

Résultats T1 2025

Janvier-Mars

Nouveaux progrès dans la mise en œuvre du programme de croissance ciblée

Henkel : évolution des ventes conforme aux attentes et maintien d'une forte rentabilité

- **Ventes du Groupe : environ 5,2 milliards d'euros, évolution organique de -1,0 %**
- **Adhesive Technologies : croissance organique positive des ventes de 1,1 % avec une évolution positive des volumes malgré un environnement difficile**
- **Consumer Brands : évolution organique des ventes de -3,5 % ; les volumes ont été affectés par la baisse de la demande des consommateurs et les défis de la chaîne d'approvisionnement**
- **Finalisation de la vente de l'activité marques de distributeurs en Amérique du Nord - finalisation du programme d'optimisation stratégique du portefeuille de la branche Consumer Brands**
- **Les perspectives pour l'exercice 2025 restent inchangées malgré la volatilité accrue du marché :**
 - Croissance organique des ventes : 1,5 à 3,5 %
 - Rentabilité ajustée des ventes : 14,0 à 15,5 %
 - Bénéfice ajusté par action privilégiée (EPS) : augmentation de l'ordre d'un pourcentage à un chiffre, dans le bas ou dans le haut de la fourchette (à taux d'échange constants)

Düsseldorf, le 8 mai 2025 - Henkel a enregistré des ventes consolidées d'environ 5,2 milliards d'euros au cours du premier trimestre 2025, contre environ 5,3 milliards d'euros au cours du même trimestre l'année dernière. Les ventes organiques ont baissé de 1,0 % par rapport au même trimestre l'année dernière. Cette évolution est principalement due à un environnement géopolitique et macroéconomique difficile, qui s'est considérablement aggravé depuis le début de l'année. Cette situation a affecté à la fois la demande industrielle et la confiance des consommateurs, en particulier en Amérique du Nord. Néanmoins, les ventes dans la branche Adhesive Technologies ont augmenté de manière organique grâce à une combinaison équilibrée de prix et de volumes. Comme prévu, les ventes ont été inférieures à celles de l'année

dernière dans la branche Consumer Brands, en raison notamment de forts éléments de comparaison l'an passé et de difficultés dans la chaîne d'approvisionnement.

« Comme nous l'avons indiqué en mars lors de la publication de nos chiffres pour l'ensemble de l'année 2024, les ventes du nouvel exercice ont connu un démarrage plutôt discret. Dans le même temps, nous avons continué à dégager de solides marges brutes et EBIT, et nous avons poursuivi avec constance et succès la mise en œuvre de notre programme de croissance ciblée. Nous avons finalisé la cession de l'activité marques de distributeurs en Amérique du Nord plus tôt que prévu, achevant ainsi avec succès le programme d'optimisation du portefeuille de notre branche d'activité Consumer Brands que nous avons annoncé au début de l'année 2022. Cela signifie que nous pouvons désormais concentrer toute notre attention sur la croissance de nos activités dans le domaine des biens de consommation de marque grâce à des innovations mettant en avant des technologies qui offrent une valeur ajoutée pertinente aux consommateurs », a déclaré Carsten Knobel, Président du comité de direction de Henkel.

« La volatilité et l'incertitude sur les marchés mondiaux se sont considérablement accrues depuis le début de l'année. Les objectifs fixés pour l'exercice en cours restent inchangés et nous continuons à prévoir une nouvelle croissance organique des ventes et une amélioration progressive des bénéfices en 2025. Nous attendons toujours un second semestre plus fort, grâce notamment aux contributions issues de nos innovations, que nous introduirons sur le marché avec l'appui d'investissements continus dans nos marques. Dans le même temps, nous prévoyons des marges brutes et des marges EBIT élevées. L'évolution constatée au cours des trois premiers mois de l'exercice en cours montre que nous sommes sur la bonne voie à cet égard. Cela prouve que nous avons une stratégie claire et cohérente et que nous tenons nos promesses. »

