

Communiqué de presse

11 mars 2025

Henkel présente ses résultats annuels pour 2024

**De très bons résultats annuels 2024 qui témoignent de la**

**mise en œuvre réussie du plan de croissance ciblée**

* **Bonnes performances pour l’exercice 2024**
	+ **Chiffre d’affaires du groupe : 21,6 milliards d’euros, bonne croissance organique de**

**2,6 %**

* + **Résultat d’exploitation (EBIT)\* : 3,1 milliards d’euros, augmentation très**

**significative de 20,9 %**

* + **Marge EBIT\* : 14,3 %, une amélioration remarquable de 240 points de base**
	+ **Bénéfice par action privilégiée (EPS) nettement plus élevé\* : 5,36 euros,**

**+25,1 % à taux de change constant**

* + **Solides flux de trésorerie disponibles de 2,4 milliards d’euros**
* **Proposition d’une augmentation du dividende dans une fourchette à deux chiffres : 2,04 euros par action privilégiée (+10,3 %)**
* **Nouveau rachat d’actions décidé pour un montant maximum de 1 milliard d’euros**
* **Poursuite de la progression de la mise en œuvre du plan de croissance ciblée**
	+ **Consumer Brands : Intégration plus rapide que prévu**, **finalisation du portefeuille**

**de mesures, les économies totales seront réalisées d’ici la fin de l’année 2025**

* + **Adhesive Technologies : La nouvelle organisation mise en place en 2023 porte ses fruits**
	+ **Des objectifs ambitieux en matière de protection du climat : définition d’une**

**feuille de route zéro émission nette**

* **Perspectives pour l’exercice 2025 : l’entreprise est prête pour une croissance et une rentabilité accrue - avec un démarrage lent en début d’année et une accélération en cours d’année**
	+ **Croissance organique des ventes : 1,5 à 3,5 %**

- **Marge EBIT\* : 14,0 à 15,5 %**

* + **Bénéfice par action privilégiée (EPS)\* : Augmentation dans la fourchette basse à haute des pourcentages à un chiffre (à taux de change constant)**

**Düsseldorf - « L’exercice 2024 a de nouveau été marqué par des défis majeurs et de nombreuses incertitudes économiques. Néanmoins, nous avons constamment fait progresser Henkel au cours de l’année écoulée et avons atteint, voire dépassé, des étapes importantes. Avant tout, les très bons résultats commerciaux pour 2024 témoignent de la mise en œuvre réussie de notre programme de croissance ciblée », a déclaré Carsten Knobel, Président du Comité de Direction de Henkel. « En 2024, nous avons réalisé une bonne croissance organique des ventes et amélioré notre rentabilité de manière très significative - avec une augmentation exceptionnelle de la marge de 2,4 points de pourcentage, soutenue par une excellente évolution de la marge brute, et avec une augmentation remarquable du bénéfice par action privilégiée de 25 %. L’amélioration ciblée de la valeur de nos produits pour les clients et les consommateurs a été l’un des principaux moteurs de l’amélioration de nos résultats. En outre, les économies réalisées grâce à l’intégration des activités Consumer Brands, ainsi que les mesures d’optimisation du portefeuille annoncées, ont contribué à ces bons résultats. »**

**« Dans le même temps, il était très important que nous continuions à nous concentrer sur l’investissement dans nos activités et notre croissance future - par exemple, avec desactivités de marketing accrues dans le secteur des biens de grande consommation et des innovations réussies dans nos deux branches d’activité. Nous voulons que nos actionnaires participent à la réussite du développement de l’entreprise. C’est pourquoi nous proposerons à l’assemblée générale annuelle une augmentation à deux chiffres du dividende. Nous avons également décidé d’un nouveau programme de rachat d’actions pour un montant maximum d’ 1 milliard d’euros », a poursuivi Carsten Knobel.**

**« Les résultats de l’année écoulée montrent clairement que la transformation de Henkel progresse de façon satisfaisante et que, grâce à notre plan stratégique de croissance ciblée, nous sommes sur la bonne voie pour positionner au mieux l’entreprise pour l’avenir », a résumé Carsten Knobel. « Cela se reflète également dans les perspectives pour l’exercice 2025, au cours duquel nous prévoyons une nouvelle croissance des ventes et des bénéfices malgré un environnement commercial qui reste difficile. Je tiens à remercier tous les employés de Henkel pour leurs performances exceptionnelles. Grâce à leur travail d’équipe et à leur engagement extraordinaire, nous avons une fois de plus permis à notre entreprise de traverser avec succès une année difficile. »**

\* Ajusté pour tenir compte des dépenses et des revenus ponctuels, ainsi que des frais de restructuration.

