5 marzo 2020

Un nuovo quadro strategico per una crescita fondata sul “*Purpose*”

# Henkel lancia la nuova agenda per la crescita

* **Il nuovo quadro strategico ridefinisce la direzione dell’Azienda**
* **Il portfolio prodotti diventa più forte grazie alla sua ridefinizione**
* **Vantaggio competitivo: innovazione, sostenibilità, digitalizzazione**
* **Più velocità nell’introdurre innovazioni ad elevato impatto attraverso maggiori investimenti**
* **Importanti traguardi e obiettivi ambiziosi danno propulsione alla sostenibilità**
* **Digitalizzare e creare valore per clienti e consumatori**
* **Nuovi modelli operativi per essere agili, veloci e semplici**
* **Empowerment e cultura incentrata sulla collaborazione**
* **L’agenda per la crescita è sostenuta da obiettivi economico-finanziari di medio e lungo termine**
* **Crescita organica delle vendite: 2 – 4%**
* **Crescita dell’EPS depurato\* ad una cifra, nella fascia media o alta dei valori, a tassi costanti di cambio**
* **Focus sul flusso libero di cassa**

**Düsseldorf – In occasione della presentazione agli investitori, agli analisti finanziari e ai media, Henkel ha introdotto il quadro strategico di riferimento per il futuro.**

\* Depurato da costi / ricavi straordinari e oneri di ristrutturazione.

**“In Henkel, stiamo costruendo lo sviluppo futuro su solide fondamenta: marchi forti e tecnologie innovative; business altamente attrattivi con posizioni di leadership nei mercati di riferimento a livello globale; un team estremamente dedicato; un’eccellente situazione economico-finanziaria con elevata liquidità. Nel recente passato abbiamo registrato risultati al di sotto delle nostre ambizioni e delle aspettative degli azionisti ma, guardando al futuro, sappiamo che possiamo fare meglio e che faremo meglio”, ha affermato Carsten Knobel, Chief Executive Officer of Henkel.**

**“Abbiamo definito il quadro strategico di riferimento per la nostra azienda in seguito all’analisi delle nostre aree di forza e dei necessari cambiamenti. Tale quadro di riferimento ci guiderà a vincere le sfide del 2020, aiutandoci ad essere focalizzati su una crescita basata su un chiaro *purpose*. Ciò significa creare elevato valore per clienti e consumatori, crescere di più dei mercati di riferimento, rafforzare la nostra leadership nella sostenibilità e creare opportunità di sviluppo, professionale e personale, per i dipendenti Henkel”, ha spiegato Knobel.**

**“In prospettiva, il nostro quadro strategico, favorendo la crescita basata sul *purpose*, guiderà lo sviluppo positivo dell’azienda e continuerà ad evolvere. Gli elementi cardine del quadro strategico sono: un portfolio di successo; vantaggio competitivo nell’innovazione, nella sostenibilità e nella trasformazione digitale; nuovi modelli di business già orientati al futuro; forte cultura basata sulla collaborazione e sull’empowerment delle persone. Il nostro impegno per una crescita basata su un chiaro *purpose* è riflesso negli obiettivi economico-finanziari di medio e lungo termine,” ha sintetizzato Carsten Knobel.**

**Il portfolio prodotti diventa più forte grazie alla sua ridefinizione**

La **gestione attiva del portfolio** è un elemento cruciale per il futuro. Henkel ha individuato un gruppo di marchi e categorie che, insieme, sviluppano un business di oltre 1 miliardo di euro, prevalentemente nel settore del largo consumo. Entro il 2021, circa il 50% sarà oggetto di dismissione o disinvestimento. Fusioni e acquisizioni (**M&A**) continueranno a rimanere parte integrante della strategia Henkel.

I criteri adottati, in caso di eventuali acquisizioni e fusioni, resteranno quelli legati all’esistenza di requisiti in grado di soddisfare gli obiettivi strategici e finanziari. Henkel utilizzerà la sua forte posizione economico-finanziaria per realizzare acquisizioni ad elevato impatto. Mentre continuerà ad espandere la propria leadership nei mercati di riferimento per il business Adhesive Technologies attraverso acquisizioni, l’azienda continuerà anche a sostenere le posizioni di leadership, a livello di singoli Paesi o per categoria, nel settore al consumo, in cui sfrutterà anche le opportunità derivanti dai settori cosiddetti “white spots” e dall’implementazione di nuovi modelli di business.

**Vantaggio competitivo: innovazione, sostenibilità, digitalizzazione**

Con l’obiettivo di rafforzare ulteriormente il proprio **vantaggio competitivo,** Henkel focalizzerà le sue attività nell’accelerare l’introduzione di **innovazioni** ad elevato impatto, nell’aumentare l’impegno per la **sostenibilità,** che costituirà un fattore differenziante, e nel carpire opportunità dal mondo **digitale** in quanto elemento in grado di contribuire alla creazione di valore per il cliente e il consumatore finale.

