

В первом квартале 2012 г. компания «Хенкель» продемонстрировала уверенный рост продаж и увеличение рентабельности

Долгосрочные цели на 2012 финансовый год вновь подтверждены

- Объем продаж увеличился на 4,8% до 4,008 млрд. евро (органический рост +4,7%)
- Скорректированная операционная прибыль выросла на 16,6% до 551 млн. евро
- Скорректированная рентабельность оборота (EBIT margin) возросла на 1,3 процентных пункта до 13,7%
- Скорректированная прибыль на привилегированную акцию (EPS) увеличилась на 19,2% до 0,87 евро
- Развивающиеся рынки продолжают демонстрировать хорошие темпы роста (+ 8,7%)
- Показатели общей прибыли улучшились, несмотря на рост цен на сырье

Дюссельдорф – «Несмотря на непростую экономическую ситуацию и высокую конкуренцию в 2012 финансовом году компания «Хенкель» взяла хороший старт. Мы достигли высоких показателей органического роста и значительно увеличили нашу рентабельность», – заявил Каспер Рорштед, CEO компании «Хенкель». – Это достижение – заслуга всех бизнес подразделений компании. Развивающиеся рынки вновь демонстрируют хорошие темпы роста. Всё это подкрепляет нашу уверенность в том, что мы сможем достичь целей, поставленных на 2012 год».

Говоря о начале 2012 финансового года, г-н Рорштед отметил следующее: «Мы считаем, что нестабильность и неопределенность экономической ситуации будет и дальше оказывать существенное влияние на наши рынки. Как следствие, нам необходимо соответствующим образом постоянно адаптировать наши рабочие процессы и структуру с тем, чтобы иметь возможность реагировать на рыночные изменения быстрее и оперативнее, чем наши конкуренты».

Долгосрочные цели компании на 2012 финансовый год были вновь подтверждены: «Мы ожидаем увеличения органического роста продаж компании в диапазоне 3-5%. Мы также



ожидаем увеличения скорректированной рентабельности оборота до 14% и увеличения скорректированной прибыли на привилегированную акцию, по меньшей мере, на 10%».

Объем продаж компании в первом квартале 2012 года увеличился на 4,8% по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года и составил 4,008 млрд. евро. Органический рост продаж, т.е. скорректированный с учетом влияния валютных курсов, а также приобретений и продаж активов, увеличился на 4,7%.

Таких хороших показателей удалось достичь благодаря успешной работе всех бизнес подразделений компании. Подразделение **«Чистящие и моющие средства»** достигло органического роста в 4,5%. Органический рост продаж подразделения **«Косметика и средства личной гигиены»** составил 4% ровно. Подразделение **«Клеи и технологии»** достигло высокого показателя органического роста в 5,6%. Таких стабильных результатов по всем трем бизнес подразделениям компании удалось достичь благодаря сильным брендам и постоянным инновациям.

Скорректированная операционная прибыль, с учетом затрат на реструктуризацию и разовые приобретения, увеличилась на 16,6% с 473 млн. евро до 551 млн. евро благодаря успешной работе всех трех бизнес подразделений компании. **Операционная прибыль (ЕБИТ)** увеличилась на 25,2% с 430 млн. евро до 538 млн. евро.

Скорректированная рентабельность оборота (ЕБИТ margin) существенно возросла (на 1,3 процентных пункта) с 12,4% до 13,7%, несмотря на рост цен на сырье и упаковку. Рентабельность оборота возросла до 13,4%, превысив прошлогодний показатель в 11,2%.

В целом, **финансовые показатели** компании «Хенкель» в первом квартале 2012 года, по сравнению с первым кварталом прошлого года, немного улучшились – до -36 млн. евро (в первом квартале 2011: -37 млн. евро). Налоговая ставка составила 24,7%, что на 1,5 процентных пункта ниже аналогичного показателя в прошлом году (26,2%).

Чистая квартальная прибыль увеличилась на 30,3% с 290 млн. евро до 378 млн. евро. За вычетом процентов миноритарных акционеров (9 млн. евро), квартальная прибыль составила 369 млн. евро против 285 млн. евро годом ранее. С учетом корректировок и за вычетом процентов миноритариев, чистая квартальная выручка за первый квартал 2012 г. составила 377 млн. евро против 314 млн. евро в первом квартале прошлого года.

Прибыль на привилегированную акцию (EPS) увеличилась с 0,66 евро до 0,86 евро. Прибыль на привилегированную акцию с учетом корректировок увеличилась до 0,87 евро по сравнению с 0,73 евро за аналогичный период прошлого года.

Соотношение **чистого оборотного капитала** к объему продаж составило 8% ровно, оставшись на уровне прошлого года. Чистая задолженность компании была снижена до 1,159 млрд. евро против 1,874 млрд. евро на дату 31 марта 2011 г.

Показатели работы бизнес подразделений

В первом квартале 2012 г. подразделение **«Чистящие и моющие средства»** продемонстрировало отличные результаты, существенно превысив по основным показателям итоги первого квартала 2011 г. В номинальном выражении объем продаж увеличился на 3,3% до 1,108 млрд. евро. Органический рост продаж составил 4,5% главным образом за счет повышения цен как во второй половине 2011 г., так и в первом квартале 2012 г. Объем продаж в физическом выражении остался на уровне первого квартала прошлого года.

