

Communiqué trimestriel T3 2025

Juillet-septembre

Les deux branches d'activité enregistrent une croissance organique positive de leurs ventes

Croissance organique des ventes plus élevée au troisième trimestre - évolution positive des volumes dans les deux branches d'activité

- **Ventes du groupe : 5,1 milliards d'euros, croissance organique de +1,4 %**
- **Adhesive Technologies : croissance organique des ventes de 2,5 %, soutenue par une évolution positive à la fois des volumes et des prix**
- **Consumer Brands : croissance organique des ventes de 0,4 %, portée par une hausse des volumes malgré une demande des consommateurs qui demeure modérée**
- **Bonne croissance organique des ventes en Amérique du Nord, soutenue par les deux branches d'activité**
- **L'intégration des activités Consumer Brands achevée avec succès d'ici la fin de l'année**
- **Prévisions annuelles : fourchettes inchangées**

Düsseldorf, le 6 novembre 2025 - Au cours du **troisième trimestre 2025**, Henkel a enregistré une solide croissance de ses ventes dans un environnement de marché toujours difficile - marqué à la fois par la demande industrielle et par un climat de consommation globalement atone - les **ventes du groupe** atteignant près de 5,1 milliards d'euros. Cela correspond à un taux de croissance organique des ventes de 1,4 %. La croissance au niveau du groupe a été essentiellement portée par une hausse globalement positive des volumes, dans un contexte de stabilité des prix.

« Comme prévu, la dynamique des ventes s'est encore renforcée au troisième trimestre. Si la principale contribution à cette performance provient de la branche d'activité Adhesive Technologies, la branche d'activité Consumer Brands a également affiché une croissance organique positive de ses ventes. Sur le plan régional, la bonne évolution des ventes en Amérique du Nord mérite d'être soulignée, les deux branches d'activité y ayant contribué par une croissance positive de leurs ventes. Cela témoigne de l'efficacité des mesures mises en œuvre », a déclaré Carsten Knobel, président du comité de direction de Henkel.

« Par ailleurs, la progression positive des résultats s'est poursuivie au troisième trimestre, tandis que nous avons maintenu nos investissements dans nos activités et nos marques. En parallèle, nous poursuivons nos avancées significatives dans l'intégration de nos activités Consumer Brands et, comme annoncé, nous prévoyons de finaliser ce processus avec succès d'ici la fin de l'année. Nous prévoyons d'atteindre l'ensemble des économies de coûts, soit au moins 525 millions d'euros, d'ici la fin de l'exercice fiscal en cours », a ajouté Carsten Knobel.

« Les perspectives pour l'ensemble de l'année 2025 restent stables, malgré la persistance des incertitudes et des difficultés sur les marchés mondiaux. Nous maintenons nos prévisions de marge EBIT ajustée et de croissance du BPA ajusté à taux de change constants, qui devraient rester largement conformes à nos perspectives actuelles. Toutefois, si la conjoncture économique générale ne s'améliore pas significativement d'ici la fin de l'année, la croissance organique des ventes du groupe devrait se situer dans le bas de notre fourchette prévisionnelle actuelle, comprise entre 1 à 2 % », a ajouté Carsten Knobel.

Développement des ventes par branche d'activité

en millions d'euros	Ventes			
Troisième trimestre	T3/2024	T3/2025	+/-	Organique
Groupe Henkel	5 492	5 147	-6,3 %	1,4 %
Adhesive Technologies	2 800	2 708	-3,3 %	2,5 %
Consumer Brands	2 653	2 402	-9,5 %	0,4 %
janvier-septembre	1-9/2024	1-9/2025		
Groupe Henkel	16 305	15 549	-4,6 %	0,4 %
Adhesive Technologies	8 275	8 124	-1,8 %	1,6 %
Consumer Brands	7 919	7 308	-7,7 %	-1,0 %

La branche d'activité **Adhesive Technologies** a connu une forte croissance organique au troisième trimestre, portée par les secteurs Mobility & Electronics et Craftsmen, Construction & Professional. La croissance organique positive des ventes de la branche d'activité **Consumer Brands** est principalement portée par le secteur d'activité mondial Hair.

