

**Informacja prasowa**

14 listopada 2019 r.

Henkel podtrzymuje prognozę wyników na rok obrotowy 2019

**Henkel przedstawia wyniki finansowe za trzeci kwartał, osiągnięte w wymagającej sytuacji rynkowej**

## Dobre wyniki sektora Adhesive Technologies (kleje budowlane i konsumenckie oraz kleje i technologie dla przemysłu)

* **Wyniki sektora Beauty Care (kosmetyki) słabsze niż w poprzednim roku**
* **Pozytywna dynamika wzrostu w sektorze Laundry & Home Care (środków piorących i czystości)**
* **Wzrost przychodów ze sprzedaży o 0,8% do 5,077 mld euro, w ujęciu organicznym spadek o 0,3%**
* **Marża EBIT\* na poziomie 16,7% (spadek o 1,7 p.p.)**
* **Zysk na akcję uprzywilejowaną\* w wysokości 1,43 euro (w ujęciu nominalnym spadek o 9,5%, wg stałych kursów walut spadek o 10,8%)**
* **Zwiększone inwestycje w rozwój marek i cyfryzację**
* **Bardzo wysoki stan wolnych przepływów pieniężnych na poziomie 823 mln euro (wzrost o 339 mln euro)**

\* Po uwzględnieniu kosztów/zysków o charakterze jednorazowym oraz kosztów restrukturyzacji.

****Düsseldorf – W **trzecim kwartale** 2019 r. rozwój działalności Henkel pozostawał pod wpływem coraz trudniejszych warunków rynkowych. **Sprzedaż** wujęciu nominalnym wzrosła, natomiast w ujęciu organicznym ukształtowała się nieznacznie poniżej poziomu z poprzedniego roku. **Skorygowana marża EBIT**, **skorygowany zysk
z działalności operacyjnej EBIT** oraz **skorygowany zysk na akcję uprzywilejowaną (EPS)** były niższe niż w poprzednim roku, głównie na skutek ogłoszonego na początku roku zwiększenia inwestycji rozwojowych w segmentach dóbr konsumpcyjnych oraz w cyfryzację.

– W trzecim kwartale nasze sektory biznesowe odnotowały zróżnicowane wyniki. Na wyniki sektora biznesowego **Adhesive Technologies (kleje budowlane
i konsumenckie oraz kleje i technologie dla przemysłu)** wpływ miał dalszy znaczący spadek popytu w kluczowych branżach. Mimo to sektor wypracował dobre wyniki, a marża EBIT po raz kolejny osiągnęła bardzo wysoki poziom – powiedział Hans Van Bylen, prezes zarządu Henkel. – Pomimo odnotowanego początkowo pozytywnego wpływu dodatkowych inwestycji w marki i innowacje, wyniki sektora **Beauty Care (kosmetyki)** były gorsze w porównaniu z analogicznym okresem ubiegłego roku. Sektor produktów profesjonalnych radził sobie dobrze, jednak działalność detaliczna pozostawała pod wpływem wolniejszego niż oczekiwano ożywienia w Europie Zachodniej i przewidzianego wcześniej dalszego zmniejszania poziomu zapasów w Chinach. Natomiast w sektorze **Laundry & Home Care (środki piorące i czystości)** wprowadzone innowacjeprzyczyniły się do wzrostu wyników.

## Podtrzymanie prognozy na rok obrotowy 2019

Henkel podtrzymuje prognozę wyników na cały rok obrotowy 2019 i oczekuje wzrostu przychodów ze sprzedaży Grupy w ujęciu organicznym na poziomie 0%−2%.
W przypadku sektora **Adhesive Technologies** (kleje budowlane i konsumenckie oraz kleje i technologie dla przemysłu) spodziewana jest zmiana przychodów ze sprzedaży w ujęciu organicznym pomiędzy -1% a 1%. Dla sektora **Beauty Care** (kosmetyki) Henkel prognozuje zmianę wielkości przychodów ze sprzedaży w ujęciu organicznym pomiędzy -2% a 0%. W sektorze **Laundry & Home Care** (środki piorące i czystości) wzrost w ujęciu organicznym jest nadal przewidywany
w przedziale 2–4%.

Henkel podtrzymuje prognozę **skorygowanej rentowności sprzedaży** na poziomie Grupy w przedziale 16–17%.

W wypadku **skorygowanego zysku na akcję uprzywilejowaną** (EPS) Henkel
w dalszym ciągu przewiduje zmianę procentową na średnim lub wysokim jednocyfrowym poziomie, poniżej poziomu odnotowanego w poprzednim roku, przy założeniu stałych kursów walut.

