7. ožujka 2023.

Snažni ukupni poslovni rezultati u izazovnom tržišnom okruženju

**Henkel je ostvario značajan rast prodaje u 2022. godini – priprema se za daljnji rast u fiskalnoj 2023.**

* **Godišnji rezultati za 202****2.:**
	+ **Prodaja Grupe: 22,4 milijarde eura, što predstavlja organski rast \* od 8,8 posto**
	+ **Operativna dobit (EBIT)\*\*: 2,3 milijarde eura, –13,7 posto**
	+ **EBIT marža\*\*: 10,4 posto, –3,0 postotna boda**
	+ **Dobit po povlaštenoj dionici (EPS)\*\*: 3,90 eura, –17,8 posto po stalnom tečaju**
* **Predložena dividenda na razini prethodne godine: 1,85 eura po povlaštenoj dionici**
* **Dobar napredak u provedbi Programa za svrhoviti rast**
* **Osnovana je nova poslovna jedinica Henkel Consumer Brands**
* **Napredak u održivosti u ključnim područjima**
* **Prognoza za fiskalnu 2023.: očekuje se daljnji rast**
	+ **Organski rast prodaje: od 1,0 do 3,0 posto**
	+ **EBIT marža\*\*: od 10,0 do 12,0 posto**
	+ **Dobit po povlaštenoj dionici (EPS)\*\*: između –10,0 i +10,0 posto
	(po stalnom tečaju)**

**Düsseldorf – „U 2022. ostvarili smo značajan rast prodaje i snažne prihode u vrlo izazovnoj godini, a proveli smo i značajne strateške mjere. Uspjeli smo djelomično nadoknaditi drastično povećanje troškova sirovina i logistike uvođenjem viših cijena i neprekidnim unapređivanjem učinkovitosti. To se odrazilo na našu prodaju, koja je dosegla novi rekord od 22,4 milijarde eura, kao i na operativnu dobit od 2,3 milijarde eura. Na temelju toga, našim dioničarima predlažemo stabilnu dividendu na razini prethodne godine. Spajanjem naših poslovnih jedinica u** **poslovnu jedinicu Henkel Consumer Brands uspješno smo dovršili jednu od najvećih transformacija u našem društvu u posljednjih nekoliko desetljeća”, rekao je Carsten Knobel, glavni izvršni direktor Henkel Grupe.**

\* U to nije uključen organski razvoj prodaje u Rusiji od početka drugog tromjesečja 2022. u kontekstu najave obustave poslovnih aktivnosti u toj zemlji, a nije uključen ni utjecaj primjene MRS-a 29 za Tursku.

\*\* Prilagođeno zbog jednokratnih troškova i dobiti te zbog troškova restrukturiranja...

**Prodaja Grupe i prihodi u fiskalnoj 2022.**

**Prodaja** Henkel Grupe dosegla je 22,4 milijarde eura u fiskalnoj godini 2022. To odgovara nominalnom rastu od 11,6 posto i predstavlja značajan **organski rast prodaje** od 8,8 posto, što je rezultat rasta cijena u svim poslovnim jedinicama. Akvizicija i dezinvesticija imale su blago negativan utjecaj na prodaju koji je iznosio –1,1 posto. Tečajne razlike pozitivno su utjecale na prodaju u iznosu od 3,9 posto.

**Tržišta u nastajanju** ostvarila su dvoznamenkasti organski rast od 13,3 posto. Poslovanje na **zrelim tržištima** zabilježilo je snažan organski rast prodaje od 5,2 posto.

**Prilagođena operativna dobit (prilagođeni EBIT)** dosegnula je 2,3 milijarde eura u usporedbi s 2,7 milijardi eura u fiskalnoj 2021. (–13,7 posto). Utjecaj znatno viših cijena sirovina i logistike djelovao je na profitabilnost Grupe i nije ga bilo moguće u potpunosti nadoknaditi rastom cijena i provedbom kontinuiranih mjera za smanjenje troškova i povećanje učinkovitosti proizvodnje i opskrbnog lanca. **Prilagođena EBIT marža** iznosila je 10,4 posto u izvještajnoj godini i bila je manja od one u prethodnoj godini (2021.: 13,4 posto). **Prilagođena dobit po povlaštenoj dionici** smanjena je za –14,5 posto na 3,90 eura (prethodna godina: 4,56 eura). Po stalnom tečaju to je jednako padu od –17,8 posto. **Neto obrtni kapital,** izražen u postotku prodaje, povećao se na 4,5 posto, što je 2,3 postotna boda više u odnosu na prethodnu godinu. Ovo povećanje neto obrtnog kapitala prvenstveno je posljedica znatno viših cijena materijala. **Slobodni novčani tok** dosegnuo je 653 milijuna eura, što je značajno manje u odnosu na prethodnu godinu (2021.: 1478 milijuna eura). **Neto financijski položaj** iznosio je –1267 milijuna eura (31. prosinca 2021.: –292 milijuna eura). To također odražava troškove povezane s programom otkupa vlastitih dionica pokrenutim u veljači 2022. i isplatu dividendi u drugom tromjesečju.

