

Communiqué de presse

11 novembre 2015

Hausse de la croissance attendue du résultat par action préférentielle pour l'exercice 2015

Forte croissance des ventes et du résultat pour Henkel au troisième trimestre

- Ventes : +8,4 % à 4 590 millions d'EUR (organiques : +3,2 %)
- Résultat d'exploitation* : +12,3 % à 778 millions d'EUR
- Marge EBIT* : +0,5 point à 16,9 %
- Résultat par action préférentielle*(EPS) : +11,1% à 1,30 Euro
- Forte croissance organique des ventes dans les marchés émergents : +6,5%

Düsseldorf, Allemagne – « Henkel a réalisé une forte performance au troisième trimestre en dépit d'un environnement de marché toujours aussi difficile. Nous avons de nouveau sensiblement accru nos ventes et notre résultat dans tous les secteurs d'activité. Avec une forte croissance organique des ventes, les marchés émergents ont de nouveau réalisé une croissance supérieure à la moyenne. Une évolution positive a été enregistrée dans les marchés matures. Ceci s'explique notamment par la solide croissance réalisée en Amérique du Nord, région en hausse pour le troisième trimestre consécutif », a déclaré Kasper Rorsted, Président du Comité de Direction. « Le résultat d'exploitation après ajustement et la marge EBIT ajustée n'ont jamais été aussi élevés qu'au cours du troisième trimestre. Tous les secteurs d'activité ont pu augmenter l'EBIT ajusté et la marge EBIT ajustée par comparaison au même trimestre de l'année précédente. »

* Après ajustement des produits et des dépenses exceptionnels ainsi que des dépenses pour restructuration



« La forte évolution des activités au cours du troisième trimestre dans des marchés difficiles et volatils montre notre capacité à faire face au contexte économique difficile. Réactivité et flexibilité restent des facteurs décisifs pour notre succès. Cela confirme notre stratégie de simplifier et adapter en permanence nos process et nos structures aux conditions changeantes du marché. »

Perspectives de croissance du résultat par action préférentielle plus élevées

Henkel a précisé sa perspective actuelle concernant la croissance organique des ventes pour l'ensemble de l'exercice et a relevé son estimation pour la croissance de l'EPS : « Pour l'exercice 2015, nous nous attendons à une croissance organique des ventes d'environ 3 %. En ce qui concerne la marge EBIT ajustée, nous comptons toujours sur une hausse à environ 16 % et désormais sur une amélioration du résultat ajusté par action préférentielle supérieure à 10 %. »

Développement des ventes et du résultat au troisième trimestre 2015

Au cours du troisième trimestre 2015, les **ventes** ont sensiblement augmenté de 8,4 % à 4 590 millions d'EUR. Après ajustement des effets positifs liés aux opérations de change se montant à 2,3 %, les ventes se sont améliorées de 6,1 %. **Organiquement**, c'est-à-dire après ajustement des effets liés aux opérations de change, aux acquisitions et désinvestissements, les ventes ont augmenté de 3,2 %.

Le secteur d'activité **Laundry & Home Care** (Détergents & produits d'entretien) a réalisé une forte augmentation organique de ses ventes de 5,5 %. Le secteur d'activité **Beauty Care** (Cosmétiques) a enregistré une croissance organique solide de ses ventes de 2,1 %. Les ventes du secteur d'activité **Adhesive Technologies** ont également atteint une croissance organique solide de 2,3 %.

Après ajustement des produits et des dépenses exceptionnels ainsi que des dépenses pour restructuration, le **résultat d'exploitation ajusté** s'est amélioré de

12,3 %, passant de 693 millions d'EUR à 778 millions d'EUR. Le résultat d'exploitation (EBIT) est passé de 603 millions d'EUR à 666 millions d'EUR et a donc progressé de 10,4 %.

La **rentabilité des ventes ajustée** (marge EBIT) a augmenté de 0,5 point, passant à 16,9 %. La rentabilité des ventes s'est améliorée de 0,3 point pour passer à 14,5 %.

Le **résultat financier** est resté au niveau du troisième trimestre 2014 avec -11 millions d'EUR. Le **taux d'imposition** s'est élevé à 24,6 % (même trimestre de l'année précédente : 24,0 %).

Le **bénéfice net trimestriel** après déduction des participations minoritaires s'est amélioré de 11,0 %, passant de 508 millions d'EUR à 564 millions d'EUR. Le bénéfice net trimestriel a augmenté de 9,8 %, passant de 450 millions d'EUR à 494 millions d'EUR. Après déduction des participations minoritaires se montant à 10 millions d'EUR, le bénéfice net trimestriel a progressé à 484 millions d'EUR (même trimestre de l'année précédente : 440 millions d'EUR).

