



## Henkel mantém crescimento com aumento de vendas de dois dígitos no terceiro trimestre

- Grupo reporta um crescimento orgânico de vendas de +11,3% para um novo recorde histórico de cerca de 6 bilhões de euros, nominal +17,3%, com a contribuição das três unidades de negócios :
  - Adhesive Technologies alcança crescimento de vendas orgânicas de dois dígitos de +16,8%, nominal +22,6%
  - Beauty Care apresenta crescimento positivo das vendas orgânicas de +0,9%, nominal +8,4%
  - Laundry & Home Care gera crescimento significativo das vendas orgânicas de +7,3%, nominal +13,2%
- Crescimento de vendas de dois dígitos em mercados emergentes e crescimento muito forte nos mercados maduros
- Fusão de Laundry & Home Care e Beauty Care em Marcas de Consumo antes do esperado
- Perspectivas para o ano fiscal de 2022: Orientação elevada para vendas e lucros com base no forte desempenho dos negócios

A Henkel manteve com sucesso seu impulso de crescimento no **terceiro trimestre do ano fiscal de 2022**, e alcançou **vendas do Grupo** de cerca de 6 bilhões de euros. Isso representa um novo recorde histórico para vendas trimestrais e equivale a um crescimento orgânico de dois dígitos de +11,3%, impulsionado pela evolução dos preços de dois dígitos em todas as unidades de negócios e em todas as regiões. Os volumes caíram ano a ano devido aos negócios de consumo. Em termos nominais, as vendas cresceram +17,3%.

"Em um ambiente de mercado que permanece extraordinariamente desafiador, continuamos a impulsionar a execução da nossa estratégia e alcançamos um claro crescimento de vendas de dois dígitos. É particularmente gratificante que todas as unidades de negócios e regiões contribuíram para esse forte desempenho nos negócios, que foi impulsionado, em particular, pelo claro aumento de dois dígitos nas vendas alcançado pela unidade de negócios de Adhesive Technologies no terceiro trimestre", disse o CEO da Henkel, Carsten Knobel.

"O crescimento de vendas de dois dígitos no terceiro trimestre é mais uma prova da força do nosso portfólio robusto e equilibrado de marcas bem-sucedidas e tecnologias inovadoras. Além disso, temos constantemente impulsionado a implementação de nossos recursos de otimização de portfólio, continuamos nossa rigorosa gestão de custos e trabalhamos em melhorias adicionais de eficiência. Além disso, à medida que fundimos nossos dois negócios de consumo, estamos à frente no planejamento do nosso cronograma na implementação das novas estruturas. Esse forte desempenho é a conquista de nossa equipe global cujo compromisso excepcional é fundamental para o sucesso a longo prazo da Henkel nestes tempos desafiadores", completa Knobel.

O crescimento de vendas de dois dígitos da Henkel no terceiro trimestre foi impulsionado predominantemente pela unidade de negócios **de Adhesive Technologies**. Todas as áreas de negócios registraram aumentos significativos ou de dois dígitos nas vendas orgânicas.

A unidade de negócios de **Beauty Care** alcançou um crescimento positivo nas vendas orgânicas no terceiro trimestre, apesar de implementar as medidas anunciadas do portfólio. Tanto a área de negócios Profissional quanto de Consumo contribuíram para esse desempenho.

A unidade **de negócios Laundry & Home Care** gerou um crescimento significativo das vendas orgânicas, impulsionada principalmente pela área de negócios da Laundry Care.

Em termos regionais, as vendas aumentaram organicamente em todas as regiões no terceiro trimestre. O forte desempenho de vendas do Grupo foi impulsionado principalmente pelos mercados emergentes, onde todas as regiões apresentaram taxas de crescimento orgânico de dois dígitos.

Olhando para o resto do ano fiscal de 2022, Knobel comentou: "Estamos operando em um ambiente de negócios que é caracterizado por um alto grau de volatilidade e incerteza. Neste ambiente inflacionário global, com aumento dos custos de matéria-prima e energia, tivemos um forte desempenho nos negócios nos primeiros nove meses. Nesse contexto, estamos fazendo nossa **orientação** completa para vendas e ganhos no ano de 2022".