**Più velocità nell’introdurre innovazioni ad elevato impatto attraverso maggiori investimenti**

L’accelerazione nell’introduzione d’innovazioni ad elevato impatto attraverso più investimenti significa adottare un migliore **approccio all’innovazione**. Questo comprende un maggior utilizzo di strumenti digitali, dati e approfondimenti (insights). Il processo decisionale, all’interno dell’organizzazione, sarà più orientato al mercato e si farà più leva sulle opportunità derivanti da attività di ‘*open innovation’* e ‘*idea crowdsourcing’*. Henkel continuerà a promuovere approcci più agili investendo in incubatori e centri d’innovazione. Questo approccio, così articolato, sarà in grado di contribuire allo sviluppo **d’innovazioni ad elevato impatto** in tutte e tre le aree di business. Le innovazioni e i marchi, all’interno delle categorie e delle aree geografiche considerate prioritarie, saranno supportati da importanti investimenti. Con tale proposito, Henkel è impegnata ad incrementare gli investimenti in comunicazione pubblicitaria, digitalizzazione e sistemi informatici di 350 milioni di euro rispetto al 2018.

**Importanti traguardi e obiettivi ambiziosi danno propulsione alla sostenibilità**

I traguardi raggiunti e i progressi verso gli obiettivi del 2020 e oltre, spingono Henkel a rafforzare ancora di più l’impegno sul fronte della **sostenibilità** in quanto elemento differenziante a livello competitivo.

L’azienda ha definito quali saranno le prossime pietre miliari del suo cammino in tre ambiti che sono estremamente rilevanti per i consumatori, i clienti, i partner di business e la società in senso lato. Volendo diventare un’azienda con **impronta energetica positiva (*climate positive*)** entro il 2040, Henkel intende ridurre l’impronta della produzione del 65% e risparmiare 100 milioni di tonnellate di CO2, in collaborazione con i suoi clienti, consumatori finali e fornitori, nell’arco di 10 anni ed entro il 2025.

Lavorando a favore di **un’economia circolare** e di un ambiente naturale senza rifiuti di plastica, Henkel ha definito gli obiettivi di miglioramento per le sue confezioni entro il 2025: il 100% del *packaging* Henkel sarà riciclabile o riutilizzabile\* e l’azienda intende anche ridurre del 50% l’utilizzo di plastica vergine proveniente da fonti fossili nelle confezioni dei prodotti al consumo. Henkel è impegnata anche a dare un contributo sociale nelle comunità in cui opera – attraverso una catena di approvvigionamento che sia responsabile al 100%, con il supporto responsabile degli oltre 50.000 dipendenti e migliorando le condizioni di vita di 20 milioni di persone entro il 2025.

\* Ad esclusione dei prodotti adesivi, i cui residui possono compromettere la riciclabilità delle confezioni o creare criticità nelle operazioni di riciclo

La Sostenibilità è fortemente integrata **in tutte le attività**. Definendo la Sostenibilità come pilastro fondamentale di tutte le strategie d’innovazione, i business al consumo Beauty Care e Laundry & Home Care svilupperanno il loro portfolio prodotti con particolare attenzione al packaging e lanciando formulazioni con un migliore profilo di sostenibilità e una chiara missione. Il business Adhesive Technologies continuerà ed esprimere il suo potenziale grazie a prodotti e tecnologie in grado di definire gli standard di mercato.

**Digitalizzare e creare valore per clienti e consumatori**

Andando oltre, Henkel ambisce a trasformare le opportunità del mondo **digitale** in valore per clienti e consumatori finali. Nel settore al consumo Henkel intende incrementare il coinvolgimento dei consumatori e le vendite attraverso il potenziamento delle esistenti piattaforme digitali e l’implementazione di nuove soluzioni. **La digitalizzazione delle soluzioni *end-to-end* per i clienti,** in ambito industriale, sarà guidata dall’obiettivo di cogliere nuove opportunità di business e ulteriormente migliorare la *customer experience* lungo tutti i momenti di possibile interazione. Henkel continuerà inoltre a potenziare l’integrazione dei dati *end-to-end*.

