

Communiqué de presse

7 mai 2014

Henkel confirme ses perspectives malgré un contexte économique difficile

Bon départ de l'exercice 2014 pour Henkel

- Solide accroissement organique des ventes : +4,3%
- Ventes impactées par les effets liés aux opérations de change : 3 929 millions d'EUR (-2,6 %)
- Résultat d'exploitation après ajustement : +3,3 % à 619 millions d'EUR
- Marge EBIT après ajustement : +0,9 point à 15,8 %
- Résultat ajusté par action préférentielle : +8,3 % à 1,04 Euro
- Très fort développement des ventes dans les marchés émergents : organiquement +9,2 %

Düsseldorf, Allemagne – « Henkel a bien commencé l'exercice 2014 dans un contexte de marché difficile. Tous nos secteurs d'activité ont augmenté organiquement leurs ventes et amélioré leur profitabilité », a déclaré Kasper Rorsted, Président du Comité de Direction de Henkel. « Nos marchés émergents ont à nouveau fait preuve d'une très forte performance. Nous avons également pu enregistrer une croissance dans les marchés matures. Dans l'ensemble et par rapport à l'année précédente, les effets négatifs des cours du change ont eu un impact sensiblement plus fort. »

« Nous ne comptons pas sur une amélioration de la situation des cours du change à court terme », a déclaré Kasper Rorsted pour l'exercice en cours. « Nous nous attendons à ce que le contexte économique global reste difficile.

Les récents événements en Europe de l'Est sont une source d'incertitude supplémentaire sur les marchés. Ceci complique les prévisions quant à la suite de l'évolution économique pour l'année. Face à cette situation, une réaction rapide et une grande flexibilité seront la clé du succès. Nous allons donc continuer de simplifier et d'accélérer nos process et nos structures. »

Henkel confirme les perspectives

Kasper Rorsted a confirmé les perspectives actuelles malgré l'environnement économique difficile : « Pour l'exercice 2014, nous comptons sur une croissance organique des ventes comprise entre 3 et 5 %. En ce qui concerne la marge EBIT ajustée, nous attendons une hausse à environ 15,5 % ainsi qu'une amélioration du résultat ajusté par action préférentielle dans la tranche supérieure d'une plage à un chiffre. »

Développement des ventes et du résultat au premier trimestre 2014

Au cours du premier trimestre 2014, les monnaies des marchés émergents principalement mais aussi le dollar américain étaient toujours sous pression. Avec l'impact négatif lié aux opérations de change, les **ventes** réalisées par le Groupe se sont montées à 3 929 millions d'EUR soit 2,6 % inférieures à la valeur du même trimestre de l'année précédente. **Organiquement**, c'est-à-dire après ajustement des effets liés aux opérations de change, aux acquisitions et désinvestissements, les ventes ont en revanche augmenté de 4,3 %.

Le secteur d'activité **Détergents & produits d'entretien** a réalisé une forte augmentation organique de ses ventes de 6,0 %. Le secteur d'activité **Beauty Care** a enregistré une solide croissance organique des ventes de 3,0 %. Les ventes du secteur d'activité **Adhesive Technologies** ont également atteint une solide croissance organique de 4,1 %.

Après ajustement des produits et des dépenses exceptionnels ainsi que des dépenses pour restructuration, le **résultat d'exploitation ajusté** s'est amélioré de 3,3 % passant

de 600 millions d'EUR à 619 millions d'EUR. Les trois secteurs d'activité ont contribué à cette progression. Le résultat d'exploitation (EBIT) a augmenté de 7,6 % passant de 565 millions d'EUR à 608 millions d'EUR.

La **rentabilité des ventes ajustée** (marge EBIT) a très fortement augmenté de 0,9 point passant de 14,9 à 15,8 %. La rentabilité des ventes a progressé de 14,0 à 15,5 %.

Le **résultat financier** s'est amélioré de 15 millions d'EUR à -15 millions d'EUR. Cette amélioration s'explique principalement par un meilleur produit d'intérêts nets et par les bénéfices provenant de la vente de diverses participations. Le produit d'intérêts nets a augmenté en partie en raison du remboursement de nos Senior Bonds en juin 2013 et en mars 2014. Le taux d'imposition s'est élevé à 23,1 % alors qu'il était de 24,7 % au même trimestre de l'année précédente.

