



News Release

7 de maio de 2019

Henkel confirma previsão para o ano fiscal de 2019

Vendas da Henkel no primeiro trimestre apresentam um crescimento positivo

- Vendas aumentam 2,8% para 4.969 milhões de euros, um crescimento orgânico de +0,7%
- Lucro operacional (EBIT)* atinge 795 milhões de euros (-5,6%)
- Margem EBIT* de 16,0% (-140 pontos base)
- Lucro por ação preferência* atinge 1,34 euros, -6,3% em câmbios constantes
- Forte desenvolvimento do *free cash flow*: 523 milhões de euros
- Investir no crescimento e aumentar a competitividade

Düsseldorf – “Apesar de um ambiente de mercado cada vez mais desafiante, a Henkel apresentou um crescimento positivo das vendas no primeiro trimestre, tanto organicamente como em termos nominais. Ao nível do Grupo, a margem EBIT ajustada e o desenvolvimento do EPS ajustado ficaram dentro do intervalo das nossas perspectivas para o ano fiscal completo”, refere o CEO da Henkel, Hans Van Bylen.

“No geral, o desenvolvimento do nosso negócio no primeiro trimestre de 2019 foi misto. Como esperado, a nossa unidade de negócio de Adhesive Technologies foi impactada pela desaceleração da produção industrial em

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



vários setores, com melhorias esperadas no decorrer do segundo trimestre do ano”, explicou Hans Van Bylen.

“Nas nossas unidades de negócio de bens de consumo, o desempenho de Beauty Care ficou abaixo das nossas expectativas. Embora tenhamos lançado com sucesso novas marcas e inovações, e os nossos negócios profissionais de cabelo continuem a superar os mercados, enfrentamos desenvolvimentos negativos nas nossas unidades de negócios de *retail* em regiões importantes como a Europa Ocidental e a China. Estamos lidando com esse desenvolvimento com medidas direcionadas, com o objetivo de impulsionar o crescimento e melhorar o desempenho da nossa unidade de negócio Beauty Care”, acrescentou Hans Van Bylen.

“Por outro lado, a nossa unidade de negócio de Laundry & Home Care teve um bom começo de ano, também apoiado pelo lançamento de inovações e novos produtos.”

Investir no crescimento e melhorar a competitividade

“No futuro, concentramo-nos em fortalecer ainda mais as nossas unidades de negócio, investir em crescimento e digitalização, e continuar a adaptar as nossas estruturas para atingir as nossas metas para o ano completo”, disse Hans Van Bylen.

No início do ano, a Henkel anunciou o aumento dos investimentos em crescimento com o objetivo de alcançar oportunidades adicionais de crescimento, principalmente nos seus negócios de bens de consumo, e acelerar ainda mais a transformação digital. A Henkel está também a implementar uma serie de medidas para aumentar ainda mais a competitividade dos seus negócios.

Perspetiva para 2019 confirmada

“Confirmamos as perspetivas para o ano fiscal completo”, refere Hans Van Bylen. “Esperamos um crescimento orgânico das vendas entre 2 e 4% no ano fiscal atual. Para a margem EBIT ajustada, esperamos uma variação de 16 e 17% e um desenvolvimento do lucro ajustado por ação preferencial (EPS) na faixa média de um dígito, abaixo do ano anterior, em taxas de câmbio constantes”.

Vendas e desempenho dos lucros no primeiro trimestre de 2019

As **vendas** no primeiro trimestre de 2019 aumentaram nominalmente em 2,8% para 4.969 milhões de euros. As vendas **orgânicas**, que excluem o impacto dos efeitos cambiais e aquisições/desinvestimentos, apresentam um aumento de 0,7%. A contribuição de aquisições e desinvestimentos foi de 0,6%. Os efeitos cambiais tiveram um impacto positivo de 1,5% nas vendas.

Na unidade de negócio **Adhesive Technologies**, as vendas diminuíram organicamente 0,8%, principalmente devido a uma desaceleração nos setores de eletrónica e automóvel. As vendas da unidade de negócio **Beauty Care** ficaram, organicamente, 2,2% abaixo do trimestre do ano anterior, principalmente devido ao fraco desempenho dos negócios de *retail* na Europa Ocidental e na China. A unidade de negócio de **Laundry & Home Care** registou um crescimento muito forte das vendas orgânicas de 4,7%, apoiado pelas contribuições positivas do lançamento bem-sucedido de novos produtos e inovações nos principais mercados.

