

## Пресс-релиз

12 августа 2014 года

Компания подтверждает финансовый прогноз на 2014 год

### **«Хенкель» демонстрирует высокие показатели во втором квартале**

- Уверенный органический рост продаж на 3,3%
- На объём продаж повлияла разница валютных курсов: 4,137 млрд. евро (-3,5%)
- Скорректированная операционная прибыль увеличилась на 2,1% и составила 674 млн. евро
- Скорректированная рентабельность оборота (EBIT margin) возросла на 0,9 процентных пункта до 16,3%
- Скорректированная прибыль на привилегированную акцию увеличилась на 8,4% и достигла 1,16 евро
- Компания продемонстрировала уверенный рост продаж на развивающихся рынках: органический рост здесь составил 6,5%

Дюссельдорф – "Компания «Хенкель» продолжает демонстрировать высокие показатели работы во втором квартале 2014 года. Несмотря на сохраняющиеся сложные рыночные условия, органический рост продаж и увеличение доходности были зафиксированы во всех бизнес-подразделениях компании, – заявил главный исполнительный директор «Хенкель» Каспер Рорштед (Kasper Rorsted). – Благодаря высокому органическому росту продаж на развивающихся рынках, доля этого сегмента в общем росте продаж компании вновь оказалась выше среднего. Кроме того, мы вновь продолжили рост на развитых рынках.

Однако негативный эффект от разницы валютных курсов по-прежнему оказывал сильное влияние на заявленные объемы продаж".

Комментируя прогноз на текущий финансовый год, Каспер Рорштед сказал: "Мы ожидаем, что эскалация российско-украинского конфликта и сохраняющаяся политическая нестабильность на Ближнем Востоке будут оказывать негативное влияние на развитие рыночной ситуации. Поэтому мы ожидаем замедления роста скорректированной прибыли на привилегированную акцию во втором полугодии по сравнению с первым. Наша способность быстро реагировать и гибкость в принятии решений по-прежнему останутся ключевыми факторами в достижении успеха, и мы намерены продолжать упрощать и совершенствовать наши процессы и структуры".

**«Хенкель» подтверждает свой прогноз**

Несмотря на весьма непростую экономическую обстановку, Каспер Рорштед подтвердил свой прогноз на 2014 финансовый год. "Мы ожидаем что органический рост продаж будет находиться в диапазоне 3%-5%. Мы также считаем, что скорректированная рентабельность оборота увеличится примерно до 15,5%, а рост скорректированной прибыли на привилегированную акцию будет выражаться высоким однозначным числом".

**Успехи в реализации стратегии**

Г-н Рорштед отметил, что «Хенкель» продолжает планомерную реализацию своих стратегических приоритетов и достигает своих целей на 2016 год. Во втором квартале компания «Хенкель» объявила о приобретениях общей стоимостью около 1,2 млрд. евро.

**Показатели продаж и прибыль во втором квартале 2014 года**

Во втором квартале 2014 года наблюдалось дальнейшее ослабление валют на развивающихся рынках и изменение курса доллара США. Вследствие негативного эффекта разницы валютных курсов, **объём продаж** составил 4,137 млрд. евро, что на 3,5% ниже аналогичного показателя за второй квартал прошлого года. С другой стороны, **органический рост продаж**, без учета эффекта валютных курсов и приобретений/продаж, составил 3,3%

Подразделение **Laundry & Home Care** продемонстрировало высокий органический рост продаж на уровне 4,2%. Объём органических продаж бизнес-подразделения **Beauty Care** вырос на 2,1%. Подразделение **Adhesive Technologies** также продемонстрировало уверенный органический рост продаж – на уровне 3,7%.

С учётом единовременных платежей, поступлений и расходов на реструктуризацию, **скорректированная операционная прибыль** выросла на 2,1% с 660 млн. евро до 674 млн. евро. По опубликованным данным, операционная прибыль (ЕВIT) составила 589 млн. евро, по сравнению с 607 млн. евро во втором квартале прошлого года.

**Скорректированная рентабельность оборота** (ЕВIT margin) значительно увеличилась – на 0,9 процентных пункта, с 15,4% до 16,3%. По опубликованным данным, рентабельность оборота сохранилась на прошлогоднем уровне 14,2%.

**Финансовые показатели** улучшились до -11 млн. евро по сравнению с -27 млн. евро за второй квартал 2013 года, что, главным образом, обусловлено повышением чистого процентного дохода. Более высокий доход от чистых процентов частично обусловлен погашением наших приоритетных облигаций в июне 2013 года и в марте 2014 года, а также стабилизацией процентных ставок в марте 2014 года. Налоговая ставка составила 22,8% по сравнению с 25,5% годом ранее.