**Perspectives 2025**

Après une croissance économique mondiale modérée en 2024, cela devrait à nouveau être le cas en 2025. Cela suppose une augmentation modérée de la demande industrielle et de la demande des consommateurs dans les domaines clés de l’activité des biens de grande consommation pour Henkel. En outre, selon les estimations actuelles, l’inflation mondiale devrait continuer à diminuer au cours de l’exercice 2025 par rapport aux années précédentes, et les taux d’intérêt devraient également baisser.

En ce qui concerne les prix des matériaux directs, Henkel s’attend à une augmentation de l’ordre d’un pourcentage faible à moyen à un chiffre par rapport à la moyenne annuelle de 2024. La conversion des ventes en devises étrangères devrait avoir un impact neutre à négatif de l’ordre d’un faible pourcentage à un chiffre.

En outre, la volatilité et l’incertitude liées à l’environnement macroéconomique et géopolitique

global devraient rester élevées tout au long de l’année.

Compte tenu de ces hypothèses, Henkel prévoit de générer une **croissance organique des ventes** comprise entre 1,5 et 3,5 % pour l’exercice 2025. La croissance organique devrait se situer entre 2,0 et 4,0 % pour la branche Adhesive Technologies et entre 1,0 et 3,0 % pour Consumer Brands. La **rentabilité ajustée des ventes (marge EBIT ajustée)** devrait se situer entre 14,0 et 15,5 %. Pour Adhesive Technologies la rentabilité ajustée des ventes devrait se situer entre 16,0 et 17,5 % et pour Consumer Brands et entre 13,5 et 15,0 %. Pour le **bénéfice ajusté par action privilégiée (EPS)** à taux de change constants, on s’attend à une augmentation de l’ordre d’un pourcentage à un chiffre, dans le bas ou dans le haut de la fourchette.

Le début d’année devrait donc être plus lent. Toutefois, on s’attend également à ce que la croissance organique des ventes s’accélère dans le courant de l’année, ce qui se traduira par un deuxième semestre de l’exercice 2025 plus fort que le premier. Cela vaut pour les deux branches. Les raisons en sont un environnement industriel actuellement difficile ainsi qu’une croissance du marché et un sentiment des consommateurs en demi-teinte sur certains de nos marchés, en particulier en Amérique du Nord.

Pour ce qui est de **Consumer Brands**, il convient de prendre en compte les éléments comparables de croissance organique des ventes élevés de l’année précédente, notamment en raison des lancements d’innovations au cours du premier semestre 2024. En 2025, les lancements d’innovations s’effectueront davantage vers le second semestre 2025. En outre, des

éléments opérationnels non récurrents dans notre chaîne d’approvisionnement en relation avec la finalisation de l’approche 1-1-1 ainsi que l’échelonnement des promotions contribueront également à la croissance des ventes organiques du T1 et des volumes inférieurs à ceux de l’année précédente. Pour le T1, la croissance organique des ventes devrait se situer entre -2 et -4 %, tandis que les prix devraient être positifs. Pour l’exercice 2025 complet, nous nous attendons à une croissance organique positive des ventes, portée à la fois par les volumes et les prix.

Pour l’exercice 2025 complet, une nouvelle amélioration de la marge et donc de la rentabilité par rapport à l’année précédente est attendue pour les deux branches et donc pour le Groupe. L’évolution au cours des deux premiers mois de l’exercice 2025 montre que Henkel et ses deux branches sont en bonne voie.

