10. august 2023

Nepretržité momentum rastu s výrazným zlepšením výnosov v prvom polroku

Spoločnosť Henkel zvýšila odhad obratu a výnosov na rok 2023

* **Obrat na úrovni skupiny sa v prvom polroku organicky zvýšil o 4,9 % na približne 10,9 miliardy eur (nominálne o 0,1 %) – výrazný rast oboch obchodných divízií**
* **Prevádzkový zisk (EBIT)\* vzrástol na 1 254 miliónov eur (+7,6 %)**
* **Marža EBIT \* sa zvýšila na 11,5 % (+80 bázických bodov)**
* **Výnos na prioritnú akciu (EPS)\* sa zvýšil na 2,13 eura, pri dvojcifernom raste o 14,4 % pri konštantných kurzových sadzbách**
* **Implementácia strategickej agendy rastu napreduje stálym tempom**
* **Zvýšený odhad obratu a výnosov na finančný rok 2023:** 
  + **Organický rast obratu: na 2,5 až 4,5 %**
  + **Výnosnosť predaja (marža EBIT)\*: na 11,0 až 12,5 %**
  + **Výnos na prioritnú akciu (EPS)\*: rast v rozsahu 5 až 20 % pri konštantných kurzových sadzbách**

Düsseldorf – Spoločnosť Henkel výrazne zvýšila svoj obrat a výnosy v prvom polroku 2023 aj pri pretrvávajúcich náročných podmienkach na trhu.

*„Obidve obchodné divízie zaznamenali veľmi silný rast. Zároveň sa nám podarilo výrazne zvýšiť naše výnosy aj napriek pokračujúcim nepriaznivým tlakom v podobe vysokých cien materiálov a logistiky. Na základe týchto silných polročných výsledkov sme presvedčení o pozitívnom vývoji aj počas druhej polovice roka, preto sme výrazne zvýšili svoj* ***celoročný odhad*** *obratu a výnosov,“* povedal predseda predstavenstva spoločnosti Henkel Carsten Knobel.

\* Upravené o jednorazové výdavky a príjmy a náklady na reštrukturalizáciu.

*„V prvých šiestich mesiacoch tohto roka sme zároveň pokračovali v úspešnej implementácii našej* ***strategickej agendy rastu****. Integrácia v rámci divízie Consumer Brands napreduje rýchlejšie, než sme plánovali. Zároveň neustále zlepšujeme naše portfólio, ktoré sa zameriava na značky a produkty s vysokou maržou a vysokým rastovým potenciálom. Tento vývoj sa odrazil aj vo výnosoch obchodnej divízie. Organizačnú štruktúru obchodnej divízie Adhesive Technologies sme ešte viac prispôsobili potrebám našich zákazníkov s cieľom posilniť našu globálnu vedúcu pozíciu a ďalej zvyšovať momentum rastu. Okrem toho napredujeme aj v realizácii ďalších dôležitých iniciatív v oblastiach trvalej udržateľnosti a digitalizácie, ktoré prispievajú k zvyšovaniu našej konkurencieschopnosti,“* vysvetľuje Carsten Knobel.

**Zlepšený výhľad na finančný rok 2023**

Na úrovni skupiny spoločnosť Henkel v súčasnosti predpokladá **organický rast obratu** vo finančnom roku 2023 v rozmedzí 2,5 až 4,5 % (pôvodne 1,0 až 3,0 %). V prípade divízie Adhesive Technologies sa očakáva rast od 2,0 do 4,0 % (pôvodne 1,0 až 3,0 %), divízia Consumer Brands by mala rásť v rozsahu 3,0 až 5,0 % (pôvodne 1,0 až 3,0 %). Súčasný predpoklad **upravenej výnosnosti predaja (marža EBIT)** sa na úrovni celej skupiny pohybuje v rozpätí 11,0 až 12,5 % (pôvodne 10,0 až 12,0 %). Upravená výnosnosť predaja divízie Adhesive Technologies by mala dosiahnuť 13,5 až 15,0 % (pôvodne 13,0 až 15,0 %) a v prípade obchodnej divízie Consumer Brands by sa mala pohybovať na úrovni 9,5 až 11,0 % (pôvodne 7,5 až 9,5 %). V prípade **upravených výnosov na prioritnú akciu** **(EPS)** pri konštantných kurzových sadzbách spoločnosť Henkel v súčasnosti očakáva zvýšenie v rozsahu 5 až 20 % (pôvodne -10 až +10 %).