Performance des ventes du Groupe

Au **troisième trimestre 2025**, les **ventes du groupe** ont reculé de -6.3 % **en valeur nominale**, pour s'établir à 5 147 millions d'euros. Les acquisitions/désinvestissements ont eu un impact négatif de -2.9 % sur l'évolution des ventes. Les effets de change ont réduit les ventes de -4.8 %. **Sur le plan organique** (c'est-à-dire après ajustement des taux de change et des acquisitions/désinvestissements), les ventes ont augmenté de 1,4 %. Au niveau du groupe, cette croissance a été soutenue à la fois par la stabilité des prix et par une augmentation générale des volumes.

Au cours des **neuf premiers mois de 2025**, les **ventes** se sont élevées à 15 549 millions d'euros. Cela équivaut à une baisse **nominale** de -4,6 %. **Sur le plan organique**, Henkel a enregistré une croissance positive des ventes de 0,4 %, soutenue par une évolution favorable des prix. À l'inverse, l'évolution des volumes du groupe a enregistré une légère diminution.

Performance des ventes du Groupe

en millions d'euros	T3/2024	T3/2025	1-9/2024	1-9/2025
Ventes	5 492	5 147	16 305	15 549
Variation par rapport à l'année précédente	1,0 %	-6,3 %	-0,4 %	-4,6 %
Change	-3,6 %	-4,8 %	-2,4 %	-3,5 %
Ajusté pour le change	4,5 %	-1,5 %	2,1 %	-1,2 %
Acquisitions/désinvestissements	1,2 %	-2,9 %	-1,0 %	-1,6 %
Organique	3,3 %	1,4 %	3,0 %	0,4 %
Dont prix	2,1 %	-0,1 %	2,4 %	0,9 %
Dont volume	1,2 %	1,5 %	0,6 %	-0,4 %

La croissance organique des ventes au **troisième trimestre** a été portée par les régions **Amérique du Nord, IMEA** et **Asie-Pacifique**. L'**Europe** et l'**Amérique Latine** ont en revanche enregistré une diminution des ventes organiques.

Performance des ventes par région

	Europe	IMEA	Amé- rique du Nord	Amé- rique La- tine	Asie-Pa- cifique	Entre- prise	Groupe Henkel
en millions d'euros							
Ventes¹ juillet- septembre 2025	1 990	537	1 319	369	895	37	5 147
Ventes ¹ juillet- septembre 2024	2 047	580	1 509	401	915	40	5 492
Variation par rapport à l'année précédente	-2,8 %	-7,4 %	-12,6 %	-8,0 %	-2,1 %	–	-6,3 %
Organique	-2,0 %	10,0 %	2,3 %	-2,9 %	4,9 %	–	1,4 %
Proportion des ventes du Groupe 2025	39 %	10 %	26 %	7 %	17 %	1 %	100 %
Proportion des ventes du Groupe 2024	37 %	11 %	27 %	7 %	17 %	1 %	100 %

¹ Par localisation de l'entreprise.

Au cours des **neuf premiers mois de 2025**, la croissance organique positive des ventes de Henkel a été principalement soutenue par les régions **IMEA** et **Asie-Pacifique**.

Performance des ventes par région

	Europe	IMEA	Amé- rique du Nord	Amé- rique La- tine	Asie-Pa- cifique	Entre- prise	Groupe Henkel
en millions d'euros							
Ventes¹ janvier- septembre 2025	5 970	1 616	4 141	1 119	2 587	117	15 549
Ventes ¹ janvier- septembre 2024	6 118	1 712	4 542	1 265	2 556	111	16 305
Variation par rapport à l'année précédente	-2,4 %	-5,6 %	-8,8 %	-11,5 %	1,2 %	–	-4,6 %
Organique	-1,9 %	9,4 %	-1,6 %	-0,6 %	3,9 %	–	0,4 %
Proportion des ventes du Groupe 2025	38 %	10 %	27 %	7 %	17 %	1 %	100 %
Proportion des ventes du Groupe 2024	38 %	11 %	28 %	8 %	16 %	1 %	100 %

¹ Par localisation de l'entreprise.

