



Henkel mantém dinâmica de crescimento no terceiro trimestre

Perspectivas para o ano fiscal de 2024 reafirmadas

- **Vendas do Grupo sobem para cerca de 5,5 bilhões de euros, +3,3% de crescimento orgânico**
- **Aumento orgânico das vendas impulsionado por ambas as unidades de negócio:**
 - **Adhesive Technologies alcança forte crescimento orgânico de +3,7%**
 - **Consumer Brands registra bom crescimento orgânico de vendas de +2,7%**
- **Metas ambiciosas de proteção climática foram expandidas por meio de um guia de net-zero: as emissões de gases com efeito estufa devem ser reduzidas para zero até 2045**
- **Orientação de vendas e lucros para o exercício fiscal de 2024 reafirmadas – chance de alcançar a metade superior da faixa de lucros**

Düsseldorf, 6 de novembro de 2024 – No **terceiro trimestre de 2024**, a Henkel aumentou as **vendas do Grupo** para cerca de 5,5 bilhões de euros. Isto corresponde a um forte crescimento orgânico de 3,3%, impulsionado pela boa evolução dos preços e por uma tendência geral de volume positiva a nível do Grupo.

Em termos nominais, as vendas aumentaram 1% em relação ao mesmo trimestre do ano passado.

"Continuamos com resultados consistentes no terceiro trimestre, enquanto impulsionamos o desenvolvimento bem-sucedido da Henkel. Ambas as unidades de negócio contribuíram para isso com um crescimento orgânico adicional. Ainda no terceiro trimestre, atingimos fortes margens brutas, o que nos permitiu dar continuidade ao aumento dos investimentos nos nossos negócios e marcas. A margem EBIT ajustada apresentou uma evolução correspondentemente forte. Isso demonstra que estamos no caminho certo com nossa agenda de crescimento", disse Carsten Knobel, CEO da Henkel.

"Estamos convencidos de que o ano fiscal de 2024 será outro ano de sucesso para a Henkel e que alcançaremos nossas metas de vendas e lucros, que aumentamos ao longo do ano. Por isso, reiteramos hoje a nossa **perspectiva**, apoiados pelo forte desempenho no acumulado do ano, vemos uma clara chance de alcançar a metade superior das respectivas faixas de lucro para o Grupo – isso se aplica tanto à margem EBIT ajustada, quanto ao crescimento ajustado do EPS."

A Henkel também realizou novos progressos na implementação da sua **agenda estratégica de crescimento**. Neste contexto, a Henkel intensifica o seu compromisso com a sustentabilidade. Como parte desse processo, a Henkel desenvolveu um **guia de net-zero**, que inclui metas estendidas para reduzir as emissões em toda a cadeia de valor.

"Todos temos que assumir a responsabilidade e ajudar a limitar o aquecimento global a 1,5°C, tal como estabelecido no Acordo de Paris sobre o Clima. O nosso guia, que foi validado pela iniciativa Science Based Targets, descreve o que estamos fazendo para atingir emissões líquidas zero de gases com efeito de estufa até 2045. Para alcançar este objetivo, implementaremos uma série de medidas em toda a cadeia de valor", explicou Carsten Knobel.



1 Desenvolvimento de vendas por unidade de negócio

em milhões de euros	Vendas			
	Q3/2023	Q3/2024	+/-	Orgânico
Terceiro trimestre				
Grupo Henkel	5,440	5,492	1.0%	3.3%
Adhesive Technologies	2,711	2,800	3.3%	3.7%
Consumer Brands	2,695	2,653	-1.6%	2.7%
Janeiro–setembro	1–9/2023	1–9/2024		
Grupo Henkel	16,366	16,305	-0.4%	3.0%
Adhesive Technologies	8,186	8,275	1.1%	2.5%
Consumer Brands	8,060	7,919	-1.8%	3.7%

A unidade de negócio **Adhesive Technologies** alcançou um forte crescimento orgânico de vendas no terceiro trimestre, apoiado por todas as áreas de negócio. O bom crescimento orgânico das vendas na unidade de **negócios Consumer Brands** foi impulsionado principalmente pela área de negócios global Hair.

