7 marzo 2023

Risultati complessivamente soddisfacenti in un contesto molto sfidante

Henkel: significativo aumento del fatturato nel 2022, prevista un’ulteriore crescita nel 2023

* **Risultati dell’anno fiscale 202****2:**
	+ **Fatturato del Gruppo: 22,4 miliardi di euro, crescita organica\* +8,8%**
	+ **Margine operativo (EBIT)\*\*: 2,3 miliardi di euro, -13,7%**
	+ **Margine EBIT \*\*: 10,4%, -3,0 punti**
	+ **Utile per azione privilegiata (EPS)\*\*: 3,90 euro, -17,8% a tassi costanti di cambio**
* **Proposto dividendo al livello dello scorso anno: 1,85 euro per azione privilegiata**
* **Operativa la nuova business unit Consumer Brands**
* **Previsioni per l’anno fiscale 2023: attesa un’ulteriore crescita**
	+ **Crescita organica del fatturato tra 1,0 e 3,0%**
	+ **Margine EBIT \*\* tra 10,0 e 12,0%**
	+ **Utile per azione privilegiata (EPS)\*\* tra -10,0 e +10,0% a tassi costanti di cambio**

**Düsseldorf – “In un anno molto sfidante come il 2022 abbiamo ottenuto una significativa crescita del fatturato e una profittabilità soddisfacente, e abbiamo implementato importanti misure strategiche. Siamo riusciti a compensare parzialmente il drammatico aumento dei costi delle materie prime e della logistica applicando prezzi più alti e continuando a lavorare sull’efficienza. Il nostro fatturato è così salito al nuovo record di circa 22,4 miliardi di euro, con un profitto operativo di 2,3 miliardi di euro. Su queste basi, proporremo agli azionisti un dividendo allo stesso livello dell’anno scorso. Con l’integrazione delle nostre attività rivolte al largo consumo nella nuova divisione Consumer Brands, abbiamo avviato con successo una delle più grandi trasformazioni della nostra azienda negli ultimi decenni”, ha detto il CEO di Henkel, Carsten Knobel.**

**“Grazie al grande impegno del nostro team globale, alla nostra cultura, alla solida e lungimirante strategia di crescita, abbiamo superato complessivamente bene le difficoltà dell’anno fiscale appena concluso. Siamo ben equipaggiati per navigare in questi tempi complessi e raggiungere obiettivi ambizioni. Siamo pronti per crescere ancora, trainati dallo sviluppo delle nostre divisioni Adhesive Technologies e Consumer Brands”.**

**Fatturato e profittabilità nell’anno fiscale 2022**

Il **fatturato** del Gruppo Henkel è salito a 22.397 milioni di euro nell’anno fiscale 2022, con una crescita nominale dell’11,6% e una significativa **crescita organica** pari all’8,8%, dovuta anche all’aumento dei prezzi praticati da tutte le business unit. Acquisizioni e dismissioni hanno avuto un impatto pari al -1,1% sul fatturato, mentre le oscillazioni valutarie hanno avuto un impatto positivo pari al 3,9%.

La divisione **Adhesive Technologies** ha ottenuto una crescita a doppia cifra del fatturato organico (+13,2%) grazie al contributo di tutte le aree di business. L’andamento del fatturato organico di **Beauty Care** è stato leggermente negativo (-0,5%). Mentre il segmento professionale della cura dei capelli ha mostrato segni di ripresa, le attività al consumo sono state penalizzate dalle misure già annunciate di gestione del portafoglio. La business unit **Laundry & Home Care** ha visto una crescita del fatturato organico del 6,3%, trainata soprattutto dallo sviluppo importante dell’area Laundry Care.

Nei **mercati emergenti** il fatturato è cresciuto in termini organici del 13,3%, mentre nei **mercati maturi** lo sviluppo è stato del 5,2%.

Il **margine operativo depurato (EBIT depurato)** ha raggiunto i 2.319 milioni di euro, in calo rispetto ai 2.686 milioni di euro dell’anno fiscale 2021 (-13,7%). Sulla profittabilità ha pesato l’aumento rilevante dei costi delle materie prime e della logistica, che sono stati solo parzialmente compensati dal rincaro dei prezzi e dalle continue misure per contenere i costi e migliorare l’efficienza della produzione e della supply chain.

Al 10,4%, il **tasso depurato di ritorno sulle vendite (margine EBIT depurato)** è stato inferiore allo scorso anno (13,4% nel 2021).

Gli **utili depurate per azione privilegiata** sono scesi del 14,5% a 3,90 euro (4,56 euro l’anno scorso), ovvero del 17,8% a tassi costanti di cambio.

Il **capitale circolante netto** in percentuale sul fatturato è cresciuto del 4,5%, guadagnando 2,3 punti percentuali rispetto all’anno scorso. Questo è attribuibile principalmente al rilevante aumento dei prezzi dei materiali diretti.

Il **flusso libero di cassa** è stato pari a 653 milioni di euro, in significativo calo rispetto ai 1.478 milioni di euro del 2021 in ragione dell’aumento del capitale circolante netto e del flusso ridotto di cassa delle attività operative, risultato del margine operativo inferiore.

