значительном органическом росте продаж на развивающихся рынках. Рост продаж в Азии (за исключением Японии) выражался двухзначными цифрами. Чрезвычайно высокие темпы роста были зафиксированы в странах Африки и Ближнего Востока; подразделение продемонстрировало по-прежнему уверенные показатели работы в Восточной Европе. На развитых рынках, которые в третьем квартале вновь характеризовались негативной рыночной

динамикой, еще более высокой активностью по продвижению сбыта и усилением ценового давления, органические продажи подразделения оказались ниже прошлогоднего уровня. Тем не менее, положительная динамика роста была зафиксирована в странах Западной Европы. Подразделение продемонстрировало положительные показатели и на зрелых рынках Азиатско-тихоокеанского региона. Из-за чрезвычайно высокой ценовой конкуренции в Северной Америке, объем продаж подразделения несколько снизился по сравнению с уровнем третьего квартала 2013 года.

**Скорректированная операционная прибыль** увеличилась по сравнению с третьим кварталом прошлого года на 5,9% и составила 140 миллионов евро. Скорректированная рентабельность оборота улучшилась на 0,3 процентного пункта до 15,2%. Опубликованная операционная прибыль составила 98 миллионов евро, в сравнении со 122 млн. евро за аналогичный период прошлого года.

В третьем квартале 2014 финансового года подразделение **Adhesive Technologies** вновь продемонстрировало устойчивый органический рост продаж. В номинальном выражении объем продаж увеличился на 0,3% и составил 2,100 миллиарда евро.

Подразделение вновь зафиксировало уверенный рост органических продаж на развивающихся рынках. Рост продаж в Африке и на Ближнем Востоке выражался двухзначным числом; подразделение добилось исключительно высоких показателей работы в Азии (за исключением Японии). Уверенный рост продаж был зафиксирован и в Латинской Америке. Несмотря на сложную политическую ситуацию на отдельных территориях Восточной Европы, подразделение добилось уверенного роста показателей и в этом регионе. Объем продаж на зрелых рынках в целом оставался несколько ниже уровня прошлого года. В Северной Америке подразделение продемонстрировало положительную динамику продаж, тогда как объем продаж в Западной Европе несколько снизился по сравнению с прошлогодними показателями. С другой стороны, показатели продаж на зрелых рынках Азиатско-тихоокеанского региона оставались весьма высокими.

**Скорректированная операционная прибыль** подразделения соответствовала значению прошлого года и составила 373 миллиона евро. Скорректированная рентабельность оборота составила 17,8%, что тоже соответствует высокому уровню прошлогоднего квартала. Опубликованная операционная прибыль (ЕБИТ) составила

354 миллиона евро в сравнении с 365 млн. евро за аналогичный период предыдущего года.

## Показатели работы компании в третьем квартале 2014 года по регионам

В условиях чрезвычайно высокой рыночной конкуренции объём органических продаж «Хенкель» в странах **Западной Европы** вырос в третьем квартале на 0,2%. Главным образом, такие показатели обусловлены устойчивым ростом продаж в Германии. В целом в странах Западной Европы объём продаж «Хенкель» составил 1,423 млрд. евро. В условиях непростой рыночной ситуации объём продаж в **Восточной Европе** в органическом выражении вырос на 3,1%. Несмотря на политическую напряженность в регионе, вклад от операций «Хенкель» в России в общий рост бизнеса компании оказался выше среднего. При этом объём продаж в Украине снизился. В целом в странах Восточной Европы объём продаж «Хенкель» составил 792 млн. евро. На результаты работы компании в странах **Африки и Ближнего Востока** по-прежнему влияет политическая и социальная напряженность в ряде стран. Тем не менее, органический рост продаж компании «Хенкель» в этом регионе вновь выражался двухзначным числом и составил 14,9%. Совокупный объём продаж в странах Африки и Ближнего Востока увеличился с 255 млн. евро до 279 млн. евро.