**Chiffre d’affaires et bénéfice du groupe pour l’exercice 2024**

Le **chiffre d’affaires** du Groupe Henkel a atteint 21 586 millions d’euros au cours de l’exercice 2024, soit une hausse nominale de 0,3 % par rapport à l’année précédente. Les effets de change ont eu un impact négatif de -1,8% sur les ventes. Corrigée de ces effets de change, la croissance des ventes a été de 2,1 %. Les acquisitions/cessions ont eu un impact légèrement négatif de -0,4 % sur les ventes, principalement en raison de la cession de nos activités commerciales en Russie en 2023. La **croissance organique des ventes**, c’est-à-dire corrigée des effets de change et des acquisitions/cessions, a connu une bonne évolution, avec un taux de 2,6 %. Cette évolution est due à la fois à la bonne tenue des prix et à l’évolution positive des volumes.

La branche **Adhesive Technologies** a généré une bonne croissance organique des ventes de 2,4 %, notamment grâce au secteur Mobility & Electronics. La branche **Consumer Brands** a enregistré une forte croissance organique des ventes de 3,0 %, principalement portée par le secteur Hair.

Le **résultat d’exploitation ajusté (EBIT ajusté)** a augmenté de manière significative de 20,9 % pour atteindre 3 089 millions d’euros (année précédente : 2 556 millions d’euros).

La **rentabilité ajustée des ventes (marge EBIT ajustée)** pour l’exercice 2024 a été nettement

plus élevée d’une année sur l’autre, atteignant 14,3 % (2023 : 11,9 %).

Le **bénéfice ajusté par action privilégiée** a fortement augmenté de 23,2 % pour atteindre 5,36 euros (année précédente : 4,35 euros). À taux de change constant, le bénéfice ajusté par action privilégiée a augmenté de 25,1 %.

Le **fonds de roulement net** en pourcentage des ventes s’est élevé à 3,0 %, soit une légère

augmentation d’une année sur l’autre (2023 : 2,6 %).

Le **flux de trésorerie disponible** s’est élevé à 2 362 millions d’euros, soit une baisse par rapport à l’année précédente (2023 : 2 603 millions d’euros), ce dernier ayant été positivement influencé par une normalisation du fonds de roulement net.

À -93 millions d’euros, la **position financière nette** est légèrement inférieure à celle de l’année précédente, en raison notamment des paiements effectués pour les acquisitions (31 décembre 2023 : 12 millions d’euros).

Le Comité de Direction, le conseil de surveillance et le comité des actionnaires proposeront à

l’assemblée générale annuelle du 28 avril 2025 un **dividende** augmenté de 10,3 % par

rapport à l’année précédente, s’élevant à 2,04 euros par action privilégiée et de 2,02 euros par action ordinaire (+10,4 %). Cela équivaut à un ratio de distribution de 37,9 %, qui est dans la fourchette cible de 30 à 40 %. L’augmentation du dividende est possible grâce à la très bonne performance financière de l’exercice écoulé et à la base financière solide du Groupe Henkel.

**Performance des branches au cours de l’exercice 2024**

Les **ventes** de la branche **Adhesive Technologies** se sont élevées à 10 970 millions d’euros au cours de l’exercice 2024, soit une augmentation de 1,7 % d’une année à l’autre en termes nominaux. Alors que les effets des taux de change ont eu un impact négatif de -1,8 %, les acquisitions/cessions ont augmenté les ventes de 1,1 %. **Sur le plan organique,** les ventes ont augmenté de 2,4 %. Cette croissance des ventes est notamment due à une forte augmentation des volumes au cours du second semestre de l’année par rapport à l’année précédente, principalement en raison d’une demande accrue sur certains marchés finaux clés. Les prix sont restés stables par rapport à l’année précédente. À 1 817 millions d’euros, le **bénéfice d’exploitation ajusté** a enregistré une augmentation à deux chiffres en pourcentage par rapport à l’année précédente, ce qui représente un nouveau record pour la branche. La **rentabilité ajustée des ventes** a augmenté significativement d’une année à l’autre de 190 points de base à 16,6 %.

