

Henkel confirma previsões para 2016

- Novo aumento dos dividendos propostos
- Confirmação das previsões para o ano fiscal de 2016
- Prioridade de ganhos EPS para ciclo estratégico de 2016

Na Reunião Geral Anual de Acionistas da Henkel hoje realizada, o CEO Kasper Rorsted revisitou o excelente desempenho atingido pela empresa no ano fiscal de 2015. “2015 foi um ano record para a Henkel. Apesar do ambiente económico difícil, foi um ano de óptimos resultados e estamos bem posicionados para alcançar os principais objetivos traçados para 2016 e estabelecemos uma base sólida para o futuro da Henkel”.

Rorsted enalteceu também o progresso feito com a implementação da estratégia para 2016 e apresentou alguns exemplos de como a Henkel perseguiu as suas quatro prioridades estratégicas: Outperform – Globalize – Simplify – Inspire

Simone Bagel-Trah, Presidente do Conselho Fiscal e do Comité de Acionistas agradeceu ao Conselho de Administração e a todos os colaboradores pelo fantástico empenho em 2015.

Novo aumento dos dividendos propostos

Os dividendos propostos para duas classes de acções aumentaram em 16 cêntimos, para 1.47 euros por acção preferencial e 1.45 por acção ordinária. Isto corresponde a um pagamento médio de cerca de 30%. Os dividendos atingiram assim um novo aumento, com um crescimento de mais de 12% comparativamente ao ano anterior.

Confirmação das previsões para o ano fiscal 2016

Olhando para o ano fiscal corrente, Rorsted enfatizou o elevado nível de incerteza nos mercados: “2016 será mais um ano desafiante. A volatilidade dos mercados estrangeiros vai permanecer e as principais moedas, particularmente nos mercados emergentes, podem sofrer desvalorizações”.

Ao mesmo tempo – e apesar do ambiente difícil – Rorsted confirmou as previsões para 2016. “Prevemos um crescimento orgânico de vendas entre 2 a 4% no ano fiscal de 2016. Esperamos que a nossa margem EBIT cresça para aproximadamente 16.5% e que o lucro líquido ajustado por acção preferencial aumente entre 8 e 11%”.



Estratégia e objetivos financeiros para 2016: Ganhos EPS são uma prioridade

A Henkel definiu objetivos ambiciosos em 2012. No final de 2016, a Henkel espera gerar 20 mil milhões de euros em vendas, com 10 mil milhões de euros oriundos de mercados maduros e de mercados emergentes respetivamente. Complementarmente, a Henkel espera aumentar o lucro líquido ajustado por acção preferencial numa média de 10% ao ano entre 2013 e 2016.

Entre 2013 e 2015 a Henkel obteve um crescimento anual médio de lucros líquidos ajustados por ação preferencial de 9.7%. Rorsted confirmou o compromisso em alcançar o objetivo CAGR de 10% para o atual ciclo estratégico que termina no final de 2016. “Temos como um dos principais objetivos o lucro líquido ajustado por acção preferencial”, afirmou. “É o valor que nos mostra o quão bem temos lidado com a volatilidade e com as crises nos nossos mercados e de onde advêm os dividendos para os nossos accionistas”.

A Henkel fez também progressos significativos nos últimos três anos no que respeita aos objetivos de vendas. Em 2015, as vendas nos mercados maduros ultrapassaram os 10 mil milhões de euros pela primeira vez. Contudo, as flutuações cambiais tiveram um efeito negativo nos mercados emergentes. “No geral, temos enfrentado algumas contrariedades nos últimos três anos – nomeadamente nos mercados emergentes – de cerca de 700 milhões de euros”, acrescentou Kasper Rorsted. “Assim, tendo em conta as perspetivas atuais, parece-nos pouco provável atingir exatamente o objetivo dos 20 mil milhões de euros em vendas”.

Os resultados do primeiro trimestre de 2016 serão publicados no relatório trimestral a 19 de Maio.

Agradecimento aos accionistas e membros da direcção

Na sua última declaração na Reunião Geral Anual enquanto CEO da Henkel, Kasper Rorsted agradeceu ao Conselho de Administração e ao Comité de Accionistas pela sua cooperação construtiva durante os últimos anos, e aos accionistas pela sua confiança. Expressou um agradecimento especial a Simone Bagel-Trah pela confiança e suporte tendo esta retribuído agradecendo a Rorsted pelos anos de sucesso na Henkel.

Neste seguimento, Simone Bagel-Trah apresentou Hans Van Bylen, que assume funções de CEO a 1 de Maio. Hans Van Bylen está na Henkel há mais de 30 anos, 11 dos quais como membro do Conselho de Administração. De seguida, deu as boas vindas ao recentemente nomeado membro do Conselho de Administração Pascal Houdayer que assumirá a liderança da unidade de negócio de Beauty Care a 1 de





Maio.

Sobre a [Henkel Internacional](#)

A Henkel opera a nível mundial com as principais marcas e tecnologias em três unidades de negócio: Detergentes e Cuidados Domésticos, Cuidados de Beleza e Tecnologias de Adesivos. Fundada em 1876, a Henkel detém posições globais de liderança de mercado, tanto na área de consumo como em negócios industriais com marcas bastante conhecidas como Persil, Schwarzkopf e Loctite. A Henkel emprega cerca de 50.000 pessoas e no ano fiscal de 2015 registou uma faturação de 18,1 mil milhões de euros e lucro operacional ajustado de 2,9 mil milhões de euros. As ações preferenciais da Henkel encontram-se listadas no índice de ações Alemão (DAX).

Sobre a [Henkel Ibérica](#)

Em Espanha a Henkel Ibérica instalou-se em 1961 após a compra da empresa espanhola Gota de Ámbar. Em 1970 entrou também no mercado português. A companhia conta com um centro de produção e quatro centros de distribuição próprios na Península Ibérica e cerca de 1.000 empregados. Além disso dispõe de três centros e uma spin-off de I+D para o desenvolvimento de adesivos a nível mundial. No ano de 2015, as vendas dos três negócios da Henkel Ibérica alcançaram vendas globais de mais de 500 milhões de euros.

**Para mais informações por favor entre em contacto com:
Agência de Relações Públicas, Hill+Knowlton Strategies Portugal**

Neusa Almeida

neusa.almeida@hkstrategies.com

91 978 67 13

Este documento contém declarações sobre previsões que se baseiam em estimativas atuais e suposições feitas pela gestão corporativa da Henkel AG & Co. KGaA. As declarações sobre previsões são caracterizadas pelo uso de palavras como esperar, a intenção, planejar, prever, supor, crer, estimar, antecipar, prever e expressões similares. Tais declarações não devem ser entendidas como a garantia que essas expectativas vão ocorrer. O desempenho futuro e os resultados realmente alcançados pela Henkel AG & Co. KGaA e suas empresas afiliadas dependem de uma série de riscos e incertezas e podem diferir materialmente das declarações sobre previsões. Muitos desses fatores estão fora do controle da Henkel e não podem ser entendidos como previsão por antecedência, com o ambiente económico futuro e as ações de concorrentes e outros envolvidos no mercado. A Henkel não planeia nem se compromete em atualizar declarações sobre previsões.

