

Дуже хороший початок 2024 фінансового року

## «Хенкель» демонструє значне органічне зростання продажів у першому кварталі

- Продажі групи: близько 5,3 млрд євро, органічне зростання на 3,0 %
- Органічне зростання продажів відбулося за рахунок обох бізнес-підрозділів:
  - «Клейові технології»: позитивне органічне зростання продажів на рівні 1,3 %
  - «Споживчі бренди»: дуже сильне органічне зростання продажів на рівні 5,2 %
- Закриття угод із придбання Seal for Life Industries та Vidal Sassoon в Китаї відбулося раніше, ніж очікувалося
- Подальший прогрес у реалізації стратегічної програми зростання
- 3 травня було суттєво підвищено прогноз на 2024 фінансовий рік:
  - Зростання продажів в органічному вираженні: від 2,5 до 4,5 % (попередній прогноз: від 2,0 до 4,0 %)
  - Скоригована рентабельність продажів: від 13,0 до 14,0 % (попередній прогноз: від 12,0 до 13,5 %)
  - Скоригований прибуток на привілейовану акцію (EPS): зростання в діапазоні від +15,0 до +25,0 % при постійному обмінному курсі (попередній прогноз: від +5,0 до +20,0 %)

У першому кварталі 2024 року компанія «Хенкель» досягла обсягу **продажів Групи** на рівні близько 5,3 млрд євро та продемонструвала значне зростання продажів в органічному вираженні на 3,0 %. Це зростання було зумовлене позитивною ціновою динамікою в обох бізнес-підрозділах. Динаміка обсягів на рівні Групи, на яку все ще впливають портфельні показники бізнес-підрозділу «Споживчі бренди», продемонструвала подальше послідовне покращення порівняно з четвертим кварталом 2023 року. У номінальному вираженні продажі знизилися на -5,2 % порівняно з попереднім кварталом переважно внаслідок продажу бізнесу в Росії та негативного впливу курсових різниць.

«Ми дуже добре розпочали цей рік. Крім того, ми змогли закрити угоди з придбання Seal for Life Industries та Vidal Sassoon в Китаї швидше, ніж очікувалося, і таким чином ще більше зміцнити наші бізнес-підрозділи, – зазначив Карстен Кнобель, генеральний директор компанії «Хенкель». – У світлі цих подій минулого тижня ми суттєво підвищили **прогноз продажів і прибутку** на 2024 рік. Це свідчить про те, що у нас є чітка стратегія, якої ми неухильно дотримуємося. Ми виконуємо те, що обіцяємо. І ми на правильному шляху до подальшого зростання».

Позитивне органічне зростання продажів бізнес-підрозділу **«Клейові технології»** у першому кварталі було зумовлене насамперед значним органічним зростанням продажів у бізнес-напрямі «Мобільність та електроніка». Дуже високе органічне зростання продажів бізнес-підрозділу **«Споживчі бренди»** стало результатом роботи всіх бізнес-напрямів, але особливий внесок зробив бізнес-напрямок «Засоби для волосся».

### Показники продажів Групи

У першому кварталі 2024 року **продажі Групи** становили 5 317 млн євро, що в номінальному вираженні на -5,2 % менше, ніж у попередньому кварталі (5 609 млн євро). В **органічному вираженні** (тобто без урахування впливу валютних курсів і придбань/продажів активів) обсяг продажів збільшився на 3,0 %. Потужне органічне зростання продажів на рівні Групи було зумовлене ціновими

факторами. Вплив придбань і продажу активів становив -4,3 %. Вплив валютних курсів мав додатковий негативний вплив на динаміку продажів розміром -3,9 %.

Органічне зростання продажів у європейському регіоні в першому кварталі становило 2,5 %. У регіоні **IMEA** органічне зростання продажів – 26,9 %. У регіоні **Північної Америки** зафіксовано негативну динаміку продажів в органічному вираженні розміром -3,0 %. У **Латинській Америці** в органічному вираженні продажі були на 2,7 % нижчими, ніж у попередньому кварталі. В Азійсько-Тихоокеанському регіоні органічне зростання продажів становило 3,5 %.

