

Прес-реліз

7 травня 2015 р.

Компанія демонструє високі показники в першому кварталі

Компанія «Хенкель» повідомляє про успішний початок 2015 фінансового року

- Обсяг продажів збільшився на 12,7% і склав 4,430 млрд. євро (органічне зростання склало 3,6%)
- Операційний прибуток* збільшився на 14,1% і досяг 707 млн. євро
- Скоригована рентабельність обороту* (EBIT margin) зросла на 0,2 процентних пункти до 16,0%
- Скоригований прибуток на привілейовану акцію* (EPS) збільшився на 13,5% і досяг 1,18 євро
- Високе зростання продажів на ринках, що розвиваються: органічне зростання склало 7,7%

«У сьогоднішніх непростих умовах компанія «Хенкель» продемонструвала високі показники роботи в першому кварталі і таким чином вельми успішно почала 2015 фінансовий рік. В черговий раз компанії вдалося досягти зростання продажів і прибутку. Ми зафіксували найвищий на сьогоднішній день квартальний обсяг продажів завдяки високому органічному росту продажів, нашим придбанням минулого року та сильному долару. Досягненню високих фінансових показників компанії в першому кварталі сприяла ефективна робота всіх бізнес-підрозділів. Ми знову продемонстрували надзвичайно високі показники роботи на ринках, що розвиваються» – повідомив головний виконавчий директор компанії «Хенкель» Каспер Рорстед.

* Показники скориговані для врахування разових витрат / прибутків і затрат на реорганізацію

Говорячи про 2015 фінансовий рік, Каспер Рорстед зазначив: «Ми очікуємо, що економічна ситуація буде залишатися складною. Через триваючий конфлікт між Росією та Україною, ми як і раніше вважаємо, що економіка Східної Європи буде перебувати в 2015 році в стані стагнації. У цих умовах висока маневреність та гнучкість стануть ключовими факторами успіху. У зв'язку з цим ми маємо намір продовжити оптимізацію та вдосконалення наших структур і процесів».

Підтвердження прогнозу на 2015 рік

Каспер Рорстед підтвердив прогноз компанії на поточний фінансовий рік: «У 2015 фінансовому році ми очікуємо збільшення органічного зростання продажів компанії в діапазоні 3-5%. Ми також очікуємо збільшення скоригованої рентабельності обороту приблизно до 16% і збільшення скоригованого прибутку на привілейовану акцію приблизно на 10%».

Показники продажів і прибутку в першому кварталі 2015 фінансового року

У першому кварталі 2015 фінансового року компанія «Хенкель» продемонструвала значне зростання обсягу продажів – на 12,7%, зафіксувавши новий квартальний рекорд у розмірі 4,430 млрд. євро. Скоригований з урахуванням сприятливого ефекту валютних курсів на рівні 5,8%, обсяг продажів підвищився на 6,9%. В органічному вираженні, тобто з урахуванням впливу валютних курсів, а також придбань і продажів активів, обсяг продажів виріс на 3,6%.

Підрозділ «**Миючі та чистячі засоби**» зафіксував високе органічне зростання продажів у розмірі 5,2%. Підрозділ «**Косметика**» продемонстрував стійке органічне зростання продажів на рівні 2,1%, а підрозділ «**Клейові технології**» зафіксував вагоме поліпшення органічного зростання продажів на рівні 3,3%.

З врахуванням разових придбань, разових витрат і витрат на реструктуризацію, **скорегований операційний прибуток** збільшився на 14,1% з 619 млн. євро до 707 млн. євро. Опублікований операційний прибуток (ЕВІТ) зріс на 6,5% з 608 млн. євро до 648 млн. євро.

Скорегована рентабельність обороту (ЕВІТ margin) збільшилася на 0,2 процентних пункти до 16,0%. Опублікована рентабельність обороту склала 14,6% порівняно з 15,5% за аналогічний період минулого року.

Фінансові показники компанії «Хенкель» в першому кварталі покращилися на 6 млн. євро до -9 млн. євро. Це зумовлено як поліпшенням показників чистого доходу від відсотків, так і більш сприятливим валютним курсом. Поліпшення показників чистого доходу від відсотків пов'язано частково з виплатою по пріоритетних облігаціях, а також зі стабілізацією процентних ставок у березні 2014 року. **Податкова ставка** склала 24,6% порівняно з 23,1% за аналогічний квартал минулого року.

Скоригований чистий прибуток за квартал після відрахування відсотків міноритаріям збільшився на 12,8% з 452 млн. євро до 510 млн. євро. Опублікований чистий прибуток за квартал збільшився на 5,7% з 456 млн. євро до 482 млн. євро. За вирахування суми виплат міноритаріям (12 млн. євро), чистий прибуток збільшився до 470 млн. євро (у першому кварталі минулого року ця сума становила 449 млн. євро).

