13 agosto 2024

Solidi risultati nella prima metà dell’anno, prosegue l’implementazione dell’agenda strategica

Cresce il fatturato Henkel nel primo semestre 2024, migliorano anche i profitti

* **Fatturato organico: +2,9% a circa 10,8 miliardi di euro (nominale: -1,0%), sostenuto da entrambe le business unit**
* **Margine operativo (EBIT)\*: 1.610 milioni di euro (+28,4%)**
* **Margine EBIT\*: 14,9% (+340 punti base)**
* **Utile per azione privilegiata (EPS)\*: crescita di quasi un terzo a 2,78 euro, +32,9% a tassi costanti di cambio**
* **Molto buono il flusso libero di cassa a circa 800 milioni di euro**
* **Ulteriori progressi nell’implementazione dell’agenda strategica di crescita**
* **Previsioni per l’anno fiscale 2024 riviste al rialzo già a metà luglio:**
* Crescita organica del fatturato: tra 2,5 e 4,5% (invariato)
* Tasso depurato di ritorno sulle vendite: tra 13,5 e 14,5% (prima: tra 13,0 e 14,0%)
* Utile depurato per azione privilegiata(EPS): incremento tra +20,0 e +30,0% a tassi costanti di cambio (prima: tra +15,0 e +25,0%)
* **Obiettivi economici di medio e lungo termine raggiungibili già nel medio periodo**

\* Depurato da ricavi e costi straordinari, e oneri di ristrutturazione

Düsseldorf – Nel primo semestre 2024, nonostante il perdurare delle complessità legate allo scenario economico, Henkel ha registrato una buona crescita del fatturato in termini organici e un solido incremento della profittabilità, confermando il suo proficuo percorso di crescita. “I risultati della prima metà dell’anno sono nel complesso molto soddisfacenti, a dimostrazione del fatto che siamo seguendo la strategia giusta e che la nostra focalizzazione sulla crescita fondata sul *purpose* sta generando un successo tangibile”, ha detto il CEO di Henkel, Carsten Knobel.

“Nel primo semestre, tanto la crescita organica del fatturato quanto l’incremento dei profitti sono stati sostenuti da entrambe le divisioni. L’integrazione di Consumer Brands è stata più che positiva e le iniziative strategiche che abbiamo intrapreso hanno avuto un effetto rilevante sui ricavi, i margini lordi e i profitti. Abbiamo ripensato la struttura organizzativa di Adhesive Technologies per essere ancora più vicini ai clienti, avviando alcuni cambiamenti che contribuiranno significativamente allo sviluppo di Henkel. Anche il flusso libero di cassa è stato solido, superando i valori già alti della prima metà del 2023. Questo ci offre la possibilità di fare altri investimenti mirati per il nostro business e il nostro futuro, potenziando marchi, tecnologie e innovazioni. Stiamo inoltre portando avanti progetti importanti in fatto di sostenibilità e digitalizzazione per rafforzare ancora di più la nostra posizione competitiva”, ha aggiunto Knobel.

“Considerando questi risultati, siamo ottimisti sulla seconda parte dell’anno e già a metà luglio abbiamo rivisto al rialzo le previsioni per l’anno fiscale 2024. Stiamo facendo ciò che avevamo promesso e siamo sulla strada giusta per una crescita ancora più profittevole. Rispetto agli obiettivi economici di medio e lungo termine, siamo convinti di poterli raggiungere già nel medio periodo”.

**Previsioni per l’anno fiscale 2024**

Le stime per l’anno fiscale in corso, aggiornate lo scorso 3 maggio, sono state riviste al rialzo il 17 luglio ([qui](https://www.henkel.it/press-and-media/comunicati-stampa/2024-07-17-henkel-rivede-al-rialzo-le-previsioni-2024-dopo-gli-ottimi-risultati-del-primo-semestre-1973720) il comunicato stampa) in considerazione delle aspettative più alte rispetto ai profitti della divisione Consumer Brands, sostenuti dai maggiori investimenti nel marketing a supporto delle innovazioni. Le previsioni tengono comunque conto dei rincari delle materie prime che potranno verificarsi nella seconda metà dell’anno.

A livello di Gruppo, per il 2024 Henkel continua a stimare una **crescita organica del fatturato** compresa tra 2,5 e 4,5%. Lo sviluppo di Adhesive Technologies è atteso tra 2,0 e 4,0%, quello di Consumer Brands tra 3,0 e 5,0%. Il **tasso depurato di ritorno sulle vendite** (margine EBIT) è ora previsto tra 13,5 e 14,5% (prima: tra 13,0 e 14,0%), con Adhesive Technologies tra 16,0 e 17,0% (invariato) e Consumer Brands tra 13,0 e 14,0% (prima: tra 12,0 e 13,0%). Per quanto riguarda l’**utile depurato per azione privilegiata** (EPS), l’incremento è stimato tra +20,0 e +30,0% a tassi costanti di cambio (prima: tra +15,0 e +25,0%).

