11. mart 2025.

Henkel predstavlja godišnje poslovne rezultate za 2024. godinu

Vrlo dobri godišnji rezultati za 2024. godinu demonstriraju uspešnu implementaciju Agende svrsishodnog rasta

* **Snažan poslovni učinak u fiskalnoj 2024.** 
  + **Prodaja: 21,6 milijardi evra, dobar organski rast od 2,6 odsto**
  + **Operativna dobit (EBIT)\*: 3,1 milijarda evra, vrlo značajan porast od 20,9 odsto**
  + **EBIT marža\*: 14,3 odsto, izvanredno poboljšanje za 240 baznih poena**
  + **Prihod po prioritetnoj akciji (EPS)\* značajno uvećan: 5,36 evra,  
    +25,1 odsto pri stalnom kursu**
  + **Slobodni novčani tokovi od 2,4 milijarde evra**
* **Predloženo povećanje dividende u dvocifrenom procentualnom opsegu:  
  2,04 evra po prioritetnoj akciji (+10,3 odsto)**
* **Odlučeno o novom otkupu akcija do 1 milijarde evra**
* **Dalji napredak u sprovođenju Agende svrsishodnog rasta**
  + **Consumer Brands: Integracija je brža od planirane, mere za portfolio su finalizovane, potpuna ušteda će biti ostvarena već do kraja 2025. godine**
  + **Adhezivi Tehnologije: Nova konfiguracija sprovedena u 2023. se isplaćuje**
  + **Ambiciozni ciljevi za zaštitu klime: Definisana mapa aktivnosti za postizanje neto nulte stope emisija**
* **Prognoze prihoda za fiskalnu 2025. godinu: Spremni za dalji rast prihoda i dobiti – sa sporim početkom godine i ubrzanjem tokom godine**
  + **Organski rast prodaje: 1,5 do 3,5 odsto**
  + **EBIT marža\*: 14,0 do 15,5 odsto**
  + **Prihod po prioritetnoj akciji (EPS)\*: Povećanje u niskom** **do visokom jednocifrenom procentualnom opsegu (pri stalnom kursu)**

\* Korigovano zbog jednokratnih troškova i dobiti, i zbog troškova restrukturiranja.

**„Fiskalna 2024. godina je još jednom obeležena velikim izazovima i brojnim ekonomskim nesigurnostima. Uprkos tome, Henkel se konstantno razvijao i napredovao tokom prethodne godine i dostigao ili čak i premašio bitne ciljeve. Iznad svega, vrlo dobri godišnji rezultati za 2024. godinu demonstriraju uspešnu implementaciju Agende svrsishodnog rasta“, izjavio je izvršni direktor kompanije Henkel, Karsten Knobel.**

**Prognoza za 2025.**

Nakon umerenog rasta u 2024. godini, očekuje se da će globalna ekonomska proizvodnja opet biti umerenog intenziteta i 2025. godine. To podrazumeva umereni porast kako industrijske tako i potrošačke potražnje u ključnim područjima poslovanja sa potrošačkim proizvodima za Henkel. Nadalje, na osnovu trenutnih procena, očekuje se da će globalna inflacija opasti u fiskalnoj 2025. u poređenju sa prethodnim godinama, kao i kamatne stope.

Što se tiče cena direktnih materijala, Henkel očekuje povećanje u opsegu od niskog do srednjeg jednocifrenog procentualnog povećanja u poređenju sa prosekom za 2024. godinu. Očekuje se da će kursna promena prodaje u stranim valutama imati neutralan do negativan efekat u niskom jednocifrenom procentualnom opsegu.

Nadalje, očekuje se da će stopa nestalnosti i neizvesnosti celokupne makroekonomske i geopolitičke sredine ostati visoka tokom godine.

U skladu sa ovim pretpostavkama, Henkel očekuje da će **organski rast prodaje** iznositi između 1,5 i 3,5 odsto u fiskalnoj 2025. Organski rast između 2,0 i 4,0 odsto se očekuje za poslovni sektor Adhezivi Tehnologije i između 1,0 i 3,0 odsto za Consumer Brands. Očekuje se da će **korigovani prinos od prodaje** (usklađena EBIT marža) biti u opsegu od 14,0 do 15,5 odsto. Za sektor Adhezivi Tehnologije, očekuje se prilagođeni prihod od prodaje između 16,0 i 17,5 odsto, a za sektor Consumer Brands između 13,5 i 15,0 odsto. Za **korigovani prihod po prioritetnoj akciji (EPS)** pri stalnom kursu očekuje se povećanje jednocifrenog niskog do visokog procentualnog opsega.

