

Communiqué de presse

12 août 2014

Perspectives 2014 confirmées

Henkel poursuit son bon développement au deuxième trimestre

- Solide accroissement organique des ventes : +3,3 %
- Ventes impactées par les effets liés aux opérations de change : 4 137 millions d'EUR (-3,5 %)
- Résultat d'exploitation après ajustement : +2,1 % à 674 millions d'EUR
- Marge EBIT après ajustement : +0,9 point à 16,3 %
- Résultat ajusté par action préférentielle : +8,4 % à 1,16 Euro
- Forte augmentation organique des ventes dans les marchés émergents : +6,5%

Düsseldorf, Allemagne – « Henkel a poursuivi sa bonne performance au cours du deuxième trimestre 2014. Malgré un contexte de marché toujours aussi difficile, tous les secteurs d'activité ont augmenté organiquement leurs ventes et encore amélioré la profitabilité », déclare Kasper Rorsted, Président du Comité de Direction. « Nos marchés émergents ont à nouveau fait preuve d'une croissance supérieure à la moyenne en augmentant fortement leurs ventes organiques. Nous avons également enregistré une nouvelle croissance dans les marchés matures. Les effets des cours du change ont encore une fois eu un impact négatif sur les ventes. »

S'agissant de l'exercice en cours, Kasper Rorsted ajoute : « Compte tenu de l'aggravation du conflit entre la Russie et l'Ukraine ainsi que des troubles



politiques persistants au Proche-Orient, nous nous attendons à des impacts négatifs sur les marchés. Face à cette situation, nous nous attendons pour le deuxième semestre à une croissance plus faible du résultat ajusté par action préférentielle que celui du premier semestre.

Une réaction rapide et une grande flexibilité restent donc pour nous des facteurs de succès décisifs. Nous allons donc continuer de simplifier et d'accélérer nos process et nos structures. »

Henkel confirme les perspectives

Kasper Rorsted a confirmé les perspectives actuelles malgré le contexte difficile : « Pour l'exercice 2014, nous comptons sur une croissance organique des ventes comprise entre 3 et 5 %. En ce qui concerne la marge EBIT ajustée, nous attendons une hausse à environ 15,5 % ainsi qu'une amélioration du résultat ajusté par action préférentielle dans la tranche supérieure d'une plage à un chiffre. »

Bonne avancée de la mise en œuvre de la stratégie

Kasper Rorsted considère que Henkel est toujours sur la bonne voie dans l'application des priorités stratégiques et des objectifs pour 2016. Au cours du deuxième trimestre, Henkel a communiqué avoir réalisé des acquisitions pour une valeur globale de près de 1,2 milliard d'EUR.

Développement des ventes et du résultat au deuxième trimestre 2014

Au cours du deuxième trimestre 2014, les monnaies des marchés émergents principalement ainsi que le dollar américain ont continué de s'affaiblir. Les impacts négatifs liés aux opérations de change ont fait que les **ventes** réalisées par le Groupe se sont élevées à 4 137 millions d'EUR, soit 3,5 % de moins que la valeur du même trimestre de l'année précédente. **Organiquement**, c'est-à-dire après ajustement des effets liés aux opérations de change, aux acquisitions et aux désinvestissements, les ventes ont par contre augmenté de 3,3 %.

Le secteur d'activité **Laundry & Home Care** (Détergents & produits d'entretien) a réalisé une solide augmentation organique de ses ventes de 4,2 %. Le secteur d'activité **Beauty Care** (Cosmétiques) est parvenu à une solide croissance organique des ventes de 2,1 %. Le secteur d'activité **Adhesive Technologies** a également atteint une solide croissance organique de 3,7 %.

Après ajustement des produits et des dépenses exceptionnels ainsi que des dépenses pour restructuration, le **résultat d'exploitation ajusté** s'est amélioré de 2,1 %, passant de 660 millions d'EUR à 674 millions d'EUR. Le résultat d'exploitation (EBIT) est passé à 589 millions d'EUR alors qu'il s'élevait à 607 millions d'EUR au même trimestre de l'année précédente.

La **rentabilité des ventes ajustée** (marge EBIT) a très fortement augmenté de 0,9 point, passant de 15,4 à 16,3 %. La rentabilité des ventes de 14,2 % a atteint le niveau du même trimestre de l'année précédente.