Desempenho de Vendas do Grupo

No **terceiro trimestre de 2024**, as vendas do Grupo tiveram aumento **nominal de 1%** a 5,492 bilhões de euros. Os efeitos das aquisições/desinvestimentos aumentaram as vendas em 1,2%. Os efeitos cambiais tiveram um impacto negativo de -3.6% sobre o desempenho de vendas. **Organicamente** - ou seja, ajustado para divisas e aquisições/desinvestimentos -, as vendas aumentaram em 3,3%. Este crescimento foi impulsionado tanto por uma boa evolução dos preços, quanto por uma evolução global positiva do volume a nível do Grupo.

Nos **primeiros nove meses de 2024**, as vendas totalizaram 16,305 bilhões de euros. Isto é equivalente a uma **nominal** diminuição da -0.4%. **Organicamente**, a Henkel alcançou um forte crescimento de vendas de 3%, impulsionada pela evolução dos preços e do volume.

2 Desempenho de vendas do Grupo 34 56 78 910

em milhões de euros	Q3/2023	Q3/2024	1–9/2023	1–9/2024
Vendas	5,440	5,492	16,366	16,305
Varição em relação ao ano anterior	-9.0%	1.0%	-3.1%	-0.4%
Câmbio	-6.3%	-3.6%	-3.9%	-2.4%
Ajustado por câmbio	-2.7%	4.5%	0.8%	2.1%
Aquisições/desinvestimentos	-5.5%	1.2%	-3.4%	-1.0%
Orgânico	2.8%	3.3%	4.1%	3.0%
De preço	8.3%	2.1%	10.8%	2.4%
De volume	-5.5%	1.2%	-6.7%	0.6%



O crescimento orgânico das vendas no **terceiro trimestre** foi impulsionado pelas regiões da **Europa, IMEA, Ásia-Pacífico e América Latina**. A região da **América do Norte** registou um desenvolvimento orgânico negativo das vendas em ambas as unidades de negócio.

11 Desempenho de vendas por região

em milhões de euros	Europa	IMEA	América do Norte	América Latina	Ásia-Pacífico	Corporativo	Grupo Henkel
Vendas¹ julho–setembro 2024	2,047	580	1,509	401	915	40	5,492
Vendas ¹ julho–setembro 2023	2,040	594	1,517	420	837	34	5,440
Varição em relação ao ano anterior	0.4%	-2.3%	-0.5%	-4.4%	9.3%	–	1.0%
Orgânico	0.7%	19.6%	-1.7%	6.1%	6.4%	–	3.3%
Proporção de Vendas do Grupo 2024	37%	11%	27%	7%	17%	1%	100%
Proporção de Vendas do Grupo 2023	37%	11%	28%	8%	15%	1%	100%

¹Por localização da empresa.

Nos **primeiros nove meses de 2024**, também foi registrado um forte crescimento orgânico das vendas da Henkel que foi impulsionado por todas as regiões, com exceção da América do Norte.

12 Desempenho de vendas por região

em milhões de euros	Europa	IMEA	América do Norte	América Latina	Ásia-Pacífico	Corporativo	Grupo Henkel
Vendas¹ janeiro–setembro 2024	6,118	1,712	4,542	1,265	2,556	111	16,305
Vendas ¹ janeiro–setembro 2023	6,324	1,610	4,621	1,254	2,438	120	16,366
Varição em relação ao ano anterior	-3.3%	6.4%	-1.7%	0.8%	4.9%	–	-0.4%
Orgânico	1.4%	20.6%	-1.6%	2.1%	5.8%	–	3.0%
Proporção de Vendas do Grupo 2024	38%	11%	28%	8%	16%	1%	100%
Proporção de Vendas do Grupo 2023	39%	10%	28%	8%	15%	1%	100%

¹Por localização da empresa.

