

Comunicato stampa

7 maggio 2014

Nonostante il contesto economico ancora difficile, Henkel conferma le previsioni

Henkel, inizio favorevole dell'esercizio 2014

- Buon incremento organico del fatturato: +4,3%
- Gli effetti di cambio incidono sul fatturato: 3.929 milioni di euro (-2,6%)
- Utile operativo depurato: +3,3% per complessivi 619 milioni di euro
- Margine EBIT depurato: +0,9 punti percentuali, a quota 15,8%
- Utile depurato per azione privilegiata: +8,3%, a quota 1,04 euro
- Mercati emergenti con significativo incremento organico del fatturato: +9,2%

Düsseldorf – “In una situazione di mercato impegnativa, Henkel ha fatto registrare una buona partenza nell'esercizio 2014. Tutti i settori di attività hanno ottenuto un incremento organico del fatturato e un miglioramento della profittabilità”, ha affermato Kasper Rorsted, Presidente del Comitato Direttivo di Henkel. “Ancora una volta i mercati emergenti hanno generato lo sviluppo più importante, ma siamo cresciuti anche nei mercati maturi. Complessivamente, però, gli effetti di cambio negativi sono stati avvertiti in modo ancora più tangibile rispetto all'esercizio precedente”.

“Per quanto concerne i tassi di cambio, non ci aspettiamo a breve miglioramenti della situazione”, ha aggiunto Rorsted guardando all'esercizio in corso. “Il contesto economico globale rimarrà difficile e i recenti sviluppi in Europa Orientale aggiungono ulteriore incertezza sui mercati. Queste circostanze rendono più complesso fare previsioni sugli sviluppi economici

dell'anno. Riteniamo che un'elevata flessibilità e capacità di reazione siano elementi decisivi per il successo. Per questo motivo continueremo a semplificare e accelerare i nostri processi e le nostre strutture”.

Henkel conferma le previsioni

Nonostante la difficile situazione economica, Rorsted ha confermato le attuali prospettive: “Per il 2014 prevediamo una crescita organica del fatturato compresa tra il 3 e il 5 per cento. Per il margine EBIT depurato, contiamo di aumentare a circa il 15,5 per cento e, per quanto concerne l'utile depurato per azione privilegiata, prevediamo un miglioramento nella fascia alta a una cifra”.

Sviluppo del fatturato e degli utili nel primo trimestre 2014

Il primo trimestre 2014 ha visto soprattutto le valute dei paesi emergenti e il dollaro USA ancora sotto pressione. A causa degli effetti di cambio negativi, il **fatturato** del Gruppo ha toccato quota 3.929 milioni di euro, rimanendo del 2,6% al di sotto del livello dello stesso periodo dell'anno precedente. Da un punto di vista **organico**, ovvero depurato dagli effetti di cambio e dalle acquisizioni/cessioni, il fatturato è invece aumentato del 4,3%.

La divisione **Laundry & Home Care** ha fatto registrare un ottimo incremento organico delle vendite pari al 6,0%. La divisione **Beauty Care** ha ottenuto un buon incremento organico del fatturato pari al 3,0%. La divisione **Adhesive Technologies** da un punto di vista organico ha fatto registrare a sua volta un incremento organico del 4,1%.

L'**utile di esercizio depurato** da ricavi e spese non ricorrenti e dalle spese di ristrutturazione, è aumentato del 3,3%, passando da 600 milioni a 619 milioni di euro. A questo incremento hanno contribuito tutti i settori di attività. Il risultato operativo dichiarato (EBIT) è cresciuto del 7,6%, passando da 565 milioni a 608 milioni di euro.

L'**utile sul fatturato depurato** (margine EBIT) è nettamente aumentato di 0,9 punti percentuali, salendo dal 14,9% al 15,8%. L'utile sul fatturato dichiarato è passato dal 14,0% al 15,5%.

