

# Resultados Trimestrais Q3 2024

Julho–Setembro

Perspetivas para o exercício de 2024 reiteradas

## Henkel mantém dinâmica de crescimento no terceiro trimestre

- **As vendas do Grupo aumentam para cerca de 5,5 mil milhões de euros, um crescimento orgânico de +3,3 por cento**
- **Aumento orgânico das vendas impulsionado por ambas as unidades de negócio:**
  - **Adhesive Technologies atinge um forte crescimento orgânico de +3,7 por cento**
  - **Consumer Brands regista um bom crescimento orgânico das vendas de +2,7 por cento**
- **Objectivos ambiciosos de proteção do clima alargados através do roadmap “net-zero”: As emissões de gases com efeito de estufa devem ser reduzidas a zero até 2045**
- **Reiterada a orientação para as vendas e resultados para o exercício de 2024 – clara oportunidade para atingir mais de metade dos intervalos de ganhos**

Düsseldorf, 6 Novembro, 2024 – No **terceiro trimestre de 2024**, a Henkel aumentou as **vendas do Grupo** para cerca de 5,5 mil milhões de euros. Isto corresponde a um forte crescimento orgânico de 3,3 por cento, impulsionado por um bom desenvolvimento de preços e uma tendência geral de volume positiva ao nível do Grupo. Em termos nominais, as vendas aumentaram 1,0 por cento em comparação com o trimestre do ano anterior.

“Continuámos a apresentar resultados no terceiro trimestre, enquanto impulsionámos o desenvolvimento bem-sucedido da Henkel. Ambas as unidades de negócio contribuíram para este facto com um maior crescimento orgânico. Também no terceiro trimestre, alcançámos fortes margens brutas, o que nos permitiu continuar os investimentos crescentes nos nossos negócios e marcas. A margem EBIT ajustada apresentou um desenvolvimento correspondentemente forte. Isto demonstra que estamos no caminho certo com a nossa agenda de crescimento”, afirma Carsten Knobel, CEO da Henkel.

“Estamos convencidos de que o ano fiscal de 2024 será mais um ano de sucesso para a Henkel e que iremos atingir os nossos objetivos de vendas e lucros, que aumentámos ao longo do ano. Por isso, reiterámos hoje as nossas **perspetivas**. Apoiados pelo forte desempenho do ano até à data, vemos uma clara oportunidade para alcançar mais de metade dos respetivos intervalos de ganhos para o Grupo - isto aplica-se tanto à margem EBIT ajustada como ao crescimento EPS ajustado”.

A Henkel também fez mais progressos na implementação da sua **agenda de crescimento estratégico**. Neste contexto, a Henkel está a intensificar o seu compromisso com a sustentabilidade. Como parte deste processo, a Henkel desenvolveu um **roadmap net-zero**, que inclui objetivos alargados para reduzir as emissões em toda a cadeia de valor.

“Todos temos de assumir a responsabilidade e ajudar a limitar o aquecimento global a 1,5°C, tal como estabelecido no Acordo de Paris. O nosso roadmap, que foi validado pela iniciativa Science Based Targets, descreve o que estamos a fazer para atingir emissões líquidas nulas de gases com efeito de estufa até 2045. Para atingir este objetivo, iremos implementar uma vasta gama de medidas em toda a cadeia de valor”, explicou Carsten Knobel.

