

Résultats T1 2023

Janvier-Mars

Bon début d'exercice 2023

Henkel enregistre une forte croissance organique de ses ventes au premier trimestre

- **Les ventes du Groupe affichent une croissance organique de 6,6 % pour atteindre environ 5,6 milliards d'euros ; croissance nominale des ventes de 6,4 %**
- **Croissance tirée par une très forte augmentation des ventes dans les deux activités :**
 - Adhesive Technologies : croissance organique de 6,8 %, croissance nominale de 6,1 %
 - Consumer Brands : croissance organique des ventes de 7,0 % ; croissance nominale de 7,3 %
- **Cession des activités commerciales en Russie finalisée**
- **Des progrès réalisés dans la mise en œuvre du plan de croissance ciblée**
- **Perspectives pour l'exercice 2023 confirmées**

Düsseldorf, le 4 mai 2023 - Au cours du premier trimestre 2023, les ventes du Groupe Henkel ont atteint environ 5,6 milliards d'euros. La très forte croissance organique des ventes de 6,6 % est due à des prix à deux chiffres, alors que les volumes sont inférieurs à ceux de l'année précédente. En termes nominaux, les ventes ont augmenté de 6,4 %.

« Nous avons connu un bon début d'année, malgré un environnement de marché toujours difficile. La **très forte augmentation des ventes** dans nos deux activités souligne la force de notre portefeuille de marques à succès et de technologies innovantes. Au cours du premier trimestre, nous avons poursuivi nos mesures tarifaires afin de compenser les répercussions des coûts des matières premières et de la logistique », a déclaré Carsten Knobel, Président du Comité de Direction de Henkel. « Aujourd'hui, nous avons confirmé nos **prévisions** pour l'exercice 2023 et, sur la base de la forte évolution organique des ventes au premier trimestre, nous envisageons l'exercice en cours avec confiance ».

La forte croissance organique des ventes de l'activité **Adhesive Technologies** au cours du premier trimestre a été soutenue par tous les secteurs d'activité. La nouvelle branche **Consumer Brands** a également enregistré une forte croissance organique de ses ventes, à laquelle tous les secteurs d'activité ont contribué.

Performance des ventes par activité

en millions d'euros	Ventes		+/-	Organique
	T1/2022	T1/2023		
Groupe Henkel	5 271	5 609	6,4 %	6,6 %
Adhesive Technologies	2 631	2 791	6,1 %	6,8 %
Consumer Brands ¹	2 584	2 772	7,3 %	7 %

¹ Valeurs pro forma pour les chiffres de l'année précédente, basées sur les résultats agrégés des activités Beauty Care et Laundry & Home Care.

« Nous avons également poursuivi nos priorités stratégiques et avons réalisé des progrès significatifs. Par exemple, nous menons rigoureusement la stratégie d'intégration et de priorisation du portefeuille de notre activité Consumer Brands, nous alignons encore plus étroitement la structure organisationnelle de notre activité Adhesive Technologies sur notre base de clientèle, et nous avons lancé avec succès des innovations pertinentes dans les deux activités », a expliqué Carsten Knobel.

Dans le cadre de sa stratégie d'allocation de capital, Henkel a lancé un programme de rachat d'actions pour la première fois de son histoire en 2022. Le programme s'est achevé avec succès au cours du premier trimestre 2023 : À la fin du mois de mars, l'entreprise avait racheté des actions pour une valeur totale d'environ 1 milliard d'euros.

Le 20 avril 2023, Henkel a annoncé la signature d'un accord sur la **vente de ses activités commerciales en Russie** à un consortium d'investisseurs financiers locaux. Henkel avait annoncé sa décision de cesser ses activités commerciales en Russie l'année dernière, à la suite de l'attaque du pays contre l'Ukraine. La transaction a été finalisée entre-temps ; le prix de vente s'élève à 54 milliards de roubles (environ 600 millions d'euros).

Performance des ventes du Groupe

Les **ventes du Groupe** ont enregistré une **croissance nominale** de 6,4 % au cours du **premier trimestre 2023**, passant de 5 271 millions d'euros au cours du trimestre de l'année précédente à 5 609 millions d'euros. **Sur le plan organique** (c'est-à-dire après ajustement des taux de change et des acquisitions/désinvestissements), les ventes ont augmenté de 6,6 %. Cette très forte croissance des ventes au niveau du Groupe est due à des augmentations de prix. Les acquisitions et les désinvestissements ont réduit les ventes de 1,1 %. Les effets de change ont eu un impact légèrement positif de 0,9 % sur les ventes.

