



Press Release

16 de agosto de 2018

Henkel apresenta um bom desempenho no segundo trimestre, apesar dos significativos efeitos negativos da moeda

Henkel apresenta um forte crescimento em vendas orgânicas, margem melhorada e maiores ganhos no segundo trimestre

- As vendas aumentaram para uma nova alta: 5.143 milhões de euros, crescimento orgânico de +3,5%
- EBIT* atinge um novo recorde: 926 milhões de euros (+1,8%)
- Margem EBIT* melhorada: + 20 pontos base para 18,0%
- Lucro por ação preferencial (EPS)*: 1,58 euros (+1,9%), excluindo os efeitos cambiais: +7,7%
- As unidades de negócio de bens de consumo na América do Norte voltaram aos níveis normais de serviço
- A Henkel atualiza as perspectivas para todo o ano, refletindo os fortes desvios cambiais e os preços dos materiais, e espera um crescimento orgânico das vendas do grupo de 2 – 4% (inalterado), uma margem EBIT* de cerca de 18% (anteriormente: mais de 17,5%) e um crescimento EPS* de 3 – 6% (anteriormente: 5 – 8%)

Düsseldorf – “Impulsionada pelo forte crescimento orgânico, a Henkel apresentou um bom desenvolvimento no segundo trimestre apesar dos significativos efeitos negativos da moeda e do elevado preço dos materiais.

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



Aumentamos as vendas trimestrais para um novo recorde, melhoramos ainda mais a nossa margem EBIT ajustada e alcançámos o maior lucro trimestral ajustado até ao momento”, refere o CEO da Henkel Hans Van Bylen. “A nossa unidade de negócios de Adhesive Technologies teve um crescimento orgânico mais forte, Laundry & Home Care reportou um bom crescimento e o desenvolvimento de Beauty Care também foi positivo”.

“Alcançámos um crescimento orgânico das vendas em todas as regiões, com um desempenho muito forte nos mercados emergentes e um bom desenvolvimento em mercados maduros. As nossas unidades de negócios de bens de consumo na América do Norte voltaram ao crescimento, com os níveis de serviço de volta ao normal”.

“Como no primeiro trimestre, fomos confrontados com significativos desvios cambiais e o aumento do preço dos materiais no segundo trimestre. Os desvios cambiais impactaram negativamente as nossas vendas reportadas em 6,1% ou cerca de 310 milhões de euros. O nosso lucro operacional e por ação preferencial também foram afetados pelos desvios cambiais. Excluindo os impactos dos desvios cambiais, apresentámos um aumento operacional EPS de 7,7%”, explicou Hans Van Bylen.

Perspetiva atualizada para o ano fiscal de 2018

A Henkel atualizou a sua perspetiva para o ano fiscal de 2018. A empresa confirma a sua expectativa de crescimento de vendas orgânicas de 2 a 4% para o Grupo Henkel. A Henkel espera agora um crescimento orgânico de vendas na unidade de negócios de Adhesive Technologies de 4 a 5%, face aos anteriores 2 a 4%. Na unidade de negócio Laundry & Home Care, a Henkel continua à espera de um crescimento de cerca de 2 a 4%. Na unidade de negócios Beauty Care, a Henkel confirma a sua expectativa de crescimento positivo de vendas orgânicas de 0 a 2%.

Para o retorno ajustado sobre as vendas (EBIT), a Henkel prevê agora um aumento ano a ano de cerca de 18%, face ao anteriormente de 17,5%. Espera-se que as três unidades de negócio contribuam para esse desempenho positivo. Refletindo o desenvolvimento da moeda e o preço dos materiais, a Henkel espera agora um aumento entre 3 a 6% no lucro ajustado por ação preferencial, anteriormente entre 5 a 8%.

“A perspectiva destaca o nosso foco contínuo no crescimento rentável sustentável e estamos comprometidos em impulsionar ainda mais a implementação das nossas prioridades estratégicas”, disse Hans Van Bylen.

Vendas e desempenho dos lucros no segundo trimestre de 2018

Com 5.143 milhões de euros, as **vendas** do segundo trimestre de 2018 alcançaram um novo recorde e cresceram nominalmente 0,9% em comparação com o mesmo período do ano anterior. As vendas **orgânicas**, que excluem o impacto dos efeitos cambiais e aquisições / desinvestimentos, mostram um forte aumento de 3,5%. A contribuição de aquisições e desinvestimentos foi de 3,5%. Isso resulta num crescimento de 7%. Os efeitos cambiais tiveram um impacto negativo de -6,1% nas vendas.

A unidade de negócio de **Adhesive Technologies** reporta um forte aumento orgânico nas vendas de 5,2%. Na unidade de negócio de **Beauty Care**, as vendas orgânicas ficaram 0,4% acima do nível do trimestre do ano anterior. A unidade de negócios **Laundry & Home Care** reporta um bom aumento nas vendas orgânicas de 2,9%.

O crescimento das vendas foi também apoiado por um aumento de dois dígitos nas **vendas online** no nível do grupo, impulsionado pelo desempenho particularmente forte nas unidades de negócios de bens de consumo.

