



## Press Release

23 de fevereiro de 2017

Excelente performance no ano fiscal de 2016

### Henkel apresenta valores recorde de vendas e lucros

- **Vendas: +3,5% para 18.714 milhões de euros (orgânico: +3,1%)**
- **Crescimento das vendas nos mercados emergentes: orgânico +6,8%**
- **Forte aumento do lucro operacional\*: +8,5% para 3.172 milhões de euros**
- **Melhoria muito significativa da margem EBIT\*: +70 pontos base para 16,9%**
- **Excelentes lucros por ação preferencial\*: +9,8% para 5.36 euros**
- **Aumento de dois dígitos nos dividendos\*\*: +10,2% para 1,62 euros por ação preferencial**

Düsseldorf - “2016 foi um ano de sucesso para a Henkel. Apesar da conjuntura desafiante, atingimos novamente níveis recorde de vendas e lucros e cumprimos as metas financeiras para o ano fiscal. Apresentámos uma rentabilidade excelente. Pela primeira vez, atingimos um lucro operacional ajustados superior a 3 mil milhões de euros”, afirmou o CEO da Henkel, Hans Van Bylen. “Em setembro concluímos a aquisição da The Sun Products, que foi a segunda maior transação na história de nossa companhia. Este é um marco importante para a Henkel e reforça substancialmente o negócio de Laundry & Home Care na América do Norte. Em novembro apresentámos as novas ambições e prioridades estratégicas da Henkel de 2020 em diante. Sustentados numa base sólida, nos excelentes resultados de 2016 e nas prioridades claras assumidas para os próximos anos, estamos comprometidos em manter um desenvolvimento de sucesso no futuro”.

\* ajustado por despesas / lucros extraordinários e despesas de reestruturação

\*\* proposta aos acionistas para a Assembleia Geral Ordinária de 6 de abril de 2017



## Perspetivas para 2017

Analisando o atual ano fiscal de 2017, Hans Van Bylen comenta "Esperamos que o mercado se mantenha altamente volátil e incerto. No entanto, baseados no rumo estratégico definido, na forte equipa global com que contamos e nas marcas e tecnologias inovadoras e posições de liderança no mercado, estamos bem posicionados para garantir um crescimento ainda mais lucrativo: para o ano fiscal de 2017, esperamos um crescimento orgânico das vendas de 2 a 4%. Esperamos que a nossa margem EBIT ajustada aumente para mais de 17,0% e os lucros ajustados por ação preferencial cresçam entre 7% e 9%".

## Performance de vendas e lucros em 2016

Com 18.714 milhões de euros, as **vendas** no ano fiscal de 2016 atingiram um novo patamar recorde e cresceram 3,5% em relação ao ano anterior. Após ajustamento para efeitos de câmbio, as vendas cresceram 7,1%. O efeito positivo das aquisições e desinvestimentos atingiu 4,0%, principalmente como resultado da aquisição da The Sun Products Corporation. As **vendas orgânicas**, que excluem o impacto do câmbio e aquisições / desinvestimentos, apresentaram um sólido crescimento de 3,1%.

Todas as unidades de negócios apresentaram um sólido crescimento de vendas orgânicas. A unidade de negócios de **Adhesive Technologies** alcançou um crescimento de vendas orgânicas de 2,8%. As vendas em **Beauty Care** cresceram organicamente em 2,1% e em **Laundry & Home Care** registou-se um crescimento orgânico de 4,7%.

Após a ponderação de despesas extraordinárias, lucros extraordinários e despesas de reestruturação, o **lucro operacional ajustado (EBIT)** aumentou 8,5% para 3.172 milhões de euros (ano anterior: 2.923 milhões de euros). As três unidades de negócios contribuíram para este desempenho positivo. O lucro operacional (EBIT) é

de 2.775 milhões de euros em oposição aos 2.645 milhões de euros registados no ano anterior.

O **retorno ajustado sobre as vendas** (margem EBIT) subiu 0,7 pontos percentuais de 16,2% para 16,9%, atingindo um novo patamar recorde. O retorno sobre as vendas aumentou 0,2 pontos percentuais para 14,8% (ano anterior: 14,6%).

O **resultado financeiro** evoluiu positivamente de -42 milhões de euros para -33 milhões de euros. Os custos de financiamento relativos à aquisição da The Sun Products Corporation foram mais do que compensados pelos efeitos positivos do reembolso da obrigação híbrida.