## Przychody ze sprzedaży i wynik finansowy za trzeci kwartał 2019 r.

W trzecim kwartale 2019 r. **przychody ze sprzedaży** wzrosły w ujęciu nominalnym
o 0,8%, do kwoty 5,077 mld euro. Sprzedaż **w ujęciu organicznym**, tj. bez uwzględnienia wpływu różnic kursowych oraz transakcji przejęć i zbycia aktywów, nieznacznie spadła, o 0.3%. Wpływ transakcji przejęć i zbycia aktywów wyniósł 0,4%. Na skutek korzystnych różnic kursowych przychody ze sprzedaży zwiększyły się
o 0,7%.

Sektor **Adhesive Technologies** (kleje budowlane i konsumenckie oraz kleje
i technologie dla przemysłu) odnotował spadek przychodów ze sprzedaży w ujęciu organicznym na poziomie 2,4%. Przychody ze sprzedaży w sektorze biznesowym **Beauty Care** (kosmetyki) zmniejszyły się w ujęciu organicznym o 2,2% w stosunku do poziomu z zeszłego roku. Sektor biznesowy **Laundry & Home Care** (środków piorących i czystości) osiągnął znaczny wzrost sprzedaży w ujęciu organicznym na poziomie 4,0%.

Na **rynkach wschodzących** dynamika przychodów ze sprzedaży w ujęciu organicznym była wysoka, na poziomie 2,7%. Natomiast na **rynkach rozwiniętych** dynamika sprzedaży w ujęciu organicznym była ujemna, na poziomie -2,3%.

W **Europie Zachodniej** sprzedaż w ujęciu organicznym spadła o 2,1%, natomiast
w **Europie Wschodniej** wzrosła o 7,7%. W **Afryce i na Bliskim Wschodzie** przychody ze sprzedaży w ujęciu organicznym zwiększyły się o 19,1%. W **Ameryce Północnej** odnotowano spadek sprzedaży w ujęciu organicznym o 3,1%,
w **Ameryce Łacińskiej –** o 3,4%, a w regionie **Azji i Pacyfiku –** o 5,7%.

**Skorygowany zysk operacyjny** **(EBIT)** wyniósł 850 mln euro i w porównaniu
z kwotą 926 mln euro odnotowaną w analogicznym okresie ubiegłego roku był niższy o 8,2%.

**Skorygowana rentowność sprzedaży (marża EBIT)** wyniosła 16,7% i była o 1,7 punktu procentowego niższa niż w roku ubiegłym.

**Skorygowany zysk na akcję uprzywilejowaną** zmniejszył się o 9,5%, z kwoty 1,58 euro w trzecim kwartale 2018 r. do 1,43 euro w trzecim kwartale bieżącego roku. Przy założeniu stałych kursów walut skorygowany zysk na akcję uprzywilejowaną był niższy o 10,8%.

Stosunek **kapitału obrotowego netto** do przychodów ze sprzedaży uległ poprawie
i wyniósł 5,7% w porównaniu z 6,6% w trzecim kwartale 2018 r.

**Wolne przepływy pieniężne** w trzecim kwartale 2019 r. wyniosły 823 mln euro i były zdecydowanie wyższe niż w analogicznym okresie roku poprzedniego (484 mln euro), co świadczy o dużej zdolności spółki do generowania wolnych przepływów pieniężnych.

## Wyniki w podziale na sektory biznesowe

W trzecim kwartale 2019 r. przychody ze sprzedaży w sektorze **Adhesive Technologies** (kleje budowlane i konsumenckie oraz kleje i technologie dla przemysłu) osiągnęły poziom 2,395 mld euro, co stanowi wzrost o 0,9%
w porównaniu z analogicznym kwartałem ubiegłego roku. W związku z utrzymującym się spadkiem produkcji przemysłowej, zwłaszcza w branży motoryzacyjnej, **przychody ze sprzedaży w ujęciu organicznym** zmniejszyły się o 2,4%. **Skorygowany zysk operacyjny** zamknął się kwotą 458 mln euro, a zatem był
o 1,7% niższy niż w drugim kwartale ubiegłego roku. **Skorygowana rentowność sprzedaży** na poziomie 19,1% była niższa w stosunku do trzeciego kwartału ubiegłego roku.

