Висока ефективність у 2017 податковому році

**Група «Хенкель» досягла нових висот у продажах та прибутку**

* **Продажі вперше перевищили 20 млрд євро, сягнувши 20 029 млн євро: номінальне зростання +7,0%, органічне зростання +3,1%**
* **Досягнуто нового піка маржі EBIT\*: +40 базових пунктів – до 17,3%**
* **Прибуток на привілейовану акцію\*: +9,1% – до нового піка 5,85 євро**
* **Рекордна виплата дивідендів\*\*: +10,5% – до 1,79 євро на привілейовану акцію**
* **Значний прогрес у реалізації стратегічних ініціатив**
* **Підтвердження амбітних фінансових планів до 2020 р.**

**Дюссельдорф – «2017 рік був успішним для «Хенкель». Незважаючи на виклики та мінливість ринкових умов, ми досягли нових рекордних рівнів продажів та прибутку, а також виконали цільові фінансові показники, встановлені на цей рік. Висока ефективність була досягнута завдяки нашій відданій та мотивованій команді, що працює в усьому світі. У продажах ми вперше перевищили показник 20 млрд євро. Ми також досягли рекордних прибутків і нових висот у прибутку на акції, не забуваючи про орієнтацію нашої Групи на стабільне та прибуткове зростання», – зазначив головний виконавчий директор компанії «Хенкель» Ханс Ван Байлен (Hans Van Bylen).**

**«Ми зосередилися на втіленні наших стратегічних пріоритетів і досягли значного успіху в наших численних ініціативах та проектах. Протягом року ми здійснили декілька вигідних придбань активів – вони доповнять і ще більше зміцнять наш портфель».**

\*Скоригований на одноразові виплати/надходження та витрати на реструктуризацію.

\*\*Пропозиція для акціонерів на Річних загальних зборах 9 квітня 2018 р.

**Огляд планів на 2018 р.**

**Базуючись на високій ефективності, досягнутій у 2017 р., та значному прогресі в реалізації стратегічних пріоритетів, Група «Хенкель» підтвердила свої фінансові амбіції до 2020 р. – органічне збільшення продажів на 2–4 відсотки, постійне збільшення скоригованої маржі EBIT, зростання скоригованого прибутку на акцію на 7–9 відсотків, а також визначила свої плани на 2018 р.**

**У 2018 р. «Хенкель» сподівається досягти зростання органічних продажів на 2–4 відсотки; зростання на цьому рівні очікується в кожному напрямі бізнесу. «Хенкель» очікує на зростання скоригованої рентабельності продажів (EBIT) більше ніж на 17,5 відсотка – всі три напрямки бізнесу зроблять свій внесок у цей показник. Враховуючи невизначеність на валютних ринках, особливо тенденції, пов’язані з доларом США, «Хенкель» очікує зростання скоригованого прибутку на привілейовану акцію в євро на рівні 5–8 відсотків.**

**«Просуваючись вперед, ми продовжуємо зосереджуватися на стабільному зростанні прибутку та привабливих рівнях рентабельності. Ми впевнені, що досягнемо наших фінансових амбіцій, запланованих до 2020 р.», – зазначив Ханс Ван Байлен.**

**Результати 2017 р. за показниками продажів та прибутку**

У 2017 податковому році продажі вперше перевищили 20 млрд євро – вони збільшилися на 7,0 відсотків, сягнувши 20 029 млн євро. Коливання валютних курсів спричинили загальний негативний вплив, що дорівнював 2,0 відсоткам продажів. Придбання та продаж активів становили 5,9 відсотка зростання продажів. Було зареєстровано значне **органічне** зростання продажів – на 3,1 відсотка, без урахування впливу коливання валютних курсів, продажу та придбання активів. Таке зростання відповідає орієнтовному показнику, встановленому на рік, – органічне зростання продажів у межах 2–4 відсотки.

Бізнес-підрозділ «**Клейові технології» показав** дуже сильне органічне зростання продажів – на 5,0 відсотків. Бізнес-підрозділ «**Косметичні засоби»** досяг позитивного значення органічного зростання продажів на рівні 0,5 відсотка. У бізнес-підрозділі **«Засоби для прання та догляду за оселею»** повідомлялося про добре органічне зростання продажів на 2,0 відсотка.