O **lucro líquido ajustado** do exercício após as participações não-minoritárias aumentou 10,0% para 2.323 milhões de euros (2015: 2.112 milhões de euros). Depois de deduzir 40 milhões de euros atribuídos às participações não-minoritárias, o lucro líquido aumentou 6,9% de 1.921 milhões de euros para 2.053 milhões de euros.

Os **lucros ajustados por ação preferencial** (EPS) cresceram 9,8% de 4,88 euros para 5,36 euros e atingiram um novo patamar recorde. Os lucros por ação preferencial aumentaram de 4,44 euros para 4,74 euros.

O Conselho de Administração, Conselho de Supervisão e a Comissão de Acionistas proporá na Assembleia Geral Anual de 6 de abril de 2017 um aumento do **dividendo** por ação preferencial de 10,2% para 1,62 euros (ano anterior: 1,47 euros) e um aumento do dividendo por ação ordinária de 10,3% para 1,60 euros (ano anterior: 1,45 euros). Este seria o maior dividendo na história da companhia e igualaria um rácio de pagamento de 30,3%.

O **capital líquido de gestão** como percentagem das vendas aumentou 0,3 pontos percentuais de 3,8% para 3,5%.

A **posição financeira líquida** encerrou o exercício em -2.301 milhões de euros (31 de dezembro de 2015: 335 milhões de euros). A variação em relação ao final do ano anterior deveu-se principalmente aos pagamentos de aquisições.

### **Desempenho das unidades de negócio**

A unidade de negócio **Adhesive Technologies** gerou um sólido crescimento das vendas orgânicas de 2,8% no ano fiscal de 2016, superando assim a expansão do mercado. Em termos nominais, as **vendas** foram de 8.961 milhões de euros, depois de 8.992 milhões de euros no ano anterior.

Os mercados emergentes mantêm o seu desempenho positivo com forte crescimento das vendas orgânicas, aumentos de dois dígitos na região da América Latina e forte crescimento na região da Europa Oriental. As vendas na Ásia (excluindo o Japão) mostram um sólido desenvolvimento. A performance das vendas na região de África / Médio Oriente foi positivo, apesar da incerteza na atual situação política e da deterioração das condições económicas prevaletes em algumas partes da região. As vendas nos mercados mais maduros estiveram ao mesmo nível do ano anterior. A performance das vendas na América do Norte foi positiva, enquanto as vendas na região da Europa Ocidental mantiveram a constância dos últimos anos. Nos mercados mais maduros da região Ásia-Pacífico, as vendas permaneceram abaixo do nível do ano anterior.

O **lucro operacional ajustado** da unidade de negócio Adhesive Technologies aumentou 6,2% para 1.629 milhões de euros em relação ao ano anterior. O retorno ajustado sobre as vendas registou um excelente aumento de 1,1 ponto percentual, atingindo um novo recorde de 18,2%. O lucro operacional aumentou 6,8% para 1.561 milhões de euros.

Em 2016, a unidade de negócios **Beauty Care** manteve a sua trajetória de crescimento rentável dos anos anteriores. Com 2,1%, o crescimento das vendas orgânicas voltou a estar acima dos valores registado nos mercados mais relevantes. Nominalmente, as **vendas** aumentaram para 3.838 milhões de euros (2015: 3.833 milhões de euros).

Numa perspetiva regional, a performance deste segmento foi muito forte nos mercados emergentes. Europa Oriental e América Latina obtiveram crescimento de vendas orgânicas de dois dígitos. As vendas na Ásia (excluindo o Japão) e na África / Médio Oriente mostram uma evolução positiva. Os mercados maduros continuaram a ser impactados por intensos preços e pressão promocional. Neste contexto desafiante, as vendas nos mercados maduros permanecem ligeiramente abaixo do nível do ano anterior. Na Europa Ocidental e nos mercados maduros da região Ásia-Pacífico, as vendas foram menores em relação ao ano anterior. Beauty Care registou ainda um crescimento sólido em relação ao ano anterior na América do Norte.

O **lucro operacional ajustado** em Beauty Care aumentou 6,1% para 647 milhões de euros. O retorno ajustado sobre as vendas mostrou um excelente aumento de 1,0 ponto percentual para um novo recorde de 16,9%. O lucro operacional foi de 526 milhões de euros, após 561 milhões de euros no ano anterior.

O negócio de **Laundry & Home Care** também manteve o crescimento rentável de anos anteriores em 2016. As vendas orgânicas cresceram 4,7%, superando significativamente os mercados mais relevantes. Nominalmente, as **vendas** aumentaram 12,8% para 5.795 milhões de euros, impulsionadas pelas aquisições fechadas em 2016.

