

# Communiqué de presse

13 août 2024

Les résultats semestriels solides soutiennent la mise en œuvre réussie de la stratégie de croissance

## Henkel enregistre une bonne croissance organique de ses ventes et une très forte amélioration de ses bénéfices au premier semestre 2024

- Les ventes organiques du groupe augmentent de 2,9 % au cours du premier semestre de l'année pour atteindre environ 10,8 milliards d'euros (-1,0 % en valeur nominale) - croissance dans les deux branches d'activité
- Le bénéfice d'exploitation (EBIT)\* enregistre une très forte hausse et atteint 1 610 millions d'euros (+28,4 %)
- La marge EBIT\* s'améliore également fortement pour atteindre 14,9 % (+340 points de base)
- Le bénéfice par action privilégiée (EPS)\* augmente d'environ un tiers et passe à 2,78 euros, +32,9 % à taux de change constants
- Très bon flux de trésorerie disponible d'environ 800 millions d'euros
- Nouveaux progrès dans la mise en œuvre du programme de croissance ciblée
- Les perspectives de bénéfices pour l'exercice 2024 ont déjà été revues à la hausse à la mi-juillet :
  - Croissance organique des ventes : 2,5 à 4,5 % (inchangé)
  - Rentabilité ajustée des ventes : 13,5 à 14,5 % (précédemment : 13,0 à 14,0 %)
  - Bénéfice ajusté par action préférentielle (EPS) : augmentation de l'ordre de +20,0 à +30,0 % à taux de change constants (précédemment : +15,0 à +25,0 %)
- L'ambition financière à moyen/long terme sera atteinte dès le moyen terme

Düsseldorf - Au cours du premier semestre 2024, Henkel a enregistré une bonne croissance organique de ses ventes et une très forte augmentation de ses bénéfices dans un environnement économique toujours difficile. L'entreprise a ainsi poursuivi avec succès sa croissance rentable. « Dans l'ensemble, nous avons réalisé une très bonne performance commerciale au cours du premier semestre. Cela prouve que nous sommes sur la bonne voie avec notre stratégie et que l'attention que nous portons à une croissance ciblée apporte des résultats tangibles », a déclaré Carsten Knobel, Président du Comité de Direction de Henkel.

« Au cours du premier semestre, la croissance organique des ventes et l'amélioration des résultats ont été portées par les deux branches d'activité. La fusion de nos activités grand public s'avère un succès et la mise en œuvre de nos mesures et initiatives stratégiques a une incidence très positive sur le chiffre d'affaires, la marge brute et l'évolution des bénéfices. Dans notre branche d'adhésifs également, où nous avons aligné la structure organisationnelle encore plus étroitement sur celle de nos clients, les changements que nous avons initiés contribuent de manière significative au développement positif de Henkel. Notre flux de trésorerie disponible a également été important, dépassant le niveau déjà élevé du premier semestre 2023. Tout cela nous permet de continuer à faire des investissements ciblés dans nos activités et notre avenir : dans les marques, les technologies et les innovations. En outre, nous mettons en œuvre d'importantes initiatives dans les domaines du développement durable et de la digitalisation afin de renforcer davantage notre position concurrentielle », a ajouté Carsten Knobel.

« Faisant suite à l'excellente performance commerciale du premier semestre, nous sommes confiants pour le reste de l'année et avons donc revu à la hausse nos perspectives de bénéfices pour l'exercice 2024 à la mi-juillet. Nous honorons nos engagements et nous sommes sur la bonne voie pour de nouvelles avancées de notre croissance rentable. Cela se reflète également dans l'ajustement de notre ambition financière à moyen/long terme : nous sommes à présent confiants dans l'atteinte des objectifs de ventes et de résultats dès le moyen terme. »

## **Perspectives pour l'exercice 2024**

Les perspectives pour l'exercice en cours, qui avaient été actualisées le 3 mai 2024, ont été revues à la hausse le 17 juillet en ce qui concerne les prévisions de bénéfices. Cela s'explique principalement par des attentes plus élevées en matière de bénéfices dans la branche d'activité Consumer Brands, tandis que l'entreprise augmente simultanément ses investissements dans le marketing pour soutenir les innovations. Les perspectives tiennent toujours compte de l'attente d'une augmentation des prix des matières directes au cours du second semestre. Henkel s'attend désormais à l'évolution suivante des ventes et des bénéfices pour l'exercice 2024 :

