

Resultados Q1 2024

Janeiro–Março

Bom começo para o ano fiscal de 2024

Henkel registra forte crescimento orgânico das vendas no primeiro trimestre

- **Vendas do Grupo: cerca de 5,3 mil milhões de euros, crescimento orgânico de 3,0%**
- **Aumento orgânico das vendas impulsionado por ambas as unidades de negócio:**
 - Adhesive Technologies: crescimento orgânico positivo das vendas de 1,3%
 - Consumer Brands: crescimento orgânico forte das vendas de 5,2%
- **Aquisições da Seal for Life Industries e da Vidal Sassoon na China concluídas antes do previsto**
- **Novos progressos na implementação da agenda estratégica de crescimento**
- **Perspetiva para o exercício fiscal de 2024 aumentado significativamente a 3 de maio:**
 - Crescimento orgânico das vendas: 2,5% a 4,5% (anteriormente: 2,0% a 4,0%)
 - Retorno ajustado das vendas: 13,0% a 14,0% (anteriormente: 12,0% a 13,5%)
 - Lucro ajustado por ação preferencial (EPS): Aumento na faixa de +15,0% a +25,0% a taxas de câmbio constantes (anteriormente: +5,0% a +20,0%)

No **primeiro trimestre de 2024**, a Henkel alcançou **vendas do Grupo** de cerca de 5,3 mil milhões de euros e gerou um forte crescimento orgânico das vendas de 3,0%. O aumento foi impulsionado por um desenvolvimento positivo dos preços em ambas as unidades de negócio. O desenvolvimento do volume a nível do Grupo, que ainda está a ser impactado pelas medidas de portfólio na unidade de negócio Consumer Brands, mostrou uma nova melhoria sequencial em comparação com o quarto trimestre de 2023. Em termos nominais, as vendas diminuíram -5,2% em comparação com o trimestre do ano anterior - predominantemente devido à venda das atividades comerciais na Rússia e aos efeitos cambiais negativos.

“Tivemos um início de ano muito bom. Além disso, conseguimos fechar as aquisições da Seal for Life Industries e da Vidal Sassoon na China mais rápido do que o previsto e, assim, fortalecer ainda mais os nossos negócios”, disse Carsten Knobel, CEO da Henkel. “À luz destes desenvolvimentos, aumentámos significativamente as nossas **perspetivas de vendas e lucros** para 2024 na semana passada. Isto demonstra: Temos uma estratégia clara que estamos a executar de forma rigorosa. Cumprimos o que prometemos. E estamos no caminho certo para um maior crescimento rentável”.

O aumento positivo das vendas orgânicas da unidade de negócio **Adhesive Technologies** no primeiro trimestre foi principalmente impulsionado pelo forte crescimento orgânico das vendas na área de negócio Mobility & Electronics. O forte crescimento orgânico das vendas

na unidade de negócio **Consumer Brands** foi impulsionado por todas as áreas de negócio, com um contributo especial do negócio Hair.

Desempenho das Vendas por unidade de negócio

Em milhões de euros	Vendas		+/-	Orgânico
	Q1/2023	Q1/2024		
Henkel Group	5,609	5,317	-5.2%	3.0%
Adhesive Technologies	2,791	2,677	-4.1%	1.3%
Consumer Brands	2,772	2,605	-6.0%	5.2%

Desempenho das Vendas do Grupo

As vendas do Grupo no primeiro trimestre de 2024 totalizaram 5.317 milhões de euros, um decréscimo nominal de -5,2% em comparação com o trimestre do ano anterior (5.609 milhões de euros). **Organicamente** (ou seja, ajustado para efeitos cambiais e aquisições/desinvestimentos), as vendas aumentaram 3,0%. O forte crescimento orgânico das vendas a nível do Grupo foi impulsionado pelos preços. As aquisições/desinvestimentos reduziram as vendas em -4,3%. Os efeitos cambiais tiveram um impacto negativo adicional de -3,9% no desenvolvimento das vendas.

