

Nota trimestrale Q1 2026

7 maggio 2026

Inizio positivo dell'anno fiscale 2026

Buona la crescita del fatturato organico di Henkel nel primo trimestre 2026

- **Fatturato: circa 5 miliardi di euro, crescita organica +1,7%**
- **Crescita del fatturato organico trainata da entrambe le business unit, con un andamento positivo dei volumi e dei prezzi:**
 - Adhesive Technologies: crescita organica +1,7%
 - Consumer Brands: crescita organica +1,8%
- **Successo della strategia di crescita basata su M&A:**
 - 5 operazioni corrispondenti a un fatturato complessivo di circa 1,6 miliardi di euro
 - 3 importanti accordi già conclusi: Wetherby Laroc, ATP Adhesive Systems, Not Your Mother's
- **Completato all'inizio di marzo il programma di riacquisto delle azioni per un valore di circa 1 miliardo di euro**
- **Invariati gli obiettivi per l'anno fiscale 2026:**
 - fatturato organico: crescita tra 1,0 e 3,0%
 - margine EBIT depurato: tra 14,5 e 16,0%
 - utile depurato per azione privilegiata (EPS): incremento nella fascia tra bassa e alta delle percentuali a una cifra (a tassi costanti di cambio)

Düsseldorf – Nel primo trimestre 2026, Henkel ha registrato un fatturato complessivo di circa 5 miliardi di euro, con una crescita organica dell'1,7%. L'incremento è stato sostenuto da entrambe le business unit, che hanno evidenziato un andamento positivo dei volumi e dei prezzi.

“In un contesto molto impegnativo, grazie al contributo di entrambe le business unit, nel primo trimestre abbiamo raggiunto buoni risultati in termini di crescita organica del fatturato. Lo sviluppo di prezzi e volumi è stato favorevole sia per Adhesive Technologies, sia per Consumer Brands”, ha commentato il CEO di Henkel, Carsten Knobel.

“Stiamo portando avanti la nostra agenda strategica e investendo nell’espansione dei nostri business, anche attraverso le acquisizioni recentemente annunciate, che complessivamente proiettano un fatturato addizionale di circa 1,6 miliardi di euro. Tre delle cinque operazioni annunciate sono state già concluse con successo. Le nostre previsioni per il 2026 rimangono invariate: Henkel prosegue il suo percorso di crescita sostenibile e profittevole”, ha aggiunto Knobel.

Nel primo trimestre, la crescita organica del fatturato di Adhesive Technologies è stata particolarmente forte nel segmento Mobility & Electronics, mentre per Consumer Brands i risultati sono stati molto positivi nel mercato Hair.

Andamento del fatturato complessivo

Nel primo trimestre 2026, il fatturato di Henkel è stato pari a 4.952 milioni di euro, in calo nominale del 5,5% rispetto allo stesso periodo dell’anno precedente (5.242 milioni di euro). In termini organici, ovvero depurato dall’effetto dei cambi e delle operazioni straordinarie, il fatturato è cresciuto dell’1,7%, con un andamento positivo sia dei prezzi, sia dei volumi. Acquisizioni e disinvestimenti hanno ridotto il fatturato del 2,1%, mentre i cambi hanno pesato negativamente per il 5,2%.

A livello geografico, in Europa il fatturato organico è diminuito del 3,4%, mentre è cresciuto del 12,8% nella regione IMEA. In Nord America si è registrato un incremento pari allo 0,9%, invece l’America Latina ha visto un calo nell’ordine del 3,1%. Nella regione Asia-Pacific, il fatturato organico è aumentato del 10,3%.

Andamento del fatturato di Adhesive Technologies

La business unit Adhesive Technologies ha registrato nel primo trimestre 2026 un fatturato di 2.627 milioni di euro, in contrazione del 3,2% in termini nominali rispetto allo stesso periodo dell’anno precedente. Il fatturato organico è cresciuto dell’1,7%, sostenuto dalla dinamica favorevole dei prezzi e dei volumi. I cambi valutari hanno penalizzato il fatturato per il 5,2%, invece acquisizioni e disinvestimenti hanno avuto un impatto positivo pari allo 0,2%.

Il segmento Mobility & Electronics ha visto lo sviluppo più significativo, con un fatturato organico in crescita del 6,7%, trainato soprattutto dai business Electronics e Industrial. Il mercato Automotive ha risentito della complessa situazione del settore, mentre il fatturato del segmento Packaging & Consumer Goods è aumentato dello 0,5%. Il comparto Craftsmen, Construction & Professional ha segnato un calo del 2,3%, pur con l'andamento favorevole del mercato General Manufacturing & Maintenance.

Dal punto di vista geografico, i risultati di Adhesive Technologies sono stati eterogenei. In Europa, il fatturato organico è stato inferiore a quello del primo trimestre 2025. Il Nord America ha visto un andamento complessivamente piatto, in cui si è distinto in positivo solo il comparto Mobility & Electronics. Nella regione IMEA la crescita del fatturato organico è stata molto forte, trainata soprattutto dallo sviluppo a doppia cifra dei segmenti Mobility & Electronics e Packaging & Consumer Goods. Il fatturato è diminuito in America Latina. La regione Asia-Pacific ha visto un incremento a doppia cifra, con risultati molto positivi in Cina nel mercato Electronics.