## Показники продажів бізнес-підрозділу «Клейові технології»

У **першому кварталі 2024 року** продажі бізнес-підрозділу «Клейові технології» досягли 2 677 млн євро, що в **номінальному вираженні** становить -4,1 % порівняно з відповідним кварталом попереднього року (2 791 млн євро). В органічному вираженні (тобто з урахуванням курсових різниць і придбань/продажу активів) продажі зросли на 1,3 % порівняно з першим кварталом 2023 року. Позитивну динаміку продемонстрували як ціни, так і обсяги. Вплив валютних курсів призвів до зниження продажів на -3,8 %. Придбання/продажі активів мали додатковий негативний вплив розміром -1,7 %.

Позитивне органічне зростання продажів бізнес-підрозділу «Клейові технології» у першому кварталі було забезпечене насамперед завдяки бізнес-напрямку **«Мобільність та електроніка»**, в якому спостерігався значний приріст на 3,7 %. Це зростання відбулося за рахунок автомобільного сегмента та сегмента електроніки. Позитивну динаміку продемонстрував промисловий сегмент. В умовах постійних ринкових викликів бізнес-напрямок **«Упаковка та споживчі товари»** продемонстрував загальну стабільну органічну динаміку продажів на рівні -0,2 %, що було підтримано позитивною динамікою з точки зору обсягів. Сегмент пакування досяг позитивного зростання завдяки першим ознакам покращення попиту. У сегменті споживчих товарів зафіксовано незначне зниження порівняно з дуже хорошим кварталом минулого року. Органічне зростання продажів у сегменті **«Домашній ремонт, будівництво і товари для професіоналів»** становило 0,3 % порівняно з попереднім кварталом. Особливо це було відчутно в будівельному сегменті, який продемонстрував хороші темпи зростання. Бізнес-напрямок «Промислове виробництво і технічне обслуговування» мав загалом негативний результат, що насамперед пов'язано зі складним ринковим середовищем, яке склалося на сьогодні.

З регіональної точки зору, показники продажів в органічному вираженні бізнес-підрозділу «Клейові технології» були неоднозначними. В **Європі** загальні продажі були органічно нижчими, ніж у попередньому кварталі, навіть незважаючи на те, що сегмент **«Домашній ремонт, будівництво і товари для професіоналів»** продемонстрував позитивне органічне зростання. У **Північній Америці** було зафіксовано позитивне органічне зростання продажів у бізнес-напрямах «Мобільність та електроніка», а загалом показники продажів у цьому регіоні були нижчими, ніж у попередньому кварталі. У регіоні **IMEA** було досягнуто двозначного органічного зростання продажів, причому всі бізнес-напрями продемонстрували двозначні темпи зростання. У **Латинській Америці** спостерігалася негативна динаміка продажів в органічному вираженні в усіх бізнес-напрямах. Натомість дуже високим було зростання продажів в **Азійсько-Тихоокеанському регіоні**, головним чином завдяки значному позитивному розвитку в Китаї, чому сприяли перші ознаки стабілізації ринкового середовища після складних умов, з якими ми зіткнулися минулого року.

## Показники продажів бізнес-підрозділу «Споживчі бренди»

У бізнес-підрозділі «Споживчі бренди» продажі **в першому кварталі 2024 року** становили 2 605 млн євро, що **в номінальному вираженні** на -6,0 % менше, ніж у попередньому кварталі. **В органічному вираженні** (тобто з урахуванням впливу валютних курсів і придбань/продажів активів) обсяг продажів збільшився на 5,2 %. Ціноутворення в бізнес-підрозділі залишалося дуже впевненим порівняно з першим кварталом 2023 року. Обсяги дещо зменшились, зокрема через вплив поточних заходів з управління портфелем. Вплив валютних курсів позначився на продажах негативно розміром -4,0 %. Придбання/продажі активів призвели до скорочення продажів ще на -7,2 %.

