13. august 2024

Silné polročné výsledky prispievajú k úspešnej implementáciu agendy rastu

Spoločnosť Henkel zaznamenala dobrý organický rast obratu a veľmi silné zlepšenie výnosov v prvom polroku 2024

* **Obrat na úrovni skupiny sa v prvom polroku organicky zvýšil o 2,9 percenta na približne 10,8 miliardy eur (nominálne -1,0 percento) – rast zaznamenali obidve obchodné divízie**
* **Prevádzkový zisk (EBIT)[[1]](#footnote-2)\*: veľmi výrazné zvýšenie na 1 610 miliónov eur (+28,4 percenta)**
* **Marža EBIT \* sa tiež výrazne zvýšila na 14,9 percenta (+340 bázických bodov)**
* **Výnosy na prioritnú akciu (EPS)\* sa výšili približne o jednu tretinu na 2,78 eura, +32,9 percenta pri konštantných kurzových sadzbách**
* **Veľmi dobrý voľný cash flow vo výške približne 800 miliónov eur**
* **Ďalší pokrok v implementácii strategickej agendy rastu**
* **Výhľad výnosov na finančný rok 2024 zvýšený už v polovici júla:**
* Organický rast obratu: 2,5 až 4,5 percenta (nezmenený)
* Upravená výnosnosť predaja: 13,5 až 14,5 percenta (pôvodne: 13,0 až 14,0 percenta)
* Upravené výnosy na prioritnú akciu (EPS): zvýšenie v rozpätí od 20 do 30 percent pri konštantných kurzových sadzbách (pôvodne: +15 až +25 percent)
* **Stredno až dlhodobý finančný cieľ bude splnený už v strednodobom horizonte**

Düsseldorf – Spoločnosti Henkel sa v prvom polroku 2024 podarilo zaznamenať výrazný organický rast obratu sprevádzaný veľmi výrazným zvýšením výnosov aj napriek pretrvávajúcim náročným hospodárskym podmienkam. Spoločnosť teda úspešne napreduje na svojej ceste k profitabilnému rastu. *„Celkovo sa nám prvom polroku podarilo dosiahnuť veľmi dobré obchodné a hospodárske výsledky. Je to dôkaz, že naša stratégia je na správnej ceste a že dôraz na zmysluplný rast prináša viditeľné úspechy,“* povedal predseda predstavenstva spoločnosti Henkel Carsten Knobel.

*„K organickému rastu obratu a zvýšeniu výnosov prispeli v prvom polroku obidve obchodné divízie. Zlúčenie našich spotrebiteľských divízií prináša úspechy a implementácia strategických opatrení a iniciatív má veľmi pozitívny vplyv na vývoj obratu, hrubej marže aj výnosov. Aj divízia lepiacich a spájacích technológií, ktorej organizačnú štruktúru sme upravili tak, aby lepšie zohľadňovala očakávania našich zákazníkov, prispela vďaka zmenám, ktoré sme iniciovali, k pozitívnemu hospodárskemu vývoju spoločnosti Henkel. Mali sme tiež veľmi silný voľný cash flow, ktorý prevýšil už aj tak vysokú úroveň z prvého polroka 2023. To všetko nám umožňuje aj naďalej cielene investovať do rozvoja nášho podnikania a do budúcnosti: do značiek, technológií a inovácií. Okrem toho úspešne napredujeme aj v realizácii ďalších dôležitých iniciatív v oblastiach trvalej udržateľnosti a digitalizácie, ktoré prispievajú k zvyšovaniu našej konkurencieschopnosti,“* dodal Carsten Knobel.

