

Пресс-релиз

7 мая 2014 года

Компания подтверждает свой прогноз на 2014 год, несмотря на непростую экономическую обстановку

«Хенкель» публикует данные об успешном начале 2014 финансового года

- Уверенный органический рост продаж на 4,3%
- На объём продаж повлияла разница валютных курсов: 3,929 млрд евро (-2,6%)
- Скорректированная операционная прибыль увеличилась на 3,3% и составила 619 млн евро
- Скорректированная рентабельность оборота (EBIT margin) возросла на 0,9 процентных пункта до 15,8%
- Скорректированная прибыль на привилегированную акцию увеличилась на 8,3% и достигла 1,04 евро
- Компания продемонстрировала чрезвычайно высокий рост продаж на развивающихся рынках: органический рост здесь составил 9,2%

Дюссельдорф – «Несмотря на сохраняющуюся сложную рыночную ситуацию, начало 2014-го финансового года оказалось для компании весьма успешным. Органический рост продаж и увеличение доходности были зафиксированы во всех бизнес-подразделениях компании, – заявил главный исполнительный директор «Хенкель» Каспер Рорштед (Kasper Rorsted). – Мы продемонстрировали очень высокие показатели на развивающихся рынках и продолжили рост на развитых. Однако негативный эффект от разницы валютных курсов в этом году повлиял на

опубликованные данные по объёму продаж ещё больше, чем в прошлый год».

«Мы не думаем, что в краткосрочной перспективе ситуация с валютными курсами сколько-нибудь улучшится, – отметил г-н Рорштед, комментируя развитие ситуации в текущем финансовом году. – С учетом последних событий в Восточной Европе, которые добавляют определенный градус нестабильности на рынках, экономическая обстановка будет по-прежнему оставаться весьма сложной. В этой связи довольно трудно давать какие-то прогнозы по экономическому развитию на ближайший год. Способность быстро реагировать и гибкость в принятии решений по-прежнему останутся ключевыми факторами в достижении успеха. Поэтому мы намерены продолжать упрощать и совершенствовать наши процессы и структуры».

Подтверждение прогноза на 2014 финансовый год

Несмотря на весьма непростую экономическую обстановку, г-н Рорштед подтвердил прогноз на 2014 финансовый год: «В 2014 году мы ожидаем, что органический рост продаж составит 3%-5%, скорректированная рентабельность оборота поднимется примерно до 15,5%, а рост скорректированной прибыли на привилегированную акцию будет выражаться высоким однозначным числом».

Показатели продаж и прибыль в первом квартале 2014 года

В первом квартале 2014 года изменения валютных курсов на развивающихся рынках, а также курса доллара США негативным образом сказались на показателях работы компании. В результате **объём продаж** составил 3,929 млрд евро, что на 2,6% ниже объёма продаж за аналогичный период прошлого года. С другой стороны, **органический рост продаж**, без учета эффекта валютных курсов и приобретений/продаж, составил 4,3%.

Подразделение **Laundry & Home Care** продемонстрировало высокий органический рост продаж на уровне 6,0%. Объем органических продаж бизнес-подразделения **Beauty Care** вырос на 3,0%. Подразделение **Adhesive Technologies** также продемонстрировало уверенный органический рост продаж – на уровне 4,1%.

С учётом единовременных платежей, поступлений и расходов на реструктуризацию, **скорректированная операционная прибыль (ЕВIT)** выросла на 3,3% с 600 млн евро до 619 млн евро. По опубликованным данным, операционная прибыль (ЕВIT) увеличилась на 7,6% с 565 млн евро до 608 млн евро.

Скорректированная рентабельность оборота (ЕВIT margin) увеличилась на 0,9 процентных пункта с 14,9% до 15,8%. По опубликованным данным, рентабельность оборота увеличилась с 14,0% до 15,5%.

Финансовые показатели улучшились на 15 млн евро до -15 млн евро по сравнению с прошлым годом, что, главным образом, обусловлено повышением чистого процентного дохода, а также поступлениями от продажи прочих инвестиций. Более высокий доход от чистых процентов частично обусловлен погашением наших приоритетных облигаций в июне 2013 года и в марте 2014 года. Налоговая ставка составила 23,1% по сравнению с 24,7% годом ранее.

Чистая прибыль выросла на 13,2% с 403 млн евро до 456 млн евро. После выплаты процентов миноритарным акционерам на сумму 7 млн евро, чистая прибыль составила 449 млн евро (годом ранее этот показатель составлял 393 млн евро). Чистая прибыль с учетом корректировок и выплат миноритариям выросла на 8,4% с 417 млн евро до 452 млн евро. **Прибыль на привилегированную акцию (EPS)** выросла с 0,91 евро до 1,04 евро. Скорректированная прибыль на привилегированную акцию увеличилась на 8,3% и достигла 1,04 евро по сравнению с 0,94 евро в первом квартале 2013 года.