Desempenho de vendas Adhesive Technologies

A unidade de negócio Adhesive Technologies alcançou **vendas** de 2,800 bilhões de euros no **terceiro trimestre de 2024**. Isto representa um aumento nominal de 3.3% em comparação com o mesmo trimestre do ano anterior: 2,711 bilhões de euros. **Organicamente** - ou seja, ajustado para divisas e



aquisições/desinvestimentos -, as vendas aumentaram em 3,7%. Este crescimento foi impulsionado pela forte evolução do volume, enquanto os preços permaneceram estáveis em comparação com o mesmo trimestre do ano anterior. Os efeitos cambiais reduziram as vendas em -3,3%. As aquisições/desinvestimentos tiveram um impacto positivo de 2,8%

Nos **primeiros nove meses de 2024**, a unidade de negócios Adhesive Technologies registrou crescimento **nominal** das vendas de 1,1% a 8,275 bilhões de euros. **Organicamente**, Adhesive Technologies alcançou um bom crescimento de vendas de 2,5%, impulsionado principalmente pelo volume.

13 Desempenho de vendas Adhesive Technologies

em milhões de euros	Q3/2023	Q4/2024	1-9/2023	1-9/2024
Vendas	2,711	2,800	8,186	8,275
Proporção das vendas do Grupo	50%	51%	50%	51%
Varição em relação ao ano anterior	-9.5%	3.3%	-3.3%	1.1%
Câmbio	-6.5%	-3.3%	-3.6%	-2.4%
Ajustado por câmbio	-3.0%	6.5%	0.3%	3.5%
Aquisições/desinvestimentos	-3.8%	2.8%	-3.0%	0.9%
Orgânico	0.8%	3.7%	3.3%	2.5%
De preço	4.9%	-0.2%	8.3%	0.1%
De volume	-4.1%	3.9%	-5.0%	2.4%

O forte crescimento orgânico das vendas da unidade de negócios Adhesive Technologies no terceiro trimestre foi impulsionado pelas três áreas de negócio. A área de negócio de **Mobility & Electronics** alcançou um forte aumento orgânico de vendas de 3,9%. Este desenvolvimento foi impulsionado pelo crescimento de dois dígitos no negócio de Electronics e um crescimento muito forte no negócio de Industrial. As vendas no negócio de Automotive diminuíram globalmente devido a um abrandamento da procura do mercado. A área de negócio de **Packaging & Consumer Goods** apresentou bom crescimento orgânico de vendas de 2,7%, com o negócio de Packaging alcançando um forte crescimento orgânico de vendas impulsionado por uma melhoria na demanda. O negócio de Consumer Goods registou um crescimento orgânico positivo das vendas. A área de **Craftsmen, Construction & Professional** alcançou crescimento orgânico de vendas de 4,5%. Os negócios de General Manufacturing & Maintenance e Consumers & Craftsmen contribuíram para isso, com aumentos de vendas muito fortes em ambos os casos. O negócio da Construction registou um bom crescimento.



14 Desenvolvimento de vendas por área de negócio

em milhões de euros	Vendas			
	Q3/2023	Q3/2024	+/-	Orgânico
Terceiro trimestre				
Adhesive Technologies	2,711	2,800	3.3%	3.7%
Mobility & Electronics	980	989	1.0%	3.9%
Packaging & Consumer Goods	855	841	-1.6%	2.7%
Craftsmen, Construction & Professional	876	969	10.6%	4.5%
Janeiro-setembro	1-9/2023	1-9/2024		
Adhesive Technologies	8,186	8,275	1.1%	2.5%
Mobility & Electronics	2,879	2,926	1.6%	4.8%
Packaging & Consumer Goods	2,588	2,520	-2.6%	0.5%
Craftsmen, Construction & Professional	2,719	2,829	4.0%	2.1%

De uma perspectiva regional, a unidade de negócio Adhesive Technologies alcançou um crescimento orgânico positivo das vendas na **Europa** no terceiro trimestre, apoiado pelas três áreas de negócio. Em contraste, a região **da América do Norte** registou um crescimento orgânico ligeiramente negativo das vendas, o que aconteceu em razão do desenvolvimento nas áreas de negócio de Mobility & Electronics e Packaging & Consumer Goods. Na **região IMEA**, a unidade de negócios alcançou um crescimento orgânico de vendas de dois dígitos, com todas as áreas de negócio contribuindo. A **região da América Latina** registou um crescimento orgânico significativo de vendas, impulsionado principalmente pelas áreas de negócios Mobility & Electronics e Craftsmen, Construction & Professional. A **região da Ásia-Pacífico** apresentou um crescimento orgânico de vendas muito forte, para o qual todas as três áreas de negócio contribuíram, com os desenvolvimentos comerciais na China a terem um efeito particularmente positivo.

