

## Communiqué de presse

7 mai 2015

Forte performance au premier trimestre

### Bon départ de Henkel dans l'exercice 2015

- Ventes : +12,7 % à 4 430 millions d'EUR (organique : +3,6 %)
- Résultat d'exploitation\* : +14,1 % à 707 millions d'EUR
- Marge EBIT\* : +0,2 point à 16,0 %
- Résultat par action préférentielle\* : +13,5 % à 1,18 Euro
- Très fort développement des ventes dans les marchés émergents :  
organique +7,7 %

« Henkel a enregistré une forte performance au premier trimestre et a bien commencé l'exercice 2015 dans un contexte de marché difficile. Nous avons une fois de plus amélioré les ventes et le résultat. Le bon développement organique des ventes, les acquisitions effectuées au cours de l'exercice précédent et le fort dollar américain ont contribué à la réalisation des ventes trimestrielles les plus élevées de l'histoire de l'entreprise. Tous les secteurs d'activité y ont contribué. Nous nous sommes à nouveau très fortement développés sur les marchés émergents », a annoncé Kasper Rorsted, Président du Comité de Direction.

S'agissant de l'exercice 2015, Kasper Rorsted a expliqué : « Nous nous attendons à ce que le contexte économique mondial reste difficile. Compte tenu du conflit persistant entre la Russie et l'Ukraine, nous considérons que la

\* Après ajustement des produits et des dépenses exceptionnels ainsi que des dépenses pour restructuration

stagnation de l'économie devrait se poursuivre en Europe de l'Est. Face à cette situation, réactivité et flexibilité restent les facteurs clés du succès. Nous allons donc continuer de simplifier et d'accélérer nos structures et nos process. »

### Perspectives pour 2015 confirmées

Kasper Rorsted a confirmé les perspectives pour l'exercice en cours : « Pour l'exercice 2015, nous nous attendons à une croissance organique des ventes comprise entre 3 et 5 %. En ce qui concerne la marge EBIT ajustée, nous comptons sur une hausse à environ 16 % et une amélioration du résultat ajusté par action préférentielle d'environ 10 %. »

### Développement des ventes et du résultat au premier trimestre 2015

Au cours du premier trimestre 2015, les **ventes** ont sensiblement augmenté de 12,7 % pour atteindre un nouveau record trimestriel de 4 430 millions d'EUR. Après ajustement des effets positifs liés aux opérations de change se montant à 5,8 %, les ventes se sont améliorées de 6,9 %. **Organiquement**, c'est-à-dire après ajustement des effets liés aux opérations de change, aux acquisitions et désinvestissements, les ventes ont augmenté de 3,6 %.

Le secteur d'activité **Laundry & Home Care** (Détergents & produits d'entretien) a réalisé une forte augmentation organique de ses ventes de 5,2 %. Le secteur d'activité **Beauty Care** (Cosmétiques) a enregistré une solide croissance organique des ventes de 2,1 %. Les ventes du secteur d'activité **Adhesive Technologies** ont également atteint une solide croissance organique de 3,3 %.

Après ajustement des produits et des dépenses exceptionnels ainsi que des dépenses pour restructuration, le **résultat d'exploitation ajusté** s'est amélioré de 14,1 %, passant de 619 millions d'EUR à 707 millions d'EUR. Le résultat d'exploitation (EBIT) est passé de 608 millions d'EUR à 648 millions d'EUR et a donc augmenté de 6,5 %.

— La **rentabilité des ventes ajustée** (marge EBIT) a augmenté de 0,2 point, passant à 16,0 %. La rentabilité des ventes s'est élevée à 14,6 % après avoir été de 15,5 % durant le même trimestre de l'année précédente.

— Le **résultat financier** s'est amélioré de 6 millions d'EUR à -9 millions d'EUR. Ce résultat s'explique par une amélioration du produit d'intérêts nets et du cours de change. Le produit d'intérêts nets s'est amélioré entre autres en raison du remboursement d'un Senior Bond et de fixations de taux d'intérêt arrivant à expiration en mars 2014. Le taux d'imposition s'est élevé à 24,6 % alors qu'il était de 23,1 % au même trimestre de l'année précédente.

— Après déduction des participations minoritaires, le **bénéfice net ajusté trimestriel** s'est amélioré de 12,8 % en passant de 452 millions d'EUR à 510 millions d'EUR. Le bénéfice net trimestriel a augmenté de 5,7 % en passant de 456 millions d'EUR à 482 millions d'EUR. Après déduction des participations minoritaires se montant à 12 millions d'EUR, le bénéfice net a progressé à 470 millions d'EUR (même trimestre de l'année précédente : 449 millions d'EUR).

Le **résultat par action préférentielle après ajustement** (EPS) a augmenté de 13,5 %, passant de 1,04 Euro à 1,18 Euro. Sans ajustement, il est passé de 1,04 Euro à 1,09 Euro.

