

Communiqué de presse

11 novembre 2014

Henkel confirme ses objectifs pour 2014 et table désormais sur une hausse de la marge EBIT

Troisième trimestre 2014 : bonne performance pour Henkel malgré un contexte de marché difficile

- Hausse des ventes de 1,2 % à 4 236 millions d'EUR (+2,3 % organiquement)
- Résultat d'exploitation après ajustement : +3,1 % à 693 millions d'EUR
- Marge EBIT après ajustement : +0,3 point à 16,4 %
- Résultat ajusté par action préférentielle (EPS) : +6,4 % à 1,17 EUR
- Forte croissance organique des ventes sur les marchés émergents : +6,7 %

Düsseldorf, Allemagne – « Dans un contexte économique difficile, Henkel a enregistré une bonne progression au troisième trimestre 2014. Les ventes ont augmenté organiquement dans tous les secteurs d'activité et notre profitabilité a encore pu être accrue », a déclaré Kasper Rorsted, Président du Comité de Direction. « Avec une forte augmentation organique des ventes, les marchés émergents ont une fois de plus contribué, dans une mesure supérieure à la moyenne, à cette croissance. L'acquisition de la Bergquist Company au troisième trimestre 2014 nous permettra de renforcer la position de leader de l'activité Adhesive Technologies. Au cours de l'année, nous avons ainsi investi dans l'ensemble de nos trois secteurs d'activité, près de 1,7 milliard d'euros afin de renforcer notre portefeuille. »

S'agissant des conditions de marché de l'exercice en cours, Kasper Rorsted a ajouté : « Le conflit entre la Russie et l'Ukraine et les troubles politiques au



Proche-Orient persistent. Dans l'ensemble, les perspectives économiques deviennent de plus en plus difficiles. Dans ce contexte, réactivité et flexibilité sont les facteurs clés du succès. C'est pourquoi nous allons continuer de simplifier et d'adapter nos structures. »

Perspectives pour 2014

Kasper Rorsted a fait le point sur les perspectives de l'exercice en cours : « Nous continuons d'escompter une croissance organique des ventes comprise entre 3 et 5 %. En ce qui concerne la marge EBIT ajustée, nous avons relevé notre estimation et tablons désormais sur une hausse à un niveau légèrement inférieure à 16,0 %. S'agissant du résultat ajusté par action préférentielle, nous maintenons notre prévision d'une croissance dans la tranche supérieure d'une plage à un chiffre ».

Développement des ventes et du résultat au troisième trimestre 2014

Au cours du troisième trimestre 2014, les **ventes** de Henkel ont progressé de 1,2 % pour atteindre 4 236 millions d'EUR. Hors impact négatif lié aux opérations de change (2,2 %), la hausse des ventes s'élève à 3,4 %. **Organiquement**, c'est-à-dire après ajustement des effets liés aux opérations de change, aux acquisitions et désinvestissements, les ventes ont enregistré une croissance de 2,3 %.

Le secteur d'activité **Laundry & Home Care** (Détergents et produits d'entretien) a affiché une solide progression organique de ses ventes de +3,5 %. Les ventes du secteur **Beauty Care** (Cosmétiques) ont enregistré une croissance organique des ventes positive de 0,8 %. Le secteur **Adhesive Technologies** a pour sa part vu une forte progression organique de ses ventes de 2,7 %.

Le **résultat d'exploitation après ajustement** des produits et dépenses exceptionnels ainsi que des dépenses pour restructuration a progressé de 3,1 % passant de 672 à 693 millions d'EUR. Le résultat d'exploitation (EBIT) a atteint 603 millions d'EUR alors qu'il s'élevait à 649 millions d'EUR au même trimestre de l'année précédente.

La **rentabilité des ventes ajustée** (marge EBIT) a augmenté de 0,3 point à 16,4 %. La rentabilité des ventes s'est élevée à 14,2 %. Elle était de 15,5 % au même trimestre de l'année 2013.

Le **résultat financier** s'est amélioré par rapport au troisième trimestre 2013, passant de -25 à -11 millions d'EUR. Cette amélioration s'explique principalement par une hausse des produits nets d'intérêts, consécutive entre autres au remboursement d'obligations de premier rang ainsi que des fixations de taux d'intérêts arrivées à terme en mars 2014. Le taux d'imposition s'est élevé à 24,0 % alors qu'il était de 24,8 % au même trimestre de l'année précédente.