Desempenho de vendas em Consumer Brands

Na unidade de negócio Consumer Brands, as **vendas no terceiro trimestre de 2024** totalizaram 2,653 bilhões de euros, representando uma diminuição **nominal** de -1,6% em relação ao trimestre do ano anterior. **Organicamente** – ou seja, ajustado aos efeitos cambiais e às aquisições/desinvestimentos –, a unidade de negócio obteve um bom aumento de vendas de 2,7%, impulsionada por um componente contínuo de preços muito forte. O desenvolvimento do volume foi negativamente impactado pelas medidas de otimização de



portfólio em curso. Os efeitos cambiais reduziram as vendas em -3,9%. As aquisições/desinvestimentos diminuiram as vendas em -0,4%.

Nos **primeiros nove meses de 2024**, as **vendas** em Consumer Brands chegaram a 7,919 bilhões de euros, uma **nominal** diminuição de -1,8% em comparação com o trimestre do ano anterior. **Organicamente**, as vendas aumentaram em 3,7%, impulsionada pelos preços.

**15 Desempenho de vendas
Consumer Brands**

17 119 221 223

em milhões de euros	Q3/2023	Q3/2024	1-9/2023	1-9/2024
Vendas	2,695	2,653	8,060	7,919
Proporção das vendas do Grupo	50%	48%	49%	49%
Varição em relação ao ano anterior	-7.6%	-1.6%	-2.3%	-1.8%
Câmbio	-6.3%	-3.9%	-4.2%	-2.6%
Ajustado por câmbio	-1.3%	2.3%	1.9%	0.8%
Aquisições/desinvestimentos	-7.5%	-0.4%	-4.0%	-2.9%
Orgânico	6.2%	2.7%	5.9%	3.7%
De preço	11.9%	4.4%	13.3%	4.9%
De volume	-5.7%	-1.7%	-7.5%	-1.2%

A área de negócio de **Laundry & Home Care** alcançou crescimento orgânico positivo de vendas de 0,9% no terceiro trimestre. A divisão de Laundry Care registou um desenvolvimento orgânico de vendas ligeiramente negativo, principalmente devido a medidas de otimização de portfólio. Por outro lado, o negócio de Home Care alcançou um crescimento orgânico significativo das vendas, impulsionado principalmente por um aumento de dois dígitos nas vendas na categoria de Dishwashing e um crescimento de vendas muito forte na categoria de Toilet Care.

A área de negócio de **Hair** registou um aumento orgânico de vendas muito forte de 6,8%, com o negócio de consumo registrando um aumento significativo nas vendas, impulsionado principalmente pelo crescimento de dois dígitos na categoria de Hair Styling. O negócio de Professional alcançou um crescimento orgânico de vendas muito forte.

A área de negócio **Other Consumer Businesses** registou um bom crescimento orgânico das vendas de 2%, em particular impulsionado por um crescimento muito forte na Europa.



24 Desenvolvimento de vendas por área de negócio

em milhões de euros	Vendas			
	Q3/2023	Q4/2024	+/-	Orgânico
Terceiro trimestre				
Consumer Brands	2,695	2,653	-1.6%	2.7%
Laundry & Home Care	1,726	1,649	-4.4%	0.9%
Hair	779	829	6.3%	6.8%
Other Consumer Businesses	190	175	-8.1%	2.0%
Janeiro–setembro	1–9/2023	1–9/2024		
Consumer Brands	8,060	7,919	-1.8%	3.7%
Laundry & Home Care	5,179	4,974	-4.0%	2.3%
Hair	2,347	2,437	3.8%	7.1%
Other Consumer Businesses	534	508	-4.9%	2.2%

De uma perspectiva regional, o terceiro trimestre viu a unidade de negócios Consumer Brands alcançar um crescimento orgânico positivo de vendas na região da **Europa**. A área de negócio Hair registou um forte aumento de vendas, enquanto a área de negócio Laundry & Home Care registou uma evolução ligeiramente negativa. A região **da América do Norte** registou um declínio orgânico geral de vendas, principalmente devido a medidas de portfólio na área de negócios de Laundry & Home Care. Em contraste, a área de negócios de Hair na América do Norte alcançou um crescimento muito forte. A **região da América Latina** registou um bom crescimento orgânico de vendas, impulsionado pela área de negócios de Hair. A **região IMEA** alcançou aumento de vendas orgânicas de dois dígitos em todas as áreas de negócios. A **região da Ásia-Pacífico** registou um crescimento orgânico de vendas muito forte, com contribuições das áreas de negócios de Hair e Laundry & Home Care.