**Чистая прибыль** во втором квартале выросла на 3,2% с 432 млн. евро до 446 млн. евро. После выплаты процентов миноритарным акционерам на сумму 5 млн. евро, чистая прибыль составила 441 млн. евро (годом ранее этот

показатель составлял 418 млн. евро). Чистая прибыль с учетом корректировок и выплат миноритариям составила 499 млн. евро, по сравнению с 461 млн. евро за второй квартал прошлого года. **Прибыль на привилегированную акцию (EPS)** выросла с 0,96 евро до 1,02 евро. Скорректированная прибыль на привилегированную акцию увеличилась на 8,4% с 1,07 евро во втором квартале 2013 года до 1,16 евро во втором квартале этого года.

Соотношение **чистого оборотного капитала к объёму продаж** составило 6,0% в сравнении с 5,2% за аналогичный период прошлого года. На 30 июня 2014 года **чистая финансовая позиция** «Хенкель» составляла 156 млн. евро, что примерно на 300 млн. евро выше аналогичного показателя прошлого года.

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

Из-за негативного влияния изменений валютных курсов объём продаж в первой половине 2014 года составил в общей сложности 8,066 млрд. евро, что на 3,0% ниже аналогичного показателя за прошлогодний период. С другой стороны, **органический рост продаж** составил 3,8%, благодаря эффективной работе всех бизнес-подразделений «Хенкель». **Скорректированная операционная прибыль** увеличилась на 2,7% с 1,260 млрд. евро до 1,293 млрд. евро. Компания продемонстрировала значительное увеличение **скорректированной рентабельности оборота (EBIT margin)** – с 15,1% до 16,0%, чему способствовала успешная работа всех бизнес-подразделений.

**Скорректированная чистая прибыль** в первой половине года составила 963 млн. евро по сравнению с 902 млн. евро за аналогичный период прошлого года. С учетом выплаты процентов миноритарным акционерам на сумму 12 млн. евро, скорректированная чистая прибыль увеличилась на 8,3 с 878 млн. евро до 951 млн. евро. Скорректированная прибыль на привилегированную акцию (EPS) составила 2,20 евро, что выше прошлогоднего значения на 8,4%.

### **Финансовые показатели бизнес-подразделений во втором квартале 2014 года**

В втором 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 4,2%. В номинальном выражении объём продаж составил 1,139 миллиарда евро по сравнению с 1,186 миллиарда евро за аналогичный квартал предыдущего года.

Столь уверенный органический рост продаж был главным образом обусловлен высокими показателями работы подразделения на развивающихся рынках. На этих рынках компания в очередной раз добилась роста, выражавшегося двухзначными цифрами, при этом наибольший рост был зафиксирован в Африке и на Ближнем Востоке. Высокий рост продаж в Латинской Америке по-прежнему способствовал увеличению показателей этого подразделения. Устойчивый рост продаж был вновь зафиксирован и в странах Восточной Европы, несмотря на сложную рыночную обстановку. В целом органический объём продаж на зрелых рынках оказался ниже показателей прошлогоднего квартала, даже с учётом роста продаж в Западной Европе. В результате постоянного сужения рынка и чрезвычайно напряженной конкурентной обстановки объём продаж подразделения в Северной Америке оказался ниже, чем во втором квартале 2013 года.

**Скорректированная операционная прибыль** бизнес-подразделения Laundry & Home Care увеличилась на 4,2% и составила 190 миллионов евро. Скорректированная рентабельность оборота значительно превзошла показатели 2 квартала 2013 года, увеличившись на 1,3 процентных пункта до 16,6%. Опубликованная операционная прибыль составила 160 млн. евро по сравнению с 167 млн. евро за аналогичный период прошлого года.

Подразделение **Beauty Care** также продолжило тенденцию прибыльного роста во втором квартале 2014 года. Органический рост продаж на уровне 2,1% вновь превосходил среднерыночные показатели, что позволило компании расширить свою долю на соответствующих рынках. В номинальном выражении **объём**

**продаж** составил 897 миллионов евро по сравнению с 923 миллионами евро за аналогичный период прошлого года.

Подразделение продолжило устойчивый органический рост продаж на развивающихся рынках. Рост продаж в Азии (за исключением Японии) вновь 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, характеризующихся негативной рыночной динамикой, еще более высокой активностью по продвижению сбыта и усилением ценовой конкуренции, подразделение Beauty Care продемонстрировало по-прежнему высокие показатели работы и положительную динамику роста в странах Западной Европы. Из-за резко обострившейся ценовой конкуренции объем продаж подразделения в Северной Америке упал ниже уровня второго квартала 2013 года. Продажи на зрелых рынках Азиатско-тихоокеанского региона по сравнению с прошлогодними показателями также снизились.