Le **bénéfice net trimestriel** a atteint 450 millions d'EUR, contre 469 millions d'EUR l'année précédente. Après déduction des participations minoritaires se montant à 10 millions d'EUR, le bénéfice net s'élevait à 440 millions d'EUR (troisième trimestre 2013 : 458 millions d'EUR). Le bénéfice net trimestriel ajusté après déduction des participations minoritaires a augmenté de 6,7 %, passant de 476 à 508 millions d'EUR. Le **résultat par action préférentielle** (EPS) s'est élevé à 1,01 EUR alors qu'il était de 1,06 EUR au même trimestre l'année précédente. Après ajustement, il s'inscrivait en hausse de 6,4 %, passant de 1,10 à 1,17 EUR.

Le **rapport du fonds de roulement net et des ventes** s'est établi à 5,6 %, contre 4,5 % à la même période l'an dernier. La **position financière nette** au 30 septembre

2014 a atteint 740 millions d'EUR, soit une hausse de 255 millions par rapport au troisième trimestre 2013.

Évolution des activités de janvier à septembre 2014

Les **ventes** des neuf premiers mois de l'exercice 2014, qui se sont nominalement élevées à 12 302 millions d'EUR, ont été inférieures de 1,6 % à celles réalisées lors de la même période l'an dernier, du fait de l'impact négatif des opérations de change. **Organiquement** cependant, elles ont enregistré une hausse de 3,3 %, une performance à laquelle les trois secteurs d'activité ont contribué. Le **résultat d'exploitation ajusté** a augmenté de 2,8 %, passant de 1 932 à 1 986 millions d'EUR. La **rentabilité des ventes ajustée** (marge EBIT) a progressé de 15,5 à 16,1 %, là encore avec le concours des trois secteurs d'activité.

Après déduction des participations minoritaires, le **bénéfice net ajusté** des neuf premiers mois a augmenté de 7,8 % pour passer de 1 354 à 1 459 millions d'EUR. Le **résultat ajusté par action préférentielle** (EPS) s'est élevé à 3,37 EUR, soit une hausse de 7,7 % par rapport à la même période l'an dernier.

Développement des secteurs d'activité au cours du troisième trimestre 2014

Le secteur d'activité **Laundry & Home Care** (Détergents et produits d'entretien) a enregistré au troisième trimestre une solide progression organique de ses ventes et une très forte hausse de la rentabilité des ventes ajustée, poursuivant ainsi sa dynamique bénéficiaire. Les ventes ont nominalement augmenté de 1,8 % par rapport au troisième trimestre 2013, passant de 1 167 à 1 188 millions d'EUR.

La solide progression organique des ventes de ce secteur d'activité est à attribuer principalement aux marchés émergents, et notamment de la région Afrique/Proche-

Orient, qui a affiché des taux de croissance à deux chiffres. L'Amérique latine et l'Europe de l'Est ont également enregistré une bonne évolution des ventes. Sur les marchés matures, les ventes organiques sont restées légèrement inférieures à celles de la même période l'an dernier. Tandis qu'elles ont bien progressé en l'Europe de l'Ouest, elles ont reculé en Amérique du Nord, du fait essentiellement d'une concurrence très vive sur des marchés toujours en régression.

Le **résultat d'exploitation ajusté** a augmenté de 7,4 %, passant à 200 millions d'EUR. La rentabilité des ventes ajustée a ainsi atteint 16,8 %, contre 15,9 % à la même période l'an dernier. Le résultat d'exploitation s'est élevé à 171 millions d'EUR alors qu'il était de 185 millions d'EUR au même trimestre de l'année précédente.

Le secteur d'activité **Beauty Care** (Cosmétiques) a affiché au troisième trimestre une croissance organique des ventes positive et une progression encourageante de la rentabilité des ventes ajustées, poursuivant ainsi sa tendance bénéficiaire des années précédentes. Nominale, les ventes ont augmenté de 3,6 % par rapport au troisième trimestre 2013, passant de 886 à 918 millions d'EUR.

Le secteur d'activité Beauty Care a continué d'enregistrer une forte croissance organique sur les marchés émergents. En Asie (hors Japon), les ventes ont de nouveau augmenté d'un pourcentage à deux chiffres. Elles se sont très fortement accrues dans la région Afrique/Proche-Orient et ont bien progressé en Europe de l'Est. Sur les marchés matures marqués par une contraction, une intensification des actions de promotion et une hausse de la pression sur les prix au troisième trimestre, les ventes organiques sont restées en deçà du niveau atteint à la même période l'an dernier. Néanmoins, les marchés d'Europe de l'Ouest ainsi que les marchés matures de la région Asie/Pacifique ont affiché une évolution positive. Les ventes en

Amérique du Nord ont en revanche été inférieures à celles du troisième trimestre 2013, en raison de la forte hausse de la concurrence en termes de prix.