No nível do Grupo, a Henkel agora espera um crescimento das vendas orgânicas de +7,0 a +8,0% (anteriormente: +5,5 a +7,5%) e retorno ajustado das vendas (margem EBIT) na faixa de 10,0 e 11,0% (anteriormente: 9,0 e 11,0%). Para o lucro ajustado por ação preferencial (EPS) a taxas de câmbio constantes, a Henkel agora espera um declínio na faixa de -25 a -15% (anteriormente: -35 e -15%).

## **Desempenho das vendas do Grupo**

No **terceiro trimestre de 2022**, as vendas do Grupo aumentaram **nominalmente** +17,3%, para 5,976 milhões de euros. **Organicamente** (ou seja, ajustado para câmbio e aquisições/desinvestimentos), as vendas aumentaram +11,3%. No nível do Grupo, o aumento foi impulsionado pelo preço, enquanto a evolução do volume difere entre as unidades de negócios. Aquisições e desinvestimentos reduziram as vendas em -0,6%. Em contrapartida, os efeitos cambiais tiveram um impacto positivo de +6,6% nas vendas.

Nos **primeiros nove meses de 2022**, as vendas aumentaram **nominalmente** +12,5%, para 16.889 milhões de euros. Em termos orgânicos, a Henkel gerou um crescimento significativo de vendas de +9,7%, que foi impulsionado pelo preço, enquanto o volume diminuiu.

Os **mercados emergentes** registraram crescimento de vendas orgânicas de dois dígitos de +18,6% no **terceiro trimestre**. Os **mercados maduros** registraram crescimento de vendas orgânicas de +5,6%. As vendas na região da Europa Oriental aumentaram +25,2%. No terceiro trimestre de 2022, alcançando um crescimento de vendas orgânicas de +13,2% na região África/Oriente Médio e +22,5% na região da América Latina. O desenvolvimento de vendas orgânicas na região Ásia-Pacífico foi de +13,0%. Na região da Europa Ocidental, alcançamos um forte crescimento de vendas orgânicas de +3,9%. A região da América do Norte gerou um aumento significativo nas vendas orgânicas de +7,1%.

Nos **primeiros nove meses de 2022**, o crescimento das vendas orgânicas nos **mercados emergentes** foi de +14,8%, enquanto os **mercados maduros** registraram um aumento de +5,5%.

### **Desempenho de vendas em Adhesives Technologies**

As vendas na unidade de negócios de Adhesive Technologies aumentaram **nominalmente** em +22,6%, para 2,995 milhões de euros no **terceiro trimestre de 2022**. **Organicamente** (ou seja, ajustado para o câmbio e aquisições/desinvestimentos), as vendas cresceram +16,8%. Conseguimos aumentos de dois dígitos nos preços, enquanto o desempenho do volume foi ligeiramente positivo. As aquisições/desinvestimentos reduziram as vendas em -1,9%, enquanto os efeitos cambiais tiveram um efeito positivo de +7,7%.

Nos **primeiros nove meses de 2022**, a unidade de negócios de Adhesive Technologies aumentou **as vendas nominalmente** em +17,6%, para 8,462 milhões de euros. **Organicamente**, alcançamos um crescimento de vendas de +13,7%. O desenvolvimento de preços foi consistentemente forte em todas as regiões e áreas de negócios.

Do ponto de vista regional, o crescimento das vendas gerado por Adhesive Technologies nos **mercados emergentes** em relação ao terceiro trimestre do ano anterior foi de dois dígitos. Esse desempenho foi impulsionado por aumentos de dois dígitos em todas as regiões, com contribuições particulares das áreas de negócios de Packaging & Consumer Goods e Automotive & Metal.

Os **mercados maduros** também alcançaram um crescimento de vendas orgânicas de dois dígitos em todas as regiões. Nas regiões da América do Norte e Europa Ocidental, a área de negócios de Automotive & Metal registrou o crescimento mais forte. Nos mercados maduros da região Ásia-Pacífico, o crescimento de dois dígitos foi impulsionado, em particular, pela área de transporte Electronics & Industrial e de Packaging & Consumer Goods.