**Rezultati poslovnih jedinica u fiskalnoj 2022. godini.**

U fiskalnoj 2022. **prodaja** poslovne jedinice **Adhesive Technologies** ostvarila je nominalni porast od 16,6 posto na 11,2 milijarde eura. **Organski** je prodaja porasla za 13,2 posto. Taj rast prodaje rezultat je dvoznamenkaste promjene cijena. **Prilagođena operativna dobit** bila je nešto manja u odnosu na prethodnu godinu i iznosila je 1,5 milijardi eura (2021.: 1,5 milijardi eura). **Prilagođeni prinos od prodaje** dosegao je 13,6 posto, u odnosu na 16,2 posto u prethodnoj godini. To je uglavnom posljedica pada bruto marže, na koju je negativno utjecalo značajno povećanje cijena materijala.

U poslovnoj jedinici **Beauty Care,** **prodaja** je u fiskalnoj 2022. nominalno pala za –2,6 posto na 3,7 milijardi eura. **Organski** je prodaja blago pala za –0,5 posto. To je rezultat raznih okolnosti. Dok je kategorija profesionalnih proizvoda za njegu kose ostvarila snažan rast prodaje, maloprodajna roba ostvarila je organski niže rezultate u odnosu na prethodnu godinu, osobito zbog provedbe najavljenih mjera koje se odnose na portfelj. **Prilagođena operativna dobit** dosegla je 269 milijuna eura (prethodna godina: 351 milijun eura). **Prilagođeni prinos od prodaje** smanjen je na 7,8 posto (prethodna godina: 9,5 posto). Osim zbog pada bruto marže, to je djelomično posljedica i blagog povećanja ulaganja u marketing i oglašavanje.

**Prodaja** poslovne jedinice **Laundry & Home Care** ostvarila je nominalni porast od 8,3 posto u fiskalnoj godini 2022. i dosegla 7,2 milijarde eura. **Organski** je prodaja porasla za 6,3 posto. S iznosom od 614 milijuna eura **prilagođena operativna dobit** manja je od prošlogodišnje (904 milijuna eura). **Prilagođeni prinos od prodaje** smanjio se na 8,6 posto, uglavnom zbog pada bruto marže koji je posljedica značajno viših troškova materijala i logistike te povećanih troškova marketinga i oglašavanja.

**Prognoza za 2023.**

Očekuje se da će globalni gospodarski rast u 2023. nastaviti slabiti. Prema trenutačnim procjenama, očekuje se da će globalno gospodarsko okruženje u fiskalnoj 2023. godini ostati inflatorno zbog očekivanih povećanja troškova rada i trajno visokih energetskih troškova i troškova robe. U tom kontekstu, očekuje se da će prosječne cijene materijala u usporedbi s godišnjim prosjekom u 2022. porasti za niski do srednji jednoznamenkasti postotak. Osim toga, kamatne stope vjerojatno će ostati znatno više nego prethodnih godina. Stoga se pretpostavlja da će industrijska potražnja biti slabija nego prethodne godine i da će usporiti tendencija rasta potrošačke potražnje u ključnim područjima poslovanja Henkel Grupe s robom široke potrošnje. Osim toga, očekuje se da će poslovanje u Rusiji biti dezinvestirano do kraja prvog tromjesečja 2023.

Uzimajući u obzir ove čimbenike, Henkel očekuje da će ostvariti **organski rast prodaje** između 1,0 i 3,0 posto u fiskalnoj 2023., a očekuje se i da će obje poslovne jedinice ostvariti rast u tom rasponu. Očekuje se da će **prilagođeni prinos od prodaje (prilagođena EBIT marža)** iznositi od 10,0 do 12,0 posto. Očekuje se da će se ostvariti prilagođeni prinos od prodaje između 13,0 i 15,0 posto za poslovnu jedinicu Adhesive Technologies i između 7,5 posto i 9,5 posto za poslovnu jedinicu Henkel Consumer Brands. Za **prilagođenu dobit po povlaštenoj dionici (EPS)** pri stalnom tečaju, Henkel očekuje da će biti u rasponu od –10,0 do +10,0 posto.