**Andamento del fatturato e dei profitti nel primo semestre 2024**

Nonostante il complesso scenario economico, il **fatturato** di Henkel ha raggiunto i 10.813 milioni di euro nei primi sei mesi del 2024, con un andamento in termini nominali pari a -1,0%. La dismissione delle attività in Russia ha influenzato negativamente il fatturato nominale nei precedenti trimestri, ma l’azienda è riuscita a recuperare nel secondo trimestre 2024 (Q2: 5.496 milioni di euro, +3,4%). Le oscillazioni valutarie hanno ridotto i ricavi nell’ordine dell’1,9% (Q2: +0,2%), mentre acquisizioni e disinvestimenti hanno pesato per il 2,1% (Q2: +0,3%). Le recenti acquisizioni di Seal for Life e Vidal Sassoon hanno avuto al contrario un impatto positivo: in termini organici, ovvero depurato dagli effetti dei cambi e delle operazioni straordinarie, il fatturato di Henkel è cresciuto del 2,9% (Q2: +2,8%).

Il fatturato di **Adhesive Technologies** è cresciuto in termini organici del 2%. Lo sviluppo è stato dettato soprattutto dai mercati Mobility & Electronics, Craftsmen, Construction & Professional (Q2: +2,6%). La divisione **Consumer Brands** ha registrato una crescita organica del 4,3% con il contributo di tutte le aree di business (Q2: +3,3%). La componente del prezzo ha certamente condizionato l’incremento dei ricavi; i volumi hanno visto una ripresa rispetto al primo semestre 2023 e al primo trimestre di quest’anno, pur continuando a essere influenzati dalle misure di ottimizzazione del portafoglio già intraprese.

Nella prima metà del 2024, il fatturato in **Europa** ha avuto un incremento organico dell’1,8% (Q2: +1,2%). Nella regione **IMEA**, Henkel è cresciuta a doppia cifra del 21,0% (Q2: +13,7 %). Il mercato del **Nord America** ha subito un calo dell’1,6% (Q2: -0,2%), in **America Latina** l’andamento del fatturato è stato sostanzialmente piatto (Q2: +2,7%). La regione **Asia/Pacific** ha visto invece una crescita pari al 5,5% (Q2: +7,5%).

Il **margine operativo depurato** (EBIT depurato) è passato dai 1.254 milioni di euro del primo semestre 2023 ai 1.610 milioni di euro della prima metà di quest’anno, con un aumento del 28,4% dovuto in particolare alla forte crescita del margine lordo. Il **tasso depurato di ritorno sulle vendite** (margine EBIT depurato) ha visto di conseguenza il significativo incremento di 340 punti base, dall’11,5 al 14,9%.

L'**utile per azione privilegiata** (EPS) è cresciuto a 2,46 euro (anno precedente: 1,35 euro). L’utile depurato è aumentato del 30,5% a 2,78 euro dai 2,13 euro dello stesso periodo dell’anno scorso. Il notevole risultato è stato raggiunto grazie soprattutto allo sviluppo del margine operativo depurato. A tassi costanti di cambio, l’utile depurato per azione privilegiata ha visto un incremento del 32,9%.

Il **capitale circolante netto** è sceso di 0,9 punti percentuali rispetto al medesimo periodo dello scorso anno, da 6,1 a 5,2%.

Il **flusso libero di cassa** ha raggiunto quota 772 milioni di euro, dunque sopra il valore della prima metà del 2023 (749 milioni di euro), riflettendo il maggior flusso di cassa derivante dalle attività operative.

Al 30 giugno 2024, la **posizione finanziaria netta** ammontava a -1.440 milioni di euro (12 milioni di euro al 31 dicembre 2023).

**Nota:** il comunicato stampa integrale è disponibile in inglese su [Henkel.com](https://www.henkel.com/press-and-media/press-releases-and-kits/2024-08-13-henkel-delivers-good-organic-sales-growth-and-very-strong-earnings-improvement-in-first-half-of-2024-1976878)

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 2023 Henkel ha registrato un fatturato complessivo di oltre 21,5 miliardi di euro, con un margine operativo depurato pari a circa 2,6 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 circa 48.000 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 Communications Consultant, Henkel Italia

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

E-mail: giusi.viani@henkel.com E-mail: 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.