Performance des ventes du Groupe

en millions d'euros	T1/2022	T1/2023
Ventes	5 271	5 609
Variation par rapport à l'année précédente	6,1 %	6,4 %
Change ¹	0,2 %	0,9 %
Ajusté pour le change	5,9 %	5,5 %
Acquisitions/désinvestissements ²	-1,1 %	-1,1 %
Organique	7,1 %	6,6 %
Dont prix	9,4 %	12 %
Dont volume	-2,3 %	-5,4 %

¹ Y compris les effets de l'application de la norme IAS 29 (Information financière dans les économies hyperinflationnistes) pour la Turquie.

² Y compris l'évolution organique des ventes en Russie depuis le début du deuxième trimestre 2022 dans le contexte de la cession annoncée des activités dans ce pays.

La croissance organique des ventes en **Europe** a été de 4,2 % au cours du premier trimestre. Dans la région **IMEA**, les ventes ont atteint une croissance organique de 27,8 %. Les ventes de la région **Amérique du Nord** ont atteint une croissance organique de 7,1 %. La région **Amérique Latine** a enregistré une croissance organique des ventes de 17,6 %. L'évolution organique des ventes dans la région Asie-Pacifique a été de - 4,8 %.

Performance des ventes par région¹

en millions d'euros	Europe	IMEA	Amé- rique du Nord	Amé- rique La- tine	Asie-Pa- cifique	Entre- prise	Groupe Henkel
Ventes² janvier - mars 2023	2 201	563	1 584	411	805	46	5 609
Ventes ² janvier-mars 2022	2 152	529	1 358	338	838	56	5 271
Variation par rapport au tri- mestre de l'année précédente	2,3 %	6,5 %	16,6 %	21,5 %	-4 %	-	6,4 %
Organique	4,2 %	27,8 %	7,1 %	17,6 %	-4,8 %	-	6,6 %
Proportion des ventes du Groupe 2023	39 %	10 %	28 %	7 %	14 %	1 %	100 %
Proportion des ventes du Groupe 2022	41 %	10 %	26 %	6 %	16 %	1 %	100 %

¹ Les chiffres de l'année précédente pour les régions Europe, IMEA et Asie-Pacifique sont pro forma en raison de la modification de la structure des rapports régionaux.

² Par localisation de l'entreprise

Performance des ventes de l'activité Adhesive Technologies

Au **premier trimestre 2023**, les **ventes** de l'activité Adhesive Technologies ont affiché une **croissance organique** de 6,1 %, passant de 2 631 millions d'euros au cours du trimestre précédent à 2 791 millions d'euros. **Sur le plan organique** (c'est-à-dire corrigé des effets de

change et des acquisitions/désinvestissements), les ventes ont augmenté de 6,8 % par rapport au premier trimestre 2022. Nous avons réalisé des augmentations de prix dans une fourchette de pourcentage à deux chiffres, alors que les volumes étaient inférieurs à ceux du trimestre de l'année précédente. Les effets de change ont augmenté les ventes de 1,1 % ; les acquisitions/désinvestissements ont eu un effet négatif de -1,8 %.

Performance des ventes de l'activité Adhesive Technologies

en millions d'euros	T1/2022	T1/2023
Ventes	2 631	2 791
Proportion des ventes du Groupe	50 %	50 %
Variation par rapport à l'année précédente	11,6 %	6,1 %
Change ¹	1,6 %	1,1 %
Ajusté pour le change	10 %	5 %
Acquisitions/désinvestissements ²	-0,7 %	-1,8 %
Organique	10,7 %	6,8 %
Dont prix	10,6 %	11,4 %
Dont volume	0,1 %	-4,6 %

¹ Y compris les effets de l'application de la norme IAS 29 (Information financière dans les économies hyperinflationnistes) pour la Turquie.

² Y compris l'évolution organique des ventes en Russie depuis le début du deuxième trimestre 2022 dans le contexte de la cession annoncée des activités dans ce pays.