Andamento del fatturato di Consumer Brands

Nel primo trimestre 2026, la business unit Consumer Brands ha registrato un fatturato pari a 2.285 milioni di euro, con una contrazione nominale dell'8% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Il fatturato è invece cresciuto dell'1,8% in termini organici, mostrando uno sviluppo positivo di prezzi e volumi. I cambi e le operazioni straordinarie hanno penalizzato il risultato, rispettivamente per il 5,2% e 4,6%.

Il fatturato del comparto Laundry & Home Care è aumentato dello 0,1%. Il calo del mercato Laundry Care è stato più marcato nella categoria Fabric Cleaning, mentre il segmento Fabric Care ha visto un andamento favorevole. Il business Home Care è cresciuto, evidenziando uno sviluppo a doppia cifra nella categoria Hand Dishwashing.

La crescita organica del fatturato del comparto Hair è stata pari al 5,1%. Il mercato Consumer ha avuto un incremento molto forte, in particolare nella categoria Hair Colorants. Anche il comparto Professional ha registrato risultati molto positivi.

Gli altri segmenti Consumer hanno registrato un incremento del fatturato nell'ordine dello 0,5%, con una crescita significativa nel Body Care in Nord America.

In tutte le geografie, ad eccezione dell'Europa, i risultati sono stati superiori a quelli del primo trimestre 2025. La regione IMEA ha visto un aumento a doppia cifra del fatturato organico sia

nel comparto Laundry & Home Care, sia Hair. L'Europa ha registrato un calo nel mercato Laundry & Home Care, a fronte dell'andamento invece positivo del comparto Hair. In Nord America il fatturato organico è aumentato, sostenuto in particolare dal business Hair. Nella regione Asia-Pacific, le categorie Hair sono cresciute a doppia cifra. Anche l'America Latina ha fatto registrare buoni risultati.

Asset e posizione finanziaria netta

Nel primo trimestre 2026 non ci sono state variazioni sostanziali rispetto a quanto riferito al 31 dicembre 2025.

Previsioni per l'anno fiscale 2026

Per l'anno fiscale in corso, Henkel continua a prevedere una crescita del fatturato organico compresa tra 1,0 e 3,0%. Per la divisione Adhesive Technologies la crescita è attesa tra 1,0 e 3,0%, per Consumer Brands tra 0,5 e 2,5%. Il tasso depurato di ritorno sulle vendite (margine EBIT depurato) è previsto tra 14,5 e 16,0%, con Adhesive Technologies tra 16,5 e 18,0%, e Consumer Brands tra 14,0 e 15,5%. Per quanto riguarda l'utile depurato per azione privilegiata (EPS), l'incremento è stimato nella fascia tra bassa e alta delle percentuali a una cifra, a tassi costanti di cambio.

Henkel prevede inoltre:

- acquisizioni e disinvestimenti: effetto positivo sul fatturato nominale nella fascia bassa delle percentuali a una cifra (prima: effetto neutro o leggermente negativo);
- cambi valutari: impatto negativo sul fatturato nella fascia bassa delle percentuali a una cifra;
- prezzi delle materie prime, intesi come costi lordi dei materiali diretti, escluse eventuali contromisure: aumento nella fascia alta delle percentuali a una cifra rispetto alla media dell'anno scorso (prima: fascia bassa delle percentuali a una cifra);
- spese di ristrutturazione: comprese tra 150 e 200 milioni di euro;
- uscite di cassa per investimenti in proprietà, stabilimenti, attrezzature e asset intangibili: comprese tra 650 e 750 milioni di euro.

Informazioni su Henkel

Con i suoi marchi, innovazioni e tecnologie, Henkel detiene posizioni di leadership sia nel settore industriale sia nel largo consumo. La business unit Adhesive Technologies è leader globale nel mercato degli adesivi, dei sigillanti e dei coating. Con Consumer Brands, l'azienda vanta posizioni di leadership nei segmenti della cura dei capelli, del bucato e della pulizia della casa in molti mercati e categorie in diversi Paesi del mondo. I tre marchi principali sono Loctite, Persil (Dixan in Italia)

e Schwarzkopf. Nel 2025 Henkel ha registrato un fatturato complessivo di circa 20,5 miliardi di euro, con un margine operativo depurato pari a circa 3 miliardi di euro. Le azioni privilegiate Henkel sono quotate presso la Borsa tedesca secondo l'indice DAX. Lo sviluppo sostenibile ha una lunga tradizione in Henkel, che ha una chiara strategia di sostenibilità con obiettivi concreti. Fondata nel 1876, Henkel impiega circa 47.000 collaboratori nel mondo – un team eterogeneo, unito da una forte cultura aziendale, valori condivisi e un purpose comune: “Pionieri nel cuore per il bene di intere generazioni”. Per maggiori informazioni, visitate il sito www.henkel.com

Per informazioni alla stampa:

Giusi Viani

Head of Corporate Communications, Henkel Italia
E-mail: giusi.viani@henkel.com

Silvia Vergani

Corporate Communications Consultant, Henkel Italia
E-mail: silvia.vergani@henkel.com

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.