



Resultados Financeiros 1º Trimestre 2026

Janeiro–Março

Bom começo para o ano fiscal de 2026

A Henkel apresenta um crescimento orgânico das vendas favorável no primeiro trimestre de 2026

- **Vendas do Grupo: cerca de 5,0 mil milhões de euros, crescimento orgânico de +1,7%**
- **Crescimento orgânico das vendas impulsionado pelas duas unidades de negócio, cada uma com desenvolvimentos positivos em volume e preço:**
 - Adhesive Technologies: crescimento orgânico das vendas de 1,7%
 - Consumer Brands: crescimento orgânico das vendas de 1,8%
- **Execução bem-sucedida da estratégia de crescimento através de fusões e aquisições:**
 - Cinco transações que representam um volume total de vendas de cerca de 1,6 mil milhões de euros
 - Três negócios já concluídos com sucesso:
Wetherby Laroc, ATP Adhesive Systems, Not Your Mother's
- **Programa de recompra de ações de cerca de mil milhões de euros concluído com sucesso no final de março**
- **Perspetivas para o ano fiscal de 2026 inalteradas:**
 - Crescimento orgânico das vendas: 1,0 a 3,0%
 - Retorno ajustado sobre vendas: 14,5 a 16,0%
 - Resultado ajustado por ação preferencial (EPS): aumento na faixa percentual de um dígito baixo a alto (a taxas de câmbio constantes)

Düsseldorf, 7 de maio de 2026 – No primeiro trimestre de 2026, a Henkel gerou vendas do Grupo na ordem dos 5 mil milhões de euros e alcançou um bom crescimento orgânico de 1,7%. O aumento foi impulsionado por ambas as unidades de negócio, cada uma com desenvolvimentos positivos em termos de volume e preço.

“Num ambiente desafiante, alcançámos um bom crescimento orgânico das vendas no primeiro trimestre, impulsionado pelas duas unidades de negócio. Obtivemos um crescimento

de preço e volume tanto em Adhesive Technologies como em Consumer Brands”, afirmou Carsten Knobel, CEO da Henkel.

“Ao mesmo tempo, estamos a executar consistentemente a nossa agenda estratégica e a investir na expansão do nosso negócio. Isto inclui também as aquisições recentemente anunciadas em ambas as unidades de negócio, que juntas representam quase 1,6 mil milhões de euros em vendas adicionais. Entretanto, já concluímos com sucesso três das cinco transações. A perspetiva para 2026 permanece inalterada. Continuamos a ver a Henkel no caminho certo para um crescimento sustentável e rentável”, concluiu Carsten Knobel.

Desenvolvimento de vendas por unidade de negócio

in million euros	Sales			
	Q1/2025	Q1/2026	+/-	Organic
Henkel Group	5,242	4,952	-5.5%	1.7%
Adhesive Technologies	2,715	2,627	-3.2%	1.7%
Consumer Brands	2,484	2,285	-8.0%	1.8%

O bom crescimento orgânico das vendas na unidade de negócio **Adhesive Technologies** no primeiro trimestre foi impulsionado principalmente pelo forte crescimento na área de negócio de Mobility & Electronics. O bom desenvolvimento orgânico das vendas na unidade de negócio de **Consumer Brands** deveu-se principalmente a um aumento muito expressivo na área Hair.

Desempenho de vendas do Grupo

As **vendas do Grupo** no **primeiro trimestre de 2026** totalizaram 4.952 milhões de euros, uma quebra **nominal** de 5,5% face ao mesmo trimestre do ano anterior (5.242 milhões de euros). **Em termos orgânicos** (ou seja, ajustados pelas variações cambiais e aquisições/desinvestimentos), as vendas aumentaram 1,7%. Tanto o preço como o volume apresentaram uma evolução positiva. As aquisições/desinvestimentos reduziram as vendas em 2,1%. Os efeitos cambiais também impactaram negativamente o desempenho das vendas em 5,2%.