La très forte croissance organique des ventes de l'activité Adhesive Technologies au cours du premier trimestre a été soutenue par tous les secteurs d'activité. Le secteur d'activité **Mobility & Electronics** a atteint une croissance organique des ventes à deux chiffres de 12,6 %. Cette augmentation a été tirée par les activités Automotive et Industrial, tandis que l'activité Electronics a connu une évolution négative en raison d'un environnement de marché difficile. Le secteur **Packaging & Consumer Goods** a généré une croissance organique des ventes de 1 %. La très forte croissance des ventes dans le secteur Consumer Goods a plus que compensé la baisse des ventes dans l'activité Packaging. Les ventes enregistrées dans le secteur **Craftsmen, Construction & Professional** ont connu une croissance organique de 7 % par rapport au trimestre de l'année précédente, tous les secteurs d'activité y ayant contribué.

Performance des ventes par secteur d'activité¹

en millions d'euros	Ventes		+/-	Organique
	T1/2022	T1/2023		
Adhesive Technologies	2 631	2 791	6,1 %	6,8 %
Mobility & Electronics	851	959	12,6 %	12,6 %
Packaging & Consumer Goods	893	884	-1 %	1 %
Craftsmen, Construction & Professional	887	948	6,9 %	7 %

¹ Chiffres pro forma pour chaque secteur d'activité dans le contexte de l'optimisation annoncée de la structure organisationnelle.

D'un point de vue régional, l'activité Adhesive Technologies a généré une croissance organique significative des ventes en **Europe**. L'évolution négative de l'activité Packaging & Consumer Goods a été plus que compensée par la croissance de l'activité Mobility & Electronics. L'**Amérique du Nord** a également enregistré une croissance significative de ses ventes, grâce au secteur d'activité Mobility & Electronics. Les régions **IMEA** et **Amérique latine** ont toutes deux connu une croissance organique à deux chiffres de leurs ventes, sous l'impulsion de l'activité Mobility & Electronics. En revanche, les ventes dans la région **Asie-Pacifique** ont connu une évolution organique inférieure au niveau enregistré l'année précédente. Cela est dû en particulier à l'évolution de la situation en Chine qui connaît un environnement de marché globalement difficile, même après la fin des restrictions liées au COVID-19 dans ce pays, ainsi qu'à un déclin du secteur Electronics.

Performance des ventes de l'activité Consumer Brands

Les **ventes** de l'activité Consumer Brands ont enregistré une **croissance nominale** de 7,3 % pour atteindre 2 772 millions d'euros au **premier trimestre 2023**. **Sur le plan organique** (c'est-à-dire après ajustement des taux de change et des acquisitions/désinvestissements), les ventes ont augmenté de 7 % par rapport au niveau de l'année précédente. D'une année sur l'autre, l'activité a enregistré une augmentation à deux chiffres des prix, tandis que les volumes ont baissé, en partie à cause des effets des mesures d'optimisation du portefeuille. Les effets de change ont eu un impact positif de 0,8 % sur les ventes. Les acquisitions/désinvestissements ont fait baisser les ventes de 0,5 %.

Performance des ventes de l'activité Consumer Brands¹

en millions d'euros	T1/2022	T1/2023
Ventes	2 584	2 772
Proportion des ventes du Groupe	49 %	49 %
Variation par rapport à l'année précédente	0,1 %	7,3 %
Change ²	-1,1 %	0,8 %
Ajusté pour le change	1,2 %	6,5 %
Acquisitions/désinvestissements ³	-1,5 %	-0,5 %
Organique	2,7 %	7 %
Dont prix	8,3 %	12,7 %
Dont volume	-5,6 %	-5,7 %

¹ Valeurs pro forma pour les chiffres de l'année précédente, basées sur les résultats agrégés des activités Beauty Care et Laundry & Home Care.

² Y compris les effets de l'application de la norme IAS 29 (Information financière dans les économies hyperinflationnistes) pour la Turquie.

³ Y compris l'évolution organique des ventes en Russie depuis le début du deuxième trimestre 2022 dans le contexte de la cession annoncée des activités dans ce pays.