**Przychody ze sprzedaży** w sektorze biznesowym **Beauty Care** (kosmetyki) w ujęciu **organicznym** spadły o 2,2%. Sektor pozostawał pod wpływem wolniejszego niż oczekiwano ożywienia na bardzo konkurencyjnym rynku Europy Zachodniej, jak również przewidzianego wcześniej dalszego zmniejszania zapasów w sektorze detalicznym w Chinach. Natomiast działalność sektora biznesowego Beauty Care (kosmetyki) w Ameryce Północnej rozwijała się pomyślnie. W ujęciu nominalnym sprzedaż spadła o 2,3% rok do roku, do 970 mln euro. **Skorygowany zysk operacyjny** ukształtował się na poziomie 144 mln euro, co oznacza spadek o 21,2% w stosunku do trzeciego kwartału 2018 r. **Skorygowana rentowność sprzedaży** ukształtowała się na poziomie 14.8%, odnotowując spadek w porównaniu
z analogicznym okresem ubiegłego roku m.in. w związku ze zwiększeniem inwestycji rozwojowych.

W trzecim kwartale 2019 r. sektor biznesowy **Laundry & Home Care** (środków piorących i czystości) odnotował bardzo wysoki **wzrost sprzedaży w ujęciu organicznym**, na poziomie 4,0%, dzięki dwucyfrowej dynamice sprzedaży na rynkach wschodzących. Natomiast działalność sektora środków piorących i czystości w Ameryce Północnej pozostawała pod presją. W ujęciu nominalnym przychody ze sprzedaży wzrosły o 2,5%, do poziomu 1,682 mld euro, wobec 1,641 mld euro
w analogicznym kwartale 2018 r. **Skorygowany zysk operacyjny** zamknął się kwotą 267 mln euro i był o 9,0% niższy niż w tym samym kwartale ubiegłego roku. **Skorygowana rentowność sprzedaży** osiągnęła poziom 15,9% i była niższa
w stosunku do trzeciego kwartału ubiegłego roku, głównie w związku
z zapowiedzianym na początku bieżącego roku zwiększeniem inwestycji rozwojowych.

**Wyniki działalności za pierwsze dziewięć miesięcy 2019 r.**

Wartość **sprzedaży** zrealizowanej przez Henkel w pierwszych dziewięciu miesiącach 2019 r. wyniosła 15,2 mld euro, co oznacza wzrost o 1,0%. Sprzedaż **w ujęciu organicznym**, tj. bez uwzględnienia wpływu różnic kursowych oraz transakcji przejęć i zbycia aktywów, ukształtowała się dokładnie na tym samym poziomie, co
w analogicznym okresie ubiegłego roku. Wpływ różnic kursowych na wzrost poziomu sprzedaży był pozytywny i wyniósł 0,5%.

**Skorygowany zysk operacyjny** obniżył się o 7,5%, z 2,694 mld euro do 2,491 mld euro.

**Skorygowana rentowność sprzedaży** ukształtowała się na poziomie 16,4% wobec 17,9% po trzech kwartałach 2018 r.

**Skorygowany zysk na akcję uprzywilejowaną** zmniejszył się o

8,5%, z kwoty 4,59 euro do 4,20 euro. Przy założeniu stałych kursów walut skorygowany zysk na akcję uprzywilejowaną był niższy o 8,9%.

W okresie pierwszych dziewięciu miesięcy 2019 r. sektor biznesowy **Adhesive Technologies** (klejów budowlanych i konsumenckich oraz klejów i technologii dla przemysłu) odnotował spadek sprzedaży w ujęciu organicznym o 1,5%. Skorygowana rentowność sprzedaży wyniosła 18,5% w porównaniu z 18,9%
w poprzednim roku. Sektor **Beauty Care** (kosmetyki) odnotował spadek przychodów ze sprzedaży w ujęciu organicznym o 2,3%, Skorygowana rentowność sprzedaży wyniosła 14,0% (w poprzednim roku było to 17,7%). Sektor biznesowy **Laundry & Home Care** (środków piorących i czystości) osiągnął znaczny wzrost przychodów ze sprzedaży w ujęciu organicznym, wynoszący 3,5%. Skorygowana rentowność sprzedaży wyniosła 16,6% w porównaniu z 18,1% w poprzednim roku.

Dzięki sprawnemu zarządzaniu środkami pieniężnymi oraz działaniom optymalizującym kapitał obrotowy netto stan **wolnych przepływów pieniężnych** wzrósł po pierwszych dziewięciu miesiącach 2019 r. o 690 mln euro do najwyższego w historii poziomu 1,813 mld euro.

