

# Déclaration trimestrielle T3 2022

Juillet-septembre

Perspectives pour l'exercice 2022 revues à la hausse.

## Henkel maintient avec succès sa dynamique de croissance avec une augmentation des ventes à deux chiffres au troisième trimestre

- **Le Groupe annonce une croissance organique des ventes de +11.3 %, pour atteindre un nouveau record historique d'environ 6 milliards d'euros, soit une croissance nominale de +17.3 %, grâce à la contribution des trois branches :**
  - **Adhesive Technologies réalise une croissance organique des ventes à deux chiffres de +16.8 %, soit une croissance nominale de +22.6 %**
  - **Beauty Care annonce une croissance organique positive des ventes de +0.9 %, soit une croissance nominale de +8.4 %**
  - **Laundry & Home Care génère une croissance organique des ventes significative de +7.3 %, soit une croissance nominale de +13.2 %**
- **Croissance des ventes à deux chiffres sur les marchés émergents, très forte croissance sur les marchés matures**
- **Fusion des activités Laundry & Home Care et Beauty Care dans une même entité Henkel Consumer Brands en avance sur le plan prévu**
- **Prévisions pour l'exercice 2022 : Révision à la hausse des perspectives de ventes et de bénéfices sur la base d'une solide performance commerciale continue**

Düsseldorf, 8 novembre 2022 - Henkel a maintenu avec succès sa dynamique de croissance au **troisième trimestre de l'exercice 2022** et a réalisé un total de **ventes du Groupe** d'environ 6 milliards d'euros. Cela représente un nouveau record historique pour les ventes trimestrielles et équivaut à une croissance organique à deux chiffres de +11.3 %, grâce à une évolution des prix à deux chiffres dans toutes les branches et dans toutes les régions. Les volumes ont globalement diminué par rapport à l'année précédente, en particulier sur le secteur des biens de grande consommation. Nominale, les ventes ont augmenté de +17.3 %.

« Dans un environnement de marché qui reste extraordinairement difficile, nous avons poursuivi l'exécution de notre stratégie et réalisé une nette croissance à deux chiffres de nos ventes. Il est particulièrement gratifiant de constater que toutes les branches et toutes les régions ont

contribué à cette performance commerciale significative, qui a été stimulée, en particulier, par la nette augmentation à deux chiffres des ventes réalisée par l'activité Adhesive Technologies au troisième trimestre », a déclaré le président du comité de direction de Henkel, Carsten Knobel.

« La croissance à deux chiffres des ventes au troisième trimestre est une preuve supplémentaire de la force de notre portefeuille robuste et équilibré de marques à succès et de technologies innovantes. En outre, nous avons constamment poursuivi la mise en œuvre de nos mesures d'optimisation du portefeuille, continué notre gestion stricte des coûts et travaillé à de nouvelles améliorations de l'efficacité. De plus, alors que nous fusionnons nos deux activités de biens de grande consommation, nous sommes en avance sur le calendrier prévu pour la mise en place des nouvelles structures. Cette solide performance est le fruit du travail de notre équipe mondiale dont l'engagement exceptionnel est essentiel au succès à long terme de Henkel en ces temps difficiles. »

La croissance à deux chiffres des ventes de Henkel au troisième trimestre est principalement due à l'activité **Adhesive Technologies**. Tous les secteurs d'activité ont enregistré des augmentations organiques des ventes importantes ou à deux chiffres.

L'activité **Beauty Care** a enregistré une croissance organique positive de ses ventes au troisième trimestre, malgré la mise en œuvre des mesures de portefeuille annoncées. L'activité dédiée aux professionnels de la coiffure et celle dédiée au grand public ont toutes deux contribué à cette performance.

L'activité **Laundry & Home Care** a généré une importante croissance organique des ventes, principalement grâce à l'activité Laundry Care (lessives).

