8 novembre 2016

Perspectives pour 2016 confirmées

# Henkel poursuit ses solides performances au troisième trimestre

* **Ventes à 4 748 millions d'euros : organiques +2,8 % (nominales : +3,4 %)**
* **Croissance des ventes sur les marchés émergents : organique +6,7 %**
* **Résultat d'exploitation\* : +7,6 % à 837 millions d’EUR**
* **Très forte amélioration de la marge EBIT\* : +70 points de base à 17,6 %**
* **Résultat par action préférentielle\* : +9,2 % à 1,42 EUR**

**Düsseldorf – « Henkel a continué de réaliser une solide performance au troisième trimestre. Les ventes, la marge EBIT ajustée et le résultat ajusté par action préférentielle ont atteint de nouveaux records. La réussite de notre développement et la qualité de nos résultats est le fruit de nos trois secteurs d'activité et de la forte implication de notre équipe mondiale », a déclaré Hans Van Bylen, le Président de Comité de Direction de Henkel.**

**« Au troisième trimestre, nous avons également pu conclure avec succès l'acquisition de Sun Products et garantir son financement dans des conditions favorables. Cette transaction est la deuxième plus importante de l'histoire du groupe, elle fait de Henkel le n° 2 sur le marché nord-américain du soin du linge et ajoute à notre portefeuille une gamme de marques solides et attractives. Nous sommes heureux et fiers d'accueillir les collaborateurs de Sun Products au sein du groupe Henkel, et nous allons nous attacher à une intégration réussie au sein de l’activité Laundry and Home Care en Amérique du Nord. »**

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

**En ce qui concerne l'année en cours, Hans Van Bylen a déclaré :** **«****Nous nous attendons à ce que le contexte du marché reste globalement difficile en 2016. Nous continuerons donc à tirer parti de nos marques fortes, nos positions de leader sur les marchés et nos capacités d'innovation pour atteindre nos objectifs ambitieux. »**

**Perspectives pour 2016 confirmées**

**Henkel a confirmé ses perspectives pour l'exercice en cours : « Nous nous attendons à une croissance organique des ventes de 2 à 4 % sur l'ensemble de l'exercice 2016. Nous nous attendons également à une progression de la marge EBIT ajustée à plus de 16,5 % et une augmentation des bénéfices ajustés par action préférentielle à un niveau compris entre 8 et 11 % », a indiqué Hans Van Bylen.**

**Développement des ventes et du résultat au troisième trimestre 2016**

Au troisième trimestre 2016, les **ventes** de Henkel ont atteint un nouveau record. Elles ont progressé de 3,4 % à 4 748 millions d'EUR. Cette performance est due à un solide développement organique, mais aussi aux acquisitions réalisées. La croissance des ventes **organiques**, c’est-à-dire après ajustement des effets liés aux opérations de change, aux acquisitions et désinvestissements, a été de 2,8 %. Après ajustement des effets négatifs liés aux opérations de change s'élevant à 3,3 %, les ventes ont augmenté de 6,7 %.

Cette croissance des ventes organiques a été portée par les solides résultats de tous les secteurs d'activité. Le secteur d'activité **Laundry & Home Care** a enregistré une croissance des ventes organiques de 4,0 %. Les ventes organiques du secteur d'activité **Beauty Care** se sont également améliorées, avec une croissance de 2,6 %. Le secteur d'activité **Adhesive Technologies** a également augmenté ses ventes organiques de 2,5 %.

Après ajustement des produits et des dépenses exceptionnels ainsi que des dépenses pour restructuration, le **résultat d'exploitation ajusté** (EBIT) a progressé de 7,6 %, passant de 778 millions d’EUR à 837 millions d'EUR. Le résultat d'exploitation a augmenté de 16,4 %, passant de 666 millions d’EUR à 775 millions d'EUR.

La **rentabilité des ventes ajustée** (marge EBIT) a enregistré une hausse de 0,7 point pour atteindre 17,6 %. La rentabilité des ventes est passée de 14,5 % à 16,3 %.

