

Прес-реліз

12 серпня 2015 р.

Не зважаючи на складну економічну ситуацію, стратегію розвитку на весь рік підтверджено.

«Хенкель» демонструє високі показники у другому кварталі

- Обсяг продажів: зріс на 13,5% до 4 695 млн євро (органічне зростання: +2,4%)
- Операційний прибуток*: збільшився на 14,0% до 768 млн євро
- Скорегована рентабельність обороту (EBIT margin)*: збільшилась на 0,1 відсоткових пункти до 16,4%
- Прибуток на привілейовану акцію* (EPS): збільшився на 11,2% до 1,29 євро
- Високе зростання органічних продажів на ринках, що розвиваються: +5,1%

Дюссельдорф – «В ризикованому ринковому середовищі, компанія «Хенкель» у другому кварталі представляє в цілому хороші результати. Ми знову досягли подвійного зростання продажів і прибутку. Основними факторами були стійке зростання органічних продажів, придбання в минулому році, і, насамперед, сильний долар США. Органічні продажі на ринках були високими, знову зробивши внесок у зростання вище середнього», сказав головний виконавчий директор компанії «Хенкель» Каспер Рорстед.

Посилаючись на роботу «Хенкель» в першому півріччі 2015 року, Рорстед заявив: «У першій половині 2015 року, ми змогли збільшити продажі

* З поправкою на одноразові збори / прибутки і витрати на реструктуризацію

майже на 1,1 млрд євро до більш ніж 9,1 млрд євро. Зі зростанням органічних продажів на 3,0 відсотка, скоригованою рентабельністю обороту EBIT на 16,2 відсотка і скоригованим зростанням EPS на 12,3 відсотка, ми знаходимось на шляху до досягнення стратегії розвитку за весь рік».

Коментуючи фінансовий стан 2015 року, Рорстед сказав: «Ми очікуємо, що нинішнє важке глобальне економічне середовище збережеться. Волатильність ринку залишиться високою. У цьому контексті, спритність і гнучкість є ключовими факторами успіху. Тому ми будемо продовжувати адаптуватися, спрощувати та прискорювати роботу наших структур і процесів відповідно до мінливих ринкових умов».

Стратегію розвитку на 2015 рік підтверджено

Незважаючи на складну економічну ситуацію, Рорстед підтвердив прогноз на весь рік: «Ми очікуємо досягти органічного зростання від 3 до 5 відсотків продажів в 2015 році. Ми також очікуємо збільшення скоригованої рентабельності продажів до близько 16 відсотків, і передбачаємо збільшення скоригованого прибутку на привілейовану акцію приблизно на 10 відсотків».

Продуктивність продажів і прибутку у другому кварталі 2015 року

У другому кварталі 2015 року, **обсяги продажів** знову вдвічі зросли на 13,5 відсотка до 4 695 млн євро. Після коригування для врахування позитивного впливу курсових різниць в розмірі 7,3 відсотка, продажі покращилися на 6,2 відсотка. **Органічно** – за вирахуванням впливу курсових різниць і надбань/продажі активів – обсяги продажів зросли на 2,4 відсотка.

Підрозділ **«Миючі та чистячі засоби»** зафіксував значне органічне зростання продажів на 4,3 відсотка. У бізнес-підрозділі **«Косметика»** було досягнуто позитивного збільшення органічних продажів на 1,9 відсотка. Бізнес-підрозділ **«Клейові технології»** також показав упевнене зростання органічних продажів на 1,7 відсотка.

З врахуванням разових надбань, разових прибутків та витрат на реструктуризацію, **скорегований операційний прибуток** виріс на 14,0 відсотків у порівнянні з 674 млн євро до 768 млн євро. Опублікований операційний прибуток (ЕВІТ) зріс на 21,4 відсотка в порівнянні з 589 млн євро до 715 млн євро.

Скоригована рентабельність обороту збільшилася на 0,1 процентних пункти до 16,4 відсотка. Опублікована рентабельність обороту зросла на 1,0 процентних пункти з 14,2 відсотка до 15,2 відсотка.