Ativos líquidos e posição financeira do Grupo

Não ocorreram alterações substanciais no ativo líquido e na posição financeira do Grupo no período em análise em comparação com a situação em 30 de junho de 2024.

Perspectivas para o Grupo Henkel

Para o ano fiscal de 2024, a Henkel espera **um crescimento orgânico das vendas** de 2,5% a 4,5% para o Grupo. Para a Adhesive Technologies, espera-se um crescimento orgânico das vendas na faixa de 2% a 4%. Para Consumer Brands, a empresa prevê um aumento orgânico das vendas de 3% a 5%.

O retorno ajustado das vendas (margem EBIT ajustada) deverá ficar na faixa de 13,5% a 14,5%. Prevê-se que o retorno ajustado das vendas fique na faixa de 16% a 17% para Adhesive Technologies e 13% a 14% para Consumer Brands.

Para **o lucro ajustado por ação preferencial** (LPA), a Henkel espera um aumento na faixa de +20% a +30% a taxas de câmbio constantes.

Além disso, temos as seguintes expectativas para 2024:

- Aquisições/desinvestimentos: impacto neutro no crescimento nominal das vendas



- Tradução de vendas em moeda estrangeira: impacto negativo na faixa percentual de um dígito baixo a médio
- Preços dos materiais diretos: desenvolvimento estável em comparação com a média do ano anterior
- Despesas de reestruturação de 250 a 300 milhões de euros
- Saídas de caixa de investimentos em ativos fixos tangíveis e ativos intangíveis entre 650 e 750 milhões de euros

Calendário financeiro

Publicação do Relatório do Exercício 2024:

Terça-feira, 11 de março de 2025

Assembleia Geral Anual Henkel AG & Co.KGaA 2025:

Segunda-feira, 28 de abril de 2025

Publicação do Balanço Trimestral Q1 2025:

Quinta-feira, 8 de maio de 2025

Sobre a Henkel

Com suas marcas, inovações e tecnologias, a Henkel ocupa posições de liderança em todo o mundo em negócios industriais e de consumo. A unidade de negócios de Adhesive Technologies é líder global nos mercados de adesivos, selantes e revestimentos funcionais. Em seus negócios de Consumer Brands, a empresa ocupa posições de liderança, especialmente nos segmentos de cuidados capilares e com a casa, 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 registrou vendas de mais de 21,5 bilhões de euros e lucro operacional de cerca de 2,6 bilhões de euros. As ações preferenciais da companhia estão listadas no índice de ações alemãs DAX. A sustentabilidade sempre foi um tema presente na Henkel, com a definição de uma estratégia clara e metas específicas. Fundada em 1876, a Henkel emprega equipes diversificadas com cerca de 48.000 pessoas em todo o mundo unidas por uma forte cultura corporativa, valores compartilhados e um propósito comum: "Pioneers at heart for the good of generations". Mais informações em www.henkel.com.

Sobre a Henkel Brasil

A Henkel está no Brasil há 68 anos e atua nas áreas de Adesivos, Selantes e Tratamento de Superfícies e Consumer Brands, com principais marcas como Cascola, Loctite, Pritt, Bonderite e Schwarzkopf Professional. A Henkel Brasil conta com cerca de 1.000 profissionais distribuídos nas plantas de Itapevi e Jundiaí, além de um Centro de Distribuição em Jundiaí, um escritório central na Lapa e uma ASK Academy localizada na Avenida Paulista, em São Paulo. No ano de 2023, a Henkel alcançou um crescimento orgânico de vendas de 4,2%. Na América Latina, as vendas foram de 1,681 milhão de euros, o que representa 8% do total do grupo.