

Press Release

4 de março, 2024

Implementação acelerada da agenda de crescimento estratégico num ambiente desafiante

Henkel apresenta forte crescimento das vendas orgânicas e melhoria significativa dos lucros em 2023

- **Forte desempenho do negócio em 2023**
 - **Vendas: 21,5 mil milhões de euros, um forte crescimento orgânico de 4,2 por cento**
 - **Resultado operacional (EBIT)*: 2,6 mil milhões de euros, um aumento significativo de 10,2 por cento**
 - **Margem EBIT*: 11,9 por cento, uma forte melhoria de 150 pontos base**
 - **Resultados por ação preferencial (EPS)* significativamente mais elevados: 4,35 euros, +20,0 por cento a taxas de câmbio constantes**
 - **Free Cash flow atingiu um novo máximo de 2,6 mil milhões de euros**
- **Proposta de um dividendo estável: 1,85 euros por ação preferencial**
- **Aceleração da execução da agenda de crescimento com objetivos definidos**
 - **Consumer Brands: A fusão está a progredir mais rapidamente do que o previsto**
 - **Adhesive Technologies: Nova organização ainda mais centrada no cliente**
 - **Ambas as unidades de negócio foram reforçadas com aquisições específicas**
 - **A sustentabilidade avançou em áreas chave**
- **Perspetivas para o exercício fiscal de 2024 – foco no crescimento rentável**
 - **Crescimento orgânico das vendas: 2,0 a 4,0 por cento**
 - **Margem EBIT*: 12,0 a 13,5 por cento**
 - **Resultados por ação preferencial (EPS)*: Aumento de +5 a +20 por cento (a taxas de câmbio constantes)**

Düsseldorf – "Apesar de um ambiente de mercado persistentemente desafiante, conduzimos de forma consistente a nossa estratégia de crescimento em 2023 e até

acelerámos a sua implementação. Apresentámos um crescimento muito forte das vendas orgânicas e melhorámos significativamente a rentabilidade. Com isso, excedemos as perspetivas feitas no início do ano. Este desenvolvimento bem-sucedido foi impulsionado tanto por Adhesive Technologies como por Consumer Brands", afirma o CEO da Henkel, Carsten Knobel.

"Fizemos também progressos mais rápidos do que o inicialmente planeado para a fusão das duas antigas áreas de negócio de consumo, Laundry & Home Care e Beauty Care, para formar a nova unidade de negócio Consumer Brands. As poupanças resultantes da integração e as medidas contínuas relativas ao portfolio de produtos também contribuíram para o forte desempenho comercial da unidade de negócio. No negócio de Adhesive Technologies, alinhámos a nossa organização ainda mais estreitamente com os nossos clientes sob uma nova gestão. Aumentámos as vendas organicamente e melhorámos significativamente os lucros num ambiente industrial geralmente volátil. Além disso, reforçámos ainda mais ambas as unidades de negócio através de aquisições específicas. Com base neste desempenho e em conformidade com a nossa política de dividendos, iremos propor um dividendo estável aos nossos acionistas na Assembleia Geral Anual".

"Gostaria de agradecer sinceramente a todos os colaboradores da Henkel pelo seu trabalho de equipa e dedicação que nos permitiram conduzir a nossa empresa através destes tempos desafiantes. Juntos, como uma equipa global forte, conseguimos impulsionar com sucesso a nossa Agenda de Crescimento com Propósito, fizemos progressos tangíveis em todas as nossas prioridades estratégicas e desenvolvemos os nossos negócios. Isto deixa-me orgulhoso e muito confiante no nosso futuro".

Desempenho das vendas e dos lucros do Grupo no exercício fiscal de 2023

As **vendas** do Grupo Henkel atingiram 21.514 milhões de euros no ano fiscal de 2023, uma diminuição nominal de -3,9 por cento em comparação com o ano anterior. Os efeitos cambiais afetaram negativamente o desenvolvimento das vendas em -4,3 por cento. Com -3,9 por cento, as aquisições/desinvestimentos tiveram um impacto negativo nas vendas, principalmente devido ao desinvestimento das atividades comerciais na Rússia. O **crescimento orgânico das vendas** foi muito forte, com 4,2 por cento. Esta evolução foi impulsionada por um aumento de preços na ordem de um dígito percentual elevado, enquanto os volumes diminuíram. No segundo semestre do ano, contudo, registou-se uma clara melhoria sequencial na evolução do volume.