Au cours du premier trimestre, le secteur d'activité **Laundry & Home Care** a généré une très forte croissance organique des ventes de 6,3 %. L'activité Laundry Care a enregistré une croissance organique significative de ses ventes, principalement due à une croissance importante des ventes dans la catégorie Fabric Cleaning et à une augmentation à deux chiffres dans la catégorie Fabric Care. La bonne croissance de l'activité Home Care est principalement due à une augmentation à deux chiffres des ventes dans la catégorie Dishwashing. La croissance organique des ventes de l'activité **Hair**, qui comprend le secteur d'activité destiné aux

professionnels de la coiffure, a été de 9,9 %. Une croissance à deux chiffres a été enregistrée dans le secteur Consumer, grâce notamment à la catégorie Hair Styling. L'activité destinée aux professionnels de la coiffure a enregistré une forte croissance organique de ses ventes.

Performance des ventes par secteur d'activité¹

en millions d'euros	Ventes		+/-	Organique
	T1/2022	T1/2023		
Consumer Brands	2 584	2 772	7,3 %	7 %
Laundry & Home Care	1 692	1 789	5,8 %	6,3 %
Hair	711	811	14,7 %	9,9 %
Autres activités Consumer	181	171	-7,4 %	1,6 %

¹ Valeurs pro forma pour les chiffres de l'année précédente, basées sur les résultats agrégés des activités Beauty Care et Laundry & Home Care.

Toutes les régions où opère l'activité Consumer Brands ont enregistré une croissance organique des ventes au cours du premier trimestre. L'**Europe** a enregistré une croissance organique positive de ses ventes au cours du premier trimestre, principalement grâce au secteur d'activité Hair, tandis que les ventes du secteur d'activité Laundry & Home Care ont été inférieures à celles du trimestre de l'année précédente. La région **Amérique du Nord** a généré une très forte croissance organique des ventes, à laquelle ont contribué tous les secteurs d'activité. Les régions **IMEA** et **Amérique latine** ont chacune généré une croissance organique à deux chiffres des ventes dans tous les domaines d'activité. La croissance des ventes dans la région **Asie-Pacifique** a été très forte, tous les secteurs d'activité y ayant contribué.

Actif net et situation financière du Groupe

Aucune modification substantielle de l'actif net et de la situation financière du Groupe n'est intervenue au cours de la période considérée par rapport à la situation au 31 décembre 2022.

Perspectives pour le Groupe Henkel

Les perspectives pour l'exercice 2023, publiées le 7 mars 2023, ont été confirmées.

Pour l'année en cours, Henkel continue de s'attendre à une **croissance organique de ses ventes** comprise entre 1 et 3 %, les deux activités devant se situer dans cette fourchette. Le **rendement ajusté des ventes (marge EBIT ajustée)** devrait se situer entre 10 et 12 %. La rentabilité ajustée des ventes devrait se situer entre 13 et 15 % pour Adhesive Technologies et entre 7,5 et 9,5 % pour Consumer Brands. Pour le **bénéfice par action privilégiée (BPA)**, Henkel continue de s'attendre à une évolution de l'ordre de -10 à +10 % à taux de change constant.

Détails sur la nouvelle structure du rapport financier, appliquée à partir du premier trimestre 2023

Depuis le premier trimestre 2023, Henkel a modifié la structure de son rapport financier pour refléter sa nouvelle organisation. À l'avenir, l'entreprise rendra compte des performances de ses deux activités, Adhesive Technologies et Consumer Brands. Comme annoncé, Henkel communiquera également les chiffres clés des ventes au niveau de ses secteurs d'activité, ce qui renforcera la transparence. Plus précisément, l'entreprise fait désormais état de son chiffre d'affaires ainsi que de la croissance nominale et organique de ses ventes. Dans l'activité Consumer Brands, ces chiffres sont communiqués pour les secteurs d'activité Laundry & Home Care, Hair ainsi que les autres secteurs d'activités Consumer. En outre, Henkel optimise la structure organisationnelle de son activité Adhesive Technologies afin de tirer plus efficacement parti des économies d'échelle et de la compétence, tout en garantissant une grande proximité avec les clients et le marché. À l'avenir, l'activité comprendra les trois secteurs d'activité suivants : Mobility & Electronics, Packaging & Consumer Goods, et Craftsmen, Construction & Professional. Cette nouvelle structure est déjà reflétée dans le présent rapport financier pour le premier trimestre 2023, donc avant sa mise en œuvre organisationnelle complète effective au deuxième trimestre 2023.