**Uspješno je osnovana nova poslovna jedinica Henkel Consumer Brands**

Krajem siječnja 2022. Henkel je najavio jednu od najvećih transformacija u društvu u posljednjih nekoliko desetljeća: spajanje dviju poslovnih jedinica u jednu integriranu poslovnu jedinicu pod nazivom Henkel Consumer Brands. Nova poslovna jedinica, koja je uspješno osnovana početkom 2023. godine, pod jednim krovom okuplja sve brendove za robu široke potrošnje u svim kategorijama, uključujući legendarne brendove kao što su Persil ili Schwarzkopf i kategoriju proizvoda za njegu kose. Na taj je način Henkel stvorio platformu sastavljenu od više kategorija za budući rast prodaje od oko 11 milijardi eura u 2022.

Spajanjem Henkel namjerava povećati profitabilnost poslovanja s robom široke potrošnje i time stvoriti dodatni zamah za rast cijele Grupe. Stoga će portfelj u kategorijama Laundry & Home Care (Proizvodi za pranje rublja i održavanje kućanstva) i Hair (Proizvodi za njegu kose) biti usmjeren na strateško poslovanje i brendove s privlačnim potencijalom za rast. Tijekom integracije očekuju se značajne sinergije od kojih će neke biti iskorištene za ciljana ulaganja u strateške prioritete kao što su inovacije, održivost i digitalizacija te za rast poslovne jedinice.

**Postojan napredak u svim strateškim stupovima Programa za svrhoviti rast**

Henkel je prošle godine na tržište uveo brojne **inovacije** koje su bile povezane s važnim trendovima i koje su stvorile vrijednost za kupce i potrošače. U jedinici Adhesive Technologies predstavljen je novi provodni premaz za brzorastuće tržište baterija za električna vozila. Ova tehnologija unapređuje funkcionalnost baterije poboljšanjem provodnosti unutar baterije do 30 %, a također omogućuje smanjenje potrošnje energije tijekom proizvodnog procesa za više od 20 %. U poslovnoj jedinici Beauty Care, na primjer, Henkel je predstavio Color Alchemy, inovaciju u polju boja za kosu koja pruža jedinstveni učinak boje utemeljen na vodećoj stručnosti u tehnologiji njege kose. A u poslovnoj jedinici Laundry & Home Care predstavljeni su inovativni gelovi za perilice posuđa za brend Somat.

Također, Henkel je dodatno poradio na **održivosti** u poslovanju. Prošle je godine Henkel predstavio svoj „Strateški okvir za ostvarivanje ambicije održivog poslovanja 2030+” s novim ambicijama i ciljevima.

Godine 2022. Henkel je povećao udio električne energije iz obnovljivih izvora na 70 % i tako se približio svojoj ambiciji ostvarivanja klimatski pozitivnog poslovanja do 2030. godine. Henkel je također poboljšao održivost svog portfelja proizvoda, na primjer uporabom obnovljivih i recikliranih sirovina. Putem partnerstva s BASF-om Henkel ima za cilj zamijeniti do 110 000 metričkih tona kemijskih sirovina za potrošačke proizvode proizvedene u Europi obnovljivim sirovinama kao dio procesa uporabe biomase (*biomass balance*). Također, Henkel je izdao još jednu obveznicu u iznosu od 650 milijuna eura, koja je povezana s postizanjem posebnih ciljeva održivosti.

Henkel je također napredovao u digitalizaciji i povećao udio digitalne prodaje u ukupnoj prodaji Grupe na više od 20 %. Također, dodatno su optimirane strukture u digitalnoj jedinici društva, Henkel dx, te su stvorene nove poslovne prilike, čemu je značajno pridonijela digitalna poslovna platforma RAQN.

Također, dodatno je osnažena **korporativna kultura** utemeljena na poslovnom načelu „Pioneers at heart for the good of generations” i „Leader’s Commitments” društva Henkel. U tom je smislu Henkel nastavio provoditi nove programe obuke i razvoja kao i holistički pristup pametnom radu, koji pruža globalni okvir za rad na daljinu, dizajn radnog okruženja i inicijative za zdravlje zaposlenika.