Au niveau régional, les ventes ont augmenté sur le plan organique dans toutes les régions au troisième trimestre. La forte performance des ventes du Groupe a été principalement boostée par les marchés émergents, où toutes les régions ont affiché des taux de croissance organique à deux chiffres.

En ce qui concerne le reste de l'exercice 2022, Carsten Knobel a commenté : « Nous évoluons dans un environnement commercial qui se caractérise par un degré élevé de volatilité et d'incertitude. Dans ce contexte général d'inflation et d'augmentation des coûts des matières premières et de l'énergie, nous avons enregistré de solides performances commerciales au cours des neuf premiers mois. Dans ce contexte, nous augmentons nos **prévisions** de ventes et de bénéfices pour l'ensemble de l'année 2022. »

Au niveau du Groupe, Henkel prévoit désormais une croissance organique des ventes de +7,0 à +8,0 % (précédemment : +5,5 à +7,5 %) et une rentabilité ajustée des ventes (marge EBIT) comprise entre 10,0 et 11,0 % (précédemment : 9,0 à 11,0 %). Pour les bénéfices ajustés par action préférentielle (EPS) à taux de change constant, Henkel continue de s'attendre à une baisse de l'ordre de -25 à -15 % (précédemment : -35 à -15,0 %).

## Performance des ventes du Groupe

Au **troisième trimestre 2022**, les ventes du Groupe ont augmenté **nominalement** de +17.3 % pour atteindre 5,976 millions d'euros. **Sur le plan organique** (c'est-à-dire après ajustement des taux de change et des acquisitions/désinvestissements), les ventes ont augmenté de +11.3 %. Au niveau du Groupe, l'augmentation a été portée par les prix, tandis que l'évolution des volumes a été différente selon les branches. Les acquisitions et les désinvestissements ont réduit les ventes de -0.6 %. En revanche, les effets de change ont eu un impact positif de +6.6 % sur les ventes.

Au cours des **neuf premiers mois de 2022**, les ventes ont augmenté **nominalement** de +12.5 % pour atteindre 16,889 millions d'euros. **Organiquement**, Henkel a généré une croissance significative des ventes de +9.7 %, qui a été portée par les prix, alors que les volumes ont diminué.

### Performance des ventes du Groupe<sup>1</sup>

en millions d'euros	T3/2022	1-9/2022
<b>Ventes</b>	<b>5 976</b>	<b>16 889</b>
<b>Variation par rapport à l'année précédente</b>	<b>17,3 %</b>	<b>12,5 %</b>
Change <sup>2</sup>	6,6 %	3,9 %
<b>Ajusté pour le change</b>	<b>10,7 %</b>	<b>8,6 %</b>
Acquisitions/désinvestissements <sup>3</sup>	-0,6 %	-1,1 %
<b>Organique</b>	<b>11,3 %</b>	<b>9,7 %</b>
Dont prix	14,7 %	11,6 %
Dont volume	-3,4 %	-1,9 %

<sup>1</sup> chiffres arrondis. L'addition peut entraîner des écarts par rapport aux totaux indiqués.

<sup>2</sup> Y compris les effets de l'application de la norme IAS 29 (Information financière dans les économies hyperinflationnistes) pour la Turquie.

<sup>3</sup> Y compris les effets de la sortie annoncée des activités commerciales en Russie et en Biélorussie.

Les **marchés émergents** ont affiché une croissance organique des ventes à deux chiffres de +18,6 % au **troisième trimestre**. Les **marchés matures** ont enregistré une croissance organique des ventes de +5,6 %. Les ventes dans la région de l'Europe de l'Est ont augmenté de +25.2 %. Au troisième trimestre 2022, nous avons enregistré une croissance organique des ventes de +13.2 % dans la région Afrique/Moyen-Orient et de +22.5 % dans la région Amérique latine. Le développement organique des ventes dans la région Asie-Pacifique s'est élevé à +13.0 %. Dans la région de l'Europe occidentale, nous avons réalisé une forte croissance organique des ventes de +3.9 %. La région de l'Amérique du Nord a généré une importante augmentation organique des ventes de +7.1 %.

