

# Quarterly statement Q3 2023

Julho–Setembro

Impulso de crescimento contínuo no terceiro trimestre

## Henkel eleva perspectivas para o ano fiscal de 2023

- **Vendas do Grupo: aproximadamente 5,4 bilhões de euros e crescimento orgânico de vendas de 2,8%**
- **Crescimento orgânico impulsionado por ambas as unidades de negócios:**
  - **Adhesive Technologies: crescimento orgânico positivo de 0,8%**
  - **Consumer Brands: crescimento orgânico significativo de vendas de 6,2%**
- **Adhesive Technologies reforça sua aposta em crescimento através de fusões e aquisições com a aquisição da Critica Infrastructure**
- **Consumer Brands: integração significativamente à frente do planejado – mais de 80% de economia esperada até o final de 2023**
- **Aumento das perspectivas para o ano fiscal de 2023:**
  - **Crescimento orgânico de vendas: de 3,5% a 4,5% (anteriormente: de 2,5% a 4,5%)**
  - **Ajuste de retorno sobre as vendas (margem EBIT)\*: de 11,5% a 12,5% (anteriormente: de 11% a 12,5%)**
  - **Lucro ajustado por ação preferencial (LPA)\*: aumento na faixa de +15% a +20% a taxas de câmbio constantes (anteriormente: de 5% a 20%)**

Düsseldorf, 9 de novembro de 2023 - No **terceiro trimestre de 2023**, a Henkel registrou **vendas do grupo** de cerca de 5,4 bilhões de euros e alcançou um crescimento orgânico de vendas de 2,8%. Esse crescimento foi impulsionado pela manutenção de preços em vista dos preços significativamente mais altos das matérias-primas em comparação com o ano anterior. O desenvolvimento do volume foi negativo, mas apresentou uma melhora notável em comparação com o segundo trimestre. Nominalmente, as vendas ficaram 9% abaixo do trimestre do ano anterior, principalmente devido ao encerramento das atividades comerciais na Rússia no segundo trimestre e aos efeitos negativos do câmbio.

"Apesar de um ambiente de mercado persistentemente desafiador, mantivemos com sucesso nosso impulso de crescimento no terceiro trimestre, com a contribuição de ambas as unidades de negócios. Com base nesse desempenho, elevamos hoje nossa **perspectiva** para o ano

fiscal atual. Particularmente para o lucro ajustado por ação preferencial, esperamos agora um aumento significativo na faixa de 15 a 25% a taxas de câmbio constantes", disse o CEO da Henkel, Carsten Knobel.

"Também fortalecemos nosso portfólio de Adhesive Technologies com uma aquisição atraente - o que também reflete nosso foco mais pronunciado no crescimento por meio de fusões e aquisições. E estamos claramente à frente do planejado quando se trata da integração de nosso negócio de Consumer Brands, que representa a maior transformação de nossa empresa nas últimas décadas."

## Desenvolvimento de vendas por unidade de negócio

Em milhões de euros	Vendas			
	Q3/2022	Q3/2023	+/-	Orgânico
<b>Terceiro Trimestre de 2023</b>				
Grupo Henkel	5,976	<b>5,440</b>	-9.0%	<b>2.8%</b>
Adhesive Technologies	2,995	<b>2,711</b>	-9.5%	<b>0.8%</b>
Consumer Brands	2,916	<b>2,695</b>	-7.6%	<b>6.2%</b>
<b>Janeiro-Setembro 2023</b>	<b>1-9/2022</b>	<b>1-9/2023</b>		
Grupo Henkel	16,889	<b>16,366</b>	-3.1%	<b>4.1%</b>
Adhesive Technologies	8,462	<b>8,186</b>	-3.3%	<b>3.3%</b>
Consumer Brands	8,251	<b>8,060</b>	-2.3%	<b>5.9%</b>

Apesar de a demanda ter permanecido baixa em alguns mercados finais relevantes para a Henkel, a unidade de negócios **Adhesive Technologies** registrou um crescimento orgânico positivo das vendas no terceiro trimestre, impulsionado pelas áreas de negócios Mobility & Electronics e Craftsmen, Construction & Professional. O forte crescimento orgânico das vendas na unidade de negócios **Consumer Brands**, que vem operando na nova configuração desde o início do ano, foi impulsionado pelas áreas de negócios globais Laundry & Home Care e Hair.