„Čvrsto vjerujemo da smo s jedinicom Henkel Consumer Brands postavili temelje za dodatni profitabilni rast naših potrošačkih brendova i cijelog društva. U jedinici Adhesive Technologies sustavno smo usredotočeni na vodeće trendove održivosti, mobilnosti i povezivosti te želimo iskoristiti svoju vodeću tržišnu poziciju za daljnje poboljšanje rasta i profitabilnosti u nadolazećim godinama. Dobro smo pozicionirani, imamo pravu strategiju i snažan tim. Potpuno sam uvjeren da ćemo ostvariti svoje ambiciozne ciljeve i uspješno provesti svoj program za svrhoviti rast”, rekao je Carsten Knobel.

O društvu Henkel

Sa svojim brendovima, inovacijama i tehnologijama, Henkel drži vodeće pozicije na svjetskim tržištima za industrijske i potrošačke proizvode. Poslovna jedinica Adhesive Technologies svjetski je predvodnik na tržištu ljepila, brtvila i funkcionalnih premaza. Zahvaljujući jedinici Henkel Consumer Brands, društvo je na vodećoj poziciji na mnogim tržištima i u mnogim kategorijama diljem svijeta, posebno u polju proizvoda za njegu kose te proizvoda za pranje rublja i održavanje kućanstva. Tri su najuspješnija brenda društva Loctite, Persil i Schwarzkopf. U fiskalnoj godini 2022. Henkel je ostvario prodaju od više od 22 milijarde eura i prilagođenu operativnu dobit od oko 2,3 milijarde eura. Povlaštene dionice društva Henkel dio su indeksa DAX na njemačkoj burzi. Održivost ima dugu tradiciju u društvu Henkel, a društvo ima jasnu strategiju održivosti s konkretnim ciljevima. Henkel je osnovan 1876. godine, a danas zapošljava raznolik tim od preko 50 000 ljudi diljem svijeta koji su ujedinjeni snažnom korporativnom kulturom, zajedničkim vrijednostima i zajedničkom svrhom: „Pioneers at heart for the good of generations”. Za više informacija posjetite internetsku stranicu [www.henkel.com](http://www.henkel.com)

Ovaj dokument sadržava izjave koje se odnose na buduće poslovanje, financijske rezultate i druge događaje ili okolnosti u budućnosti koje su važne za društvo Henkel i koje se mogu smatrati izjavama o budućnosti. Izjave o budućnosti obilježavaju riječi kao što su „očekivati”, „namjeravati”, „planirati”, „predvidjeti”, „procijeniti” i slični izrazi. Ove informacije sadržavaju izjave koje se odnose na budućnost i utemeljene su na trenutačnim procjenama i predviđanjima uprave društva Henkel AG & Co. KGaA. Takve izjave ni na koji način ne jamče da će se ta očekivanja ostvariti. Budući učinci i rezultati koje će Henkel AG & Co. KGaA i njegove podružnice zapravo ostvariti ovise o više rizika i neizvjesnosti te se stoga mogu značajno razlikovati od izjava koje se odnose na budućnost. Mnogi su od ovih čimbenika izvan kontrole društva Henkel i ne mogu se točno predvidjeti, kao što su buduće gospodarsko okruženje i radnje konkurenata i drugih uključenih u tržište. Henkel ne planira niti se obvezuje ažurirati nijednu izjavu o budućnosti.

Ovaj dokument uključuje dodatne financijske mjere koje nisu jasno određene u primjenjivom okviru financijskog izvještavanja, i koje jesu ili mogu biti alternative mjerama uspješnosti. Ove dodatne financijske mjere ne treba promatrati zasebno ili kao alternativu mjerama neto imovine i financijskih pozicija ili rezultata poslovanja društva Henkel prikazanih u skladu s primjenjivim okvirom financijskog izvještavanja u njegovim konsolidiranim financijskim izvještajima. Druga društva koja opisuju alternativne mjere uspješnosti sličnog naslova ili ih opisuju mogla bi ih izračunati drugačije.

Ovaj je dokument izdan samo u informativne svrhe i nije namijenjen da služi kao savjet za ulaganje ili ponuda za prodaju ili traženje ponude za kupnju bilo kojih vrijednosnih papira.

Kontakti

**Jelena Gavrilović Šarenac**

Telefon: +381 11 207 22 09

E-pošta: jelena.sarenac@henkel.com

<http://www.henkel.com/press>

[www.henkel.rs](http://www.henkel.rs)