



Início muito bom para o ano fiscal de 2024

Henkel apresenta forte crescimento orgânico de vendas no primeiro trimestre

- **Vendas do Grupo: cerca de 5,3 bilhões de euros, crescimento orgânico de 3,0%**
- **Aumento orgânico das vendas impulsionado por ambas as unidades de negócio:**
 - Adhesive Technologies: crescimento orgânico positivo de vendas de 1,3%
 - Marcas de Consumo: crescimento orgânico de vendas muito forte de 5,2%
- **Aquisições da Seal for Life Industries e da Vidal Sassoon na China foram concluídas mais cedo do que o previsto**
- **Novos progressos na implementação da agenda para o crescimento com propósito**
- **As perspectivas para o ano fiscal de 2024 aumentaram significativamente em 3 de maio:**
 - Crescimento orgânico das vendas: de 2,5 a 4,5% (anteriormente: de 2,0 a 4,0%)
 - Retorno ajustado das vendas: de 13,0 a 14,0% (anteriormente: de 12,0 a 13,5%)
 - Lucro ajustado por ação preferencial (EPS): Aumento na faixa de +15,0 a +25,0% a taxas de câmbio constantes (anteriormente: de +5,0 a +20,0%)

Düsseldorf, 8 de maio de 2024 – No **primeiro trimestre de 2024**, a Henkel alcançou cerca de 5,3 bilhões de euros em vendas do grupo e gerou um forte crescimento orgânico de vendas de 3,0%. O aumento foi impulsionado por uma evolução positiva dos preços em ambas as unidades de negócio. O desenvolvimento do volume a nível de Grupo, que ainda está sendo impactado pelas medidas de portfólio na unidade de negócio Consumer Brands, apresentou uma melhoria sequencial adicional em comparação ao quarto trimestre de 2023. Em termos nominais, as vendas caíram -5,2% em comparação com o primeiro trimestre do ano anterior – principalmente devido à venda das atividades comerciais na Rússia e aos efeitos cambiais negativos.

"Tivemos um início de ano muito bom. Além disso, conseguimos fechar as aquisições da Seal for Life Industries e da Vidal Sassoon, na China, mais rápido do que o previsto e, assim, fortaleceremos ainda mais nossos negócios", disse Carsten Knobel, CEO da Henkel. "Em razão desses desenvolvimentos, aumentamos significativamente nossas perspectivas de **vendas e lucros** para 2024, anunciadas na semana passada. Isto demonstra que temos uma estratégia

clara e que a estamos executando da maneira esperada. Cumprimos o que prometemos. E estamos no caminho certo para um crescimento ainda mais lucrativo."

O aumento positivo nas vendas orgânicas da unidade de negócios de **Adhesive Technologies** no primeiro trimestre foi impulsionado principalmente pelo forte crescimento nas vendas orgânicas na área de negócios de Mobility & Electronics. O crescimento muito forte nas vendas orgânicas na unidade de negócios de **Consumer Brands** foi alimentado por todas as áreas de negócios, com uma contribuição particular vinda do setor de Hair.

Desempenho de vendas por unidade de negócios

Em bilhão de euros	Vendas		+/-	Orgânico
	Q1/2023	Q1/2024		
Henkel Group	5,609	5,317	-5.2%	3.0%
Adhesive Technologies	2,791	2,677	-4.1%	1.3%
Consumer Brands	2,772	2,605	-6.0%	5.2%

Desempenho de vendas do Grupo

O volume de vendas do grupo no primeiro trimestre de 2024 totalizou 5.317 bilhões de euros, uma diminuição nominal de -5,2% em comparação com o trimestre do ano anterior (5.609 bilhões de euros). Organicamente (ou seja, ajustado para câmbio e aquisições/desinvestimentos), as vendas aumentaram 3,0%. O forte crescimento orgânico de vendas do Grupo foi impulsionado pelos preços. Aquisições/desinvestimentos reduziram as vendas em -4,3%. Os efeitos cambiais tiveram um impacto negativo adicional de -3,9% nas vendas.