Le **bénéfice net trimestriel** s'est amélioré de 13,2 % en passant de 403 millions d'EUR à 456 millions d'EUR. Après déduction des participations minoritaires se montant à 7 millions d'EUR, le bénéfice net s'est élevé à 449 millions d'EUR (même trimestre de l'année précédente : 393 millions d'EUR). Le bénéfice net ajusté après déduction des participations minoritaires a augmenté de 8,4 % passant de 417 millions d'EUR à 452 millions d'EUR. Le **résultat par action préférentielle** (EPS) est passé de 0,91 EUR à 1,04 EUR. Après ajustement, il a augmenté de 8,3 % et a atteint 1,04 EUR par rapport à 0,96 EUR au cours du premier trimestre 2013.

Le **rapport du fonds de roulement net sur ventes** s'est encore amélioré à 4,8 %. S'agissant de la **position financière nette**, Henkel présentait une trésorerie nette de 923 millions d'EUR au 31 mars 2014. Elle s'élevait à 809 millions d'EUR de plus qu'au même trimestre de l'année précédente.

Évolution des secteurs d'activité au cours du premier trimestre 2014

Au cours du premier trimestre, le secteur d'activité **Détergents & produits d'entretien** a poursuivi sa croissance profitable et a continué d'étendre sa position sur les marchés concernés. Les **ventes** ont organiquement augmenté de 6,0 % par rapport à l'année

précédente. Elles se sont nominalement élevées à 1 147 millions d'EUR alors qu'elles étaient de 1 177 millions d'EUR au cours du même trimestre de l'année précédente.

Le fort développement organique des ventes résulte principalement de la performance dans les marchés émergents qui ont atteint à nouveau un taux de croissance à deux chiffres. Les régions Afrique/Proche-Orient et Amérique latine ont notamment fortement contribué à ce résultat. L'Europe de l'Est a enregistré une nouvelle augmentation solide de ses ventes. L'évolution des ventes a été globalement positive dans les marchés matures. En Europe de l'Ouest, une solide croissance des ventes a été atteinte malgré l'évolution négative des marchés. L'Amérique du Nord a encore été marquée par un marché en régression et par un contexte de concurrence difficile. Les ventes ont ici baissé.

Le **résultat d'exploitation ajusté** a augmenté de 7,8 % passant à 190 millions d'EUR. La rentabilité des ventes ajustée a progressé de manière significative de 1,6 point par rapport au premier trimestre 2013 pour atteindre 16,6 %. Le résultat d'exploitation a enregistré une hausse de 11,8 % et s'est élevé à 196 millions d'EUR.

Le secteur d'activité **Beauty Care** a également maintenu avec succès sa croissance profitable au cours du premier trimestre 2014. La croissance organique des ventes s'est élevée à 3,0 % et a été une fois de plus supérieure à celle des marchés concernés, ce qui a contribué à des parts de marchés plus élevées. Les **ventes** ont nominalement atteint 856 millions d'EUR alors qu'elles étaient de 873 millions d'EUR au cours du même trimestre de l'année précédente.

Le fort développement organique des ventes s'est poursuivi dans les marchés émergents. Avec une progression d'un pourcentage à deux chiffres, l'activité en Asie s'est avérée être le moteur. La région Afrique/Proche-Orient a enregistré une forte croissance et l'Europe de l'Est a poursuivi sa solide évolution. Les ventes ont augmenté sur les marchés matures, toujours marqués par un développement des marchés négatif, des activités promotionnelles croissantes et une pression accrue exercée sur les prix. Une solide croissance a été atteinte en Europe de l'Ouest et sur

les marchés matures de la région Asie/Pacifique. Par contre, les ventes en Amérique du Nord n'ont pas atteint le niveau du premier trimestre 2013 en raison de la concurrence sensiblement plus forte en matière de prix.

Le **résultat d'exploitation ajusté** a augmenté de 3,1 % par rapport au même trimestre de l'année précédente et a atteint 134 millions d'EUR. La rentabilité des ventes ajustée s'est très fortement améliorée de 0,8 point pour atteindre 15,7 %. Le résultat d'exploitation est passé à 114 millions d'EUR alors qu'il était de 124 millions d'EUR au cours du même trimestre de l'année précédente.

