



Press Release

09 de maio, 2018

A Henkel apresenta um desenvolvimento positivo no Q1, apesar das dificuldades de entrega na América do Norte – evolução cambial negativa impacta quadrimestre

Henkel apresenta um crescimento positivo em vendas orgânicas e melhora ainda mais as margens e EPS

- Vendas de 4.835 milhões de euros: crescimento orgânico de +1.1%, nominal -4.5%, impactado pelos efeitos cambiais negativos de 8.6%
- Melhoria na margem EBIT*: +50 pontos base para 17.4%
- Crescimento do lucro por ação preferencial*: +1.4% para 1.43 euros, impactado pelos efeitos cambiais negativos de 6.4%
- No caminho para retomar os níveis normais de serviço na América do Norte no segundo trimestre
- Perspetivas para o ano fiscal de 2018 confirmadas

Düsseldorf – “A Henkel apresentou um desenvolvimento positivo no primeiro quadrimestre apesar das dificuldades nas unidades de negócio de bens de consumo na América do Norte. Aumentamos as vendas organicamente e aumentamos ainda mais a margem EBIT ajustada. Melhoramos o lucro ajustado por ação preferencial, apesar de uma evolução cambial muito negativa. Com base neste desempenho, confirmamos as nossas perspetivas para o ano fiscal de 2018. Estamos empenhados em continuar com o nosso crescimento rentável”, refere o CEO da Henkel, Hans Van Bylen.

* Ajustado para despesas / ganhos únicos e despesas de reestruturação.



“No primeiro quadrimestre, fomos confrontados com efeitos cambiais exceccionalmente negativos, o que impactou as nossas vendas reportadas com 8,6 por cento ou cerca de 440 milhões de euros. O nosso lucro operacional e lucro por ação foram também afetados pela evolução cambial adversa”, explicou Hans van Bylen.

“Na nossa unidade de negócios de **Adhesive Technologies**, apresentamos um crescimento muito forte nas vendas orgânicas. Por outro lado, as vendas nas unidades de negócio **Laundry & Home Care** e **Beauty Care** ficaram abaixo do nível do ano anterior, principalmente devido às dificuldades de entrega nos negócios de bens de consumo na América do Norte que reportamos em março”, refere Hans Van Bylen. “Estamos no caminho certo para retomar os níveis normais de serviço no decorrer do segundo trimestre.”

Vendas e desempenho dos lucros no primeiro quadrimestre de 2018

As **vendas** no primeiro quadrimestre de 2018 atingiram 4.835 milhões de euros. As **vendas orgânicas**, que excluem o impacto dos efeitos cambiais e aquisições / desinvestimentos apresentaram um aumento de 1,1 por cento. Os efeitos cambiais negativos tiveram um impacto de 8,6 por cento nas vendas. A contribuição das aquisições e desinvestimentos foi de 3,0 por cento. Nominalmente, as vendas foram 4,5 por cento abaixo do nível do quadrimestre anterior.

A unidade de negócios **Adhesive Technologies** reportou um aumento orgânico muito forte nas vendas de 4,7 por cento. Devido às dificuldades de entrega nos negócios de bens de consumo na América do Norte, as vendas da unidade de negócio **Beauty Care** ficaram organicamente 4,3 por cento abaixo do quadrimestre do ano anterior. A unidade de negócio **Laundry & Home Care** registou um desenvolvimento de vendas orgânicas ligeiramente negativo de 0,7 por cento.

Os **mercados emergentes** voltaram a ter uma contribuição acima da média para o crescimento orgânico do grupo, com um aumento muito forte nas vendas orgânicas

de 6,9 por cento. Apesar das dificuldades nas entregas nos negócios de bens de consumo na América do Norte, os **mercados maduros** registaram um desenvolvimento de vendas orgânicas negativo de 2,8 por cento.

As vendas na **Europa Ocidental** cresceram organicamente em 0,2 por cento. A **Europa Oriental** alcançou um crescimento orgânico de 7,6 por cento. Na **África / Médio Oriente**, as vendas cresceram organicamente em 8,6 por cento. Apesar das dificuldades de entrega nos negócios de bens de consumo, as vendas na região da **América do Norte** diminuíram organicamente em 6,5 por cento. A **América Latina** alcançou um crescimento orgânico de 7,3 por cento, e na região **Ásia-Pacífico**, as vendas cresceram organicamente em 4,2 por cento.

O **lucro operacional ajustado (EBIT)** foi de 842 milhões de euros, 1,4 por cento abaixo do nível do primeiro quadrimestre de 2017 (854 milhões de euros). As moedas tiveram um efeito negativo de 6,2 por cento.

O **retorno ajustado em vendas (margem EBIT)** aumentou 0,5 pontos percentuais, para 17,4 por cento.

O **lucro ajustado por ação preferencial** cresceu 1,4 por cento de 1,41 euros para 1,43 euros. O crescimento do EPS foi negativamente impactado pelos efeitos cambiais de 6,4 por cento.

Com 6,2 por cento, o **capital financeiro líquido** como percentagem de vendas ficou acima do nível do primeiro quadrimestre de 2017 (4,9 por cento).

A partir de 31 de março de 2018, a **posição financeira líquida** da Henkel mostrou um saldo de -3.247 milhões de euros (31 de dezembro de 2017: -3.225 milhões de euros).

