

Continuação da dinâmica de crescimento no terceiro trimestre

Henkel aumenta as perspectivas para o ano fiscal de 2023

- **Vendas do grupo: cerca de 5,4 mil milhões de euros, crescimento orgânico das vendas de +2,8%**
- **Aumento orgânico das vendas impulsionado por ambas as unidades de negócio:**
 - **Adhesive Technologies: crescimento orgânico das vendas de +0,8%**
 - **Consumer Brands: crescimento orgânico das vendas muito forte de +6,2%**
- **Adhesive Technologies reforça a sua aposta no crescimento através de fusões e aquisições com a aquisição da Critica Infrastructure**
- **Consumer Brands: integração muito antes do planeado – mais de 80% das poupanças previstas até ao final de 2023**
- **Aumento das perspectivas para o exercício fiscal de 2023:**
 - **Crescimento orgânico das vendas: 3,5% a 4,5% por cento (anteriormente: 2,5% a 4,5%)**
 - **Retorno ajustado das vendas (margem EBIT): 11,5% a 12,5% (anteriormente: 11,0% a 12,5%)**
 - **Lucro ajustado por ação preferencial (EPS): aumento no intervalo de +15% a +25% a taxas de câmbio constantes (anteriormente: +5% a +20%)**

Düsseldorf, 9 Novembro, 2023 – No **terceiro trimestre de 2023**, a Henkel registou **vendas do Grupo** de cerca de 5,4 mil milhões de euros e alcançou um crescimento orgânico das vendas de 2,8%. Este crescimento foi impulsionado pela continuidade de preços fortes, tendo em conta os preços significativamente mais elevados das matérias-primas em comparação com o ano anterior. A evolução do volume foi negativa, mas mostrou uma melhoria notável em comparação com o segundo trimestre. Nominalmente, as vendas foram -9,0% abaixo do trimestre do ano anterior, principalmente devido à saída das atividades comerciais na Rússia no segundo trimestre e aos efeitos cambiais negativos.

"Apesar de um ambiente de mercado persistentemente desafiante, conseguimos manter a nossa dinâmica de crescimento no terceiro trimestre, com o contributo de ambas as unidades de negócio. Com base neste desempenho, aumentámos hoje as nossas **perspetivas** para o ano fiscal em curso. Particularmente para os lucros ajustados por ação preferencial, esperamos agora um aumento significativo na ordem dos 15% a 25% a taxas de câmbio constantes", afirma o CEO da Henkel, Carsten Knobel.

"Reforçámos também o nosso portfolio de Adhesive Technologies com uma aquisição atrativa - o que reflete igualmente a nosso foco no crescimento através de fusões e aquisições. E estamos claramente à frente do planeado no que diz respeito à integração do nosso negócio de Consumer Brands, que representa a maior transformação da nossa empresa nas últimas décadas".

Evolução das Vendas por unidade de negócio

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

Apesar da procura se manter moderada em alguns mercados finais relevantes para a Henkel, a unidade de negócio **Adhesive Technologies** registou um crescimento orgânico positivo das vendas no terceiro trimestre, impulsionado pelas áreas de negócio Mobility & Electronics e Craftsmen e Construction & Professional. O forte crescimento orgânico das vendas na unidade de negócio **Consumer Brands**, que tem estado a operar na nova configuração desde o início do ano, foi impulsionado pelas áreas de negócio globais Laundry & Home Care e Hair.

"Em ambas as unidades de negócio, a evolução do volume melhorou claramente no terceiro trimestre, em comparação com o trimestre anterior - o que confirma as nossas expectativas, tal como declarado aquando da publicação dos resultados do primeiro semestre. E para o próximo trimestre, esperamos uma nova melhoria sequencial", acrescenta Knobel.

Além disso, a Henkel continuou a fazer bons progressos no terceiro trimestre com a implementação da sua **agenda de crescimento estratégico**. Ao adquirir a Critica Infrastructure, a Henkel acrescentou um negócio adjacente atrativo ao portfólio da sua unidade de negócio Adhesive Technologies, com o objetivo de criar uma plataforma para um maior crescimento: a Critica é um fornecedor especializado em soluções inovadoras de reparação e reforço de compósitos, utilizadas numa vasta gama de aplicações industriais. Na unidade de negócios Consumer Brands, a integração dos negócios de consumo está a progredir antes do previsto. Mais de 80% das poupanças líquidas, cerca de 250 milhões de euros, visadas numa primeira fase até ao final de 2024, deverão estar realizadas até ao final de 2023. Além disso, a empresa tem vindo a concentrar efetivamente o seu portfolio de Consumer Brands em marcas e produtos com fortes margens e perfis de crescimento.