## Performance des ventes par région<sup>1</sup>

en millions d'euros	Europe occidentale	Europe de l'Est	Afrique/Moyen-Orient	Amérique du Nord	Amérique Latine	Asie-Pacifique	Entreprise	Groupe Henkel
<b>Ventes<sup>2</sup> juillet - septembre 2022</b>	<b>1 533</b>	<b>1 001</b>	<b>344</b>	<b>1 548</b>	<b>413</b>	<b>1 071</b>	<b>65</b>	<b>5 976</b>
Ventes <sup>2</sup> juillet - septembre 2021	1 491	842	299	1 264	306	856	35	5 092
Variation par rapport à l'année précédente	2,9 %	18,9 %	15,2 %	22,5 %	34,9 %	25,2 %	-	17,3 %
Organique	3,9 %	25,2 %	13,2 %	7,1 %	22,5 %	13,0 %	-	11,3 %
<b>Proportion des ventes du Groupe 2022</b>	<b>26 %</b>	<b>17 %</b>	<b>6 %</b>	<b>26 %</b>	<b>7 %</b>	<b>18 %</b>	<b>1 %</b>	<b>100 %</b>
Proportion des ventes du Groupe 2021	29 %	17 %	6 %	25 %	6 %	17 %	1 %	100 %

<sup>1</sup> Chiffres arrondis. L'addition peut entraîner des écarts par rapport aux totaux indiqués.

<sup>2</sup> Par localisation de l'entreprise.

Au cours des **neuf premiers mois de 2022**, la croissance organique des ventes sur les **marchés émergents** s'est élevée à +14,8 %, tandis que les **marchés matures** ont enregistré une hausse de +5,5 %.

## Performance des ventes par région<sup>1</sup>

en millions d'euros	Europe occidentale	Europe de l'Est	Afrique/Moyen-Orient	Amérique du Nord	Amérique Latine	Asie-Pacifique	Entreprise	Groupe Henkel
<b>Ventes<sup>2</sup> janvier - septembre 2022</b>	<b>4 593</b>	<b>2 668</b>	<b>976</b>	<b>4 421</b>	<b>1 146</b>	<b>2 910</b>	<b>175</b>	<b>16 889</b>
Ventes <sup>2</sup> janvier - septembre 2021	4 520	2 362	919	3 737	888	2 498	96	15 019
Variation par rapport à l'année précédente	1,6 %	12,9 %	6,3 %	18,3 %	29,0 %	16,5 %	-	12,5 %
Organique	2,7 %	23,8 %	6,5 %	8,5 %	18,8 %	8,5 %	-	9,7 %
<b>Proportion des ventes du Groupe 2022</b>	<b>27 %</b>	<b>16 %</b>	<b>6 %</b>	<b>26 %</b>	<b>7 %</b>	<b>17 %</b>	<b>1 %</b>	<b>100 %</b>
Proportion des ventes du Groupe 2021	30 %	16 %	6 %	25 %	6 %	17 %	1 %	100 %

<sup>1</sup> chiffres arrondis. L'addition peut entraîner des écarts par rapport aux totaux indiqués.

<sup>2</sup> Par localisation de l'entreprise.

## Performance des ventes de l'activité Adhesive Technologies

Les **ventes** de l'activité Adhesive Technologies ont augmenté **nominalement** de +22.6 % pour atteindre 2,995 millions d'euros au **troisième trimestre 2022**. **Organiquement** (c'est-à-dire après ajustement des taux de change et des acquisitions/désinvestissements), les ventes ont augmenté de +16.8 %. Nous avons réalisé des augmentations de prix à deux chiffres, tandis que la performance en volume a été légèrement positive. Les acquisitions/désinvestissements ont réduit les ventes de -1.9%, tandis que les effets de change ont eu un effet positif de +7.7 %.