*„V nadväznosti na silné obchodné výsledky v prvom polroku pozeráme s veľkou sebadôverou aj na zvyšnú časť roka, a preto sme v polovici júla zvýšili výhľad našich výnosov za finančný rok 2024. Darí sa nám plniť, čo sme si predsavzali, a sme na správnej ceste k ďalšiemu profitabilnému rastu. Tento vývoj sa odráža aj v úprave nášho stredno až dlhodobého finančného cieľa: sme presvedčení, že ciele v oblasti predaja a výnosov sa nám podarí splniť už v strednodobom horizonte.“*

**Výhľad na finančný rok 2024**

Výhľad na aktuálny finančný rok, ktorý bol aktualizovaný 3. mája 2024, bol opätovne zvýšený 17. júla, pokiaľ ide o výšku očakávaných výnosov. Hlavným dôvodom sú zlepšené očakávania týkajúce sa zisku obchodnej divízie Consumer Brands, pričom spoločnosť zároveň zvyšuje investície do marketingu na podporu inovácií. Aktualizovaný výhľad zohľadňuje aj očakávané vyššie ceny priamych surovín v druhej polovici roka. Spoločnosť Henkel teraz očakáva nižšie uvedený vývoj obratu a výnosov za finančný rok 2024:

Na úrovni skupiny sa aj naďalej očakáva **organický rast obratu** v rozsahu od 2,5 do 4,5 percenta za cely finančný rok 2024. V prípade obchodnej divízie Adhesive Technologies sa stále očakáva organický rast obratu na úrovni 2 až 4 percent, v prípade divízie Consumer Brands sú očakávania v rozpätí od 3 do 5 percent. **Upravená výnosnosť predaja** (marža EBIT) na úrovni skupiny sa v súčasnosti odhaduje v rozsahu 13,5 až 14,5 percenta (pôvodne: 13 až 14 percent). V prípade obchodnej divízie Adhesive Technologies ostáva očakávaná upravená výnosnosť predaja nezmenená na úrovni 16 až 17 percent. Pri obchodnej divízií Consumer Brands sa očakáva zvýšenie upravenej výnosnosti predaja na 13 až 14 percent (pôvodne: 12 až 13 percent). Pokiaľ ide o vývoj **upravených výnosov na prioritnú akciu** (EPS) pri konštantných kurzových sadzbách, spoločnosť Henkel v súčasnosti očakáva zvýšenie v rozsahu od 20 do 30 percent (pôvodne: 15 až 25 percent).

**Vývoj obratu a výnosov v prvom polroku 2024**

V neustále náročnom trhovom prostredí dosiahla spoločnosť Henkel v prvom polroku 2024 **obrat na úrovni skupiny** vo výške 10 813 miliónov eur, čo nominálne predstavuje pokles o jedno percento. Po negatívnom vývoji nominálneho obratu v predchádzajúcich štvrťrokoch, ktorý bol negatívne ovplyvnený odpredajom a ukončením podnikateľských aktivít v Ruskej federácii, sa spoločnosti Henkel v druhom štvrťroku 2024 podarilo opäť vrátiť k rastu nominálneho obratu (2. štvrťrok: 5 496 miliónov eur; +3,4 percenta). Negatívny vplyv kurzového vývoja prispel k zníženiu obratu o 1,9 percenta (2. štvrťrok: +0,2 percenta), zatiaľ čo akvizície a odpredaje ho znížili o ďalších 2,1 percenta (2. štvrťrok: +0,3 percenta). Ale kým odpredaj našich podnikateľských aktivít v Ruskej federácii v apríli 2023 mal negatívny vplyv, nedávno ukončené akvizície v obdivoch obchodných divíziách – Seal for Life a Vidal Sassoon – priniesli pozitívny príspevok. V **organickom** vyjadrení – t.j. po úprave o kurzové vplyvy a vplyv akvizícií a odpredajov – dosiahla spoločnosť Henkel rast obratu vo výške 2,9 percenta (2. štvrťrok: +2,8 percenta).