Фінансовий результат від «Хенкель» -11 млн євро був на рівні кварталу попереднього року. Податкова ставка склала 24,6 відсотка (квартал минулого року: 22,8 відсотка).

Скоригований чистий прибуток за квартал, за вирахування відсотків міноритарних акціонерів збільшився на 11,8 відсотка в порівнянні з 499 млн євро до 558 мільйонів євро. Опублікований чистий прибуток за квартал виріс на 19,1 відсотка в порівнянні з 446 млн євро до 531 млн євро. Після вирахування відсотків міноритарних акціонерів на суму 10 млн євро квартальний чистий прибуток виріс до 521 млн євро (квартал минулого року: 441 млн євро).

Скоригований прибуток на привілейовану акцію (EPS) зріс на 11,2 відсотка в порівнянні з 1,16 євро до 1,29 євро. Опублікований прибуток на привілейовану акцію збільшився з 1,02 євро до 1,20 євро.

Чистий оборотний капітал по відношенню до реалізації з року в рік збільшився на 0,6 процентних пункти до 6,6 відсотка. Зростання в першу чергу відбулось через поглинання і валютні ефекти.

Хороша продуктивність бізнесу в першій половині 2015

У першій половині 2015 **обсяги продажів** компанії «Хенкель» значно збільшилися з 1 059 млн євро до 9 125 млн євро. Збільшення було на 13,1 відсотка в порівнянні з першим півріччям 2014 року. Після коригування для

врахування позитивного впливу курсових різниць, продажі виросли на 6,5 відсотка. **Органічно** за вирахуванням впливу курсових різниць і надбань/продажі активів – обсяг продажів збільшився на 3,0 відсотка, завдяки ефективній роботі усіх бізнес-підрозділів «Хенкель»

Скоригований операційний прибуток виріс на 182 млн євро від 1 293 мільйонів євро до 1 475 млн євро (+14,0 відсотка). Скоригована рентабельність продажів збільшилася з 16,0 до 16,2 відсотків.

Скоригований чистий прибуток за півріччя, за вирахування відсотків міноритарних акціонерів, зріс на 12,3 відсотка в порівнянні з 951 млн євро до 1 068 млн євро.

Скоригований прибуток на привілейовану акцію (EPS) зріс на 12,3 відсотка, або на 0,27 євро з 2,20 євро до 2,47 євро.

Чиста фінансова позиція компанії «Хенкель» станом на 30 червня 2015 -634 млн євро (станом на 31 грудня 2014: -153 млн євро). Зміна в порівнянні з кінцем 2014 року, в основному пов'язана з виплатами дивідендів.

Показники діяльності бізнес-підрозділів в другому кварталі 2015

Бізнес-підрозділ **«Миючі та чистячі засоби»** знову показав зростання прибутку в другому кварталі 2015 року. **Обсяги продажів** зросли органічно на 4,3 відсотка з року в рік, перевершуючи релевантні ринки. Це призвело до подальшого збільшення частки ринку. Номінально, продажі збільшилися знову в два рази, на 15,3 відсотка до 1 314 мільйона євро (квартал минулого року: 1 139 млн євро).

Упевнене органічне зростання продажів було в основному обумовлене продуктивністю на ринках, що розвиваються, які знову показали дуже сильний розвиток. Регіони Східної Європи і Латинської Америки продемонстрували подвійне зростання. Африка / Близький Схід продемонстрували упевнене зростання. Органічне зростання продажів на зрілих ринках було позитивним. Це

було викликано, насамперед, позитивною динамікою в Західній Європі і, зокрема, стійким зростанням в Німеччині. У бізнес-середовищі, що знову характеризується інтенсивною конкуренцією, показники продажів в Північній Америці були позитивними.

