

# Communiqué de presse

9 novembre 2023

Poursuite de la croissance au troisième trimestre

## Henkel relève ses perspectives pour l'exercice 2023

- **Ventes du Groupe : environ 5,4 milliards d'euros, croissance organique des ventes de +2.8 %**
- **Croissance organique tirée par les deux activités :**
  - **Adhesive Technologies : croissance organique positive des ventes de +0.8 %**
  - **Consumer Brands : très forte croissance organique des ventes de +6.2 %**
- **Adhesive Technologies renforce sa stratégie de croissance par le biais de fusions et d'acquisitions : acquisition de Critica Infrastructure**
- **Consumer Brands : intégration nettement en avance sur les prévisions - plus de 80% des économies attendues d'ici à la fin de l'année 2023**
- **Perspectives pour l'exercice 2023 revues à la hausse :**
  - **Croissance organique des ventes : 3,5 à 4,5 % (précédemment : 2,5 à +4,5 %)**
  - **Rentabilité ajustée des ventes (marge EBIT) : 11,5 à 12,5 % (précédemment : 11,0 à 12,5 %)**
  - **Bénéfice par action privilégiée (EPS) : augmentation de l'ordre de 15 à 25 % à taux de change constants (précédemment : 5 à 20 %)**

Düsseldorf, le 9 novembre 2023 - Au cours du **troisième trimestre 2023**, Henkel a enregistré des **ventes** d'environ 5,4 milliards d'euros et une croissance organique des ventes de 2.8 %. Cette croissance est due au maintien de prix élevés, compte tenu de l'augmentation significative des prix des matières premières par rapport à l'année précédente. L'évolution des volumes a été négative mais a connu une amélioration notable par rapport au deuxième

trimestre. Nominale, les ventes ont été inférieures de 9 % à celles du trimestre de l'année précédente, principalement en raison de l'arrêt des activités commerciales en Russie au deuxième trimestre et des impacts négatifs des effets de change.

« Malgré la persistance d'un environnement de marché difficile, nous avons réussi à maintenir notre dynamique de croissance au troisième trimestre, à laquelle nos deux activités ont contribué. Sur la base de cette performance, nous avons aujourd'hui revu à la hausse nos **perspectives** pour l'exercice en cours. En particulier pour le bénéfice par action privilégiée, nous prévoyons maintenant une augmentation significative de l'ordre de 15 à 25 % à taux de change constant », a déclaré Carsten Knobel, Président du Comité de Direction de Henkel.

« Nous avons également renforcé notre portefeuille Adhesive Technologies avec une acquisition attractive - qui témoigne notamment de notre volonté de nous concentrer davantage sur la croissance par le biais de fusions et d'acquisitions. En outre, nous sommes clairement en avance sur nos prévisions en ce qui concerne l'intégration de notre activité Consumer Brands, qui représente la plus grande transformation de notre entreprise au cours des dernières décennies ».

## Développement des ventes par activité

en millions d'euros	Ventes			
	T3/2022	T3/2023	+/-	Organique
<b>Troisième trimestre 2023</b>				
Groupe Henkel	5976	<b>5440</b>	-9,0%	<b>2,8%</b>
Adhesive Technologies	2995	<b>2711</b>	-9,5%	<b>0,8%</b>
Consumer Brands	2916	<b>2695</b>	-7,6%	<b>6,2%</b>
<b>janvier-septembre 2023</b>	<b>1-9/2022</b>	<b>1-9/2023</b>		
Groupe Henkel	16889	<b>16366</b>	-3,1%	<b>4,1%</b>
Adhesive Technologies	8462	<b>8186</b>	-3,3%	<b>3,3%</b>
Consumer Brands	8251	<b>8060</b>	-2,3%	<b>5,9%</b>

Bien que la demande soit restée faible sur certains marchés finaux importants pour Henkel, l'activité **Adhesive Technologies** a enregistré une croissance organique positive de ses ventes au troisième trimestre, grâce aux secteurs d'activité Mobility & Electronics et Craftsmen, Construction & Professional. La très forte croissance organique des ventes de l'activité **Consumer Brands**, qui opère depuis le début de l'année avec sa nouvelle configuration, a été tirée par les secteurs d'activité mondiaux Laundry & Home Care et Hair.