## Desenvolvimento das Vendas por unidade de negócio

em milhões de euros	Vendas			
	Q3/2023	Q3/2024	+/-	Orgânico
<b>Terceiro Trimestre</b>				
Henkel Group	5.440	<b>5.492</b>	1,0%	<b>3,3%</b>
Adhesive Technologies	2.711	<b>2.800</b>	3,3%	<b>3,7%</b>
Consumer Brands	2.695	<b>2.653</b>	-1,6%	<b>2,7%</b>
<b>Janeiro–Setembro</b>	<b>1–9/2023</b>	<b>1–9/2024</b>		
Henkel Group	16.366	<b>16.305</b>	-0,4%	<b>3,0%</b>
Adhesive Technologies	8.186	<b>8.275</b>	1,1%	<b>2,5%</b>
Consumer Brands	8.060	<b>7.919</b>	-1,8%	<b>3,7%</b>

A unidade de negócio **Adhesive Technologies** registou um forte crescimento orgânico das 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 das vendas do Grupo

No **terceiro trimestre de 2024**, as **vendas do Grupo** aumentaram nominalmente em 1,0 por cento para 5.492 milhões de euros. Os efeitos das aquisições/desinvestimentos aumentaram as vendas em 1,2 por cento. Os efeitos cambiais tiveram um impacto negativo de -3,6 por cento no desempenho das vendas. **Organicamente** (ou seja, ajustado para efeitos cambiais e aquisições/desinvestimentos), as vendas aumentaram 3,3 por cento. Este crescimento foi impulsionado tanto por uma boa evolução dos preços como por um desenvolvimento global positivo do volume a nível do Grupo.

Nos **primeiros nove meses de 2024**, as **vendas** totalizaram 16.305 milhões de euros. Isto equivale a uma diminuição **nominal** de -0,4 por cento. **Organicamente**, a Henkel alcançou um forte crescimento das vendas de 3,0 por cento, impulsionado pelos desenvolvimentos de preço e volume.

### Desempenho das vendas do Grupo

em milhões de euros	Q3/2023	Q3/2024	1-9/2023	1-9/2024
<b>Vendas</b>	<b>5.440</b>	<b>5.492</b>	<b>16.366</b>	<b>16.305</b>
<b>Varição versus ano anterior</b>	<b>-9,0%</b>	<b>1,0%</b>	<b>-3,1%</b>	<b>-0,4%</b>
Efeito Cambial	-6,3%	-3,6%	-3,9%	-2,4%
<b>Ajustado ao efeito cambial</b>	<b>-2,7%</b>	<b>4,5%</b>	<b>0,8%</b>	<b>2,1%</b>
Aquisições/Desinvestimentos	-5,5%	1,2%	-3,4%	-1,0%
<b>Orgânico</b>	<b>2,8%</b>	<b>3,3%</b>	<b>4,1%</b>	<b>3,0%</b>
Por preço	8,3%	2,1%	10,8%	2,4%
Por 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 uma evolução negativa das vendas orgânicas em ambas as unidades de negócio.

### Desempenho das vendas por Região

	Europe	IMEA	North America	Latin America	Asia-Pacific	Corpo-rate	Henkel Group
<b>em milhões de euros</b>							
<b>Vendas<sup>1</sup> Julho–Setembro 2024</b>	<b>2.047</b>	<b>580</b>	<b>1.509</b>	<b>401</b>	<b>915</b>	<b>40</b>	<b>5.492</b>
Vendas <sup>1</sup> Julho–Setembro 2023	2.040	594	1.517	420	837	34	<b>5.440</b>
Varição versus ano anterior	0,4%	-2,3%	-0,5%	-4,4%	9,3%	–	<b>1,0%</b>
Orgânico	0,7%	19,6%	-1,7%	6,1%	6,4%	–	<b>3,3%</b>
<b>Proporção das vendas do Grupo 2024</b>	<b>37%</b>	<b>11%</b>	<b>27%</b>	<b>7%</b>	<b>17%</b>	<b>1%</b>	<b>100%</b>
Proporção das vendas do Grupo 2023	37%	11%	28%	8%	15%	1%	<b>100%</b>

<sup>1</sup> By location of company.

Também nos **primeiros nove meses de 2024**, o forte crescimento orgânico das vendas da Henkel foi impulsionado por todas as regiões, com exceção da América do Norte.