Développement des ventes par branche d'activité

en millions d'euros	Ventes		+/-	Organique
	T1/2024	T1/2025		
Groupe Henkel	5 317	5 242	-1,4 %	-1,0 %
Adhesive Technologies	2 677	2 715	1,4 %	1,1 %
Consumer Brands	2 605	2 484	-4,6 %	-3,5 %

L'évolution organique positive des ventes de la branche d'activité **Adhesive Technologies** au cours du premier trimestre est principalement due à la forte croissance dans le secteur d'activité Mobility & Electronics. La baisse organique des ventes de la branche d'activité **Consumer Brands** est notamment due à la morosité des consommateurs, au déstockage des clients et aux difficultés dans la chaîne d'approvisionnement.

Performance des ventes du Groupe

Au **premier trimestre 2025**, les **ventes du Groupe** ont atteint 5 242 millions d'euros, soit une baisse **nominale** de -1,4 % par rapport au même trimestre l'année dernière (5 317 millions d'euros). **Sur le plan organique** (c'est-à-dire corrigé des effets de change et des acquisitions/désinvestissements), les ventes ont baissé de 1,0 %. Cette évolution était attendue et reflète l'environnement géopolitique et macroéconomique difficile actuel, qui affecte à la fois la demande industrielle et la confiance des consommateurs, en particulier en Amérique du Nord. L'évolution organique des ventes au niveau du groupe a été soutenue par une composante prix positive avec toutefois des volumes qui ont été inférieurs à ceux de l'année dernière. Les acquisitions/désinvestissements ont représenté une augmentation de 1,1 % des ventes. En revanche, les effets de change ont eu un impact négatif sur la performance des ventes, à hauteur de -1,4 %.

Performance des ventes du Groupe

en millions d'euros	T1/2024	T1/2025
Ventes	5 317	5 242
Variation par rapport à l'année précédente	-5,2 %	-1,4 %
Change	-3,9 %	-1,4 %
Ajusté pour le change	-1,3 %	0,0 %
Acquisitions/désinvestissements	-4,3 %	1,1 %
Organique	3,0 %	-1,0 %
Dont prix	3,4 %	1,4 %
Dont volume	-0,4 %	-2,4 %

L'évolution organique des ventes dans la région **Europe** a enregistré une baisse de -2,0 % pour le premier trimestre. Dans la région **IMEA**, les ventes ont augmenté organiquement de 4,6 %. L'évolution organique des ventes a été négative en **Amérique du Nord** (-5,6 %). En **Amérique latine**, les ventes ont été organiquement supérieures de 1,5 % à celles du même trimestre l'année dernière. La région **Asie-Pacifique** a enregistré une croissance organique des ventes de 3,6 %.

Performance des ventes par région¹

	Europe	IMEA	Amé- rique du Nord	Amé- rique La- tine	Asie-Pa- cifique	Entre- prise	Groupe Henkel
en millions d'euros							
Ventes janvier-mars 2025	1 989	562	1 429	375	844	43	5 242
Ventes janvier-mars 2024	2 023	575	1 478	421	784	35	5 317
Variation par rapport au tri- mestre de l'année précédente	-1,7 %	-2,3 %	-3,4 %	-10,8 %	7,6 %	–	-1,4 %
Organique	-2,0 %	4,6 %	-5,6 %	1,5 %	3,6 %	–	-1,0 %
Proportion des ventes du Groupe 2025	38 %	11 %	27 %	7 %	16 %	1 %	100 %
Proportion des ventes du Groupe 2024	38 %	11 %	28 %	8 %	15 %	1 %	100 %

¹ Par localisation de l'entreprise.