Le **rapport du fonds de roulement net et des ventes** s'est amélioré de 1,4 point à 6,2 % par rapport à la même période de l'année précédente. Cette augmentation s'explique principalement par les acquisitions de 2014 et par les effets du cours du change.

La **position financière nette** au 31 mars 2015 s'établissait à 10 millions d'EUR. Au 31 décembre 2014, elle était de -153 millions d'EUR.

### **Évolution des d'activités au cours du premier trimestre 2015**

Au cours du premier trimestre 2015, le secteur d'activité **Laundry & Home Care** (Détergents & produits d'entretien) a de nouveau enregistré une croissance profitable. Les **ventes** ont organiquement augmenté de 5,2 % par rapport à l'année précédente et ont donc été plus fortes que les marchés concernés. Ceci a abouti à des parts de marché plus élevées. Les ventes ont augmenté nominalement d'un pourcentage à deux chiffres, soit de 13,2 % pour passer à 1 298 millions d'EUR (année précédente : 1 147 millions d'EUR).

La forte progression organique des ventes peut être principalement mise sur le compte des marchés émergents. La région Afrique/Proche-Orient a atteint des taux de croissance à deux chiffres. L'Europe de l'Est a enregistré une très forte croissance et le développement a été bon dans la région Amérique latine. L'évolution des ventes a été globalement positive dans les marchés matures. Ceci s'explique avant tout par le développement positif en Europe de l'Ouest et en particulier par la forte croissance enregistrée en Allemagne. En Amérique du Nord, les ventes se sont maintenues au niveau du premier trimestre 2014.

Le **résultat d'exploitation ajusté** du secteur d'activité Laundry & Home Care (Détergents & produits d'entretien) a augmenté de 16,7 %, passant à 222 millions d'EUR. La rentabilité des ventes ajustée a fortement progressé de 0,5 point par rapport au premier trimestre 2014 pour atteindre 17,1 %. Le résultat d'exploitation s'est élevé à 192 millions d'EUR alors qu'il était de 196 millions d'EUR au même trimestre de l'année précédente.

Le secteur d'activité **Beauty Care** (Cosmétiques) a également maintenu sa croissance profitable au cours du premier trimestre 2015. La croissance organique des ventes s'est élevée à 2,1 % 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 augmenté de 9,9 % pour s'établir à 940 millions d'EUR (année précédente : 856 millions d'EUR).

L'excellente progression s'est poursuivie dans les marchés émergents avec une très forte augmentation organique des ventes. Les régions Asie (hors Japon), Afrique/Proche-Orient et Amérique latine ont enregistré une croissance à deux chiffres. L'Europe de l'Est a poursuivi sa solide évolution. Les marchés matures ont encore été marqués par un contexte difficile. Cela explique pourquoi les ventes sont restées légèrement inférieures à la valeur du premier trimestre 2014. Alors qu'une bonne croissance a été enregistrée en Amérique du Nord, les ventes dans les marchés matures de la région Asie/Pacifique n'ont pas atteint le niveau du même trimestre de l'année précédente.

Le **résultat d'exploitation ajusté** du secteur d'activité Beauty Care (Cosmétiques) a augmenté de 11,4 % par rapport à l'année précédente et a atteint pour la première fois 150 millions d'EUR. La rentabilité des ventes ajustée s'est améliorée de 0,2 point

pour atteindre 15,9 %. Le résultat d'exploitation a augmenté de 17,0 % à 133 millions d'EUR.

Le secteur d'activité **Adhesive Technologies** a réalisé une solide croissance organique des ventes de 3,3 % au cours du premier trimestre. Les **ventes** ont nominalement augmenté de 14,1 % à 2 160 millions d'EUR (année précédente : 1 893 millions d'EUR).

Les marchés émergents ont enregistré un fort développement organique des ventes. La région Afrique/Proche-Orient a ici réalisé des croissances d'un pourcentage à deux chiffres. La croissance en Asie (hors Japon) a été forte. Les activités en Europe de l'Est se sont également fortement développées malgré la situation politique toujours aussi difficile dans certaines parties de la région. Dans la région Amérique latine, les ventes ont enregistré une évolution solide. Les ventes dans les marchés matures se sont développées organiquement de manière globalement positive. La région Amérique du Nord a ici enregistré un bon accroissement des ventes. Alors que les activités dans les marchés matures de la région Asie/Pacifique se sont développées de façon positive par comparaison au même trimestre de l'année précédente, les ventes sont restées stables en Europe de l'Ouest.

Le **résultat d'exploitation ajusté** du secteur d'activité Adhesive Technologies a augmenté d'un pourcentage à deux chiffres, soit de 10,6 % à 353 millions d'EUR par rapport au même trimestre de l'année précédente. La rentabilité des ventes ajustée de 16,4 % a été inférieure au niveau élevé de l'année précédente. Ceci s'explique par la faiblesse de monnaies importantes et l'impact des investissements réalisés dans les marques et les innovations. Le résultat d'exploitation a augmenté de 4,2 %, passant à 345 millions d'EUR.

