

Kolejna poprawa prognozy finansowej na 2010 rok

Znaczny wzrost sprzedaży i zysku Henkla w drugim kwartale

- Wzrost sprzedaży o 11,6%, do poziomu 3,890 mld euro
- Organiczny wzrost sprzedaży na poziomie 6,8%
- Udział regionów wzrostu w strukturze sprzedaży na poziomie 41% (wzrost o 3 p.p.)
- Skorygowany zysk operacyjny na poziomie 476 mln euro (wzrost o 54,5%)
- Skorygowana marża EBIT na poziomie 12,2% (wzrost o 3,5% p.p.)
- Skorygowany zysk na akcję uprzywilejowaną (EPS) na poziomie 0,73 euro (wzrost o 97,1%)

„Po bardzo dobrym początku roku, systematyczny wzrost wyników naszej działalności obserwowany był również w drugim kwartale roku, głównie za sprawą segmentu Adhesive Technologies (chemia budowlana, kleje i technologie dla przemysłu) oraz segmentu kosmetyków pielęgnacyjnych i zapachowych. Równocześnie należy podkreślić, że udział regionów wzrostu w strukturze sprzedaży osiągnął poziom 41%” – powiedział Kasper Rorsted, prezes zarządu firmy Henkel. Rorsted dodał: „Doskonałe wyniki za drugi kwartał to zasługa silnych marek i innowacyjnych rozwiązań. Chciałbym równocześnie podkreślić, że niezmiennie koncentrujemy się na wdrażaniu coraz efektywniejszych rozwiązań i bardziej rygorystycznej polityki zarządzania kosztami, a także osiąganiu kolejnych priorytetowych celów strategicznych. To także przyczyniło się do uzyskania tak doskonałych wyników. W efekcie mamy nadzieję zwiększyć w tym roku nasz zysk o ponad 25% w porównaniu do poprzedniego roku.”

W drugim kwartale 2010 r. firma Henkel zrealizowała sprzedaż na poziomie 3,890 mld euro. Dzięki stabilizującej się sytuacji na rynku, wynik ten był lepszy od odnotowanego w analogicznym okresie poprzedniego roku o 11,6%. Wzrost przychodów ze sprzedaży po wyeliminowaniu różnic kursowych wyniósł 6,0%. Względem analogicznego okresu roku 2009 organiczny wzrost sprzedaży, czyli wzrost skorygowany o różnice kursowe oraz efekty transakcji przejęć i zbycia aktywów, był istotny i wyniósł 6,8%. Do tak dobrego wyniku przyczyniły się zwłaszcza wzrosty w segmencie Adhesive Technologies oraz segmencie kosmetyków pielęgnacyjnych i zapachowych. Segment Adhesive Technologies po raz kolejny w tym roku osiągnął dwucyfrowy wzrost w ujęciu organicznym (13,6%). Podobnie wynik segmentu kosmetyków pielęgnacyjnych i zapachowych (wzrost organiczny na poziomie 5,0%) był znacznie wyższy niż obserwowany wzrost wartości rynku. Segment środków piorących i środków czystości odnotował wprawdzie ilościowy wzrost sprzedaży, jednak ze względu na intensywne działania promocyjne i silną konkurencję cenową w ujęciu organicznym sprzedaż segmentu spadła o 1,5%.

Dzięki znakomitym wynikom segmentu Adhesive Technologies, zysk operacyjny (EBIT) wzrósł o 51,2%, z 279 do 421 milionów euro. Skorygowany zysk operacyjny (z wyłączeniem obciążeń o charakterze jednorazowym w wysokości 9 milionów euro, zysków o charakterze jednorazowym na poziomie 1 miliona euro oraz kosztów restrukturyzacji w kwocie 47 milionów euro) wzrósł z 308 do 476 milionów euro (wzrost o 54,5%).

Rentowność sprzedaży (marża EBIT) znacznie wzrosła z 8,0% do 10,8%, natomiast skorygowana rentowność sprzedaży wzrosła z poziomu 8,7% aż do 12,2%.

Wynik na działalności finansowej wzrósł z -60 mln EUR do -35 mln EUR, dzięki zmniejszeniu zadłużenia netto i dzięki lepszym wynikom na transakcjach zabezpieczających przed ryzykiem kursowym. Efektywna stopa opodatkowania wyniosła 27,5%.