A unidade de negócio **Adhesive Technologies** gerou um forte crescimento orgânico das vendas de 3,2 por cento, impulsionado pelas áreas de negócio Mobility & Electronics, bem como Craftsmen, Construction & Professional. A unidade de negócio **Consumer Brands** registou um forte crescimento orgânico das vendas de 6,1 por cento, impulsionado sobretudo pelas áreas de negócio Laundry & Home Care e Hair.

O **lucro operacional ajustado** (EBIT ajustado) aumentou significativamente em 10,2 por cento para 2.556 milhões de euros (ano anterior: 2.319 milhões de euros). A evolução positiva dos preços de venda, as medidas em curso para reduzir os custos e aumentar a eficiência da produção e da cadeia de abastecimento, bem como as medidas de otimização de portfolio, mais do que compensaram os impactos negativos na rentabilidade do Grupo decorrentes da continuação dos preços elevados dos materiais diretos e da logística.

O **retorno ajustado sobre as vendas** (margem EBIT ajustada) no ano fiscal de 2023 foi significativamente maior face ao ano anterior em 11,9 por cento (2022: 10,4 por cento).

O **lucro ajustado por ação preferencial** também aumentou significativamente em 11,5% para 4,35 euros (ano anterior: 3,90 euros). A taxas de câmbio constantes, o lucro ajustado por ação preferencial aumentou 20,0%.

O **capital circulante líquido** como uma percentagem das vendas ascendeu a 2,6 por cento, ficando assim substancialmente abaixo do nível do ano anterior (2022: 4,5 por cento), particularmente devido a inventários mais baixos.

O **free cash flow** atingiu um novo máximo de 2.603 milhões de euros, representando um aumento significativo em comparação com o ano anterior (2022: 653 milhões de euros). Tal deveu-se a um fluxo de caixa muito mais elevado das atividades operacionais, resultante de um maior lucro operacional e de um menor capital circulante líquido.

Como resultado, a **posição financeira líquida** melhorou significativamente para 12 milhões de euros (31 de dezembro de 2022: -1.267 milhões de euros).

O Conselho de Administração, o Conselho de Supervisão e o Comité de Acionistas irão propor à Assembleia Geral Anual de 22 de abril de 2024 um **dividendo** inalterado em relação ao ano anterior de 1,85 euros por ação preferencial e 1,83 euros por ação ordinária. Isto equivale a um rácio de pagamento de 42,4 por cento, ligeiramente acima da faixa-alvo de 30 a 40 por cento. Este pagamento é possível graças à forte base financeira e ao

desenvolvimento positivo da posição financeira líquida do Grupo Henkel. Isto assegura a continuidade dos dividendos para os acionistas.

Desempenho das unidades de negócio no exercício fiscal de 2023

No ano fiscal de 2023, as **vendas** da unidade de negócio **Adhesive Technologies** atingiram 10.790 milhões de euros e, portanto - devido a efeitos cambiais negativos - nominalmente - 4,0 por cento abaixo do nível do ano anterior. **Organicamente**, as vendas aumentaram 3,2 por cento. Este crescimento das vendas foi impulsionado por uma evolução muito forte dos preços em comparação com o ano anterior. Os volumes diminuíram globalmente, principalmente devido ao facto de a procura ter permanecido fraca em alguns mercados chave. À medida que o ano avançava, o desenvolvimento do volume mostrou uma recuperação sequencial, registando um nível estável no quarto trimestre. Com 1.584 milhões de euros, o **lucro operacional ajustado** ficou ligeiramente acima do nível do ano anterior. O **retorno ajustado das vendas** aumentou 110 pontos base em comparação com o ano anterior e atingiu 14,7 por cento. O aumento significativo da margem foi impulsionado principalmente por preços mais altos combinados com medidas para reduzir os custos e aumentar a eficiência, a fim de continuar a compensar os preços persistentemente elevados dos materiais.