« Dans les deux activités, l'évolution des volumes s'est nettement améliorée au troisième trimestre par rapport au trimestre précédent, ce qui confirme les attentes que nous avons formulées lors de la publication de nos résultats pour le premier semestre. Pour le trimestre à venir, nous prévoyons une nouvelle amélioration séquentielle », a ajouté Carsten Knobel.

En outre, Henkel a continué à réaliser des progrès importants au cours du troisième trimestre dans la mise en œuvre de son **agenda stratégique pour une croissance ciblée**. Avec l'acquisition de Critica Infrastructure, Henkel a ajouté une activité adjacente attractive au portefeuille de son activité Adhesive Technologies, dans le but de créer une plateforme pour une croissance future : Critica est un fournisseur spécialisé dans les solutions innovantes de réparation et de renforcement des composites utilisées dans une large gamme d'applications industrielles. Au sein de l'activité Consumer Brands, l'intégration des activités grand public progresse plus vite que prévu. Plus de 80 % des économies nettes d'environ 250 millions d'euros visées dans un premier temps d'ici à la fin de l'année 2024 devraient déjà être réalisées d'ici à la fin de l'année 2023. Par ailleurs, le groupe a rigoureusement concentré son portefeuille Consumer Brands sur des marques et des produits présentant des profils de marge et de croissance solides.

« Au troisième trimestre, nous avons continué à mettre en œuvre de manière cohérente nos priorités stratégiques dans nos deux activités. Nous restons donc sur la bonne voie pour générer une croissance supplémentaire et renforcer nos positions de leader mondial sur nos marchés », a déclaré M. Knobel.

## Performance des ventes du Groupe

Au **troisième trimestre 2023**, les **ventes du Groupe** ont atteint 5,440 millions d'euros, soit une baisse  **nominale**  de -9,0 % par rapport au trimestre de l'année précédente. Les effets des acquisitions et des cessions - y compris l'impact de la vente des activités en Russie - ont réduit les ventes de -5,5 %. Les effets de change ont également eu un impact négatif sur l'évolution des ventes de -6,3 %.  **Sur le plan organique**  (c'est-à-dire après ajustement des taux de change et des acquisitions/désinvestissements), les ventes ont augmenté de 2,8 %. Cette croissance est due au maintien de prix élevés dans les deux activités. Les volumes ont diminué en glissement annuel, mais l'évolution des volumes dans les deux activités a montré une amélioration séquentielle notable par rapport au deuxième trimestre 2023.

Au cours des **neuf premiers mois de 2023**, les **ventes** ont atteint 16 366 millions d'euros, ce qui représente une baisse  **nominale**  de -3,1 %.  **Sur le plan organique** , Henkel a enregistré une très forte croissance de ses ventes de +4,1 %, grâce à une augmentation à deux chiffres des prix.

## Performance des ventes du Groupe

en millions d'euros	T3/2022	T3/2023	1-9/2022	1-9/2023
<b>Ventes</b>	<b>5976</b>	<b>5440</b>	<b>16889</b>	<b>16366</b>
<b>Variation par rapport à l'année précédente</b>	<b>17,3 %</b>	<b>-9,0%</b>	<b>12,5%</b>	<b>-3,1%</b>
Change	6,6%	-6,3%	3,9%	-3,9%
<b>Ajusté pour le change</b>	<b>10,7%</b>	<b>-2,7%</b>	<b>8,6%</b>	<b>0,8%</b>
Acquisitions/désinvestissements	-0,6%	-5,5%	-1,1%	-3,4%
<b>Organique</b>	<b>11,3%</b>	<b>2,8%</b>	<b>9,7%</b>	<b>4,1%</b>
Dont prix	14,7%	8,3%	11,6%	10,8%
Dont volume	-3,4%	-5,5%	-1,9%	-6,7%

La croissance organique des ventes au **troisième trimestre** a été tirée par les régions **Europe, Amérique du Nord, Amérique latine** et **IMEA**. En revanche, l'évolution des ventes organiques dans la région **Asie-Pacifique** a été négative, principalement en raison de l'environnement de marché tendu qui prévaut en Chine.