Le **résultat d'exploitation ajusté** du troisième trimestre a augmenté de 5,9 % par rapport à la même période l'an dernier pour atteindre 140 millions d'EUR. La rentabilité des ventes ajustée s'est améliorée de 0,3 point à 15,2 %. Le résultat d'exploitation a atteint 98 millions d'EUR alors qu'il était de 122 millions d'EUR au troisième trimestre 2013.

Le secteur d'activité **Adhesive Technologies** a de nouveau enregistré une solide croissance organique au troisième trimestre. Nominale, les ventes ont augmenté de 0,3 % pour atteindre 2 100 millions d'EUR.

Sur les marchés émergents, la progression organique des ventes a de nouveau enregistré une solide croissance. La région Afrique/Proche-Orient a enregistré une croissance à deux chiffres. L'Asie (hors Japon) a enregistré une très forte performance et l'Amérique latine a enregistré une forte augmentation des ventes. Malgré les difficultés politiques persistantes dans certaines régions, l'Europe de l'Est a affiché une évolution solide. Dans l'ensemble, les marchés matures se sont inscrits en légère baisse par rapport à la même période de l'année précédente. Les ventes ont progressé de façon positive en Amérique du Nord alors qu'elles n'ont pu atteindre le niveau du même trimestre de l'année 2013 en Europe de l'Ouest. En revanche, les activités dans les marchés matures de la région Asie/Pacifique ont affiché une bonne progression.

Le **résultat d'exploitation ajusté** est resté tout aussi élevé qu'au même trimestre de l'année précédente à 373 millions d'EUR. La rentabilité des ventes ajustée a atteint 17,8 %, soit également le même niveau élevé que l'an dernier. Le résultat

d'exploitation s'est établi à 354 millions d'EUR, contre 365 millions d'EUR au troisième trimestre 2013.

Évolution du Groupe par région au troisième trimestre 2014

Au troisième trimestre 2014, Henkel a enregistré une hausse organique de ses ventes en **Europe de l'Ouest** de 0,2 %, sur un marché très concurrentiel, grâce principalement à la solide croissance en Allemagne. Globalement, les ventes dans cette région se sont élevées à 1 423 millions d'EUR. En **Europe de l'Est**, les ventes ont organiquement progressé de 3,1 %, dans un contexte de marché difficile. Malgré les tensions politiques, les activités en Russie ont contribué dans une mesure supérieure à la moyenne à cette hausse. En revanche, l'Ukraine s'est inscrite en repli. Les ventes dans cette région ont atteint au total 792 millions d'EUR. Dans la région **Afrique/Proche-Orient**, les troubles politiques dans certains pays ont continué d'affecter l'activité. Néanmoins, Henkel a de nouveau enregistré une croissance organique à deux chiffres (+14,9 %) dans cette région, où les ventes globales sont passées de 255 à 279 millions d'EUR.

En **Amérique du Nord**, la concurrence intense en termes de promotions dans les activités de biens de grande consommation a continué de peser sur les ventes, qui ont organiquement baissé de 3,7 %, pour atteindre globalement 755 millions d'EUR. En **Amérique latine**, les ventes ont progressé organiquement de 1,5 %. Le recul des ventes enregistré au Brésil, en raison du faible développement économique, a pu être plus que compensé par une forte croissance des activités au Mexique. Au total, les ventes en Amérique latine se sont élevées à 266 millions d'EUR. Dans la région **Asie/Pacifique**, les ventes ont organiquement augmenté de 9,7 %. Cette très forte hausse a surtout été le fruit d'une progression à deux chiffres en Inde et en Chine. Les ventes globales dans la région sont passées de 631 à 691 millions d'EUR.

Les **marchés émergents** d'Europe de l'Est, d'Afrique/Proche-Orient, d'Amérique latine et d'Asie (hors Japon) ont de nouveau fourni une contribution particulièrement importante au troisième trimestre 2014. Les ventes ont enregistré une croissance organique de 6,7 %, portée par les trois secteurs d'activité. Avec 1 914 millions d'EUR au total, la part des ventes des marchés émergents a atteint 45 %, soit le même niveau qu'au même trimestre de l'année précédente.