Desempenho de vendas do Grupo

Em bilhões de euros	Q1/2023	Q1/2024
Vendas	5,609	5,317
Variação em relação ao ano anterior	6.4%	-5.2%
Câmbio	0.9%	-3.9%
Câmbio ajustado	5.5%	-1.3%
Aquisições/desinvestimentos	-1.1%	-4.3%
Orgânico	6.6%	3.0%
Preço	12.0%	3.4%
Volume	-5.4%	-0.4%

O crescimento orgânico de vendas na região da Europa foi de 2,5% no primeiro trimestre. Na região **IMEA**, as vendas aumentaram 26,9% organicamente. Na região da **América do Norte** registrou-se um desenvolvimento orgânico negativo de vendas de -3,0%. Na **América Latina**, as vendas ficaram organicamente -2,7% abaixo em comparação com o primeiro trimestre do ano anterior. A região da **Ásia-Pacífico** alcançou um crescimento orgânico de vendas de 3,5%.

Desempenho de vendas por região¹

Em bilhão de euros	Europa	IMEA	América do Norte	América Latina	Ásia-Pacífico	Corporativo	Grupo Henkel
Vendas janeiro-março / 2024	2,023	575	1,478	421	784	35	5,317
Vendas janeiro-março / 2023	2,201	563	1,584	411	805	46	5,609
Variação em relação ao trimestre do ano anterior	-8.1%	2.1%	-6.6%	2.5%	-2.5%	–	-5.2%
Orgânico	2.5%	26.9%	-3.0%	-2.7%	3.5%	–	3.0%
Proporção das vendas do Grupo em 2024	38%	11%	28%	8%	15%	1%	100%
Proporção das vendas do Grupo em 2023	39%	10%	28%	7%	14%	1%	100%

¹Por localização da empresa.

Desempenho de vendas Adhesive Technologies

A unidade de negócios de Adhesive Technologies alcançou 2.677 bilhões de euros em vendas no primeiro trimestre de 2024, representando uma diminuição nominal de -4,1% em comparação com o mesmo trimestre do ano anterior (2.791 bilhões de euros). Organicamente (ou seja, ajustado para câmbio e aquisições / desinvestimentos), as vendas aumentaram 1,3% em comparação com o primeiro trimestre de 2023. Tanto o preço quanto o volume mostraram um saldo positivo. Os efeitos cambiais reduziram as vendas em -3,8%. As aquisições/desinvestimentos tiveram um efeito negativo adicional de -1,7%.

Desempenho de vendas de Adhesive Technologies

Em bilhões de euros	Q1/2023	Q1/2024
Vendas	2,791	2,677
Proporção de vendas do Grupo	50%	50%
Variação em relação ao ano anterior	6.1%	-4.1%
Câmbio	1.1%	-3.8%
Ajuste do câmbio	5.0%	-0.4%
Aquisição/desinvestimentos	-1.8%	-1.7%
Orgânico	6.8%	1.3%
Preço	11.4%	1.0%
Volume	-4.6%	0.3%

O desenvolvimento positivo das vendas orgânicas da unidade de negócios de **Adhesive Technologies** no primeiro trimestre foi impulsionado principalmente pela área de negócios de **Mobility & Electronics**, que registrou um aumento significativo de 3,7%. Esse crescimento foi impulsionado pelos setores Automotive and Electronics. O setor Industrial mostrou um desenvolvimento positivo. Em um ambiente de mercado continuamente desafiador, a

área de negócios de **Packaging & Consumer Goods** registrou um desenvolvimento geral de vendas orgânicas quase estável de -0,2%, que foi apoiado por um desenvolvimento de volume positivo. O setor de Packaging alcançou crescimento positivo, beneficiando-se dos primeiros sinais de melhoria na demanda. O setor de Consumer Brands registrou um leve declínio em comparação com o forte trimestre (Q1) do ano anterior. O crescimento orgânico das vendas na área de negócios de **Craftsmen, Construction & Professional** foi de 0,3% em relação ao trimestre do ano anterior. Isso foi especialmente impulsionado pelo setor de Construction, que alcançou um bom crescimento. O setor de General Manufacturing & Maintenance teve um desempenho geral negativo, o que foi principalmente devido ao ambiente de mercado desafiador atual.