Desempenho de vendas do Grupo

in million euros	Q1/2025	Q1/2026
Sales	5,242	4,952
Change versus previous year	-1.4%	-5.5%
Foreign exchange	-1.4%	-5.2%
Adjusted for foreign exchange	0.0%	-0.4%
Acquisitions/divestments	1.1%	-2.1%
Organic	-1.0%	1.7%
Of which price	1.4%	0.7%
Of which volume	-2.4%	1.0%

O crescimento orgânico das vendas na **Europa** foi de -3,4% no primeiro trimestre. Na região **IMEA** (Índia, Médio Oriente e África), as vendas cresceram 12,8% organicamente. O desempenho orgânico das vendas na **América do Norte** foi positivo, com 0,9%. Na **América Latina**, as vendas orgânicas ficaram 3,1% abaixo do mesmo trimestre do ano anterior. A região **Ásia-Pacífico** apresentou um crescimento orgânico de 10,3%.

Desempenho de vendas por região¹

in million euros	Europe	IMEA	North America	Latin America	Asia-Pacific	Corporate	Henkel Group
Sales January–March 2026	1,919	522	1,231	372	868	41	4,952
Sales January–March 2025	1,989	562	1,429	375	844	43	5,242
Change versus prior-year quarter	-3.6%	-7.1%	-13.8%	-1.0%	2.8%	–	-5.5%
Organic	-3.4%	12.8%	0.9%	-3.1%	10.3%	–	1.7%
Proportion of Group sales 2026	39%	11%	25%	8%	18%	1%	100%
Proportion of Group sales 2025	38%	11%	27%	7%	16%	1%	100%

¹ Por localização da empresa.

Desempenho de vendas Adhesive Technologies

A unidade de negócio Adhesive Technologies alcançou **vendas** de 2.627 milhões de euros no **primeiro trimestre de 2026**, representando uma queda **nominal** de -3,2% face ao mesmo trimestre do ano anterior. Em **termos orgânicos** (ou seja, ajustado pelos efeitos cambiais e por aquisições/desinvestimentos), as vendas aumentaram 1,7% em relação ao mesmo trimestre do ano anterior, impulsionadas por desenvolvimentos positivos tanto em termos de preço como de volume. Os efeitos cambiais reduziram as vendas em -5,2%. As aquisições/desinvestimentos tiveram um impacto ligeiramente positivo de 0,2%.

Desempenho de vendas Adhesive Technologies

in million euros	Q1/2025	Q1/2026
Sales	2,715	2,627
Proportion of Group sales	52%	53%
Change versus previous year	1.4%	-3.2%
Foreign exchange	-1.0%	-5.2%
Adjusted for foreign exchange	2.4%	1.9%
Acquisitions/divestments	1.3%	0.2%
Organic	1.1%	1.7%
Of which price	0.6%	0.4%
Of which volume	0.5%	1.3%

O bom desempenho orgânico das vendas da unidade de negócio de Adhesive Technologies no primeiro trimestre foi impulsionado principalmente pela área de negócio de **Mobility & Electronics**, que registou um crescimento orgânico muito forte de 6,7%. Este crescimento foi impulsionado pelos negócios de Electronics and Industrial, enquanto o negócio Automotive apresentou uma queda num ambiente desafiante. A área de negócio de **Packaging & Consumer Goods** apresentou um desenvolvimento orgânico positivo de 0,5% no geral, impulsionado pelo bom desempenho do negócio de Consumer Goods. Em contrapartida, o negócio de Packaging registou uma ligeira quebra. A área de negócio de **Craftsmen, Construction & Professional** registou uma queda nas vendas orgânicas de -2,3% em comparação com o mesmo trimestre do ano anterior. Este resultado deveu-se ao negócio de Consumer & Construction, enquanto o negócio de General Manufacturing & Maintenance registou um crescimento positivo.