Le secteur d'activité **Adhesive Technologies** a poursuivi sa croissance profitable au cours du premier trimestre. Avec une solide croissance organique de ses ventes de 4,1 %, ce secteur s'est à nouveau mieux développé que le marché. Les **ventes** se sont nominalement élevées à 1 893 millions d'EUR alors qu'elles étaient de 1 944 millions d'EUR au cours du même trimestre de l'année précédente.

Les marchés émergents ont enregistré un très fort développement organique des ventes. Les plus fortes croissances ont été atteintes par les régions Amérique latine, Asie (hors Japon) et Europe de l'Est, qui ont connu un très fort développement par rapport au même trimestre de l'année précédente. Dans la région Afrique/Proche-Orient, le développement des ventes a été solide. Sur les marchés matures, les ventes ont globalement progressé, mais de manière différente selon les régions. En Amérique du Nord, les conditions climatiques extrêmes du début de l'année ont impacté les activités. Elles ont provoqué des arrêts de production chez certains clients et les ventes ont ainsi été inférieures au niveau de l'année précédente. L'Europe de l'Ouest a par contre enregistré une solide croissance. Les activités dans les marchés matures de la région Asie/Pacifique ont connu une forte hausse.

Le **résultat d'exploitation ajusté** s'est élevé à 319 millions d'EUR et s'est pratiquement aligné sur le niveau du même trimestre de l'année précédente. La rentabilité des ventes ajustée s'est améliorée de 0,4 point par rapport à l'année

précédente passant à 16,9 %. Le résultat d'exploitation a augmenté de 5,5 % passant à 331 millions d'EUR.

Évolution par région au cours du premier trimestre 2014

Dans la région **Europe de l'Ouest**, les ventes ont augmenté de 2,0 % à 1 450 millions d'EUR sur un marché concurrentiel intense. Les ventes ont organiquement progressé de 2,4 %. L'évolution en légère baisse dans les pays du sud de l'Europe a pu être compensée par la croissance atteinte dans pratiquement tous les autres pays. Les ventes dans la région **Europe de l'Est** se sont élevées à 670 millions d'EUR après avoir atteint 718 millions d'EUR au cours du même trimestre de l'année précédente. La croissance organique a été de 5,4 %. La Russie et la Turquie ont été ici les principaux moteurs. Dans la région **Afrique/Proche-Orient**, les ventes se sont élevées à 277 millions d'EUR alors qu'elles étaient de 289 millions d'EUR au cours du même trimestre de l'année précédente. Malgré les troubles politiques qui sévissent dans certains pays, les ventes ont à nouveau enregistré une croissance organique à deux chiffres de 17,9 %. Les trois secteurs d'activité ont fortement contribué à cette évolution.

Les ventes dans la région **Amérique du Nord** ont diminué de 8,1 % à 670 millions d'EUR dans un marché fortement concurrentiel. Les ventes organiques ont été de 3,1 % inférieures à la valeur de l'année précédente. Cette situation s'explique notamment par un hiver exceptionnellement froid et une plus forte concurrence promotionnelle dans les activités des biens de grande consommation. Dans la région **Amérique latine**, les ventes ont nominalement baissé de 6,2 % à 241 millions d'EUR. Les ventes ont en revanche organiquement augmenté de 8,4 %. Les activités au Mexique et au Brésil y ont surtout contribué. Dans la région **Asie/Pacifique**, les ventes ont progressé de 1,4 % passant à 588 millions d'EUR. Les ventes organiques se sont sensiblement améliorées de 9,3 %. Ce très fort développement de l'activité est notamment dû à la croissance à deux chiffres en Chine.

Dans les **régions émergentes**, à savoir Europe de l'Est, Afrique/Proche-Orient, Amérique latine et Asie (hors Japon), les effets négatifs du cours du change ont

nominalement réduit les ventes de 3,3 % à 1 669 millions d'EUR. L'accroissement organique s'est élevé à 9,2 %. Les trois secteurs d'activité ont contribué à ce résultat. En raison des effets des cours du change, la part des ventes des marchés émergents s'est élevée à 42 % au cours du premier trimestre 2014 alors que celle du même trimestre de l'année précédente était de 43 %. Les ventes des **marchés matures** ont organiquement progressé de 0,8 % et sont élevées à 2 226 millions d'EUR.