Desempenho de vendas por área

Em bilhão de euros	Vendas		+/-	Organic
	Q1/2023	Q1/2024		
Adhesive Technologies	2,791	2,677	-4.1%	1.3%
Mobility & Electronics	960	946	-1.5%	3.7%
Packaging & Consumer Goods	883	838	-5.1%	-0.2%
Craftsmen, Construction & Professional	949	893	-5.9%	0.3%

Do ponto de vista regional, o desempenho orgânico de vendas da unidade de negócios Adhesive Technologies foi variado. Na **Europa**, as vendas em geral ficaram organicamente abaixo comparado com o primeiro trimestre do ano anterior, embora a área de negócios Craftsmen, Construction & Professional tenha alcançado um crescimento orgânico positivo. Embora a **América do Norte** tenha registrado um aumento orgânico positivo nas vendas na área de negócios de Mobility & Electronics, o desempenho geral das vendas na região foi inferior ao do primeiro trimestre do ano anterior. A **região do IMEA** alcançou um aumento orgânico de vendas de dois dígitos, com todas as áreas de negócio contribuindo com taxas de crescimento de dois dígitos. **A América Latina** registrou um desenvolvimento orgânico negativo de vendas em todas as áreas de negócios. Por outro lado, o crescimento das vendas na **região da Ásia-Pacífico** foi muito forte, impulsionado principalmente por um desenvolvimento significativo na China, que foi apoiado pelos primeiros sinais de um ambiente de mercado estabilizado após as condições desafiadoras encontradas no ano anterior.

Desempenho de vendas em Consumer Brands

Na unidade de negócios de Consumer Brands, as vendas no primeiro trimestre de 2024 totalizaram 2.605 bilhões de euros, uma diminuição nominal de -6,0% em relação ao trimestre do ano anterior. Organicamente (ou seja, ajustado para câmbio e aquisições/desinvestimentos), as vendas aumentaram 5,2%. Os preços na unidade de negócios permaneceram muito fortes em comparação com o primeiro trimestre de 2023. Os volumes diminuíram ligeiramente, principalmente devido aos impactos das medidas contínuas de portfólio. Os efeitos cambiais tiveram um impacto negativo de -4,0% nas vendas. As aquisições/desinvestimentos reduziram as vendas em mais -7,2%.

Desempenho de vendas de Consumer Brands

Em bilhão de euros	Q1/2023	Q1/2024
Vendas	2,772	2,605
Proporção de vendas do Grupo	49%	49%
Varição em relação ao ano anterior	7.3%	-6.0%
Câmbio	0.8%	-4.0%
Ajuste do câmbio	6.5%	-2.0%
Aquisições/desinvestimentos	-0.5%	-7.2%
Orgânico	7.0%	5.2%
Preço	12.7%	6.2%
Volume	-5.7%	-1.0%

No primeiro trimestre, a área de negócios de **Laundry & Home Care** gerou um crescimento orgânico de vendas importante de 4,6%. O negócio de Laundry registrou um forte crescimento, principalmente impulsionado por um aumento de dois dígitos na categoria de Fabric Care. O negócio de Home Care alcançou um crescimento significativo em vendas orgânicas, especialmente impulsionado por um aumento de vendas de dois dígitos na categoria de Toilet Care e um crescimento muito forte na categoria de Dishwashing.

A área de negócios de **Hair** alcançou um crescimento orgânico de vendas muito forte de 6,9%. O crescimento no segmento de Consumer foi significativo, impulsionado especialmente pela categoria de Hair Styling. O segmento Professional alcançou um crescimento orgânico de vendas muito forte.

Other Consumer Businesses registraram um forte aumento orgânico de vendas de 3,4%.

Desempenho de vendas por área

Em bilhões de euros	Vendas		+/-	Organic
	Q1/2023	Q1/2024		
Consumer Brands	2,772	2,605	-6.0%	5.2%
Laundry & Home Care	1,789	1,661	-7.2%	4.6%
Hair	811	781	-3.6%	6.9%
Other Consumer Businesses	171	163	-4.8%	3.4%

Do ponto de vista regional, a unidade de negócios de Consumer Brands registrou um desenvolvimento variado no período em análise. A região da **Europa** alcançou um aumento muito forte nas vendas orgânicas no primeiro trimestre, impulsionado tanto pelas áreas de negócios de Hair e de Laundry & Home Care. A região da **América do Norte** registrou um desenvolvimento orgânico de vendas negativo, principalmente devido às medidas de portfólio implementadas na área de negócios de Laundry & Home Care. A região da **IMEA** alcançou um crescimento orgânico de vendas de dois dígitos em todas as áreas de negócios. O aumento orgânico positivo nas vendas na **América Latina** foi impulsionado pela área de negócios de Hair, tanto com os negócios de Consumer quanto os de Professional contribuindo para o crescimento. O crescimento das vendas foi estável na região da **Ásia-Pacífico**, apoiado pela área de negócios de Laundry & Home Care.

Ativos líquidos e posição financeira do grupo

Não ocorreram mudanças substanciais nos ativos líquidos e na posição financeira do Grupo no período em análise, comparado à situação em 31 de dezembro de 2023.