Desempenho de vendas por área de negócio

in million euros	Sales			
	Q1/2025	Q1/2026	+/-	Organic
Adhesive Technologies	2,715	2,627	-3.2%	1.7%
Mobility & Electronics	966	977	1.1%	6.7%
Packaging & Consumer Goods	804	758	-5.7%	0.5%
Craftsmen, Construction & Professional	945	892	-5.7%	-2.3%

Em termos regionais, o desempenho da unidade de negócio de Adhesive Technologies foi misto no geral. Na **Europa**, as vendas orgânicas ficaram abaixo do trimestre do ano anterior devido aos desenvolvimentos em todas as três áreas de negócio. A região da **América do Norte** apresentou um crescimento de vendas estável num ambiente de mercado desafiante, sustentado por um bom crescimento orgânico das vendas da área de negócio de Mobility & Electronics. A região **IMEA** (Índia, Médio Oriente e África) alcançou um crescimento orgânico muito forte nas vendas, impulsionado principalmente por um aumento de dois dígitos nas vendas orgânicas nas áreas de negócio de Mobility & Electronics e Packaging & Consumer Goods. A região da **América Latina** registou uma desaceleração do crescimento, devido às áreas de negócio da Mobility & Electronics e da Packaging & Consumer Goods. A região da **Ásia-Pacífico** apresentou um crescimento orgânico de dois dígitos, impulsionado principalmente por um aumento de dois dígitos nas vendas do negócio de Electronics na China.

Desempenho de vendas Consumer Brands

Na unidade de negócio de Consumer Brands, as **vendas** no **primeiro trimestre de 2026** totalizaram 2.285 milhões de euros, uma queda **nominal** de 8,0% face ao trimestre homólogo. **Em termos orgânicos** (ou seja, ajustado pelos efeitos cambiais e por aquisições/desinvestimentos), as vendas aumentaram 1,8%. A unidade de negócio registou um crescimento tanto em preço como em volume face ao primeiro trimestre de 2025. Os efeitos cambiais impactaram negativamente as vendas em 5,2%. As aquisições/desinvestimentos também reduziram as vendas em 4,6%.

Desempenho de vendas Consumer Brands

in million euros	Q1/2025	Q1/2026
Sales	2,484	2,285
Proportion of Group sales	47%	46%
Change versus previous year	-4.6%	-8.0%
Foreign exchange	-2.0%	-5.2%
Adjusted for foreign exchange	-2.7%	-2.8%
Acquisitions/divestments	0.8%	-4.6%
Organic	-3.5%	1.8%
Of which price	2.0%	1.1%
Of which volume	-5.5%	0.7%

No primeiro trimestre, a área de negócio de **Laundry & Home Care** apresentou um crescimento orgânico de vendas estável de 0,1%. O segmento de Laundry Care apresentou um ligeiro declínio geral, devido principalmente à categoria de Fabric Cleaning, enquanto a categoria de Fabric Care registou um crescimento significativo. O segmento de Home Care, por outro lado, alcançou um crescimento orgânico de vendas positivo, impulsionado principalmente pelo crescimento de dois dígitos nas vendas da categoria de Hand Dishwashing.

A área de negócio do **Hair** conseguiu um aumento orgânico das vendas muito forte de 5,1%. O segmento de Consumer apresentou um crescimento muito forte, com o maior contributo vindo da categoria de Hair Colorants. O segmento Professional também apresentou um desenvolvimento muito forte.

A área de negócio de **Other Consumer Businesses** registou um crescimento orgânico das vendas positivo de 0,5%, impulsionado principalmente pelo crescimento orgânico significativo das vendas do segmento de Body Care na região da América do Norte.

Desempenho de vendas por área de negócio

in million euros	Sales			
	Q1/2025	Q1/2026	+/-	Organic
Consumer Brands	2,484	2,285	-8.0%	1.8%
Laundry & Home Care	1,550	1,352	-12.8%	0.1%
Hair	792	797	0.7%	5.1%
Other Consumer Businesses	142	136	-4.8%	0.5%

Numa perspetiva regional, o crescimento orgânico das vendas em todas as regiões – com exceção da **Europa** – superou o nível do ano anterior. A região **IMEA** registou um aumento de dois dígitos nas vendas orgânicas, impulsionado pelo crescimento de dois dígitos nas áreas de Laundry & Home Care e Hair. Já a Europa registou uma quebra devido à área de Laundry & Home Care, enquanto a área de Hair apresentou um desenvolvimento positivo. A região da **América do Norte** registou um bom crescimento orgânico das vendas, impulsionado por um aumento muito forte das vendas da área de Hair. A região da **Ásia-Pacífico** apresentou um crescimento muito forte nas vendas, impulsionado pelo crescimento orgânico de dois dígitos na área do Hair. A região da América Latina gerou um bom crescimento orgânico das vendas, impulsionado pelas áreas de Laundry & Home Care e Hair.