Le **résultat par action préférentielle après ajustement** (EPS) a augmenté de 11,1 %, passant de 1,17 Euro à 1,30 Euro. Sans ajustement, il s'est amélioré de 10,9 %, passant de 1,01 Euro à 1,12 Euro.

Le **rapport du fonds de roulement net et des ventes** a augmenté de 0,4 point à 6,0 % par rapport à la même période de l'exercice précédent. Cette augmentation s'explique principalement par les acquisitions effectuées.

Evolution des activités pendant les neuf premiers mois de l'exercice 2015

Au cours des neuf premiers mois de l'exercice 2015, les **ventes** de Henkel ont sensiblement augmenté de 1 413 millions d'EUR à 13 715 millions d'EUR. Cela représente une hausse de 11,5 % comparé au neuf premiers mois de 2014 et signifie un nouveau record pour Henkel. Après ajustement des effets liés aux opérations de change, les ventes se sont améliorées de 6,4 %. **Organiquement**, c'est-à-dire après

ajustement des effets liés aux opérations de change, aux acquisitions et désinvestissements, les ventes ont augmenté de 3,1 %. Tous les secteurs d'activité ont contribué à ce développement.

Le **résultat d'exploitation après ajustement** a augmenté de 267 millions d'EUR en passant de 1 986 millions d'EUR à 2 253 millions d'EUR (+13,4 %). La **rentabilité des ventes ajustée** a progressé de 16,1 % à 16,4 %.

Le **bénéfice net des neuf premiers mois après ajustement** et après déduction des parts minoritaires a augmenté de 11,9 %, passant de 1 459 millions d'EUR à 1 632 millions d'EUR.

Le **résultat ajusté par action préférentielle (EPS)** a augmenté de 11,9 %, passant de 3,37 Euro à 3,77 Euro.

La **position financière nette** au 30 septembre 2015 s'établissait à -336 millions d'EUR (31 décembre 2014 : -153 millions d'EUR). Le changement par rapport à la fin de l'exercice 2014 peut principalement être mis sur le compte du versement de dividendes et des paiements effectués pour des acquisitions d'entreprises.

Développement des secteurs d'activité au cours du troisième trimestre 2015

Au cours du troisième trimestre 2015, le secteur d'activité **Laundry & Home Care** (Détergents & produits d'entretien) a de nouveau poursuivi sa croissance profitable avec beaucoup de succès. Les **ventes** ont organiquement augmenté de 5,5 % par rapport au même trimestre de l'année précédente et ont donc été supérieures à celles des marchés concernés. Ce secteur d'activité a ainsi gagné de nouvelles parts de marché. Les ventes ont de nouveau nominalement augmenté de deux chiffres, à 10,6 %, pour atteindre 1 314 millions d'EUR (même trimestre de l'année précédente : 1 188 millions d'EUR).

Le fort développement organique des ventes a été principalement porté par les marchés émergents. Les régions Europe de l'Est et Asie (hors Japon) ont enregistré des taux d'accroissement à deux chiffres. L'Amérique Latine a enregistré une très forte croissance de ses ventes. Malgré un contexte difficile, la région Afrique/Proche-Orient a enregistré une forte croissance. Une croissance positive des ventes a été atteinte dans les marchés matures. Ceci s'explique avant tout par un solide développement en Amérique du Nord. Les ventes en Europe de l'Ouest sont restées au niveau du troisième trimestre 2014.

Le **résultat d'exploitation ajusté** du secteur d'activité Laundry & Home Care (Détergents & produits d'entretien) a sensiblement augmenté de 19,3 %, passant à 239 millions d'EUR. La rentabilité des ventes ajustée a enregistré une excellente progression et a atteint une nouvelle valeur record en s'établissant à 18,2 %. Le résultat d'exploitation a également sensiblement augmenté de 23,0 % pour s'élever à 211 millions d'EUR alors qu'il était de 171 millions d'EUR au même trimestre de l'année précédente.

Le secteur d'activité **Beauty Care** (Cosmétiques) a également maintenu sa croissance profitable de longue date au cours du troisième trimestre 2015. La croissance organique des ventes s'est élevée à 2,1 % et a été une fois de plus supérieure à celle des marchés concernés. De nouvelles parts de marchés ont ainsi été gagnées. Nominale, les **ventes** ont augmenté de 5,0 % en passant à 964 millions d'EUR (même trimestre de l'année précédente : 918 millions d'EUR).