Les **ventes** de la branche **Consumer Brands** se sont élevées à 10 467 millions d’euros au cours de l’exercice considéré, soit une baisse de -0,9 % par rapport à l’année précédente en termes

nominaux. Les effets de change ont diminué les ventes de -1,8 %. Les acquisitions/cessions ont également eu un impact négatif de -2,0 % sur les ventes, la cession de nos activités commerciales en Russie en avril 2023 en étant la principale cause. **Sur le plan organique,** les ventes ont augmenté de 3,0 %. Cette croissance des ventes est due à une très forte évolution des prix, alors que les volumes ont diminué principalement du fait de la poursuite des mesures d’optimisation du portefeuille. Le **bénéfice d’exploitation ajusté** a atteint 1 419 millions d’euros, nettement supérieur à l’exercice précédent (1 115 millions d’euros). La **rentabilité ajustée des ventes** a atteint 13,6 % et a donc augmenté de 300 points de base par rapport à l’exercice précédent.

**Progrès majeurs dans la transformation**

Au cours des dernières années, Henkel a profondément changé dans de nombreux domaines et a mis en œuvre de manière cohérente son plan stratégique pour une croissance ciblée. La volonté et la détermination d’une transformation continue sont les principaux moteurs d’un succès durable et à long terme. L’objectif est de parvenir à une amélioration durable des résultats. Pour y parvenir, l’entreprise doit constamment changer et se développer. Et ce, dans tous les domaines.

**Consumer Brands : La fusion progresse plus vite que prévu**

Le changement probablement le plus important dans l’histoire récente de Henkel est la fusion de nos activités de biens de grande consommation dans la branche **Consumer Brands**, qui a été annoncée au début de l’année 2022. Depuis, beaucoup de choses se sont passées. La branche est opérationnelle dans sa nouvelle configuration depuis début 2023, année au cours de laquelle des développements positifs ont déjà pu être observés. Au cours de l’exercice 2024, il est devenu clair que notre décision de fusionner les activités de biens de consommation autrefois séparées en une seule entité était bien la bonne.

L’intégration de la branche Consumer Brands a progressé beaucoup plus rapidement que prévu : en termes d’intégration des équipes, de restructuration du portefeuille et de réalisation des synergies. La première phase de l’intégration, qui consistait principalement à fusionner les équipes de vente et de marketing, s’est achevée en 2024. Dans la deuxième phase, qui est en cours depuis 2023, la totalité des économies réalisées grâce à l’amélioration de la chaîne d’approvisionnement, c’est-à-dire des réseaux de production et des chaînes d’approvisionnement, devrait être atteinte d’ici fin 2025.

Dans le même temps, la branche Consumer Brands se concentre constamment sur des marques et des activités fortes présentant des marges brutes élevées, ainsi que sur ses positions de

premier plan sur différents marchés et catégories. Les effets positifs de cette concentration sur les marques et activités à forte croissance et à marge élevée portent leurs fruits : les dix principales marques de la branche Consumer Brands, qui représentaient plus de la moitié du chiffre d’affaires de la branche en 2024, ont enregistré une très forte croissance organique, ainsi qu’une croissance positive des volumes.

**Poursuite du développement de la branche Adhesive Technologies**

La branche **Adhesive Technologies** a également réalisé des progrès significatifs au cours de l’exercice 2024, avec une bonne performance commerciale globalement. La branche propose environ 20 000 produits et solutions à plus de 100 000 clients dans le monde entier, dans plus de 800 secteurs d’activité. L’étendue et la profondeur du portefeuille, combinées à une présence mondiale et à une expertise dans le développement de solutions centrées sur le client, font de Henkel un acteur unique sur le marché et permettent à l’entreprise de renforcer sa position de leader mondial. Avec ses trois secteurs - Mobility & Electronics, Packaging & Consumer Goods, et Craftsman, Construction and Professional - Adhesive Technologies se concentre sur les tendances clés de l’avenir. Il s’agit notamment de l’e-mobilité et de la connectivité, c’est-à-dire de l’interconnexion croissante des systèmes, ainsi que du développement durable.

La structure rationalisée des secteurs d’activité de la branche, en partie avec de nouvelles équipes de direction, et l’attention constante portée aux tendances de demain ont une fois de plus contribué à la réussite du développement de Adhesive Technologies au cours de l’année 2024, qui s’annonçait pleine de défis.