Ativos líquidos e posição financeira do Grupo

Não ocorreram alterações substanciais no capital próprio e na posição financeira do Grupo no período em análise, face à situação em 31 de dezembro de 2025

Perspetivas para o Grupo Henkel

Para o ano em curso, a Henkel continua a **prever um crescimento orgânico** das vendas entre 1,0% e 3,0%. Para a unidade de negócio de Adhesive Technologies, prevê-se um crescimento orgânico das vendas na ordem dos 1,0% a 3,0%. Para as Consumer Brands, antecipamos um aumento orgânico das vendas de 0,5% a 2,5%.

A **margem EBIT ajustada (retorno sobre as vendas ajustado)** deverá ainda situar-se entre os 14,5% e os 16,0%. Para a divisão de Adhesive Technologies, o retorno sobre as vendas ajustado deverá situar-se entre os 16,5% e os 18,0%, e para a divisão de Consumer Brands, entre os 14,0% e os 15,5%.

Espera-se que o lucro ajustado por ação preferencial (EPS) a taxas de câmbio constantes continue a aumentar em percentagens entre um dígito baixo e um dígito alto.

Além disso, temos as seguintes expectativas para 2026:

- Aquisições/desinvestimentos: efeito positivo na baixa percentagem de um dígito no crescimento das vendas nominais (anteriormente: efeito neutro a ligeiramente negativo)
- Conversão de vendas em moedas estrangeiras: impacto negativo na faixa de um dígito baixo em termos percentuais
- Preços das matérias-primas diretas: aumento na faixa de um dígito alto em termos percentuais face à média do ano anterior (anteriormente: aumento de um dígito baixo em termos percentuais)¹
- Despesas de reestruturação de 150 a 200 milhões de euros
- Saídas de caixa com investimentos em ativos fixos tangíveis e ativos intangíveis entre 650 e 750 milhões de euros

Sobre a Henkel

Com as suas marcas, inovações e tecnologias, a Henkel ocupa posições de liderança de mercado a nível mundial, tanto nos negócios industriais como de consumo. A unidade de negócio Adhesive Technologies é líder global no mercado de adesivos, selantes e revestimentos. Já com Consumer Brands, a empresa detém posições de liderança sobretudo nas categorias de laundry & home care e hair, 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 2025, a Henkel registou vendas de cerca de 20,5 mil milhões de euros e um resultado operacional ajustado de aproximadamente 3,0 mil milhões de euros. As ações preferenciais da Henkel estão cotadas no índice bolsista alemão DAX. A sustentabilidade tem uma longa tradição na Henkel, e a empresa conta com uma estratégia clara nesta área, com objetivos específicos definidos. A Henkel foi fundada em 1876 e emprega atualmente cerca de 47.000 pessoas em todo o mundo, que formam uma equipa diversa, unida por uma forte cultura corporativa, valores partilhados e um propósito comum: "Pioneers at heart for the good of generations." Mais informações em: www.henkel.com

Material fotográfico disponível em www.henkel.com/press

¹ Evolução dos preços brutos diretos das matérias-primas, ou seja, antes das contramedidas.

Calendário Financeiro

Publicação do Relatório Semestral de 2026:

Quinta-feira, 6 de agosto de 2026

Publicação do Balanço Trimestral do 3º Trimestre de 2026:

Terça-feira, 10 de novembro de 2026

Informações adicionais:

GCI Media Group | Media Consulting

Catarina Maçãs | T: +351 910 906 007 | catarina.macas@gcimedia.pt

Vera Rebola | T: +351 910 960 222 | vera.rebola@gcimedia.pt