Le développement fructueux s'est à nouveau poursuivi dans les marchés émergents avec une très forte augmentation organique des ventes. La région Amérique Latine a de nouveau enregistré une croissance à deux chiffres. L'Europe de l'Est a réalisé un très fort développement des ventes. La région Asie (hors Japon) a connu un fort développement, qui peut surtout être mis sur le compte de la croissance à deux chiffres en Chine. La région Afrique/Proche-Orient est parvenue à une croissance solide des ventes. Sur les marchés matures, l'activité a encore été marquée par une concurrence intense et une forte pression sur les prix. Surtout en raison de l'évolution

en Europe de l'Ouest et dans les marchés matures de la région Asie/Pacifique, les ventes sont ici restées légèrement inférieures au niveau du même trimestre de l'année précédente. Par comparaison au troisième trimestre 2014, l'Amérique du Nord a en revanche enregistré une forte croissance dans un environnement de marché difficile.

Le **résultat d'exploitation ajusté** du secteur d'activité Beauty Care (Cosmétiques) a sensiblement augmenté de 10,7 % par rapport à l'année précédente et a atteint 155 millions d'EUR. La rentabilité des ventes ajustée a enregistré une très forte hausse à 16,1 %. Le résultat d'exploitation a augmenté de 45,2 % à 142 millions d'EUR.

Le secteur d'activité **Adhesive Technologies** a réalisé une solide croissance organique des ventes de 2,3 % au cours du troisième trimestre. Les **ventes** ont nominalement augmenté de 8,5 % à 2 279 millions d'EUR (même trimestre de l'année précédente : 2 100 millions d'EUR).

Les marchés émergents ont poursuivi leur solide développement organique des ventes. L'Amérique Latine a ainsi réalisé une croissance à deux chiffres. Une forte croissance des ventes a également été atteinte en Europe de l'Est et dans la région Afrique/Proche-Orient, malgré la situation difficile dans certains pays. En Asie (hors Japon), les ventes ont été inférieures au niveau du même trimestre de l'année précédente. Cette situation s'explique surtout par le ralentissement de la croissance économique en Chine. Les ventes dans les marchés matures se sont développées dans l'ensemble de manière positive. La croissance a notamment été portée par les marchés matures de la région Asie/Pacifique, où la croissance a été forte. Les ventes en Amérique du Nord ont progressé de manière positive. En Europe de l'Ouest, les ventes sont néanmoins organiquement restées légèrement inférieures au niveau du même trimestre de l'année précédente.

Le **résultat d'exploitation ajusté** du secteur d'activité Adhesive Technologies a augmenté sensiblement de 10,3 % à 412 millions d'EUR par rapport au troisième trimestre 2014. La rentabilité des ventes ajustée a enregistré une hausse

encourageante pour atteindre 18,1 % pour la première fois. Le résultat d'exploitation a augmenté de 3,7 %, passant à 367 millions d'EUR.

Évolution par région au cours du troisième trimestre 2015

Dans la région **Europe de l'Ouest**, Henkel a augmenté ses ventes de 6,0 % à 1 508 millions d'EUR. Les ventes organiques sont restées de 1,3 % inférieures au niveau du même trimestre de l'année précédente dans un environnement de marché fortement concurrentiel. L'évolution enregistrée a été inégale au sein de la région. Les ventes en Allemagne sont restées inférieures au niveau du même trimestre de l'année précédente, tandis que les activités en Grande-Bretagne, en France et en Europe du Sud ont organiquement progressé. En **Europe de l'Est**, les ventes se sont élevées à 733 millions d'EUR après avoir atteint 792 millions d'EUR au cours du même trimestre de l'année précédente. La croissance organique s'est néanmoins élevée à 9,7 % malgré des conditions de marché difficiles. Les activités en Russie et en Turquie y ont principalement contribué. Dans la région **Afrique/Proche-Orient**, les ventes ont progressé de 279 millions d'EUR à 320 millions d'EUR. Bien que la croissance ait été encore impactée par les troubles politiques observés dans certains pays, les ventes ont enregistré une forte croissance organique de 5,9 %.

Les ventes en **Amérique du Nord** ont progressé, passant de 755 millions d'EUR à 940 millions d'EUR. Organiquement, elles ont progressé de 3,2 %. Les trois secteurs d'activité y ont contribué. En **Amérique Latine**, les ventes ont augmenté de 266 millions d'EUR à 280 millions d'EUR. Elles se sont organiquement améliorées de 10,9 %. Cette amélioration peut surtout être mise sur le compte de la croissance à deux chiffres au Mexique. Dans la région **Asie/Pacifique**, les ventes ont augmenté de 691 millions d'EUR à 777 millions d'EUR. Elles se sont organiquement améliorées de 0,8 %. Alors que les marchés matures de la région ont enregistré une solide croissance, les ventes dans les marchés émergents de la région n'ont que légèrement progressé en raison du ralentissement de la dynamique de croissance en Chine.