Le **résultat financier** s'est élevé à -11 millions d'EUR alors qu'il était de -27 millions d'EUR au cours du second trimestre 2013. Cette amélioration s'explique principalement par un meilleur produit d'intérêts nets. Les causes ont été entre autres les remboursements d'obligations de premier rang en juin 2013 et en mars 2014 ainsi que des fixations de taux d'intérêts arrivées à terme en mars 2014. Le taux d'imposition s'est élevé à 22,8 % alors qu'il était de 25,5 % au même trimestre de l'année précédente.

Le **bénéfice net trimestriel** s'est amélioré de 3,2 % en passant de 432 millions d'EUR à 446 millions d'EUR. Après déduction des participations minoritaires se montant à 5 millions d'EUR, le bénéfice s'est élevé à 441 millions d'EUR (même trimestre de l'année précédente : 418 millions d'EUR). Le bénéfice net trimestriel ajusté après déduction des participations minoritaires est passé à 499 millions d'EUR alors qu'il était de 461 millions d'EUR l'année précédente. Le **résultat par action préférentielle** (EPS) a progressé de 0,96 à 1,02 Euro. Après ajustement, il a

augmenté de 8,4 %, passant de 1,07 Euro au cours du deuxième trimestre 2013 à 1,16 Euro pendant le second trimestre 2014.

Le **rapport du fonds de roulement net et des ventes** s'est élevé à 6,0 % alors qu'il était de 5,2 % à la même période de l'année précédente. S'agissant de la **position financière nette**, Henkel présentait une trésorerie nette de 156 millions d'EUR au 30 juin 2014. Elle s'élevait à près de 300 millions d'EUR de plus que la valeur du même trimestre de l'année précédente.

Évolution des secteurs d'activité de janvier à juin 2014

En raison des charges liées aux opérations de change, les **ventes** du premier semestre 2014 qui se sont élevées à 8 066 millions d'EUR ont été de 3,0 % inférieures à la valeur de la même période de l'année précédente. Avec une augmentation de 3,8 %, une solide **croissance organique des ventes** a été par contre réalisée. Tous les secteurs d'activité ont contribué à ce solide développement.

Le **résultat d'exploitation après ajustement** a augmenté de 2,7 % en passant de 1 260 millions d'EUR à 1 293 millions d'EUR. La **rentabilité des ventes ajustée** (marge EBIT) a très fortement progressé de 15,1 % à 16,0 %. Tous les secteurs d'activité ont également contribué à ce bon développement.

Le **bénéfice net semestriel après ajustement** s'est élevé à 963 millions d'EUR alors qu'il était de 902 millions d'EUR au cours de la même période de l'année précédente. Après déduction des parts minoritaires de 12 millions d'EUR, le bénéfice net semestriel après ajustement a augmenté de 8,3 %, passant de 878 millions d'EUR à 951 millions d'EUR. Le **résultat ajusté par action préférentielle** (EPS) a surpassé avec 2,20 Euro la valeur de comparaison de l'année précédente de 8,4 %.

Évolution des secteurs d'activité au cours du deuxième trimestre 2014

Au cours du deuxième trimestre, le secteur d'activité **Laundry & Home Care** (Détergents & produits d'entretien) a poursuivi sa croissance profitable et a continué d'étendre sa position dans les marchés concernés. Les **ventes** ont organiquement

augmenté de 4,2 % par rapport à l'année précédente. Elles se sont nominalement élevées à 1 139 millions d'EUR alors qu'elles étaient de 1 186 millions d'EUR au cours du même trimestre de l'année précédente.

Le solide développement organique des ventes peut être principalement mis sur le compte des marchés émergents qui ont atteint à nouveau un taux de croissance à deux chiffres, la région Afrique/Proche-Orient ayant principalement contribué à ce résultat. L'Amérique latine avec une bonne croissance de ses ventes a aussi participé à cette évolution fructueuse de l'activité. L'Europe de l'Est a également enregistré une augmentation solide de ses ventes malgré un cadre de marché difficile. Les ventes organiques dans les marchés matures ont été dans l'ensemble inférieures à celles du même trimestre de l'année précédente. Cependant, l'Europe de l'Ouest a enregistré une hausse de ses ventes. En Amérique du Nord, les ventes n'ont par contre pas atteint le niveau du deuxième trimestre 2013 en raison d'un marché en forte régression et d'un contexte de concurrence très intense.

Le **résultat d'exploitation ajusté** dans le secteur d'activité **Laundry & Home Care** (Détergents & produits d'entretien) a augmenté de 4,2 %, passant à 190 millions d'EUR. La rentabilité des ventes ajustée a progressé de manière significative de 1,3 point par rapport au deuxième trimestre 2013 pour atteindre 16,6 %. Le résultat d'exploitation s'est élevé à 160 millions d'EUR alors qu'il était de 167 millions d'EUR à la même période de l'année précédente.