## Desempenho das vendas por Região

	Europe	IMEA	North	Latin	Asia-	Corpo-	Henkel
<b>em milhões de euros</b>			America	America	Pacific	rate	Group
<b>Vendas<sup>1</sup> Janeiro–Setembro</b>							
<b>2024</b>	<b>6.118</b>	<b>1.712</b>	<b>4.542</b>	<b>1.265</b>	<b>2.556</b>	<b>111</b>	<b>16.305</b>
Vendas <sup>1</sup> Janeiro–Setembro							
2023	6.324	1.610	4.621	1.254	2.438	120	16.366
Varição versus 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%
<b>Proporção das vendas</b>							
<b>do Grupo 2024</b>	<b>38%</b>	<b>11%</b>	<b>28%</b>	<b>8%</b>	<b>16%</b>	<b>1%</b>	<b>100%</b>
Proporção das vendas							
do Grupo 2023	39%	10%	28%	8%	15%	1%	100%

<sup>1</sup> By location of company.

## Desempenho das vendas de Adhesive Technologies

A unidade de negócios Adhesive Technologies atingiu **vendas** de 2.800 milhões de euros no **terceiro trimestre de 2024**. Isto representa um aumento nominal de 3,3 por cento em comparação com o trimestre do ano anterior (ano anterior: 2.711 milhões de euros).

**Organicamente** (ou seja, ajustado para câmbio e aquisições/desinvestimentos), as vendas aumentaram 3,7 por cento. Este crescimento foi impulsionado pelo forte desenvolvimento do volume, enquanto os preços permaneceram estáveis em comparação com o trimestre do ano anterior. Os efeitos cambiais reduziram as vendas em -3,3 por cento. As aquisições/desinvestimentos tiveram um impacto positivo de 2,8 por cento.

Nos **primeiros nove meses de 2024**, a unidade de negócio Adhesive Technologies registou um crescimento **nominal** das vendas de 1,1 por cento para 8.275 milhões de euros.

**Organicamente**, a Adhesive Technologies alcançou um bom crescimento de vendas de 2,5 por cento, impulsionado principalmente pelo volume.

## Desempenho das vendas de Adhesive Technologies

<b>em milhões de euros</b>	<b>Q3/2023</b>	<b>Q3/2024</b>	<b>1–9/2023</b>	<b>1–9/2024</b>
<b>Vendas</b>	<b>2.711</b>	<b>2.800</b>	<b>8.186</b>	<b>8.275</b>
Proporção das vendas do Grupo	50%	51%	50%	51%
<b>Varição versus ano anterior</b>	<b>-9,5%</b>	<b>3,3%</b>	<b>-3,3%</b>	<b>1,1%</b>
Efeito Cambial	-6,5%	-3,3%	-3,6%	-2,4%
<b>Ajustado ao efeito cambial</b>	<b>-3,0%</b>	<b>6,5%</b>	<b>0,3%</b>	<b>3,5%</b>
Aquisições/Desinvestimentos	-3,8%	2,8%	-3,0%	0,9%
<b>Orgânico</b>	<b>0,8%</b>	<b>3,7%</b>	<b>3,3%</b>	<b>2,5%</b>
Por preço	4,9%	-0,2%	8,3%	0,1%
Por volume	-4,1%	3,9%	-5,0%	2,4%

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

### Desempenho das vendas por Área de Negócio

<b>em milhões de euros</b>	<b>Vendas</b>			
<b>Terceiro Trimestre</b>	<b>Q3/2023</b>	<b>Q3/2024</b>	<b>+/-</b>	<b>Organic</b>
Adhesive Technologies	2.711	<b>2.800</b>	3,3%	<b>3,7%</b>
Mobility & Electronics	980	<b>989</b>	1,0%	<b>3,9%</b>
Packaging & Consumer Goods	855	<b>841</b>	-1,6%	<b>2,7%</b>
Craftsmen, Construction & Professional	876	<b>969</b>	10,6%	<b>4,5%</b>
<b>Janeiro–Setembro</b>	<b>1–9/2023</b>	<b>1–9/2024</b>		
Adhesive Technologies	8.186	<b>8.275</b>	1,1%	<b>2,5%</b>
Mobility & Electronics	2.879	<b>2.926</b>	1,6%	<b>4,8%</b>
Packaging & Consumer Goods	2.588	<b>2.520</b>	-2,6%	<b>0,5%</b>
Craftsmen, Construction & Professional	2.719	<b>2.829</b>	4,0%	<b>2,1%</b>