Os **mercados emergentes** voltaram a fazer uma contribuição acima da média para o crescimento orgânico do Grupo, com um forte aumento as vendas orgânicas de

5,4%. Os **mercados maduros** alcançaram um bom crescimento de vendas orgânicas de 2,2%.

Com um crescimento orgânico de vendas de 0,1%, as vendas na **Europa Ocidental** mostraram um desenvolvimento estável. A **Europa Oriental** alcançou um crescimento orgânico de 8,2%. Na **África/Médio Oriente**, as vendas cresceram organicamente em 4,7%. A **América do Norte** apresentou um crescimento orgânico de vendas de 4,9%. A **América Latina** alcançou um crescimento orgânico de 6,3% e, na região **Ásia-Pacífico**, as vendas cresceram organicamente em 1,9%.

O **lucro operacional ajustado (EBIT)** melhorou em 1,8% de 909 milhões de euros no trimestre do ano anterior para uma nova alta de 926 milhões de euros.

O **retorno ajustado das vendas (EBIT)** aumentou 0,2 pontos percentuais para 18,0%.

O **lucro ajustado por ação preferencial** cresceu 1,9% de 1,55 para 1,58 euros. O crescimento do lucro por ação foi negativamente impactado pelos efeitos cambiais em -5,8%. Excluindo o impacto dos efeitos cambiais, o lucro ajustado por ação preferencial aumentou 7,7%.

Com 6,3%, o **capital líquido** como percentagem das vendas ficou acima do nível do segundo trimestre de 2017 (5,2%).

Desempenho das unidades de negócio

A unidade de negócios de **Adhesive Technologies** gerou um forte **crescimento orgânico de vendas** de 5,2% no segundo trimestre. Nominalmente, as vendas cresceram 2,6% para 2.432 milhões de euros. O **lucro operacional ajustado** aumentou 1,5% e atingiu 462 milhões de euros. Com 19,0%, o **retorno ajustado sobre as vendas** ficou ligeiramente abaixo do nível do trimestre do ano anterior.

Na unidade de negócios de **Beauty Care**, as **vendas** cresceram **organicamente** em 0,4%. Nominalmente, as vendas aumentaram 3,8% para 1.035 milhões de euros. O **lucro operacional ajustado** cresceu 4,4% e atingiu 187 milhões de euros. O **retorno ajustado das vendas** melhorou 0.1 pontos percentuais, para 18,1%.

A unidade de negócios **Laundry & Home Care**, gerou um bom **crescimento de vendas orgânicas** de 2,9% no segundo trimestre. Nominalmente, as vendas totalizaram 1.644 milhões de euros após 1.703 milhões de euros no mesmo trimestre do ano anterior. Com 295 milhões de euros, o **lucro operacional ajustado** ficou 1,0% abaixo do nível do segundo trimestre de 2017. O **retorno ajustado sobre as vendas** cresceu 0,4 pontos percentuais, para 17,9%.

Bom desempenho nas unidades de negócios no primeiro trimestre de 2018

Na primeira metade de 2018, a Henkel gerou vendas de 9.978 milhões de euros. O **crescimento orgânico das vendas**, que exclui o impacto dos efeitos cambiais e das aquisições/desinvestimentos, foi de 2,3%. Os efeitos cambiais reduziram as vendas em -7,4%.

O **lucro operacional ajustado** aumentou 0,3%, de 1.763 milhões de euros para 1.768 milhões de euros.

O **retorno ajustado das vendas** melhorou de 17,4% para 17,7%.

O **lucro ajustado por ação preferencial** cresceu 1,7% de 2,96 euros para 3,01 euros. O crescimento de lucro por ação foi negativamente impactado pelos efeitos cambiais em -6,1%. Excluindo o impacto dos efeitos cambiais, o lucro ajustado por ação preferencial aumentou 7,8%.

Na primeira metade de 2018, a unidade de negócios de **Adhesive Technologies** gerou um crescimento muito forte nas vendas orgânicas de 5,0%. O retorno ajustado das vendas foi de 18,5%.

As vendas nas unidades de negócio de bens de consumo na América do Norte foram negativamente afetadas pelas dificuldades de entrega. A unidade de negócio de **Beauty Care** apresentou um desenvolvimento nas vendas orgânicas de -2,0% abaixo do mesmo período do ano anterior. Com 17,4%, o retorno ajustado sobre vendas ficou ao nível do primeiro trimestre de 2017. A unidade de negócios de **Laundry & Home Care** gerou um crescimento orgânico de vendas de 1,1%. O retorno ajustado das vendas mostrou um forte aumento de 17,4% para 18,2%.

A partir de 30 de junho de 2018, a **posição financeira líquida** da Henkel apresentou um saldo de -3.597 milhões de euros (31 de dezembro de 2017: -3.225 milhões de euros).

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 conjuntura económica futura e as ações dos concorrentes e outros envolvidos no mercado. A Henkel não planeia nem se compromete a atualizar as declarações de prospecção.

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

A declaração de resultados do segundo trimestre de 2018 e outras informações como material para download, bem como o link para a transmissão da teleconferência, podem ser encontrados online em:

www.henkel.com/press

www.henkel.com/ir