Performance des ventes Adhesive Technologies

La branche d'activité Adhesive Technologies a généré un **chiffre d'affaires** de 2 708 millions d'euros au **troisième trimestre 2025**. Cela correspond à une baisse nominale de -3,3 par rapport au même trimestre de l'année précédente. **Sur le plan organique** (c'est-à-dire après ajustement des taux de change et des acquisitions/désinvestissements), les ventes ont augmenté de 2,5 %. Cette augmentation s'explique par une évolution favorable des prix et des volumes. Les effets de change ont réduit les ventes de -4,9 %. Les acquisitions/désinvestissements ont également eu un effet négatif de -0,9 %.

Au cours des **neuf premiers mois de 2025**, la branche d'activité Adhesive Technologies a enregistré une baisse **nominale** de ses ventes de -1,8 % pour atteindre 8 124 millions d'euros. **Sur le plan organique**, Adhesive Technologies a enregistré une croissance des ventes de 1,6 %.

Performance des ventes Adhesive Technologies

en millions d'euros	T3/2024	T3/2025	1-9/2024	1-9/2025
Ventes	2 800	2 708	8 275	8 124
Proportion des ventes du Groupe	51 %	53 %	51 %	52 %
Variation par rapport à l'année précédente	3,3 %	-3,3 %	1,1 %	-1,8 %
Change	-3,3 %	-4,9 %	-2,4 %	-3,3 %
Ajusté pour le change	6,5 %	1,6 %	3,5 %	1,5 %
Acquisitions/désinvestissements	2,8 %	-0,9 %	0,9 %	-0,2 %
Organique	3,7 %	2,5 %	2,5 %	1,6 %
Dont prix	-0,2 %	0,5 %	0,1 %	0,7 %
Dont volume	3,9 %	2,0 %	2,4 %	0,9 %

Au troisième trimestre, la solide croissance organique du chiffre d'affaires de la branche d'activité Adhesive Technologies a été principalement soutenue par les secteurs Mobility & Electronics et Craftsmen, Construction & Professional. Le secteur **Mobility & Electronics** a affiché une croissance organique des ventes particulièrement solide, atteignant 4,6 %. Cette évolution s'explique par la croissance à deux chiffres de la catégorie Électronique et par la forte progression de la catégorie Industrie. Le chiffre d'affaires de la catégorie Automobile a globalement reculé en raison d'une demande modérée. Le chiffre d'affaires organique du secteur **Packaging & Consumer Goods** a légèrement reculé de -1,1 %. Les ventes de la catégorie Packaging ont diminué. La catégorie Consumer Goods a quant à elle, affiché une croissance favorable. Le secteur **Craftsmen, Construction & Professional** a enregistré une croissance organique des ventes de 2,2%. Cette croissance a été portée par une forte progression des ventes dans la catégorie General Manufacturing & Maintenance. La croissance de la catégorie Construction a été significative, accompagnée d'une évolution favorable de la catégorie Consumers & Craftsmen.

Développement des ventes par domaine d'activité

en millions d'euros	Ventes			
Troisième trimestre	T3/2024	T3/2025	+/-	Organique
Adhesive Technologies	2 800	2 708	-3,3 %	2,5 %
Mobility & Electronics	989	991	0,2 %	5,9 %
Packaging & Consumer Goods	841	767	-8,8 %	-1,1 %
Craftsmen, Construction & Professional	969	950	-2,0 %	2,2 %
janvier-septembre	1-9/2024	1-9/2025		
Adhesive Technologies	8 275	8 124	-1,8 %	1,6 %
Mobility & Electronics	2 926	2 934	0,3 %	3,8 %
Packaging & Consumer Goods	2 520	2 355	-6,5 %	-0,4 %
Craftsmen, Construction & Professional	2 829	2 834	0,2 %	1,2 %

