7 maggio 2019

Henkel conferma le previsioni per l’anno fiscale 2019

# Henkel: positiva la crescita del fatturato nel primo trimestre

* **Le vendite aumentano del 2,8% a 4.969 milioni di euro, crescita organica +0,7%**
* **Margine operativo (EBIT)\* pari a 795 milioni di euro (-5,6%)**
* **Margine EBIT\* al 16,0% (-140 punti base)**
* **Rendimento delle azioni privilegiate\* pari a 1,34 euro, -6,3% a tassi costanti di cambio**
* **Importante aumento del flusso libero di cassa: 523 milioni di euro**
* **Investimenti per stimolare la crescita e la competitività**

**Düsseldorf – “In uno scenario di mercato sempre più impegnativo, nel primo trimestre Henkel ha visto crescere il fatturato sia in termini organici, sia nominali. A livello di Gruppo, il margine EBIT depurato e l’EPS depurato sono in linea con le previsioni che avevamo dichiarato per l’anno fiscale corrente”, ha affermato Hans Van Bylen, CEO di Henkel.**

**“Lo sviluppo delle nostre attività nel primo trimestre 2019 non è stato complessivamente omogeneo. Come ci aspettavamo, la divisione Adhesive Technologies è stata penalizzata dal rallentamento della produzione industriale in molti settori, con la prospettiva di un recupero nella seconda metà dell’anno”, ha spiegato Van Bylen.**

\* Depurato da costi / ricavi straordinari e oneri di ristrutturazione.

**“Nel largo consumo, i risultati della business unit Beauty Care sono stati inferiori alle aspettative. Mentre continuiamo a introdurre nuovi marchi e innovazioni, e la performance nel settore della cura professionale dei capelli resta al di sopra della media dei mercati, abbiamo registrato un andamento negativo nel segmento al consumo in regioni chiave come l’Europa occidentale e la Cina. Stiamo affrontando questa situazione con misure specifiche, con l’obiettivo di rilanciare la crescita e migliorare i risultati della nostra divisione Beauty Care”, ha aggiunto Hans Van Bylen.**

**Investimenti per stimolare la crescita e la competitività**

**“Intendiamo focalizzarci sul rafforzamento del nostro business, investire nella crescita e la digitalizzazione, continuando ad adattare le nostre strutture per raggiungere gli obiettivi che abbiamo definito per questo anno fiscale”, ha precisato** **Van Bylen.**

**All’inizio dell’anno, Henkel ha annunciato una serie di investimenti incrementali per cogliere nuove opportunità di crescita, soprattutto nei mercati al consumo, e accelerare la trasformazione digitale. Henkel sta inoltre implementando diverse iniziative per migliorare ulteriormente la competitività delle divisioni.**

**Confermate le previsioni 2019**

**“Confermiamo le previsioni per l’anno fiscale corrente”, ha ribadito Hans Van Bylen. “Stimiamo una crescita organica del fatturato compresa tra il 2% e il 4%. Per il margine EBIT depurato, le attese sono tra il 16% e il 17%, con uno sviluppo dell’EPS depurato a una cifra (nella fascia media dei valori), inferiore all’anno precedente a tassi costanti di cambio”.**

**Fatturato e marginalità nel primo trimestre 2019**

Nel primo trimestre 2019, il **fatturato** è cresciuto in termini nominali del 2,8% a 4.969 milioni di euro. In termini organici, escludendo gli impatti di oscillazioni valutarie, acquisizioni e disinvestimenti, l’incremento è stato pari allo 0,7%. Le operazioni straordinarie hanno pesato per lo 0,6%, mentre le variazioni dei tassi di cambio hanno avuto un effetto positivo nell’ordine dell’1,5% sulle vendite.

Il fatturato organico della divisione **Adhesive Technologies** è calato dello 0,8%, principalmente a causa del rallentamento del settore elettronico e dell’automotive. Le vendite della business unit **Beauty Care** sono state inferiori del 2,2% in termini organici a quelle dello stesso trimestre 2018, scontando in particolare la debolezza dei mercati al consumo in Europa occidentale e Cina. La divisione **Laundry & Home Care** ha invece registrato una crescita organica importante, pari al 4,7%, sostenuta dal lancio di nuovi prodotti e innovazioni in diversi mercati chiave.

Ancora una volta i **mercati emergenti** hanno contribuito sopra la media alla crescita del Gruppo, con un aumento del fatturato organico nell’ordine del 2,2%. I **mercati maturi** hanno invece registrato un calo dello 0,4%.

In **Europa occidentale** le vendite sono diminuite in termini organici dell’1,3%, mentre in **Europa orientale** si è registrato uno sviluppo pari al 6,5%. In **Africa/Medio Oriente** il fatturato è cresciuto organicamente del 13,5%. In **Nord America** l’aumento è stato dell’1,1%, in **America Latina** dell’8,0%. Nella regione **Asia-Pacific** le vendite sono state inferiori dell’8,8% ai livelli dello stesso trimestre dell’anno scorso.

Il **margine operativo (EBIT) depurato** ha raggiunto 795 milioni di euro, 5,6% in meno del primo trimestre 2018 (842 milioni di euro).

Il **ritorno sulle vendite (EBIT) depurato** è stato pari al 16,0%, inferiore di 1,4 punti percentuali allo scorso anno.