У першому кварталі бізнес-напрямок **«Засоби для прання та догляду за оселею»** продемонстрував дуже сильне органічне зростання продажів на 4,6 %. Сегмент засобів для прання показав значне зростання, головним чином завдяки двозначному збільшенню в категорії «Засоби для догляду за тканинами». У сегменті засобів для догляду за оселею було досягнуто значного органічного зростання продажів, особливо завдяки двозначному збільшенню продажів у категорії «Засоби для догляду за туалетом» і вельми потужному зростанню в категорії «Засоби для миття посуду».

Бізнес-напрямок **«Засоби для волосся»** продемонстрував дуже сильне органічне зростання продажів на рівні 6,9%. Зростання в сегменті споживчих товарів було значним, зокрема завдяки категорії «Засоби для укладання волосся». У сегменті «Товари для професіоналів» зафіксовано дуже високе органічне зростання продажів.

Інші сегменти напрямку споживчих товарів продемонстрували значне органічне зростання продажів на 3,4%.

З регіональної точки зору, бізнес-підрозділ «Споживчі бренди» продемонстрував різноспрямовану динаміку у звітному періоді. В **Європі** в першому кварталі було досягнуто дуже сильного органічного зростання продажів, завдяки бізнес-напрямам «Засоби для волосся» та «Засоби для прання та догляду за оселею». У **Північній Америці** було зафіксовано від'ємне органічне зростання продажів, головним чином внаслідок портфельних заходів, які впроваджували в бізнес-напрямі «Засоби для прання та догляду за оселею». У регіоні **IMEA** було досягнуто двозначного органічного зростання продажів у всіх бізнес-напрямах. Позитивне органічне зростання продажів у **Латинській Америці** було забезпечене бізнес-напрямом «Засоби для волосся», причому свій внесок у зростання зробили як споживчий, так і професійний сегменти. Зростання продажів в **Азійсько-Тихоокеанському** регіоні залишилося незмінним завдяки бізнес-напрямку «Засоби для прання та догляду за оселею».

## Чисті активи та фінансове становище Групи

Істотних змін у чистих активах і фінансовому становищі Групи в звітному періоді порівняно із ситуацією станом на 31 грудня 2023 року не відбулося.

## Прогноз Групи Henkel

3 травня було підвищено прогноз на 2024 фінансовий рік, який було опубліковано 4 березня 2024 року.

На поточний рік компанія «Хенкель» очікує **зростання продажів в органічному вираженні** на рівні від 2,5 до 4,5 % (попередній прогноз: від 2,0 до 4,0 %). У бізнес-підрозділі «Клейові технології», як і

раніше, зростання продажів в органічному вираженні очікується у межах 2,0–4,0 %. У бізнес-підрозділі «Споживчі бренди» компанія тепер очікує зростання продажів в органічному вираженні на рівні від 3,0 до 5,0 % (попередній прогноз: від 2,0 до 4,0 %).

Скоригована рентабельність продажів (скоригована маржа EBIT) на рівні Групи тепер очікується в діапазоні від 13,0 до 14,0 % (попередній прогноз: від 12,0 до 13,5 %). Для бізнес-підрозділу «Клейові технології» скоригована рентабельність продажів тепер очікується на рівні від 16,0 до 17,0 % (попередній прогноз: від 15,0 до 16,5 %), а для бізнес-підрозділу «Споживчі бренди» – у межах 12,0-13,0 % (попередній прогноз: від 11,0 до 12,5 %).

Щодо **скоригованого прибутку на привілейовану акцію (EPS)**, «Хенкель» тепер очікує зростання в діапазоні від +15,0 до +25,0 % при незмінних валютних курсах (попередній прогноз: від +5,0 до +20,0 %).

Компанія «Хенкель» також оновила такі свої очікування:

- Придбання/продаж активів: нейтральний вплив на номінальне зростання продажів (попередній прогноз: негативний вплив у низькому однозначному відсотковому діапазоні)
- Перерахунок продажів в іноземній валюті: негативний вплив у відсотковому діапазоні від низьких до середніх однозначних значень (попередній прогноз: негативний вплив у середньому однозначному відсотковому діапазоні)

Незмінними на 2024 рік залишаються такі очікування:

- Ціни на прямі матеріали: рівномірна динаміка<sup>1</sup>
- Витрати на реструктуризацію від 250 до 300 млн євро
- Відтік коштів за інвестиціями в основні фонди та нематеріальні активи розміром від 650 до 750 мільйонів євро.