"Em ambas as unidades de negócios, o desenvolvimento do volume melhorou claramente no terceiro trimestre em comparação com o trimestre anterior, o que confirma nossa expectativa, conforme declarado na publicação dos resultados do primeiro semestre. E para o próximo trimestre, esperamos uma melhora sequencial adicional", acrescentou Knobel.

Além disso, a Henkel continuou a fazer um bom progresso no terceiro trimestre com a implementação de sua **agenda de crescimento estratégico**. Com a aquisição da Critica Infrastructure, a Henkel adicionou um negócio adjacente atraente ao portfólio de sua unidade de negócios de Adhesive Technologies, com o objetivo de criar uma plataforma para crescimento adicional: A Critica é um fornecedor especializado em soluções inovadoras de reparo e reforço de compostos usados em uma ampla gama de aplicações industriais. Na unidade de negócios Consumer Brands, a integração dos negócios de consumo está progredindo antes do planejado. Espera-se que mais de 80% da economia líquida de cerca de 250 milhões de euros, almejada em uma primeira etapa até o final de 2024, já tenha sido realizada até o final de 2023. Além disso, a empresa tem concentrado rigorosamente seu portfólio de Consumer Brands em marcas e produtos com perfis de margem e crescimento robustos.

"Continuamos a conduzir nossas prioridades estratégicas de forma consistente em ambas as unidades de negócios no terceiro trimestre. Assim, continuamos no caminho certo para gerar mais crescimento e expandir nossas posições de liderança no mercado global", disse Knobel.

## Desempenho de vendas do grupo

As **vendas do grupo** no **terceiro trimestre de 2023** atingiram 5.440 milhões de euros, uma redução nominal de -9,0% em comparação com o trimestre do ano anterior. Os efeitos de aquisições e desinvestimentos - incluindo o impacto da venda dos negócios na Rússia - reduziram as vendas em -5,5%. Os efeitos do câmbio também afetaram negativamente o desenvolvimento das vendas em -6,3%.

**Organicamente** (ou seja, ajustado para câmbio e aquisições/desinvestimentos), as vendas aumentaram 2,8%. Esse crescimento foi impulsionado pela manutenção de preços em ambas as unidades de negócios. Os volumes diminuíram em relação ao ano anterior, mas o desenvolvimento do volume em ambas as unidades de negócios mostrou uma significativa melhora sequencial em comparação com o segundo trimestre de 2023.

As **vendas** nos primeiros **nove meses de 2023** atingiram 16.366 milhões de euros, representando uma redução nominal de -3,1%. **Organicamente**, a Henkel registrou um crescimento de vendas muito forte de 4,1%, impulsionado por um aumento de dois dígitos nos preços.

## Desempenho de vendas do grupo

Em milhões de euros	Q3/2022	Q3/2023	1-9/2022	1-9/2023
<b>Vendas</b>	<b>5,976</b>	<b>5,440</b>	<b>16,889</b>	<b>16,366</b>
<b>Varição x Ano anterior</b>	<b>17.3%</b>	<b>-9.0%</b>	<b>12.5%</b>	<b>-3.1%</b>
Câmbio	6.6%	-6.3%	3.9%	-3.9%
<b>Ajustado para câmbio estrangeiro</b>	<b>10.7%</b>	<b>-2.7%</b>	<b>8.6%</b>	<b>0.8%</b>
Aquisições/desinvestimentos	-0.6%	-5.5%	-1.1%	-3.4%
<b>Orgânico</b>	<b>11.3%</b>	<b>2.8%</b>	<b>9.7%</b>	<b>4.1%</b>
Preço	14.7%	8.3%	11.6%	10.8%
Volume	-3.4%	-5.5%	-1.9%	-6.7%

O crescimento orgânico das vendas no **terceiro trimestre** foi impulsionado pelas regiões da **Europa, América do Norte, América Latina e IMEA**. Em contrapartida, o desenvolvimento das vendas orgânicas na região **Ásia-Pacífico** foi negativo, principalmente devido ao ambiente de mercado tenso que prevalece na China.