## Performance des ventes par région

en millions d'euros	Europe	IMEA	Amérique du Nord	Amérique Latine	Asie-Pacifique	Entreprise	Groupe Henkel
<b>Ventes<sup>1</sup></b>							
<b>juillet-septembre 2023</b>	<b>2040</b>	<b>594</b>	<b>1517</b>	<b>420</b>	<b>837</b>	<b>34</b>	<b>5440</b>
Ventes <sup>1</sup>							
juillet-septembre 2022	2358	618	1548	413	974	65	<b>5976</b>
Variation par rapport à l'année précédente	-13,5%	-3,9%	-2,0%	1,5%	-14,1%	-	<b>-9,0%</b>
Organique	0,9%	24,7%	3,2%	5,8%	-4,7%	-	<b>2,8%</b>
<b>Proportion des ventes du Groupe</b>							
<b>2023</b>	<b>37%</b>	<b>11%</b>	<b>28%</b>	<b>8%</b>	<b>15%</b>	<b>1%</b>	<b>100%</b>
Proportion des ventes du Groupe							
2022	39%	10%	26%	7%	16%	1%	<b>100%</b>

<sup>1</sup> Par localisation de l'entreprise.

Au cours des **neuf premiers mois de 2023**, la très forte croissance organique des ventes de Henkel a été tirée par toutes les régions, à l'exception de la région Asie-Pacifique.

## Performance des ventes par région

	Europe	IMEA	Amérique du Nord	Amérique Latine	Asie-Pacifique	Entreprises	Groupe Henkel
<b>en millions d'euros</b>							
<b>Ventes<sup>1</sup></b>							
janvier-septembre 2023	6324	1610	4621	1254	2438	120	16366
Ventes <sup>1</sup>							
janvier-septembre 2022	6792	1713	4421	1146	2642	175	16889
Variation par rapport à l'année précédente	-6,9%	-6,0%	4,5%	9,5%	-7,7%	–	-3,1%
Organique	1,9%	25,3%	3,6%	10,5%	-3,4%	–	4,1%
<b>Proportion des ventes du Groupe</b>							
<b>2023</b>	<b>39%</b>	<b>10%</b>	<b>28%</b>	<b>8%</b>	<b>15%</b>	<b>1%</b>	<b>100%</b>
Proportion des ventes du Groupe 2022	40%	10%	26%	7%	16%	1%	100%

<sup>1</sup> Par localisation de l'entreprise.

## Performance des ventes Adhesive Technologies

La branche Adhesive Technologies a réalisé un **chiffre d'affaires** de 2 711 millions d'euros au troisième trimestre 2023 (année précédente : 2 995 million d'euros). Cela correspond à une évolution nominale de -9,5 %. **Sur le plan organique** (c'est-à-dire après ajustement des taux de change et des acquisitions/désinvestissements), les ventes ont augmenté de 0,8 %. Cette hausse est due à une forte augmentation des prix. En revanche, les volumes ont été inférieurs à ceux de l'année précédente, la demande étant restée faible sur certains marchés. Les acquisitions et les désinvestissements ont réduit les ventes de -3,8 %. Les effets de change ont eu un impact négatif supplémentaire de -6,5 %.

Au cours des **neuf premiers mois de 2023**, l'activité Laundry & Home Care a enregistré une baisse **nominale** de ses ventes de -3,3 % à 8,186 millions d'euros. **Sur le plan organique**, l'activité a réalisé une augmentation significative de ses ventes de 3,3 %, portée par les prix.

## Performance des ventes Adhesive Technologies

en millions d'euros	T3/2022	T3/2023	1-9/2022	1-9/2023
<b>Ventes</b>	<b>2995</b>	<b>2711</b>	<b>8462</b>	<b>8186</b>
Proportion des ventes du Groupe	50%	50%	50%	50%
<b>Variation par rapport à l'année précédente</b>	<b>22,6%</b>	<b>-9,5%</b>	<b>17,6%</b>	<b>-3,3%</b>
Change	7,7%	-6,5%	5,0%	-3,6%
<b>Ajusté pour le change</b>	<b>14,9%</b>	<b>-3,0%</b>	<b>12,6%</b>	<b>0,3%</b>
Acquisitions/désinvestissements	-1,9%	-3,8%	-1,1%	-3,0%
<b>Organique</b>	<b>16,8%</b>	<b>0,8%</b>	<b>13,7%</b>	<b>3,3%</b>
Dont prix	15,8%	4,9%	13,2%	8,3%
Dont volume	1,0%	-4,1%	0,5%	-5,0%