Desempenho das Vendas do Grupo

Em milhões de euros	Q1/2023	Q1/2024
Vendas	5,609	5,317
Varição versus ano anterior	6.4%	-5.2%
Efeito Cambial	0.9%	-3.9%
Ajustado ao efeito cambial	5.5%	-1.3%
Aquisições/Desinvestimentos	-1.1%	-4.3%
Orgânico	6.6%	3.0%
Por preço	12.0%	3.4%
Por volume	-5.4%	-0.4%

O crescimento orgânico das vendas na região da **Europa** ascendeu a 2,5% no primeiro trimestre. Na região **IMEA**, as vendas aumentaram organicamente em 26,9%. A região da **América do Norte** registou um desenvolvimento orgânico das vendas negativo de -3,0%. Na **América Latina**, as vendas foram organicamente -2,7% abaixo do trimestre do ano anterior. A região **Ásia-Pacífico** registou um crescimento orgânico das vendas de 3,5%.

Desempenho das Vendas por região¹

Em milhões de euros	Europa	IMEA	América do Norte	América Latina	Ásia-Pacífico	Corporate	Henkel Group
Vendas Janeiro–Março 2024	2,023	575	1,478	421	784	35	5,317
Vendas Janeiro–Março 2023	2,201	563	1,584	411	805	46	5,609
Variação versus trimestre anterior	-8.1%	2.1%	-6.6%	2.5%	-2.5%	–	-5.2%
Orgânico	2.5%	26.9%	-3.0%	-2.7%	3.5%	–	3.0%
Proporção das Vendas do Grupo 2024	38%	11%	28%	8%	15%	1%	100%
Proporção das Vendas do Grupo 2023	39%	10%	28%	7%	14%	1%	100%

¹ Por localização da empresa.

Desempenho das Vendas Adhesive Technologies

A unidade de negócio Adhesive Technologies alcançou **vendas** de 2.677 milhões de euros no **primeiro trimestre de 2024**, representando uma redução **nominal** de -4,1% em comparação com o trimestre do ano anterior (2.791 milhões de euros). **Organicamente** (ou seja, ajustado ao efeito cambial e aquisições/desinvestimentos), as vendas aumentaram 1,3% em comparação com o primeiro trimestre de 2023. Tanto o preço como o volume registaram uma evolução positiva. Os efeitos cambiais reduziram as vendas em -3,8%. As aquisições/desinvestimentos tiveram um efeito negativo adicional de -1,7%.

Desempenho das Vendas Adhesive Technologies

Em milhões de euros	Q1/2023	Q1/2024
Vendas	2,791	2,677
Proporção das Vendas do Grupo	50%	50%
Variação versus ano anterior	6.1%	-4.1%
Efeito Cambial	1.1%	-3.8%
Ajustado ao efeito cambial	5.0%	-0.4%
Aquisições/Desinvestimentos	-1.8%	-1.7%
Orgânico	6.8%	1.3%
Por preço	11.4%	1.0%
Por volume	-4.6%	0.3%

O positivo desenvolvimento orgânico das vendas da unidade de negócio Adhesive Technologies no primeiro trimestre foi impulsionado principalmente pela área de negócio **Mobility & Electronics**, que alcançou um forte aumento de 3,7%. Este crescimento foi impulsionado pelos negócios Automotivo e Electronics. O negócio Industrial registou um desenvolvimento positivo. Num ambiente de mercado continuamente desafiante, a área de negócio **Packaging & Consumer Goods** registou um desenvolvimento orgânico das vendas globalmente estável de -0,2%, que foi apoiado por um desenvolvimento de volume positivo. O negócio de Packaging registou um crescimento positivo, beneficiando dos primeiros sinais de melhoria da procura. O negócio de Consumer Goods registou um ligeiro declínio em comparação com um trimestre muito forte do ano anterior. O crescimento orgânico das vendas na área de negócio **Craftsmen, Construction & Professional** foi de 0,3% em relação ao trimestre do ano anterior. Esta evolução foi particularmente apoiada pelo negócio de Construction que registou um bom crescimento. A área de negócio General Manufacturing & Maintenance

apresentou um desempenho global negativo, que se deveu principalmente ao ambiente de mercado atualmente desafiante.