Il **risultato finanziario** è migliorato di 15 milioni di euro, passando a -15 milioni di euro. Questo risultato è riconducibile essenzialmente al miglioramento degli interessi attivi netti nonché ai ricavi derivati dalla cessione di altre partecipazioni. Gli interessi attivi netti sono cresciuti anche grazie al rimborso dei Senior Bonds, avvenuto a giugno 2013 e marzo 2014. La quota d'imposta è stata del 23,1%, dopo il 24,7% dello stesso trimestre dell'esercizio precedente.

Gli **utili trimestrali** sono migliorati del 13,2%, salendo da 403 milioni a 456 milioni di euro. Al netto di quote di minoranza pari a 7 milioni di euro, gli utili trimestrali ammontano a 449 milioni di euro (primo trimestre 2013: 393 milioni di euro). Gli utili trimestrali depurati, al netto delle quote di minoranza, sono aumentati dell'8,4%, passando da 417 milioni a 452 milioni di euro. Gli **utili per azione privilegiata** (EPS) sono saliti da 0,91 euro a 1,04 euro. Depurato, questo valore è salito dell'8,3%, giungendo a quota 1,04 euro dopo gli 0,96 euro ottenuti nel primo trimestre 2013.

Il **rapporto fra capitale netto circolante e fatturato** è ulteriormente migliorato scendendo al 4,8%. Per quanto concerne la **posizione finanziaria netta**, al 31 marzo 2014 Henkel ha fatto registrare un attivo finanziario netto pari a 923 milioni di euro, superando di 809 milioni di euro il valore dello stesso trimestre dell'esercizio precedente.

Sviluppo dei settori di attività nel primo trimestre 2014

Nel primo trimestre dell'anno, la divisione **Laundry & Home Care** ha proseguito l'andamento positivo, consolidando ulteriormente la propria posizione sui mercati di rilievo. Da un punto di vista organico il **fatturato** è aumentato del 6,0%. Sotto l'aspetto nominale, il fatturato è stato pari a 1.147 milioni di euro, dopo i 1.177 milioni di euro ottenuti nello stesso periodo dell'anno scorso.

La forte crescita organica è attribuibile principalmente ai mercati emergenti, nei quali l'incremento delle vendite è stato ancora una volta a due cifre. A questo andamento hanno contribuito soprattutto le regioni Africa/Medio Oriente e America Latina. L'Europa Orientale ha fatto registrare nuovamente una buona crescita, l'andamento del fatturato è stato complessivamente positivo anche nei mercati maturi. Nonostante gli sviluppi negativi, l'Europa Occidentale ha conseguito una buona crescita del fatturato. In America del Nord, in un mercato tuttora in declino e caratterizzato da un difficile contesto competitivo, il fatturato è diminuito.

— L'**utile operativo depurato** ha ottenuto un incremento del 7,8%, totalizzando 190 milioni di euro. Con un aumento di 1,6 punti percentuali, l'utile sul fatturato depurato è migliorato sensibilmente rispetto al primo trimestre 2013, passando al 16,6%. L'utile operativo dichiarato ha fatto registrare un plus dell'11,8 %, passando a 196 milioni di euro.

— Anche la divisione **Beauty Care** ha continuato a crescere con successo nel primo trimestre 2014. La crescita organica del fatturato pari al 3,0% si è rivelata ancora una volta superiore rispetto ai mercati di rilievo e ha portato a un incremento delle quote di mercato. Da un punto di vista nominale, il **fatturato** è stato di 856 milioni di euro, dopo gli 873 milioni di euro conseguiti nello stesso periodo dell'esercizio precedente.

— Nei mercati emergenti è proseguito l'ottimo sviluppo organico delle attività. Con un tasso di crescita percentuale a due cifre, le attività in Asia si sono affermate con decisione. La regione Africa/Medio Oriente ha fatto registrare un eccellente incremento, e anche l'Europa Orientale ha proseguito l'andamento positivo. Nei mercati maturi, ancora caratterizzati da sviluppi di mercato negativi, attività promozionali in aumento e una crescente pressione sui prezzi, si è verificato un incremento delle vendite. In Europa Occidentale e nei mercati maturi della regione Asia/Pacifico la crescita è stata positiva. A causa della concorrenza molto più intensa, in America del Nord il fatturato non ha invece raggiunto i livelli del primo trimestre 2013.