Скоригований прибуток на привілейовану акцію (EPS) збільшився на 13,5 відсотка з 1,04 євро до 1,18 євро. Опублікований прибуток на привілейовану акцію зріс з 1,04 євро до 1,09 євро.

Обсяг **чистого оборотного капіталу** в процентному вираженні від обсягу продажів збільшився в порівнянні з показником за перший квартал минулого року на 1,4 процентних пункти до рівня 6,2%. Це зростання обумовлено

головним чином придбаннями компанії в 2014 році і сприятливим ефектом валютних курсів.

Станом на 31 березня 2015 **чиста фінансова позиція** компанії склала 10 млн. євро. Станом на 31 грудня 2014 чиста фінансова позиція компанії становила - 153 млн. євро.

Показники діяльності бізнес-підрозділів

Підрозділ «**Миючі та чистячі засоби**» продовжив демонструвати прибуткове зростання у першому кварталі 2015 року. Органічне зростання продажів цього бізнес-підрозділу склало 5,2% у порівнянні з аналогічним періодом минулого року, що вище відповідних ринків. Це призвело до збільшення ринкової частки підрозділу. За опублікованими даними зростання обсягу продажів сягнуло двозначних цифр – на рівні 13,2%; **обсяг продажів** підрозділу склав 1 298 млн. (у першому кварталі минулого року обсяг продажів становив 1 147 млн. євро).

Значне збільшення органічного обсягу продажів головним чином обумовлено високими показниками роботи підрозділу на ринках, що розвиваються. У країнах Африки та Близького Сходу зростання сягнуло двозначних цифр. Підрозділ зафіксував дуже високе зростання в країнах Східної Європи, а в країнах Латинської Америки продемонстрував стабільно високі показники. Зростання продажів на зрілих ринках в цілому був позитивним. Це головним чином пов'язано з позитивною динамікою в Західній Європі і, зокрема, високим зростанням у Німеччині. Обсяг продажів в Північній Америці залишався на рівні першого кварталу 2014 року.

Скоригований операційний прибуток підрозділу «Миючі та чистячі засоби» зріс на 16,7 відсотка і склав 222 млн. євро. Скоригована рентабельність обороту досягла цифри 17,1%, що на цілих 0,5 процентних пункти вище аналогічного показника за перший квартал попереднього року. Опублікований операційний

прибуток склав 192 млн. євро в порівнянні з 196 млн. євро за аналогічний період минулого року.

Підрозділ **«Косметика»** також продовжив прибутковий ріст у першому кварталі 2015 року. Органічне зростання продажів по підрозділу склало 2,1%, що в черговий раз випереджає зростання відповідних ринків і призводить до збільшення ринкової частки підрозділу. У номінальному вираженні **обсяг продажів** збільшився на 9,9 відсотка до 940 млн. євро (у першому кварталі минулого року обсяг продажів становив 856 млн. євро).

Успішна робота бізнес-підрозділу на ринках, що розвиваються супроводжувалася надзвичайно високим зростанням органічної обсягу продажів. Зокрема, в Азіатському регіоні (за винятком Японії), в країнах Африки та Близького Сходу і в Латинській Америці зростання продажів підрозділу виражається двозначною цифрою, при цьому в країнах Східної Європи підрозділ продовжував демонструвати стабільно високі показники роботи. Ситуація на зрілих ринках характеризувалася як і раніше складним ринковим оточенням. У результаті обсяг продажів виявився дещо нижче значень першого кварталу 2014 року. Хоча зростання в Північній Америці залишалося стабільним, обсяг продажів на зрілих ринках Азіатсько-тихоокеанського регіону виявився нижче значень за аналогічний квартал минулого року.

Скоригований операційний прибуток підрозділу «Косметика» в порівнянні з першим кварталом минулого року зріс на 11,4% і склав 150 млн. євро, досягнувши рекордного на даний момент значення для цього підрозділу. Скоригована рентабельність обороту зросла на 0,2 процентних пункти і склала 15,9%. Опублікований операційний прибуток збільшився на 17,0% і склав 133 млн. євро.

Бізнес-підрозділ **«Клейові технології»** продемонстрував в першому кварталі стабільне органічне зростання продажів на рівні 3,3 відсотка. У номінальному

вираженні **продажі** збільшилися на 14,1 відсотка і склали 2,160 млрд. євро (у першому кварталі минулого року обсяг продажів становив 1,893 млрд. євро).