As **vendas** na unidade de negócio **Consumer Brands** totalizaram 10.565 milhões de euros no ano fiscal de 2023, ficando assim -3,3 por cento abaixo do ano anterior em termos nominais. Os efeitos cambiais reduziram as vendas em -4,4 por cento. As aquisições/desinvestimentos também tiveram um impacto negativo de -5,1 por cento nas vendas, principalmente devido à venda das atividades comerciais na Rússia. **Organicamente**, as vendas aumentaram 6,1 por cento. Este crescimento das vendas foi impulsionado por aumentos de preços de dois dígitos, enquanto os volumes diminuíram parcialmente devido à continuação das medidas de otimização de portfólio. No entanto, a evolução do volume registou uma melhoria sequencial significativa no segundo semestre do ano. O **lucro operacional ajustado** atingiu 1.115 milhões de euros, um aumento significativo em relação ao ano anterior (910 milhões de euros). Este aumento foi impulsionado pelo aumento dos preços de venda para compensar os preços persistentemente elevados dos materiais diretos, pelas medidas em curso para reduzir os custos e melhorar a eficiência da produção e da cadeia de abastecimento, pelas poupanças geradas pela integração da unidade de negócio Consumer Brands e pelas medidas de otimização do portfólio. Ao mesmo tempo, os investimentos em marketing e publicidade aumentaram em relação ao ano anterior para fortalecer as marcas e os negócios. O **retorno ajustado das vendas** atingiu 10,6%, representando um aumento de 220 pontos base em comparação com o ano anterior - apesar de não ter a contribuição positiva para os lucros das atividades comerciais na Rússia, que foram alienadas em abril de 2023.

Perspetivas para 2024

Prevê-se um crescimento moderado da economia global para 2024. Isto pressupõe um aumento moderado tanto na procura industrial como na procura do consumidor em áreas chave do negócio de bens de consumo da Henkel. De acordo com as estimativas atuais, prevê-se que a inflação global seja mais baixa no ano fiscal de 2024 do que no ano anterior, embora se mantenha a num nível elevado em geral. Além disso, espera-se que as taxas de juro se mantenham mais elevadas do que em anos anteriores.

A Henkel espera que a conversão das vendas em moeda estrangeira tenha um impacto negativo no intervalo de percentagem médio de um dígito. Espera-se que os preços dos materiais diretos permaneçam estáveis em relação à média anual para 2023.

Tendo em conta estes pressupostos, a Henkel espera gerar um **crescimento orgânico das vendas** entre 2,0 e 4,0 por cento no ano fiscal de 2024, com ambas as unidades de negócio previstas dentro deste intervalo. Espera-se que o **retorno ajustado sobre as vendas (margem EBIT ajustada)** esteja entre 12,0 e 13,5%. Espera-se que o retorno ajustado sobre as vendas esteja entre 15,0 e 16,5 por cento para a Adhesive Technologies e entre 11,0 e 12,5 por cento para a Consumer Brands. Para os **lucros ajustados por ação preferencial (EPS)** a taxas de câmbio constantes, a Henkel espera um aumento entre os +5 e os +20 por cento.

Progressos significativos em todas as prioridades estratégicas

Num ambiente macroeconómico e geopolítico desafiante, a empresa continuou a desenvolver-se de forma consistente no último ano financeiro. A estrutura estratégica para um crescimento objetivo foi implementada a um ritmo ainda mais rápido. Nos últimos quatro anos, a Henkel mudou fundamentalmente em muitas dimensões: estrutura, equipa e cultura. E estas mudanças mostram resultados tangíveis. Três grandes projetos, em particular, tiveram um impacto significativo no ano passado e foram executados com sucesso - e fizeram avançar substancialmente a transformação da Henkel.

Venda da atividade na Rússia

Em abril de 2022, apenas algumas semanas após o ataque da Rússia à Ucrânia, a Henkel tomou a decisão de abandonar as suas atividades na Rússia. Seguiu-se um processo de desinvestimento altamente complexo. Em abril de 2023, a Henkel conseguiu finalmente vender o seu negócio na Rússia a um consórcio de investidores financeiros locais. O preço de compra acordado ascendeu a cerca de 600 milhões de euros.

Consumer Brands: A fusão está a progredir mais rapidamente do que o previsto

Com a fusão dos dois antigos negócios de consumo, Laundry & Home Care and Beauty Care, que deu origem à nova unidade de negócio Consumer Brands, a Henkel reuniu todas as marcas de consumo de todas as categorias sob um único teto, incluindo marcas icónicas como Persil ou Schwarzkopf, bem como o bem-sucedido negócio de salões de cabeleireiro. Desta forma, a Henkel estabeleceu uma plataforma multicategoria para permitir um crescimento dinâmico. Em janeiro de 2023, a nova unidade de negócio entrou em funcionamento.