Dans les **marchés émergents**, Europe de l'Est, Afrique/Proche-Orient, Amérique Latine et Asie (hors Japon), les ventes ont augmenté de 4,2 % à 1 994 millions d'EUR. Avec une progression organique des ventes de 6,5 %, les marchés émergents ont de nouveau contribué de manière supérieure à la moyenne à la croissance du Groupe. Cette croissance a été portée par les trois secteurs d'activité. La part des ventes des marchés émergents a diminué à 43 % par rapport au troisième trimestre 2014. Dans les **marchés matures**, les ventes ont organiquement augmenté de 0,4 % et se sont élevées à 2.563 millions d'EUR.

Perspectives du Groupe Henkel pour 2015

Pour l'exercice 2015, Henkel précise les estimations de croissance organique des ventes et s'attend maintenant à une croissance d'environ 3 %. Henkel s'attend à ce que les ventes du secteur d'activité Laundry & Home Care progressent organiquement de 4 à 5 %. Pour le secteur d'activité Beauty Care, Henkel table toujours sur une croissance organique des ventes d'environ 2 %. Notamment en raison du ralentissement de la dynamique de croissance en Chine, Henkel s'attend à une croissance organique des ventes du secteur d'activité Adhesive Technologies comprise entre 2 et 3 %. Comme précédemment, Henkel s'attend à ce que la part des ventes des marchés émergents reste au niveau de l'année précédente. Henkel confirme l'estimation de rentabilité des ventes ajustée (EBIT) et s'attend toujours à un accroissement à environ 16 % (2014 : 15,8 %), avec la contribution de tous les secteurs d'activité. Henkel relève son estimation du résultat ajusté par action préférentielle et s'attend désormais à une augmentation de plus de 10 % (2014 : 4,38 Euro).

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@henkel.com

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

Vous trouverez le rapport pour le troisième trimestre 2015 et d'autres informations et éléments à télécharger ainsi que le lien sur la retransmission de la conférence de presse par téléphone en cliquant sur les liens suivants :

<http://www.henkel.com/newsroom/2015-11-11-henkel-delivers-strong-increase-in-q3-sales-and-earnings/578540>

Key figures Q3/2015 and 1-9/2015

in million euros	Sales		EBIT		EBIT margin	
	Q3	1-9	Q3	1-9	Q3	1-9
Laundry & Home Care						
2015	1,314	3,926	211	600	16.0%	15.3%
2014	1,188	3,474	171	527	14.4%	15.2%
organic	5.5%	5.0%	-	-	-	-
2015 adjusted ¹⁾	-	-	239	685	18.2%	17.5%
2014 adjusted ¹⁾	-	-	200	580	16.8%	16.7%
Beauty Care						
2015	964	2,910	142	433	14.7%	14.9%
2014	918	2,671	98	346	10.6%	13.0%
organic	2.1%	2.0%	-	-	-	-
2015 adjusted ¹⁾	-	-	155	471	16.1%	16.2%
2014 adjusted ¹⁾	-	-	140	419	15.2%	15.7%
Adhesive Technologies						
2015	2,279	6,783	367	1,100	16.1%	16.2%
2014	2,100	6,062	354	1,031	16.9%	17.0%
organic	2.3%	2.4%	-	-	-	-
2015 adjusted ¹⁾	-	-	412	1,163	18.1%	17.2%
2014 adjusted ¹⁾	-	-	373	1,055	17.8%	17.4%
Henkel						
2015	4,590	13,715	666	2,029	14.5%	14.8%
2014	4,236	12,302	603	1,800	14.2%	14.6%
organic	3.2%	3.1%	-	-	-	-
2015 adjusted ¹⁾	-	-	778	2,253	16.9%	16.4%
2014 adjusted ¹⁾	-	-	693	1,986	16.4%	16.1%

Henkel	Q3/2014	Q3/2015	Change	1-9/2014	1-9/2015	Change
Earnings per preferred share in euros	1.01	1.12	10.9%	3.07	3.41	11.1%
Adjusted EPS per preferred share in euros ¹⁾	1.17	1.30	11.1%	3.37	3.77	11.9%

Changes on the basis of figures in thousand euros

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

Henkel AG & Co. KGaA