Performances des ventes Adhesive Technologies

La branche d'activité Adhesive Technologies a généré des **ventes** de 2 715 millions d'euros au **premier trimestre 2025**, ce qui équivaut à une augmentation **nominale** de 1,4 % par rapport au même trimestre l'année dernière (2 677 millions d'euros). **Sur le plan organique** (c'est-à-dire corrigé des effets de change et des acquisitions/désinvestissements), les ventes ont augmenté de 1,1 % par rapport au premier trimestre 2024. Les prix et les volumes ont connu une évolution positive. Les effets de change ont diminué les ventes de -1,0 %. Les acquisitions/désinvestissements ont eu un effet positif de 1,3 %.

Performance des ventes Adhesive Technologies

en millions d'euros	T1/2024	T1/2025
Ventes	2 677	2 715
Proportion des ventes du Groupe	50 %	52 %
Variation par rapport à l'année précédente	-4,1 %	1,4 %
Change	-3,8 %	-1,0 %
Ajusté pour le change	-0,4 %	2,4 %
Acquisitions/désinvestissements	-1,7 %	1,3 %
Organique	1,3 %	1,1 %
Dont prix	1,0 %	0,6 %
Dont volume	0,3 %	0,5 %

L'évolution organique positive des ventes de la branche d'activité Adhesive Technologies au cours du premier trimestre a été principalement alimentée par le secteur **Mobility & Electronics**, qui a enregistré une forte augmentation de 3,1 %. Cette croissance a été tirée par les activités **Electronics et Industrials**, tandis que l'activité **Automotive** a reculé en raison d'un environnement de marché difficile. Avec -0,4 %, l'évolution organique des ventes dans le secteur **Packaging & Consumer Goods** a été légèrement négative dans l'ensemble. L'activité Packaging a connu une évolution stable, soutenue par une nouvelle reprise de la demande. L'activité Consumer Goods a enregistré un léger recul par rapport au même trimestre l'année dernière. La croissance organique des ventes du secteur **Craftsmen, Construction & Professional** a été de 0,4 % par rapport au même trimestre l'année dernière. La croissance a été tirée en particulier par l'activité **Consumers & Craftsmen et Construction**, qui ont toutes deux enregistré une évolution positive.

Développement des ventes par secteur d'activité

en millions d'euros	Ventes		+/-	Organique
	T1/2024	T1/2025		
Adhesive Technologies	2 677	2 715	1,4 %	1,1 %
Mobility & Electronics	946	966	2,1 %	3,1 %
Packaging & Consumer Goods	838	804	-4,1 %	-0,4 %
Craftsmen, Construction & Professional	893	945	5,9 %	0,4 %

D'un point de vue régional, la performance de la branche d'activité Adhesive Technologies a été mitigée. En **Europe**, les ventes ont été organiquement inférieures à celles du même trimestre l'année dernière, principalement en raison du secteur Craftsmen, Construction & Professional. Dans un environnement de marché généralement difficile, la région **Amérique du Nord** a enregistré au premier trimestre une baisse de ses ventes, due principalement à l'évolution des secteurs Mobility & Electronics et Packaging & Consumer Goods. La région **IMEA** a enregistré une très forte croissance organique de ses ventes, grâce notamment à une augmentation à deux chiffres des ventes dans le secteur Craftsmen, Construction & Professional. La région **Amérique latine** a également enregistré une très forte croissance, principalement due à une augmentation à deux chiffres des ventes dans le secteur Mobility & Electronics. Les secteurs Packaging & Consumer Goods et Craftsmen, Construction & Professional ont également contribué à cette évolution, affichant toutes deux une très forte croissance. La région **Asie-Pacifique** a enregistré une croissance significative, grâce notamment à une augmentation à deux chiffres des ventes dans l'activité Electronics en Chine.