## Desempenho de vendas por região

Em milhões de euros	Europa	IMEA	América do Norte	América Latina	Ásia-Pacífico	Corporativo	Grupo Henkel
<b>Vendas<sup>1</sup></b>							
<b>Julho–Setembro 2023</b>	<b>2,040</b>	<b>594</b>	<b>1,517</b>	<b>420</b>	<b>837</b>	<b>34</b>	<b>5,440</b>
Vendas <sup>1</sup>							
Julho–Setembro 2022	2,358	618	1,548	413	974	65	<b>5,976</b>
Variação x ano anterior	-13.5%	-3.9%	-2.0%	1.5%	-14.1%	–	<b>-9.0%</b>
Orgânico	0.9%	24.7%	3.2%	5.8%	-4.7%	–	<b>2.8%</b>
<b>Proporção de vendas do grupo 2023</b>	<b>37%</b>	<b>11%</b>	<b>28%</b>	<b>8%</b>	<b>15%</b>	<b>1%</b>	<b>100%</b>
Proporção de vendas do grupo 2022	39%	10%	26%	7%	16%	1%	<b>100%</b>

<sup>1</sup> Por localização da empresa.

Também nos **primeiros nove meses de 2023**, o forte crescimento orgânico das vendas da Henkel foi impulsionado por todas as regiões, com exceção da região Ásia-Pacífico.

## Desempenho de vendas por região

Em milhões de euros	Europa	IMEA	América do Norte	América Latina	Ásia-Pacífico	Corporativo	Grupo Henkel
<b>Vendas<sup>1</sup></b>							
<b>Janeiro–Setembro 2023</b>	<b>6,324</b>	<b>1,610</b>	<b>4,621</b>	<b>1,254</b>	<b>2,438</b>	<b>120</b>	<b>16,366</b>
Vendas <sup>1</sup>							
Janeiro–Setembro 2022	6,792	1,713	4,421	1,146	2,642	175	<b>16,889</b>
Variação x ano anterior	-6.9%	-6.0%	4.5%	9.5%	-7.7%	–	<b>-3.1%</b>
Orgânico	1.9%	25.3%	3.6%	10.5%	-3.4%	–	<b>4.1%</b>
<b>Proporção de vendas do grupo 2023</b>	<b>39%</b>	<b>10%</b>	<b>28%</b>	<b>8%</b>	<b>15%</b>	<b>1%</b>	<b>100%</b>
Proporção de vendas do grupo 2022	40%	10%	26%	7%	16%	1%	<b>100%</b>

<sup>1</sup> Por localização da empresa.

## Resultados de vendas Adhesive Technologies

A unidade de negócios Adhesive Technologies gerou **vendas** de 2.711 milhões de euros no terceiro trimestre de 2023 (ano anterior: 2.995 milhões de euros). Isso representa um desenvolvimento **nominal** de -9,5%. **Organicamente** (ou seja, ajustado para câmbio e aquisições/desinvestimentos), as vendas aumentaram 0,8%. Esse crescimento foi impulsionado por um forte aumento nos preços. Os volumes, por outro lado, ficaram abaixo do nível do ano anterior, pois a demanda em alguns mercados finais relevantes permaneceu fraca. As aquisições/desinvestimentos reduziram as vendas em -3,8%. Os efeitos do câmbio tiveram um impacto negativo adicional de -6,5%.

Nos **primeiros nove meses de 2023**, a unidade de negócios Adhesive Technologies registrou uma redução **nominal** nas vendas de -3,3% para 8.186 milhões de euros. **Organicamente**, a unidade de negócios obteve um forte aumento nas vendas de 3,3%, impulsionado pelos preços.