Соотношение **чистого оборотного капитала к объёму продаж** вновь улучшилось и составило 4,8%. На 31 марта 2014 года **чистая финансовая позиция** соответствовала чистой денежной позиции 923 миллионов евро по сравнению с 809 миллионами евро за аналогичный квартал предыдущего года.

Финансовые показатели бизнес-подразделений в первом квартале 2014 года

В первом квартале подразделение **Laundry & Home Care** продолжило тенденцию прибыльного роста, значительно укрепив свои позиции на соответствующих рынках. Органический рост продаж подразделения в сравнении с аналогичным кварталом прошлого года составил 6,0%. В номинальном выражении объём продаж составил 1,147 миллиарда евро по сравнению с 1,177 миллиарда евро в первом квартале 2013 года.

Уверенный органический рост продаж был главным образом обусловлен высокими показателями работы подразделения на развивающихся рынках. На этих рынках компания в очередной раз добилась роста, выразившегося двухзначными цифрами, при этом наибольший рост был зафиксирован в Африке, на Ближнем Востоке и в Латинской Америке. Устойчивый рост продаж был вновь зафиксирован и в странах Восточной Европы. Показатели продаж на зрелых рынках в целом были положительными. Несмотря на отрицательную динамику рынка подразделение продемонстрировало уверенный рост продаж в странах Западной Европы. Объём продаж в Северной Америке снизился в результате сужения рынка и напряженной конкурентной обстановки.

Скорректированная операционная прибыль увеличилась на 7,8% и составила 190 миллионов евро. Скорректированная рентабельность оборота значительно превзошла показатели 1 квартала 2013 года, увеличившись на 1,6 процентных пункта до 16,6%. Опубликованная операционная прибыль выросла на 11,8% и составила 196 миллионов евро.

Подразделение **Beauty Care** также продолжило тенденцию прибыльного роста в первом квартале 2014 года. Органический рост продаж на уровне 3,0% вновь превосходил среднерыночные показатели, что позволило компании расширить свою долю на соответствующих рынках. В номинальном выражении **объём продаж** составил 856 миллионов евро по сравнению с 873 миллионами евро за аналогичный период прошлого года.

Подразделение продолжило устойчивый органический рост продаж на развивающихся рынках. При этом основным фактором роста стало развитие бизнеса в Азии, где рост выражался двухзначными цифрами. Высокие темпы роста были зафиксированы в странах Африки и Ближнего Востока; подразделение продемонстрировало уверенный рост продаж в Восточной Европе. Продажи увеличились и на зрелых рынках, несмотря на негативную рыночную динамику, активизацию деятельности по стимулированию сбыта и усиление ценовой конкуренции. Подразделение также продемонстрировало устойчивый рост в странах Западной Европы и на зрелых рынках Азиатско-тихоокеанского региона. В противовес этому продажи в Северной Америке упали ниже аналогичного показателя за первый квартал прошлого года из-за резко обострившейся ценовой конкуренции.

Скорректированная операционная прибыль увеличилась по сравнению с первым кварталом прошлого года на 3,1% и составила 134 миллиона евро. Скорректированная рентабельность оборота также значительно превзошла прошлогодние показатели, увеличившись на 0,8 процентного пункта с 15,7%. Опубликованная операционная прибыль составила 114 миллионов евро по сравнению со 124 миллионами евро за аналогичный период прошлого года.

В первом квартале 2014 финансового года подразделение **Adhesive Technologies** также продолжило тенденцию доходного роста, в очередной раз демонстрируя показатели выше рыночных. Подразделение зафиксировало устойчивый органический рост продаж на уровне 4,1%. В номинальном

выражении объем продаж составил 1,893 миллиарда евро в сравнении с 1,944 миллиарда евро в первом квартале прошлого года.

Подразделение добилось чрезвычайно высокого органического роста продаж на развивающихся рынках, при этом наиболее солидные показатели были зафиксированы в Латинской Америке, в Азии (за исключением Японии) и в Восточной Европе, где рост оказался очень весомым по сравнению с первым кварталом прошлого года. Объем продаж в странах Африки и Ближнего Востока также продолжал устойчивый рост. В целом, роста продаж компания добилась и на зрелых рынках, хотя показатели могут отличаться в зависимости от региона. В Северной Америке ухудшение погодных условий в начале года негативным образом сказалось на развитии бизнеса, когда вынужденная остановка производства у некоторых заказчиков привела к тому, что объем продаж подразделения оказался ниже прошлогоднего показателя. В противовес этому в странах Западной Европы подразделение продемонстрировало устойчивый рост. Значительный рост выручки подразделение продемонстрировало и на зрелых рынках Азиатско-Тихоокеанского региона.