Obchodná divízia **Adhesive Technologies** zaznamenala v prvom polroku 2024 silný organický rast obratu vo výške 2 percent, ku ktorému prispeli trhové segmenty mobilita a elektronický priemysel aj segment výrobkov pre remeselníkov, stavebníctvo a profesionálov (2. štvrťrok: +2,6 percenta). K veľmi silnému organickému rastu obratu obchodnej divízie **Consumer Brands** na úrovni 4,3 percenta prispeli všetky trhové segmenty (2. štvrťrok: +3,3 percenta). Hlavným dôvodom rastu obratu obidvoch obchodných divízií bol pozitívny cenový vývoj. Vývoj objemu predaných výrobkov, ktorý je aj naďalej ovplyvňovaný portfóliovými opatreniami v divízii Consumer Brands, zaznamenal mierne pozitívny trend, a to tak v porovnaní s prvým polrokom 2024, aj s postupným zlepšovaním v prvom štvrťrokom 2024.

Organický rast obratu v **európskom** regióne dosiahol v prvom polroku úroveň 1,8 percenta (2. štvrťrok: +1,2 percenta). V regióne **IMEA** (India, Stredný východ a Afrika) dosiahla spoločnosť Henkel dvojciferný organický rast obratu vo výške 21 percent (2. štvrťrok: +13,7 percenta). Na **severoamerických** trhoch sa organický rast obratu naopak znížil o 1,6 percenta (2. štvrťrok: -0,2 percenta), v **Latinskej Amerike** organický vývoj obratu v prvom polroku stagnoval na hodnote 0,0 percenta (2. štvrťrok: 2,7 percenta), zatiaľ čo v **ázijsko-pacifickom** regióne sa obrat organicky zlepšil o 5,5 percenta (2. štvrťrok: +7,5 percenta).

**Upravený prevádzkový zisk (upravený EBIT)** zaznamenal výrazné zvýšenie z 1 254 miliónov eur v prvom polroku 2023 na 1 610 miliónov eur v prvom polroku 2024, čo predstavuje medziročné zlepšenie o 28,4 percenta, predovšetkým vďaka výraznému zvýšeniu hrubej marže.

**Upravená výnosnosť predaja (upravená marža EBIT)** na úrovni skupiny Henkel sa v dôsledku toho zvýšila až o 340 bázických bodov z 11,5 na 14,9 percenta.

**Výnos na prioritnú akciu** sa výrazne zvýšil na hodnotu 2,46 eura (predchádzajúci rok: 1,35 eura). Upravený výnos na prioritnú akciu sa medziročne zvýšil o 30,5 percenta na 2,78 eura v porovnaní s 2,13 eura v rovnakom období predchádzajúceho roka. K uvedenému výraznému zvýšeniu prispel predovšetkým rast upraveného prevádzkového zisku. Pri konštantných kurzových sadzbách dosiahol upravený výnos na prioritnú akciu jednoznačné dvojciferné zlepšenie vo výške 32,9 percenta.

**Čistý prevádzkový kapitál** medziročne klesol o 0,9 percentuálneho bodu zo 6,1 na 5,2 percenta.

**Voľný cash flow** dosiahol hodnotu 772 miliónov a bol teda vyšší než v prvom polroku 2023 (749 miliónov eur). Hlavným dôvodom bol vyšší cash flow z prevádzkových činností.

**Čistá finančná pozícia** k 30. júnu 2024 predstavovala +1 440 miliónov eur (31. december 2023: 12 miliónov eur).

**Výsledky obchodných divízií za prvý polrok 2024**

**Obrat** obchodnej divízie **Adhesive Technologies**, ktorý dosiahol v prvom polroku 2024 hodnotu 5 475 miliónov eur, sa v nominálnom vyjadrení medziročne nezmenil (2, štvrťrok: 2 798 miliónov eur). **Organicky** sa obrat zvýšil o 2 percentá (2. štvrťrok: 2,6 percenta). Príspevok cenového vývoja k uvedenému pozitívnemu výsledku predstavoval 0,2 percenta a rast objemu 1,8 percenta. Obchodná divízia teda v druhom štvrťroku zaznamenala postupné zvyšovanie objemu predaných výrobkov v porovnaní s prvým štvrťrokom 2024.