**Pozycja finansowa netto** firmy Henkel poprawiła się o blisko 1 mld euro
w porównaniu z analogicznym okresem roku poprzedniego i na dzień 30 września 2019 r. wyniosła -2,256 mld euro (30 września 2018 r.: -3,248 mld euro).

**O firmie Henkel Polska**

Henkel jest firmą globalną, o zrównoważonej i różnorodnej ofercie produktów i usług. Dzięki wiodącym markom, innowacjom i technologiom spółka zajmuje czołowe pozycje rynkowe zarówno w sektorze przemysłowym jak i dóbr konsumpcyjnych. Henkel Adhesive Technologies (dział klejów budowlanych i konsumenckich oraz technologii dla przemysłu) jest światowym liderem rynku klejów. Działy Laundry & Home Care (środków piorących i czystości) oraz Beauty Care (kosmetyków) zajmują wiodące pozycje na wielu rynkach świata i w wielu grupach asortymentowych. Firma, założona w 1876, działa i odnosi sukcesy od ponad 140 lat. W 2018 odnotowała przychody ze sprzedaży na poziomie około 20 mld oraz skorygowany zysk operacyjny na poziomie około 3,5 mld euro. Henkel zatrudnia na całym świecie ponad 53 tysiące pracowników, tworzących zaangażowaną i zróżnicowaną organizację o silnej kulturze korporacyjnej i wspólnych wartościach, która dąży do kreowania trwałej wartości. Jako uznany lider zrównoważonego rozwoju Henkel zajmuje czołowe miejsca w wielu międzynarodowych indeksach i rankingach. Akcje uprzywilejowane spółki wchodzą w skład niemieckiego indeksu giełdowego DAX. Więcej informacji na [www.henkel.com](http://www.henkel.com) oraz [www.henkel.pl](http://www.henkel.pl).

Niniejszy dokument zawiera stwierdzenia dotyczące przyszłości sformułowane na podstawie aktualnych założeń i szacunków zarządu Henkel AG & Co. KGaA. Stwierdzenia odnoszące się do przyszłości charakteryzują się użyciem słów takich, jak „oczekiwać”, „zamierzać”, „planować”, „przewidywać”, „uważać”, „szacować” i podobnych wyrażeń. Stwierdzeń dotyczących przyszłości nie należy traktować jako gwarancji, że określone założenia czy oczekiwania okażą się trafne. Faktyczne przyszłe wyniki spółki Henkel AG & Co. KGaA i jej podmiotów powiązanych uzależnione są od szeregu czynników ryzyka i niepewności, w związku z czym mogą one istotnie odbiegać od wyników wskazanych w stwierdzeniach dotyczących przyszłości. Na wiele z tych czynników, np. przyszłą sytuację gospodarczą czy działania konkurencji i innych uczestników rynku, Henkel nie ma wpływu, a ich dokładne przewidzenie nie jest możliwe. Henkel nie zamierza ani nie podejmuje się aktualizować stwierdzeń dotyczących przyszłości.

Niniejszy dokument zawiera niezdefiniowane wyraźnie w obowiązujących zasadach sprawozdawczości finansowej dodatkowe wskaźniki finansowe, które stanowią lub mogą stanowić alternatywne mierniki wyników (niebędące wskaźnikami przewidzianymi w ogólnie przyjętych zasadach rachunkowości). Takie dodatkowe wskaźniki finansowe nie powinny być analizowane w oderwaniu od wskaźników prezentujących aktywa netto, sytuację finansową lub wyniki działalności Henkel, które zostały przedstawione zgodnie z obowiązującymi zasadami sprawozdawczości finansowej w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym spółki, ani traktowane jako alternatywa dla tych wskaźników. Podobnie nazwane alternatywne mierniki wyników podawane lub opisywane przez inne spółki mogą być obliczane w inny sposób.

Niniejszy dokument ma charakter wyłącznie informacyjny i nie stanowi porady inwestycyjnej ani oferty sprzedaży lub zaproszenia do składania ofert nabycia jakichkolwiek papierów wartościowych.

**Kontakt dla prasy:**

**Dorota Strosznajder**  **Magdalena Bryksa-Szymańczak**

Henkel Polska Sp. z o.o. Solski Communications

tel: (022) 565 66 65 tel: (022) 242 86 43

[dorota.strosznajder@henkel.com](file:///C%3A%5CUsers%5Cmszymanczak%5CDesktop%5Cdorota.strosznajder%40henkel.com) [mszymanczak@solskipr.pl](file:///C%3A%5CUsers%5Cmszymanczak%5CDesktop%5Cmszymanczak%40solskipr.pl)