E a nova organização está a ser um sucesso: Desde então, a Henkel cumpriu ou excedeu as métricas chaves e os objetivos financeiros no negócio de Consumer Brands, por exemplo, alcançando um crescimento orgânico muito forte e regressando a uma margem EBIT ajustada de dois dígitos. Ao mesmo tempo, o processo de integração progrediu muito mais rapidamente do que o planeado inicialmente. Isto reflete-se nas poupanças que foram realizadas em 2023. Mais de 200 milhões de euros das poupanças previstas de cerca de 250 milhões de euros até ao final de 2024 já tinham sido alcançados no final de 2023. A poupança total prevista para a fase 1 foi também aumentada para 275 milhões de euros.

Foi também lançada a segunda fase de integração, que se centra na otimização da rede da cadeia de abastecimento no negócio Consumer Brands. Além disso, o chamado "princípio 1-1-1" já foi introduzido nos primeiros países. Isto significa: uma encomenda, uma entrega, uma fatura. Em 2023, já foram alcançadas poupanças de cerca de 80 milhões de euros com a fase 2 da integração. As poupanças totais esperadas da fase 2 foram também aumentadas de, pelo menos, 150 milhões de euros para cerca de 250 milhões de euros. As economias totais esperadas de ambas as fases da integração, que devem ser realizadas em pleno no final de 2026, aumentarão, portanto, de 400 milhões de euros para 525 milhões de euros.

Ao mesmo tempo, a Henkel investiu nos seus negócios para reforçar ainda mais as suas marcas e inovação, por exemplo, aumentando significativamente os investimentos em marketing e vendas para alimentar o crescimento futuro e melhorar ainda mais a rentabilidade do negócio.

Continuação do desenvolvimento da unidade de negócio Adhesive Technologies

Para alavancar ainda mais a posição de liderança no mercado global e levar este negócio para o próximo nível, a Henkel fez várias alterações ao nível da gestão de topo em Adhesive Technologies, promovendo uma equipa mais diversificada e internacional no ano fiscal de 2023. Ao mesmo tempo, a estrutura organizacional foi otimizada para melhorar ainda mais a proximidade com o cliente e o mercado. A nova estrutura inclui três áreas de negócio:

Mobility & Electronics, Packaging & Consumer Goods, e Consumer, Craftsmen & Professional. Foi estabelecida no decorrer do ano de 2023 e está totalmente refletida nos relatórios financeiros.

Progressos adicionais em todas as prioridades estratégicas

A Henkel continuou a implementar sistematicamente a sua estratégia de crescimento no ano fiscal passado e fez progressos importantes em todas as áreas. A empresa desenvolveu ainda mais o seu portfólio de negócios e marcas, fortaleceu a sua vantagem competitiva nas áreas de inovação, sustentabilidade e digitalização, otimizou os seus modelos operacionais e fortaleceu a sua cultura corporativa.

Como parte da sua **gestão ativa de portfólio** e além de descontinuar ou alienar atividades, a Henkel desenvolveu ainda mais o seu portfólio através de aquisições. No seu negócio Consumer Brands, a Henkel alienou ou descontinuou marcas e atividades que representam um total de vendas de cerca de 650 milhões de euros após o anúncio da fusão dos dois negócios de consumo no início de 2022. Por exemplo, o negócio norte-americano de ambientadores foi alienado em 2023. Ao mesmo tempo, o portfólio foi reforçado com a aquisição da marca sustentável de lavanderia e cuidados domésticos Earthwise na Nova Zelândia. Na unidade de negócio Adhesive Technologies, a Henkel expandiu o seu portfólio na área da manutenção, reparação e revisão com a aquisição da Critica Infrastructure, um fornecedor especializado de soluções inovadoras de compostos de fibra para reparações numa vasta gama de aplicações industriais. Com esta transação, a Henkel acrescentou um negócio adjacente atrativo ao seu portfólio de colas e criou uma plataforma para um maior crescimento. O fortalecimento de ambas as unidades de negócio, através de aquisições direcionadas, continuou no início de 2024 com as aquisições da marca de cuidados capilares Vidal Sassoon na China e da Seal for Life na área da manutenção industrial.

Em 2023, a Henkel lançou inúmeras **inovações** no mercado, abordando tendências importantes e criando valor para clientes e consumidores. No negócio de Adhesive Technologies, a Henkel introduziu uma nova solução para a colagem de lentes de câmaras em sistemas de assistência ao condutor. Esta solução permite uma produção rápida e robusta de câmaras na indústria automóvel, enquanto garante uma maior segurança na próxima geração de veículos autónomos. No negócio de Consumer Brands, Persil Deep Clean foi lançado em mais de 30 países, introduzindo uma nova fórmula com uma tecnologia enzimática inovadora. Esta fórmula proporciona uma excelente remoção de nódoas, enquanto evita odores desagradáveis na máquina de lavar. A Henkel também relançou todo o seu portfólio de produtos de styling Got2b com um novo design de embalagem e uma

sustentabilidade melhorada com fórmulas vegan, ingredientes naturais e embalagens mais sustentáveis.

