25 Αυγούστου, 2025

**Η Henkel αναμένει περαιτέρω ανάπτυξη για το οικονομικό έτος 2025.**

Henkel: Σημαντική αύξηση των πωλήσεων και βελτίωση στα περιθώρια κέρδους στο πρώτο εξάμηνο του έτους.

* **Οι οργανικές πωλήσεις του Ομίλου κατά το πρώτο εξάμηνο του 2025 παρέμειναν στα επίπεδα του προηγούμενου έτους: 10,4 δισ. ευρώ (οργανική μεταβολή -0,1%, Β’ τρίμηνο: +0,9%)**
* **Τα λειτουργικά κέρδη (EBIT) αυξήθηκαν στα 1.614 εκατ. ευρώ (+0,2%)**
* **Το περιθώριο EBIT\* αυξήθηκε σε 15,5% (+60 μονάδες βάσης)**
* **Τα κέρδη ανά προνομιούχο μετοχή (EPS)\* ανήλθαν στα 2,81 ευρώ, +5,0% σε σταθερές συναλλαγματικές ισοτιμίες**
* **Περαιτέρω πρόοδος στην υλοποίηση της Ατζέντας για Στρατηγική Ανάπτυξη**
* Η σαφής εστίαση στις παγκόσμιες τάσεις ενισχύει την ανταγωνιστικότητα και την ανθεκτικότητα της επιχειρηματικής μονάδας Adhesive Technologies σε ένα απαιτητικό περιβάλλον αγοράς.
* Σημαντική αύξηση όγκου της επιχειρηματικής μονάδας Consumer Brands – 10 κορυφαία brands σημείωσαν καλή οργανική ανάπτυξη πωλήσεων
* **Νέες προβλέψεις για το οικονομικό έτος 2025**
* Οργανική ανάπτυξη πωλήσεων σε 1,0% – 2,0% (προηγούμενη εκτίμηση: 1,5–3,5%)
* Προσαρμοσμένο περιθώριο κέρδους επί των πωλήσεων: 14,5 έως 15,5% (προηγούμενη εκτίμηση: 14,0% έως 15,5%)
* Προσαρμοσμένα κέρδη ανά προνομιούχο μετοχή (EPS): αύξηση από χαμηλό έως υψηλό μονοψήφιο ποσοστό σε σταθερές συναλλαγματικές ισοτιμίες (αμετάβλητο)

Η Henkel, μετά από ένα ήπιο ξεκίνημα της χρονιάς, κατέγραψε επιτάχυνση της οργανικής ανάπτυξης πωλήσεων της στο πρώτο εξάμηνο του 2025, με ισχυρές επιδόσεις στο δεύτερο τρίμηνο. Παράλληλα, αύξησε σημαντικά και τη κερδοφορία της: «*Η αύξηση του δείκτη οργανικής ανάπτυξης των πωλήσεων προήλθε και από τις δύο επιχειρηματικές μονάδες, με την σταδιακή αύξηση του όγκου της επιχειρηματικής μονάδας Consumer Brands να ξεχωρίζει. Μαζί με τη θετική εξέλιξη των τιμών, το γεγονός αυτό οδήγησε και σε ισχυρή οργανική ανάπτυξη των πωλήσεων στο δεύτερο τρίμηνο. Η επιχειρηματική μονάδα Adhesive Technologies πέτυχε θετική οργανική ανάπτυξη πωλήσεων στο πρώτο εξάμηνο, χάρη στην ισορροπημένη εξέλιξη τιμών και όγκου*», δήλωσε ο CEO της Henkel, Carsten Knobel.