Le **résultat financier** de Henkel a atteint -15 millions d’euros et, du fait des acquisitions, était inférieur à celui enregistré au même trimestre de l'année précédente. Le taux d'imposition reporté s'est élevé à 23,2 % contre 24,6 % au même trimestre de l'année précédente.

Le **bénéfice net ajusté trimestriel,** après déduction des participations minoritaires, s'est amélioré de 9,2 % en passant de 564 millions d'EUR à 616 millions d'EUR. Le bénéfice net trimestriel a augmenté de 18,2 % en passant de 494 millions d'EUR à 584 millions d'EUR. Après déduction des participations minoritaires, d'un montant de 8 millions d'EUR, le bénéfice net trimestriel s'est élevé à 576 millions d'EUR (même trimestre de l'année précédente : 484 millions d’EUR).

Le **résultat par action préférentielle après ajustement** (EPS) a augmenté de 9,2 %, passant de 1,30 EUR à 1,42 EUR. Sans ajustement, il est passé de 1,12 EUR à 1,33 EUR.

Le rapport du **fonds de roulement net** des ventes s'améliore par rapport à l’année précédente, de 0,8 point à 5,2%.

**Forte performance pour les neuf premiers mois de 2016**

Au cours des neuf premiers mois de 2016, Henkel a assuré une forte croissance des ventes **organiques** – c’est-à-dire après ajustement des effets liés aux opérations de change, aux acquisitions et désinvestissements – de 3,0 %, et tous les secteurs d'activité y ont contribué. En valeur nominale, les **ventes** ont augmenté de 1,0 %, pour passer à 13 858 millions d'EUR.

Le **résultat d'exploitation ajusté** a progressé de 6,9 % passant de 2 253 millions d'EUR à 2 407 millions d'EUR ; la **rentabilité des ventes ajustée** s'est améliorée en passant de 16,4 % à 17,4 %.

Après déduction des participations minoritaires, le **bénéfice net ajusté pour les neuf premiers mois** s'est amélioré de 8,6 % en passant de 1 632 millions d'EUR à 1 772 millions d'EUR.

Le **résultat par action préférentielle après ajustement** (EPS) a augmenté de 8,5 %, passant de 3,77 EUR à 4,09 EUR.

Au 30 septembre 2016, la **position financière nette** de Henkel s'établissait à

- 2 661 millions d'EUR (31 décembre 2015 : 335 millions d’EUR). Ce changement par rapport à la fin 2015 est principalement dû aux versements pour acquisitions et aux dividendes payés.

**Évolution des secteurs d'activité au cours du troisième trimestre 2016**

Le troisième trimestre 2016 a vu la progression de la croissance profitable du secteur **Laundry & Home Care**, qui a amélioré à la fois ses ventes et sa marge EBIT. Organiquement, les **ventes** ont progressé de 4,0 % par rapport au même trimestre de l'année précédente. En valeur nominale, les ventes ont progressé de 12,6 % pour atteindre 1 479 millions d’EUR, notamment portées par l'acquisition de Sun Products.

Cette solide amélioration organique a principalement été due à la croissance des activités dans les marchés émergents. En Asie (hors Japon) et dans la région Afrique/Moyen-Orient, le secteur d'activité a atteint une croissance à deux chiffres. Avec une forte augmentation des ventes, les régions d'Europe de l'Est et d'Amérique latine ont également contribué aux bonnes performances. L'évolution des ventes a été solide sur les marchés matures. Les ventes dans la région Amérique du Nord ont connu une forte hausse par rapport la même période que l'an passé. En Europe de l'Ouest les ventes ont été positives dans un environnement compétitif où la concurrence est très forte.