На ринках, що розвиваються підрозділ досяг сильного органічного зростання продажів, при цьому збільшення продажів у країнах Африки та Близького Сходу виражалось двозначними цифрами. Зростання обсягу продажів у країнах Азії (за винятком Японії) було досить високим. Операції в Східній Європі також характеризувалися високими показниками, незважаючи на складну політичну ситуацію, що зберігається в окремих частинах цього регіону. Стабільне зростання продажів було зафіксоване в Латинській Америці. В цілому, в органічному вираженні продажі на зрілих ринках демонстрували позитивну динаміку. У Північній Америці підрозділ продемонстрував стабільне зростання продажів. Хоча результати роботи на зрілих ринках Азіатсько-тихоокеанського регіону виявилися вище показників аналогічного кварталу минулого року, обсяг продажів у країнах Західної Європи залишився на колишньому рівні.

Зростання **скоригованого операційного прибутку** підрозділу «Клейові технології» виражається двозначним значенням і склало 10,6 відсотка порівняно з аналогічним кварталом минулого року, при цьому операційний прибуток склав 353 млн. євро. Скоригована рентабельність обороту склала 16,4 відсотка, що нижче рекордного рівня, зафіксованого в першому кварталі минулого року. На рентабельність обороту негативно вплинула слабкість важливих валют і інвестиції компанії в бренди та інновації. Опублікований операційний прибуток збільшився на 4,2 відсотка і склав 345 млн. євро.

Регіональні показники

Обсяг продажів компанії «Хенкель» в країнах **Західної Європи** збільшився на 5,6% і досяг 1,531 млрд. євро. В органічному вираженні обсяг продажів досяг рівня минулорічного кварталу. Обсяг продажів в країнах **Східної Європи** склав 625 млн. євро порівняно з 670 млн. євро за аналогічний квартал минулого року. В органічному вираженні підрозділ досяг істотного зростання обсягу продажів на

рівні 6,7 відсотка. Показники роботи в Росії стали основним фактором зростання: зростання органічного обсягу продажів тут виражається двозначною цифрою. Обсяг продажів в **Африці** і на **Близькому Сході** збільшився з 277 млн. євро до 350 млн. євро. Хоча політична ситуація в цьому регіоні як і раніше впливала на розвиток бізнесу, в органічному вираженні зростання продажів у першому кварталі 2015 виражався двозначним числом і склав 12,3%. Двозначне зростання в цьому регіоні було зафіксовано у всіх бізнес-підрозділах компанії.

Обсяг продажів в **Північній Америці** збільшився з 670 млн. євро до 885 млн. євро. Органічне зростання продажів склало цілих 2,4%. У країнах **Латинської Америки** обсяг продажів зріс на 13,7 відсотка і склав 274 млн. євро. В органічному вираженні зростання продажів склало 5,3 відсотка. Настільки високі результати головним чином зумовлені високими показниками роботи компанії в Мексиці. Обсяг продажів в країнах **Азійсько-Тихоокеанського регіону** зріс з 588 млн. євро до 732 млн. євро. В органічному вираженні обсяг продажів збільшився на 5,9 відсотка; настільки високі показники обумовлені, зокрема, надзвичайно високим зростанням в Китаї. Крім того, високе зростання органічних продажів було зафіксовано в Індії, а в Індонезії зростання продажів за опублікованими даними виражається двозначними цифрами.

На **ринках, що розвиваються**, у Східній Європі, Африці і Близькому Сході, в Латинській Америці та Азії (за винятком Японії), обсяг продажів зріс на 12,0% і склав 1,870 млрд. євро. Органічне зростання знову виявилось надзвичайно високим і становило 7,7 відсотка. Цьому сприяла ефективна робота всіх трьох бізнес-підрозділів. У порівнянні з аналогічним періодом попереднього року, частка продажів на ринках, що розвиваються збереглася на колишньому рівні і склала 42%. На зрілих ринках, обсяг продажів в органічному вираженні зріс на 0,6% і склав 2 528 млн. євро.

Прогнози групи компаній «Хенкель» на 2015 рік

У 2015 році компанія «Хенкель» як і раніше очікує збільшення органічного зростання продажів в діапазоні 3–5 відсотків. За прогнозами компанії «Хенкель» таких показників органічного зростання продажів буде досягнуто в бізнес-підрозділах «Клейові технології» і «Миючі та чистячі засоби». Зростання продажів підрозділу «Косметика» буде перебувати на рівні 2%. Як і раніше, компанія «Хенкель» передбачає стабільне збільшення частки обсягів продажів в країнах, що розвиваються. Порівняно з показниками за 2014 рік, компанія «Хенкель» прогнозує зростання скоригованої рентабельності обороту (ЕВІТ), приблизно, до 16 відсотків, а також підвищення скоригованого прибутку на 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 прогнозової 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 відрізнитися від прогнозової 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 прогнозової звітності.