Скорректированная операционная прибыль подразделения приблизилась к значению прошлого года и составила 319 миллионов евро. Скорректированная рентабельность оборота улучшилась по сравнению с прошлогодним показателем на 0,4 процентных пункта и достигла 16,9%. Опубликованная операционная прибыль увеличилась на 5,5% и составила 331 миллион евро.

Показатели работы компании в первом квартале 2014 года по регионам

В условиях чрезвычайно высокой рыночной конкуренции объем продаж компании в странах **Западной Европы** вырос на 2,0% и составил 1,450 миллиарда евро. Органический рост продаж составил 2,4%, незначительно снизившись в Южной Европе, что компенсировалось ростом практически во всех остальных странах. Объем продаж в **Восточной Европе** составил 670 миллионов евро по сравнению с 718 миллионами евро за первый квартал предыдущего года. Органический рост продаж составил 5,4%, при этом

основной рост приходился на рынки России и Турции. В странах **Африки и Ближнего Востока** объём продаж составил 277 миллионов евро по сравнению с 289 миллионами евро за аналогичный квартал прошлого года. Несмотря на политическую напряжённость в некоторых странах, в регионе вновь был зафиксирован органический рост продаж, выразившийся двухзначными цифрами и составивший 17,9%. Устойчивому росту в этом регионе способствовала успешная работа всех бизнес-подразделений.

На высококонкурентном рынке **Северной Америки** объём продаж снизился на 8,1% до 670 миллионов евро. В органическом выражении объём продаж снизился на 3,1% по сравнению с аналогичным показателем прошлого года. Это было обусловлено чрезвычайно холодной зимой и обострившейся рекламной конкуренцией в потребительском сегменте. Объём продаж в странах **Латинской Америки** снизился в номинальном выражении на 6,2% до 241 миллионов евро. В органическом выражении объём продаж увеличился на 8,4%, при этом основной рост пришёлся на рынки Мексики и Бразилии. В Азиатско-Тихоокеанском регионе объём продаж вырос на 1,4% и составил 588 миллиона евро. Очень высокий органический рост продаж в этом регионе на уровне 9,3% был главным образом обусловлен Азиатско-тихоокеанского региона в Китае.

В номинальном выражении негативный эффект разницы валютных курсов привёл к снижению объёма продаж на развивающихся рынках Восточной Европы, Африки/Ближнего Востока, Латинской Америки и Азии (за исключением Японии) на 3,3% до 1,669 миллиарда евро. В органическом выражении в этих регионах был зафиксирован рост на уровне 9,2%, что обусловлено успешной работой всех подразделений. Доля продаж на развивающихся рынках в первом квартале 2014 года незначительно снизилась до 42% в сравнении с 43% за аналогичный период прошлого года, что обусловлено разницей валютных курсов. На **зрелых рынках** органический объём продаж вырос на 0,8% и достиг 2,226 миллиарда евро.

Прогнозы группы «Хенкель» на 2014 год

В 2014 финансовом году «Хенкель» ожидает увеличения органического роста продаж в диапазоне 3%-5%, при этом подобный уровень роста будет достигаться по всем направлениям бизнеса. Более того, в соответствии со стратегией до 2016 года компания «Хенкель» ожидает незначительного увеличения доли продаж на развивающихся рынках. В сравнении с цифрами за 2013 год «Хенкель» ожидает увеличения рентабельности оборота (ЕВIT) до уровня примерно 15,5% и роста скорректированной прибыли на привилегированную акцию, который 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.

Контакты

Отдел Корпоративных Коммуникаций «Хенкель» Россия

Наталья Овакимян

Тел. (495) 795 05 95

Email: Natalia.Ovakimian@henkel.com;

PR-агентство Grayling Russia

Милана Валиева, Анастасия Елаева

Тел. (495) 788 67 84

Email: Milana.Valieva@Grayling.com;

Anastasia.Elaeva@Grayling.com

Текст отчета за первый квартал 2014 года, дополнительные материалы, а также ссылку на трансляцию телеконференции можно получить в разделе нашего сайта для прессы по адресу:

<http://www.henkel.com/press/publication-report-q1-2014-45333.htm>