«*Επιπλέον, αυξήσαμε σημαντικά το περιθώριο EBIT στο πρώτο εξάμηνο του έτους. Η ανάπτυξη αυτή οφείλεται κυρίως στα ισχυρά μικτά περιθώρια κέρδους στις δύο επιχειρηματικές μας μονάδες και σε έναν ευνοϊκό επιχειρηματικό συνδυασμό τους. Ακόμα, βελτιώσαμε περαιτέρω την αποδοτικότητα κέρδους μας και βρισκόμαστε σε καλό δρόμο ώστε να πετύχουμε, ή ακόμη και να ξεπεράσουμε, τους στόχους εξοικονόμησης στην επιχειρηματική μονάδα Consumer Brands. Ταυτόχρονα, συνεχίζουμε να επενδύουμε στα brands και στις τεχνολογίες μας με στόχο να ενισχύσουμε τις μελλοντικές αναπτυξιακές δυνατότητες μας*», τόνισε ο Carsten Knobel.

**Νέες προβλέψεις για το οικονομικό έτος 2025:**

Με βάση την επιχειρηματική απόδοση που επιτεύχθηκε στο πρώτο εξάμηνο του 2025 και τις προβλέψεις για το υπόλοιπο της χρονιάς, η Henkel ανανεώνει τους στόχους της για το οικονομικό έτος 2025.

«*Αναμένουμε περαιτέρω κερδοφόρα ανάπτυξη για το οικονομικό έτος 2025, ενώ κατά το δεύτερο εξάμηνο του έτους, προβλέπουμε ισχυρότερη αύξηση των πωλήσεων μας. Φυσικά, για τις προβλέψεις μας, έχουμε λάβει υπόψη, αφενός, τον αντίκτυπο του απαιτητικού μακροοικονομικού περιβάλλοντος στην οργανική ανάπτυξη των πωλήσεων των δύο επιχειρηματικών μονάδων μας, και αφετέρου, την αυξημένη προσδοκία για κερδοφορία που αντανακλά τη θετική εξέλιξη του μικτού περιθωρίου κέρδους, τα οφέλη από τη βελτιστοποίηση του χαρτοφυλακίου μας και τις βελτιώσεις στην αποδοτικότητα εντός της εταιρείας. Παράλληλα, οι νέες μας προβλέψεις ευθυγραμμίζονται τόσο με τις αλλαγές των παγκόσμιων εμπορικών συμφωνιών, αλλά, σε γενικές γραμμές, και με τις τρέχουσες προσδοκίες της αγοράς για την επιχειρηματική πορεία της Henkel κατά τη διάρκεια του έτους*», δήλωσε ο Carsten Knobel, εξηγώντας τις νέες προβλέψεις για το 2025.

Για το τρέχον οικονομικό έτος, η Henkel αναμένει οργανική ανάπτυξη πωλήσεων μεταξύ 1,0% και 2,0% (προηγούμενη εκτίμηση: 1,5% έως 3,5%). Για την επιχειρηματική μονάδα Adhesive Technologies, η οργανική ανάπτυξη πωλήσεων αναμένεται πλέον να κυμανθεί μεταξύ 2,0% και 3,05% (προηγούμενη εκτίμηση: 2,0% έως 4,0%), ενώ για την Consumer Brands, προβλέπεται οργανική αύξηση πωλήσεων μεταξύ 0,5% και 1,5% (προηγούμενη εκτίμηση: 1,0% έως 3,0%).

Ταυτόχρονα, προβλέπεται αύξηση του **προσαρμοσμένου περιθωρίου λειτουργικού κέρδους** (προσαρμοσμένο περιθώριο EBIT) μεταξύ 14,5% και 15,5% (προηγούμενη εκτίμηση: 14,0% έως 15,5%). Για την Adhesive Technologies, το προσαρμοσμένο περιθώριο λειτουργικού κέρδους αναμένεται μεταξύ 16,5% και 17,5% (προηγούμενη εκτίμηση: 16,0% έως 17,5%), και για την Consumer Brands μεταξύ 14,0% και 15,0% (προηγούμενη εκτίμηση: 13,5% έως 15,0%). Οι προβλέψειςγια τα **προσαρμοσμένα κέρδη ανά προνομιούχο μετοχή** (EPS) σε σταθερές συναλλαγματικές ισοτιμίες παραμένουν ίδιες, αναμένοντας αύξηση σε χαμηλό έως υψηλό μονοψήφιο ποσοστό.