Perspectives du groupe Henkel pour 2014

Pour l'exercice 2014, Henkel s'attend à une croissance organique de ses ventes de 3 à 5 %. Henkel part du principe que la croissance de chaque secteur d'activité se situera dans cette tranche. En conformité avec la stratégie 2016, Henkel attend une légère hausse de la part des ventes des marchés émergents. En ce qui concerne la rentabilité des ventes ajustée (EBIT) et par comparaison aux valeurs de 2013, Henkel s'attend à un accroissement d'environ 15,5 % et à une augmentation du résultat ajusté par action préférentielle dans la tranche supérieure à un chiffre.

Ce communiqué de presse en français est une traduction de la version originale.

Ce Communiqué de Presse contient des déclarations prévisionnelles basées sur ce que la Direction de Henkel AG & Co. KGaA pense être la meilleure évaluation actuelle de l'avenir. Des déclarations axées sur l'avenir sont caractérisées par l'utilisation de termes comme attendre, envisager, planifier, prévoir, partir du principe que, croire, estimer et d'autres formulations de ce genre. Ces informations ne peuvent être garanties en termes de performances futures. Ces déclarations prévisionnelles sont sujettes à des risques et incertitudes qui pourraient faire que les résultats ou la performance actuelle de Henkel AG & Co. KGaA et de ses sociétés affiliées diffèrent matériellement de ceux susmentionnés ou suggérés par ces déclarations. De nombreux risques et incertitudes résultent de plusieurs facteurs qui sont indépendants de la capacité de contrôle ou d'estimation précise de Henkel, tel que le contexte futur des marchés ou les conditions économiques, ainsi que le comportement des autres participants sur le marché. Henkel n'a pas l'intention de et ne s'engage en aucun cas à mettre à jour des déclarations prévisionnelles.

Contacts :

Henkel
Stéphanie Coignard
Tél. : 01 46 84 92 23
stephanie.coignard@fr.henkel.com

Agence Burson-Marsteller
Xavier Bossaert/Anne Hervoche
Tél : 01 56 03 12 14 / 01 56 03 12 98
xavier.bossaert@bm.com / anne.hervoche@bm.com

Vous trouverez le rapport pour le premier trimestre 2014 et d'autres informations et éléments à télécharger ainsi que le lien sur la retransmission de la conférence de presse par téléphone dans notre dossier de presse à l'adresse Internet :

<http://www.henkel.com/press/press-conference-publication-of-2013-annual-report-44117.htm>

Key figures Q1/2014

in million euros	Sales	EBIT	EBIT margin
	Q1	Q1	Q1
Laundry & Home Care			
2014	1,147	196	17.1%
2013	1,177	175	14.9%
organic	6.0%	-	-
2014 adjusted ¹⁾	-	190	16.6%
2013 adjusted ¹⁾	-	176	15.0%
Beauty Care			
2014	856	114	13.3%
2013	873	124	14.2%
organic	3.0%	-	-
2014 adjusted ¹⁾	-	134	15.7%
2013 adjusted ¹⁾	-	130	14.9%
Adhesive Technologies			
2014	1,893	331	17.5%
2013	1,944	314	16.1%
organic	4.1%	-	-
2014 adjusted ¹⁾	-	319	16.9%
2013 adjusted ¹⁾	-	320	16.5%
Henkel			
2014	3,929	608	15.5%
2013	4,033	565	14.0%
organic	4.3%	-	-
2014 adjusted ¹⁾	-	619	15.8%
2013 adjusted ¹⁾	-	600	14.9%

Henkel	Q1/2013	Q1/2014	Change
Earnings per preferred share in euros	0.91	1.04	14.3%
Adjusted EPS per preferred share in euros ¹⁾	0.96	1.04	8.3%

Changes on the basis of figures in thousand euros

¹⁾ Adjusted for one-time charges/gains and restructuring charges

Henkel AG & Co. KGaA, Corporate Communications