Numa perspetiva regional, a unidade de negócio Adhesive Technologies registou 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, que se deveu a desenvolvimentos nas áreas de negócio Mobility & Electronics e Packaging & Consumer Goods. Na região **IMEA**, a unidade de negócio alcançou um crescimento orgânico das vendas de dois dígitos, com a contribuição de todas as áreas de negócio. A região da **América Latina** registou um crescimento orgânico significativo das vendas, impulsionado principalmente pelas áreas de negócio Mobility & Electronics e Craftsmen, Construction & Professional. A região da **Ásia-Pacífico** registou um crescimento orgânico muito forte das vendas, para o qual contribuíram as três áreas de negócio, com o desenvolvimento do negócio na China a ter um efeito particularmente positivo.

## Desempenho das vendas de Consumer Brands

Na unidade de negócio Consumer Brands, as **vendas** no **terceiro trimestre de 2024** totalizaram 2.653 milhões de euros, representando uma diminuição **nominal** de -1,6 por cento em relação ao trimestre do ano anterior. **Organicamente** - ou seja, ajustado para efeitos cambiais e aquisições/desinvestimentos - a unidade de negócios alcançou um bom aumento de vendas de 2,7 por cento, impulsionado por um componente de preços muito forte e contínuo. O desenvolvimento do volume foi negativamente afetado pelas medidas de otimização da carteira em curso. Os efeitos cambiais reduziram as vendas em -3,9 por cento. As aquisições/desinvestimentos diminuíram as vendas em mais -0,4 por cento.

Nos **primeiros nove meses de 2024**, as **vendas** de Consumer Brands ascenderam a 7.919 milhões de euros, uma diminuição **nominal** de -1,8 por cento em comparação com o trimestre do ano anterior. **Organicamente**, as vendas aumentaram 3,7 por cento, impulsionadas pelos preços.

### Desempenho das vendas de Consumer Brands

em milhões de euros	Q3/2023	Q3/2024	1-9/2023	1-9/2024
<b>Vendas</b>	<b>2.695</b>	<b>2.653</b>	<b>8.060</b>	<b>7.919</b>
Proporção das vendas do Grupo	50%	48%	49%	49%
<b>Varição versus ano anterior</b>	<b>-7,6%</b>	<b>-1,6%</b>	<b>-2,3%</b>	<b>-1,8%</b>
Efeito Cambial	-6,3%	-3,9%	-4,2%	-2,6%
<b>Ajustado ao efeito cambial</b>	<b>-1,3%</b>	<b>2,3%</b>	<b>1,9%</b>	<b>0,8%</b>
Aquisições/Desinvestimentos	-7,5%	-0,4%	-4,0%	-2,9%
<b>Orgânico</b>	<b>6,2%</b>	<b>2,7%</b>	<b>5,9%</b>	<b>3,7%</b>
Por preço	11,9%	4,4%	13,3%	4,9%
Por volume	-5,7%	-1,7%	-7,5%	-1,2%

A área de negócio **Laundry & Home Care** registou um crescimento orgânico positivo das vendas de 0,9 por cento no terceiro trimestre. O negócio de Laundry Care registou uma evolução ligeiramente negativa das vendas orgânicas, principalmente devido a medidas de otimização do portfólio. Em contraste, o negócio de Home Care alcançou um crescimento orgânico significativo das vendas, impulsionado principalmente por um aumento de dois dígitos nas vendas da categoria Dishwashing e um crescimento muito forte das vendas na categoria Toilet Care.