Скоригований операційний прибуток підрозділу «Миючі та чистячі засоби» значно збільшився, на 18,6 відсотка до 225 мільйонів євро. На рівні 17,1 відсотка, скоригована рентабельність продажів покращилась на упевнені 0,5 процентних пункти в порівнянні з другим кварталом 2014. Опублікований операційний прибуток також значно виріс, на 23,6 відсотка в порівнянні з 160 млн євро за аналогічний квартал минулого року до 198 млн євро.

Бізнес-підрозділ **«Косметика»** також продовжив свій шлях зростання прибутку в другому кварталі 2015 року. На рівні 1,9 відсотка, органічне зростання продажів було в рази вищим, ніж на релевантних ринках, що призвело до подальшого зростання частки ринку. Номінально, **обсяги продажів** значно збільшилися, на 12,2 відсотка до 1 006 млн євро (квартал минулого року: 897 млн євро), вперше перевищивши позначку 1 млрд євро в кварталних продажах.

Успішний розвиток бізнес-підрозділів на ринках, що розвиваються, продовжився дуже сильним зростанням органічних продажів. Регіони Азії (за винятком Японії) і Латинської Америки знову зареєстрували подвійне зростання. Східна Європа показала хороші результати продажів, у той час як Африка / Близький Схід продемонстрували упевнене зростання органічних продажів. Бізнес на зрілих ринках продовжує перебувати під впливом негативного ринкового розвитку та інтенсивної конкуренції цін і сприяння продажів. Через стан роботи ринку в Західній Європі, продажі тут залишилися нижче рівня кварталу попереднього року. Незважаючи на цю складну обстановку, обсяг продажів у Північній Америці показав впевнене зростання. Зрілі ринки Азійсько-Тихоокеанського регіону показали упевнене зростання органічних продажів.

Скоригований операційний прибуток підрозділу «Косметика» значно виріс порівняно з попереднім кварталом минулого року, на 14,7 відсотка до 166 мільйонів євро. Скоригована рентабельність продажів вперше покращилась на

0,3 процентних пункти до 16,5 відсотка. Оpubлікований операційний прибуток виріс на 17,6 відсотка до 158 мільйонів євро.

Бізнес-підрозділ **«Клейові технології»** продемонстрував позитивне органічне зростання продажів на 1,7 відсотка в другому кварталі. Номінально, **обсяг продажів** збільшився на 13,3 відсотка до 2 343 млн євро (квартал минулого року: 2 069 млн євро).

Ринки, що розвиваються, показали вагому швидкість росту органічних продажів. Африка / Близький Схід продемонстрували дуже упевнене зростання. Латинська Америка показала упевнений ріст, і розвиток продажів в Азії (за винятком Японії) був позитивним. Східна Європа також продемонструвала позитивну динаміку, незважаючи на триваючу складну політичну ситуацію в країнах регіону. В цілому, органічні продажі на зрілих ринках були позитивними. Бізнес-підрозділи на зрілих ринках Азіатсько-Тихоокеанського регіону показали дуже впевнене зростання, і продуктивність продажів в Західній Європі була позитивною. У Північній Америці, однак, органічні продажі були дещо нижчими.

Скоригований операційний прибуток підрозділу «Клейові технології» збільшився в порівнянні з другим кварталом 2014 року на 9,9 відсотка до 398 мільйонів євро. На рівні 17,0 відсотків, скоригована рентабельність продажів була нижче високого рівня кварталу минулого року. Оpubлікований операційний прибуток збільшився на 12,2 відсотка до 388 мільйонів євро.

Регіональні показники у другому кварталі 2015 року

Обсяги продажів компанії «Хенкель» в регіоні **Західної Європи** збільшилися на 7,9 відсотка до 1 564 млн євро. У високо-конкурентному середовищі ринку, органічні продажі досягли рівня кварталу попереднього року. У той час як країни Південної Європи, разом з Францією і Німеччиною, показали позитивні зміни, обсяг продажів у країнах Північної Європи та Швейцарії зменшився. Продажі в регіоні **Східної Європи** склали 707 млн євро в порівнянні з 739 млн євро в кварталі минулого року. Тим не менш, незважаючи на складні умови ринку, було досягнуто сильного органічного збільшення продажів на 5,5 відсотка. Основними факторами були результати діяльності в Росії, Туреччині та Польщі.