**Εξέλιξη πωλήσεων και κέρδους στο πρώτο εξάμηνο του οικονομικού έτους 2025**

Οι **πωλήσεις του Ομίλου** ανήλθαν στα 10.402 εκατομμύρια ευρώ το πρώτο εξάμηνο του 2025, γεγονός που αντιστοιχεί σε ονομαστική μεταβολή -3,8% (Β’ τρίμηνο: 5.160 εκατομμύρια ευρώ, -6,1%). Οι συναλλαγματικές διακυμάνσεις μείωσαν τις πωλήσεις κατά -2,8% (Β’ τρίμηνο: -4,1%), ενώ οι εξαγορές και οι αποεπενδύσεις κατά -0,9% (Β’ τρίμηνο: -2,9%). Ενώ η αποεπένδυση του κλάδου λιανικής στη Βόρεια Αμερική τον Απρίλιο του 2025 είχε αρνητικό αντίκτυπο, οι εξαγορές που πραγματοποιήθηκαν το 2024 και στις δύο επιχειρηματικές μονάδες – Seal for Life και Vidal Sassoon – συνέβαλαν θετικά. Σε **οργανική βάση** (δηλαδή προσαρμοσμένα για συναλλαγματικές διακυμάνσεις και εξαγορές/αποεπενδύσεις), οι πωλήσεις ήταν σχεδόν αμετάβλητες σε σχέση με το προηγούμενο έτος, στο -0,1% (Β’ τρίμηνο: +0,9%). Αυτή η εξέλιξη οφείλεται κυρίως στη θετική εξέλιξη των τιμών και στις δύο επιχειρηματικές μονάδες. Ο όγκος πωλήσεων σε επίπεδο Ομίλου μειώθηκε ελαφρώς στο πρώτο εξάμηνο του έτους, κυρίως λόγω του δύσκολου γεωπολιτικού και μακροοικονομικού περιβάλλοντος, το οποίο επηρέασε τόσο τη βιομηχανική ζήτηση όσο και την καταναλωτική εμπιστοσύνη – ιδιαίτερα στη Βόρεια Αμερική κατά το πρώτο τρίμηνο.

Η επιχειρηματική μονάδα **Adhesive Technologies** πέτυχε θετική οργανική ανάπτυξη πωλήσεων ύψους 1,2% στο πρώτο εξάμηνο του 2025, κυρίως λόγω του τομέα Mobility & Electronics (Β’ τρίμηνο: +1,3%). Η επιχειρηματική μονάδα **Consumer Brands** κατέγραψε μείωση οργανικών πωλήσεων ύψους -1,6% (Β’ τρίμηνο: +0,4%). Ο τομέας Hair πέτυχε θετική οργανική ανάπτυξη πωλήσεων, σε αντίθεσή με τους τομείς Laundry & Home Care και Other Consumer Businesses που κατέγραψαν μείωση.

Η **Ευρώπη** και η **Βόρεια Αμερική** κατέγραψαν μείωση οργανικών πωλήσεων κατά -1,9% (Β’ τρίμηνο: -1,8%) και -3,4% (Β’ τρίμηνο: -1,2%) αντίστοιχα, κυρίως λόγω του δύσκολου γεωπολιτικού και μακροοικονομικού περιβάλλοντος. Αντίθετα, η περιοχή **IMEA,** σημείωσε σημαντική οργανική ανάπτυξη πωλήσεων ύψους 9,1% (Β’ τρίμηνο: +13,9%). Η **Λατινική Αμερική** πέτυχε θετική οργανική ανάπτυξη πωλήσεων κατά 0,4% (Β’ τρίμηνο: -0,6%) και η περιοχή της **Ασίας-Ειρηνικού** πέτυχε ισχυρή οργανική ανάπτυξη πωλήσεων 3,4% (Β’ τρίμηνο: +3,1%).