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

A área de negócios **Other Consumer Businesses** registou um bom crescimento orgânico das vendas de 2,0 por cento, em particular devido a um crescimento muito forte na Europa.

## Desempenho das vendas por Área de Negócio

em milhões de euros	Vendas			
	Q3/2023	Q3/2024	+/-	Organic
<b>Terceiro Trimestre</b>				
Consumer Brands	2.695	<b>2.653</b>	-1,6%	<b>2,7%</b>
Laundry & Home Care	1.726	<b>1.649</b>	-4,4%	<b>0,9%</b>
Hair	779	<b>829</b>	6,3%	<b>6,8%</b>
Other Consumer Businesses	190	<b>175</b>	-8,1%	<b>2,0%</b>
<b>Janeiro–Setembro</b>	<b>1–9/2023</b>	<b>1–9/2024</b>		
Consumer Brands	8.060	<b>7.919</b>	-1,8%	<b>3,7%</b>
Laundry & Home Care	5.179	<b>4.974</b>	-4,0%	<b>2,3%</b>
Hair	2.347	<b>2.437</b>	3,8%	<b>7,1%</b>
Other Consumer Businesses	534	<b>508</b>	-4,9%	<b>2,2%</b>

Numa perspetiva regional, no terceiro trimestre, a unidade de negócio Consumer Brands registou um crescimento orgânico positivo das vendas na região da **Europa**. A área de negócio Hair registou um forte aumento das vendas, enquanto a área de negócio Laundry & Home Care registou uma evolução ligeiramente negativa. A região da **América do Norte** registou um declínio global das vendas orgânicas, principalmente devido a medidas de carteira na área de negócio da Laundry & Home Care. Em contrapartida, a área de negócio Hair na América do Norte registou um crescimento muito forte. A região da **América Latina** registou um bom crescimento orgânico das vendas, impulsionado pela área de negócio Hair. A região **IMEA** registou aumentos de vendas orgânicas de dois dígitos em todas as áreas de negócio. A região **Ásia-Pacífico** registou um crescimento orgânico muito forte das vendas, com contributos das áreas de negócio Hair e Laundry & Home Care.

## Ativo Líquido 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 30 de junho de 2024.

## Perspetivas para o Grupo Henkel

Para o ano fiscal de 2024, a Henkel espera um **crescimento orgânico das vendas** de 2,5 a 4,5 por cento para o Grupo. Para Adhesive Technologies, espera-se um crescimento orgânico das vendas na ordem dos 2,0 a 4,0 por cento. Para Consumer Brands, a empresa prevê um aumento orgânico das vendas de 3,0 a 5,0 por cento.

Espera-se que o **retorno ajustado das vendas** (margem EBIT ajustada) se situe no intervalo de 13,5 a 14,5 por cento. Espera-se que o retorno ajustado sobre as vendas esteja na faixa de 16,0 a 17,0 por cento para Adhesive Technologies e de 13,0 a 14,0 por cento para Consumer Brands.

Para **os lucros ajustados por ação preferencial** (EPS), a Henkel espera um aumento na ordem dos +20,0 a +30,0 por cento a taxas de câmbio constantes.

Além disso, temos as seguintes expectativas para 2024:

- Aquisições/desinvestimentos: impacto neutro no crescimento nominal das vendas
- Conversão das vendas em moeda estrangeira: impacto negativo no intervalo de percentagem mais baixo de meio dígito
- Preços dos materiais diretos: evolução estável em comparação com a média do ano anterior
- Despesas de reestruturação de 250 a 300 milhões de euros
- Saídas de caixa para investimentos em ativos fixos tangíveis e intangíveis entre 650 e 750 milhões de euros



## 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](http://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