### Desempenho de vendas Adhesive Technologies

Em milhões de euros	Q3/2022	Q3/2023	1-9/2022	1-9/2023
<b>Vendas</b>	<b>2,995</b>	<b>2,711</b>	<b>8,462</b>	<b>8,186</b>
Proporção de vendas do grupo	50%	50%	50%	50%
<b>Varição x ano anterior</b>	<b>22.6%</b>	<b>-9.5%</b>	<b>17.6%</b>	<b>-3.3%</b>
Câmbio	7.7%	-6.5%	5.0%	-3.6%
<b>Ajustado para câmbio estrangeiro</b>	<b>14.9%</b>	<b>-3.0%</b>	<b>12.6%</b>	<b>0.3%</b>
Aquisições/desinvestimentos	-1.9%	-3.8%	-1.1%	-3.0%
<b>Orgânico</b>	<b>16.8%</b>	<b>0.8%</b>	<b>13.7%</b>	<b>3.3%</b>
Preço	15.8%	4.9%	13.2%	8.3%
Volume	1.0%	-4.1%	0.5%	-5.0%

O crescimento orgânico positivo das vendas alcançado no **terceiro trimestre** foi impulsionado pelas áreas de negócios Mobility & Electronics e Craftsmen, Construction & Professional. A área de negócios de **Mobility & Electronics** apresentou um crescimento orgânico de vendas muito forte, de 4,6%. Esse aumento foi impulsionado pelo negócio Automotivo, enquanto o desempenho do negócio de Eletronics ficou abaixo do ano anterior devido à demanda persistentemente fraca. A área de negócios Industrials registrou um crescimento orgânico positivo nas vendas. A área de negócios **Packaging & Consumer Goods** registrou um desenvolvimento orgânico de vendas de -5,0%, com queda nas vendas de ambos os negócios. Isso se deveu tanto à demanda mais fraca quanto às altas taxas de comparação alcançadas no período do ano anterior. A área de negócios **Craftsmen, Construction & Professional** gerou um crescimento orgânico de vendas de 2,8%, impulsionado pelos negócios Construction e pelas atividades de Consumer & Craftsmen. Em contraste, a área de negócios de General Manufacturing & Maintenance registrou um desenvolvimento ligeiramente negativo, causado por uma demanda enfraquecida.

## Desenvolvimento de vendas por área de negócio

Em milhões de euros	Vendas			Orgânico
	Q3/2022	Q3/2023	+/-	
<b>Terceiro trimestre de 2023</b>				
Adhesive Technologies	2,995	<b>2,711</b>	-9.5%	<b>0.8%</b>
Mobility & Electronics	1,009	<b>980</b>	-2.8%	<b>4.6%</b>
Packaging & Consumer Goods	993	<b>855</b>	-13.8%	<b>-5.0%</b>
Craftsmen, Construction & Professional	994	<b>876</b>	-11.8%	<b>2.8%</b>
<b>Janeiro–Setembro 2023</b>	<b>1–9/2022</b>	<b>1–9/2023</b>		
Adhesive Technologies	8,462	<b>8,186</b>	-3.3%	<b>3.3%</b>
Mobility & Electronics	2,767	<b>2,879</b>	4.1%	<b>8.6%</b>
Packaging & Consumer Goods	2,848	<b>2,588</b>	-9.1%	<b>-2.7%</b>
Craftsmen, Construction & Professional	2,848	<b>2,719</b>	-4.5%	<b>4.1%</b>