Samim tim, očekuje se sporiji početak godine. Ipak, tokom godine se takođe očekuje ubrzanje organskog rasta prodaje, što će dovesti do snažnijih rezultata u drugoj polovini fiskalne 2025. godine u poređenju sa prvom polovinom. Ovo važi za oba poslovna sektora. Razlozi su trenutno izazovno industrijsko okruženje, kao i slab rast tržišta i potrošačko poverenje na nekim našim tržištima, posebno u Severnoj Americi.

U okviru poslovnog sektora **Consumer Brands**, potrebno je uzeti u obzir visoke stope organskog rasta prodaje iz prethodne godine, posebno zbog snažnih lansiranja inovativnih proizvoda u prvoj polovini 2024. godine. Tokom 2025. godine, lansiranja inovacija biće više usmerena ka drugoj polovini 2025. Pored toga, jednokratne operativne teme u našem lancu snabdevanja, u vezi sa finalizacijom pristupa 1-1-1, kao i fazno sprovođenje promotivnih aktivnosti, takođe će doprineti da organski rast prodaje i obim u prvom kvartalu budu ispod nivoa iz prethodne godine. Za prvi kvartal, očekuje se da organski rast prodaje bude između -2 i -4 odsto, dok se očekuje pozitivan efekat cena. Za celu 2025. godinu, očekuje se pozitivan organski rast prodaje, podstaknut i obimom i cenama.

Za celu 2025. godinu, očekuje se dodatno poboljšanje marže, a time i profitabilnosti u odnosu na prethodnu godinu, kako za oba poslovna sektora, tako i za Grupu. Razvoj u prva dva meseca fiskalne 2025. godine pokazuje da su Henkel i oba poslovna sektora na dobrom putu.

**Prodaja grupe i prihodi u fiskalnoj 2024.**

**Prodaja** Henkel Grupe dostigla je 21.586 miliona evra u fiskalnoj 2024. godini, što predstavlja nominalan rast od 0,3 odsto u poređenju sa prethodnom godinom. Devizni efekti su negativno uticali na prodaju sa -1,8 odsto. Kada se ti devizni efekti isključe, rast prodaje iznosio je 2,1 odsto. Akvizicije/prodaje su imale blago negativan uticaj od -0,4 odsto na prodaju, što je uglavnom posledica povlačenja naših poslovnih aktivnosti u Rusiji 2023. godine. **Organski rast prodaje**, tj. prilagođen za devizne efekte i akvizicije/prodaje, pokazao je dobar razvoj od 2,6 odsto. Ovo je bilo podstaknuto i dobrim razvojem cena i pozitivnim obimom.

**Korigovana operativna dobit (korigovani EBIT)** značajno je porasla za 20,9 procenta na 3.089 miliona evra (prethodna godina: 2.556 miliona evra). **Korigovani prinos od prodaje** **(korigovana EBIT marža)** u fiskalnoj 2024. godini značajno je porasla u odnosu na prethodnu godinu na 14,3 odsto (2023. godine: 11,9 odsto). **Korigovani prihod po prioritetnoj akciji** takođe je značajno porastao za 23,2 odsto na 5,36 evra (prethodna godina: 4,35 evra). Pri konstantnim deviznim kursevima, korigovani prihod po prioritetnoj akciji porastao je za 25,1 odsto. **Neto obrtna sredstva** kao procenat prodaje iznosila su 3,0 odsto, tako da su značajno manja u odnosu na prethodnu godine (2023. godine: 2,6 odsto). **Slobodni novčani tokovi** iznosili su 2.362 miliona evra, što predstavlja smanjenje u odnosu na brojke iz prethodne godine (2023: 2.603 miliona evra), na koje je pozitivno uticala normalizacija neto obrtnog kapitala. **Neto finansijska pozicija** iznosila je -93 miliona evra, što je bilo blago ispod nivoa iz prethodne godine, posebno zbog plaćanja za akvizicije (31. decembar 2023: 12 miliona evra).