Au cours des **neuf premiers mois de 2022**, l'activité Adhesive Technologies a enregistré une augmentation  **nominale** de ses **ventes** de +17.6 % pour atteindre 8,462 millions d'euros. **Organiquement**, nous avons réalisé une croissance des ventes de +13.7 %. L'évolution des prix a été continue et forte dans toutes les régions et tous les secteurs d'activité.

### Performance des ventes Adhesive Technologies<sup>1</sup>

en millions d'euros	T3/2022	1-9/2022
<b>Ventes</b>	<b>2 995</b>	<b>8 462</b>
Proportion des ventes du Groupe	50 %	50 %
<b>Variation par rapport à l'année précédente</b>	<b>22,6 %</b>	<b>17,6 %</b>
Change <sup>2</sup>	7,7 %	5,0 %
<b>Ajusté pour le change</b>	<b>14,9 %</b>	<b>12,6 %</b>
Acquisitions/désinvestissements <sup>3</sup>	-1,9 %	-1,1 %
<b>Organique</b>	<b>16,8 %</b>	<b>13,7 %</b>
Dont prix	15,8 %	13,2 %
Dont volume	1,0 %	0,5 %

<sup>1</sup> chiffres arrondis. L'addition peut entraîner des écarts par rapport aux totaux indiqués.

<sup>2</sup> Y compris les effets de l'application de la norme IAS 29 (Information financière dans les économies hyperinflationnistes) pour la Turquie.

<sup>3</sup> Y compris les effets de la sortie annoncée des activités commerciales en Russie et en Biélorussie.

D'un point de vue régional, la croissance des ventes générée par l'activité Adhesive Technologies sur les **marchés émergents** par rapport au troisième trimestre de l'année précédente était à deux chiffres. Cette performance est due à des augmentations à deux chiffres dans toutes les régions, avec des contributions particulières des secteurs d'activité Packaging & Consumer Goods et Automotive & Metals.

Les **marchés matures** ont également enregistré une croissance organique des ventes à deux chiffres dans toutes les régions. Dans les régions de l'Amérique du Nord et de l'Europe de l'Ouest, l'activité Automotive & Metals a enregistré la plus forte croissance. Sur les marchés matures de la région Asie-Pacifique, la croissance à deux chiffres a été portée en particulier par les secteurs d'activité Electronics & Industrial et Packaging & Consumer Goods.

## Performance des ventes Beauty Care

Au **troisième trimestre 2022**, les **ventes** de l'activité Beauty Care a enregistré une hausse  **nominale** de +8.4 % pour atteindre 1,013 millions d'euros. **Organiquement** (c'est-à-dire après

ajustement des taux de change et des acquisitions/désinvestissements), les ventes ont augmenté de +0.9 % par rapport au niveau de l'année précédente. Les volumes ont diminué, alors que l'activité a enregistré des augmentations de prix à deux chiffres. Les effets de change ont augmenté les ventes de +5.9 %, et les acquisitions/désinvestissements de +1.6 % supplémentaires.

Au cours des **neuf premiers mois de 2022, les ventes** de l'activité Beauty Care ont enregistré une hausse  **nominale** de +2.9 % par rapport à l'année précédente, pour atteindre 2,855 millions d'euros. **Organiquement**, les ventes ont augmenté de +0.6 %, grâce aux prix.

## Performance des ventes Beauty Care<sup>1</sup>

en millions d'euros	T3/2022	1-9/2022
<b>Ventes</b>	<b>1 013</b>	<b>2 855</b>
Proportion des ventes du Groupe	17 %	17 %
<b>Variation par rapport à l'année précédente</b>	<b>8,4 %</b>	<b>2,9 %</b>
Change <sup>2</sup>	5,9 %	3,6 %
<b>Ajusté pour le change</b>	<b>2,5 %</b>	<b>-0,7 %</b>
Acquisitions/désinvestissements <sup>3</sup>	1,6 %	-1,3 %
<b>Organique</b>	<b>0,9 %</b>	<b>0,6 %</b>
Dont prix	11,7 %	8,0 %
Dont volume	-10,8 %	-7,5 %

<sup>1</sup> Tous les chiffres individuels ont été arrondis commercialement. L'addition peut entraîner des écarts par rapport aux totaux indiqués.