Dzięki wyższej marży EBIT odnotowano wzrost zysku netto w ujęciu kwartalnym o 86,7%, ze 150 do 280 milionów euro. Po wyłączeniu udziałów mniejszości w kwocie 7 milionów euro, zysk netto w ujęciu kwartalnym wyniósł 273 miliony euro (w drugim kwartale 2009 r.: 143 miliony euro). Skorygowany zysk netto w ujęciu kwartalnym po odliczeniu udziałów mniejszości wyniósł 315 milionów euro wobec 162 milionów euro w analogicznym okresie 2009 r. Zanotowano znaczny wzrost zysku na akcję uprzywilejowaną (EPS), z poziomu 0,33 do 0,63 euro. Skorygowany

zysk na akcję uprzywilejowaną wzrósł niemal dwukrotnie do 0,73 z 0,37 euro w drugim kwartale 2009 r.

Wyniki w Europie Środkowej i Wschodniej

W pierwszym półroczu 2010 r. oddział Henkel CEE (odpowiadający za działalność biznesową Henkla w regionie Europy Środkowo-Wschodniej) odnotował bardzo dobry wynik, pomimo znaczących wahań kursów walutowych, sięgających nawet 20 procent w porównaniu z rokiem ubiegłym.

„W 2009 r. panował niekorzystny dla nas trend umacniania się wartości euro w stosunku do walut lokalnych w regionie Europy Środkowo-Wschodniej (średnio aż 14 procent), natomiast w roku bieżącym kurs euro znajduje się pod wpływem sprzyjającego nam trendu spadkowego (wartość euro obniżyła się wobec walut regionu o 6 procent). Sytuacja taka rodzi ogromne wyzwania w obszarze zarządzania biznesowego, jednak z dumą możemy stwierdzić, że poszczególne zespoły Henkla w regionie doskonale sobie z nią poradziły” – powiedział Günter Thumser, prezes Henkel CEE.

W 2010 r. nastąpiło całkowite odwrócenie tendencji rynkowych panujących w 2009 r. Podczas gdy Dział Adhesive Technologies powrócił na ścieżkę wzrostu, sektor dóbr konsumpcyjnych odnotował spadki sprzedaży spowodowane ograniczaniem konsumenckiego popytu. Dla przykładu – rynek proszków do prania skurczył się w skali regionu o 6-10 procent, a produktów do koloryzacji włosów o 6 procent. Należy wspomnieć także o niezwykle silnej konkurencji, która wymusza stosowanie strategii „codziennie niskich cen”. W rezultacie ceny spadły już o 20% w porównaniu z 2009 r.

Pomimo tego oddział Henkel CEE odnotował jako całość jednocyfrowy wzrost wartości sprzedaży liczony w walutach lokalnych oraz wysoki, jednocyfrowy wzrost wyrażony w euro.

„Oczekujemy, że w drugiej połowie 2010 r. wbrew ogólnemu trendowi rynkowemu, utrzymamy dynamiczny wzrost sprzedaży w Dziale Kosmetyków Pielęgnacyjnych i Zapachowych, przede wszystkim za sprawą ogromnego sukcesu rynkowego marki Syoss. Jeżeli chodzi o Dział Adhesive Technologies, to możemy oczekiwać, że będzie on nadal korzystać z poprawy koniunktury w sektorze przemysłowym. Co więcej – jest nadzieja, że ożywienie gospodarcze utrzyma się. Dział Środków Piorących i Czystości zamierza równoważyć presję kosztową, wynikającą z rosnących cen surowców, poprawą efektywności, co pozwoli odnotować na koniec roku finansowego 2010 dalszy wzrost wartości sprzedaży” – dodał Thumser.

Prognoza sprzedaży i zysku na 2010 r.

Biorąc pod uwagę prognozy gospodarcze na bieżący rok, Henkel przewiduje, że wzrost gospodarczy na świecie wyniesie ok. 3,5%.

Pod względem organicznego wzrostu sprzedaży Henkel spodziewa się osiągnięcia wyników lepszych od obserwowanych trendów rynkowych. W zakresie działalności operacyjnej wdrożonych zostało szereg rozwiązań, które dodatkowo przyspieszą wzrost. Przykładowo, do wzrostu zysków przyczynią się zarówno efekty synergii będące wynikiem integracji National Starch, jak i polityka zdyscyplinowanego zarządzania kosztami. Zarówno powyższe czynniki, jak i oczekiwany wzrost sprzedaży korzystnie wpłyną na wielkość skorygowanego zysku operacyjnego (EBIT) oraz skorygowanego zysku na akcję uprzywilejowaną (EPS). Spółka zakłada, że obydwa wskaźniki wzrosną o ponad 25% w porównaniu z wartościami odnotowanymi w 2009 r.

Henkel