**Το προσαρμοσμένο λειτουργικό κέρδος** **(προσαρμοσμένο EBIT)** αυξήθηκε ελαφρώς από 1.610 εκατομμύρια ευρώ στο πρώτο εξάμηνο του 2024 σε 1.614 εκατομμύρια ευρώ.

**Το προσαρμοσμένο περιθώριο λειτουργικού κέρδους (προσαρμοσμένο περιθώριο EBIT)** του Ομίλου Henkel αυξήθηκε κατά 60 μονάδες βάσης, από 14,9% σε 15,5%.

**Τα κέρδη ανά προνομιούχο μετοχή** αυξήθηκαν σε 2,66 ευρώ (προηγούμενο έτος: 2,46 ευρώ). Τα προσαρμοσμένα κέρδη ανά προνομιούχο μετοχή αυξήθηκαν κατά 1,1% σε 2,81 ευρώ σε σύγκριση με 2,78 ευρώ την αντίστοιχη περσινή περίοδο. Σε σταθερές συναλλαγματικές ισοτιμίες, τα προσαρμοσμένα κέρδη ανά προνομιούχο μετοχή αυξήθηκαν κατά 5,0%.

Ο δείκτης **καθαρού κεφαλαίου κίνησης** προς τις πωλήσεις στο δεύτερο τρίμηνο αυξήθηκε κατά 0,8 ποσοστιαίες μονάδες σε σύγκριση με την αντίστοιχη περσινή περίοδο, από 5,2% σε 6,0%.

**Η ελεύθερη ταμειακή ροή** ύψους 485 εκατομμυρίων ευρώ ήταν χαμηλότερη από εκείνη του πρώτου εξαμήνου του 2024 (772 εκατομμύρια ευρώ), λόγω – μεταξύ άλλων – της αύξησης του καθαρού κεφαλαίου κίνησης και των υψηλότερων πληρωμών για επενδύσεις σε ακίνητα, εγκαταστάσεις και εξοπλισμό καθώς και σε άυλα περιουσιακά στοιχεία.

Στις 30 Ιουνίου 2025, η **καθαρή χρηματοοικονομική θέση** του Ομίλου ανερχόταν σε -494 εκατομμύρια ευρώ (31 Δεκεμβρίου 2024: -93 εκατομμύρια ευρώ).

**Εξέλιξη των επιχειρηματικών μονάδων κατά το πρώτο εξάμηνο του 2025**

Οι **πωλήσεις** της μονάδας Adhesive Technologies αυξήθηκαν **οργανικά** κατά 1,2% στο πρώτο εξάμηνο του 2025 (Β’ τρίμηνο: 1,3%). Η αύξηση αυτή οφείλεται σε ισορροπημένη και θετική εξέλιξη μεταξύ τιμών και όγκου. Σε ονομαστικούς όρους, οι πωλήσεις ανήλθαν σε 5.416 εκατομμύρια ευρώ, ελαφρώς χαμηλότερα σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του προηγούμενου έτους κατά -1,1% (Β’ τρίμηνο: 2.701 εκατομμύρια ευρώ).

Η θετική οργανική ανάπτυξη πωλήσεων της μονάδας Adhesive Technologies στο πρώτο εξάμηνο του έτους οφείλεται κυρίως στον τομέα **Mobility & Electronics**, ο οποίος σημείωσε καλή οργανική αύξηση πωλήσεων κατά 2,8% (Β’ τρίμηνο: +2,5%). Η ανάπτυξη αυτή προήλθε από τη διψήφια οργανική αύξηση πωλήσεων στον τομέα Electronics και την πολύ ισχυρή οργανική ανάπτυξη στον τομέα Industrial. Από την άλλη πλευρά, ο τομέας Automotive παρουσίασε μείωση λόγω του δύσκολου περιβάλλοντος της αγοράς. Ο τομέας **Packaging & Consumer Goods** σημείωσε σταθερή οργανική ανάπτυξη πωλήσεων (Β’ τρίμηνο: +0,4%), με τον τομέα Packaging να παρουσιάζει ελαφρά μείωση και ο τομέας Consumer Goods θετική αύξηση πωλήσεων, αντισταθμίζοντας τη διαφορά. Ο τομέας **Craftsmen, Construction & Professional** σημείωσε οργανική αύξηση πωλήσεων ύψους 0,6% (Β’ τρίμηνο: +0,8%), κυρίως λόγω της θετικής οργανική αύξησης πωλήσεων του τομέα Construction. Οι τομείς Consumer & Craftsmen και General Manufacturing & Maintenance παρουσίασαν σταθερή εξέλιξη σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του προηγούμενου έτους.