La croissance organique positive du chiffre d'affaires réalisée au **troisième trimestre** a été tirée par les activités Mobility & Electronics et Craftsmen, Construction & Professional. L'activité **Mobility & Electronics** a enregistré une très forte croissance organique des ventes à deux chiffres de 4,6 %. Cette croissance a été alimentée par l'activité Automotive, tandis que les performances du secteur Electronics ont été inférieures à celles de l'année précédente en raison de la faiblesse persistante de la demande. L'activité industrielle a enregistré une croissance organique positive de ses ventes. L'activité **Packaging & Consumer Goods** a enregistré une évolution organique des ventes de -5 %, avec une baisse des ventes dans les secteurs Consumer Goods et Packaging. Cela est dû à la fois à une demande plus faible et à des comparables élevés au cours de la période de l'année précédente. L'activité **Craftsmen, Construction & Professional** a généré une croissance organique des ventes de 2,8 %, grâce aux secteurs Construction et Consumer & Craftsmen. En revanche, le secteur General Manufacturing & Maintenance a enregistré une évolution légèrement négative en raison de l'affaiblissement de la demande.

## Evolution des ventes par secteur d'activité

en millions d'euros	Ventes			
	T3/2022	T3/2023	+/-	Organique
<b>Troisième trimestre 2023</b>				
Adhesive Technologies	2995	<b>2711</b>	-9,5%	<b>0,8%</b>
Mobility & Electronics	1009	<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>janvier - septembre 2023</b>	<b>1-9/2022</b>	<b>1-9/2023</b>		
Adhesive Technologies	8462	<b>8186</b>	-3,3%	<b>3,3%</b>
Mobility & Electronics	2767	<b>2879</b>	4,1%	<b>8,6%</b>
Packaging & Consumer Goods	2848	<b>2588</b>	-9,1%	<b>-2,7%</b>
Craftsmen, Construction & Professional	2848	<b>2719</b>	-4,5%	<b>4,1%</b>

D'un point de vue régional, les performances de la branche Adhesive Technologies au troisième trimestre sont contrastés. En **Europe**, l'évolution organique des ventes a été légèrement négative. La croissance des activités Mobility & Electronics et Craftsmen, Construction & Professional n'a pas permis de compenser l'évolution négative des ventes de l'activité Packaging & Consumer Goods. La région **Amérique du Nord** a enregistré une croissance organique positive de ses ventes, sous l'impulsion de l'activité Mobility & Electronics. La branche Adhesive Technologies a enregistré une croissance organique des ventes à deux chiffres dans la région **IMEA**, à laquelle tous les domaines d'activité ont contribué. La croissance organique des ventes a été très forte dans la région de l'**Amérique latine**, grâce aux activités Mobility & Electronics et Packaging & Consumer Goods. En revanche, la région **Asie-Pacifique** a enregistré un recul par rapport à l'année précédente, tous les domaines d'activité ayant été touchés, en particulier par l'environnement de marché tendu qui prévaut en Chine.

## Performance des ventes de l'activité Consumer Brands

La branche Laundry & Home Care a généré des **ventes** de 2 695 millions d'euros au troisième **trimestre 2023**, ce qui équivaut à une baisse **nominale** de -7,6 % par rapport au trimestre de l'année précédente. **Sur le plan organique** (c'est-à-dire après ajustement des taux de change et des acquisitions/désinvestissements), les ventes ont augmenté de 6,2 %. Cette croissance des ventes est due à une évolution à deux chiffres des prix. En revanche, les volumes ont diminué, notamment en raison des mesures d'optimisation du portefeuille en cours. Les effets de change ont diminué les ventes de -6,3 %, et les acquisitions/désinvestissements ont eu un impact négatif de -7,5 %.

Au cours des **neuf premiers mois de 2023**, les **ventes de** la branche Consumer Brands ont atteint 8 060 millions d'euros, soit -2,3 % de moins que l'année précédente en termes nominaux. **Sur le plan organique**, les ventes ont augmenté de 5,9 %, tirées par les prix.

### Performance des ventes de l'activité Consumer Brands

en millions d'euros	T3/2022	T3/2023	1-9/2022	1-9/2023
<b>Ventes</b>	<b>2916</b>	<b>2695</b>	<b>8251</b>	<b>8060</b>
Proportion des ventes du Groupe	50%	50%	50%	49%
<b>Variation par rapport à l'année précédente</b>	<b>11,5%</b>	<b>-7,6%</b>	<b>6,8%</b>	<b>-2,3%</b>
Change	5,7%	-6,3%	2,8%	-4,2%
<b>Ajusté pour le change</b>	<b>5,8%</b>	<b>-1,3%</b>	<b>3,9%</b>	<b>1,9%</b>
Acquisitions/désinvestissements	0,8%	-7,5%	-1,0%	-4,0%
<b>Organique</b>	<b>5,0%</b>	<b>6,2%</b>	<b>5,0%</b>	<b>5,9%</b>
Dont prix	13,7%	11,9%	10,2%	13,3%
Dont volume	-8,7%	-5,7%	-5,2%	-7,5%