**Poursuite des progrès dans toutes les priorités stratégiques**

Dans un environnement macroéconomique et géopolitique difficile, Henkel a poursuivi la mise en œuvre systématique de sa stratégie de croissance au cours de l’exercice écoulé et a réalisé d’importants progrès dans tous les domaines. L’entreprise a continué à développer son portefeuille d’activités et de marques, a renforcé son avantage concurrentiel en matière d’innovation, de développement durable et de digitalisation, a optimisé ses modèles opérationnels et a renforcé sa culture d’entreprise.

Dans le cadre de sa **gestion active du portefeuille**, Henkel a continué de développer son portefeuille en abandonnant ou en cédant des activités, ainsi qu’en procédant à des acquisitions. Avec la vente des marques de distributeurs en Amérique du Nord début 2025, Henkel a finalisé ses mesures de portefeuille. Celles-ci ont été annoncées avec le début de la fusion des activités de produits de grande consommation auparavant séparées. L’activité marques de distributeurs a été identifiée comme non essentielle au sein de la branche

Consumer Brands, étant donné que le potentiel de synergies et l’adéquation stratégique future avec la plateforme intégrée Consumer Brands sont limités. En incluant cette transaction, Henkel a cédé ou abandonné des marques et des activités représentant des ventes totales d’un peu plus d’un milliard d’euros depuis le début de l’année 2022.

La gestion active du portefeuille comprend également le renforcement et l’élargissement du portefeuille par le biais d’**acquisitions** : Début 2024, Henkel a racheté la célèbre marque de soins capillaires Vidal Sassoon en Chine. Cette acquisition complète parfaitement le portefeuille local de Consumer Brands en Chine en couvrant le segment haut de gamme de commerce de détail. Le portefeuille de marque Vidal Sassoon contribue principalement au segment des soins capillaires haut de gamme avec des shampooings et des après-shampooings, mais il comprend également des produits liés au coiffage et aux soins capillaires.

Henkel a également investi dans des acquisitions afin d’élargir son portefeuille au sein de la branche Adhesive Technologies, en rachetant l’entreprise américaine Seal for Life Industries. Cette entreprise fournit des revêtements de protection et des solutions d’étanchéité pour les infrastructures dans des secteurs tels que les énergies renouvelables, le gaz et l’eau. Cette acquisition vient compléter l’achat en 2023 de Critica Infrastructure, une société également spécialisée dans l’entretien et la réparation d’infrastructures. Grâce à ces acquisitions, nous avons élargi notre portefeuille existant dans le secteur attractif et prometteur de l’entretien, de réparation et de maintenance, créant ainsi une plateforme pour une croissance future.

En 2024, Henkel a lancé de nombreuses **innovations** sur le marché, répondant à des tendances fortes et créant de la valeur pour les clients et les consommateurs. Pour la branche Adhesive Technologies, un centre d’essai de batteries de pointe a été ouvert l’année dernière au siège du groupe, directement relié au plus grand centre d’innovation mondial de la branche, l’Inspiration Center de Düsseldorf.

Avec ce nouveau centre d’essais, Henkel étend considérablement ses capacités dans le segment de l’e-mobilité et renforce sa position en tant que partenaire de développement et d’innovation de premier plan pour les constructeurs automobiles et les producteurs de batteries.

Un exemple d’innovation au sein de l’activité Consumer Brands est la technologie enzymatique récemment développée pour Perwoll (Mir Lessive en France), qui non seulement entretient les textiles, mais aide également à préserver les couleurs des vêtements. L’effet de renouvellement des fibres est déjà visible après dix lavages et favorise ainsi la longévité des textiles.