Au niveau du Groupe, Henkel prévoit toujours une **croissance organique des ventes** de 2,5 à 4,5 % pour l'exercice 2024. Pour la branche d'activité Adhesive Technologies, la croissance organique des ventes devrait encore se situer entre 2,0 et 4,0 %, et pour la branche d'activité Consumer Brands entre 3,0 et 5,0 %. Le **rendement ajusté des ventes** (marge EBIT) pour le Groupe devrait désormais se situer entre 13,5 et 14,5 % (précédemment : 13,0 à 14,0 %). Pour la branche d'activité Adhesive Technologies, nous prévoyons une rentabilité ajustée des ventes de l'ordre de 16,0 à 17,0 %. Pour la branche d'activité Consumer Brands, nous prévoyons désormais une rentabilité ajustée des ventes de l'ordre de 13,0 à 14,0 % (précédemment : 12,0 à 13,0 %). Pour le développement des **bénéfices ajustés par action préférentielle (EPS)** à taux de change constant, Henkel s'attend désormais à une hausse de l'ordre de +20,0 à +30,0 % (précédemment : +15,0 à +25,0 %).

### Évolution des ventes et des bénéfices au premier semestre 2024

Dans un environnement de marché toujours difficile, Henkel a réalisé des **ventes du Groupe** de 10 813 millions d'euros au premier semestre 2024, ce qui correspond à une évolution nominale de -1,0 %. Après une évolution nominale des ventes au cours des trimestres précédents affectée négativement par la cession des activités commerciales en Russie, Henkel a été en mesure d'atteindre à nouveau une croissance nominale des ventes au cours du deuxième trimestre 2024 (T2 : 5 496 millions d'euros, +3,4 %). Les effets de change ont diminué les ventes de -1,9 % (T2 : +0,2 %). Les acquisitions et les cessions ont réduit les ventes de -2,1 % (T2 : +0,3 %). Bien que la cession de nos activités commerciales en Russie en avril 2023 a eu un impact négatif, les acquisitions récemment conclues dans les deux branches d'activité - Seal for Life et Vidal Sassoon - ont apporté une contribution positive. En termes **organiques** - c'est-à-dire corrigés des effets de change et des acquisitions/cessions - Henkel a réalisé une bonne croissance des ventes de 2,9 % (T2 : +2,8 %).

La branche d'activité **Adhesive Technologies** a généré une bonne croissance organique des ventes de 2,0 % au cours du premier semestre 2024, portée par les secteurs Mobility & Electronics et Craftsmen, Construction & Professional (T2 : +2,6 %). La branche d'activité **Consumer Brands** a enregistré une très forte croissance organique des ventes de 4,3 %, à laquelle tous les secteurs ont contribué (T2 : +3,3 %). La croissance des ventes dans les deux branches a bénéficié d'une évolution positive des prix. Au niveau du groupe, l'évolution des volumes, qui continue d'être influencée par les mesures du portefeuille dans la branche d'activité Consumer Brands, a été légèrement positive, par rapport au premier semestre 2023 et a montré une amélioration séquentielle par rapport au premier trimestre 2024.

Au cours du premier semestre, la croissance organique des ventes dans la région **Europe** a atteint 1,8 % (T2 : +1,2 %). Dans la région **IMEA**, Henkel a enregistré une croissance organique

des ventes à deux chiffres de 21,0 % (T2 : +13,7 %). La région **Amérique du Nord** a enregistré une croissance organique des ventes de -1,6 % (T2 : -0,2 %). La région **Amérique latine** a enregistré une croissance organique des ventes stable de 0,0 % (T2 : +2,7 %). La région **Asie-Pacifique** a enregistré une croissance organique des ventes de 5,5 % (T2 : +7,5 %).

Le **bénéfice d'exploitation ajusté (EBIT ajusté)** a significativement augmenté, passant de 1 254 millions d'euros au premier semestre 2023 à 1 610 millions d'euros, soit une hausse de 28,4 %, notamment en raison de la forte augmentation de la marge brute.

La **rentabilité ajustée des ventes (marge EBIT ajustée)** du groupe Henkel a donc enregistré une très forte augmentation de 340 points de base, passant de 11,5 % à 14,9 %.

Le **bénéfice par action privilégiée** a fortement augmenté pour atteindre 2,46 euros (exercice précédent : 1,35 euros). Le bénéfice ajusté par action préférentielle a augmenté de 30,5 % pour atteindre 2,78 euros, contre 2,13 euros l'année précédente. Cette augmentation substantielle est principalement due à l'augmentation du bénéfice d'exploitation ajusté. À taux de change constants, le bénéfice ajusté par action privilégiée a connu une nette progression à deux chiffres de 32,9 %.

Le **fonds de roulement net** a diminué de 0,9 point de pourcentage par rapport à la période de l'année précédente, passant de 6,1 % à 5,2 %.