La **posizione finanziaria netta** è stata di -1.267 milioni di euro (-292 milioni di euro al 31 dicembre 2021). Ciò riflette le spese relative alla campagna di riacquisto delle azioni lanciata nel febbraio 2022 e al pagamento dei dividenti nel secondo trimestre dell’anno.

All’Annual General Meeting del 24 aprile 2023 sarà proposto agli azionisti un dividendo allo stesso livello dello scorso anno, pari a 1,85 euro per azione privilegiata e 1,83 euro per azione ordinaria. Questo corrisponde a un rapporto di payout del 46,6%, che è superiore alla fascia tra il 30 e il 40% indicata come obiettivo e riflette l’inusuale impatto sulla profittabilità dell’aumento dei prezzi e dei costi della logistica. La solidità finanziaria e il basso indebitamento del Gruppo consentono a Henkel di mantenere continuità nei dividendi proposti agli azionisti.

**Previsioni per l’anno fiscale 2023**

L’economia mondiale rimarrà debole nel 2023. In base alle attuali stime, la spinta inflazionistica resterà alta a causa dell’aumento previsto del costo del lavoro, dell’energia e dei beni commodity. In questo contesto, rispetto al 2022 si attende per i prezzi medi dei materiali diretti un rincaro nella fascia bassa o media della cifra singola. I tassi d’interesse rimarranno significativamente più alti negli anni scorsi. La domanda industriale sarà inferiore all’anno passato, mentre la ripresa dei mercati al consumo nelle aree chiave per Henkel subirà un rallentamento. La dismissione delle attività di Henkel in Russia sarà completata entro la fine del primo trimestre 2023.

Considerati questi elementi, per l’anno fiscale 2023 Henkel prevede una **crescita organica del fatturato** tra l’1,0 e il 3,0%, con uno sviluppo in questa fascia per entrambe le business unit. Il **tasso depurato di ritorno sulle vendite (margine EBIT depurato)** è atteso tra il 10,0 e il 12,0%, in particolare tra il 13,0 e il 15,0% per Adhesive Technologies e tra il 7,5 e il 9,5% per Consumer Brands. A tassi costanti di cambio, l’**utile depurato per azione privilegiata** **(EPS)** è stimato tra il -10,0 e il +10,0%.

**Operativa la nuova business unit Consumer Brands**

Annunciata nel gennaio 2022, l’integrazione delle attività rivolte al largo consumo in un’unica divisione rappresenta una delle maggiori trasformazioni di Henkel negli ultimi decenni. La nuova business unit Consumer Brands, operativa dall’inizio del 2023, riunisce nella stessa organizzazione tutti i marchi al consumo in diverse categorie merceologiche, compresi brand iconici come Persil (Dixan in Italia) e Schwarzkopf. Con questa operazione, Henkel ha creato una piattaforma multicategoria del valore di circa 11 miliardi di euro di fatturato nel 2022.

L’obiettivo della fusione è aumentare la profittabilità delle attività del Gruppo rivolte al largo consumo e generare nuove opportunità di crescita. Per questo motivo, il portafoglio delle categorie cura capelli, bucato e pulizia della casa verrà ottimizzato per focalizzarsi sui mercati e i marchi che offrono un maggior potenziale di sviluppo e marginalità. L’integrazione creerà sinergie significative, che saranno in parte usate per investimenti mirati sulle priorità strategiche quali l’innovazione, la sostenibilità e la digitalizzazione, nonché per rafforzare la profittabilità e la crescita della stessa business unit.

NOTA: il comunicato stampa integrale è disponibile in inglese sul sito [Henkel.com](https://www.henkel.com/press-and-media/press-releases-and-kits/2023-03-07-henkel-delivers-significant-sales-increase-in-2022-poised-for-further-growth-in-fiscal-2023-1807140)

Informazioni su Henkel

Con i suoi marchi, innovazioni e tecnologie, Henkel detiene posizioni di leadership sia nel settore industriale sia nel largo consumo. La business unit Adhesive Technologies è leader globale nel mercato degli adesivi, dei sigillanti e dei rivestimenti funzionali. Con Consumer Brands, l’azienda vanta posizioni di leadership nei segmenti della cura dei capelli, del bucato e della pulizia della casa in molti mercati e categorie in diversi Paesi del mondo. I tre marchi principali sono Loctite, Persil (Dixan in Italia) e Schwarzkopf. Nel 2022 Henkel ha registrato un fatturato complessivo di oltre 22 miliardi di euro, con un margine operativo depurato pari a circa 2,3 miliardi di euro. Le azioni privilegiate Henkel sono quotate presso la Borsa tedesca secondo l'indice DAX. Lo sviluppo sostenibile ha una lunga tradizione in Henkel, che ha una chiara strategia di sostenibilità con obiettivi concreti. Fondata nel 1876, Henkel impiega oltre 50.000 collaboratori nel mondo – un team eterogeneo, unito da una forte cultura aziendale, valori condivisi e un purpose comune: “Pionieri nel cuore per il bene di intere generazioni”. Per maggiori informazioni, visitate il sito [www.henkel.com](http://www.henkel.com)

**Per informazioni alla stampa:**

**Giusi Viani Silvia Vergani**

Head of Corporate Communications, Henkel ItaliaCorporate Comm. Consultant, Henkel Italia

Tel: +39 348 4761287 Tel: +39 349 7668102

E-mail: giusi.viani@henkel.com E-mail: silvia.vergani@henkel.com