En outre, Henkel a ancré davantage le **développement durable** dans sa stratégie d’entreprise et intensifié son engagement dans ce domaine. Pour ce faire, Henkel a développé une feuille

de route de zéro émission nette, comprenant des objectifs étendus de réduction des émissions sur l’ensemble de la chaîne de valeur. L’entreprise vise à contribuer à la limitation du réchauffement climatique à 1,5 °C, en ligne avec l’accord de Paris sur le climat. La feuille de route de Henkel, qui a été validée par l’initiative Science Based Targets, décrit les mesures prises par l’entreprise pour parvenir à zéro émission nette (net-zero standard) de gaz à effet de serre d’ici 2045. Cela comprend un large éventail de mesures tout au long de la chaîne de valeur. En outre, Henkel est devenue la première entreprise cotée à l’indice DAX à introduire un congé parental sans distinction de genre, entièrement rémunéré, pour ses salariés dans le monde entier. Cette mesure a suscité des réactions très positives de la part des employés et du public.

Henkel a également réalisé de nouveaux progrès en matière de **digitalisation.** En 2024, les progrès rapides de l’intelligence artificielle (IA) ont été un sujet clé. Chez Henkel, l’IA fait partie intégrante de notre stratégie digitale depuis plusieurs années. Par exemple, l’IA est utilisée dans l’automatisation des processus, dans notre laboratoire de développement d’adhésifs, dans nos sites de production mondiaux virtuellement connectés, dans les robots autonomes des installations de fabrication et dans l’utilisation de chatbots sur les sites web des marques du groupe. En 2024, l’activité digitale du groupe, Henkel dx, a encore optimisé ses structures internes, renforcé son expertise numérique et encouragé une culture d’innovation ouverte. En outre, Henkel bénéficie de ses partenariats stratégiques avec des entreprises numériques de premier plan au niveau mondial, telles que SAP, Microsoft et Adobe. Ces collaborations permettent à Henkel d’intégrer des technologies de pointe dans ses plateformes et projets digitaux. En accélérant les innovations digitales, en affinant sa stratégie de plateforme et en améliorant la collaboration interfonctionnelle dans toutes les branches et fonctions, Henkel a considérablement amélioré son efficacité informatique.

Dans le cadre de sa stratégie de croissance à long terme, Henkel aligne constamment ses branches sur les exigences des marchés dynamiques et les attentes changeantes des clients, afin de parvenir à une réussite à long terme avec des **modèles opérationnels prêts pour l’avenir.** Il s’agit également d’améliorer en permanence les processus opérationnels dans l’ensemble de l’entreprise.

Un exemple en est la création d’un centre technologique mondial à Bangalore, en Inde, où plus de 500 experts en informatique travaillent déjà à la création d’un centre numérique interne entièrement intégré. Henkel augmente ainsi son efficacité en termes de coûts et renforce son expertise interne. Une nouvelle expansion du centre technologique est prévue pour les années à venir. Henkel a également regroupé ses activités entreprenariales sous un même toit. À l’occasion de la migration vers S/4Hana au cours des années 2025 à 2028, Henkel évaluera également comment rendre ses structures et ses processus plus agiles et plus flexibles. Dans ce contexte, il est par exemple envisagé de créer des entités juridiques distinctes pour les deux

branches existantes, en commençant par l’Allemagne, puis progressivement - le cas échéant - dans certains grands pays. La gestion stratégique et opérationnelle du Groupe et de ses branches restera inchangée. L’objectif est de répondre aux besoins futurs des activités et de soutenir le programme de croissance de Henkel.

Henkel a également renforcé sa **culture d’entreprise** au cours de l’année écoulée. L’initiative Accelerate Cultural Transformation (ACT), lancée en 2023, a été poursuivie avec succès dans l’ensemble de l’organisation internationale. Cette initiative favorise un dialogue plus approfondi et une connexion plus forte au sein des équipes. L’année dernière, l’initiative ACT s’est concentrée sur la manière de faire et de traiter ouvertement un feedback constructif. Une culture de collaboration est étroitement liée à la promotion de la diversité, de l’équité et de l’inclusion. Pour renforcer la diversité, Henkel suit une stratégie établie sur trois piliers : Premièrement, la sensibilisation via différents formats, tels que des campagnes et des événements. Deuxièmement, renforcer les comportements inclusifs avec des programmes de formation destinés aux dirigeants et aux employés. Et troisièmement, l’amélioration continue des conditions structurelles de la diversité, comme l’offre de programmes favorisant l’équilibre entre vie professionnelle et vie privée, et l’élimination des obstacles structurels.

