10 agosto 2023

Crescita sostenuta e significativi miglioramenti della profittabilità nel primo semestre dell’anno

Henkel rialza le previsioni 2023 per fatturato e utili

* **Fatturato del Gruppo:** **+4,9% in termini organici nel primo semestre a circa 10,9 miliardi di euro (crescita nominale: +0,1%); andamento molto positivo per entrambe le business unit Adhesive Technologies e Consumer Brands**
* **Margine operativo (EBIT)\*: aumento significativo a 1.254 milioni di euro (+7,6%)**
* **Tasso di ritorno sulle vendite (margine EBIT)\*: in forte aumento all’11,5% (+80 punti base)**
* **Utile per azione privilegiata (EPS)\*: aumento a 2,13 euro, crescita a doppia cifra del 14,4% a tassi costanti di cambio**
* **Attuazione coerente dell'agenda strategica di crescita**
* **Revisione al rialzo delle stime per l’anno fiscale 2023:** 
  + **Crescita organica del fatturato tra 2,5 e 4,5%**
  + **Ritorno sulle vendite (margine EBIT)\* tra 11,0 e 12,5%**
  + **Utile per azione privilegiata (EPS)\* in aumento nella fascia compresa tra +5 e +20% a tassi costanti di cambio**

Düsseldorf – Henkel ha aumentato significativamente le vendite e gli utili nella prima metà del 2023 in uno scenario economico che continua a essere sfidante.

“Entrambe le nostre business unit sono cresciute in modo molto forte e siamo riusciti a migliorare la profittabilità nonostante le difficoltà legate ai costi delle materie prime e della logistica. Visti gli ottimi risultati del primo semestre, guardiamo con fiducia alla seconda metà dell’anno e alziamo le nostre **previsioni per fatturato e utili**”, ha commentato il CEO di Henkel, Carsten Knobel.

“In questi sei mesi abbiamo fatto ampi progressi nell’implementazione della nostra **agenda strategica di crescita**. L’integrazione della divisione Consumer Brands procede più velocemente del previsto e stiamo continuando a ottimizzare il nostro portafoglio con marchi e prodotti ad alta marginalità e con elevate potenzialità di sviluppo. Questo si riflette nella profittabilità della business unit. Abbiamo inoltre lavorato sulla struttura organizzativa della divisione Adhesive Technologies per allinearla ancora meglio alle esigenze dei clienti, consolidare la nostra leadership globale e accelerare la crescita. Infine, stiamo portando avanti importanti iniziative nel campo della sostenibilità e della digitalizzazione per rafforzare ulteriormente la nostra posizione competitiva”, ha aggiunto Carsten Knobel.

**Previsioni aggiornate per l’anno fiscale 2023**

A livello di Gruppo, per l’anno fiscale 2023 Henkel prevede ora una **crescita organica del fatturato** compresa tra il 2,5 e il 4,5% (prima: tra l’1,0 e il 3,0%). Per Adhesive Technologies, la crescita è attesa tra il 2,0 e il 4,0% (prima: tra l’1,0 e il 3,0%), per Consumer Brands tra il 3,0 e il 5,0% (prima: tra l’1,0 e il 3,0%).

Il **tasso depurato di ritorno sulle vendite** (margine EBIT depurato) a livello di Gruppo è ora stimato tra l’11 e il 12,5% (prima: tra il 10,0 e il 12,0%), con Adhesive Technologies tra il 13,5 e il 15,0% (prima: tra il 13,0 e il 15,0%) e Consumer Brands tra il 9,5 e l’11,0% (prima: tra il 7,5 e il 9,5%).

A tassi costanti di cambio, l’aumento dell’**utile depurato per azione privilegiata** (EPS) è previsto nella fascia compresa tra +5 e +20% (prima: tra -10,0 e +10,0%).

**Sintesi dei risultati del primo semestre 2023**

A quota 10.926 milioni di euro, nel primo semestre 2023 il **fatturato del Gruppo** ha superato dello 0,1% il livello dello stesso periodo dello scorso anno (Q2: 5.316 milioni di euro, -5,8%). Questo si traduce in una crescita organica molto forte del 4,9% (Q2: 3,2%). I cambi valutari hanno inciso negativamente nell’ordine del 2,5% (Q2: -5,8%), mentre acquisizioni e disinvestimenti hanno ridotto il fatturato del 2,2% (Q2: -3,2%).

Nella prima metà dell’anno entrambe le business unit hanno contribuito a questo risultato. **Adhesive Technologies** ha registrato una crescita organica pari al 4,7%, trainata soprattutto dai segmenti Mobility & Electronics, Craftsmen, Construction & Professional. La divisione **Consumer Brands** ha visto il fatturato crescere del 5,7% in termini organici, con uno sviluppo particolarmente positivo nei segmenti Laundry & Home Care ed Hair.