Sur le plan régional, la croissance organique des ventes de la branche d'activité Adhesive Technologies en **Europe** a légèrement fléchi au troisième trimestre. Alors que le secteur Craftsmen, Construction & Professional a affiché une évolution positive, les secteurs Mobility & Electronics ainsi que Packaging & Consumer Goods ont vu leurs ventes organiques diminuer. La région **Amérique du Nord** a enregistré une solide croissance organique de ses ventes, portée par les secteurs Mobility & Electronics et Craftsmen, Construction & Professional. Dans la région **IMEA**, l'activité a enregistré une croissance organique des ventes à deux chiffres, à laquelle tous les secteurs ont contribué. La région **Amérique latine** a connu un recul de la croissance organique des ventes, impactée par l'ensemble des trois secteurs. La région **Asie-Pacifique** a enregistré une forte croissance organique, portée notamment par une progression à deux chiffres des ventes dans la catégorie Électronique en Chine.

Performance des ventes Consumer Brands

Dans la branche d'activité Consumer Brands, les **ventes** du **troisième trimestre 2025** se sont élevées à 2 402 millions d'euros, enregistrant une baisse **nominale** de -9,5 % par rapport au même trimestre l'année précédente. **En termes organiques** - c'est-à-dire ajusté des effets de change et des acquisitions/désinvestissements - la branche d'activité a enregistré une croissance positive des ventes de 0,4 %, portée par une dynamique volume positive. En revanche, l'évolution des prix a été légèrement défavorable. Les effets de change ont réduit les ventes de -4,8 %. Les acquisitions/désinvestissements - notamment le désinvestissement des marques de distributeur en Amérique du Nord - ont également pesé sur les ventes, entraînant un effet négatif de -5,0 %.

Au cours des **neuf premiers mois de 2025**, les **ventes** Consumer Brands se sont élevées à 7308 millions d'euros, enregistrant une baisse **nominale** de -7,7 % par rapport à la même période de l'année précédente. **En termes organiques**, les ventes ont légèrement reculé (-1,0 %) en raison de la baisse des volumes.

Performance des ventes Consumer Brands

en millions d'euros	T3/2024	T3/2025	1-9/2024	1-9/2025
Ventes	2 653	2 402	7 919	7 308
Proportion des ventes du Groupe	48 %	47 %	49 %	47 %
Variation par rapport à l'année précédente	-1,6 %	-9,5 %	-1,8 %	-7,7 %
Change	-3,9 %	-4,8 %	-2,5 %	-3,7 %
Ajusté pour le change	2,3 %	-4,6 %	0,8 %	-4,0 %
Acquisitions/désinvestissements	-0,3 %	-5,0 %	-2,9 %	-3,0 %
Organique	2,7 %	0,4 %	3,7 %	-1,0 %
Dont prix	4,4 %	-0,6 %	4,9 %	1,0 %
Dont volume	-1,7 %	0,9 %	-1,2 %	-1,9 %

Au cours du troisième trimestre, le secteur **Laundry & Home Care** a enregistré un recul organique des ventes de -1,5 %, en partie en raison d'un contexte de marché difficile. Dans ce contexte, les ventes de la catégorie Laundry Care ont globalement reculé. Alors que les ventes de la catégorie Cleaning ont diminué, celles de la catégorie Fabric Care a fortement progressé, avec une croissance à deux chiffres. En revanche, la croissance organique des ventes de la catégorie Home Care est restée stable, soutenue notamment par une forte progression des ventes dans la catégorie Dishwashing. La catégorie Hard Surface Cleaner est toutefois restée en dessous du niveau enregistré l'année précédente.

Le secteur **Hair** a enregistré une très forte croissance organique de ses ventes de 4,4 %. Le secteur Consumer business - principalement porté par les catégories Hair Styling et Hair Colorants - ainsi que le secteur Professional ont tous deux enregistré une forte croissance de leur chiffre d'affaires.

Le secteur **Autres activités Consumer** a enregistré une baisse organique des ventes de -3,2 %, principalement en raison de l'évolution négative des activités Body Care dans les régions Amérique du Nord et Europe.