Знову ж таки **нові ринки** зробили значний внесок в органічне зростання Групи на рівні вище середнього – органічне зростання продажів становило 5,3 відсотка. На **зрілих ринках** було зареєстроване позитивне органічне зростання продажів у розмірі 1,5 відсотка.

Органічне зростання продажів відмічалось у всіх регіонах. У **Західній Європі** було зареєстроване позитивне органічне зростання продажів. У **Східній Європі** органічне зростання продажів становило 6,0 відсотків. В регіоні **Африки та Близького Сходу** органічне зростання становило 1,7 відсотка. У **Північній Америці** органічне зростання становило 3,0 відсотки.У **Латинській Америці** було досягнуто органічне зростання на рівні 4,4 відсотка, а в **Азійсько-Тихоокеанському** регіоні органічне зростання продажів становило 5,9 відсотка.

**Скоригований операційний прибуток** (EBIT) збільшився на 9,1 відсотка – з 3172 млн євро до 3461 млн євро. Всі три напрямки бізнесу зробили свій внесок у цей показник.

**Скоригована рентабельність продажів** (EBIT) збільшилася на 0,4 відсоткового пункту – до 17,3 відсотка. Це відповідає запланованому на рік показнику збільшення більше ніж на 17 відсотків.

**Фінансовий результат** становив -51 млн євро порівняно з -33 млн євро у 2016 податковому році внаслідок фінансування витрат на придбання активів за операціями, які були завершені в 2016 та 2017 податкових роках.

**Скоригований чистий дохід** за рік без урахування неконтрольованих інтересів збільшився на 9,1 відсотка – до 2 534 млн євро (у 2016 р. – 2 323 млн євро).

**Скоригований прибуток на привілейовану акцію** (EPS) збільшився на 9,1 відсотка – з 5,36 до 5,85 євро. Це відповідає поліпшеному показнику, запланованому на 2017 р., що передбачав зростання EPS приблизно на 9 відсотків.

Правління, Наглядова рада та Комітет акціонерів запропонують на Річних загальних зборах 9 квітня 2018 р. **збільшити дивіденди** на привілейовану акцію на 10,5 відсотка – до 1,79 євро (минулого року – 1,62 євро).

Дивіденди на прості акції запропоновано розміром 1,77 євро – вони збільшилися на 10,6 відсотка порівняно з минулим роком (1,60 євро). Це будуть **найбільші дивіденди** в історії компанії, вони дорівнюють коефіцієнту виплат 30,7 відсотка – це відповідає цільовому коефіцієнту виплат «Хенкель», запланованому в межах від 25 до 35 відсотків.

**Чистий оборотний капітал** як відсоток від продажів збільшився на 1,3 відсоткового пункту порівняно з періодом минулого року та досяг 4,8 відсотка.

**Чиста фінансова позиція під час** закриття року становила -3 225 млн євро (31 грудня 2016 р. – -2 301 млн євро). Зміни порівняно з кінцем минулого року були викликані насамперед оплатою придбання активів.

**Результати роботи різних напрямів бізнесу**

У 2017 податковому році бізнес-підрозділ «**Клейові технології»** забезпечив дуже сильне **органічне зростання продажів** на рівні 5,0 відсотків. У номінальному значенні продажі зросли на 4,8 відсотка – до 9387 млн євро. **Скоригований операційний прибуток** збільшився на 6,4 відсотка – до 1 734 млн євро. Було зареєстровано достатнє збільшення скоригованої рентабельності продажів – вона сягнула нового рекордного значення – 18,5 відсотка.

У 2017 податковому році у бізнес-підрозділі «**Косметичні засоби»** було відзначено позитивне органічне **зростання продажів** на 0,5 відсотка. У номінальному виразі продажі зросли на 0,8 відсотка – до 3 868 млн євро. **Скоригований операційний прибуток** збільшився на 2,7 відсотка – до 665 млн євро. Було відзначено гарне зростання скоригованої рентабельності продажів, вона досягла нового піка – 17,2 відсотка.

У 2017 податковому році бізнес-підрозділ **«Засоби для прання та догляду за оселею»** забезпечив добре **органічне зростання продажів** на рівні 2,0 відсотка. У номінальному виразі продажі збільшились на 14,8 відсотка – до 6 651 млн євро. **Скоригований операційний прибуток** збільшився на 17,0 відсотків – до 1 170 млн євро. Було відзначено гарне збільшення скоригованої рентабельності продажів, вона досягла нового рекордного значення – 17,6 відсотка. Придбання корпорації Sun Products значно сприяло зростанню продажів та операційного прибутку.