L'entreprise a également légèrement modifié la structure de son rapport financier régional afin de mieux refléter la répartition des responsabilités de gestion. À partir du premier trimestre 2023, Henkel commentera ses performances commerciales dans les régions Europe, IMEA (Inde, Moyen-Orient, Afrique), Amérique du Nord, Amérique latine et Asie-Pacifique.

Note : Tous les chiffres individuels ont été arrondis commercialement. L'addition peut entraîner des écarts par rapport aux totaux indiqués.

Ce communiqué est une traduction du communiqué original en anglais.

A propos de Henkel

Grâce à ses marques, ses innovations et ses technologies, Henkel détient des positions mondiales fortes auprès des industriels comme des consommateurs. L'activité Adhesive Technologies est leader mondial des adhésifs, des produits d'étanchéité et des revêtements fonctionnels. Avec son activité Consumer Brands, Henkel détient des positions de leader sur de nombreux marchés et catégories dans le monde, en particulier pour les soins des cheveux et pour les lessives et produits d'entretien. Les trois premières marques internationales du Groupe sont Loctite, Persil (Le Chat en France) et Schwarzkopf. En 2022, Henkel a réalisé un chiffre d'affaires de plus de 22 milliards d'EUR et un bénéfice d'exploitation ajusté d'environ 2,3 milliards d'euros. Les actions préférentielles Henkel sont listées à l'indice boursier allemand DAX. Le développement durable fait partie intégrante de l'histoire de Henkel et le Groupe a dans ce domaine une stratégie claire avec des objectifs concrets. Fondé en 1876, Henkel s'appuie aujourd'hui sur une équipe empreinte de diversité, de près de 50 000 personnes à travers le monde – unies par une culture forte, des valeurs d'entreprise et une raison d'être partagées : « Pioneers at heart for the good of generations ». Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.henkel.fr

Ce document contient des déclarations relatives au développement futur de l'activité, aux performances financières et à d'autres événements ou développements futurs pour Henkel qui peuvent constituer des déclarations prévisionnelles. Les déclarations relatives à l'avenir se caractérisent par l'utilisation de termes tels que « s'attendre à », « avoir l'intention de », « planifier », « anticiper », « croire », « estimer » et d'autres termes similaires. Ces déclarations sont basées sur les estimations et les hypothèses actuelles de la direction de Henkel AG & Co. KGaA. Ces déclarations ne doivent pas être interprétées comme garantissant de quelque manière que ce soit que ces attentes se révéleront exactes. Les performances futures et les résultats effectivement obtenus par Henkel AG & Co. KGaA et ses sociétés affiliées dépendent d'un certain nombre de risques et d'incertitudes et peuvent donc différer matériellement (à la fois positivement et négativement) des déclarations prévisionnelles. Beaucoup de ces facteurs sont hors du contrôle de Henkel et ne peuvent être estimés avec précision à l'avance, tels que l'environnement économique futur et les actions des concurrents et autres acteurs du marché. Henkel ne prévoit ni ne s'engage à mettre à jour les déclarations prévisionnelles.

Ce document comprend des indicateurs financiers supplémentaires qui ne sont pas clairement définis dans le cadre d'information financière applicable et qui sont ou peuvent être des mesures de performance alternatives. Ces indicateurs financiers supplémentaires ne doivent pas être considérés isolément ou comme des alternatives aux mesures de l'actif net et de la position financière de Henkel ou des résultats d'exploitation présentés conformément au cadre d'information financière applicable dans ses états financiers consolidés. D'autres entreprises qui rapportent ou décrivent des mesures de performance alternatives intitulées de manière similaire peuvent les calculer différemment.

Ce document a été publié à des fins d'information uniquement et n'est pas destiné à constituer un conseil en investissement ou une offre de vente, ou une sollicitation d'une offre d'achat, de titres.

Calendrier financier

Publication du rapport semestriel 2023 :

Jeudi 10 août 2023

Publication de la déclaration pour le T3 2023 :

Jeudi 9 novembre 2023

Contacts presse

Henkel

Octavie Blandin

01 46 84 92 45

Octavie.blandin@henkel.com

Agence Burson Cohn & Wolf

Paolo Ghilardi

01 56 03 13 02

Paolo.ghilardi@bcw-global.com