Questo consentirà, ad esempio, di creare soluzioni innovative e personalizzate basate sull’intelligenza artificiale. Henkel investirà anche su talenti digitali, con particolare riferimento alle figure di ‘*data scientist*’ e ingegneri con elevate competenze tecniche. Concludendo, Henkel desidera **abilitare una maggiore focalizzazione sul business digitale e sull’efficienza**. L’intera struttura organizzativa che si occupa di digitalizzazione sarà rivista e prenderà una nuova forma come “Digital Business.” La nuova posizione di CDIO (Chief Digital and Information Officer) è stata creata alla fine dello scorso anno affinché la parte che si occupava di digitalizzazione e quella dei sistemi informatici potessero unirsi e riportare al CEO.

La nuova organizzazione “Digital Business” è stata istituita su due pilastri: il primo è quello della “Business Technology,” che rappresenta lo strumento per guidare l’efficienza lungo tutta la catena del valore, grazie all’ottimizzazione dei processi e dei sistemi informatici; il secondo è “Henkel Digital,” la nuova unità che fungerà da incubatore e centro d’innovazione per soluzioni orientate al mercato. Saranno aperti tre Hub per l’innovazione digitale a Berlino, in Silicon Valley e in Asia.

**Nuovi modelli operativi per essere agili, veloci e semplici**

Henkel sta ridisegnando i propri modelli di business per essere più agile, veloce e semplice – ricomprendendo sia i processi sia le strutture - e alzare così il proprio livello di competitività. L’obiettivo è quello di intensificare gli sforzi per creare maggiore **prossimità verso clienti e consumatori** con un processo decisionale più veloce e un **crescente livello di efficienza**.

**Empowerment e cultura incentrata sulla collaborazione**

Una forte cultura aziendale, valori condivisi e chiari principi di collaborazione per agire come un’unica squadra: questi sono gli elementi chiave per il futuro successo di Henkel. Come primo passo Henkel ha presentato i Leadership Commitments a tutti i dipendenti nel 2019. L’azienda adesso ha pianificato di accelerare questo percorso culturale e ulteriormente incentivare **la cultura della collaborazione e dell’empowerment, aggiornare le competenze dei propri dipendenti e creare opportunità di crescita e sviluppo.**

**Obiettivi economico-finanziari di medio e lungo periodo**

“Il nostro quadro strategico di riferimento per una crescita fondata su un chiaro *purpose* si riflette negli obiettivi di medio e lungo termine: la crescita organica delle vendite è stimata tra il 2 ed il 4%, mentre la crescita dell’EPS depurato è prevista a una cifra, nella fascia media o alta dei valori, a tassi costanti di cambio. Continueremo inoltre a focalizzarci sul flusso libero di cassa,” ha affermato Carsten Knobel.

“Riassumendo, siamo convinti che oggi siano state poste le fondamenta per lo sviluppo, la crescita e i successi futuri. Da ora ci impegneremo per implementare tutte le misure, guidare il cambiamento e sviluppare ulteriormente la nostra agenda,” ha concluso Carsten Knobel.

Nota:  
Ulteriori materiali sono disponibili in inglese agli indirizzi [www.henkel.com/press](http://www.henkel.com/press) e [www.henkel.com/ir](http://www.henkel.com/ir)

**Henkel**

Henkel opera a livello mondiale con un portfolio bilanciato e ben diversificato. L’azienda detiene posizioni di leadership sia nel settore industriale sia nel largo consumo grazie ai marchi, le innovazioni e le tecnologie delle tre divisioni. Henkel Adhesive Technologies è leader globale nel mercato degli adesivi. Nei mercati Laundry & Home Care e Beauty Care, Henkel vanta posizioni di leadership in molti mercati e categorie in diversi Paesi del mondo. Fondata nel 1876, Henkel ha costruito una storia di successi lunga oltre 140 anni. Nel 2019 l’azienda ha registrato un fatturato complessivo di oltre 20 miliardi di euro, con un margine operativo depurato pari a 3,2 miliardi di euro. Oggi il gruppo impiega circa 52.000 collaboratori in tutto il mondo – un team motivato ed estremamente eterogeneo, unito da una forte cultura aziendale, il comune obiettivo di creare valore sostenibile, nonchè valori condivisi. Leader riconosciuto nell’ambito della sostenibilità, Henkel è tra le maggiori aziende in molti indici e ranking internazionali. Le azioni privilegiate Henkel sono quotate presso la Borsa tedesca secondo l'indice DAX. Per maggiori informazioni, visitate il sito [www.henkel.com](http://www.henkel.com)

**Per informazioni alla stampa:**

**Cecilia de’ Guarinoni Silvia Vergani**Corporate Communication, Henkel Italia B-Story

Tel: +39 02 35792435 Tel: +39 349 7668102

E-mail: [Cecilia.deGuarinoni@henkel.com](mailto:Cecilia.deGuarinoni@henkel.com) E-mail: [silvia.vergani@b-story.eu](mailto:silvia.vergani@b-story.eu)