RESULTADOS TRIMESTRAIS Q3 2026

JULHO - SETEMBRO

Resultados sólidos no 3º trimestre e perspetivas atualizadas confirmam o sucesso da estratégia de crescimento

Henkel regista um crescimento muito forte das vendas no terceiro trimestre

- **As vendas do Grupo aumentaram 11,0% para 5,7 mil milhões de euros, com um crescimento orgânico de +6,5%**
- **Adhesive Technologies: crescimento orgânico significativo das vendas de 7,9% com uma forte evolução dos preços e uma evolução positiva dos volumes**
- **Consumer Brands: crescimento orgânico muito forte das vendas de 4,8% com uma evolução significativamente positiva dos preços e dos volumes**
- **Crescimento orgânico das vendas impulsionado por todas as regiões**
- **Concluídas com sucesso as cinco aquisições anunciadas em 2026:**
  - Expansão para dois negócios adjacentes em Adhesive Technologies
  - Reforço da área de negócio Hair na unidade de negócio Consumer Brands
- **Perspetivas para o exercício de 2026 atualizadas:**
  - Crescimento orgânico das vendas: 3,0 a 4,0% (anteriormente: 1,5 a 3,5%)
  - Rendibilidade ajustada das vendas: cerca de 15% (anteriormente: 14,5 a 16,0%)
  - Resultado ajustado por ação preferencial (EPS): aumento percentual de um dígito médio a taxas de câmbio constantes (anteriormente: aumento percentual de um dígito baixo a alto a taxas de câmbio constantes)

Düsseldorf, 10 de novembro de 2026 – Apesar de um contexto de mercado persistentemente desafiante, a Henkel registou um crescimento muito forte das vendas no **terceiro trimestre de 2026**, gerando **vendas do Grupo** de cerca de 5,7 mil milhões de euros. Isto corresponde a uma taxa de crescimento orgânico de 6,5%. O crescimento foi impulsionado pela evolução positiva dos preços e dos volumes em ambas as unidades de negócio. A Henkel já tinha publicado, no final de outubro, os valores preliminares do terceiro trimestre e as perspetivas atualizadas para o conjunto do ano, revendo em alta as suas expectativas de vendas e estreitando o intervalo das suas previsões de resultados.

"O nosso crescimento orgânico das vendas acelerou significativamente no terceiro trimestre, impulsionado por um desempenho muito forte de ambas as unidades de negócio. É particularmente encorajador continuarmos a registar uma evolução positiva dos preços e dos volumes, com os volumes a aumentar pelo quinto trimestre consecutivo. O sucesso do desempenho do negócio no terceiro trimestre confirma a solidez do nosso negócio e a

execução consistente da nossa agenda de crescimento", afirmou Carsten Knobel, CEO da Henkel.

"Ao mesmo tempo, continuamos a fazer avançar o desenvolvimento estratégico do nosso portefólio com um foco claro e consistente. As cinco aquisições anunciadas ao longo deste ano estão agora concluídas com sucesso. Com as nossas aquisições mais recentes, estamos a reforçar o nosso negócio principal, a expandir-nos para novas áreas de negócio atrativas e a criar oportunidades de crescimento adicionais para ambas as unidades de negócio: em Adhesive Technologies, alargámos o nosso portefólio com fitas adesivas especiais de base aquosa de elevado desempenho, bem como com revestimentos especiais para materiais flexíveis. Em Consumer Brands, reforçámos o nosso negócio global de Hair, tanto no segmento Consumer como no segmento Professional. As nossas aquisições recentes representam, em conjunto, vendas de cerca de 1,6 mil milhões de euros. Nos próximos anos, esperamos que registem um crescimento acima da média, na ordem de um dígito médio a alto, e que atinjam vendas anuais de cerca de 2 mil milhões de euros até 2030. Isto reforçará ainda mais a nossa agenda de crescimento", prosseguiu Carsten Knobel.

"Com as nossas perspetivas atualizadas para 2026, sublinhamos a nossa ambição de alcançar um crescimento sustentável e rentável. Esperamos agora um crescimento orgânico das vendas mais forte, enquanto estreitamos o intervalo das nossas previsões de resultados para refletir o maior aumento dos custos das matérias-primas, em particular em Adhesive Technologies".

A unidade de negócio **Adhesive Technologies** gerou um crescimento orgânico significativo das vendas no terceiro trimestre, sustentado por todas as áreas de negócio. Na unidade de negócio **Consumer Brands**, o crescimento orgânico muito forte das vendas foi impulsionado tanto pela área de cuidados da roupa e do lar (Laundry & Home Care) como pela área de Hair.