Os **mercados emergentes** voltaram a ter uma contribuição acima da média para o crescimento orgânico do Grupo, com um bom crescimento das vendas orgânicas de 2,2%. Os **mercados maduros** registaram um desenvolvimento negativo das vendas orgânicas de -0,4%.

As vendas na **Europa Ocidental** declinaram organicamente em 1,3%. A **Europa Oriental** alcançou um crescimento orgânico de 6,5%. Na **África/Médio Oriente**, as vendas cresceram organicamente em 13,5%. As vendas na região da **América do**

Norte aumentaram organicamente em 1,1%. A **América Latina** alcançou um crescimento orgânico de 8,0% e na região **Ásia-Pacífico** as vendas ficaram 8,8% abaixo do nível do mesmo período do ano anterior.

O **lucro operacional ajustado (EBIT)** atingiu 795 milhões de euros, 5,6% abaixo do nível do primeiro trimestre de 2018 (842 milhões de euros).

O **retorno ajustado das vendas (margem EBIT)** foi de 16,0%, 1,4 pontos percentuais abaixo do nível do ano anterior.

O **lucro ajustado por ação preferencial** diminuiu 6,3%, de 1.43 euros no primeiro trimestre de 2018 para 1,34 euros no primeiro trimestre de 2019. Em taxas de câmbio constantes, o crescimento do EPS foi também de -6,3%.

Com 6,6%, o **capital de giro líquido** como percentual de vendas ficou acima do nível do primeiro trimestre de 2018 (6,2%).

Com 523 milhões de euros, o **free cash flow** no primeiro trimestre de 2019 foi substancialmente superior ao do mesmo período do ano anterior (22 milhões de euros). Esse desenvolvimento é uma evidencia da especial capacidade da empresa para gerar free cash flow.

A partir de 31 de março de 2019, a **posição financeira líquida** da Henkel mostrou um saldo de -2.478 milhões de euros (31 de dezembro de 2018: -2.895 mil milhões de euros).

Desempenho das unidades de negócio

A unidade de negócio **Adhesive Technologies** gerou um desenvolvimento ligeiramente negativo nas vendas orgânicas de -0,8% no primeiro trimestre. Nominalmente, as vendas aumentaram 1,7%, para 2.309 milhões de euros. O **lucro operacional ajustado** atingiu 388 milhões de euros após 410 milhões de euros no

mesmo trimestre do ano anterior. O **retorno ajustado sobre as vendas** foi de 16,8% (primeiro trimestre de 2018: 18,1%).

As **vendas** na unidade de negócio **Beauty Care** diminuíram em 2,2% no primeiro trimestre. Em termos nominais, as vendas totalizaram 960 milhões de euros, após 965 milhões de euros no mesmo trimestre do ano anterior. O **lucro operacional ajustado** de 144 milhões de euros e o **retorno ajustado sobre as vendas** de 15,0% foram menores do que no mesmo trimestre do ano anterior.

A unidade de negócio **Laundry & Home Care** registou um crescimento orgânico nas **vendas** de 4,7% no primeiro trimestre. Nominalmente, as vendas cresceram 6,3% e atingiram 1.667 milhões de euros. Com 286 milhões de euros, o **lucro operacional ajustado** ficou 1,9% abaixo do nível do primeiro trimestre de 2018. O **retorno ajustado** sobre as vendas alcançou 17,1% e ficou abaixo do nível do trimestre do ano anterior.

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 2018, 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. A Henkel emprega cerca 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.

Este documento inclui – na estrutura de relatório financeiro aplicável não claramente definida – medidas financeiras suplementares que são ou podem ser medidas de desempenho alternativas (medidas não baseadas no GAAP). Essas medidas financeiras complementares não devem ser vistas isoladamente ou como alternativas às medidas dos ativos líquidos e das posições financeiras ou resultados operacionais da Henkel, conforme apresentadas de acordo com a estrutura de relatório financeiro aplicável nas suas Demonstrações Financeiras Consolidadas. Outras empresas que relatam ou descrevem medidas de desempenho alternativas com título semelhante podem calculá-las de forma diferente.

Este documento foi emitido apenas para fins informativos e não se destina a constituir um aviso de investimento ou uma oferta de venda, ou uma solicitação de uma oferta de compra, quaisquer valores mobiliários.

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