"No terceiro trimestre, continuámos a conduzir de forma consistente as nossas prioridades estratégicas em ambas as unidades de negócio. Assim, continuamos no caminho certo para gerar mais crescimento e para expandir as nossas posições de liderança no mercado mundial", afirmou Knobel.

Desempenho da Vendas do Grupo

As **vendas do Grupo** no **terceiro trimestre de 2023** atingiram 5.440 milhões de euros, uma diminuição **nominal** de -9,0% em comparação com o trimestre do ano anterior. Os efeitos de aquisições e desinvestimentos - incluindo o impacto da venda do negócio na Rússia - reduziram as vendas em -5,5%. Já os efeitos cambiais afetaram negativamente a evolução das vendas em -6,3%. **Organicamente** (ou seja, ajustado às variações cambiais e às aquisições/desinvestimentos), as vendas aumentaram 2,8%. Este crescimento foi impulsionado pela manutenção de preços fortes em ambas as unidades de negócio. Os volumes diminuíram em relação ao ano anterior, mas a evolução do volume em ambas as unidades de negócios mostrou uma melhoria sequencial notável em comparação com o segundo trimestre de 2023.

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

Desempenho das Vendas do Grupo

em milhões de euros	Q3/2022	Q3/2023	1-9/2022	1-9/2023
Vendas	5,976	5,440	16,889	16,366
Varição versus ano anterior	17.3%	-9.0%	12.5%	-3.1%
Efeito cambial	6.6%	-6.3%	3.9%	-3.9%
Ajustado ao efeito cambial	10.7%	-2.7%	8.6%	0.8%
Aquisições/Desinvestimentos	-0.6%	-5.5%	-1.1%	-3.4%
Orgânico	11.3%	2.8%	9.7%	4.1%
Por preço	14.7%	8.3%	11.6%	10.8%
Por 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, a evolução das vendas orgânicas na região da **Ásia-Pacífico** foi negativa, principalmente devido ao ambiente de mercado tenso prevalecente na China.

Desempenho das Vendas por Região

	Europe	IMEA	North America	Latin America	Asia-Pacific	Corpo-rate	Henkel Group
em milhões de euros							
Vendas¹							
Julho-Setembro 2023	2,040	594	1,517	420	837	34	5,440
Vendas ¹							
Julho-Setembro 2022	2,358	618	1,548	413	974	65	5,976
Varição versus ano anterior	-13.5%	-3.9%	-2.0%	1.5%	-14.1%	-	-9.0%
Orgânico	0.9%	24.7%	3.2%	5.8%	-4.7%	-	2.8%
Proporção das Vendas do Grupo 2023	37%	11%	28%	8%	15%	1%	100%
Proporção das							

Vendas do Grupo 2022 39% 10% 26% 7% 16% 1% **100%**

¹ 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 das Vendas por Região

	Europe	IMEA	North	Latin	Asia-	Corpo-	Henkel
em milhões de euros	America					rate	Group
	America	America	Pacific				
Vendas¹							
Janeiro–Setembro 2023	6,324	1,610	4,621	1,254	2,438	120	16,366
Vendas ¹							
Janeiro–Setembro 2022	6,792	1,713	4,421	1,146	2,642	175	16,889
Varição versus ano anterior	-6.9%	-6.0%	4.5%	9.5%	-7.7%	–	-3.1%
Orgânico	1.9%	25.3%	3.6%	10.5%	-3.4%	–	4.1%
Proporção das Vendas do Grupo 2023	39%	10%	28%	8%	15%	1%	100%
Proporção das Vendas do Grupo 2022	40%	10%	26%	7%	16%	1%	100%

¹ Por localização da empresa.

Desempenho das Vendas da unidade 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). Isto representa uma evolução **nominal** de -9,5%. **Organicamente** (ou seja, ajustado ao efeito cambial e aquisições / desinvestimentos), as vendas aumentaram 0,8%. Este crescimento foi impulsionado por um forte aumento dos preços. Em contrapartida, o volume de vendas ficou abaixo do nível do ano anterior, uma vez que a procura em alguns mercados finais relevantes permaneceu fraca. As aquisições/desinvestimentos reduziram as vendas em -3,8%. Os efeitos cambiais tiveram um impacto negativo adicional de -6,5%.

