25 февраля 2016 года

Henkel сообщает об успешном завершении 2015 финансового года

**Компания Henkel продемонстрировала значительный рост продаж и прибыли в 2015 году**

* **Объём продаж увеличился на 10,1% и составил 18,089 миллиарда евро (органический рост: +3,0%)**
* **Операционная прибыль\* увеличилась на 12,9% до 2,923 миллиарда евро**
* **Рентабельность оборота (EBIT margin\*) выросла на 0,4 процентных пункта и составила 16,2%**
* **Прибыль в расчете на привилегированную акцию\* (EPS) выросла на 11,4% и составила 4,88 евро**
* **Предложено повысить размер дивидендов на привилегированную акцию на 12,2% до 1,47 евро**

«2015 стал очень успешным для Henkel. Мы зафиксировали двухзначный рост продаж, прибыли, прибыли на акцию и предложенных дивидендов. Все три бизнес-подразделения компании продемонстрировали уверенный органический рост и значительно улучшили свою прибыль, – заявил главный исполнительный директор компании Каспер Рорштед. – Развивающиеся рынки по-прежнему оставались главными факторами роста для Henkel и способствовали высоким показателям работы компании. Кроме того, мы продолжили демонстрировать органический рост продаж на зрелых рынках».

\*Показатели скорректированы с учетом единовременных выплат/доходов и расходов на реструктуризацию

«Несмотря на непростую экономическую ситуацию, мы продемонстрировали высокие финансовые показатели, продолжили успешную реализацию нашей стратегии и заложили прочную основу для нашего будущего. Завершив три года из нашего четырёхлетнего стратегического цикла, мы по-прежнему развиваемся в полном соответствии с планом и намерены реализовать наши основные цели, поставленные на 2016 год», сказал Каспер Рорштед, резюмируя результаты развития компании Henkel.

**Прогноз на 2016 год:**

Комментируя текущий финансовый год и финансовые цели компании на 2016 год, Каспер Рорштед отметил: «Экономическая и политическая ситуация по-прежнему остаётся весьма непростой. Поэтому мы намерены продолжить адаптировать и оптимизировать наши процессы и структуры в соответствии с требованиями рынка, тем самым повышая эффективность и конкурентоспособность компании. Мы рассчитываем, что в 2016 финансовом году органический рост продаж будет находиться в диапазоне 2% - 4%. Кроме того, мы ожидаем, что наша скорректированная рентабельность оборота увеличится приблизительно до 16,5%, а рост скорректированной прибыли в расчете на привилегированную акцию в 2016 финансовом году будет находиться в диапазоне 8%-11%. С учетом того, что ежегодный рост скорректированной прибыли на привилегированную акцию за период с 2013 по 2015 годы составляет 9,7%, мы движемся в полном соответствии с нашей стратегией и намерены добиться совокупных темпов годового роста (CAGR) для текущего стратегического цикла на уровне 10%».

**Показатели продаж и прибыль компании в 2015 финансовом году**

**Объём продаж** компании в финансовом 2015 году оказался значительно выше значения предыдущего года и составил 18,089 миллиарда евро. Изменение валютных курсов положительно повлияло на результаты продаж компании, увеличив их на 4,4%. Положительный эффект от сделок по приобретению/продаже активов привёл к увеличению продаж на 2,7%. **Органический объём продаж** за вычетом разницы валютных курсов и без учета расходов и поступлений от приобретений/продаж продемонстрировал устойчивый рост на уровне 3,0%.

Устойчивый органический рост продаж наблюдался во всех бизнес-подразделениях Henkel, что в целом привело к увеличению рыночной доли компании на соответствующих рынках. Подразделение **Laundry and Home Care** продемонстрировало органический рост продаж на уровне 4,9%. Объём продаж бизнес-подразделения **Beauty Care** вырос в органическом выражении на 2,1%, а органический рост бизнес-подразделения **Adhesive Technologies** составил 2,4%.

С учетом разовых приобретений, единовременных затрат и расходов на реструктуризацию, **скорректированная операционная прибыль** значительно повысилась – на 12,9% – и составила 2,923 миллиарда евро (в прошлом году этот показатель составлял 2,588 миллиарда евро). Столь высокий результат обусловлен эффективной работой всех трёх бизнес-подразделений компании. По опубликованным данным, операционная прибыль (EBIT) составила 2,645 миллиарда евро в сравнении с 2,244 миллиарда евро в прошлом году.