На рынке **Северной Америки** органический объём продаж снизился на 3,7%. На развитие бизнеса негативно повлияла обострившаяся рекламная конкуренция в потребительском сегменте. Общий объём продаж в странах Северной Америки составил 755 млн. евро. Органический объём продаж в странах **Латинской Америки** вырос на 1,5%. Снижение продаж в Бразилии, обусловленное замедлением развития экономики, компенсировалось высокими показателями роста в Мексике. Общий объём продаж в странах Латинской Америки составил 266 миллионов евро. В **Азиатско-Тихоокеанском регионе** органический объём продаж вырос на 9,7%. Столь высокие показатели в частности обусловлены ростом продаж в Индии и в Китае, который выражался двухзначным числом. Общий объём продаж в этом регионе вырос с 631 млн. евро до 691 млн. евро.

Показатели работы компании **на развивающихся рынках** Восточной Европы, Африки/Ближнего Востока, Латинской Америки и Азии (за исключением Японии) вновь оказали существенное влияние на общие финансовые результаты «Хенкель» в третьем квартале 2014 года. Органический рост продаж на развивающихся рынках составил 6,7%, что было обусловлено эффективной работой всех трёх бизнес-подразделений. Общий объём продаж составил 1,914 млрд. евро, при этом на долю развивающихся рынков приходилось 45% всех продаж компании, что соответствует уровню прошлогоднего квартала.

## Прогноз группы «Хенкель» на 2014 год

В 2014 финансовом году компания «Хенкель» по-прежнему ожидает увеличения органического роста продаж в диапазоне 3%-5%. Как и ранее, «Хенкель» предполагает, что рост продаж в сегментах Laundry & Home Care и Adhesive Technologies будет находиться в этом диапазоне. В сегменте Beauty Care компания «Хенкель» ожидает, что органический рост будет находиться на уровне приблизительно 2%. В соответствии со стратегией до 2016 года компания «Хенкель» ожидает незначительного увеличения доли продаж на развивающихся рынках. «Хенкель» уточняет свой прогноз скорректированной рентабельности оборота и даёт более подробную информацию. В сравнении с цифрами за 2013 год «Хенкель» ожидает увеличения рентабельности оборота (ЕБИТ) до уровня чуть ниже 16,0% (ранее прогноз составлял 15,5%). Как и ранее, «Хенкель» ожидает, что рост скорректированной прибыли на привилегированную акцию будет выражаться высоким однозначным числом.

Настоящий документ содержит прогнозные заявления, которые основаны на текущих оценках и предположениях, сделанных руководителями компании Henkel AG & Co. KGaA. Прогнозные заявления характеризуются использованием таких слов, как «ожидать», «намереваться», «планировать», «предсказывать», «считать», «предполагать», «оценивать», «рассчитывать» и других глаголов, несущих аналогичный смысл. Подобные заявления не следует расценивать как какие-либо гарантии, и не следует ожидать, что они окажутся точными. Будущие показатели работы компании Henkel AG & Co. KGaA и дочерних компаний зависят от ряда рисков и неопределенностей и в связи с этим могут существенно отличаться от данных, представленных в прогнозных заявлениях. Многие из этих факторов не зависят от компании «Хенкель» и не поддаются точной предварительной оценке. Среди этих факторов – будущая экономическая ситуация и действия конкурентов и других игроков на рынках. «Хенкель» не планирует и не обязуется обновлять прогнозные заявления в настоящем документе.

## Информация о компании «Хенкель»

Компания «Хенкель» представляет на мировом рынке ведущие бренды и технологии в трех основных направлениях - Laundry & Home Care, Beauty Care, Adhesive Technologies. Основанная в 1876 году, компания «Хенкель» во всем мире занимает ведущие позиции, как в потребительском, так и в производственном секторе, благодаря таким широко известным брендам, как Persil, Schwarzkopf и Loctite. В компании работает около 47 000 сотрудников. В 2013 финансовом году объем продаж компании «Хенкель» составил 16,4 млрд. евро, скорректированная операционная прибыль составила 2,5 млрд. евро. Привилегированные акции «Хенкель» входят в индекс фондового рынка Германии DAX.

**Отдел Корпоративных Коммуникаций «Хенкель» Россия**

Наталья Овакимян

Тел. (495) 795 05 95

Email: [Natalia.Ovakimian@henkel.com](mailto:Natalia.Ovakimian@henkel.com);

**PR-агентство Grayling Russia**

Алексей Мальцев, Маргарита Мизера

Тел. (495) 788 67 84

Email: [henkel@grayling.com](mailto:henkel@grayling.com)