Le **flux de trésorerie disponible** a atteint 772 millions d'euros et a donc été supérieur à celui du premier semestre 2023 (749 millions d'euros). Ceci est principalement dû à l'augmentation des flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles.

Au 30 juin 2024, la **position financière nette** était de -1 440 millions d'euros (31 décembre 2023 : 12 millions d'euros).

### **Évolution des branches d'activité au premier semestre 2024**

La branche d'activité **Adhesive Technologies** a réalisé un **chiffre d'affaires** de 5 475 millions d'euros au cours du premier semestre 2024, ce qui correspond au chiffre d'affaires de l'année précédente (T2 : 2 798 millions d'euros). **Sur le plan organique**, les ventes ont augmenté de 2,0 % (T2 : 2,6 %). Cette évolution est due à une composante prix de +0,2 % et à une croissance en volume de 1,8 %. Ainsi, la branche a enregistré une amélioration séquentielle de l'évolution des volumes au deuxième trimestre par rapport au premier trimestre 2024.

Le secteur **Mobility & Electronics** a réalisé une très forte croissance organique des ventes de 5,3 % (T2 : +6,8 %). Cette croissance a été soutenue par toutes les catégories et en particulier par la catégorie Electronics, qui a enregistré une augmentation organique à deux chiffres de ses ventes par rapport à la faible période de l'année précédente. Le secteur **Packaging & Consumer Goods** a enregistré une évolution organique des ventes de -0,6 % (T2 : -1,0 %). Dans la catégorie Packaging, l'augmentation des volumes a compensé l'évolution négative des prix. Globalement, la catégorie Consumer Goods a enregistré un léger recul par rapport à une période forte de l'année précédente. Le secteur **Craftsmen, Construction & Professional** a généré une croissance organique des ventes de 1,0 % (T2 : +1,7 %), avec la contribution des catégories Construction et Consumers & Craftsmen. La catégorie General Manufacturing & Maintenance a, quant à elle, enregistré un léger recul en raison d'une demande plus faible.

Le **bénéfice d'exploitation ajusté** a augmenté de 21,8 % pour atteindre 933 millions d'euros au premier semestre 2024, contre 766 millions d'euros sur la même période au cours de l'exercice précédent. La **rentabilité ajustée des ventes** a augmenté de 310 points de base à 17,0 %. La baisse du coût des matières premières, les effets positifs du mix et l'efficacité de la chaîne d'approvisionnement ont eu un impact particulièrement positif sur la marge brute.

La branche d'activité **Consumer Brands** a réalisé des **ventes** de 5 266 millions d'euros au cours du premier semestre 2024 (T2 : 2 662 millions d'euros). Cela correspond à une évolution nominale de -1,8 %. **Sur le plan organique**, les ventes ont augmenté de 4,3 % (T2 : +3,3 %). Cette évolution est due à une composante prix de +5,1 %. Principalement en raison des mesures d'optimisation du portefeuille en cours, les volumes ont légèrement diminué de 0,9 %. Toutefois, l'évolution des volumes a enregistré une amélioration séquentielle par rapport au premier trimestre 2024.

Le secteur **Laundry & Home Care** a généré une forte croissance organique des ventes de 3,1 % (T2 : +1,5 %). La catégorie Laundry Care a enregistré une augmentation organique positive de ses ventes, principalement grâce à une croissance à deux chiffres dans la catégorie Fabric Care et à une bonne croissance des ventes dans la catégorie Fabric Cleaning. La croissance significative de la catégorie Home Care est principalement due à des augmentations à deux chiffres des ventes dans les catégories Dishwashing et Toilet Care. Le secteur **Hair** a réalisé une croissance organique des ventes significative de 7,3 % au cours du premier semestre (T2 : +7,7 %). Le secteur Consumer a enregistré une croissance à deux chiffres, principalement grâce à la catégorie Hair Styling, qui a également connu une croissance organique des ventes à deux chiffres au cours de la même période de l'année précédente. Le secteur Professional a enregistré une très forte croissance organique des ventes. Le secteur **Autres activités Consumer** a enregistré une bonne croissance organique des ventes de 2,3 % (T2 : +0,7 %).

Le **bénéfice d'exploitation ajusté** s'est élevé à 753 millions d'euros et a donc augmenté de 34,8 % par rapport à la période de l'année précédente. Cette augmentation est due à l'évolution des prix de vente et aux économies générées par la création de la branche d'activité intégrée Consumer Brands, ainsi qu'aux mesures d'optimisation et de valorisation du portefeuille. La **rentabilité ajustée des ventes** a augmenté significativement de 390 points de base à 14,3 %.