Το **προσαρμοσμένο λειτουργικό κέρδος** ήταν ελαφρώς χαμηλότερο από το επίπεδο του προηγούμενου έτους, στα 931 εκατομμύρια ευρώ. Εντούτοις, **το προσαρμοσμένο περιθώριο λειτουργικού κέρδους** (προσαρμοσμένο περιθώριο EBIT) αυξήθηκε σε 17,2% έναντι 17,0% την αντίστοιχη περίοδο του προηγούμενου έτους, λόγω ευνοϊκού επιχειρηματικού μείγματος.

Η **οργανική** ανάπτυξη πωλήσεων της μονάδας **Consumer Brands** κατέγραψε -1,6% σε σύγκριση με την αντίστοιχη περίοδο του προηγούμενου έτους (Β’ τρίμηνο: +0,4%). Σε ονομαστικούς όρους, οι **πωλήσει**ς ανήλθαν σε 4.907 εκατομμύρια ευρώ (Β’ τρίμηνο: 2.422 εκατομμύρια ευρώ), σημειώνοντας μείωση -6,8% σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του προηγούμενου έτους. Η μονάδα παρουσίασε θετική εξέλιξη τιμών σε σχέση με το πρώτο εξάμηνο του 2024. Αντίθετα, οι όγκοι μειώθηκαν, κυρίως λόγω του δύσκολου καταναλωτικού περιβάλλοντος σε βασικές αγορές όπως η Βόρεια Αμερική και η Ευρώπη.

Στο πρώτο εξάμηνο του έτους, ο τομέας **Laundry & Home Care** παρουσίασε μείωση οργανικών πωλήσεων κατά -2,6% (Β’ τρίμηνο: -0,9%). Ο τομέας Home Care σημείωσε θετική οργανική ανάπτυξη πωλήσεων, κυρίως λόγω της πολύ ισχυρής ανάπτυξης στην κατηγορία Dishwashing. Αντίθετα, ο τομέας Laundry Care παρουσίασε μείωση. Ο τομέας **Hair** σημείωσε θετική οργανική ανάπτυξη πωλήσεων κατά 0,9% στο πρώτο εξάμηνο του έτους (Β’ τρίμηνο: +3,2%). Η μονάδα Consumer παρουσίασε καλή οργανική ανάπτυξη, κυρίως λόγω της ιδιαίτερα ισχυρής ανάπτυξης της κατηγορίας Hair Colorants και της θετικής ανάπτυξης της κατηγορίας Hair Styling. Ο τομέας **Professional** παρουσίασε ελαφρά μείωση οργανικών πωλήσεων λόγω του δύσκολου καταναλωτικού περιβάλλοντος, ιδιαίτερα στη Βόρεια Αμερική. Ο τομέας **Other Consumer Businesses** παρουσίασε μείωση οργανικών πωλήσεων κατά -4,2% στο πρώτο εξάμηνο του έτους (Β’ τρίμηνο: -1,7%), λόγω της αρνητικής εξέλιξης του τομέα Body Care στις περιοχές Βόρειας Αμερικής και Ευρώπης.