Em uma perspectiva regional, o desempenho da unidade de negócios Adhesive Technologies no terceiro trimestre foi misto. Na **Europa**, o desenvolvimento orgânico das vendas foi ligeiramente negativo. Aqui, o crescimento nas áreas de negócios Mobility & Electronics e Craftsmen, Construction & Professional não foi capaz de compensar o desenvolvimento negativo das vendas registrado na área de negócios Packaging & Consumer Goods. A região da **América do Norte** registrou um crescimento orgânico positivo nas vendas, impulsionado pela área de negócios Mobility & Electronics. Adhesive Technologies alcançou um crescimento orgânico de vendas de dois dígitos na região **IMEA**, para o qual todas as áreas de negócios contribuíram. O crescimento orgânico das vendas foi muito forte na região da **América Latina**, impulsionado pelas áreas de negócios Mobility & Electronics e Packaging & Consumer Goods. Em contrapartida, a região **Ásia-Pacífico** registrou um declínio em relação ao ano anterior, uma vez que todas as áreas de negócios foram afetadas, especialmente pelo ambiente de mercado tenso que prevalece na China.

## Resultados de vendas Consumer Brands

A unidade de negócios Consumer Brands atingiu **vendas** de 2.695 milhões de euros no **terceiro trimestre de 2023**, uma redução **nominal** de -7,6% em relação ao trimestre do ano anterior. **Organicamente** (ou seja, ajustado para câmbio e aquisições/desinvestimentos), as vendas aumentaram 6,2%. Esse crescimento foi impulsionado por um aumento de dois dígitos no preço. Em contrapartida, os volumes diminuíram, também devido às medidas contínuas de otimização do portfólio. Os efeitos do câmbio reduziram as vendas em -6,3% e as aquisições/desinvestimentos tiveram um impacto negativo de -7,5%.

**Nos primeiros nove meses de 2023**, as **vendas** na unidade de negócios Consumer Brands atingiram 8.060 milhões de euros e, portanto, ficaram -2,3% abaixo do ano anterior em termos nominais. **Organicamente**, as vendas cresceram 5,9%, impulsionadas pelo preço.

### Desempenho de vendas Consumer Brands

Em milhões de euros	Q3/2022	Q3/2023	1-9/2022	1-9/2023
<b>Vendas</b>	<b>2,916</b>	<b>2,695</b>	<b>8,251</b>	<b>8,060</b>
Proporção de vendas do grupo	50%	50%	50%	49%
<b>Varição x Ano anterior</b>	<b>11.5%</b>	<b>-7.6%</b>	<b>6.8%</b>	<b>-2.3%</b>
Câmbio	5.7%	-6.3%	2.8%	-4.2%
<b>Ajustado para câmbio estrangeiro</b>	<b>5.8%</b>	<b>-1.3%</b>	<b>3.9%</b>	<b>1.9%</b>
Aquisições/desinvestimentos	0.8%	-7.5%	-1.0%	-4.0%
<b>Orgânico</b>	<b>5.0%</b>	<b>6.2%</b>	<b>5.0%</b>	<b>5.9%</b>
Preço	13.7%	11.9%	10.2%	13.3%
Volume	-8.7%	-5.7%	-5.2%	-7.5%

A área de negócios **Laundry & Home Care** gerou um crescimento de vendas orgânicas muito forte de 5,8% no terceiro trimestre. O negócio de Laundry Care registrou um aumento muito forte nas vendas orgânicas, impulsionado principalmente pelo crescimento significativo de dois dígitos nas vendas da categoria Fabric Care. O negócio Home Care também apresentou um crescimento muito forte, impulsionado principalmente por um aumento significativo nas vendas da categoria Toilet Care.

A área de negócios **Hair** registrou um crescimento orgânico significativo de vendas de 8,9% no terceiro trimestre. Dentro dessa área de negócios, o negócio Consumer obteve um crescimento de dois dígitos, impulsionado pelas categorias Hair Styling e Hair Care. O negócio Professional registrou um crescimento orgânico de vendas muito forte.

Os **Other Consumer Businesses** apresentaram um desenvolvimento de vendas orgânicas ligeiramente negativo de -0,6% no terceiro trimestre, também resultante de medidas de portfólio.