L'activité **Laundry & Home Care** a enregistré une très forte croissance organique des ventes de 5,8 % au troisième trimestre. Le secteur Laundry Care a enregistré une très forte augmentation organique des ventes, principalement due à une croissance significative à deux chiffres des ventes dans la catégorie Fabric Care. Le secteur Home Care a également enregistré une très forte croissance, principalement grâce à une augmentation significative des ventes dans la catégorie Toilet Care.

L'activité **Hair** a affiché une croissance organique des ventes de 8,9 % au troisième trimestre. Au sein de ce secteur, le secteur Consumer (grand public) a enregistré une croissance à deux chiffres, grâce aux catégories Hair Styling et Hair Care. Le secteur Professional (destiné aux professionnels de la coiffure) a enregistré une très forte croissance organique des ventes.



Les **autres activités Consumer** ont connu une évolution organique des ventes légèrement négative de -0,6 % au cours du troisième trimestre, résultant également de mesures d'optimisation du portefeuille.

### Evolution des ventes par secteur d'activité

en millions d'euros	Ventes			
	T3/2022	T3/2023	+/-	Organique
<b>Troisième trimestre 2023</b>				
Consumer Brands	2916	<b>2695</b>	-7,6%	<b>6,2%</b>
Laundry & Home Care	1902	<b>1726</b>	-9,3%	<b>5,8%</b>
Hair	799	<b>779</b>	-2,5%	<b>8,9%</b>
Autres activités Consumer	214	<b>190</b>	-11,1%	<b>-0,6%</b>
<b>janvier - septembre 2023</b>	<b>1-9/2022</b>	<b>1-9/2023</b>		
Consumer Brands	8251	<b>8060</b>	-2,3%	<b>5,9%</b>
Laundry & Home Care	5396	<b>5179</b>	-4,0%	<b>5,5%</b>
Hair	2254	<b>2347</b>	4,1%	<b>8,3%</b>
Autres activités Consumer	601	<b>534</b>	-11,0%	<b>-0,2%</b>

D'un point de vue régional, la branche Consumer Brands a enregistré une bonne croissance organique de ses ventes en **Europe** au cours du troisième trimestre, principalement grâce à l'activité Hair. La région **Amérique du Nord** a enregistré une très forte croissance organique de ses ventes, à laquelle ont contribué tous les secteurs d'activité. La croissance organique des ventes dans la région de l'**Amérique latine** a également été très forte, principalement grâce à l'activité Hair. La région **IMEA** a enregistré une croissance organique à deux chiffres de ses ventes, grâce à la contribution des activités Laundry & Home Care et Hair.

En revanche, l'évolution organique des ventes dans la région **Asie-Pacifique** a été inférieure à celle du trimestre précédent, l'activité Hair ayant été affecté par l'évolution mitigée du marché, en particulier en Chine.

## 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 de la performance des neuf premiers mois de 2023 et des hypothèses concernant sa 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 2023.

Pour le **Groupe Henkel**, la croissance organique des ventes pour l'exercice 2023 est désormais attendue dans une fourchette de 3,5 à 4,5 % (précédemment : 2,5 à 4,5 %). La croissance organique des ventes de l'activité **Adhesive Technologies** devrait désormais se situer entre 2,5 et 3,5 % (précédemment : 2 à 4 %) et pour l'activité **Consumer Brands** entre 5 et 6 % (précédemment : 3 à 5 %).

Pour le **Groupe Henkel**, la **rentabilité ajustée des ventes (marge EBIT)** devrait désormais se situer dans une fourchette de 11,5 à 12,5 % (précédemment : 11,0 à 12,5 %). **Pour l'activité Adhesive Technologies, nous prévoyons un rendement ajusté des ventes de l'ordre de 14 à 15 % (précédemment : 13,5 à 15 %), et pour l'activité Consumer Brands de 10 à 11 % (précédemment : 9,5 à +11 %).**

La fourchette de prévisions pour le **bénéfice par action privilégiée (EPS)** à taux de change constant a été relevée à un niveau situé entre 15 et 25 % (précédemment : 5 à 20 %).