**Rezultati poslovnih sektora u fiskalnoj 2024.**

**Prodaja** u poslovnom sektoru **Adhezivi Tehnologije** iznosila je 10.970 miliona evra u fiskalnoj 2024. godini i bila je 1,7% odsto viša nego prethodne godine u nominalnom iznosu. Iako su devizni efekti imali negativan uticaj od -1,8 odsto, akvizicije/prodaje povećale su prodaju za 1,1 odsto. Prodaja je **organski** porasla za 2,4 odsto. Ovaj rast prodaje bio je posebno podstaknut snažnim rastom obima u drugoj polovini godine u poređenju sa prethodnom godinom, uglavnom zbog povećane potražnje na nekim ključnim krajnjim tržištima. Cene su ostale nepromenjene u odnosu na prethodnu godinu. **Korigovana operativna dobit** iznosila je 1.817 miliona evra, beležeći dvocifreni procenat rasta u odnosu na prethodnu godinu, što predstavlja novi rekord za ovaj poslovni sektor. **Korigovana EBIT marža** uvećana je značajno za 190 baznih poena na 16,6 odsto.

**Prodaja** u poslovnom sektoru **Consumer Brands** iznosila je 10.467 miliona evra u fiskalnoj 2023. godini i bila je tako -0,9 odsto ispod prethodne godine u nominalnom iznosu. Efekti deviznih kurseva smanjili su prodaju za -1,8 odsto. Akvizicije/prodaje su takođe imale negativan uticaj od -2,0 odsto na prodaju, pri čemu je glavni razlog ostalo povlačenje naših poslovnih aktivnosti u Rusiji u aprilu 2023. godine. Prodaja je **organski** porasla za 3,0 odsto. Ovaj rast prodaje omogućen je dvocifrenim povećanjem cena, dok su se količine delimično smanjile zbog nastavljenih mera optimizacije portfolija. **Korigovani operativni profit** dostigao je 1.419 miliona evra, značajan porast u odnosu na prethodnu godinu (1.115 miliona evra). **Korigovani prinos od prodaje** dostigao je 13,6 odsto i time je značajno uvećan za 300 baznih poena u odnosu na prethodnu godinu.

**Značajan napredak u transformaciji**

Tokom proteklih godina, Henkel je značajno promenio mnoge oblasti i dosledno sprovodio svoju stratešku agendu za ciljani rast. Ključni pokretači dugoročnog i održivog uspeha su spremnost i odlučnost za kontinuiranu transformaciju. Cilj je postizanje održivog poboljšanja rezultata. Da bi to postigla, kompanija mora neprestano da se menja i dalje razvija. I to se dešava u svim oblastima.

**Consumer Brands: Spajanje se odvija brže nego što je planirano**

Verovatno najznačajnija promena u skorijoj istoriji Henkela jeste spajanje naših poslova iz oblasti robe široke potrošnje u poslovni sektor **Consumer Brands**, što je najavljeno početkom 2022. godine. Od tada se mnogo toga dogodilo. Poslovni sektor počeo je da funkcioniše u novoj strukturi početkom 2023. godine, a pozitivni pomaci postali su vidljivi već te godine. Tokom protekle fiskalne 2024. godine postalo je očigledno da je odluka o spajanju nekada odvojenih poslova robe široke potrošnje u jedinstvenu platformu bila ispravna.

Integracija sektora Consumer Brands napredovala je znatno brže nego što je prvobitno planirano: u pogledu integracije timova, restrukturiranja portfolija, kao i ostvarivanja sinergija. Prva faza integracije, koja je prvenstveno obuhvatala spajanje timova za prodaju i marketing, završena je 2024. godine. U drugoj fazi, koja je u toku od 2023. godine, očekuje se da će potpune uštede troškova kroz unapređenje lanca snabdevanja, odnosno proizvodnih mreža i lanaca snabdevanja, biti ostvarene do kraja 2025. godine.

Istovremeno, poslovni sektor Consumer Brands dosledno se fokusira na snažne brendove i poslove sa visokim bruto maržama, kao i na vodeće pozicije na tržištima i u kategorijama. Pozitivni efekti fokusiranja na snažan rast i brendove i poslove sa visokim maržama već daju rezultate: Deset vodećih brendova u okviru poslovnog sektora Consumer Brands, koji su činili više od polovine prihoda u 2024. godini, ostvarili su veoma snažan organski rast, uz pozitivan rast obima.