<sup>2</sup> Y compris les effets de l'application de la norme IAS 29 (Information financière dans les économies hyperinflationnistes) pour la Turquie.

<sup>3</sup> Y compris les effets de l'abandon annoncé des activités commerciales en Russie et en Biélorussie.

Dans le secteur des **biens de grande consommation**, nous avons enregistré une croissance organique positive des ventes au **troisième trimestre 2022** - portée par des hausses de prix à deux chiffres qui ont plus que compensé la baisse des volumes résultant de la mise en œuvre des mesures de portefeuille annoncées et de l'élasticité de la demande. Dans l'ensemble, la catégorie Hair Cosmetics a enregistré une très forte croissance organique des ventes, à laquelle toutes les activités ont contribué. L'activité Hair Styling a généré une croissance organique des ventes à deux chiffres, poursuivant ainsi la reprise des derniers trimestres après le déclin lié à la pandémie. La performance organique des ventes a été forte dans les deux activités Hair Colorants et Hair Care, notamment grâce aux marchés émergents. La performance des ventes dans la catégorie Body Care a diminué par rapport à l'année précédente, principalement en raison des mesures d'optimisation du portefeuille annoncées.

Au troisième trimestre, le domaine d'activité dédié aux **professionnels** de la coiffure a pu s'appuyer sur sa forte performance du premier semestre et a affiché une bonne croissance organique des ventes, grâce notamment à une augmentation à deux chiffres sur les marchés émergents.

La croissance des ventes sur les **marchés émergents** a été importante au troisième trimestre. Toutes les régions ont contribué à cette performance - à l'exception de la région Afrique/Moyen-Orient. Les régions Asie (hors Japon), Amérique latine et Europe de l'Est ont chacune enregistré une croissance organique des ventes à deux chiffres.

La performance des ventes organiques sur les **marchés matures** a globalement diminué d'une année sur l'autre, en raison notamment d'une baisse en Europe occidentale et en Amérique du Nord. Au contraire, les marchés matures de la région Asie-Pacifique ont enregistré une croissance significative des ventes.

## Performances des ventes Laundry & Home Care

L'activité Laundry & Home Care a généré des **ventes** de 1,902 millions d'euros au **troisième trimestre 2022**, ce qui équivaut à une augmentation  **nominale** de +13.2 % par rapport au trimestre de l'année précédente. **Organiquement** (c'est-à-dire corrigé des effets de change et des acquisitions/désinvestissements), l'activité a enregistré une augmentation significative des ventes de +7.3 %. Cette performance s'explique principalement par une hausse des prix à deux chiffres, alors que les volumes ont diminué. Les effets de change ont augmenté les ventes de +5.5 %. Les acquisitions/désinvestissements ont eu un effet positif de +0.4 % sur les ventes.

Au cours des **neuf premiers mois de 2022**, l'activité Laundry & Home Care a enregistré une augmentation  **nominale** de ses **ventes** de +8.9 % à 5,396 millions d'euros. **Organiquement**, nous avons réalisé une augmentation significative des ventes de +7.4 %, portée par les prix.

### Performances des ventes Laundry & Home Care<sup>1</sup>

en millions d'euros	T3/2022	1-9/2022
<b>Ventes</b>	<b>1 902</b>	<b>5 396</b>
Proportion des ventes du Groupe	32 %	32 %
<b>Variation par rapport à l'année précédente</b>	<b>13,2 %</b>	<b>8,9 %</b>
Change <sup>2</sup>	5,5 %	2,4 %
<b>Ajusté pour le change</b>	<b>7,7 %</b>	<b>6,5 %</b>
Acquisitions/désinvestissements <sup>3</sup>	0,4 %	-0,9 %
<b>Organique</b>	<b>7,3 %</b>	<b>7,4 %</b>
Dont prix	14,8 %	11,4 %
Dont volume	-7,5 %	-4,0 %

<sup>1</sup> chiffres arrondis. L'addition peut entraîner des écarts par rapport aux totaux indiqués.