Le **résultat d'exploitation ajusté** du secteur d'activité Laundry & Home Care a enregistré une augmentation à deux chiffres (+11 %), passant à 265 millions d'EUR. À 17,9 %, la rentabilité des ventes ajustée a été inférieure au niveau élevé du même trimestre de l'année précédente. Cela s'explique par les acquisitions conclues en 2016. Hors acquisitions, la rentabilité des ventes ajustée a fortement augmenté. Le résultat d'exploitation a augmenté de 8,0 %, passant de 211 millions d’EUR à 228 millions d'EUR.

Le secteur d'activité **Beauty Care** a également maintenu sa croissance rentable au cours du troisième trimestre 2016. Organiquement, les **ventes** ont augmenté de 2,6 %. En valeur nominale, les ventes ont augmenté de 0,4 %, pour passer à 968 millions d'EUR.

Le succès de la progression de ce secteur s'est poursuivi sur les marchés émergents avec une très forte augmentation organique des ventes. L'Europe de l'Est et l'Amérique Latine ont joué un rôle majeur, grâce à un taux de croissance à deux chiffres. Dans la région Asie (hors Japon), les ventes ont été inférieures à celles du troisième trimestre 2015, alors que la région Afrique/Moyen-Orient a enregistré une très forte croissance. Les ventes sur les marchés matures sont restées stables. En Europe de l'Ouest et sur les marchés matures de la région Asie/Pacifique, les ventes n'ont pas atteint le niveau du même trimestre de l'année précédente. En Amérique du Nord, une solide croissance des ventes organiques a été réalisée.

Le **résultat d'exploitation ajusté** du secteur d'activité Beauty Care a très fortement progressé de 9,7 %, pour s'établir à 170 millions d'EUR. L'amélioration de la rentabilité des ventes ajustée a été excellente : elle a gagné 1,4 point pour atteindre un nouveau record de 17,5 %. Le résultat d'exploitation a augmenté de 9,1 % à 155 millions d'EUR.

Le secteur d'activité **Adhesive Technologies** a réalisé une solide croissance organique des ventes de 2,5 % au cours du troisième trimestre. Nominalement, les ventes ont atteint 2 272 millions d’EUR, contre 2 279 millions d'EUR au même trimestre de l'année précédente.

Les marchés émergents ont poursuivi leur performance positive, grâce à une bonne croissance organique des ventes. L'Amérique Latine a enregistré une croissance à deux chiffres. L'Europe de l'Est a enregistré une solide croissance organique des ventes. Par rapport au même trimestre de l'année précédente, les ventes dans la région Afrique/Moyen-Orient ont été plus faibles. L'Asie (hors Japon) a enregistré une très forte croissance organique des ventes. Les performances sur les marchés matures ont légèrement décliné. Les ventes en Europe de l'Ouest et sur les marchés matures de la région Asie/Pacifique n'ont pas atteint le niveau du troisième trimestre de 2015, tandis qu'en Amérique du Nord elles sont restées stables.

Le **résultat d'exploitation ajusté** du secteur d'activité Adhesive Technologies a augmenté de 4,4 % par rapport au même trimestre 2015, pour s'établir à 430 millions d'EUR. La rentabilité des ventes a enregistré une forte hausse de 0,8 point pour atteindre un nouveau record de 18,9 %. Le résultat d'exploitation a augmenté de 15,3 %, passant à 423 millions d'EUR.

**Évolution par région au cours du troisième trimestre 2016**

Dans un environnement de marché très concurrentiel, Henkel a enregistré une baisse organique des ventes en **Europe de l'Ouest**, de 0,5 % par rapport au même trimestre de l'année précédente. L'évolution dans la région a été mitigée. En Allemagne, la croissance organique des ventes a été légèrement positive et l'Espagne a enregistré une solide croissance organique. En France et en Italie, les ventes n'ont pas atteint le niveau du même trimestre de l'année précédente. Nominalement, les ventes ont atteint 1 473 millions d’EUR, contre 1 508 millions d'EUR au troisième trimestre 2015. En **Europe de l'Est**, les ventes ont organiquement progressé de 4,5 %. Une augmentation notamment due aux activités en Russie et en Turquie. S'établissant à 733 millions d'EUR, les ventes nominales dans la région étaient au niveau de l'année précédente. La croissance dans la région **Afrique/Moyen-Orient** continue de subir les conséquences des troubles géopolitiques de certains pays. La croissance organique a toutefois atteint le fort pourcentage de 6,9 %. En valeur nominale, les ventes ont augmenté de 9,0 %, pour passer à 348 millions d'EUR.