### **Desempenho de vendas em Beauty Care**

No **terceiro trimestre de 2022, as vendas** na unidade de negócios Beauty Care aumentaram **nominalmente** +8,4%, para 1.013 milhões de euros. **Organicamente** (ou seja, ajustado para câmbio e aquisições/desinvestimentos), as vendas cresceram +0,9% em relação ao nível anterior. Os volumes diminuíram, enquanto a unidade de negócios registrou aumentos de preços de dois dígitos. Os efeitos cambiais aumentaram as vendas em +5,9%, e as aquisições/desinvestimentos em mais +1,6%.

Nos **primeiros nove meses de 2022, as vendas** na unidade de negócios Beauty Care aumentaram **nominalmente** +2,9% ano a ano, em 2.855 milhões de euros. **Organicamente**, as vendas cresceram +0,6%, impulsionadas pelos preços.

Em **Consumo**, registramos crescimento positivo das vendas orgânicas no **terceiro trimestre de 2022** – impulsionado por aumentos de preços de dois dígitos que mais do que compensaram a queda do volume nos meses resultantes da implementação das medidas anunciadas de portfólio e da alta demanda. No geral, a categoria Hair Cosmetics registrou um forte crescimento das vendas orgânicas, para a qual todos os negócios contribuíram. O negócio de Hair Styling gerou um crescimento de vendas orgânicas de dois dígitos, continuando assim a recuperação dos últimos trimestres após o declínio relacionado à pandemia. O desempenho das vendas orgânicas foi forte tanto nos negócios de Hair Colorants quanto Hair Care, impulsionados em particular pelos mercados emergentes. O desempenho de vendas na categoria Body Care caiu ano a ano, principalmente devido às medidas anunciadas de otimização do portfólio.

No terceiro trimestre, a área de negócios **Professional** foi capaz de se basear em sua forte performance no primeiro semestre do ano e apresentou um bom crescimento de vendas orgânicas, impulsionado, em particular, por um aumento de dois dígitos nos mercados emergentes.

O crescimento das **vendas nos mercados emergentes** foi significativo no terceiro trimestre. Todas as regiões contribuem para esse desempenho – com exceção da região da África/Oriente Médio. As regiões Ásia (excluindo Japão), América Latina e Europa Oriental registraram um crescimento orgânico de dois dígitos.

O desempenho das vendas **orgânicas nos mercados maduros** caiu ano após ano, devido, em particular, a um declínio na Europa Ocidental e na América do Norte. Em contrapartida, os mercados maduros da região Ásia-Pacífico registraram um crescimento significativo das vendas.

## **Desempenho de vendas em Laundry & Home Care**

A unidade de negócios Laundry & Home Care gerou **vendas** de 1.902 milhões de euros no **terceiro trimestre de 2022**, o equivalente a um aumento **nominal** de +13,2% em relação ao trimestre anterior. **Organicamente** (ou seja, ajustado para câmbio aquisições / desinvestimentos), a unidade de negócios registrou um aumento significativo nas vendas de +7,3%. Esse desempenho foi impulsionado principalmente por um aumento percentual de dois dígitos nos preços, enquanto o volume diminuiu. Os efeitos cambiais aumentaram as vendas em +5,5%. As aquisições/desinvestimentos tiveram um efeito positivo de +0,4% nas vendas.

Nos **primeiros nove meses de 2022**, a unidade de negócios Laundry & Home Care registrou um aumento nas **vendas** de +8,9%, para 5.396 milhões de euros. **Organicamente**, gerou um aumento de vendas de +7,4%, impulsionado pelos preços.

A área de negócios de **Laundry Care** registrou um crescimento de vendas orgânicas de dois dígitos no **terceiro trimestre de 2022**, impulsionado, em particular, pelo aumento de dois dígitos nas categorias de detergentes pesados e detergentes especiais. Nossas principais marcas Persil, 'all e Perwoll alcançaram um crescimento de dois dígitos cada.