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

Desempenho das Vendas da unidade Adhesive Technologies

em milhões de euros	Q3/2022	Q3/2023	1–9/2022	1–9/2023
Vendas	2,995	2,711	8,462	8,186
Proporção das Vendas do Grupo	50%	50%	50%	50%
Varição versus ano anterior	22.6%	-9.5%	17.6%	-3.3%
Efeito cambial	7.7%	-6.5%	5.0%	-3.6%
Ajustado ao efeito cambial	14.9%	-3.0%	12.6%	0.3%
Aquisições/desinvestimentos	-1.9%	-3.8%	-1.1%	-3.0%
Orgânico	16.8%	0.8%	13.7%	3.3%
Por preço	15.8%	4.9%	13.2%	8.3%

O crescimento orgânico das vendas alcançado no **terceiro trimestre** foi impulsionado pelas áreas de negócio Mobility & Electronics e Craftsmen, e Construction & Professional. A área de negócio **Mobility & Electronics** registou um forte crescimento orgânico das vendas de 4,6%. Este aumento foi impulsionado pelo negócio de Automotive, enquanto o desempenho do negócio de Electronics foi inferior ao do ano anterior devido à persistência de uma procura fraca. O negócio de Industrials registou um crescimento orgânico das vendas positivo. A área de negócio **Packaging & Consumer Goods** registou um desenvolvimento orgânico das vendas de -5,0%, com as vendas a diminuírem nos negócios de Consumer Goods e Packaging. Este facto deveu-se a uma procura mais fraca e aos elevados valores comparáveis alcançados no período do ano anterior. A área de negócios **Craftsmen, Construction & Professional** gerou um crescimento orgânico das vendas de 2,8%, impulsionado pelos negócios de Construction e Consumer & Craftsmen. Em contraste, a área de negócios General Manufacturing & Maintenance registou uma evolução ligeiramente negativa, devido ao enfraquecimento da procura.

Desempenho das Vendas por Área de Negócio

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

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

Desempenho das Vendas da unidade Consumer Brands

A unidade de negócio Consumer Brands atingiu **vendas** de 2.695 milhões de euros no **terceiro trimestre de 2023**, uma diminuição **nominal** de -7,6% em relação ao trimestre do ano anterior. **Organicamente** (ou seja, ajustado ao efeito cambial e aquisições / desinvestimentos), as vendas aumentaram 6,2%. Este crescimento foi impulsionado por um aumento de dois dígitos no preço. Em contrapartida, os volumes diminuíram, também devido às medidas de otimização de portfolio em curso. Os efeitos cambiais 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** da unidade de negócio Consumer Brands atingiram 8.060 milhões de euros, ficando assim -2,3% abaixo do ano anterior em termos nominais. **Organicamente**, as vendas cresceram 5,9%, impulsionadas pelo preço.

Desempenho das Vendas da unidade Consumer Brands

em milhões de euros	Q3/2022	Q3/2023	1-9/2022	1-9/2023
Vendas	2,916	2,695	8,251	8,060
Proporção da Vendas do Grupo	50%	50%	50%	49%
Varição versus ano anterior	11.5%	-7.6%	6.8%	-2.3%
Efeito cambial	5.7%	-6.3%	2.8%	-4.2%
Ajustado ao efeito cambial	5.8%	-1.3%	3.9%	1.9%
Aquisições/desinvestimentos	0.8%	-7.5%	-1.0%	-4.0%
Orgânico	5.0%	6.2%	5.0%	5.9%
Por preço	13.7%	11.9%	10.2%	13.3%
Por volume	-8.7%	-5.7%	-5.2%	-7.5%

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

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

A área de negócio **Other Consumer Businesses** registou uma evolução das vendas orgânicas ligeiramente negativa de -0,6% no terceiro trimestre, resultante de medidas de portfolio.

Evolução das Vendas por Área de Negócio

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

Numa perspetiva regional, a unidade de negócio Consumer Brands registou um bom crescimento orgânico das vendas na **Europa** no terceiro trimestre, impulsionado principalmente pela área de negócio Hair. A região da **América do Norte** registou um crescimento orgânico das vendas muito forte, com a contribuição de todas as áreas de negócio. O crescimento orgânico das vendas na região da **América Latina** foi também muito forte, principalmente impulsionado pela área de negócio Hair. A região **IMEA** registou um crescimento orgânico das vendas de dois dígitos, com a contribuição das áreas de negócio de Laundry & Home Care e Hair. Em contrapartida, a evolução das vendas orgânicas na região **Ásia-Pacífico** foi inferior ao trimestre do ano anterior, devido ao facto de a área de negócio Hair ter sido afetada pelo fraco desenvolvimento do mercado, particularmente na China.

Ativos líquidos e situação financeira do Grupo

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

Perspetivas para o Grupo Henkel

Com base no desempenho comercial nos primeiros nove meses de 2023 e nos pressupostos para o resto do ano, o Conselho de Administração da Henkel AG & Co. KGaA decidiu aumentar as expetativas para o ano fiscal de 2023.

Para o **Grupo Henkel**, espera-se agora que o crescimento orgânico das vendas no ano fiscal de 2023 se situe no intervalo 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 estar na faixa de 2,5% a 3,5% (anteriormente: 2,0% a 4,0%) e na unidade de negócios **Consumer Brands** na faixa de 5,0% a 6,0% (anteriormente: 3,0% a 5,0%).