En **Amérique du Nord**, les ventes ont organiquement progressé de 1,6 %. S'établissant à 1 067 millions d'EUR, les ventes ont augmenté de 13,5 % par rapport à l'année précédente. L'augmentation des ventes organiques en **Amérique latine** a atteint les 13,9 %, une augmentation notamment due aux performances réalisées au Mexique, avec une croissance à deux chiffres. Nominalement, les ventes ont atteint 268 millions d’EUR, contre 280 millions d'EUR au même trimestre de l'année précédente. En **Asie-Pacifique**, les ventes ont organiquement progressé de 4,3 %. Cela s'explique principalement par les performances réalisées en Inde, en Corée du Sud et en Chine, alors que les ventes au Japon ont baissé. En valeur nominale, les ventes ont augmenté de 6,9 %, pour passer à 830 millions d'EUR.

Avec une augmentation des ventes organiques de 6,7 %, les **marchés émergents** ont une fois encore fait une contribution à la croissance organique du groupe supérieure à la moyenne. En valeur nominale, les ventes ont augmenté de 1,8 %, pour passer à 2 031 millions d'EUR. À 43 %, la part des ventes du groupe sur les marchés émergents était au niveau de celle du troisième trimestre 2015. Les ventes sur les **marchés matures** ont organiquement progressé de 0,1 % et se sont élevées à 2 688 millions d'EUR.

**Perspectives du groupe Henkel pour 2016 confirmées**

Henkel s'attend à une croissance des ventes organiques de 2 à 4 %, et chaque secteur d'activité devrait se situer dans cette tranche. Pour la part des ventes des marchés émergents, Henkel anticipe une légère diminution par rapport à l'année précédente en raison des effets négatifs liés aux opérations de change. En ce qui concerne la rentabilité des ventes ajustée (EBIT), Henkel s'attend à ce qu'elle augmente à plus de 16,5 %, et la rentabilité des ventes ajustée de chaque secteur d'activité devrait être supérieure à celle observée l'année précédente. Henkel s'attend à une augmentation des bénéfices ajustés par action préférentielle comprise entre 8 et 11 %.

Ce document contient des prévisions fondées sur les estimations et suppositions établies par la direction d’entreprise de Henkel AG & Co. KGaA. Les prévisions sont caractérisées par l’emploi de termes tels que attendre, avoir l’intention, planning, prédiction, supposer, croire, estimer, anticiper, prévoir, etc. De telles affirmations ne doivent pas être conçues comme une quelconque garantie que ces prévisions vont se réaliser. La performance et les résultats futurs effectivement réalisés par Henkel AG & Co. KGaA et ses filiales comportent de nombreux risques et incertitudes et peuvent par conséquent diverger sensiblement des prévisions initiales. Nombre de ces facteurs échappent au contrôle direct de Henkel et ne peuvent être évalués avec précision à l’avance, à commencer par l’environnement économique futur, et les actions des concurrents et d’autres acteurs impliqués sur les marchés. Henkel n’a pas l’intention de mettre à jour les prévisions et ne le fera jamais.

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

**Contacts presse**

|  |  |
| --- | --- |
| HenkelStéphanie CoignardTél : 01 46 84 92 23stephanie.coignard@henkel.com | Agence Burson Marsteller i&ePaolo GhilardiTél : 01 56 03 12 14paolo.ghilardi@bm.com |

Le rapport sur le troisième trimestre 2016, des informations complémentaires, des documents à télécharger et le lien vers l'enregistrement sont disponibles sur :

www.henkel.com/ir

www.henkel.com/press