Продажі в **Африці / Близькому Сході** зросли з 287 млн євро до 342 млн євро. Хоча політична ситуація в деяких країнах, як і раніше, впливає на розвиток, органічні продажі збільшилися на 4,4 відсотка.

Продажі в **Північній Америці** зросли з 703 млн євро до 934 млн євро. Органічні продажі покращилися на 0,3 відсотка. У **Латинській Америці** продажі виростили на 12,7 відсотка до 292 мільйонів євро. Органічно, зростання було на 8,4 відсотки. Це дуже упевнене зростання було в основному завдяки роботі в Мексиці. Продажі в **Азійсько-Тихоокеанському** регіоні зросли з 666 млн євро до 826 млн євро. Органічно, продажі покращилися на 3,7 відсотка. Цей високий курс органічного зростання був зумовлений, зокрема, ефективністю бізнесу в Китаї, Японії та Індії.

На **ринках, що розвиваються**, у Східній Європі, Африці / Близькому Сході, Латинській Америці та Азії (за винятком Японії), продажі значно зросли, на 11,0 відсотка до 2 047 млн євро. Завдяки всім бізнес-підрозділам, органічні продажі зросли на 5,1 відсотка і знову зробили внесок вище середнього у органічне зростання групи «Хенкель». Частка продажів з ринків, що розвиваються, незначно знизилася в порівнянні з другим кварталом 2014 року, до 44 відсотків. На **зрілих ринках** органічні продажі виростили на 0,4 відсотка і склали 2 617 млн євро.

Прогноз групи «Хенкель» на 2015 рік

«Хенкель» очікує органічного зростання від 3 до 5 відсотків продажів у 2015. «Хенкель» сподівається, що бізнес-підрозділи «Клейові технології» та «Миючі та чистячі засоби» будуть генерувати органічне зростання продажів в межах цього діапазону. Від бізнес-підрозділу «Косметика», «Хенкель» очікує зростання приблизно на 2 відсотки. Як і раніше, компанія «Хенкель» очікує стабільний розвиток частки продажів з ринків, що розвиваються. У порівнянні з показниками 2014 року, «Хенкель» очікує збільшення скоригованої рентабельності продажів (ЕВІТ) приблизно до 16 відсотків і збільшення скоригованого прибутку на одну привілейовану акцію приблизно на 10 відсотків.

Цей документ містить прогнозу звітність на основі поточних оцінок та припущень, яка зроблена корпоративним управлінням компанії «Henkel AG & Co. KGaA». Для прогнозу звітності характерним є використання таких слів, як очікують, мають намір, планують, передбачають, припускають, сподіваються, оцінюють, прогнозують тощо. Такі ствердження, в будь-якому разі, не повинні сприйматись як такі, що є точними. Подальше виконання та досягнення результатів компанією «Henkel AG & Co. KGaA» та її представництвами залежить від багатьох ризиків та невизначеностей, тому вони можуть значно відрізнятись від прогнозу звітності. Багато з цих чинників перебувають поза межами контролю компанії Henkel, і їх неможливо точно визначити заздалегідь, наприклад, майбутнє економічне становище, діяльність конкурентів та інші фактори, типові для ринку. Компанія Henkel не планує і не бере на себе зобов'язання щодо оновлення прогнозу звітності.

За додатковою інформацією, будь ласка, звертайтеся до:

Віталіна Клепка

Менеджер з корпоративних комунікацій
компанії «Хенкель» в Україні

«Хенкель Україна»

Тел.: +38 044 569 96 00

Факс: +38 044 569 96 01

e-mail: vitalina.klepka@henkel.com

Наталія Глушак

Керівник PR-проектів
компанії «Хенкель» в Україні

Агенція «PR-Service»

Тел./факс: +38 044 501 32 44

Моб. тел.: +38 050 357 19 07

e-mail: n.glushak@pr-service.com.ua