Le secteur d'activité **Beauty Care** (Cosmétiques) a également maintenu sa croissance profitable au cours du deuxième trimestre 2014. La croissance organique des ventes s'est élevée à 2,1 % et a été une fois de plus supérieure à celle des marchés concernés, ce qui a contribué à des parts de marchés plus élevées. Les **ventes** ont nominalement atteint 897 millions d'EUR alors qu'elles étaient de 923 millions d'EUR au cours du même trimestre de l'année précédente.

Le fort développement organique des ventes s'est poursuivi dans les marchés émergents. En Asie (hors Japon), les ventes ont à nouveau progressé d'un

pourcentage à deux chiffres. La région Afrique/Proche-Orient a enregistré une très forte croissance. L'Europe de l'Est a poursuivi son solide développement. Une évolution stable a été enregistrée dans les marchés matures toujours marqués par un développement négatif, des activités promotionnelles croissantes et une pression accrue exercée sur les prix. Une croissance positive a été atteinte en Europe de l'Ouest. Les ventes en Amérique du Nord n'ont pas atteint le niveau du deuxième trimestre 2013 en raison de la concurrence sensiblement plus forte en matière de prix. Les marchés matures de la région Asie/Pacifique ne sont également pas alignés sur le niveau du même trimestre de l'année précédente.

Le **résultat d'exploitation ajusté** du secteur d'activité Beauty Care (Cosmétiques) a fortement augmenté de 5,1 % par rapport à l'année précédente et a atteint 145 millions d'EUR. La rentabilité des ventes ajustée s'est améliorée de manière significative de 1,3 point pour atteindre 16,2 %. Le résultat d'exploitation s'est élevé à 135 millions d'EUR et a atteint le niveau du même trimestre de l'année précédente.

Le secteur d'activité **Adhesive Technologies** a poursuivi sa croissance profitable au cours du deuxième trimestre et avec un plus de 3,7 %, a de nouveau réalisé une solide croissance organique de ses ventes. Les **ventes** se sont nominalement élevées à 2 069 millions d'EUR alors qu'elles étaient de 2 138 millions d'EUR au cours de la même période de l'année précédente.

Les marchés émergents ont enregistré un solide développement organique des ventes. Les plus fortes croissances ont été atteintes par les régions Asie (hors Japon) et Afrique/Proche-Orient, qui ont chacune connu un fort développement de leurs ventes. En Amérique latine, le développement des ventes a été solide. L'Europe de l'Est a également connu un solide développement, malgré la situation politique difficile dans certaines parties de cette région. Sur les marchés matures, les ventes ont solidement progressé, principalement en raison d'une solide croissance en Europe de l'Ouest et de l'amélioration du développement dans le sud de l'Europe. L'Amérique du Nord a enregistré un solide développement de ses ventes tandis que

les ventes dans les marchés matures de la région Asie/Pacifique ne sont pas parvenues à atteindre le niveau du deuxième trimestre 2013.

Le **résultat d'exploitation ajusté** du secteur d'activité Adhesive Technologies s'est élevé à 362 millions d'EUR et s'est aligné sur le niveau du même trimestre de l'année précédente. La rentabilité des ventes ajustée s'est très fortement améliorée de 0,6 point par rapport à l'année précédente en passant à 17,5 %. Le résultat d'exploitation a augmenté de 4,0 % en passant à 346 millions d'EUR.

Évolution du Groupe par région au cours du deuxième trimestre 2014

— Dans un environnement de marché à la concurrence très intense, les ventes dans la région **Europe de l'Ouest** ont progressé de 1,9 % pour atteindre 1 450 millions d'EUR. Les ventes ont organiquement progressé de 2,2 %. L'évolution en légère baisse dans les pays du sud de l'Europe a pu être compensée surtout par la croissance en France et dans les pays du Benelux. Les ventes dans la région **Europe de l'Est** se sont élevées à 739 millions d'EUR après avoir atteint 799 millions d'EUR au cours du même trimestre de l'année précédente. La croissance organique a été de 2,8 %. Les activités en Russie et en Turquie en ont été ici les principaux moteurs. Dans la région **Afrique/Proche-Orient**, les ventes se sont élevées à 287 millions d'EUR alors qu'elles étaient de 307 millions d'EUR au cours du même trimestre de l'année précédente. Malgré les troubles politiques qui sévissent toujours dans certains pays, les ventes ont à nouveau enregistré une croissance organique à deux chiffres avec un plus de 17,5 %.