Com um forte crescimento, os mercados emergentes voltaram a ser o principal motor do crescimento das vendas orgânicas. Na Ásia (excluindo o Japão), a área de Laundry & Home Care registou um aumento orgânico das vendas de dois dígitos. As

vendas em África / Médio Oriente mostraram uma evolução positiva muito forte. As vendas nas regiões da Europa Oriental e América Latina obtiveram um crescimento muito significativo, contribuindo para um desenvolvimento bem sucedido. A performance nos mercados maduros foi sólida. A América do Norte registou um sólido aumento nas vendas, enquanto o crescimento das vendas na Europa Ocidental foi positivo.

O **lucro operacional ajustado** de Laundry & Home Care teve um aumento de dois dígitos em 13,7%, para 1.000 milhões de euros. O retorno ajustado sobre as vendas aumentou 0,2 pontos percentuais, atingindo um novo recorde de 17,3%. O lucro operacional aumentou 2,2% de 786 milhões de euros para 803 milhões de euros.

### **Performance regional**

Num mercado que continua a ser altamente competitivo, as vendas na **Europa Ocidental** tiveram organicamente ao nível do ano anterior. O desempenho positivo no Sul da Europa não compensou totalmente o declínio em França. Com 5.999 milhões de euros, as vendas nominais na região foram ligeiramente inferiores em relação ao ano anterior devido a efeitos cambiais negativos. Na **Europa Oriental**, as vendas cresceram organicamente em 7,0%. O principal contributo para este resultado veio dos negócios na Rússia e na Turquia. Nominalmente, as vendas na região aumentaram 0,7% para 2.713 milhões de euros (2015: 2.695 milhões de euros). Apesar do contexto políticos e social instável em alguns países, o crescimento das vendas orgânicas foi de 5,6% na região de **África / Médio Oriente**. As vendas nominais aumentaram 3,7% para 1.378 milhões de euros (2015: 1.329 milhões de euros).

As vendas na região da **América do Norte** aumentaram organicamente em 1,7%. Com 4.202 milhões de euros, as vendas nominais aumentaram 15,2% (2015: 3.648 milhões de euros). A aquisição da The Sun Products Corporation contribuiu substancialmente para o aumento das vendas nominais. As vendas orgânicas na

**América Latina** aumentaram 13,8%, tendo o México dado um contributo significativo para estes resultados ao registar um crescimento de dois dígitos. As vendas nominais somaram 1.055 milhões de euros, após os 1.110 milhões de euros do ano anterior. As vendas orgânicas na região **Ásia-Pacífico** cresceram 3,2%. As vendas nominais aumentaram 3,6% para 3.246 milhões de euros.

Com um aumento das vendas orgânicas de 6,8%, impulsionado por todas as unidades de negócio, os **mercados emergentes** voltaram a dar um contributo acima da média para o crescimento orgânico do Grupo. As vendas nominais foram ligeiramente superiores em relação ao ano anterior, situando-se nos 7.814 milhões de euros. A percentagem das vendas nos mercados emergentes foi de 42%, registo ligeiramente inferior em relação ao mesmo período do ano anterior devido aos efeitos do câmbio e aquisições. Nos **mercados maduros**, as vendas orgânicas cresceram 0,4% para 10.779 milhões de euros.

## **Perspetivas do Grupo Henkel para 2017**

A Henkel espera gerar um crescimento das vendas orgânicas de 2 a 4% no ano fiscal de 2017. A Henkel espera que cada unidade de negócios venha a gerar um crescimento das vendas orgânicas na ordem das margens acima referidas. Para o retorno ajustado sobre as vendas (EBIT), a Henkel espera um aumento em relação ao ano anterior de 17,0%. A Henkel espera também um aumento nos lucros ajustados por ação preferencial de 7 a 9%

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.

### **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 em empresas industriais como de 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 2016, a Henkel registou vendas de 18.714 milhões de euros, lucro operacional ajustado de 3.172 milhões de euros. A Henkel emprega cerca de 50.000 pessoas em todo o mundo - uma equipa apaixonada, altamente diversificada e unida por uma forte cultura empresarial, 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.pt](http://www.henkel.pt).

**Para mais informações:**

**Contacto:** Tiago Coelho / André Gerson (Media Consulting)

**Tif:** +351 910 960 222 / +351 912 293 131

**Email:** [tiago.coelho@mediaconsulting.pt](mailto:tiago.coelho@mediaconsulting.pt) / [andre.gerson@mediaconsulting.pt](mailto:andre.gerson@mediaconsulting.pt)

O Relatório Anual de 2016 e outras informações para download referentes ao ano fiscal de 2016 podem ser encontradas em:

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

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