## Desempenho de vendas por área de negócio

Em milhões de euros	Vendas			
	Q3/2022	Q3/2023	+/-	Organic
<b>Terceiro trimestre de 2023</b>				
Consumer Brands	2,916	<b>2,695</b>	-7.6%	<b>6.2%</b>
Laundry & Home Care	1,902	<b>1,726</b>	-9.3%	<b>5.8%</b>
Hair	799	<b>779</b>	-2.5%	<b>8.9%</b>
Other Consumer Businesses	214	<b>190</b>	-11.1%	<b>-0.6%</b>
<b>Janeiro–Setembro 2023</b>	<b>1–9/2022</b>	<b>1–9/2023</b>		
Consumer Brands	8,251	<b>8,060</b>	-2.3%	<b>5.9%</b>
Laundry & Home Care	5,396	<b>5,179</b>	-4.0%	<b>5.5%</b>
Hair	2,254	<b>2,347</b>	4.1%	<b>8.3%</b>
Other Consumer Businesses	601	<b>534</b>	-11.0%	<b>-0.2%</b>

Em uma perspectiva regional, a unidade de negócios Consumer Brands obteve um bom crescimento orgânico de vendas na **Europa** no terceiro trimestre, impulsionado principalmente pela área de negócios Hair. A região da **América do Norte** registrou um crescimento orgânico de vendas muito forte, com a contribuição de todas as áreas de negócios. O crescimento orgânico das vendas na região da **América Latina** também foi muito forte, impulsionado principalmente pela área de negócios Hair. A região **IMEA** obteve um crescimento orgânico de dois dígitos nas vendas, com a contribuição das áreas de negócios Laundry & Home Care e Hair. Em contrapartida, o desenvolvimento das vendas orgânicas na região **Ásia-Pacífico** ficou abaixo do trimestre do ano anterior, devido ao fato de a área de negócios Hair ter sido afetada por um desenvolvimento de mercado silencioso, especialmente na China.

## Ativos líquidos e posição financeira do grupo

Não ocorreram mudanças substanciais nos ativos líquidos e na posição financeira do Grupo no período em análise em comparação com a situação em 30 de junho de 2023.

## Perspectivas para o grupo Henkel

Com base no desempenho dos negócios nos primeiros nove meses de 2023 e nas suposições em relação ao restante do ano, o Conselho de Administração da Henkel AG & Co. KGaA decidiu aumentar a orientação para o ano fiscal de 2023.

Para o **Grupo Henkel**, espera-se agora que o crescimento orgânico das vendas no ano fiscal de 2023 esteja na faixa de 3,5 a 4,5% (anteriormente: 2,5 a 4,5%). O crescimento orgânico das vendas na unidade de negócios **Adhesive Technologies** está agora previsto para ficar na faixa de 2,5 a 3,5% (anteriormente: de 2 a 4%) e na unidade de negócios de **Consumer Brands** na faixa de 5 a 6% (anteriormente: de 3% a 5%).

Para o **Grupo Henkel**, espera-se que o **retorno ajustado sobre as vendas (margem EBIT)** esteja agora na faixa de 11,5% a 12,5% (anteriormente: de 11% a 12,5%). Para a unidade de negócios **Adhesive Technologies**, espera-se agora que o retorno ajustado sobre as vendas esteja na faixa de 14 a 15% (anteriormente: de 13,5 a 15%) e para a unidade de negócios **Consumer Brands** na faixa de 10 a 11% (anteriormente: de 9,5 a 11%).

A faixa de orientação esperada para o **lucro ajustado por ação preferencial (EPS)** a taxas de câmbio constantes foi aumentada para 15% a 25% (anteriormente: de 5% a 20%).

Além disso, atualizamos as seguintes expectativas para 2023:

- Despesas de reestruturação de cerca de 300 milhões de euros (anteriormente: de 300 a 350 milhões de euros)
- Saídas de caixa para investimentos em imobilizado e ativos intangíveis de cerca de 650 milhões de euros (anteriormente: de 650 a 750 milhões de euros)

As seguintes expectativas para 2023 permanecem inalteradas:

- Impacto da moeda nas vendas: impacto negativo na faixa percentual média de um dígito <sup>1</sup>
- Impacto de fusões e aquisições nas vendas: impacto negativo na faixa percentual média de um dígito <sup>2</sup>
- Preços de materiais diretos: aumento na faixa percentual baixa de um dígito<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Em comparação com a média do ano anterior.