Desempenho das Vendas por área de negócio

Em milhões de euros	Vendas		+/-	Organic
	Q1/2023	Q1/2024		
Adhesive Technologies	2,791	2,677	-4.1%	1.3%
Mobility & Electronics	960	946	-1.5%	3.7%
Packaging & Consumer Goods	883	838	-5.1%	-0.2%
Craftsmen, Construction & Professional	949	893	-5.9%	0.3%

De uma perspetiva regional, o desempenho orgânico das vendas da unidade de negócio Adhesive Technologies foi misto. Na **Europa**, as vendas globais foram organicamente inferiores ao trimestre do ano anterior, apesar de a área de negócios Craftsmen, Construction & Professional ter registado um crescimento orgânico positivo. Embora a **América do Norte** tenha registado um aumento orgânico positivo das vendas na área de negócios Mobility & Electronics, o desempenho global das vendas na região foi inferior ao do trimestre do ano anterior. A região **IMEA** registou um aumento orgânico das vendas de dois dígitos, com todas as áreas de negócio a contribuírem com taxas de crescimento de dois dígitos. A **América Latina** registou uma evolução orgânica negativa das vendas em todas as áreas de negócio. Em contrapartida, o crescimento das vendas na região da **Ásia-Pacífico** foi muito forte – principalmente impulsionado por uma evolução significativamente positiva na China, que foi apoiada pelos primeiros sinais de um ambiente de mercado em estabilização, após as condições desafiantes registadas no ano anterior.

Desempenho das Vendas Consumer Brands

Na unidade de negócio Consumer Brands, as vendas no **primeiro trimestre de 2024** totalizaram 2.605 milhões de euros, uma diminuição **nominal** de -6,0% em relação ao trimestre do ano anterior. **Organicamente** (ou seja, ajustado ao efeito cambial e aquisições/desinvestimentos), as vendas aumentaram 5,2%. Os preços na unidade de negócio permaneceram muito fortes em comparação com o primeiro trimestre de 2023. Os volumes diminuíram ligeiramente, em particular devido aos impactos das medidas de portfólio em curso. Os efeitos cambiais tiveram um impacto negativo de -4,0% nas vendas. As aquisições/desinvestimentos reduziram as vendas em mais -7,2%.

Desempenho das Vendas Consumer Brands

Em milhões de euros	Q1/2023	Q1/2024
Vendas	2,772	2,605
Proporção das Vendas do Grupo	49%	49%
Varição versus ano anterior	7.3%	-6.0%
Efeito Cambial	0.8%	-4.0%
Ajustado ao efeito cambial	6.5%	-2.0%
Aquisições/Desinvestimentos	-0.5%	-7.2%
Orgânico	7.0%	5.2%
Por preço	12.7%	6.2%
Por volume	-5.7%	-1.0%

No primeiro trimestre, a área de negócio **Laundry & Home Care** gerou um forte crescimento orgânico das vendas de 4,6%. O negócio de Laundry registou um forte crescimento, impulsionado principalmente por um aumento de dois dígitos na categoria Fabric Care. A área de negócio Home Care alcançou um crescimento orgânico significativo das vendas, que foi particularmente impulsionado por um aumento de dois dígitos nas vendas da categoria Toilet Care e um crescimento muito forte na categoria Dishwashing.

A área de negócio **Hair** registou um forte crescimento orgânico das vendas de 6,9%. O crescimento no negócio de Consumer foi significativo, impulsionado em particular pela categoria Hair Styling. A negócio de Professional registou um crescimento orgânico muito forte das vendas.

A área de negócio **Other Consumer Businesses** registou um forte crescimento orgânico das vendas de 3,4%.

Desempenho das Vendas por área de negócio

Em milhões de euros	Vendas		+/-	Orgânico
	Q1/2023	Q1/2024		
Consumer Brands	2,772	2,605	-6.0%	5.2%
Laundry & Home Care	1,789	1,661	-7.2%	4.6%
Hair	811	781	-3.6%	6.9%
Other Consumer Businesses	171	163	-4.8%	3.4%

De uma perspetiva regional, a unidade de negócio Consumer Brands registou uma evolução mista no período em análise. A região da **Europa** registou um forte aumento orgânico das vendas no primeiro trimestre, impulsionado pelas áreas de negócio Hair e Laundry & Home Care. A região da **América do Norte** registou uma evolução negativa das vendas orgânicas, principalmente devido às medidas de portfólio implementadas na área de negócio Laundry & Home Care. A região **IMEA** registou um crescimento orgânico das vendas de dois dígitos em todas as áreas de negócio. O aumento positivo das vendas orgânicas na **América Latina** foi impulsionado pela área de negócio Hair, com os negócios Consumer e Professional a contribuírem para o crescimento. O crescimento das vendas manteve-se estável na região da **Ásia-Pacífico**, apoiado pela área de negócio da Laundry & Home Care.