**«Хенкель»-2020+: значний прогрес у 2017 р.**

«Ми втілюємо достатньо обґрунтовані амбіції для «Хенкель» до 2020 р. та пізніше. Ми хочемо, щоб наша компанія **мала стабільне прибуткове зростання,** щоб вона стала більш орієнтованою на покупців, більш інноваційною, швидкою та цифровою», – **зазначив головний виконавчий директор компанії «Хенкель» Ханс Ван Байлен**.

Для реалізації цих амбітних планів «Хенкель» визначив чотири **стратегічні пріоритети**: забезпечення факторів зростання, прискорення втілення цифрових технологій, збільшення швидкості та фінансування зростання. У 2017 податковому році «Хенкель» досяг значного прогресу в реалізації цих пріоритетів.

Для **забезпечення зростання** Група «Хенкель» успішно поглибила свою **увагу до покупців та споживачів** на всіх рівнях. У напрямі бізнесу «Клейові технології» «Хенкель» втілює амбітні **дорожні карти для головних 100 клієнтів за**для прискорення розвитку завдяки індивідуальним рішенням. На ринку побутових споживачів «Хенкель» запровадив програму «Єднання зі споживачем» (**Connect2Consumer)** для втілення інновацій та послуг на основі глибинного розуміння потреб.

«Хенкель» також продовжує розвивати свої **провідні бренди та інноваційні технології.** Внапрямі бізнесу «Клейові технології» високі результати були забезпечені ефективними рішеннями, які мали значний вплив на динамічно зростаючі сектори, такі як споживча електроніка та автопромисловість, а також промисловість у цілому. У напрямі косметичної продукції зростання та завоювання частки на ринку забезпечили інновації в фарбуванні та укладанні волосся. В бізнесі Hair Professional в США «Хенкель» успішно запустив перший впливовий бренд #mydentity. Асортимент миючих та побутових засобів був розширений завдяки інноваціям у таких привабливих категоріях, як спеціальні миючі засоби та засоби догляду за туалетом.

Після **придбання** корпорації Sun Products сукупні результати в напрямі миючих та побутових засобів у Північній Америці за 2017 р. виявились дуже хорошими.

У 2017 р. «Хенкель» здійснив ще декілька **привабливих придбань активів** загальною вартістю приблизно 2 млрд євро – це доповнить портфель компанії та зміцнить конкурентоздатність промислового та споживчого напрямків бізнесу.

«Хенкель» використовує нові **ресурси зростання**, зокрема інвестиції та співпрацю з цифровими послугами та технологіями, наприклад, у сфері 3D-друку та інноваційних бізнес-моделей для споживачів.

У межах стратегічного пріоритету **прискорення запровадження цифрових технологій** «Хенкель» продовжує розвиток цифрових контактів з клієнтами, споживачами, комерційними партнерами та постачальниками, охоплюючи весь ланцюг створення вартості. Показники зростання **продажів на основі цифрових технологій** були двозначними в усіх напрямках бізнесу. Компанія «Хенкель» зробила інвестиції в **Industry 4.0**, запровадила смарт-концепції на виробництві та продовжувала розвиток цифрових технологій у своїй інтегрованій Глобальній мережі постачань. Для розширення **цифрових можливостей** співробітників були проведені спеціальні програми тренінгів та розвитку. Новопризначений директор з цифрових технологій створив спеціальну організацію, яка проводить **цифрову трансформацію** всіх напрямків бізнесу. **«Хенкельx»** буде новою платформою, що поєднає внутрішні та зовнішні мережі й заходи зі співпраці, цифрові формати участі та нові методи роботи.

Для створення **більш швидкої** організації «Хенкель» сприяє розвитку **підприємницького духу** співробітників, запроваджує **більш гнучкі бізнес-моделі** для кращої адаптації до динамічних ринків. Поліпшення співробітництва з клієнтами в напрямі «Клейові технології» забезпечують 28 керівних відділень, що працюють з клієнтами. Для поліпшення гнучкості та підвищення швидкості роботи «Хенкель» також **продовжує оптимізацію** **потоків робіт і процесів**. У межах ініціативи **«Найшвидше до ринку»** (**Fastest-Time-To-Market**) було скорочено час виведення інновацій на ринок, прискорено вихід на нові ринки.