**Рентабельность продаж с учетом корректировок** (EBIT margin) выросла на 0,4 процентных пункта с 15,8% до 16,2%. По опубликованным данным, рентабельность продаж выросла на 0,9 процентных пункта до 14,6% (в прошлом году – 13,7%).

**Финансовые показатели** за год улучшились с -49 миллионов евро до -42 миллионов евро. **Налоговая ставка** составила 24,4%, практически не изменившись по сравнению с 24,3% в прошлом году.

**Скорректированная чистая прибыль** за год после выплат миноритариям выросла на 11,4% и составила 2,112 миллиарда евро (в 2014 году этот показатель составлял 1,896 миллиарда евро). По опубликованным данным, чистая прибыль выросла за год на 18,4% с 1,662 миллиарда евро до 1,968 миллиарда евро. За вычетом суммы в 47 миллионов евро, выплаченной миноритариям, чистая прибыль выросла до 1,921 миллиарда евро (в прошлом году этот показатель составлял 1,628 миллиарда евро).

**Скорректированная прибыль на привилегированную акцию** (EPS) выросла на 11,4% с 4,38 евро до 4,88 евро. По опубликованным данным, прибыль на привилегированную акцию выросла с 3,76 евро до 4,44 евро.

Правление, Наблюдательный совет и Комитет акционеров компании намереваются предложить на Ежегодном общем собрании акционеров, которое состоится 11 апреля 2016 года, повысить размер **дивидендов** на привилегированную акцию на 12,2% до 1,47 евро (1,31 евро в прошлом году) и на 12,4% до 1,45 евро на простую акцию (1,29 евро годом ранее). Таким образом коэффициент выплаты составит 30,2%.

Соотношение **чистого оборотного капитала** к объёму продаж выросло на 0,4 процентных пункта с 4,2% до 3,8%.

**Чистая финансовая позиция** компании по состоянию на конец года составила 335 миллионов евро (по состоянию на 31 декабря 2014 года чистая финансовая позиция компании составляла -153 миллиона евро).

**Финансовые показатели бизнес-подразделений**

В 2015 финансовом году бизнес-подразделение **Laundry and Home Сare** чрезвычайно успешно продолжило тенденцию прибыльного роста предыдущих лет. Объём продаж в органическом выражении вырос за год на 4,9%, значительно опережая рост соответствующих рынков. В номинальном выражении **объём продаж** вырос на 11,0% и составил 5,137 миллиарда евро, впервые в истории компании превысив отметку в 5 миллиардов евро.

Продемонстрировав исключительно высокий рост продаж, развивающиеся рынки вновь стали основным фактором органического роста подразделения в 2015 году. Бизнес-подразделение зафиксировало очень высокий рост в Восточной Европе, Латинской Америке и в Азии (за исключением Японии). Кроме того, очень высокий рост был зафиксирован и в Африке/на Ближнем Востоке. Однако в сравнении с предыдущим годом, темпы роста снизились в силу сохранения на рынке сложных условий.

Показатели подразделения на зрелых рынках были весьма успешными. Подразделение добилось устойчивого роста продаж в Северной Америке, а также положительной динамики продаж в странах Западной Европы.

**Скорректированная операционная прибыль** значительно выросла – на 17,4% – и составила 879 миллионов евро. Скорректированная рентабельность оборота также заметно улучшилась – на 0,9 процентных пункта – и составила 17,1%. По опубликованным данным, операционная прибыль выросла фактически на 27,8% с 615 миллионов евро до 786 миллионов евро.

Бизнес-подразделение **Beauty Care** также продолжило в 2015 финансовом году тенденцию прибыльного роста предыдущих лет. Органический рост подразделения вновь оказался выше соответствующих рынков и составил 2,1%. В номинальном выражении **объём продаж** увеличился на 8,1% и составил 3,833 миллиарда евро.

В разбивке по регионам подразделение продемонстрировало очень высокие показатели на развивающихся рынках. В частности, на развивающихся рынках Азии (за исключением Японии) подразделение зафиксировало очень высокий рост в результате успешного расширения бизнеса в Китае. В странах Латинской Америки рост выражался двухзначным числом. В Африке и на Ближнем Востоке бизнес-подразделение также сохранило динамику прошлых лет, продемонстрировав устойчивые темпы роста. Уверенный рост был зафиксирован и в Восточной Европе.