Στα 748 εκατομμύρια ευρώ, το **προσαρμοσμένο λειτουργικό κέρδος** παρουσίασε ελαφρώς χαμηλότερα ποσοστά από την αντίστοιχη περίοδο του προηγούμενου έτους. **Το προσαρμοσμένο περιθώριο λειτουργικού κέρδους** (προσαρμοσμένο περιθώριο EBIT) αυξήθηκε σημαντικά σε 15,3% έναντι 14,3% την αντίστοιχη περίοδο του προηγούμενου έτους. Η εξέλιξη αυτή οφείλεται κυρίως στη συνεχόμενη αναβάθμιση του χαρτοφυλακίου και στις εξοικονομήσεις που επιτεύχθηκαν μέσω της βελτιστοποίησης της εφοδιαστικής αλυσίδας.

**Περαιτέρω πρόοδος στην υλοποίηση της Ατζέντας για Στρατηγική Ανάπτυξη**

Κατά το πρώτο εξάμηνο του 2025, η Henkel συνέχισε με επιτυχία την υλοποίηση της Ατζέντας για Στρατηγική Ανάπτυξη, σημειώνοντας σημαντική πρόοδο.

Για την επιχειρηματική μονάδα **Adhesive Technologies**, η Henkel εστίασε σημαντικά στις παγκόσμιες τάσεις, όπως η κινητικότητα, η συνδεσιμότητα, η ψηφιοποίηση, η αστικοποίηση και η βιωσιμότητα, συμβάλλοντας στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της ανθεκτικότητάς της στο απαιτητικό περιβάλλον της αγοράς. Στον τομέα της βιωσιμότητας, για παράδειγμα, η Henkel υποστηρίζει τους πελάτες της από διάφορους κλάδους να επιτύχουν τους στόχους βιωσιμότητας τους μέσω αποτελεσματικών και φιλικών προς το περιβάλλον λύσεων. Από την άλλη, για τη μονάδα **Consumer Brands**, η Henkel έχει εστιάσει περαιτέρω το χαρτοφυλάκιό της. Τα 10 κορυφαία brands αντιπροσωπεύουν πλέον περίπου το 60% των πωλήσεων. Στο δεύτερο τρίμηνο, αυτά τα brands σημείωσαν οργανική αύξηση πωλήσεων άνω του 3%, χάρη στην ισορροπημένη και θετική εξέλιξη μεταξύ τιμών και όγκου.

Στη προσπάθεια να ενισχύσει περαιτέρω την **ανταγωνιστικότητα** της, η Henkel εστιάζει σε σημαντικές **καινοτομίες** σε ισχυρούς επιχειρηματικούς τομείς. Οι καινοτομίες αυτές συνέβαλαν με τη σειρά τους στην ανάπτυξη των δύο επιχειρηματικών μονάδων στο πρώτο εξάμηνο του 2025. Στην **Adhesive Technologies**, η Henkel σημειώνει υψηλή μονοψήφια ανάπτυξη στον τομέα μεταλλικών συσκευασιών, εστιάζοντας σε βιώσιμες και καινοτόμες ενέργειες με επίκεντρο τους πελάτες της, ξεπερνώντας έτσι την αγορά. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το πρώτο στην αγορά καθαριστικό για κουτιά αλουμινίου με χαμηλή θερμοκρασία και χαμηλό αφρισμό. Η καινοτομία αυτή επιτρέπει τη βιώσιμη και αποτελεσματική παραγωγή κουτιών αναψυκτικού, με σημαντική εξοικονόμηση ενέργειας και έως 25% λιγότερη κατανάλωση νερού. Με αυτό τον τρόπο, η Henkel έχει τριπλασιάσει το μέγεθος της δραστηριότητάς της σε αυτόν τον τομέα τα τελευταία τρία χρόνια.