Втілюються всі ініціативи з **фінансування зростання,** необхідні для забезпечення досягнення запланованих переваг: очікується, що до 2020 р. вони забезпечать збільшення ефективності більше ніж 500 млн євро на рік.

**ONE!ViEW** забезпечує більшу ефективність завдяки оптимізованому управлінню витратами та підвищенню прозорості на глобальному рівні. **ONE!GSC** інтегрує глобальну організацію – ланцюг постачань «Хенкель» для всіх напрямів бізнесу. «Хенкель» також запустив **менеджмент чистих надходжень** в усіх напрямах бізнесу та **продовжує підвищувати ефективність усіх своїх структур**, наприклад, завдяки новим підходам у спільних сервіс-центрах на основі автоматизації та робототехніки.

**Про «Хенкель»**

«Хенкель» провадить діяльність у всьому світі, маючи добре збалансований та диверсифікований портфель. Завдяки сильним брендам, інноваціям і технологіям компанія має передові позиції у всіх трьох напрямках діяльності, у роботі як для побутових, так і для промислових споживачів. «Клейові технології» компанії «Хенкель» є міжнародним лідером на ринку клейової продукції в усіх промислових сегментах та в усьому світі. Бізнес-підрозділи «Засоби для прання та догляду за оселею» і «Косметичні засоби» компанії «Хенкель» займають провідні позиції на багатьох ринках у численних товарних категоріях у різних країнах світу. Компанія «Хенкель» була заснована в 1876 р. та спирається на понад 140 років успішної роботи. У 2017 р. Група «Хенкель» звітувала про більше ніж 20 млрд євро продажів та близько 3,5 млрд євро скоригованого операційного прибутку. Сукупні продажі основних брендів у кожному з трьох напрямів бізнесу – Loctite, Schwarzkopf та Persil – становили 6,4 млрд євро. У «Хенкель» працюють більше ніж 53000 осіб у всьому світі – це віддана та дуже різноманітна команда, об’єднана сильною корпоративною культурою, спільними цінностями та загальною метою створювати цінність стійкого розвитку. «Хенкель», як визнаний лідер у стійкому розвитку, займає провідні позиції в багатьох міжнародних індексах і рейтингах. Привілейовані акції «Хенкель» котируються на DAX, фондовій біржі ФРН. Додаткову інформацію можна одержати за адресою: [www.henkel.com](http://www.henkel.com).

У цьому документі наведені прогнозні твердження, що базуються на припущеннях та оцінках, зроблених на цей момент корпоративним менеджментом компанії Henkel AG & Co. KGaA. Для прогнозних тверджень характерні такі вирази, як «очікується», «передбачається», «планується», «прогнозується», «припускається», «вважається», «за оцінками», «сподіваємось», «прогнозуємо» та подібні ним вислови. Ці твердження не слід сприймати як будь-які гарантії того, що ці очікування виявляться правильними. Майбутні показники та результати, фактично досягнуті компанією Henkel AG & Co. KGaA та її афілійованими компаніями, залежать від цілої низки ризиків та невизначеностей, а тому можуть значно відрізнятися від прогнозних тверджень. Багато з цих факторів є поза межами контролю «Хенкель», їх неможливо точно оцінити заздалегідь – це, насамперед, майбутня економічна ситуація, дії конкурентів та інших операторів ринку. «Хенкель» не планує та не зобов’язується оновлювати прогнозні твердження.

За додатковою інформацією, будь ласка, звертайтеся до:

|  |  |
| --- | --- |
| Віталіни Клепки,  керівника відділу 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 | Олени Хмари,  керівника PR-проектів  Агенція «PR-Service»  Тел./факс: +38 044 501 32 44  Моб. тел.: +38 050 382 82 74  e-mail: a.khmara@pr-service.com.ua |

Річний звіт за 2017 р. та іншу інформацію, а також матеріали для завантаження, що стосуються 2017 податкового року, можна знайти в папці для преси в Інтернеті за адресою:

[www.henkel.com/press](http://www.henkel.de/presse)

[www.henkel.com/ir](http://www.henkel.de/ir)