<sup>2</sup> Incluindo o efeito da saída das atividades comerciais na Rússia.

## **Estrutura de relatórios alterada a partir do primeiro trimestre de 2023**

À luz da estrutura de relatório alterada adotada a partir do primeiro trimestre de 2023 (consulte os detalhes no relatório semestral da Henkel de 2023, página 5), os números do ano anterior indicados para a unidade de negócios Consumer Brands, para as áreas de negócios dentro das duas unidades de negócios e para as regiões da Europa, IMEA e Ásia-Pacífico refletem, em cada caso, a nova estrutura.

Observação: todos os números individuais neste documento foram arredondados comercialmente. A adição pode resultar em desvios dos totais indicados.

## **Sobre a Henkel**

Com suas marcas, inovações e tecnologias, a Henkel detém posições de liderança no mercado mundial nos setores industrial e de consumo. A unidade de negócios Adhesive Technologies é líder global no mercado de adesivos, selantes e revestimentos funcionais. Com as Marcas de Consumo, a empresa detém posições de liderança, especialmente em cuidados com os cabelos e lavanderia e cuidados domésticos 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 2022, a Henkel registrou vendas de mais de 22 bilhões de euros e lucro operacional ajustado de cerca de 2,3 bilhões de euros. As ações preferenciais da Henkel estão listadas no índice de ações alemão DAX. A sustentabilidade tem uma longa tradição na Henkel, e a empresa tem uma estratégia clara de sustentabilidade com metas específicas. A Henkel foi fundada em 1876 e hoje emprega uma equipe diversificada de cerca de 50.000 pessoas em todo o mundo - unidas por uma forte cultura corporativa, valores compartilhados e um propósito comum: "Pioneiros de coração para o bem das gerações". Mais informações em [www.henkel.com](http://www.henkel.com).

Este documento contém declarações referentes ao desenvolvimento futuro dos negócios, desempenho financeiro e outros eventos ou desenvolvimentos de relevância futura para a Henkel que podem constituir declarações prospectivas. As declarações com relação ao futuro são caracterizadas pelo uso de palavras como esperar, pretender, planejar, antecipar, acreditar, estimar e termos similares. Tais declarações são baseadas em estimativas e suposições atuais feitas pela gerência corporativa da Henkel AG & Co. KGaA. Essas declarações não devem ser entendidas como uma garantia de que essas expectativas serão precisas. O desempenho futuro e os resultados de fato alcançados pela Henkel AG & Co. KGaA e suas empresas afiliadas dependem de uma série de riscos e incertezas e podem, portanto, diferir materialmente (tanto positiva quanto negativamente) das declarações prospectivas. Muitos desses fatores estão fora do controle da Henkel e não podem ser estimados com precisão antecipadamente, tais como o ambiente econômico futuro e as ações dos concorrentes e outros envolvidos no mercado. A Henkel não planeja nem se compromete a atualizar as declarações prospectivas.

Este documento inclui indicadores financeiros suplementares que não estão claramente definidos na estrutura de relatório financeiro aplicável e que são ou podem ser medidas de desempenho alternativas. Esses indicadores financeiros suplementares não devem ser vistos isoladamente ou como alternativas às medidas dos ativos líquidos e da posição financeira da Henkel ou dos resultados de suas operações.

## Calendário Financeiro

**Publicação do Relatório para o exercício de 2023:**

Segunda-feira, 04 de março de 2024

**Assembleia Geral Anual da Henkel AG & Co. KGaA 2024:**

Segunda-feira, 22 de abril de 2024

**Publicação da declaração para o primeiro trimestre de 2024:**

Quarta-feira, 8 de maio de 2024

Mais informações contendo material para download e o link para ouvir a teleconferência estão disponíveis em:

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

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