Gli **utili depurati per azione privilegiata** sono scesi del 6,3% dagli 1,43 euro del primo trimestre 2018 agli 1,34 euro del periodo in esame. A tassi costanti di cambio, il calo dell’EPS è stato nell’ordine del 6,3%.

Al 6,6%, il **capitale circolante netto** espresso in percentuale sulle vendite è stato inferiore ai livelli del primo trimestre 2018 (6,2%).

Il **flusso libero di cassa**, pari a 523 milioni di euro, è stato invece significativamente più alto dello stesso periodo dell’anno precedente (22 milioni di euro), premiando la speciale capacità dell’azienda di liberare flusso di cassa.

Il **risultato finanziario netto** al 31 marzo 2019 è stato pari a -2.478 milioni di euro (-2.895 milioni di euro al 31 dicembre 2018).

**Risultati delle business unit**

Nel primo trimestre la divisione **Adhesive Technologies** ha subito un calo dello 0,8% del fatturato organico. Le vendite nominali sono però aumentate dell’1,7% a 2.309 milioni di euro. Il margine operativo depurato è stato pari a 388 milioni di euro, a fronte dei 410 milioni di euro dello stesso trimestre 2018. Il ritorno depurato sulle vendite è stato del 16,8% (18,1% nel primo trimestre dell’anno scorso).

Le vendite della business unit **Beauty Care** sono diminuite del 2,2% in termini organici. Dal punto di vista nominale, il fatturato è stato pari a 960 milioni di euro, mentre nel primo trimestre 2018 aveva raggiunto i 965 milioni di euro. Il margine operativo depurato è stato di 144 milioni di euro, il ritorno depurato sulle vendite del 15,0%, entrambi inferiori ai risultati del trimestre di riferimento.

La crescita della divisione **Laundry & Home Care** è stata nell’ordine del  
4,7% in termini organici e del 6,3% in termini nominali, arrivando a 1.667 milioni di euro. A quota 286 milioni di euro, il margine operativo depurato è stato inferiore dell’1,9% ai livelli del primo trimestre 2018. Il ritorno depurato sulle vendite, pari al 17,1%, è stato anch’esso al di sotto dei risultati dello stesso trimestre dell’anno scorso.

**Henkel**

Henkel opera a livello mondiale con un portfolio bilanciato e ben diversificato. L’azienda detiene posizioni di leadership sia nel settore industriale sia nel largo consumo grazie ai marchi, le innovazioni e le tecnologie delle tre divisioni. Henkel Adhesive Technologies è leader globale nel mercato degli adesivi. Nei mercati Laundry & Home Care e Beauty Care, Henkel vanta posizioni di leadership in molti mercati e categorie in diversi Paesi del mondo. Fondata nel 1876, Henkel ha costruito una storia di successi lunga oltre 140 anni. Nel 2018 l’azienda ha registrato un fatturato complessivo di circa 20 miliardi di euro, con un margine operativo depurato pari a circa 3,5 miliardi di euro. Oggi il gruppo impiega circa 53.000 collaboratori in tutto il mondo – un team motivato ed estremamente eterogeneo, unito da una forte cultura aziendale, il comune obiettivo di creare valore sostenibile, nonchè valori condivisi. Leader riconosciuto nell’ambito della sostenibilità, Henkel è tra le maggiori aziende in molti indici e ranking internazionali. Le azioni privilegiate Henkel sono quotate presso la Borsa tedesca secondo l'indice DAX. Per maggiori informazioni, visitate il sito [www.henkel.com](http://www.henkel.com)

Per informazioni finanziarie:

[www.henkel.com/press](http://www.henkel.de/presse)

[www.henkel.com/ir](http://www.henkel.de/ir)

This information contains forward-looking statements which are based on current estimates and assumptions made by the corporate management of Henkel AG & Co. KGaA. Statements with respect to the future are characterized by the use of words such as “expect”, “intend”, “plan”, “anticipate”, “believe”, “estimate”, and similar terms. Such statements are not to be understood as in any way guaranteeing that those expectations will turn out to be accurate. Future performance and results actually achieved by Henkel AG & Co. KGaA and its affiliated companies depend on a number of risks and uncertainties and may therefore differ materially from the forward-looking statements. Many of these factors are outside Henkel’s control and cannot be accurately estimated in advance, such as the future economic environment and the actions of competitors and others involved in the marketplace. Henkel neither plans nor undertakes to update any forward-looking statements.

This document includes – in the applicable financial reporting framework not clearly defined – supplemental financial measures that are or may be alternative performance measures (non-GAAP-measures). These supplemental financial measures should not be viewed in isolation or as alternatives to measures of Henkel’s net assets and financial positions or results of operations as presented in accordance with the applicable financial reporting framework in its Consolidated Financial Statements. Other companies that report or describe similarly titled alternative performance measures may calculate them differently.

This document has been issued for information purposes only and is not intended to constitute an investment advice or an offer to sell, or a solicitation of an offer to buy, any securities.

**Per informazioni alla stampa:**

**Cecilia de’ Guarinoni Silvia Vergani**Corporate Communication, Henkel Italia B-Story

Tel: +39 02 35792435 Tel: +39 349 7668102

E-mail: [Cecilia.deGuarinoni@henkel.com](mailto:Cecilia.deGuarinoni@henkel.com) E-mail: [silvia.vergani@b-story.eu](mailto:silvia.vergani@b-story.eu)