— Les ventes dans la région **Amérique du Nord** ont atteint 703 millions d'EUR alors qu'elles s'élevaient à 760 millions d'EUR au cours de la même période de l'année précédente. Les ventes organiques ont été de 0,7 % inférieures à la valeur du même trimestre de l'année précédente. L'activité a été notamment impactée par une plus forte concurrence promotionnelle dans le domaine des biens de grande consommation. Dans la région **Amérique latine**, les ventes se sont élevées à 259 millions d'EUR alors qu'elles étaient de 282 millions d'EUR au même trimestre de l'année précédente. Les ventes ont par contre organiquement augmenté de 3,8 %,

notamment grâce à la contribution des activités au Mexique. Dans la région **Asie/Pacifique**, les ventes ont atteint 666 millions d'EUR après s'être élevées à 675 millions d'EUR au cours de la même période de l'année précédente. Les ventes organiques se sont améliorées de 5,5 %. Ce fort développement de l'activité est notamment dû à la croissance à deux chiffres en Chine.

Dans les **régions émergentes**, à savoir Europe de l'Est, Afrique/Proche-Orient, Amérique latine et Asie (hors Japon), les effets négatifs du cours du change ont nominalement réduit les ventes de 5,1 % à 1 844 millions d'EUR. L'accroissement organique s'est par contre élevé à 6,5 %. Portés par tous les secteurs d'activité, les marchés émergents ont ainsi à nouveau contribué plus que la moyenne à la croissance du Groupe. Leur part de ventes s'est élevée à 45 % et s'est située au niveau du deuxième trimestre 2013. Les ventes dans les **marchés matures** ont organiquement progressé de 0,9 % et se sont élevées à 2 261 millions d'EUR.

Perspectives du Groupe Henkel pour 2014

Pour l'exercice 2014, Henkel s'attend à une croissance organique de ses ventes de 3 à 5 %. Henkel part du principe que la croissance de chaque secteur d'activité se situera dans cette tranche. En conformité avec la « Stratégie 2016 », Henkel attend une légère hausse de la part des ventes des marchés émergents. En ce qui concerne la rentabilité des ventes ajustée (EBIT) et par comparaison aux valeurs de 2013, Henkel s'attend à un accroissement à environ 15,5 % et à une augmentation du résultat ajusté par action préférentielle dans une tranche supérieure d'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 deuxième trimestre 2014 et 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.fr/2014-9197_henkel-delivers-good-performance-in-second-quarter-9568_FRF_HTML.htm

Key figures Q2/2014 and 1-6/2014

in million euros	Sales		EBIT		EBIT margin	
	Q2	1-6	Q2	1-6	Q2	1-6
Laundry & Home Care						
2014	1,139	2,286	160	356	14.0%	15.6%
2013	1,186	2,363	167	342	14.1%	14.5%
organic	4.2%	5.1%	-	-	-	-
2014 adjusted ¹⁾	-	-	190	380	16.6%	16.6%
2013 adjusted ¹⁾	-	-	182	358	15.3%	15.2%
Beauty Care						
2014	897	1,753	135	248	15.0%	14.2%
2013	923	1,796	135	259	14.6%	14.4%
organic	2.1%	2.6%	-	-	-	-
2014 adjusted ¹⁾	-	-	145	279	16.2%	15.9%
2013 adjusted ¹⁾	-	-	138	268	14.9%	14.9%
Adhesive Technologies						
2014	2,069	3,962	346	677	16.7%	17.1%
2013	2,138	4,082	333	646	15.6%	15.8%
organic	3.7%	3.9%	-	-	-	-
2014 adjusted ¹⁾	-	-	362	681	17.5%	17.2%
2013 adjusted ¹⁾	-	-	362	682	16.9%	16.7%
Henkel						
2014	4,137	8,066	589	1,197	14.2%	14.8%
2013	4,286	8,319	607	1,172	14.2%	14.1%
organic	3.3%	3.8%	-	-	-	-
2014 adjusted ¹⁾	-	-	674	1,293	16.3%	16.0%
2013 adjusted ¹⁾	-	-	660	1,260	15.4%	15.1%

Henkel	Q2/2013	Q2/2014	Change	1-6/2013	1-6/2014	Change
Earnings per preferred share in euros ¹⁾	0.96	1.02	6.3%	1.87	2.06	10.2%
Adjusted earnings per preferred share in euros ¹⁾	1.07	1.16	8.4%	2.03	2.20	8.4%

Changes on the basis of figures in thousand euros

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