En outre, nous avons mis à jour les prévisions suivantes pour 2023 :

- Frais de restructuration à environ 300 millions d'euros (précédemment : 300 à 350 millions d'euros)
- Sorties de fonds pour les investissements en immobilisations corporelles et incorporelles d'environ 650 millions d'euros (précédemment : 650 à 750 millions d'euros)

Les prévisions suivantes pour 2023 restent inchangées :

- Impact des effets de change sur les ventes : impact négatif dans la fourchette moyenne d'un pourcentage à un chiffre<sup>1</sup>
- Impact des fusions et acquisitions sur les ventes : impact négatif dans la fourchette moyenne d'un pourcentage à un chiffre<sup>2</sup>
- Prix des matériaux directs : augmentation dans la fourchette basse d'un pourcentage à un chiffre<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Par rapport à la moyenne de l'année précédente.

<sup>2</sup> Y compris l'effet de l'abandon des activités commerciales en Russie.

## **Structure du rapport financier modifiée à partir du premier trimestre 2023**

Compte tenu de la nouvelle structure du rapport financier adoptée à partir du premier trimestre 2023 (voir détails dans le rapport semestriel 2023 de Henkel, page 5), les chiffres de l'année précédente indiqués pour l'activité Consumer Brands, pour les secteurs au sein des deux activités, et pour les régions Europe, IMEA et Asie-Pacifique reflètent dans chaque cas la nouvelle structure du rapport.

Remarque : Tous les chiffres individuels figurant dans ce document ont été arrondis commercialement. L'addition peut entraîner des écarts par rapport aux totaux indiqués.

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

## **A 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 (Le Chat en France) et Schwarzkopf. En 2022, Henkel a réalisé un chiffre d'affaires de plus de 22 milliards d'EUR et un bénéfice d'exploitation ajusté d'environ 2,3 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 50 000 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.fr](http://www.henkel.fr)

Ce document contient des déclarations relatives au développement futur de l'activité, aux performances financières et à d'autres événements ou développements futurs pour Henkel qui peuvent constituer des déclarations prévisionnelles. Les déclarations relatives à l'avenir se caractérisent par l'utilisation de termes tels que « s'attendre à », « avoir l'intention de », « planifier », « anticiper », « croire », « estimer » et d'autres termes similaires. Ces déclarations sont basées sur les estimations et les hypothèses actuelles de la direction de Henkel AG & Co. KGaA. Ces déclarations ne doivent pas être interprétées comme garantissant de quelque manière que ce soit que ces attentes se révéleront exactes. Les performances futures et les résultats effectivement obtenus par Henkel AG & Co. KGaA et ses sociétés affiliées dépendent d'un certain nombre de risques et d'incertitudes et peuvent donc différer matériellement (à la fois positivement et négativement) des déclarations prévisionnelles. Beaucoup de ces facteurs sont hors du contrôle de Henkel et ne peuvent être estimés avec précision à l'avance, tels que l'environnement économique futur et les actions des concurrents et autres acteurs du marché. Henkel ne prévoit ni ne s'engage à mettre à jour les déclarations prévisionnelles.

Ce document comprend des indicateurs financiers supplémentaires qui ne sont pas clairement définis dans le cadre d'information financière applicable et qui sont ou peuvent être des mesures de performance alternatives. Ces indicateurs financiers supplémentaires ne doivent pas être considérés isolément ou comme des alternatives aux mesures de l'actif net et de la position financière de Henkel ou des résultats d'exploitation présentés conformément au cadre d'information financière applicable dans ses états financiers consolidés. D'autres entreprises qui rapportent ou décrivent des mesures de performance alternatives intitulées de manière similaire peuvent les calculer différemment.

Ce document a été publié à des fins d'information uniquement et n'est pas destiné à constituer un conseil en investissement ou une offre de vente, ou une sollicitation d'une offre d'achat, de titres.

## Calendrier financier

### **Publication des résultats financiers pour l'exercice 2023 :**

Lundi 4 mars 2024

### **Assemblée générale annuelle Henkel AG & Co. KGaA 2024 :**

Lundi 22 avril 2024

### **Publication de la déclaration pour le T1 2024 :**

Mercredi 8 mai 2024

## Contact presse

### **Henkel**

Octavie Blandin

01 46 84 92 45

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

### **Agence Burson Cohn & Wolf**

Paolo Ghilardi

01 56 03 13 02

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