Στη μονάδα **Consumer Brands**, η συνεχιζόμενη επέκταση της νέας μάρκας Creme Supreme σε επιπλέον αγορές συνέβαλε σημαντικά στην ανάπτυξη της κατηγορίας Consumer Coloration στο δεύτερο τρίμηνο. Η Creme Supreme είναι η πρώτη περιποιητική βαφή μαλλιών με καινοτόμο bonding τεχνολογία. Ενισχύει τη δομή της τρίχας μέσω μικροδεσμών και συγκρατεί καλύτερα τις ίνες της τρίχας. Επιπλέον, σχηματίζει ένα προστατευτικό στρώμα που περιβάλλει την τρίχα, αποτρέποντας το σπάσιμο της.

«*Μετά από ένα ήπιο ξεκίνημα το οικονομικό έτος 2025, καταφέραμε να σημειώσουμε σημαντική βελτίωση στις πωλήσεις κατά το δεύτερο τρίμηνο – ιδιαίτερα όσον αφορά τον καταναλωτικό τομέα. Παράλληλα, συνεχίσαμε να αυξάνουμε σημαντικά την κερδοφορία μας και στις δύο επιχειρηματικές μονάδες μας*», δήλωσε ο Carsten Knobel.«*Αυτό δείχνει ξεκάθαρα ότι ο μετασχηματισμός της Henkel είναι ήδη επιτυχής. Θα συνεχίσουμε τη προσπάθειά μας να φέρουμε την αλλαγή και να ενισχύσουμε τη θέση και την ανταγωνιστικότητά μας μακροπρόθεσμα Με μια σαφή στρατηγική, η Henkel εξελίσσεται δυναμικά και βρισκόμαστε στον σωστό δρόμο για περαιτέρω κερδοφόρα ανάπτυξη*».

*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.*

Πληροφορίες για τη Henkel

Με τα εμπορικά σήματα, τις καινοτομίες και τις τεχνολογίες της, η Henkel κατέχει ηγετική θέση τόσο στον βιομηχανικό όσο και στον καταναλωτικό τομέα σε όλο τον κόσμο. Η επιχειρηματική μονάδα Συγκολλητικών Τεχνολογιών (Adhesive Technologies) κατέχει ηγετική θέση στην παγκόσμια αγορά σε κόλλες, στεγανωτικά και λειτουργικές επιστρώσεις. Με την Consumer Brands, η εταιρεία κατέχει ηγετικές θέσεις στους τομείς της περιποίησης μαλλιών, του πλυσίματος των ρούχων και του καθαρισμού του σπιτιού σε πολλές αγορές και κατηγορίες πολλών χωρών του κόσμου. Τα τρία κύρια εμπορικά σήματα της εταιρείας είναι η Loctite, το Persil και το Schwarzkopf. Το οικονομικό έτος 2024, η Henkel σημείωσε πωλήσεις άνω των 21,6 δισεκατομμυρίων ευρώ και προσαρμοσμένα λειτουργικά κέρδη περίπου 3,1 δισεκατομμυρίων ευρώ. Οι προνομιακές μετοχές Henkel είναι εισηγμένες στο γερμανικό Χρηματιστήριο βάσει του δείκτη DAX. Η Henkel έχει μακρά παράδοση στην αειφόρο ανάπτυξη, διαθέτοντας μια σαφή στρατηγική βιωσιμότητας με συγκεκριμένους στόχους. Η Henkel ιδρύθηκε το 1876 και σήμερα απασχολεί περίπου 47.000 άτομα σε όλο τον κόσμο – μια ετερογενή ομάδα, που είναι ενωμένη κάτω από μια ισχυρή εταιρική κουλτούρα, κοινές αξίες και έναν κοινό σκοπό: «Πρωτοπόροι στην καρδιά για το καλό των γενεών». Για περισσότερες πληροφορίες, επισκεφθείτε τον ιστότοπο [www.henkel.com](http://www.henkel.com).

**Για πληροφορίες προς τον Τύπο:**

Μπία Ενωτιάδη, benotiad@ikon.bbdogroup.gr, 210 6784356

Χριστίνα Γενικαλιώτη, cgenikal@ikon.bbdogroup.gr, 210 6784364