## Évolution par région au cours du premier trimestre 2015

Dans la région **Europe de l'Ouest**, Henkel a augmenté ses ventes de 5,6 % à 1 531 millions d'EUR. Les ventes ont organiquement atteint le niveau de l'année précédente. En **Europe de l'Est**, les ventes se sont élevées à 625 millions d'EUR après avoir été de 670 millions d'EUR au cours du même trimestre de l'année précédente. La croissance organique a atteint le fort pourcentage de 6,7 %. Le taux de croissance organique à deux chiffres en Russie y a particulièrement contribué. Dans la région **Afrique/Proche-Orient**, les ventes ont progressé de 277 millions d'EUR à 350 millions d'EUR. Bien que la situation politique ait continué d'influencer le développement des activités, les ventes ont à nouveau enregistré une croissance organique à deux chiffres, soit 12,3 %, durant le premier trimestre 2015. Tous les secteurs d'activité ont atteint des taux de croissance à deux chiffres dans cette région.

Les ventes dans la région **Amérique du Nord** ont progressé de 670 millions d'EUR à 885 millions d'EUR. Organiquement, une solide croissance des ventes de 2,4 % a été atteinte. En **Amérique latine**, les ventes ont augmenté de 13,7 % à 274 millions d'EUR. Elles ont organiquement progressé de 5,3 %. Cette forte amélioration peut principalement être mise sur le compte des activités au Mexique. Dans la région **Asie/Pacifique**, les ventes ont augmenté de 588 millions d'EUR à 732 millions d'EUR. Elles se sont organiquement améliorées de 5,9 %. Ce fort développement de l'activité est notamment dû à la très forte croissance en Chine. En Inde, une forte croissance organique a été atteinte et une croissance à deux chiffres a été enregistrée en Indonésie.

Dans les **marchés émergents**, à savoir Europe de l'Est, Afrique/Proche-Orient, Amérique latine et Asie (hors Japon), les ventes ont augmenté de 12,0 % à 1 870 millions d'EUR. La croissance organique, qui s'est élevée à 7,7 %, a de nouveau été très forte. Tous les secteurs d'activité y ont contribué. La part des ventes des

marchés émergents est restée stable à 42 % par rapport au même trimestre de l'année précédente. Les ventes dans les **marchés matures** ont organiquement progressé de 0,6 % et se sont élevées à 2 528 millions d'EUR.

### **Perspectives du Groupe Henkel pour 2015**

Pour l'exercice 2015, Henkel s'attend encore à une croissance organique de ses ventes de 3 à 5 %. Henkel part du principe que la croissance des secteurs d'activité Adhesive Technologies et Laundry & Home Care (Détergents & produits d'entretien) se situera dans cette tranche. Pour le secteur d'activité Beauty Care (Cosmétiques), nous tablons sur une croissance d'environ 2 %. Henkel s'attend toujours à une évolution constante de la part des ventes des marchés émergents. En ce qui concerne la rentabilité des ventes ajustée (EBIT) et par comparaison aux valeurs de 2014, Henkel s'attend à un accroissement à environ 16 % et à une augmentation du résultat ajusté par action préférentielle d'environ 10 %.

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

---

Henkel est un leader mondial des marques et des technologies présent dans trois domaines d'activités: Laundry & Home Care, Beauty Care et Adhesive Technologies. Créé en 1876, Henkel détient des positions mondiales fortes, auprès des industriels comme des consommateurs, avec des marques reconnues comme Persil, Schwarzkopf et Loctite. Employant près de 50 000 personnes, le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 16,4 milliards d'EUR en 2014. Les actions préférentielles Henkel sont listées à l'indice boursier allemand DAX. Au Benelux, les bureaux de Henkel sont implantés à Bruxelles, Drogenbos et Westerlo (Belgique) et à Nieuwegein et Scheemda (Pays-Bas). En 2014, Henkel a réalisé au Benelux un chiffre d'affaires de plus de 450 millions d'EUR et comptait près de 700 collaborateurs.

#### **Note pour la rédaction, à ne pas publier**

##### Contact

Henkel Benelux  
Corporate Communications  
Karolien Cloots



Phone : +32 2 421 27 28  
Mobile : +32 490 65 77 62

E-mail: [karolien.cloots@henkel.com](mailto:karolien.cloots@henkel.com)

[www.henkel.be](http://www.henkel.be)                      [www.henkel.nl](http://www.henkel.nl)  
[www.pers.henkel.be](http://www.pers.henkel.be)            [www.pers.henkel.nl](http://www.pers.henkel.nl)

**LVTPR**

Evelyne Van Cleven  
Phone : +32 476 45 40 80  
E-mail : [evelyne@lvtp.com](mailto:evelyne@lvtp.com)

---