**Vývoj obratu a výnosov v prvom polroku 2023**

**Obrat skupiny Henkel** za prvý polrok 2023 v celkovej výške 10 926 mil. eur bol o 0,1 % vyšší v porovnaní s rovnakým obdobím predchádzajúceho roka (2. štvrťrok: 5 316 mil. eur, -5,8 %), čo predstavuje veľmi silný **organický rast obratu** na úrovni 4,9 % (2. štvrťrok: 3,2 %). Kurzový vývoj mal na obrat negatívny vplyv vo výške -2,5 % (2. štvrťrok: -5,8 %) a negatívny príspevok akvizícií a odpredajov predstavoval -2,2 % (2. štvrťrok: -3,2 %).

Na raste obratu v prvom polroku sa podieľali obidve obchodné divízie. Obchodná divízia **Adhesive Technologies** zaznamenala výrazný organický rast obratu na úrovni 4,7 %, ku ktorému prispeli najmä segmenty výrobkov pre mobilitu a elektronický priemysel a výrobkov pre remeselníkov, stavebníctvo a profesionálov. Na veľmi silnom organickom raste obratu divízie **Consumer Brands** vo výške 5,7 % mali výrazný podiel segmenty pracích a čistiacich prostriedkov a vlasovej kozmetiky.

Organický rast obratu v **európskom** regióne dosiahol v prvom polroku úroveň 2,4 % (2. štvrťrok: 0,8 %). V regióne Indie, Stredného východu a Afriky (**IMEA**) sa obrat organicky zvýšil o 25,7 % (2. štvrťrok: 23,6 %). **Severoamerické trhy** vykázali organický rast obratu na úrovni 3,8 % (2. štvrťrok: 0,9 %), v **Latinskej Amerike** dosiahol organický rast obratu úroveň 13,2 % (2. štvrťrok: 9,4 %). Naopak, negatívny vývoj zaznamenali trhy **ázijsko-pacifického** regiónu, kde sa organický obrat znížil o 2,7 % (2. štvrťrok: -0,6 %) predovšetkým z dôvodu pretrvávajúcich problémov na čínskom trhu.

**Upravený prevádzkový zisk (upravený EBIT)** v prvom polroku vzrástol o 7,6 % na hodnotu 1 254 mil. eur v porovnaní s 1 166 mil. eur v rovnakom období predchádzajúceho roka. K uvedenému zvýšeniu prispeli vývoj predajných cien produktov, úspory, ktoré prinieslo vytvorenie integrovanej obchodnej divízie Consumer Brands, a realizácia opatrení na optimalizáciu produktového portfólia.

**Upravená výnosnosť predaja (upravená marža EBIT)** sa zvýšila o 80 bázických bodov na úroveň 11,5 %.

**Upravený výnos na prioritnú akciu** sa v prvom polroku 2023 zvýšil na 2,13 eur; pri konštantných kurzových sadzbách ide o zvýšenie o 14,4 % v porovnaní s rovnakým obdobím predchádzajúceho roka.

Pomer **čistého prevádzkového kapitálu** k obratu sa zvýšil o 0,8 percentuálneho bodu na úroveň 6,1 % (rovnaké obdobie predchádzajúceho roka: 5,2 %).