O desempenho das vendas orgânicas na área de negócios de **Home Care** foi plano geral no terceiro trimestre, atribuível em particular ao forte desempenho contínuo de nossos produtos de lavagem de louça com as marcas Pril e Somat. Em contrapartida, o desempenho das vendas nas categorias de limpadores de superfície dura e limpeza de banheiros foi negativo devido à demanda por produtos de higiene voltando ao normal após o aumento no período anterior em resposta à pandemia COVID-19.

Nos **mercados emergentes**, alcançamos um crescimento de vendas orgânicas de dois dígitos no terceiro trimestre. As regiões da Europa Oriental, África/Oriente Médio e América Latina contribuíram com crescimento orgânico de dois dígitos para esse desempenho.

Os **mercados maduros** apresentaram bom crescimento das vendas orgânicas no terceiro trimestre. O crescimento das vendas orgânicas foi bom na região da América do Norte e plano na Europa Ocidental. O crescimento das vendas foi significativo nos mercados maduros da região Ásia-Pacífico.

## **Ativo líquido e posição financeira do Grupo**

Não houve alterações substanciais no patrimônio líquido e na situação financeira do Grupo no período em análise em relação à situação de 30 de junho de 2022.

## Perspectivas para o Grupo Henkel

Com base no desenvolvimento de negócios nos primeiros nove meses de 2022 e nas premissas relativas ao progresso até o final do exercício, o Conselho de Administração da Henkel AG & Co. A KGaA decidiu atualizar sua orientação para o ano fiscal de 2022.

Esperamos agora um **crescimento de vendas orgânicas** no nível do Grupo de +7.0 a +8.0% no ano fiscal de 2022 (anteriormente: +5,5 a +7,5%).

Para a unidade de negócios de **Adhesive Technologies**, agora prevemos crescimento de vendas orgânicas na faixa de +11,0 a +12,0% (anteriormente: +10,0 a +12,0%). Para a unidade de negócios **Beauty Care**, esperamos agora um desenvolvimento orgânico de vendas de -1,0 a 0,0% (anteriormente: -3,0 a -1,0%), com o desempenho sendo impactado principalmente pela implementação das medidas já anunciadas do portfólio. Para a unidade de negócios **Laundry & Home Care**, agora esperamos crescimento orgânico de vendas na faixa de +5.5 a +6.5% (anteriormente: +4,0 a +6,0%).

Espera-se agora que o **Grupo Henkel** gere **retorno ajustado sobre as vendas (margem EBIT)** na faixa de 10,0 a 11,0% (anteriormente: 9,0 a 11,0%). Antecipamos agora o retorno ajustado das vendas para a unidade de negócios de **Adhesive Technologies** na faixa de 13,5 a 14,5% (anteriormente: 13,0 a 15,0%), para **Beauty Care** na faixa de 7,5 a 8,5% (anteriormente: 5,0 a 7,0 por cento), e para **Laundry & Home Care** na faixa de 8,0 a 9,0% (anteriormente: 7,0 a 9,0%).

Para o **lucro ajustado por ação preferencial (EPS)** a taxas de câmbio constantes, esperamos agora um declínio na faixa de -25 a -15% (anteriormente: -35 a -15%).

Além disso, temos as seguintes expectativas para 2022:

- Despesas de reestruturação na faixa de 450 a 500 milhões de euros (inalteradas)
- Saídas de caixa para investimentos em propriedades, plantas e equipamentos e ativos intangíveis de cerca de 650 milhões de euros (anteriormente: cerca de 700 milhões de euros)

A orientação continua tendo como base que não haverá novos fechamentos generalizados de negócios e produção relacionados à pandemia na indústria e no varejo e que os efeitos da guerra na Ucrânia não piorarão significativamente. Além disso, nossa orientação baseia-se no pressuposto de que não haverá paralisações de produção na indústria devido à escassez de gás na Europa.

Calendário financeiro:

**Publicação do Relatório para o Exercício 2022:**

Terça-feira, 7 de março de 2023

**Reunião Geral Anual Henkel AG & Co. KGaA 2023:**

Segunda-feira, 24 de abril de 2023

**Publicação do Comunicado para o 1º trimestre de 2023:**

quinta-feira, 4 de maio de 2023