Desempenho das unidades de negócio

A unidade de negócio **Adhesive Technologies** gerou um forte crescimento de vendas orgânicas de 4,7 por cento no primeiro quadrimestre. Nominalmente, as vendas totalizaram 2.270 milhões de euros, após 2,295 milhões de euros no mesmo período do ano anterior. O **lucro operacional ajustado** atingiu 410 milhões de euros e ficou ligeiramente abaixo do nível do primeiro quadrimestre de 2017. Com 18,1 por cento, o **retorno ajustado sobre as vendas** foi no mesmo nível do ano anterior.

As **vendas** na unidade de negócio **Beauty Care** diminuíram organicamente em 4,3 por cento no primeiro quadrimestre. Excluindo o impacto das dificuldades de entrega na América do Norte, as vendas teriam sido em torno do nível do ano anterior. Em termos nominais, as vendas totalizaram 965 milhões de euros, após 1.011 milhões de euros no mesmo período do ano anterior. O **lucro operacional ajustado** atingiu 161 milhões de euros, um decréscimo de 4,6 por cento em relação ao mesmo período do ano anterior. O **retorno ajustado das vendas** mostrou um desenvolvimento estável e atingiu 16,7 por cento.

Organicamente, a unidade de negócio **Laundry & Home Care** registou uma ligeira queda nas **vendas** de 0,7 por cento no primeiro quadrimestre. Excluindo as dificuldades de entrega na América do Norte, Laundry & Home Care teria reportado um bom crescimento de vendas. Nominalmente, as vendas totalizaram 1.569 milhões de euros depois de 1.726 milhões de euros no mesmo quadrimestre do ano anterior. Com 291 milhões de euros, o **lucro operacional ajustado** ficou 2,5 por cento abaixo do nível do primeiro quadrimestre de 2017. O **retorno ajustado sobre as vendas** cresceu 1,2 pontos percentuais para 18,5 por cento.

Perspetivas para o ano fiscal de 2018 confirmadas

No decorrer do ano, a Henkel espera que o ambiente volátil e o incerto do mercado continue. As flutuações cambiais significativas permanecerão. A Henkel continua a esperar que o dólar enfraqueça em relação ao euro em comparação com o ano de 2017, e algumas moedas de importância nos mercados emergentes também

deverão desvalorizar. Para além disso, a Henkel espera que os preços das matérias-primas e das embalagens continuem a subir em relação ao ano anterior.

Para o ano fiscal de 2018, a Henkel confirmou as últimas perspetivas apresentada em março de 2018. A Henkel espera gerar um crescimento orgânico de vendas de 2 a 4 por cento, como Adhesive Technologies e Laundry & Home Care a crescer nesse intervalo, e Beauty Care entre 0 e 2 por cento. Para o retorno ajustado sobre vendas (EBIT), a Henkel prevê um aumento para mais de 17,5 por cento, com a contribuição de todas as unidades de negócio. Refletindo a incerteza nos mercados de cambio, especialmente a tendência do dólar, a Henkel espera um aumento nos lucros ajustado por ação preferencial em euros entre 5 a 8 por cento.

Sobre a Henkel

A Henkel opera globalmente com um portefólio bem equilibrado e diversificado. A empresa detém posições de liderança com as suas três unidades de negócios, tanto na área da indústria como no grande consumo, graças à força das marcas, inovações e tecnologias. A Henkel Adhesive Technologies é líder mundial no mercado de adesivos em todos os segmentos da indústria. Nos seus negócios de Laundry & Home Care e Beauty Care, a Henkel ocupa posições de liderança em muitos mercados e categorias em todo o mundo. Fundada em 1876, a Henkel faz uma retrospectiva a mais de 140 anos de sucesso. Em 2017, a Henkel atingiu um volume de vendas de 20.000 milhões de euros e um lucro operacional depurado de cerca de 3.500 milhões de euros. As vendas combinadas das principais marcas das três unidades de negócios - Loctite, Schwarzkopf e Persil - somam mais de 6.400 milhões de euros. A Henkel emprega mais de 53.000 pessoas em todo o mundo - uma equipa apaixonada, altamente diversificada e unida por uma forte cultura corporativa, um objetivo comum de criar valor sustentável e valores partilhados. Como líder reconhecida em sustentabilidade, a Henkel ocupa posições de destaque em muitos índices e classificações internacionais. As ações preferenciais da Henkel estão listadas no índice alemão de ações DAX. Para obter mais informações visite: www.henkel.com.

Este documento contém declarações prospetivas baseadas nas estimativas e premissas atuais feitas pela Administração Corporativa da Henkel AG & Co. KGaA. Declarações prospetivas são caracterizadas pelo uso de palavras como esperar, pretender, planejar, prever, assumir, acreditar, estimar, antecipar e formulações semelhantes. Estas expressões não devem ser entendidas, de forma alguma, como garantias de que essas expectativas se tornarão realidade. 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, portanto, diferir das declarações prospetivas efetuadas. Muitos destes fatores estão fora do controlo da Henkel e não podem ser precisamente estimados com antecedência, como a conjetura económica futura e as ações dos concorrentes e outros envolvidos no mercado. A Henkel não planeia nem se compromete a atualizar as declarações de prospeção.

Para mais informações:

Contacto: Lúcia Espanhol / André Gerson (Media Consulting)

Tlf: +351 910 960 222 / +351 912 293 131

Email: lucia.espanhol@mediaconsulting.pt / andre.gerson@mediaconsulting.pt