Trhový segment produktov pre **mobilitu** a **elektronický priemysel** dosiahol veľmi silné zvýšenie organického obratu na úrovni 5,3 percenta (2. štvrťrok: +6,8 percenta). K rastu prispeli všetky kategórie, ale predovšetkým výrobky pre elektronický priemysel, ktoré dosiahli dvojciferný organický rast obratu v porovnaní so slabým rovnakým obdobím predchádzajúceho roka. V segmente **obalov a spotrebného tovaru** došlo k organickému poklesu obratu na úrovni 0,6 percenta (2. štvrťrok: -1,0 percenta). Zvýšenie objemu predaných výrobkov v segmente obalov vykompenzovalo negatívny vývoj cien. Segment spotrebného tovaru celkovo zaznamenal mierny pokles v porovnaní so silnými výsledkami za rovnaké obdobie predchádzajúceho roka. Trhový segment výrobkov pre **remeselníkov, stavebníctvo a profesionálov** dosiahol organický rast obratu na úrovni jedného percenta (2. štvrťrok: +1,7 percenta), ku ktorému prispelo stavebníctvo aj výrobky pre spotrebiteľov a remeselníkov. Naopak segment výrobkov pre výrobu a údržbu zaznamenal v dôsledku nižšieho dopytu mierny pokles.

**Upravený prevádzkový zisk** divízie Adhesive Technologiessa v prvom polroku 2024 medziročne zvýšil o 21,8 percenta na hodnotu 933 miliónov eur v porovnaní so 766 miliónmi eur v rovnakom období predchádzajúceho roka. **Upravená výnosnosť predaja** sa zvýšila až o 310 bázických bodov na úroveň 17 percent. Nižšie náklady na vstupné suroviny, pozitívne efekty mixu a efektívnosť dodávateľského reťazca mali mimoriadne pozitívny vplyv na hrubú maržu.

**Obrat** obchodnej divízie **Consumer Brands** za prvých šesť mesiacov roku 2024 dosiahol hodnotu 5 266 miliónov eur (2. štvrťrok: 2 662 miliónov eur), čo nominálne predstavuje zhoršenie o 1,8 percenta. **Organicky** sa obrat zvýšil o 4,3 percenta (2. štvrťrok: +3,3 percenta). Hlavným faktorom uvedeného zvýšenia bol pozitívny cenový vývoj na úrovni 5,1 percenta. Objem predaja sa naopak mierne znížil, o 0,9 percenta, predovšetkým v dôsledku pokračujúcich opatrení zameraných na optimalizáciu portfólia. Napriek tomu sa vývoj objemu v porovnaní s predchádzajúcim štvrťrokom v druhom štvrťroku 2024 postupne zlepšoval.

Segment **pracích a čistiacich prostriedkov pre domácnosť** zaznamenal silný organický rast obratu na úrovni 3,1 percenta (2. štvrťrok: +1,5 percenta). Organický rast obratu v segmente pracích prostriedkov bol spôsobený predovšetkým dvojciferným rastom v kategórii aviváží a silným rastom obratu v kategórii pracích prípravkov. Výrazný rast v segmente čistiacich prostriedkov pre domácnosť bol predovšetkým výsledkom dvojciferného zvýšenia obratu v kategóriách umývacích prípravkov na riad a čistiacich prípravkov na WC. Trhový segment **vlasovej kozmetiky** dosiahol za prvých šesť mesiacov roka výrazný organický rast obratu na úrovni 7,3 percenta (2. štvrťrok: +7,7 percenta). Výrobky pre spotrebiteľov zaznamenali dvojciferný rast najmä vďaka kategórii stylingových prípravkov, ktorá vykazovala dvojciferné zvýšenie organického obratu v rovnakom období aj v predchádzajúcich rokoch. Silný organický rast obratu zaznamenal aj segment profesionálnej vlasovej kozmetiky a kategória **ostatného spotrebného tovaru** dosiahla organický rast obratu na úrovni 2,3 percenta (2. štvrťrok: +0,7 percenta).