**Скорректированная операционная прибыль** увеличилась по сравнению со вторым кварталом прошлого года на 5,1% и достигла значения в 145 миллионов евро. Скорректированная рентабельность оборота также значительно превзошла прошлогодние показатели, увеличившись на 1,3 процентного пункта до 16,2%. Опубликованная операционная прибыль составила 135 миллионов евро, что соответствует этому показателю за аналогичный период прошлого года.

Во втором квартале 2014 финансового года подразделение **Adhesive Technologies** также продолжило тенденцию прибыльного роста, в очередной раз продемонстрировав устойчивый органический рост продаж на уровне 3,7%. В номинальном выражении объем продаж составил 2,069 миллиарда евро в сравнении с 2,138 миллиарда евро во втором квартале прошлого года.

На развивающихся рынках рост органических продаж подразделения был уверенным, при этом наиболее высокие показатели были зафиксированы в Азии (за исключением Японии), в Африке и на Ближнем Востоке. Рост продаж в этих регионах был одинаково высоким. Уверенный рост продаж был зафиксирован в Латинской Америке, а также в Восточной Европе, несмотря на сложную политическую ситуацию на отдельных территориях этого региона. Устойчивого роста продаж компания добилась и на зрелых рынках, что обусловлено значимым ростом в Западной Европе и улучшением показателей в Южной Европе. В Северной Америке подразделение продемонстрировало положительную динамику продаж, тогда как объем продаж на зрелых рынках Азиатско-тихоокеанского региона незначительно снизился по сравнению с показателями второго квартала 2013 года.

**Скорректированная операционная прибыль** подразделения Adhesive Technologies соответствовала значению прошлого года и составила 362 миллиона евро. Скорректированная рентабельность оборота заметно улучшилась по сравнению с прошлогодним показателем, увеличившись на 0,6 процентных пункта и достигнув 17,5%. Опубликованная операционная прибыль увеличилась на 4,0% и составила 346 миллиона евро.

#### **Показатели работы компании во втором квартале 2014 года по регионам**

В условиях чрезвычайно высокой рыночной конкуренции объем продаж «Хенкель» в странах **Западной Европы** вырос на 1,9% и составил 1,450 миллиарда евро. Органический рост продаж составил 2,2%, незначительно снизившись в Южной Европе, что компенсировалось ростом, в частности, во Франции и в странах Бенилюкса. Объем продаж в **Восточной Европе** составил 739 миллионов евро по сравнению с 799 миллионами евро за второй квартал предыдущего года. Органический рост продаж составил 2,8%, при этом основной рост приходился на рынки России и Турции. В странах **Африки и Ближнего Востока** объем продаж составил 287 миллионов евро по сравнению с 307 миллионами евро за аналогичный квартал прошлого года. Несмотря на политическую напряженность в некоторых странах, в регионе вновь был

зафиксирован органический рост продаж, выразившийся двухзначными цифрами и составивший 17,5%.

На рынке **Северной Америки** объём продаж составил 703 миллиона евро по сравнению с 760 миллионами евро за аналогичный период прошлого года. В органическом выражении объём продаж снизился на 0,7% по сравнению с аналогичным показателем прошлого года. Это было обусловлено чрезвычайно обострившейся рекламной конкуренцией в потребительском сегменте. Объём продаж в странах **Латинской Америки** составил 259 миллионов евро по сравнению с 282 миллионами евро за аналогичный квартал прошлого года. Однако в органическом выражении объём продаж увеличился на 3,8%, при этом основной рост пришёлся на рынок Мексики. В Азиатско-Тихоокеанском регионе объём продаж составил 666 миллионов евро, по сравнению с 675 миллионами евро за аналогичный период прошлого года. В органическом выражении рост продаж составил 5,5%. Столь высокие показатели в частности обусловлены ростом продаж в Китае, который выражался двухзначным числом.

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 5,1% до 1,844 миллиарда евро. Однако в органическом выражении в этих регионах был зафиксирован рост на уровне 6,5%. Благодаря высокой активности всех трёх бизнес-подразделений, доля этого сегмента в общем росте продаж компании вновь оказалась выше среднего. Как и во втором квартале 2013 года, на долю этого сегмента приходилось 45% продаж компании. На **зрелых рынках** органический объём продаж вырос на 0,9% и достиг 2,261 миллиарда евро.

### **Прогноз группы «Хенкель» на 2014 год**

В 2014 финансовом году компания «Хенкель» ожидает увеличения органического роста продаж в диапазоне 3%-5%, при этом «Хенкель» предполагает, что подобный уровень роста будет достигаться по всем

направлениям бизнеса. 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.

**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**

Милана Валиева, Анастасия Елаева

Тел. (495) 788 67 84

Email: [Milana.Valieva@Grayling.com](mailto:Milana.Valieva@Grayling.com);

[Anastasia.Elaeva@Grayling.com](mailto:Anastasia.Elaeva@Grayling.com)

Henkel AG & Co. KGaA