Desempenho das vendas do Grupo

As vendas do Grupo registaram um **crescimento nominal de dois dígitos no terceiro trimestre de 2026**, aumentando 11,0% para 5.713 milhões de euros. Os efeitos de aquisições/alienações aumentaram as vendas em 4,4%. Os efeitos cambiais tiveram um impacto neutro nas vendas. **Em termos orgânicos** (ou seja, ajustadas de efeitos cambiais e de aquisições/alienações), as vendas aumentaram 6,5%. Este crescimento foi impulsionado pela evolução positiva dos preços e dos volumes ao nível do Grupo.

Nos primeiros **nove meses de 2026**, as **vendas** totalizaram 16.061 milhões de euros, o que corresponde a um aumento **nominal** de 3,3%. **Em termos orgânicos**, a Henkel gerou um crescimento muito forte das vendas de 4,3%, igualmente impulsionado pela evolução positiva dos preços e dos volumes.

Todas as regiões contribuíram para o crescimento orgânico muito forte das vendas alcançado no **terceiro trimestre**. As regiões **IMEA** e **Ásia-Pacífico** registaram, respetivamente, um crescimento orgânico das vendas de dois dígitos e significativo. As regiões **Europa, América do Norte** e **América Latina** também registaram crescimento orgânico das vendas face ao trimestre homólogo.

Quase todas as regiões contribuíram para o crescimento orgânico muito forte das vendas da Henkel nos **primeiros nove meses de 2026**. As regiões **IMEA** e **Ásia-Pacífico** registaram o

crescimento orgânico das vendas mais forte. Em contrapartida, a **Europa** registou, no conjunto, uma ligeira descida orgânica das vendas face ao período homólogo do ano anterior.

Desempenho das vendas de Adhesive Technologies

No **terceiro trimestre de 2026**, a unidade de negócio Adhesive Technologies gerou **vendas** de 3.027 milhões de euros, o que representa um aumento nominal de 11,8% face ao trimestre homólogo. **Em termos orgânicos** (ou seja, ajustadas de efeitos cambiais e de aquisições/alienações), as vendas aumentaram 7,9%. Este crescimento foi impulsionado sobretudo por uma forte evolução dos preços, a par de uma evolução positiva dos volumes. Os efeitos cambiais aumentaram as vendas em 1,1%. As aquisições/alienações tiveram também um impacto positivo de 2,7%.

Nos **primeiros nove meses de 2026**, a unidade de negócio Adhesive Technologies registou um crescimento **nominal** das vendas de 5,4% para 8.561 milhões de euros. **Em termos orgânicos**, Adhesive Technologies alcançou um crescimento muito forte das vendas de 5,7%.

O crescimento orgânico significativo das vendas da unidade de negócio Adhesive Technologies no terceiro trimestre foi impulsionado sobretudo pelas áreas de negócio Mobility & Electronics e Packaging & Consumer Goods. A área de negócio **Mobility & Electronics** registou um crescimento orgânico das vendas de dois dígitos, de 12,1%. Os negócios Electronics e Industrial registaram ambos taxas de crescimento de dois dígitos. Apesar de o contexto de mercado se manter fraco, as vendas do negócio Automotive evoluíram, no conjunto, de forma muito forte. A área de negócio **Packaging & Consumer Goods** registou um crescimento orgânico significativo das vendas de 9,8%, sustentado por ambos os negócios. A área de negócio **Craftsmen, Construction & Professional** alcançou um crescimento orgânico das vendas de 2,1%, com um forte contributo do negócio General Manufacturing & Maintenance. O negócio Consumer & Construction registou, no conjunto, um crescimento positivo das vendas.

Numa perspetiva regional, a unidade de negócio Adhesive Technologies registou um forte crescimento orgânico das vendas na **Europa** no terceiro trimestre, impulsionado pelo crescimento orgânico de dois dígitos na área de negócio Mobility & Electronics e por um crescimento muito forte das vendas na área de negócio Packaging & Consumer Goods. A **América do Norte** gerou um crescimento orgânico muito forte das vendas, para o qual contribuíram todas as áreas de negócio. Na região **IMEA**, Adhesive Technologies alcançou um crescimento orgânico das vendas de dois dígitos, com as três áreas de negócio a contribuírem com taxas de crescimento de dois dígitos. A região **América Latina** registou um forte crescimento orgânico das vendas, impulsionado pelas áreas de negócio Mobility & Electronics e Packaging & Consumer Goods. A região **Ásia-Pacífico** registou um crescimento orgânico das vendas de dois dígitos, devido em particular a um aumento de dois dígitos nos negócios Electronics e Industrial.