**Dalji napredak u svim strateškim prioritetima**

U izazovnoj makroekonomskoj i geopolitičkoj sredini, Henkel je nastavio sistematski da sprovodi svoju strategiju rasta u protekloj fiskalnoj godini i ostvario je važan napredak u svim oblastima. Kompanija je dalje razvijala svoj poslovni i brend portfolio, ojačala svoju konkurentsku prednost u oblastima inovacija, održivosti i digitalizacije, optimizovala svoje operativne modele i ojačala korporativnu kulturu.

Kao deo **aktivnog upravljanja portfoliom,** Henkel je dodatno razvio svoj portfolio kroz obustavu ili prodaju aktivnosti, kao i kroz akvizicije. Prodajom poslovanja sa robnim markama trgovaca u Severnoj Americi ranije ove godine, Henkel je finalizovao mere vezane za portfolio. Ove mere su najavljene sa početkom spajanja nekada odvojenih poslova robe široke potrošnje. Poslovanje sa robnim markama trgovaca prepoznato je kao neosnovna aktivnost u okviru poslovnog sektora Consuer Brands, jer su mogućnosti za ostvarivanje sinergija i buduća strateška usklađenost sa integrisanom platformom Consumer Brands ograničene. Uključujući ovu transakciju, Henkel je od početka 2022. godine prodao ili obustavio brendove i aktivnosti koji predstavljaju ukupnu prodaju od nešto više od 1 milijarde evra.

Aktivno upravljanje portfoliom takođe podrazumeva jačanje i proširivanje portfolija kroz **akvizicije:** Početkom 2024. godine, Henkel je preuzeo poznati brend za negu kose Vidal Sassoon u Kini. Ova akvizicija savršeno dopunjuje lokalni portfolio poslovnog sektora Consumer Brands u Kini pokrivajući premijum segment u maloprodaji. Portfolio brenda Vidal Sassoon prvenstveno obuhvata premijum segment nege kose sa šamponima i regeneratorima, ali uključuje i proizvode za stilizovanje i tretmane kose.

Henkel je takođe ulagao u akvizicije kako bi proširio svoj portfolio u okviru poslovnog sektora Adhezivi Tehnologije, preuzimanjem američke kompanije Seal for Life Industries. Ova kompanija nudi zaštitne premaze i rešenja za zaptivanje infrastrukture u industrijama kao što su obnovljivi izvori energije, gas i voda. Ova akvizicija dopunjuje kupovinu kompanije Critica Infrastructure iz 2023. godine, koja je takođe specijalizovana za održavanje i popravku infrastrukture. Ovim akvizicijama proširili smo postojeći portfolio u atraktivnom i perspektivnom poslu održavanja, popravke i remontovanja, stvarajući platformu za dalji rast.

Tokom 2024. godine, Henkel je lansirao brojne **inovacije** na tržište, prateći važne trendove i stvarajući vrednost za kupce i potrošače. Za poslovni sektor Adhezivi Tehnologije, prošle godine je u sedištu otvoren najsavremeniji centar za testiranje baterija, direktno povezan sa najvećim globalnim inovacionim centrom ovog poslovnog sektora Inspiration Center Düsseldorf.

Ovim novim centrom za testiranje, Henkel značajno proširuje svoje kapacitete u segmentu e-mobilnosti i jača svoju poziciju kao vodeći razvojni i inovacioni partner proizvođačima automobila i baterija.

Primer inovacije u poslovnom sektoru Consumer Brands je nova tehnologija enzima za Perwoll, koja ne samo da neguje tkanine, već i pomaže u očuvanju boja odeće. Efekat obnove vlakana vidljiv je već nakon deset pranja, čime se podstiče dugotrajnost tkanina.

Pored toga, Henkel je dodatno učvrstio **održivost** u svom poslovanju i pojačao svoju posvećenost ovoj oblasti. U tu svrhu, Henkel je razvio mapu puta ka neto nultim emisijama, koja uključuje proširene ciljeve za smanjenje emisija duž celokupnog lanca vrednosti. Kompanija ima za cilj da pruži obavezujući doprinos ograničavanju globalnog zagrevanja na 1,5 °C, u skladu sa Pariskim sporazumom o klimi. Henkel-ova mapa puta, koju je potvrdila i Science Based Targets initiative (SBTi), prikazuje mere koje Kompanija sprovodi kako bi postigla neto nulte emisije gasova sa efektom staklene bašte do 2045. godine. Ovo obuhvata širok spektar mera duž celokupnog lanca vrednosti. Nadalje, Henkel je postao prva kompanija izlistana u DAX indeksu koja je uvela rodno neutralno roditeljsko odsustvo širom sveta – uz punu platu. Ovaj korak je naišao na veoma pozitivne reakcije i zaposlenih i javnosti.