Rispetto all'esercizio precedente, l'**utile operativo depurato** ha ottenuto un incremento pari al 3,1%, salendo a quota 134 milioni di euro. L'utile sul fatturato depurato è migliorato a sua volta nettamente di 0,8 punti percentuali, arrivando al 15,7%. L'utile operativo dichiarato ha totalizzato 114 milioni di euro dopo i 124 milioni di euro dello stesso trimestre dell'esercizio precedente.

Nel trimestre in esame, la divisione **Adhesive Technologies** ha proseguito la crescita redditizia. Con un buon incremento organico del fatturato pari al 4,1%, si colloca ancora una volta sopra al trend di mercato. Da un punto di vista nominale, il **fatturato** è stato pari a 1.893 milioni di euro dopo i 1.944 milioni di euro conseguiti nello stesso periodo dell'anno scorso.

Le regioni emergenti hanno fatto registrare un ottimo andamento organico del fatturato. Gli incrementi più importanti sono stati nelle regioni America Latina, Asia (Giappone escluso) ed Europa Orientale, dove rispetto allo stesso trimestre 2013 la crescita è stata significativa. Nella regione Africa/Medio Oriente l'andamento delle vendite è stato positivo. Sui mercati maturi il fatturato ha fatto complessivamente registrare un aumento, con entità diverse secondo le diverse regioni. In America del Nord le attività sono state compromesse dalle condizioni meteorologiche che hanno causato l'arresto della produzione presso alcuni clienti, facendo scendere il fatturato al di sotto del livello dello scorso anno. In Europa Occidentale si è invece visto un buon incremento. In forte crescita le attività sui mercati maturi della regione Asia/Pacifico.

L'**utile operativo depurato**, pari a 319 milioni di euro, si è mantenuto all'incirca sui livelli dello scorso anno. L'utile sul fatturato depurato è migliorato di 0,4 punti percentuali rispetto alle cifre dell'anno precedente, raggiungendo il 16,9 per cento. L'utile operativo dichiarato è salito del 5,5%, per complessivi 331 milioni di euro.

Sviluppo per regioni nel primo trimestre 2014

In una situazione di mercato caratterizzata da una forte concorrenza, nella regione **Europa Occidentale** il fatturato è aumentato del 2,0%, passando a 1.450 milioni di euro. Da un punto di vista organico il fatturato è cresciuto del 2,4%. È stato possibile compensare gli sviluppi leggermente recessivi dell'Europa del Sud con una crescita in quasi tutti i rimanenti paesi. Nella regione **Europa Orientale** il fatturato è stato pari a 670 milioni di euro, dopo i 718 milioni di euro registrati nello stesso trimestre dell'esercizio precedente. La crescita organica è stata del 5,4%. Le principali forze trainanti sono state qui Russia e Turchia. Nella regione **Africa/Medio Oriente** il fatturato è stato di 277 milioni di euro, dopo i 289 milioni di euro dello stesso trimestre dello scorso anno. Nonostante i disordini politici in alcuni paesi, l'incremento organico del fatturato è stato ancora una volta a due cifre arrivando al 17,9%. A questi sviluppi hanno dato un ingente contributo tutte le divisioni.