Développement des ventes par domaine d'activité

en millions d'euros	Ventes			
Troisième trimestre	T3/2024	T3/2025	+/-	Organique
Consumer Brands	2 653	2 402	-9,5 %	0,4 %
Laundry & Home Care	1 649	1 409	-14,6 %	-1,5 %
Hair	829	833	0,6 %	4,4 %
Autres activités Consumer	175	159	-9,0 %	-3,2 %
janvier-septembre	1-9/2024	1-9/2025		
Consumer Brands	7 919	7 308	-7,7 %	-1,0 %
Laundry & Home Care	4 974	4 392	-11,7 %	-2,2 %
Hair	2 437	2 454	0,7 %	2,1 %
Autres activités Consumer	508	462	-9,1 %	-3,8 %

Sur le plan régional, la branche d'activité Consumer Brands a connu un recul de la croissance organique des ventes dans la région **Europe** au cours du troisième trimestre. Le secteur Hair a enregistré une bonne croissance des ventes, tandis que le secteur Laundry & Home Care a connu une évolution négative. La région **Amérique du Nord** a enregistré une solide croissance organique de ses ventes, portée par le secteur Hair. Les ventes organiques de la région **IMEA** ont progressé de manière notable. La région **Amérique latine** a enregistré une croissance organique positive de ses ventes, portée par le secteur Hair. La région **Asie-Pacifique** a également connu une croissance organique positive de ses ventes. Dans cette région, le secteur Hair a enregistré une croissance organique très forte de ses ventes, tandis que le secteur Laundry & Home Care est resté inférieur au niveau de l'année précédente.

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 30 juin 2025.

Perspectives pour le Groupe Henkel

Pour l'exercice 2025, Henkel prévoit une **croissance organique des ventes de** 1,0 à 2,0 % pour le groupe. Pour la branche d'activité Adhesive Technologies, nous prévoyons une croissance organique des ventes de l'ordre de 2,0 à 3,0 %. Pour la branche Consumer Brands, la société prévoit une augmentation organique des ventes de 0,5 à 1,5 %.

Le **rendement ajusté des ventes** (marge EBIT ajustée) pour le Groupe devrait se situer entre 14,5 et 15,5 %. Le rendement des ventes devrait être compris entre 16,5 à 17,5 % pour Adhesive Technologies et entre 14,0 à 15,0 % pour Consumer Brands.

Pour le **bénéfice ajusté par action privilégiée** (EPS), une augmentation à un chiffre est attendue, située soit dans la partie basse, soit dans la partie haute de la fourchette, à taux de change constants.

Si la conjoncture économique générale ne s'améliore pas significativement d'ici la fin de l'année, la croissance organique des ventes du groupe ainsi que des deux branches d'activité devrait se situer dans le bas de notre fourchette prévisionnelle actuelle. En revanche, nous maintenons nos prévisions de marge EBIT ajustée - tant pour le groupe que pour les deux branches d'activité - et de croissance du BPA ajusté à taux de change constants, qui devraient rester largement conformes à nos perspectives actuelles.

En outre, nous misons sur les prévisions suivantes pour 2025 :

- Acquisitions/désinvestissements : effet négatif de l'ordre d'un pourcentage à un chiffre sur la croissance nominale des ventes
- Conversion des ventes en devises étrangères : incidence négative de l'ordre d'un pourcentage à un chiffre (faible à moyen).
- Prix des matériaux directs : augmentation à un chiffre (faible à moyen) par rapport à la moyenne de l'année dernière
- Dépenses de restructuration de 150 à 200 millions d'euros
- Sorties de fonds pour les investissements en immobilisations corporelles et incorporelles entre 650 et 750 millions d'euros

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 qu'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.

Ce communiqué en Français est [une traduction de la version originale en anglais](#).

Contacts presse

Henkel

Octavie Blandin

01 46 84 92 45

octavie.blandin@henkel.com

Agence Burson Cohn & Wolf

Paolo Ghilardi

01 56 03 13 02

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

Henkel AG & Co. KGaA