**Voľný cash flow** dosiahol hodnotu 749 mil. eur a výrazne prekročil svoju úroveň z prvého polroka 2022 (46 mil. eur) predovšetkým vďaka vyššiemu cash flow z prevádzkových činností počas finančného roka.

K 30. júnu 2023 bola **čistá finančná pozícia** vo výške -1 311 mil. eur (31. december 2022: -1 267 mil. eur).

Spoločnosť Henkel 20. apríla 2023 oznámila podpísanie dohody o **odpredaji svojich podnikateľských aktivít v Rusku** konzorciu miestnych finančných investorov. Svoj odchod z ruského trhu spoločnosť oznámila po vojenskom útoku Ruska na Ukrajinu v minulom roku. Transakcia bola dokončená za cenu 54 mld. rubľov (približne 600 mil. eur).

**Výsledky obchodných divízií za prvý polrok 2023**

**Obrat** obchodnej divízie **Adhesive Technologies** zaznamenal v prvom polroku 2023 stabilný nominálny rast o 0,1 % na hodnotu 5 475 mil. eur (2. štvrťrok: 2 683 mil. eur; -5,4 %). **Organicky** sa obrat zvýšil o 4,7 % (2. štvrťrok: 2.7 %). K uvedenému vývoju prispel dvojciferný nárast cien aj napriek tomu, že objem predaja zaostal za svojou úrovňou z predchádzajúceho roka z dôvodu utlmeného dopytu na niektorých relevantných koncových trhoch. V segmente výrobkov pre mobilitu a elektronický priemysel zaznamenala divízia Adhesive Technologies dvojciferný organický rast obratu na úrovni 10,9 % (2. štvrťrok: 9,2 %), naopak v segmente obalov a spotrebného tovaru bol organický vývoj obratu negatívny na úrovni -1,5 % (2. štvrťrok: -3,7 %). V segmente výrobkov pre remeselníkov, stavebníctvo a profesionálov sa obrat organicky zvýšili o 4,9 % (2. štvrťrok: 2,9 %). **Upravený prevádzkový zisk** sa v prvom polroku 2023 medziročne zvýšil o 3,0 % na hodnotu 766 mil. eur v porovnaní so 743 mil. eur v rovnakom období predchádzajúceho roka. **Upravená výnosnosť predaja** sa zvýšila na 14,0 %, pričom v rovnakom období predchádzajúceho roka predstavovala 13,6 %. Pozitívny vývoj bol ovplyvnení najmä vyššími cenami.

**Obrat** obchodnej divízie **Consumer Brands** za prvých šesť mesiacov roku 2023 dosiahol 5 365 mil. eur (2. štvrťrok: 2 594 mil. eur), čo nominálne predstavuje zlepšenie o 0,6 % (2. štvrťrok: -5,7 %). Vďaka zvýšeniu cien obrat **organicky** vzrástol o 5,7 % (2. štvrťrok: 4,5 %), aj keď došlo k poklesu objemu predaja, ktorý bol čiastočne spôsobený aj pokračujúcou optimalizáciou produktového portfólia. Segment pracích a čistiacich prostriedkov zaznamenal veľmi silný organický rast obratu na úrovni 5,3 % (2. štvrťrok: 4,4 %), kým celkový organický rast obratu v segmente vlasovej kozmetiky dosiahol v prvom polroku 2023 úroveň 7,9 % (2. štvrťrok: 6,1 %). Vývoj obratu v ostatných trhových segmentoch, v ktorých pôsobí divízia Consumer Brands, sa v prvom polroku medziročne nezmenil (0,0 %; 2. štvrťrok: -1,4 %). **Upravený prevádzkový zisk** sa medziročne zvýšil o 15,9 % na hodnotu 559 mil. eur. K uvedenému zlepšeniu došlo vďaka zvýšeniu predajných cien, ktoré tak i naďalej kompenzovali stále vysoké ceny priamych vstupných surovín, ako aj vďaka úsporám z integrácie spotrebiteľských segmentov do novej obchodnej divízie Consumer Brands a opatreniam zameraným na optimalizáciu jej portfólia. **Upravená výnosnosť predaja** sa zvýšila na hodnotu 10,4 %.