Performance des ventes Consumer Brands

Dans la branche d'activité Consumer Brands, les **ventes** du **premier trimestre 2025** se sont élevées à 2 484 millions d'euros, soit une baisse **nominale** de -4,6 % par rapport au même trimestre l'année dernière. **Sur le plan organique** (c'est-à-dire corrigé des effets de change et des acquisitions/désinvestissements), les ventes ont baissé de -3,5 %. La branche d'activité a enregistré une bonne évolution des prix par rapport au premier trimestre 2024, tandis que les volumes ont baissé comme prévu, principalement en raison de la morosité des consommateurs et du déstockage des clients du commerce de détail - en particulier en Amérique du Nord - aggravés par les difficultés dans la chaîne d'approvisionnement. Les effets de change ont eu un impact négatif de -2,0 % sur les ventes, tandis que les acquisitions/désinvestissements ont eu une influence positive de 0,8 % sur les ventes.

Performance des ventes Consumer Brands

en millions d'euros	T1/2024	T1/2025
Ventes	2 605	2 484
Proportion des ventes du Groupe	49 %	47 %
Variation par rapport à l'année précédente	-6,0 %	-4,6 %
Change	-4,0 %	-2,0 %
Ajusté pour le change	-2,0 %	-2,7 %
Acquisitions/désinvestissements	-7,2 %	0,8 %
Organique	5,2 %	-3,5 %
Dont prix	6,2 %	2,0 %
Dont volume	-1,0 %	-5,5 %

Au premier trimestre, le secteur **Laundry & Home Care** a enregistré une baisse organique des ventes de -4,1 %. L'activité Laundry Care a enregistré une croissance négative, principalement due à une baisse dans la catégorie Fabric Cleaning, tandis que la catégorie Fabric Care a enregistré une très forte croissance. L'activité Home Care business, en revanche, a généré une bonne augmentation organique des ventes, principalement grâce à une croissance significative des ventes dans la catégorie Dishwashing.

Le secteur **Hair** a vu ses ventes diminuer organiquement de -1,6 %. L'activité Consumer a connu une croissance positive, notamment grâce aux catégories Hair Colorants et Hair Styling. Dans l'ensemble, l'évolution du secteur Professional a été inférieure à celle de l'année dernière, ce qui s'explique principalement par une baisse des ventes due à un environnement de consommation difficile dans la région Amérique du Nord.

Le secteur **Autres activités Consumer** a enregistré une baisse organique des ventes de -6,8 %, principalement en raison de l'évolution négative des secteurs d'activité Body Care dans les régions Amérique du Nord et Europe.

Développement des ventes par secteur d'activité

en millions d'euros	Ventes		+/-	Organique
	T1/2024	T1/2025		
Consumer Brands	2 605	2 484	-4,6 %	-3,5 %
Laundry & Home Care	1 661	1 550	-6,7 %	-4,1 %
Hair	781	792	1,4 %	-1,6 %
Autres activités Consumer	163	142	-12,6 %	-6,8 %

D'un point de vue régional, l'évolution des ventes dans toutes les régions - à l'exception de la région IMEA - a été inférieure à celle de l'année dernière. La région **IMEA** a enregistré une bonne croissance organique des ventes dans l'ensemble, grâce à une croissance organique des ventes significative dans le secteur Hair et à un bon développement dans le secteur Laundry & Home Care. L'**Europe**, quant à elle, a connu un recul dû à l'évolution du secteur Laundry & Home Care, tandis que le secteur Hair a enregistré une bonne croissance. La croissance des ventes dans les régions **Amérique du Nord** et **Asie-Pacifique** a été inférieure à celle de l'année dernière dans tous les secteurs. La performance de la région **Amérique latine** dans son ensemble a été inférieure à celle de l'année dernière en raison de l'évolution du secteur Laundry & Home Care. Le secteur Hair, en revanche, a enregistré une très forte croissance organique de ses ventes.

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 31 décembre 2024.

Perspectives pour le Groupe Henkel

Pour l'année en cours, Henkel continue à prévoir une **croissance organique des ventes** de 1,5 à 3,5 % . Pour l'activité Adhesive Technologies, nous prévoyons une croissance organique des ventes de l'ordre de 2,0 à 4,0 %. Pour l'activité Consumer Brands, l'entreprise prévoit une augmentation organique des ventes de 1,0 à 3,0 %.