<sup>2</sup> Y compris les effets de l'application de la norme IAS 29 (Information financière dans les économies hyperinflationnistes) pour la Turquie.

<sup>3</sup> Y compris les effets de la sortie annoncée des activités commerciales en Russie et en Biélorussie.

L'activité **Laundry Care** a enregistré une croissance organique à deux chiffres de ses ventes au **troisième trimestre 2022**, due notamment à l'augmentation à deux chiffres des catégories de lessives universelles et de lessives spéciales. Nos marques principales Persil (Le Chat en France) 'all et Perwoll ont chacune enregistré une croissance à deux chiffres.

La performance organique des ventes de l'activité **Home Care** est restée globalement stable au troisième trimestre, grâce notamment à la bonne performance continue de nos produits pour lave-vaisselle avec nos familles de marques Pril et Somat. En revanche, la performance des ventes dans les catégories des nettoyeurs pour surfaces dures et des nettoyeurs pour toilettes a été négative en raison du retour à la normale de la demande de produits d'hygiène après l'augmentation enregistrée au cours de la période précédente en réponse à la pandémie de COVID-19.

Sur les **marchés émergents**, nous avons enregistré une croissance organique des ventes à deux chiffres au troisième trimestre. Les régions Europe de l'Est, Afrique/Moyen-Orient et Amérique latine ont chacune contribué à cette performance par une croissance organique à deux chiffres.

Les **marchés matures** ont dans l'ensemble affiché une bonne croissance organique des ventes au troisième trimestre. La croissance organique des ventes a été bonne en Amérique du Nord et stable en Europe occidentale. La croissance des ventes a été importante sur les marchés matures de la région Asie-Pacifique.

## Actif net et situation financière du Groupe

Aucune modification substantielle de l'actif net et de la situation financière du Groupe n'est intervenue au cours de la période considérée par rapport à la situation au 30 juin 2022.

## Perspectives pour le Groupe Henkel

Sur la base du développement des activités au cours des neuf premiers mois de 2022 et des hypothèses concernant la progression jusqu'à la fin de l'exercice, le Comité de direction de Henkel AG & Co. KGaA a décidé de mettre à jour ses prévisions pour l'exercice 2022.

Nous prévoyons désormais une **croissance organique des ventes** au niveau **du Groupe** de +7,0 à +8,0 % pour l'exercice 2022 (précédemment : +5,5 à +7,5 %).

Pour l'activité **Adhesive Technologies**, nous prévoyons désormais une croissance organique des ventes de l'ordre de +11,0 à +12,0 % (précédemment : +10,0 à +12,0 %). Pour l'activité **Beauty Care**, nous prévoyons désormais une évolution organique des ventes de -1,0 à 0,0 % (précédemment : -3,0 à -1,0 %), la performance étant principalement affectée par la mise en œuvre des mesures de portefeuille déjà annoncées. Pour l'activité **Laundry & Home Care**, Henkel continue de prévoir une croissance organique des ventes de +5,5 à +6,5 % (précédemment : +4,0 à +6,0 %).

Nous nous attendons maintenant à ce que le **Groupe Henkel** génère un **retour sur ventes ajusté (marge EBIT)** de l'ordre de 10,0 à 11,0 % (précédemment : 9,0 à +11,0 %). Nous prévoyons maintenant un rendement ajusté des ventes pour l'activité **Adhesive Technologies** de l'ordre de 13,5 à 14,5 % (précédemment : 13,0 à 15,0 %), pour **Beauty Care** de l'ordre de 7,5 à 8,5 % (précédemment : 5,0 à 7,0 %), et pour **Laundry & Home Care** de l'ordre de 8,0 à 9,0 % (précédemment : 7,0 à +9,0 %).