**Implementácia agendy rastu napreduje stálym tempom**

V prvom polroku 2023 spoločnosť Henkel pokračovala v plnení strategických priorít v rámci svojej agendy pre zmysluplný rast a dosiahla výrazný pokrok vo všetkých jej oblastiach.

Postupné **zlučovanie** bývalých obchodných divízií Laundry & Home Care a Beauty Care do jednej divízie **Consumer Brands** napredovalo v prvom polroku rýchlejším tempom, než bolo plánované. Vďaka tomu sa spoločnosti Henkel podarilo dosiahnuť ďalšie úspory, pričom do konca roka 2026 by celkové čisté úspory z integrácie (t.j. pred opätovným investovaním) mali predstavovať minimálne 400 mil. eur. Spoločnosť zároveň pokračovala aj v optimalizácii portfólia divízie Consumer Brands. Od oznámenia zlúčenia spotrebiteľských divízií došlo v rámci tohto procesu k odpredaju alebo zrušeniu značiek a podnikateľských aktivít s celkovým obratom okolo 0,5 mld. eur. Spoločnosť Henkel zároveň posilnila svoje portfólio akvizíciou značky pracích a čistiacich prostriedkov Earthwise na Novom Zélande. Úspešne pokračuje aj integrácia divízie profesionálnej vlasovej kozmetiky spoločnosti Shiseido, ktorú spoločnosť Henkel získala minulý rok, ktorá dosahuje na ázijsko-pacifických trhoch veľmi sľubné výsledky.

Prvé opatrenia sa realizujú už aj v rámci druhej fázy integrácie, ktorú spoločnosť spustila začiatkom tohto roka a ktorá sa zameriava na optimalizáciu dodávateľského reťazca. Jedným z nich je napríklad konsolidácia výrobných kapacít produktov vlasovej a telovej kozmetiky v Európe. Okrem toho už spoločnosť v prvých štátoch zaviedla tzv. zásadu 1-1-1, ktorá sa týka integrácie obchodných činností s podporou optimalizovaných logistických procesov v súlade s princípom *„jedna tvár pre zákazníka“*. To znamená: jedna objednávka, jedna dodávka, jedna faktúra.

V prvom polroku 2023 zaviedla spoločnosť Henkel v obchodnej divízii **Adhesive Technologies** optimalizovanú organizačnú štruktúru, ktorá jej v rámci troch trhových segmentov – mobilita a letecký priemysel, obaly a spotrebný tovar a výrobky pre remeselníkov, stavebníctvo a profesionálov – umožní ešte efektívnejšie využívať výhody vyplývajúce z jej veľkosti a kapacít a zároveň ju priblíži k zákazníkom a trhom.

**Inovácie** v atraktívnych trhových a podnikateľských segmentoch prispievajú k zvyšovaniu **konkurencieschopnosti** spoločnosti a v prvom polroku opäť prispeli k rastu obidvoch jej obchodných divízií. Napríklad inovatívne riešenia divízie Adhesive Technologies, ktoré sa používajú pri výrobe elektromobilov, priniesli v prvom polroku 2023 takmer 70 % medziročné zvýšenie organického obratu. Obchodná divízia Consumer Brands dosiahla so svojou značkou Persil dvojciferný organický rast obratu aj vďaka nasadeniu novej unikátnej technológie na báze enzýmov na trhoch v 30 štátoch.

Aj v oblasti **trvalej udržateľnosti** sa podarilo spoločnosti Henkel dosiahnuť ďalší pokrok. V rámci plnenia cieľa dosiahnuť do roku 2030 klimaticky pozitívnu uhlíkovú stopu výrobných prevádzok prešlo v prvom polroku 2023 ďalších desať výrobných závodov spoločnosti Henkel na výrobu s neutrálnymi emisiami CO2. Spoločnosť Henkel napreduje s realizáciou dôležitých iniciatív aj v oblasti **digitalizácie**, pri ktorej zohráva stále významnejšiu úlohu využívanie umelej inteligencie.