Ativos Líquidos e Posição Financeira do Grupo

Não se verificaram alterações substanciais nos activos líquidos e na posição financeira do Grupo no período em análise em comparação com a situação em 31 de dezembro de 2023.

Perspetivas para Grupo Henkel

A orientação para o exercício fiscal de 2024, publicada a 4 de março de 2024, foi aumentada a partir de 3 de maio.

Para este ano, a Henkel espera um **crescimento orgânico das vendas** de 2,5% a 4,5% (anteriormente: 2,0% a 4,0%). Para Adhesive Technologies, o crescimento orgânico das vendas ainda é esperado na faixa de 2,0% a 4,0%. Relativamente a Consumer Brands, a empresa prevê agora um aumento orgânico das vendas de 3,0% a 5,0% (anteriormente: 2,0% a 4,0%).

Prevê-se agora que o **retorno ajustado das vendas (margem EBIT ajustada)** a nível do Grupo se situe no intervalo de 13,0% a 14,0% (anteriormente: 12,0% a 13,5%). Para Adhesive Technologies, prevê-se agora que o retorno ajustado das vendas se situe entre 16,0% e 17,0% (anteriormente: 15,0% a 16,5%) e para Consumer Brands no intervalo de 12,0% a 13,0% (anteriormente: 11,0% a 12,5%).

Para os **lucros ajustados por ação preferencial (EPS)**, a Henkel espera agora um aumento no intervalo de +15,0% a +25,0% a taxas de câmbio constantes (anteriormente: +5,0% a +20,0%).

A Henkel actualizou também as seguintes expetativas:

- Aquisições/Desinvestimentos: impacto neutro no crescimento nominal das vendas (anteriormente: impacto negativo no intervalo percentual baixo de um dígito)
- Conversão das vendas em moeda estrangeira: impacto negativo no intervalo percentual baixo de meio-dígito (anteriormente: impacto negativo no intervalo percentual de meio dígito)

As seguintes expetativas para 2024 mantêm-se inalteradas:

- Preços dos materiais directos: evolução estável¹
- Despesas de reestruturação de 250 a 300 milhões de euros
- Saídas de caixa para investimentos em activos fixos tangíveis e intangíveis entre 650 e 750 milhões de euros

¹ Em comparação com a média do ano anterior.

Sobre a Henkel

Com as suas marcas, inovações e tecnologias, a Henkel detém posições de liderança no mercado mundial no sector industrial e de consumo. A unidade de negócios Adhesive Technologies é líder mundial no mercado de adesivos, vedantes e revestimentos funcionais. Com a unidade de negócios Consumer Brands, a empresa detém posições de liderança especialmente em Hair Care e Laundry & Home Care em muitos mercados e categorias em todo o mundo. As três marcas mais fortes da empresa são Loctite, Persil e Schwarzkopf. No ano fiscal de 2023,

a Henkel registou vendas de mais de 21,5 mil milhões de euros e lucros operacionais ajustados de cerca de 2,6 mil milhões de euros. As ações preferenciais da Henkel estão cotadas no índice de ações alemão DAX. A sustentabilidade tem uma longa tradição na Henkel, e a empresa tem uma estratégia clara de sustentabilidade com objetivos concretos. A Henkel foi fundada em 1876 e emprega hoje uma equipa diversificada de mais de 48.000 pessoas em todo o mundo - unidas por uma forte cultura empresarial, valores partilhados e um objetivo comum: "Pioneers at heart for the good of generations". Para obter mais informações, www.henkel.pt

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 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 investment advice or an offer to sell, or a solicitation of an offer to buy, any securities.