На зрелых рынках на показателях работы подразделения по-прежнему сказывалась жесткая, вытесняющая конкуренция, интенсивное ценовое давление и промо-активность конкурентов. В этих сложных условиях объём продаж подразделения на зрелых рынках оказался несколько ниже значений предыдущего года, что обусловлено в частности развитием ситуации в Западной Европе и на зрелых рынках Азиатско-тихоокеанского региона. В сложных условиях конкуренции объём продаж бизнес-подразделения в Северной Америке заметно вырос по сравнению с предыдущим годом.

По сравнению с прошлым годом **скорректированная операционная прибыль** подразделения выросла на 12,2% и составила 610 миллионов евро – это самый высокий результат бизнес-подразделения на сегодняшний день. Скорректированная рентабельность оборота значительно улучшилась – на 0,6 процентных пункта и составила 15,9%. По опубликованным данным, операционная прибыль выросла на 33,3% и составила 561 миллион евро.

Бизнес-подразделение **Adhesive Technologies** продемонстрировало устойчивый органический рост продаж на уровне 2,4%, что соответствовало росту рынка. В номинальном выражении **объём продаж** вырос на 10,6% до 8,992 миллиарда евро по сравнению с 8,127 миллиарда евро в прошлом году.

Бизнес-подразделение добилось уверенного роста органических продаж на развивающихся рынках и, в частности, чрезвычайно сильного роста в Латинской Америке. В Африке/на Ближнем Востоке и в Восточной Европе подразделение также показало устойчивый рост, несмотря на сохранение весьма непростой политической ситуации и сложных экономических условий. Подразделение продемонстрировало положительную динамику продаж в Азии (за исключением Японии).

Показатели продаж на зрелых рынках в целом были положительными, в частности, подразделение показало высокую динамику в Западной Европе и Северной Америке. На зрелых рынках Азиатско-тихоокеанского региона бизнес-подразделение также продемонстрировало устойчивый рост.

**Скорректированная операционная прибыль** выросла на 9,4% и составила 1,534 миллиарда евро, что является рекордным значением за всю историю компании. Скорректированная рентабельность оборота находилась на уровне 17,1%, что незначительно ниже высокого значения предыдущего года. По опубликованным данным операционная прибыль выросла на 8,7% и составила 1,462 миллиарда евро.

**Показатели по регионам**

В условиях сохраняющейся высокой конкуренции на рынках, объём продаж компании в **Западной Европе** вырос на 5,6% и составил 6,045 миллиарда евро. В органическом выражении объём продаж незначительно снизился – на 0,3%. Положительные показатели работы компании в таких странах как Франция и Великобритания не смогли полностью восполнить спад в Швейцарии и в странах Северной Европы. Объём продаж в **Восточной Европе** за год сократился и составил 2,695 миллиарда евро, что обусловлено значительным обесцениванием российского рубля и других валют в этом регионе. Однако в органическом выражении объём продаж увеличился на 7,3%, что обусловлено, в частности, развитием бизнеса в России и в Турции. Несмотря на неспокойную политическую и социальную ситуацию в ряде стран, объём продаж в странах **Африки/Ближнего Востока** в номинальном выражении вырос на 17,3% и составил 1,329 миллиарда евро. В органическом выражении рост продаж составил 6,8%, при этом каждое из бизнес-подразделений компании внесло важный вклад в обеспечение этого роста.

Объём продаж компании в **Северной Америке** значительно вырос – на 26,5% – и составил 3,648 миллиарда евро. Увеличению продаж способствовало положительное влияние разницы валютных курсов, а также приобретения компании, совершенные в 2014 году. В органическом выражении компания добилась в этом регионе уверенного роста продаж на уровне 2,3%. Объём продаж Henkel в **Латинской Америке** вырос на 7,9% и составил 1,110 миллиарда евро, при этом в органическом выражении рост продаж составил 8,8%, чему главным образом способствовал высокий рост продаж в Мексике, выражавшийся двухзначным числом. Продажи компании **в Азиатско-тихоокеанском регионе** за год значительно выросли – на 17,1% – и составили 3,134 миллиарда евро. Несмотря на снижение темпов роста в Китае, органические продажи компании в этом регионе также выросли, при этом рост составил 2,5%.

Объём продаж **на развивающихся рынках** Восточной Европы, в Африке/на Ближнем Востоке, в странах Латинской Америки и в Азии (за исключением Японии) за год значительно вырос и составил 7,797 миллиарда евро. В органическом выражении объём продаж вырос на 5,9%, что обусловлено эффективной работой всех бизнес-подразделений. В органических результатах продаж доля развивающихся рынков в очередной раз оказалась выше, чем у других рынков. В связи с разницей валютных курсов доля продаж, приходящихся на развивающиеся рынки, незначительно снизилась и составила 43% от общего объёма продаж. Доля продаж **на развитых рынках** в органическом выражении выросла на 0,7% и составила 10,164 миллиарда евро.