<sup>1</sup> Порівняно з середнім показником попереднього року.

*Цей документ містить заяви, що стосуються майбутнього розвитку бізнесу, фінансових показників та інших подій, що матимуть значення для компанії «Хенкель» у майбутньому, які можуть бути прогнозними заявами. Прогнозні заяви характеризуються використанням таких слів, як «очікувати», «мати намір», «планувати», «передбачати», «вважати», «припускати» та інших подібних слів. Такі заяви ґрунтуються на поточних оцінках і припущеннях, зроблених керівництвом Henkel AG & Co. KGaA. Ці заяви не слід розуміти як гарантію того, що ці очікування справдяться. Майбутні показники діяльності компанії Henkel AG & Co. KGaA і дочірніх компаній залежать від низки ризиків і невизначеностей й у зв'язку з цим можуть суттєво відрізнятися (як у позитивний, так і в негативний бік) від даних, наведених у прогнозних заявах. Багато з цих факторів не залежать від компанії «Хенкель» і не піддаються точному попередньому оцінюванню. Серед цих факторів – майбутня економічна ситуація і дії конкурентів та інших гравців на ринках. «Хенкель» не планує і не зобов'язується оновлювати прогнозні заяви в цьому документі.*

*Цей документ включає додаткові фінансові показники, які не мають чітких визначень у відповідних межах фінансової звітності і які є або можуть виступати в ролі альтернативних показників діяльності. Ці додаткові фінансові показники не слід розглядати окремо або як альтернативи показникам чистих активів і фінансової позиції або результатів діяльності «Хенкель», наданим відповідно до чинної форми фінансової звітності в документах «Хенкель» із*

консолідованою фінансовою звітністю. Інші компанії, які публікують або описують аналогічно позначені альтернативні показники своєї діяльності, можуть розраховувати їх іншим способом.

Цей документ опубліковано лише з інформаційною метою, і його не слід розглядати як рекомендацію щодо здійснення інвестицій, пропозиції з продажу активів або пропозиції офerti з купівлі будь-яких цінних паперів.

#### Про компанію «Хенкель»

Завдяки своїм брендам, інноваціям і технологіям компанія «Хенкель» займає провідні позиції на світовому ринку промислових і споживчих товарів. Бізнес-підрозділ «Клейові технології» є світовим лідером на ринку клеїв, герметиків і функціональних покриттів. Завдяки підрозділу «Споживчі бренди» компанія займає провідні позиції на багатьох ринках і в багатьох категоріях по всьому світу, особливо в сфері догляду за волоссям, прання та догляду за оселею.

Три провідні бренди компанії – Loctite, Persil та Schwarzkopf. У 2023 фінансовому році «Хенкель» відзвітувала про обсяг продажів на суму понад 21,5 мільярда євро та скоригований операційний прибуток на суму близько 2,6 мільярда євро. Привілейовані акції «Хенкель» включені до фондового індексу Німеччини DAX. Сталий розвиток – це давня традиція у «Хенкель», компанія має чітку стратегію сталого розвитку з конкретними цілями. Компанію «Хенкель» було засновано в 1876 році. Станом на сьогодні в ній працює понад 48 000 співробітників по всьому світу, об'єднаних сильною корпоративною культурою, спільними цінностями та спільною метою: «Pioneers at heart for the good of generations». Більше інформації – на сайті: [www.henkel.com](http://www.henkel.com)

За додатковою інформацією, будь ласка, звертайтеся до:

Олени Андрощук,  
керівника відділу  
корпоративних комунікацій  
«Хенкель» в Україні

Олени Хмари,  
керівника PR-проектів

«Хенкель Україна»

Тел.: +38 050 389 83 45

Факс: +38 044 247 51 00

e-mail: [elena.androschuk@henkel.com](mailto:elena.androschuk@henkel.com)

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](mailto:a.khmara@pr-service.com.ua)