Sempre in termini organici, in **Europa** il fatturato è cresciuto del 2,4% (Q2: 0,8%). Nella regione **IMEA** lo sviluppo è stato nell’ordine del 25,7% (Q2: 23,6%). Il **Nord America** ha registrato una crescita del 3,8% (Q2: 0,9%) e l’**America Latina** del 13,2% (Q2: 9,4%). L’andamento è stato invece negativo nella regione **Asia-Pacific**, dove il fatturato è calato del 2,7% (Q2: -0,6%), principalmente a causa delle persistenti difficoltà del mercato cinese.

Nel primo semestre il **margine operativo depurato (EBIT depurato)** è cresciuto del 7,6% a 1.254 milioni di euro (primo semestre 2022: 1.166 milioni di euro). L’aumento è stato sostenuto dal rialzo dei prezzi, dai risparmi generati dall’integrazione della nuova business unit Consumer Brands e dell’ottimizzazione del portafoglio.

Il **tasso depurato di ritorno sulle vendite (margine EBIT depurato)** è aumentato di 80 punti base all’11,5%.

Gli **utili depurati per azione privilegiata** sono saliti a 2,13 euro, ovvero del 14,4% a tassi costanti di cambio rispetto al primo semestre dell’anno scorso.

Il **capitale circolante netto** è cresciuto di 0,8 punti percentuali, arrivando al 6,1% delle vendite (primo semestre 2022: 5,2%).

Il **flusso libero di cassa** ha raggiunto i 749 milioni di euro, segnando un importante aumento rispetto ai 46 milioni di euro del primo semestre dell’anno scorso. Questo risultato è dovuto in particolare al flusso di cassa nettamente superiore delle attività operative.

La **posizione finanziaria netta** al 30 giugno 2023 è pari -1.311 milioni di euro (-1.267 milioni di euro al 31 dicembre 2021).

Lo scorso 20 aprile 2023 Henkel ha confermato la conclusione di un accordo per cedere le attività in **Russia** a un consorzio di investitori locali. L’azienda aveva annunciato già lo scorso anno l’uscita dal mercato russo a seguito dell’invasione dell’Ucraina. La transazione è stata chiusa con un prezzo di vendita pari a 54 miliardi di rubli (circa 600 milioni di euro).

**Nota:**

La versione integrale di questo comunicato stampa è disponibile in inglese sul sito [Henkel.com](https://www.henkel.com/press-and-media/press-releases-and-kits/2023-08-10-henkel-raises-sales-and-earnings-guidance-for-2023-1879994)

Informazioni su Henkel

Con i suoi marchi, innovazioni e tecnologie, Henkel detiene posizioni di leadership sia nel settore industriale sia nel largo consumo. La business unit Adhesive Technologies è leader globale nel mercato degli adesivi, dei sigillanti e dei rivestimenti funzionali. Con Consumer Brands, l’azienda vanta posizioni di leadership nei segmenti della cura dei capelli, del bucato e della pulizia della casa in molti mercati e categorie in diversi Paesi del mondo. I tre marchi principali sono Loctite, Persil (Dixan in Italia) e Schwarzkopf. Nel 2022 Henkel ha registrato un fatturato complessivo di oltre 22 miliardi di euro, con un margine operativo depurato pari a circa 2,3 miliardi di euro. Le azioni privilegiate Henkel sono quotate presso la Borsa tedesca secondo l'indice DAX. Lo sviluppo sostenibile ha una lunga tradizione in Henkel, che ha una chiara strategia di sostenibilità con obiettivi concreti. Fondata nel 1876, Henkel impiega oltre 50.000 collaboratori nel mondo – un team eterogeneo, unito da una forte cultura aziendale, valori condivisi e un purpose comune: “Pionieri nel cuore per il bene di intere generazioni”. Per maggiori informazioni, visitate il sito [www.henkel.com](http://www.henkel.com)

**Per informazioni alla stampa:**

**Giusi Viani Silvia Vergani**

Head of Corporate Communications, Henkel ItaliaCorporate Comm. Consultant, Henkel Italia

Tel: +39 348 4761287 Tel: +39 349 7668102

E-mail: [giusi.viani@henkel.com](mailto:giusi.viani@henkel.com) E-mail: [silvia.vergani@henkel.com](mailto:silvia.vergani@henkel.com)

This document contains statements referring to future business development, financial performance and other events or developments of future relevance for Henkel that may constitute forward-looking statements. 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 based on current estimates and assumptions made by the corporate management of Henkel AG & Co. KGaA. These 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 (both positively and negatively) 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 forward-looking statements.

This document includes supplemental financial indicators that are not clearly defined in the applicable financial reporting framework and that are or may be alternative performance measures. These supplemental financial indicators should not be viewed in isolation or as alternatives to measures of Henkel’s net assets and financial position 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.