L’une des ambitions de Henkel est d’atteindre la parité hommes-femmes à tous les niveaux de management d’ici à la fin de 2025. Aujourd’hui, environ 42 % des postes de management chez Henkel dans le monde sont occupés par des femmes.

« L’exercice 2024 a été une année très réussie et importante pour Henkel. Nous avons atteint nos objectifs financiers, que nous avons relevés à deux reprises au cours de l’exercice. Nous avons mis en œuvre de manière cohérente notre plan de croissance ciblée dans toutes les dimensions stratégiques et avons fait progresser notre transformation avec détermination et succès. Nous sommes sur la bonne voie et la transformation de notre entreprise donne des résultats tangibles. Avec une stratégie claire, une équipe solide et une culture d’entreprise unique, nous sommes bien préparés pour l’avenir », a résumé Carsten Knobel.

**À propos de Henkel**

Grâce à ses marques, ses innovations et ses technologies, Henkel détient des positions mondiales fortes auprès des industriels comme des consommateurs. L’activité Adhesive Technologies est leader mondial des adhésifs, des produits d'étanchéité et des revêtements fonctionnels. Avec son activité Consumer Brands, Henkel détient des positions de leader sur de nombreux marchés et catégories dans le monde, en particulier pour les soins des cheveux et pour les lessives et produits d’entretien. Les trois premières marques internationales du Groupe sont Loctite, Persil et Schwarzkopf. En 2024, Henkel a réalisé un chiffre d’affaires de plus de 21,6 milliards d’EUR et un bénéfice d’exploitation ajusté d’environ 3,1 milliards d’euros. Les actions préférentielles Henkel sont listées à l’indice boursier allemand DAX. Le développement durable fait partie intégrante de l’histoire de Henkel et le Groupe a dans ce domaine une stratégie claire avec des objectifs concrets. Fondé en 1876, Henkel s’appuie aujourd’hui sur une équipe empreinte de diversité, de près de 47 000 personnes à travers le monde – unies par une culture forte, des valeurs d’entreprise et une raison d’être partagées :

« *Pioneers at heart for the good of generations* ». Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.henkel.com

Ce document contient des prévisions fondées sur les estimations et suppositions établies par la direction d’entreprise de Henkel AG & Co. KGaA. Les prévisions sont caractérisées par l’emploi de termes tels que attendre, avoir l’intention, envisager, planifier, prédire, supposer, croire, estimer, anticiper, prévoir, etc. De telles affirmations ne doivent pas être conçues comme une quelconque garantie que ces prévisions vont se réaliser. La performance et les résultats futurs effectivement réalisés par Henkel AG & Co. KGaA et ses filiales comportent de nombreux risques et incertitudes et peuvent par conséquent diverger sensiblement des prévisions initiales. Nombre de ces facteurs échappent au contrôle direct de Henkel et ne peuvent être évalués avec précision à l’avance, à commencer par l’environnement économique futur, et les actions des concurrents et d’autres acteurs impliqués sur les marchés. Henkel n’a pas l’intention de mettre à jour les prévisions et ne le fera jamais.

Ce document contient – dans le cadre de reporting financier en vigueur qui n’est pas clairement défini – des indicateurs financiers supplémentaires qui sont ou peuvent être des moyens alternatifs d’évaluer les performances (indicateurs dits « non GAAP »). Ces indicateurs financiers supplémentaires ne doivent pas être pris en compte isolément ou comme des moyens de mesurer les actifs nets et les positions financières de Henkel ou le résultat de ses opérations ; tels que présentés dans le cadre de ses États financiers consolidés. D’autres entreprises qui utilisent ou décrivent des indicateurs de performance portant le même nom peuvent les calculer d’une manière différente.

Ce communiqué est publié à titre informatif uniquement et ne représente pas un conseil en investissement. Ce n'est pas une offre de vente de titres ni une demande d'offre d'achat de titres.

[**Ce communiqué en français est une traduction de la version originale en anglais.**](https://www.henkel.com/resource/blob/1996636/2504fafbc9283d98156998729df7cd44/data/quarterly-statement-q3-2024.pdf)