



News Release

21 de janeiro, 2018

Impulsionando o crescimento lucrativo sustentável

Henkel vai intensificar investimentos em crescimento

- **Implementação do Henkel 2020+ em andamento**
- **Resultados preliminares de 2018: bom desempenho apesar de ventos contrários significativos**
- **Intensificar investimentos em marcas e inovações para alcançar oportunidade de crescimento nos negócios de consumo e acelerar a transformação digital**
- **Perspetivas para o ano fiscal 2019, refletindo o aumento dos investimentos em crescimento, mantendo a alta disciplina de custos**
- **Ambição financeira de médio a longo prazo para 2020 e mais além, reforçando o compromisso de apresentar um crescimento lucrativo**
- **Aumento do rácio de pagamento de dividendos futuros**

Düsseldorf – Desde o anúncio das suas prioridades estratégicas para 2020 e mais além (2020+), a Henkel fez **progressos muito bons na implementação das suas prioridades estratégicas** e obteve um **bom desempenho nos negócios em 2017 e 2018** graças ao seu forte portefólio e às tecnologias inovadoras. Para alcançar **oportunidades de crescimento** principalmente nos negócios de consumo e **acelerar a transformação digital**, a Henkel aumentará os investimentos em cerca de **300 milhões de euros anualmente** a partir de 2019. Cerca de dois terços desse valor serão investidos em **marcas, tecnologias, inovações e mercados chave**

para a Henkel, enquanto cerca de um terço financiará a **transformação digital** em toda a empresa.

“Vamos **intensificar os nossos investimentos em crescimento** para aproveitar os nossos pontos fortes e **alcançar oportunidades**, especialmente nos nossos negócios de bens de consumo. **Fortaleceremos a nossa posição** acelerando o **lançamento de novas marcas e inovações**, aumentando os nossos **investimentos em marketing** e impulsionando ainda mais a **digitalização**. Ao mesmo tempo, continuaremos a manter a nossa **disciplina de alto custo**, procurando mais **ganhos de eficiência** e **ajustando continuamente as nossas estruturas**”, refere Hans Van Bylen, CEO da Henkel. “Estamos comprometidos em oferecer **crescimento lucrativo sustentável e retornos atrativos**”.

Investir em marcas, tecnologia, inovações e digitalização

O negócio de **Adhesive Technologies** da Henkel está bem posicionado para um maior crescimento num ambiente cada vez mais desafiante, graças à sua incomparável variedade de tecnologias, ao seu alcance global e a uma ampla base de clientes de uma vasta gama de indústrias. A Henkel continuará a aproveitar as oportunidades de crescimento do seu negócio de adesivos, alavancando megatendências, como a conectividade, a mobilidade eletrónica e a sustentabilidade.

A unidade de negócios Adhesive Technologies **expandirá a sua posição em mercados e tecnologias em crescimento**, impulsionando aplicações emergentes, por exemplo, em peso leve e eletrificação. Há um foco claro em alcançar todo o potencial de crescimento ao co-criar inovações com clientes e usar a sua ampla rede de especialistas. Para criar experiências de clientes digitais únicas, a unidade de negócios Adhesive Technologies implementará uma plataforma de dados integrada para melhor atender aos pedidos dos seus clientes.

Em **Beauty Care**, a Henkel planeia um **relançamento de todo o portefólio de produtos capilares** para impulsionar um crescimento superior. Isso incluirá novas

formulações de marcas de sucesso como Schauma, Syoss e Gliss. Para acelerar o forte ímpeto de crescimento na coloração de cabelo, a Henkel vai construir inovações fortes sob as marcas Schwarzkopf e Palette. Em *hair styling*, a Henkel detém posições de liderança na Europa e pretende crescer ainda mais com a sua marca líder. A marca de rápido crescimento got2b será relançada e expandida com inovações direcionada para o segmento masculino.