Para o **Grupo Henkel**, espera-se agora que o **retorno ajustado das vendas (margem EBIT)** se situe entre os 11,5% e os 12,5% (anteriormente: 11,0% a 12,5%). Para a unidade de negócios **Adhesive Technologies**, espera-se agora que o retorno ajustado das vendas se situe no intervalo de 14,0% a 15,0% (anteriormente: 13,5% a 15,0%) e para a unidade de negócios **Consumer Brands** na faixa de 10,0% a 11,0% (anteriormente: 9,5% a 11,0%).

O intervalo de orientação previsto para os **lucros ajustados por ação preferencial (EPS)** a taxas de câmbio constantes foi agora aumentado para 15,0% a 25,0% (anteriormente: 5,0% a 20,0%).

Além disso, foram atualizadas as seguintes expetativas para 2023:

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

As seguintes expetativas para 2023 mantêm-se inalteradas:

- Impacto da moeda nas vendas: impacto negativo na ordem do meio dígito percentual¹
- Impacto das fusões e aquisições nas vendas: impacto negativo na ordem do meio dígito percentual²
- Preços dos materiais diretos: aumento na ordem de um dígito percentual baixo¹

¹ Em comparação com a média do ano anterior.

² Incluindo o efeito da cessação das atividades comerciais na Rússia.

Estrutura de reporting alterada a partir do 1.º trimestre de 2023

In light of the amended reporting structure adopted as of the first quarter of 2023 (see details in Henkel's half-year report 2023, page 5), the prior-year figures indicated for the Consumer Brands business unit, for the business areas within the two business units, and for the Europe, IMEA and Asia-Pacific regions reflect in each case the new structure.

Tendo em conta a alteração da estrutura de reporting adotada a partir do primeiro trimestre de 2023 (ver detalhes no relatório semestral da Henkel 2023, página 5), os valores do ano anterior indicados para a unidade de negócio Consumer Brands, para as áreas de negócio dentro das duas unidades de negócio e para as regiões da Europa, IMEA e Ásia-Pacífico refletem, em cada caso, a nova estrutura.

Nota: Todos os valores individuais constantes do presente documento foram arredondados a nível comercial. A adição pode resultar em desvios em relação aos totais indicados.

Sobre a Henkel

Com as suas marcas, inovações e tecnologias, a Henkel detém posições de liderança no mercado mundial no sector industrial e de consumo. A unidade de negócios Adhesive Technologies é líder mundial no mercado de adesivos, vedantes e revestimentos funcionais. Com as Marcas de Consumo, a empresa detém posições de liderança especialmente em Hair Care e Laundry & Home Care 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 registou vendas de mais de 22 mil milhões de euros e lucros operacionais ajustados de cerca de 2,3 mil milhões de euros. As ações preferenciais da Henkel estão cotadas no índice de ações alemão DAX. A sustentabilidade tem uma longa tradição na Henkel, e a empresa tem uma estratégia clara de sustentabilidade com objetivos concretos. A Henkel foi fundada em 1876 e emprega hoje uma equipa diversificada de mais de 50.000 pessoas em todo o mundo - unidas por uma forte cultura empresarial, valores partilhados e um objetivo comum: "Pioneers at heart for the good of generations". Para obter mais informações, www.henkel.pt @henkeliberica

This document contains statements referring to future business development, financial performance and other events or developments of future relevance for Henkel that may constitute forward-looking statements. Statements with respect to the future are characterized by the use of words such as expect, intend, plan, anticipate, believe, estimate, and similar terms. Such statements are based on current estimates and assumptions made by the corporate management of Henkel AG & Co. KGaA. These statements are not to be understood as in any way guaranteeing that those expectations will turn out to be accurate. Future performance and results actually achieved by Henkel AG & Co. KGaA and its affiliated companies depend on a number of risks and uncertainties and may therefore differ materially (both positively and negatively) from forward-looking statements. Many of these factors are outside Henkel's control and cannot be accurately estimated in advance, such as the future economic environment and the actions of competitors and others involved in the marketplace. Henkel neither plans nor undertakes to update forward-looking statements.

This document includes supplemental financial indicators that are not clearly defined in the applicable financial reporting framework and that are or may be alternative performance measures. These supplemental financial indicators should not be viewed in isolation or as alternatives to measures of Henkel's net assets and financial position or results of operations as presented in accordance with the applicable financial reporting framework in its Consolidated Financial Statements. Other companies that report or describe similarly titled alternative performance measures may calculate them differently.

This document has been issued for information purposes only and is not intended to constitute investment advice or an offer to sell, or a solicitation of an offer to buy, any securities.