La **rentabilité ajustée des ventes (marge EBIT ajustée)** attendue continue à se situer entre 14,0 et 15,5 %. La rentabilité ajustée des ventes devrait se situer entre 16,0 et 17,5 % pour Adhesive Technologies et entre 13,5 et 15,0 % pour Consumer Brands.

On s'attend toujours à une augmentation du **bénéfice ajusté par action privilégiée (EPS)** à taux de change constants de l'ordre d'un pourcentage à un chiffre, dans le bas ou dans le haut de la fourchette.

En outre, nous confirmons les prévisions suivantes pour 2025 :

- Acquisitions/désinvestissements : effet négatif de l'ordre d'un faible pourcentage à un chiffre sur la croissance nominale des ventes
- Conversion des ventes en devises étrangères : incidence neutre ou négative de l'ordre d'un faible pourcentage à un chiffre.
- Prix des matériaux directs : augmentation à un chiffre (faible à moyen) par rapport à la moyenne de l'année dernière
- Dépenses de restructuration de 200 à 250 millions d'euros
- Sorties de fonds pour les investissements en immobilisations corporelles et incorporelles entre 650 et 750 millions d'euros

Ce communiqué de presse en français est une traduction de la version originale en anglais.

À 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 2024, Henkel a réalisé un chiffre d'affaires de plus de 21,6 milliards d'EUR et un bénéfice d'exploitation ajusté d'environ 3,1 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 47 000 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

Ce document contient des prévisions fondées sur les estimations et suppositions établies par la direction d'entreprise de Henkel AG & Co. KGaA. Les prévisions sont caractérisées par l'emploi de termes tels que attendre, avoir l'intention, envisager, planifier, prédire, supposer, croire, estimer, anticiper, prévoir, etc. De telles affirmations ne doivent pas être conçues comme une quelconque garantie que ces prévisions vont se réaliser. La performance et les résultats futurs effectivement réalisés par Henkel AG & Co. KGaA et ses filiales comportent de nombreux risques et incertitudes et peuvent par conséquent diverger sensiblement des prévisions initiales. Nombre de ces facteurs échappent au contrôle direct de Henkel et ne peuvent être évalués avec précision à l'avance, à commencer par l'environnement économique futur, et les actions des concurrents et d'autres acteurs impliqués sur les marchés. Henkel n'a pas l'intention de mettre à jour les prévisions et ne le fera jamais.

Ce document contient – dans le cadre de reporting financier en vigueur qui n'est pas clairement défini – des indicateurs financiers supplémentaires qui sont ou peuvent être des moyens alternatifs d'évaluer les performances (indicateurs dits « non GAAP »). Ces indicateurs financiers supplémentaires ne doivent pas être pris en compte isolément ou comme des moyens de mesurer les actifs nets et les positions financières de Henkel ou le résultat de ses opérations ; tels que présentés dans le cadre de ses États financiers consolidés. D'autres entreprises qui utilisent ou décrivent des indicateurs de performance portant le même nom peuvent les calculer d'une manière différente.

Ce communiqué est publié à titre informatif uniquement et ne représente pas un conseil en investissement. Ce n'est pas une offre de vente de titres ni une demande d'offre d'achat de titres.

Calendrier financier

Publication du rapport semestriel 2025 :

Jeudi 7 août 2025

Publication de la déclaration trimestrielle T3 2025 :

Jeudi 6 novembre 2025

Contacts

Henkel

Octavie Blandin

Tél : 01 46 84 92 45

octavie.blandin@henkel.com

Agence Burson Cohn & Wolf

Paolo Ghilardi

Tél : 01 56 03 1302

paolo.ghilardi@bcw-global.com

De plus amples informations contenant du matériel à télécharger, ainsi que le lien pour écouter la conférence téléphonique, sont disponibles à l'adresse suivante :

www.henkel.com/press

www.henkel.com/ir