Além disso, a Henkel continuou a ancorar a **sustentabilidade** no negócio. Neste contexto, a proteção climática é um pilar importante do "Quadro de Ambição de Sustentabilidade 2030+" da Henkel, que tem continuado a ser reforçado em toda a cadeia de valor do negócio. Um foco particular é a expansão do uso de energias renováveis e a condução do progresso em direção à ambição de alcançar operações positivas para o clima até 2030. Neste domínio, a Henkel fez progressos significativos. A empresa converteu 14 locais para uma produção neutra em termos de CO₂ em 2023. Até ao final de 2023, a Henkel alcançou uma redução nas emissões de CO₂ de 61% por tonelada de produto (em comparação com o ano base de 2010). Como parte dos esforços de sustentabilidade da empresa, a Henkel também deu ênfase a um portfólio de produtos mais sustentável, por exemplo, através do aumento da utilização de materiais renováveis e reciclados, e está a acompanhar o seu progresso nesta área de forma mais sistemática.

A Henkel também fez mais progressos na área da **digitalização**. Na sua unidade digital "Henkel dx", a empresa continuou a otimizar as estruturas internas, reforçou o desenvolvimento de competências digitais e promoveu ainda mais uma cultura de inovação. A Henkel também aprofundou as suas parcerias estratégicas com empresas digitais líderes a nível mundial, como a SAP, a Microsoft e a Adobe. Estas permitem à Henkel integrar tecnologia de ponta nas suas plataformas e projetos digitais. Através da aceleração das inovações digitais, de uma estratégia de plataforma consistente e de uma estreita colaboração entre todas as unidades de negócio e funções, a empresa conseguiu melhorar ainda mais a eficiência das TI no ano passado e criar oportunidades de negócio para a empresa, por exemplo, na área dos mercados business-to-business.

Para além disso, a Henkel reforçou ainda mais a sua **cultura empresarial** no ano passado, com base no objetivo empresarial "Pioneers at heart for the good of generations" e nos "Leadership Commitments" estabelecidos. Outra área de foco foi a implementação do conceito holístico "Smart Work", que forma a estrutura global para tópicos como o trabalho remoto, o local de trabalho digital e a saúde dos colaboradores, bem como novas iniciativas globais de "Diversity, Equity & Inclusion (DEI)".

"Tivemos um forte desempenho comercial em 2023, implementámos de forma consistente a nossa agenda para um crescimento orientado em todas as dimensões estratégicas e impulsionámos a transformação da nossa empresa. Estou firmemente convencido de que estamos no bom caminho e a seguir a estratégia certa. Podemos olhar para 2024 e para os

anos seguintes com grande confiança e estamos totalmente empenhados em concretizar as nossas ambições", finaliza Carsten Knobel.

About Henkel

Com suas marcas, inovações e tecnologias, a Henkel ocupa posições de liderança nos mercados globalmente nos negócios industriais e de consumo. A unidade de negócios Adhesive Technologies é líder mundial no mercado de adesivos, selantes e revestimentos funcionais. Com Consumer Brands, a empresa detém posições de liderança, especialmente em lavanderia, cuidados com a casa e cabelo, em muitos mercados e categorias em todo o mundo. As três marcas mais fortes da empresa são Loctite, Persil e Schwarzkopf. No exercício fiscal de 2023, a Henkel registrou vendas de mais de 21,5 bilhões de euros e um lucro operacional ajustado de cerca de 2,6 bilhões de euros. As ações preferenciais da Henkel são listadas no índice de ações alemão DAX. A sustentabilidade tem uma longa tradição na Henkel, e a empresa tem uma clara estratégia de sustentabilidade com objetivos específicos. A Henkel foi fundada em 1876 e hoje emprega uma equipe diversificada de cerca de 48.000 pessoas em todo o mundo, unidas por uma sólida cultura corporativa, valores compartilhados e um propósito comum: "Pioneers at heart for the good of generations". Mais informações em www.henkel.es. Material fotográfico disponível em <https://www.henkel.pt/imprensa-e-comunicacao> ou siga nossas contas oficiais no [Twitter](#) e [Instagram](#): @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 the 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 an investment advice or an offer to sell, or a solicitation of an offer to buy, any securities.