Na **América do Norte**, a unidade de negócio de Beauty Care vai basear-se no forte valor da marca Dial em cuidados para o corpo com novas formulações e abordando a tendência de uma pele mais saudável. A Henkel expandirá também o seu portefólio na atrativa categoria de produtos de coloração de cabelos na América do Norte. A marca de rápido crescimento got2b será aprimorada por novas ofertas para homem, para além do *styling*, e expandida para uma marca de categoria cruzada voltada para o atraente segmento de consumidores da geração *millennials*.

A Henkel **fortalecerá ainda mais o seu negócio global de *hair professional*** para sustentar um momento de crescimento muito forte. O crescimento será apoiado por uma ofensiva de inovação em todas as categorias, incluindo iniciativas de alto potencial de cor e cuidados. A Henkel planeia também expandir marcas para novas regiões. A empresa entrará em canais de distribuição adicionais para os seus negócios de *hair professional*. Uma nova plataforma interativa B2B, de última geração, será lançada para impulsionar as vendas e oferecer serviços superiores ao cliente.

Em **Laundry & Home Care**, a Henkel planeia a **maior ofensiva de inovação para a sua marca líder de detergentes Persil**, e lançará também novas tecnologias e formulações *premium*. A Henkel apresentará a primeira cápsula de quatro câmaras do mercado e uma nova fórmula de limpeza profunda. A marca de detergentes *premium* da Henkel oferecerá ainda outras inovações, proporcionando uma experiência e conveniência superiores ao consumidor. O negócio de e-commerce será expandido com fórmulas altamente concertadas e embalagens prontas para o

e-commerce. O portfólio completo de marcas com boa relação custo-benefício será relançado globalmente.

Na **América do Norte**, a unidade de negócios de Laundry & Home Care executará um relançamento completo da marca “all”, aproveitando o conhecimento tecnológico global da Henkel. Para atingir o segmento crescente das cápsulas, a Henkel lançará o inovador conceito de disco Persil ProClean e expandirá o seu portfólio de cápsulas com boa relação custo-benefício com o “Purex 4-in-1”. Com a marca de acabamento de tecidos líder, a Snuggle, a Henkel entrará no segmento *premium* com a nova gama de produtos com um novo perfume.

No segmento **Home Care**, a Henkel visa fortalecer o crescimento e expandir as participações de mercado, alavancado as principais marcas e as principais tendências de consumo. Está planejado para 2019 o relançamento de toda a gama Somat, incluindo uma nova geração de cápsulas e gel. Os produtos bem-sucedidos no segmento de higiene oral serão ampliados com novos aromas. Além disso, a linha de produtos Pro Nature fortalecerá a sua forte posição no segmento de rápido crescimento de produtos sustentáveis.

Todas as iniciativas serão suportadas por um **aumento substancial do investimento em marketing** nos canais tradicionais e digitais.

A **transformação digital** da Henkel será ainda mais acelerada por uma expansão significativa dos investimentos em negócios digitais, análise e infraestruturas. Os **negócios digitais** serão especificamente fortalecidos com o desenvolvimento de formatos específicos de produtos prontos para o e-commerce e de novos serviços digitais. Isso também inclui uma rápida expansão de cooperações com os principais parceiros de e-commerce ou aplicações de “Internet das Coisas”.

A **interação direta com clientes e consumidores** via canais digitais será ainda mais ampliada. Investimentos em novas ferramentas de análise, sistemas eCRM e aplicações de gestão da categoria *e-shopper* estão a ser planejados. A **indústria 4.0**,

incluindo soluções avançadas de automação e robótica, serão ainda mais aperfeiçoadas. A **infraestrutura digital** da empresa será reforçada com a criação de novos espaços de trabalho digitais, investimentos em segurança cibernética e uma atualização das capacidades de rede e da infraestrutura do site.

Resultados Preliminares de 2018:

Bom desempenho apesar de moedas negativas significativas e materiais diretos

As **vendas** preliminares em 2018 totalizam 19,9 mil milhões de euros, após 20 mil milhões de euros no ano anterior. As **moedas** impactaram negativamente as vendas reportadas em cerca de 1,1 mil milhões de euros. O **crescimento orgânico das vendas** – que exclui o impacto dos efeitos cambiais e das aquisições / desinvestimentos – foi de 2,4%.