Pour les **bénéfices ajustés par action préférentielle (EPS)** à taux de change constant, nous nous attendons désormais à une baisse de l'ordre de -25 à -15 % (précédemment : -35 à -15,0 %).

En outre, nous nous attendons, pour 2022, aux points suivants :

- Dépenses de restructuration de l'ordre de 450 à 500 millions d'euros (inchangé)



- Sorties de fonds pour les investissements en immobilisations corporelles et incorporelles d'environ 650 millions d'euros (précédemment : environ 700 millions d'euros)

Les prévisions restent fondées sur l'hypothèse qu'il n'y aura pas de nouvelles fermetures d'entreprises et de production liées à une pandémie généralisée dans l'industrie et le commerce de détail et que les effets de la guerre en Ukraine ne s'aggraveront pas de manière significative. En outre, nos prévisions reposent sur l'hypothèse qu'il n'y aura pas d'arrêts de production dans l'industrie en raison d'une pénurie de gaz en Europe.

### **Ce communiqué est une traduction du communiqué original en anglais.**

#### **A propos de Henkel**

Henkel est présent dans le monde entier avec un portefeuille d'activités diversifié et bien équilibré. L'entreprise détient des positions mondiales fortes dans ses trois secteurs, auprès des industriels comme des consommateurs grâce à ses marques puissantes, ses innovations et ses technologies. Le secteur Adhesive Technologies est leader mondial des adhésifs – sur tous ses segments industriels dans le monde. Avec ses activités Laundry & Home Care et Beauty Care, Henkel détient des positions de leader sur un grand nombre de marchés et de catégories dans le monde. Créée en 1876, Henkel s'appuie sur plus de 140 ans de réussite. En 2021, le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires de plus de 20 milliards d'EUR et un bénéfice d'exploitation ajusté d'environ 2,7 milliards d'euros. Henkel emploie près de 52 000 personnes à travers le monde – une équipe passionnée, riche de sa grande diversité, unie par une culture forte, la volonté de créer ensemble de la valeur durable et des valeurs d'entreprise partagées. Reconnu comme un leader en matière de développement durable, Henkel détient des positions de premier plan dans différents classements et indices internationaux. Les actions préférentielles Henkel sont listées à l'indice boursier allemand DAX. Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.henkel.fr](http://www.henkel.fr)

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 qu'attendre, avoir l'intention, planning, prédiction, 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.

## Calendrier financier

### Publication du rapport pour l'exercice 2022 :

Mardi 7 mars 2023

### Assemblée générale annuelle Henkel AG & Co. KGaA 2023 :

Lundi 24 avril 2023

### Publication de la déclaration pour le T1 2023 :

Jeudi 4 mai 2023

## Contacts

### Investisseurs et analystes

#### Leslie Iltgen

+49 (0) 211 797-1631

Courriel : [leslie.iltgen@henkel.com](mailto:leslie.iltgen@henkel.com)

#### Jennifer Ott

Téléphone : +49 (0) 211 797-2756

Courriel : [jennifer.ott@henkel.com](mailto:jennifer.ott@henkel.com)

#### Dr. Dennis Starke

Téléphone : +49 (0) 211 797-5601

Courriel : [dennis.starke@henkel.com](mailto:dennis.starke@henkel.com)

### Presse et médias France

#### Henkel France : Octavie Blandin

Téléphone : 01 46 84 92 45

[octavie.blandin@henkel.com](mailto:octavie.blandin@henkel.com)

#### BCW : Paolo Gilardi

Téléphone : 01 56 03 1302

[paolo.ghilardi@bcw-global.com](mailto:paolo.ghilardi@bcw-global.com)

De plus amples informations contenant du matériel à télécharger, ainsi que le lien pour écouter la conférence téléphonique, sont disponibles à l'adresse suivante :

[www.henkel.fr](http://www.henkel.fr)

[www.henkel.com/ir](http://www.henkel.com/ir)