Скорректированная операционная прибыль по подразделению возросла более чем на 20% и составила 160 млн. евро. Рентабельность оборота с учетом корректировок возросла на 2,1 процентных пункта до 14,5%. Операционная прибыль достигла 157 млн. евро против 100 млн. евро за аналогичный период прошлого года.

В первом квартале 2012 г. подразделение **«Косметика и средства личной гигиены»** продолжило позитивную тенденцию предыдущих лет, вновь продемонстрировав значительный рост. Объем продаж превысил уровень первого квартала предыдущего года на 4,9% и достиг 861 млн. евро. В условиях слабой рыночной конъюнктуры и повышенной конкуренции органический рост продаж вновь увеличился и достиг 4% ровно.

Скорректированная операционная прибыль по подразделению вновь значительно возросла по сравнению с уровнем предыдущего года (на 9,3%) и составила 124 млн. евро. Рентабельность оборота с учетом корректировок вновь оказалась выше аналогичного показателя прошлого года и достигла 14,4%, увеличившись на 0,6 процентных пункта. Операционная прибыль возросла на 7,1% до 120 млн. евро.

В первом квартале 2012 финансового года подразделение **«Клеи и технологии»** вновь продемонстрировало уверенный рост продаж и прибыли. Объем продаж подразделения увеличился на 6,2% и составил 2,001 млрд. евро. Органический рост продаж составил 5,6%. Столь высоких показателей удалось достичь за счет повышения цен, которое составило 6,2%. Объем продаж в физическом выражении в первом квартале оказался немного ниже уровня предыдущего года.

Скорректированная операционная прибыль подразделения в 2011 г. вновь существенно увеличилась по сравнению с уровнем предыдущего года (на 16,9%) и достигла 289 млн. евро. При этом скорректированная рентабельность оборота увеличилась на 1,3 процентных пункта до 14,4%. Операционная прибыль по сравнению с первым кварталом 2011г. увеличилась на 16,2% и составила 283 млн. евро.

Развивающиеся рынки

Существенный вклад в рост объема продаж компании внесли развивающиеся рынки (регионы - Восточная Европа, Африка, Ближний Восток, Латинская Америка и Азия за исключением Японии), на которых продажи выросли на 6,7% до 1,639 млрд. евро. По сравнению с уровнем

предыдущего года здесь органический рост составил 8,7%, главным образом, благодаря высоким результатам подразделений «Клеи и технологии» и «Чистящие и моющие средства». Таким образом, доля продаж на развивающихся рынках от общего объема продаж компании увеличилась с 40% в первом квартале 2011 г. до 41% в 2012 г.

Прогноз на 2012 г.

Компания «Хенкель» подтверждает свои прогнозы и в 2012 финансовом году ожидает увеличения органического роста продаж в диапазоне 3-5%. При этом «Хенкель» уверена, что компании удастся закрепить тенденцию роста ее показателей в потребительском секторе с возможным увеличением роста продаж в районе нижнего диапазона первого десятка процентного показателя. В секторе подразделения «Клеи и технологии», компания «Хенкель» ожидает роста продаж в диапазоне середины первого десятка процентного показателя. Компания «Хенкель» также подтверждает свои прогнозы в отношении увеличения скорректированной рентабельности оборота до 14% (в 2011 г.: 13,0%) и увеличения скорректированной прибыли на привилегированную акцию, по меньшей мере, на 10% (в 2011 г.: 3,14 евро). Данный прогноз базируется на предстоящем увеличении отпускных цен и дальнейшей адаптации своей деятельности к постоянно меняющимся рыночным условиям. Благодаря этим мерам, а также за счет продолжения политики по жесткому контролю издержек, компания «Хенкель» намерена компенсировать влияние повышения цен на сырье.

Компания «Хенкель» представляет на мировом рынке ведущие бренды и технологии в трех основных направлениях - "Чистящие и моющие средства", "Косметика и средства личной гигиены" и "Клеи и технологии". Основанная в 1876 году, компания «Хенкель» во всем мире занимает ведущие позиции, как в потребительском, так и в производственном секторе, благодаря таким широко известным брендам как Persil, Schwarzkopf и Loctite. В компании работает более 47 000 сотрудников. В 2011 финансовом году объем продаж компании «Хенкель» превысил 15,605 млрд. евро, скорректированная операционная прибыль составила 2,029 млрд. евро. Привилегированные акции «Хенкель» входят в индекс фондового рынка Германии DAX, а сама компания - в рейтинг 500 крупнейших мировых компаний журнала Fortune.

За дополнительной информацией, пожалуйста, обращайтесь:

Отдел Корпоративных Коммуникаций «Хенкель» Россия Наталья Овакимян, Полина Упитис

Тел. (495) 795 05 95 Email: Natalia.Ovakimian@henkel.com; Polina.Uptis@henkel.com

PR-агентство Willard PR Moscow Екатерина Патрина

Тел. (495) 775 47 95 Email: patrina@willardgroup.ru