A unidade de negócio Adhesive Technologies alcançou um crescimento muito forte em vendas orgânicas de 4,0%. A unidade de negócio Beauty Care gerou um crescimento negativo em vendas orgânicas de 0,7%. A unidade de negócio de Laundry & Home Care relatou um bom crescimento em vendas orgânicas de 1,9%.

O **lucro operacional ajustado* (EBIT)** preliminar melhorou em 1,0% para cerca de 3.5 mil milhões de euros. O **retorno ajustado* sobre as vendas (margem EBIT)** preliminar aumentou 30 pontos base para 17,6%. A margem EBIT ajustada* para Adhesive Technologies foi de 18,7% (+20 pontos base), para Beauty Care 17,1% (-10 pontos base) e para Laundry & Home Care 18,1% (+50 pontos base).

O **crescimento ajustado* por ação preferencial (EPS)** preliminar foi de 2,7%. Em taxas de câmbio constantes, o crescimento EPS ajustado* atingiu cerca de 7%.

Os **resultados financeiros finais e auditados** serão publicados na Conferência Anual de Resultados no dia 21 de fevereiro de 2019.

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

“Este bom desempenho num ambiente de mercado altamente desafiante e volátil é um testemunho do forte compromisso e dedicação da nossa **equipa global**”, refere Hans Van Bylen, CEO da Henkel.

Perspetivas para 2019

A Henkel espera para 2019 um ambiente de mercado desafiante, caracterizado pela alta incerteza e volatilidade, com dinâmica mista de mercado e **ventos contrários contínuos de moedas e mercadorias**. Apesar de uma redução geral do ímpeto de **crescimento industrial e económico**, a Henkel ainda antecipa um bom crescimento da produção industrial. Nos mercados de bens de consumo, a Henkel espera condições difíceis persistentes e constantes pressões competitivas e de preços.

Refletindo os maiores investimentos em crescimento a partir de 2019, a Henkel espera um **crescimento orgânico de vendas** entre 2% e 4% em 2019. Para a **margem EBIT ajustada***, a Henkel espera um intervalo de 16 a 17% e um desenvolvimento **EPS ajustado*** em percentagem média única abaixo do ano anterior em taxas de câmbio constantes.

Ambição financeira de médio a longo prazo para 2020 e mais além

O compromisso contínuo da Henkel de gerar um crescimento lucrativo rentável e retornos atrativos reflete-se na **ambição financeira de médio a longo prazo para 2020 e mais além**: a Henkel tem como meta o **crescimento das vendas orgânicas** de 2 a 4% e um **crescimento ajustado* EPS** com um intervalo de um dígito médio a alto com base em taxas de câmbio constantes e continuará a concentrar-se na **expansão do livre cash flow**.

A Henkel continuará a procurar **oportunidades de crescimento** atrativas. Ao mesmo tempo, a empresa continuará focada numa **disciplina de custos** rígida e **margem**.

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

Com base no seu forte balanço patrimonial e solidez financeira, a Henkel continuará a implementar os seus **investimentos** de capex. Ao mesmo tempo, as **aquisições** continuarão a ser parte integrante da estratégia de crescimento da empresa.

No futuro, a Henkel continuará focada em oferecer retornos atrativos aos seus acionistas. A empresa aumentará a **faixa-alvo para o índice de pagamento de dividendos** de 30 a 40% a partir do ano fiscal de 2019 (faixa atual: 25 a 35%).

“Em suma, estamos convencidos de que a Henkel está bem posicionada para o futuro com uma estratégia clara e uma equipa global forte. Com o aumento dos dividendos nas nossas marcas e tecnologias líderes, em inovações e digitalização, estamos a reforçar o nosso compromisso com o crescimento lucrativo sustentável. Isso reflete-se na nossa ambição financeira ampliada de médio e longo prazo para 2020 e mais além”, refere Hans Van Bylen, CEO da Henkel.

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 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