### **La mise en œuvre du programme de croissance progresse de manière cohérente**

Au cours du premier semestre 2024, Henkel a continué à faire avancer de manière cohérente les priorités stratégiques de son programme de croissance ciblée et a réalisé des progrès satisfaisants dans tous les domaines.

La **fusion** des anciennes branches Laundry & Home Care et Beauty Care en une même branche **Consumer Brands**, prévue en deux phases, s'est déroulée avec succès au cours du premier semestre 2024. Ce processus a permis à Henkel de réaliser des économies. Globalement, l'entreprise a pour objectif de réaliser des économies de 525 millions d'euros au cours des deux phases de l'intégration. Ces projets devraient être pleinement mis en œuvre d'ici fin 2026.

Dans le cadre de la deuxième phase de l'intégration, qui se concentre sur l'excellence de la chaîne d'approvisionnement au sein de la branche Consumer Brands, le principe dit « 1-1-1 » a déjà été introduit dans près de 30 pays. Il s'agit de faire progresser l'intégration commerciale grâce à des processus logistiques optimisés, conformément au principe « one face to the customer ». Cela signifie : une seule commande, une seule livraison, une seule facture. En outre, le réseau de production et de logistique a été optimisé et consolidé, par exemple aux États-Unis et dans les pays d'Europe de l'Est dans le secteur Laundry & Home Care. Dans l'ensemble, ces mesures ont déjà permis de réduire la complexité d'environ 16 %.

Henkel a également recentré son portefeuille Consumer Brands. Récemment, l'accent a été mis sur le secteur Laundry & Home Care en Amérique du Nord.

Pour renforcer encore sa **compétitivité**, Henkel se concentre sur des innovations fortes dans des secteurs d'activité attractifs. Ceux-ci ont à nouveau contribué à la croissance des deux branches au premier semestre 2024. Au sein de l'activité **Adhesive Technologies**, Henkel répond à la tendance de composants automobiles plus intégrés, ce qui stimule la demande de solutions adhésives innovantes. Un exemple est l'intégration de composants électroniques qui présentent de nombreux avantages pour les automobiles, quel que soit le groupe motopropulseur. En même temps, il s'agit d'un domaine très complexe avec des exigences très spécifiques en ce qui concerne la gestion thermique des solutions adhésives appliquées. Henkel est l'un des rares acteurs à avoir identifié très tôt cette tendance et à avoir collaboré avec les principaux équipementiers et fournisseurs de premier rang pour développer des solutions innovantes. Le potentiel de croissance du marché attendu pour ces composants intégrés au cours des prochaines années est de plus de 20 %. Au sein de l'activité **Consumer Brands**, la très forte croissance organique des ventes de plus de 7 % dans le secteur Hair est due en particulier à la marque Schwarzkopf, tant au sein du secteur Consumer que du secteur Professional. Ce secteur a enregistré quatre trimestres consécutifs d'évolution positive des volumes. Dans le même temps, la part de marché a augmenté de 40 points de base dans les catégories Hair Styling et Coloration. En outre, la relance de Gliss avec de nouvelles formules pour des cheveux 100 % plus forts a entraîné une croissance organique à deux chiffres des ventes de la marque au cours du premier semestre.

« Dans l'ensemble, nous sommes très satisfaits des bons résultats obtenus au cours du premier semestre et nous sommes fiers des progrès satisfaisants réalisés dans la mise en œuvre de notre programme de croissance stratégique », a déclaré Carsten Knobel. « Nous honorons nos engagements et ce que nous avons annoncé. Et nous réalisons des progrès tangibles : dans nos activités, dans nos ventes et dans nos résultats. Nous transformons Henkel en prenant des

décisions audacieuses pour un avenir prospère. Et en adoptant une stratégie claire, nous sommes sur la bonne voie pour poursuivre une croissance rentable. »

## **À 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 2023, Henkel a réalisé un chiffre d'affaires de plus de 21,5 milliards d'EUR et un bénéfice d'exploitation ajusté d'environ 2,6 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 48 000 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](http://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.

**Ce communiqué est une traduction du communiqué original en anglais.**

## **Contact**

Henkel  
Octavie Blandin  
Tél : 01 46 84 92 45  
[octavie.blandin@henkel.com](mailto:octavie.blandin@henkel.com)

Agence Burson Cohn & Wolfe  
Paolo Ghilardi  
Tél : 01 56 03 13 02  
[paolo.ghilardi@bcw-global.com](mailto:paolo.ghilardi@bcw-global.com)