*„Celkovo sme hrdí na úspešné obchodné výsledky, ktoré sme v prvom polroku dosiahli, a na pokrok v implementácii našej strategickej agendy, a to aj napriek pretrvávajúcim ťažkostiam v ekonomickom prostredí,“ povedal Carsten Knobel. „Sme hlboko presvedčení, že sa nám podarí úspešne formovať budúcnosť spoločnosti Henkel. Spoločne ako vysoko motivovaný tím, na základe silnej firemnej kultúry a s jasnou stratégiou rastu. S našou divíziou Adhesive Technologies sme globálnym lídrom, ktorý ponúka inovatívne riešenia jednoznačne zmerané na budúce trendy ako mobilita, konektivita a udržateľnosť. A v podobe novej obchodnej divízie Consumer Brands sme položili základy ďalšieho profitabilného rastu v našich spotrebiteľských segmentoch.“*

O spoločnosti Henkel

Vďaka svojim značkám, inováciám a technológiám je spoločnosť Henkel svetovým lídrom na trhoch s priemyselným a spotrebným tovarom. Obchodná divízia Adhesive Technologies je globálnym lídrom na trhu so spojovacími a lepiacimi materiálmi, tmelmi a funkčnými nátermi. Obchodná divízia Consumer Brands sa drží na popredných miestach na mnohých svetových trhoch predovšetkým v segmentoch vlasovej kozmetiky a pracích a čistiacich prostriedkov pre domácnosť. Medzi tri najsilnejšie značky spoločnosti patria Loctite, Persil a Schwarzkopf. Vo finančnom roku 2022 vykázala spoločnosť Henkel obrat vo výške viac než 22 mld. eur a upravený prevádzkový zisk približne vo výške 2,3 mld. eur. Prioritné akcie spoločnosti Henkel sú kótované na nemeckom akciovom indexe DAX. Udržateľnosť už dlhodobo patrí medzi tradičné priority spoločnosti Henkel, pričom na plnenie konkrétnych cieľov má spoločnosť vypracovanú jasnú stratégiu dlhodobej udržateľnosti. Spoločnosť Henkel bola založená v roku 1876 a dnes celosvetovo zamestnáva viac než 50 000 zamestnancov, ktorých spája silná firemná kultúra, spoločné hodnoty a spoločné poslanie: „Pioneers at heart for the good of generations“. Viac informácií nájdete na stránkach [www.henkel.com](http://www.henkel.com).

O spoločnosti Henkel Slovensko

Na Slovensku pôsobí Henkel vo všetkých troch strategických oblastiach už od roku 1991 a zároveň je HENKEL SLOVENSKO spol. s r. o. pôsobiskom najväčšej expertnej pobočky Global Business Solutions+ spoločnosti Henkel celosvetovo. Global Business Solutions+ Bratislava ‏(GBS+ Bratislava) patrí od svojho založenia v roku 2006 k dôležitej súčasti spoločnosti Henkel, zabezpečujúcej služby v Európe a globálne vo viac než 30 jazykoch. V súčasnosti zamestnáva viac než 1 600 pracovníkov. HENKEL SLOVENSKO spol. s r. o. predáva viac ako 50 značiek a dnes zamestnáva, spolu s GBS+ Bratislava, viac ako 1 800 zamestnancov. Viac informácií nájdete na stránke [www.henkel.sk](http://www.henkel.sk).

Kontakt

Zuzana Kaňuchová

Riaditeľka korporátnej komunikácie

Telefón: +421 917 160 597

E-mail: [zuzana.kanuchova@henkel.com](mailto:zuzana.kanuchova@henkel.com)