Henkel je takođe ostvario dalji napredak u oblasti **digitalizacije**. U 2024, brz razvoj u veštačkoj inteligenciji (VI) bio je ključna tema. U Henkelu, VI je sastavni deo naše digitalne strategije već nekoliko godina. Na primer, VI se koristi u automatizaciji procesa, u laboratoriji za razvoj adheziva, na virtuelno povezanim globalnim proizvodnim lokacijama, u autonomnim robotima u proizvodnim pogonima i za četbotove na vebsajtovima brenda Henkel. Tokom 2024. godine, digitalna jedinica Henkel dx dodatno je optimizovala svoje unutrašnje strukture, ojačala svoju digitalnu ekspertizu i podstakla kulturu otvorenih inovacija. Pored toga, Henkel ima koristi od svog strateškog partnerstva sa vodećim globalnim digitalnim kompanijama kao što su SAP, Microsoft i Adobe. Ove saradnje omogućavaju Henkel-u da integriše najsavremenije tehnologije u svoje digitalne platforme i projekte. Ubrzavanjem digitalnih inovacija, usavršavanjem strategije platforme i unapređenjem među-funkcionalne saradnje u svim poslovnim sektorima i funkcijama, Henkel je značajno poboljšao svoju IT efikasnost.

Kao deo svoje dugoročne strategije rasta, Henkel stalno usklađuje svoje poslovne sektore sa zahtevima dinamičnih tržišta i menja očekivanja kupaca kako bi postigao dugoročni uspeh sa operativnim **modelima spremnim za budućnost.** Ovo takođe uključuje kontinuirano unapređenje poslovnih procesa u celoj Kompaniji.

Jedan primer je uspostavljanje globalnog tehnološkog centra u Bangaloru, u Indiji, gde više od 500 IT stručnjaka već radi na stvaranju potpuno integrisanog internog digitalnog čvorišta. Time Henkel povećava svoju ekonomsku efikasnost i unapređuje internu ekspertizu. U narednim godinama planirano je dalje proširenje tehnološkog centra. Henkel je takođe konsolidovao svoje poslovne aktivnosti pod jednim krovom. Povodom prelaska na S/4Hana u periodu od 2025. do 2028, Henkel će takođe proceniti kako da svoje strukture i procese učini agilnijim i fleksibilnijim. U tom kontekstu, na primer, razmatra se osnivanje zasebnih pravnih lica za dva postojeća poslovna sektora, počevši od Nemačke, a zatim korak po korak – gde je to primenjivo – u odabranim velikim zemljama. Strateško i operativno upravljanje Grupom i njenim poslovnim sektorima ostaće nepromenjeno. Ovo ima za cilj da podrži kako buduće potrebe poslovanja, tako i plan razvoja Henkel-a.

Henkel je takođe dodatno osnažio svoju **kompanijsku kulturu** u protekloj godini. Inicijativa Accelerate Cultural Transformation („Ubrzanje kulturne transformacije“, ACT), koja je pokrenuta 2023. godine, uspešno je nastavljena širom globalne organizacije. Ova inicijativa promoviše dublji dijalog i čvršću povezanost unutar timova. Prošle godine, ACT inicijativa se fokusirala na pružanje i otvorenu diskusiju o konstruktivnim povratnim informacijama. Kultura saradnje je usko povezana sa promovisanjem različitosti, jednakosti i inkluzije. Da bi dodatno unapredio različitost, Henkel prati strategiju zasnovanu na tri stuba: Prvo, podizanje svesti kroz različite formate, kao što su kampanje i događaji. Drugo, jačanje inkluzivnog ponašanja kroz programe obuke za lidere i zaposlene. I treće, kontinuirano poboljšanje strukturnih uslova, kao što je ponuda programa koji podržavaju ravnotežu između posla i privatnog života i eliminišu strukturne barijere.

Jedna od ambicija Henkela je da postigne rodni paritet na svim nivoima menadžmenta do kraja 2025. Danas oko 42 odsto rukovodećih pozicija u Henkelu širom sveta zauzimaju žene.