Perspectivas para o Grupo

As orientações para o ano fiscal de 2024, que foram publicadas em 4 de março de 2024, foram elevadas a partir de 3 de maio. Para o ano atual, a Henkel espera um crescimento **orgânico das vendas** de 2,5 a 4,5% (anteriormente: de 2,0 a 4,0%). Para Adhesives Technologies, o crescimento orgânico das vendas ainda é esperado na faixa de 2,0 a 4,0%. Para Consumer Brands, a empresa agora antecipa um aumento orgânico nas vendas de 3,0 a 5,0% (anteriormente: de 2,0 a 4,0%).

Espera-se que a margem EBIT ajustada (margem EBIT ajustada) a nível de Grupo esteja agora na faixa de 13,0 a 14,0% (anteriormente: de 12,0 a 13,5%). Para Adhesives Technologies, espera-se agora que a margem EBIT ajustada esteja entre 16,0 e 17,0% (anteriormente: entre 15,0 a 16,5%) e para Consumer Brands na faixa de 12,0 a 13,0% (anteriormente: de 11,0 a 12,5%).

Quanto ao **lucro ajustado por ação preferencial (EPS)**, a Henkel agora espera um aumento na faixa de +15,0 a +25,0% em taxas de câmbio constantes (anteriormente: de +5,0 a +20,0%).

A Henkel também atualizou as seguintes expectativas:

- Aquisições/Desinvestimentos: impacto neutro no crescimento nominal das vendas (anteriormente: impacto negativo na faixa percentual inferior de um dígito)
- Conversão de vendas em moedas estrangeiras: impacto negativo na faixa percentual inferior a intermediária de um dígito (anteriormente: impacto negativo na faixa percentual intermediária de um dígito)

As seguintes expectativas para 2024 permaneceram inalteradas:

- Preços de materiais diretos: desenvolvimento estável¹
- Despesas de reestruturação de 250 a 300 milhões de euros
- Saídas de caixa de investimentos em propriedades, instalações e ativos intangíveis entre 650 e 750 milhões de euros

¹ Comparado com o ano anterior.

Calendário financeiro

Publicação do Relatório Semestral de 2024:

Terça-feira, 13 de agosto de 2024

Publicação do Balanço Trimestral Q3 de 2024:

Quarta-feira, 6 de novembro de 2024

Sobre a Henkel

Com suas marcas, inovações e tecnologias, a Henkel ocupa posições de liderança em todo o mundo em negócios industriais e de consumo. A unidade de negócios de Adhesive Technologies é líder global nos mercados de adesivos, selantes e revestimentos funcionais. Em seus negócios de Consumer Brands, a empresa ocupa posições de liderança, especialmente nos segmentos de cuidados capilares e com a casa, 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 2023, a Henkel registrou vendas de mais de 21,5 bilhões de euros e lucro operacional de cerca de 2,6 bilhões de euros. As ações preferenciais da companhia estão listadas no índice de ações alemãs DAX. A sustentabilidade sempre foi um tema presente na Henkel, com a definição de uma estratégia clara e metas específicas. Fundada em 1876, a Henkel emprega equipes diversificadas com cerca de 48.000 pessoas em todo o mundo unidas por uma forte cultura corporativa, valores compartilhados e um propósito comum: "Pioneers at heart for the good of generations". Mais informações em www.henkel.com.

Sobre a Henkel Brasil

A Henkel está no Brasil há 68 anos e atua nas áreas de Adesivos, Selantes e Tratamento de Superfícies e Consumer Brands, com principais marcas como Cascola, Loctite, Pritt, Bonderite e Schwarzkopf Professional. A Henkel Brasil conta com cerca de 1.000 profissionais distribuídos nas plantas de Itapevi e Jundiaí, além de um Centro de Distribuição em Jundiaí, um escritório central na Lapa e uma ASK Academy localizada na Avenida Paulista, em São Paulo. No ano de 2023, a Henkel alcançou um crescimento orgânico de vendas de 4,2%. Na América Latina, as vendas foram de 1,681 milhões de euros, o que representa 8% do total do grupo.

Contatos com a imprensa:

InPress Porter Novelli

Rafael Bullara

(11) 99688-6553 - rafael.bullara@inpresspni.com.br

Wagner Eufrosino

(11) 94201-0492 - wagner.eufrosino@inpresspni.com.br

Carla Marcondes

(11) 98766-6866 - carla.marcondes@inpresspni.com.br