**Upravený prevádzkový zisk** dosiahol hodnotu 753 miliónov eur, čo predstavuje medziročné zvýšenie o 34,8 percenta. K uvedenému zvýšeniu prispeli vývoj predajných cien produktov a úspory, ktoré prinieslo vytvorenie integrovanej obchodnej divízie Consumer Brands, ako aj súvisiaca optimalizácia produktového portfólia a valorizačné opatrenia. **Upravená výnosnosť predaja** sa výrazne zvýšila o 390 bázických bodov na úroveň 14,3 percenta.

**Implementácia agendy rastu napreduje stálym tempom**

V prvom polroku 2024 spoločnosť Henkel pokračovala v konzistentnom plnení strategických priorít v rámci svojej agendy pre zmysluplný rast a dosiahla výrazný pokrok vo všetkých jej oblastiach.

**Zlučovanie** bývalých dvoch obchodných divízií Laundry & Home Care a Beauty Care do jednej divízie **Consumer Brands**, ktoré prebieha v dvoch fázach, úspešne napredovalo aj v prvom polroku 2024 a spoločnosti Henkel prinieslo ďalšie prevádzkové úspory. Spoločnosť plánuje v rámci obidvoch fáz integračného procesu ušetriť celkovo 525 miliónov eur, čo by sa malo v plnom rozsahu prejaviť do konca roka 2026.

V rámci druhej fázy integrácie, ktorá sa zameriava na excelentnosť dodávateľského reťazca obchodnej divízie Consumer Brands, bol už v takmer 30 krajinách zavedený takzvaný princíp 1-1-1. Jeho súčasťou je integrácia obchodných činností s podporou optimalizovaných logistických procesov v súlade s princípom „*jedna tvár pre zákazníka*“, teda jedna objednávka, jedna dodávka, jedna faktúra. Okrem toho pokračovala optimalizácia a konsolidácia výrobnej a logistickej siete v trhovom segmente pracích a čistiacich prostriedkov pre domácnosť napríklad v USA a krajinách východnej Európy. Uvedené opatrenia už celkovo pomohli znížiť komplexnosť celého procesu o približne 16 percent.

Spoločnosť zároveň pokračovala aj v optimalizácii portfólia divízie Consumer Brands, v rámci ktorej sa najnovšie zamerala na segment pracích a čistiacich prostriedkov pre domácnosť na severoamerických trhoch.

S cieľom ďalej posilňovať svoju **konkurencieschopnosť** sa spoločnosť Henkel zameriava na inovácie v atraktívnych trhových a podnikateľských segmentoch, ktoré aj v prvom polroku 2024 prispievali k rastu obidvoch jej obchodných divízií. V rámci obchodnej divízie **Adhesive Technologies** spoločnosť Henkel pozorne sleduje trend vývoja smerom k integrovanejším komponentom pre automobilový priemysel, ktorý zvyšuje dopyt po inovatívnych lepiacich a spájacích riešeniach. Príkladom je integrácia elektronických komponentov, ktoré prinášajú vysoký úžitok pre automobily bez ohľadu na typ pohonnej jednotky. Zároveň ide o vysoko komplexnú oblasť s veľmi špecifickými požiadavkami na tepelný manažment použitých lepiacich a spájacích technológií. Henkel je jedna z mála spoločností, ktoré tento trend zachytili hneď na začiatku, a spoločne s poprednými výrobcami OEM a kľúčovými dodávateľmi pneumatík spolupracuje na vývoji inovatívnych riešení. Očakáva sa, že rastový potenciál trhu s takýmito integrovanými komponentmi dosiahne v najbližších rokoch viac než 20 percent. Za veľmi silným organickým rastom obratu vo výške viac než 7 percent v segmente vlasovej kozmetiky v rámci obchodnej divízie **Consumer Brands** stála predovšetkým jej vlajková značka Schwarzkopf – a to tak v kategórii spotrebiteľských, aj profesionálnych vlasových prípravkov. V tomto segmente sa jej podarilo dosiahnuť pozitívny vývoj objemu predaja už štvrtý štvrťrok po sebe. Zároveň zvýšila svoj trhový podiel o 40 bázických bodov v segmente stylingových prípravkov aj farieb na vlasy. Okrem toho trhový reštart produktov Gliss s novým zložením pre 100 % silnejšie vlasy viedol k dvojcifernému organickému rastu obratu značky v prvom polroku.