**Результаты четвертого квартала 2015 года**

**Объём продаж** в четвертом квартале вырос на 6,0% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составил 4,374 миллиарда евро (4,126 миллиарда евро за аналогичный период прошлого года). **Органический объём продаж**, без учета разницы валютных курсов и сумм от приобретения/продажи активов, вырос на 2,9%. С учетом разовых выплат, разовых доходов и затрат на реструктуризацию, **скорректированная операционная прибыль** увеличилась на 11,3% с 602 миллионов евро до 670 миллионов евро. По опубликованным данным операционная прибыль (EBIT) выросла на 39,0% и составила 616 миллионов евро по сравнению с 444 миллионами евро за аналогичный период прошлого года.

**Скорректированная рентабельность оборота** (EBIT margin) выросла на 0,7 процентных пункта с 14,6% до 15,3%. По опубликованным данным, рентабельность оборота выросла на 3,3 процентных пункта с 10,8% до 14,1%. **Скорректированная чистая прибыль** за квартал за вычетом процентов миноритариям выросла на 9,8% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года с 437 миллионов евро до 480 миллионов евро. По опубликованным данным, чистая прибыль за квартал выросла на 48,7%, увеличившись до 461 миллиона евро (в аналогичном квартале прошлого года чистая прибыль составляла 310 миллионов евро). После вычета суммы в 15 миллионов евро, выплаченной миноритариям, чистая прибыль составила 446 миллионов евро (298 миллионов евро за аналогичный квартал прошлого года). **Скорректированная прибыль на привилегированную акцию** (EPS) выросла на 9,9% с 1,01 евро до 1,11 евро. По опубликованным данным прибыль на привилегированную акцию выросла на 49,3% по сравнению с аналогичным показателем за четвертый квартал прошлого года с 0,69 евро до 1,03 евро.

**Достижения компании в области реализации своей стратегии**

В 2015 финансовом году компания Henkel добилась весьма высоких успехов в реализации своей стратегии до 2016 года. Основные достижения касаются всех четырех стратегических приоритетов: опережении конкурентов, глобализации, совершенствовании операционной эффективности и командной работе.

**Превзойти конкурентов**

В 2015 году компания Henkel продолжила укреплять позиции своих основных брендов. Объём продаж от брендов Persil, Schwarzkopf и Loctite составил в общей сложности 5,9 миллиарда евро. Доля продаж, приходящихся на десять крупнейших брендов компании Henkel выросла с 59% до 61%, что уже превосходит поставленную нами на 2016 год цель в 60%. Значительный рост по сравнению с прошлым годом обусловлен инновациями, инвестициями в капитал бренда и выходом на новые рынки. В своих обоих потребительских сегментах (Laundry and Home Сare и Beauty Сare) компания Henkel добилась того, что более 45% продаж приходится на продукты, запущенные в течение последних трех лет. В подразделении Adhesive Technologies на продажи от продуктов, представленных в течение последних пяти лет, приходится около 30% всех продаж. И вновь тесные взаимоотношения с нашими основными заказчиками из отрасли розничной торговли и нашими промышленными заказчиками помогли нам увеличить соответствующую долю продаж в 2015 году.

Помимо укрепления своего конкурентного положения, в качестве одного из основных факторов своего будущего успеха компания Henkel назвала переход к цифровым технологиям (digitalization). Компания продолжила активное внедрение цифровых технологий во все аспекты своего бизнеса и все свои производственные процессы. В 2015 году Henkel продолжила усилия по стандартизации своих бизнес-платформ и их перевода на цифровые технологии. Кроме того, компания оптимизировала внутренние процессы и успешно расширила свою цифровую деятельность, ориентированную на рынок и на заказчиков.

**Способствовать глобализации**

В 2015 году на долю продаж на развивающихся рынках пришлось около 43% от общего объёма продаж, что несколько ниже значения прошлого года. Это снижение обусловлено в первую очередь обесцениванием местных валют на ряде рынков. Без учета разницы валютных курсов развивающиеся рынки вновь стали основным фактором роста для Henkel, и компания намерена продолжать укреплять своё присутствие на этих рынках.