„Fiskalna 2024. bila je veoma uspešna i važna godina za Henkel. Ostvarili smo svoje finansijske ciljeve, koje smo podigli dva puta tokom godine. Dosledno smo sprovodili našu agendu svrsishodnog rasta u svim strateškim dimenzijama i unapredili našu transformaciju sa odlučnošću i uspehom. Na pravom smo putu, a transformacija naše kompanije daje opipljive rezultate. Sa jasnom strategijom, jakim timom i jedinstvenom kulturom kompanije, dobro smo pripremljeni za budućnost“, rezimirao je Karsten Knobel.

O kompaniji Henkel

Henkel, sa svojim brendovima, inovacijama i tehnologijama, zauzima vodeće pozicije na tržištu širom sveta u industrijskom i potrošačkom sektoru. Poslovni sektor Adhezivi Tehnologije je globalni lider na tržištu lepkova, zaptivača i funkcionalnih premaza. Sa sektorom Consumer Brands, kompanija drži vodeće pozicije posebno u sektorima pranja veša i održavanja domaćinstva i nege kose na mnogim tržištima i kategorijama širom sveta. Tri najjača brenda kompanije su Loctite, Persil i Schwarzkopf. U fiskalnoj 2024. godini, Henkel je ostvario prodaju od preko 21,6 milijarde evra i prilagođeni operativni profit od oko 3,1 milijarde evra. Prioritetne akcije Henkela su uvrštene u nemački indeks DAX. Održivost ima dugu tradiciju u Henkel-u, a kompanija ima jasnu strategiju održivosti sa specifičnim ciljevima. Henkel je osnovan 1876. godine i danas zapošljava raznovrsni tim od više od 47.000 ljudi širom sveta - ujedinjen jakom korporativnom kulturom, deljenim vrednostima i zajedničkom svrhom: „Pioneers at heart for the good of generations“. Za više informacija, molimo vas posetite [www.henkel.rs](http://www.henkel.rs)

Ovaj dokument sadrži izjave koje se odnose na buduće poslovanje, finansijske rezultate i druge događaje ili okolnosti u budućnosti koje su važne Henkelu a koje se mogu smatrati izjavama koje se odnose na budućnost. Izjave koje se odnose na budućnost se odlikuju rečima poput „očekivati“, „nameravati“, „planirati“, „predviđati“, „procenjivati“, i sličnim terminima. Ove informacije sadrže izjave koje se odnose na budućnost zasnovane na trenutnim procenama i predviđanjima rukovodstva kompanije Henkel AG & Co. KGaA. Takvim izjavama se na bilo koji način ne garantuje da će se takva očekivanja ostvariti. Budući učinci i rezultati koje će Henkel AG & Co. KGaA i njegova povezana društva stvarno ostvariti zavisi od više rizika i neizvesnosti, i stoga se mogu razlikovati materijalno od izjava koje se odnose na budućnost. Mnogi od ovih faktora su van Henkelove kontrole i ne mogu se precizno predvideti, poput budućeg privrednog ambijenta i radnji rivala i drugih uključenih u tržište. Henkel ne planira niti se obavezuje da ažurira bilo koju izjavu koja se odnosi na budućnost.

Ovaj dokument uključuje dodatne finansijske mere koje nisu jasno definisane u primenjivom okviru finansijskog izveštavanja, i koje su ili mogu biti alternative merama rezultata. Ove dodatne finansijske mere ne bi trebalo posmatrati izolovane ili kao alternative merama Henkelove neto imovine i finansijskih pozicija ili rezultata poslovanja kao što su prikazani u skladu sa primenjivim okvirom finansijskog izveštavanja u svojim konsolidovanim finansijskim izveštajima. Druge kompanije koje izveštavaju ili opisuju slično naslovljene alternativne mere učinaka bi mogle da ih računaju drugačije.

Ovaj dokument je izdat isključivo u informativne svrhe i ne predstavlja nameru da čini investicioni savet ili ponudu za prodaju, niti poziv za ponudu za kupovinu bilo kojih hartija od vrednosti.

Kontakt Jelena Gavrilović Šarenac Tijana Antić

Telephone +381 60 207 22 09 +381 60 207 22 08

Email jelena.sarenac@henkel.com tijana.antic@henkel.com

Henkel Srbija d.o.o.

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