*„Z celkového pohľadu sme veľmi spokojní s trhovými výsledkami spoločnosti Henkel za prvý polrok a hrdí na pokrok, ktorý sme dosiahli pri implementácii našej agendy strategického rastu,“* zhodnotil Carsten Knobel. *„Plníme, k čomu sme sa zaviazali a čo sme oznámili. A pokrok je hmatateľný: v našom podnikaní, v obrate aj vo výnosoch. Meníme Henkel odvážnymi rozhodnutiami pre úspešnú budúcnosť. S jasnou stratégiou sme na správnej ceste k ďalšiemu profitabilnému rastu.“*

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 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 2023 vykázala spoločnosť Henkel obrat vo výške viac než 21,5 mld. eur a upravený prevádzkový zisk približne vo výške 2,6 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 približne 48 000 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).

Tento dokument obsahuje stanoviská týkajúce sa budúceho obchodného vývoja, finančných výsledkov a ďalších udalostí alebo skutočností relevantných pre spoločnosť Henkel z pohľadu budúceho rozvoja. Stanoviská týkajúce sa budúceho vývoja charakterizuje použitie takých slovných zvratov ako „očakávať“, „zamýšľať“, „plánovať“, „predpokladať“, „domnievať sa“, „odhadovať“ a podobných výrazov. Takéto stanoviská sa opierajú o aktuálne odhady a predpoklady vypracované manažmentom spoločnosti Henkel AG & Co. KGaA. Tieto stanoviská nie je možné chápať ako zaručujúce akýmkoľvek spôsobom, že dané predikcie sú presné. Budúca výkonnosť ako aj reálne dosiahnuté výsledky spoločnosti Henkel AG & Co. KGaA a jej sesterských spoločností závisia od celého radu rizikových faktorov a neistôt, a preto sa môžu podstatne odkláňať od výhľadových stanovísk (tak negatívne, ako aj pozitívne). Na mnohé z nich spoločnosť Henkel nemá priamy dosah a vopred ich nie je možné presne odhadnúť, ako napríklad, aké bude ekonomické prostredie v budúcnosti a aké budú kroky konkurentov a iných subjektov pôsobiacich na trhu. Spoločnosť Henkel nemá v úmysle a ani neprijme kroky na účely aktualizácie týchto stanovísk.

Tento dokument obsahuje doplňujúce finančné ukazovatele, ktoré nie sú jednoznačne definované v platnom rámci finančného výkazníctva, ktoré predstavujú alebo môžu predstavovať alternatívne ukazovatele finančnej výkonnosti. Tieto doplňujúce finančné ukazovatele by sa nemali vykladať osobitne alebo ako alternatívne ukazovatele k ukazovateľom čistých aktív a finančnej pozície spoločnosti Henkel alebo k výsledkom podnikania, ktoré sú v súlade s platným rámcom finančného výkazníctva prezentované v konsolidovanej účtovnej závierke spoločnosti. Iné spoločnosti, ktoré vykazujú alebo uvádzajú alternatívne ukazovatele výkonnosti s podobnými názvami, môžu počítať ich hodnoty odlišne.

Tento dokument slúži výlučne na informačné účely a nepredstavuje investičnú radu ani ponuku na predaj alebo kúpu akýchkoľvek cenných papierov.

Kontakt

Zuzana Kaňuchová

Riaditeľka korporátnej komunikácie CEE

Telefón: +421 917 160 597

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

1. \* Upravené o jednorazové výdavky a príjmy a náklady na reštrukturalizáciu. [↑](#footnote-ref-2)