На зрелых рынках Henkel сумела консолидировать свои ведущие позиции. В качестве примера можно привести успешный запуск в 2015 году двух флагманских брендов Henkel – Persil и Schwarzkopf – в американской рознице, что помогло Henkel вновь добиться роста и улучшить свои результаты на этом крупнейшем для компании внутреннем рынке.

**Оптимизировать процессы**

Henkel продолжит работу, направленную на упрощение своей операционной деятельности с целью оптимизировать производство, повышать эффективность и создавать конкурентное преимущество. В 2015 году Henkel добилась значительного прогресса в построении масштабируемой бизнес-модели с использованием стандартизованных бизнес-процессов, предполагающих работу с цифровыми технологиями и обеспечивающих высокую эффективность. Кроме того, Henkel успешно создала новую организацию, которая управляет глобальными цепочками поставок и закупочной деятельностью для всех своих бизнес-подразделений. К концу 2015 года количество сотрудников Henkel в шести совместных центрах обслуживания по всему миру достигло трёх тысяч человек. В этих центрах реализуются основные процессы, необходимые для глобальной организации Henkel.

**Вдохновлять и укреплять глобальную команду**

Успех компании Henkel построен на четкой стратегии и сильной глобальной команде, которая ее реализует. Чтобы преуспеть в текущих чрезвычайно динамичных и сложных условиях Henkel нужны сильные лидеры. Именно поэтому компания стремится постоянно работать над укреплением своей лидерской команды. Henkel предлагает своим сотрудникам широкие возможности для обучения и повышения квалификации – как посредством стажировки на производстве, так и в рамках внутренней образовательной платформы Henkel Global Academy. Одним из важных факторов успеха является многообразие трудовых ресурсов, объединяющих в себе различные культурные традиции и опыт работы. Henkel активно развивает это многообразие и за последние годы добилась в этой сфере существенного прогресса. В 2015 году доля сотрудников, работающих на развивающихся рынках, составила приблизительно 55%, а доля женщин в руководящем составе увеличилась в глобальном масштабе примерно до 33%.

**Прогноз группы Henkel на 2016 год**

В 2016 финансовом году компания Henkel ожидает, что органический рост продаж будет находиться в диапазоне 2%-4%, при этом такой уровень роста будет достигаться по всем направлениям бизнеса. Более того, Henkel ожидает некоторого увеличения доли продаж на развивающихся рынках. Что касается скорректированной рентабельности оборота, Henkel ожидает, что по сравнению с прошлым годом этот показатель вырастет и составит примерно 16,5%. Ожидается, что скорректированная рентабельность оборота по отдельным подразделениям будет находиться на том же или более высоком уровне, чем в прошлом году. Henkel ожидает увеличения скорректированной прибыли на привилегированную акцию в диапазоне 8%-11%.

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", "прогнозировать" 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 Henkel и не поддаются точной предварительной оценке. Среди этих факторов – будущая экономическая ситуация и действия конкурентов и других игроков на рынках. Henkel не планирует и не обязуется обновлять прогнозные заявления в настоящем документе.

**Справка о компании**

Компания Henkel представляет на мировом рынке ведущие бренды и технологии в трех основных направлениях - Laundry & Home Care, Beauty Care и Adhesive Technologies. Основанная в 1876 году, компания Henkel занимает лидирующие позиции в мире, как в потребительском, так и в промышленном секторе благодаря таким известным брендам как Persil, Schwarzkopf и Loctite. В компании Henkel работает около 50 000 сотрудников. Объем продаж компании за 2015 финансовый год составил 18,1 миллиарда евро, в то время, как скорректированная операционная прибыль за этот период составила 2,9 миллиарда евро. Привилегированные акции компании торгуются на фондовой бирже DAX.

**Контакты**

|  |  |
| --- | --- |
| Наталья Овакимян, Henkel  Тел. +7 (495) 795 05 95 ext. 3553  Email: [Natalia.Ovakimian@henkel.com](mailto:Natalia.Ovakimian@henkel.com);  Галина Тимонина, Henkel  Тел. (495) 795 05 95 ext.1709  Email: [Galina.Timonina@henkel.com](mailto:Galina.Timonina@henkel.com) | Алексей Мальцев, Grayling Russia  Тел. (495) 788 67 84  Email: [henkel@grayling.com](mailto:henkel@grayling.com)  Анастасия Елаева, Grayling Russia  Тел. (495) 788 67 84  Email: [henkel@grayling.com](mailto:henkel@grayling.com) |

Для получения дополнительной информации о финансовых результатах компании за 2015 год посетите веб-сайт компании в интернете:

www.henkel.com/ir

www.henkel.com/press