Perspectives du groupe Henkel pour 2014

Pour l'exercice 2014, Henkel continue de s'attendre à une croissance organique de ses ventes de 3 à 5 %. Henkel reste d'avis que la croissance des secteurs d'activité Laundry & Home Care et Adhesive Technologies se situera dans cette tranche. L'estimation concernant la croissance organique du secteur Beauty Care est désormais approximativement de 2 %. En conformité avec la stratégie 2016, Henkel s'attend à une légère hausse de la part des ventes des marchés émergents. L'objectif en matière de rentabilité des ventes ajustée (EBIT) a été précisé : par rapport à l'exercice 2013, Henkel s'attend désormais à une hausse à un niveau légèrement inférieure à 16,0 % (contre environ 15,5 % auparavant). En ce qui concerne le résultat ajusté par action préférentielle, Henkel continue d'escompter une augmentation dans la tranche supérieure d'une plage à un chiffre.

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

Ce Communiqué de Presse contient des déclarations prévisionnelles basées sur ce que la Direction de Henkel AG & Co. KGaA pense être la meilleure évaluation actuelle de l'avenir. Des déclarations axées sur l'avenir sont caractérisées par l'utilisation de termes comme attendre, envisager, planifier, prévoir, partir du principe que, croire, estimer et d'autres formulations de ce genre. Ces informations ne peuvent être garanties en termes de performances futures. Ces déclarations prévisionnelles sont sujettes à des risques et incertitudes qui pourraient faire que les résultats ou la performance actuelle de Henkel AG & Co. KGaA et de ses sociétés affiliées diffèrent matériellement de ceux susmentionnés ou suggérés par ces déclarations. De nombreux risques et incertitudes résultent de plusieurs facteurs qui sont indépendants de la capacité de contrôle ou d'estimation précise de Henkel, tel que le contexte futur des marchés ou les conditions économiques, ainsi que le comportement des autres participants sur le marché. Henkel n'a pas l'intention de et ne s'engage en aucun cas à mettre à jour des déclarations prévisionnelles.

Contacts Presse :

Henkel
Stéphanie Coignard
Tél. : 01 46 84 92 23
stephanie.coignard@fr.henkel.com

Agence Burson-Marsteller
Xavier Bossaert
Tél : 01 56 03 12 14
xavier.bossaert@bm.com

Henkel AG & Co. KGaA

Vous trouverez le rapport pour le troisième trimestre 2014, d'autres informations et éléments à télécharger ainsi que le lien sur la retransmission de la conférence de presse par téléphone dans notre dossier de presse à l'adresse Internet :

<http://www.henkel.com/press-and-media/press-releases-and-kits/2014-11-11-publication-report-q3-2014/273860>

Key figures Q3/2014 and 1-9/2014

in million euros	Sales		EBIT		EBIT margin	
	Q3	1-9	Q3	1-9	Q3	1-9
Laundry & Home Care						
2014	1,188	3,474	171	527	14.4%	15.2%
2013	1,167	3,531	185	527	15.8%	14.9%
organic	3.5%	4.6%	-	-	-	-
2014 adjusted ¹⁾	-	-	200	580	16.8%	16.7%
2013 adjusted ¹⁾	-	-	186	544	15.9%	15.4%
Beauty Care						
2014	918	2,671	98	346	10.6%	13.0%
2013	886	2,683	122	381	13.8%	14.2%
organic	0.8%	2.0%	-	-	-	-
2014 adjusted ¹⁾	-	-	140	419	15.2%	15.7%
2013 adjusted ¹⁾	-	-	132	400	14.9%	14.9%
Adhesive Technologies						
2014	2,100	6,062	354	1,031	16.9%	17.0%
2013	2,095	6,177	365	1,012	17.4%	16.4%
organic	2.7%	3.5%	-	-	-	-
2014 adjusted ¹⁾	-	-	373	1,055	17.8%	17.4%
2013 adjusted ¹⁾	-	-	373	1,055	17.8%	17.1%
Henkel						
2014	4,236	12,302	603	1,800	14.2%	14.6%
2013	4,184	12,503	649	1,821	15.5%	14.6%
organic	2.3%	3.3%	-	-	-	-
2014 adjusted ¹⁾	-	-	693	1,986	16.4%	16.1%
2013 adjusted ¹⁾	-	-	672	1,932	16.1%	15.5%

Henkel	Q3/2013	Q3/2014	Change	1-9/2013	1-9/2014	Change
Earnings per preferred share in euros	1.06	1.01	-4.7%	2.93	3.07	4.8%
Adjusted EPS per preferred share in euros ¹⁾	1.10	1.17	6.4%	3.13	3.37	7.7%

Changes on the basis of figures in thousand euros

¹⁾ Adjusted for one-time charges/gains and restructuring charges