In una situazione di mercato altamente concorrenziale, il fatturato della regione **America del Nord** è sceso dell'8,1% per complessivi 670 milioni di euro. Da un punto di vista organico il fatturato in questa regione è rimasto del 3,1% al di sotto del livello dello stesso trimestre dell'esercizio scorso. Questo andamento è riconducibile soprattutto a un inverno straordinariamente rigido e alla forte pressione promozionale che ha caratterizzato l'intero settore dei beni di consumo. Da un punto di vista nominale, in **America Latina** il fatturato è sceso del 6,2%, per un totale di 241 milioni di euro. Sotto l'aspetto organico, il fatturato è invece aumentato dell'8,4%. A questo miglioramento hanno contribuito in particolare gli sviluppi delle attività in Messico e Brasile. Nella regione **Asia/Pacifico** il fatturato è aumentato dell'1,4%, arrivando a 588 milioni di euro. Sotto l'aspetto organico, invece, il fatturato è notevolmente migliorato del 9,3%. L'eccellente andamento delle attività è stato sorretto soprattutto dalla crescita a due cifre registrata in Cina.

Effetti di cambio negativi hanno ridotto dal punto di vista nominale del 3,3% il fatturato nelle **regioni emergenti** dell'Europa Orientale, Africa/Medio Oriente e Asia/Pacifico (Giappone escluso), dove sono stati ottenuti 1.669 milioni di euro. Da un punto di vista organico, invece, è stato conseguito un plus del 9,2%. A questo esito hanno contribuito tutti i settori di attività. A causa degli effetti di cambio, nel

primo trimestre del 2014 la quota sul fatturato delle regioni emergenti è stata del 42%, dopo il 43% dello stesso periodo dell'esercizio precedente. Sui **mercati maturi**, sotto l'aspetto organico il fatturato è aumentato dello 0,8%, per complessivi 2.226 milioni di euro.

Previsioni del Gruppo Henkel per il 2014

Per l'esercizio 2014 Henkel prevede una crescita organica del fatturato compresa tra il 3 e il 5 per cento. Henkel stima che i tre settori di attività faranno a loro volta registrare una crescita variabile in questa fascia. In linea con gli obiettivi fissati per il 2016, Henkel prevede un leggero incremento della quota di fatturato dei mercati emergenti. Rispetto ai risultati 2013, per gli utili sul fatturato depurati (EBIT) Henkel stima un incremento pari a circa il 15,5 per cento e un aumento dell'utile depurato per azione privilegiata nella fascia alta a una cifra.

Le presenti informazioni contengono affermazioni di carattere previsionale basate sulle attuali convinzioni e valutazioni della direzione di Henkel AG & Co. KGaA. Le affermazioni di carattere previsionale sono caratterizzate dall'uso di termini come prevedere, intendere, pianificare, aspettarsi, ritenere, supporre, stimare e altri termini simili. Esse non costituiscono garanzie sui futuri risultati. Gli sviluppi futuri e i risultati effettivamente ottenuti da Henkel AG & Co. KGaA e dalle sue consociate dipendono da una serie di rischi e incertezze e possono dunque differire essenzialmente da quanto dichiarato o presunto sulla base di tali affermazioni. Molti di questi rischi e limitazioni riguardano fattori che sono al di fuori della capacità di controllo o valutazione di Henkel, quali le future condizioni economiche e di mercato e il comportamento di altri operatori sul mercato. Henkel non intende assumersi alcun obbligo in merito all'aggiornamento di qualsiasi affermazione di carattere previsionale.

Ufficio stampa

Lars Witteck

Tel. +49 211 797 - 2606

Fax +49 211 798 - 4040

E-mail: lars.witteck@henkel.com

Wulf Klüppelholz

Tel. +49 211 797 - 1875

Fax +49 211 798 - 4040

E-mail: wulf.klueppelholz@henkel.com

Cecilia de' Guarinoni

Tel. +39 02 35792435

E-mail: Cecilia.deGuarinoni@henkel.com

Silvia Vergani

Tel. +39 02 72143 807

E-mail: silvia.vergani@bm.com

Henkel AG & Co. KGaA

Il rapporto per il primo trimestre 2014 e ulteriori informazioni con materiale scaricabile nonché il link alla trasmissione della teleconferenza sono disponibili nella nostra cartella stampa in Internet al sito:

<http://www.henkel.de/presse/2014-05-08-veroeffentlichung-bericht-q1-2014-48077.htm>