Desempenho das vendas de Consumer Brands

As vendas da unidade de negócio Consumer Brands aumentaram **em termos nominais** 10,1% face ao período homólogo no **terceiro trimestre de 2026**, atingindo 2.643 milhões de euros. **Em termos orgânicos** (ou seja, ajustadas de efeitos cambiais e de aquisições/alienações), a unidade de negócio alcançou um crescimento muito forte das vendas de 4,8%. Este crescimento foi impulsionado pela evolução positiva dos preços e dos volumes. Os efeitos

cambiais reduziram as vendas em -1,2%. As aquisições/alienações – em particular as recentes aquisições da OLAPLEX e da "Not your Mother's" – tiveram um contributo positivo para as vendas de 6,4%.

Nos **primeiros nove meses de 2026**, as **vendas** geradas pela unidade de negócio Consumer Brands ascenderam a 7.376 milhões de euros, um aumento **nominal** de 0,9% face ao trimestre homólogo. Em termos **orgânicos**, as vendas registaram um bom crescimento de 2,8%, impulsionado pela evolução positiva dos preços e dos volumes.

No terceiro trimestre, a área de negócio **Laundry & Home Care** gerou um crescimento orgânico muito forte das vendas de 6,0%, com o negócio Laundry Care a registar, no conjunto, um desempenho de vendas muito forte, impulsionado em particular por um forte crescimento na categoria de Lavagem de Roupa e por um crescimento significativo das vendas na categoria de Cuidado da Roupa. O negócio Home Care registou mesmo um crescimento orgânico das vendas de dois dígitos, graças em particular à categoria de Lavagem Manual de Loiça.

A área de negócio **Hair** alcançou um forte crescimento orgânico das vendas de 4,0%. O negócio Consumer gerou um forte crescimento orgânico das vendas, sustentado em particular pelas categorias de Cuidado e Coloração. O negócio Professional alcançou um crescimento muito forte das vendas.

A área de negócio **Other Consumer Businesses** registou uma descida orgânica das vendas de -1,2%, atribuível sobretudo ao negócio de Cuidado Corporal na Europa.

Numa perspetiva regional, a unidade de negócio Consumer Brands registou um crescimento orgânico positivo das vendas na região **Europa** no terceiro trimestre, com as áreas de negócio Laundry & Home Care e Hair a gerarem um bom crescimento orgânico das vendas. A região **América do Norte** gerou também um crescimento orgânico positivo das vendas, graças em particular à área de negócio Hair. A região **IMEA** gerou um crescimento orgânico das vendas de dois dígitos, impulsionado por taxas de crescimento de dois dígitos nas áreas de negócio Laundry & Home Care e Hair. A região **América Latina** registou um crescimento orgânico muito forte das vendas, impulsionado sobretudo pela área de negócio Laundry & Home Care. Em contrapartida, a região **Ásia-Pacífico** ficou ligeiramente abaixo do ano anterior. Enquanto a área de negócio Hair alcançou um crescimento orgânico positivo das vendas, o desempenho da área de negócio Laundry & Home Care ficou abaixo do nível do ano anterior.

Situação patrimonial e financeira do Grupo

No período em análise, não ocorreram alterações substanciais na situação patrimonial e financeira do Grupo face à situação a 30 de junho de 2026.

Perspetivas para o Grupo Henkel

Com base no forte desempenho do negócio no terceiro trimestre e nos pressupostos para o resto do ano, a Henkel atualizou, a 29 de outubro de 2026, as suas previsões de evolução das vendas e dos resultados para o exercício de 2026.

Para o ano em curso, a Henkel prevê um **crescimento orgânico das vendas** de 3,0 a 4,0% para o Grupo (anteriormente: 1,5 a 3,5%). Para a unidade de negócio Adhesive Technologies, prevê-se um crescimento orgânico das vendas entre 4,5 e 5,5% (anteriormente: 2,0 a 4,0%). Para a unidade de negócio Consumer Brands, prevê-se um aumento de 1,5 a 2,5% (anteriormente: 0,5 a 2,5%).

A rendibilidade ajustada das vendas (margem EBIT ajustada) ao nível do Grupo deverá situar-se em cerca de 15% (anteriormente: 14,5 a 16,0%). Para Adhesive Technologies, prevê-se uma rendibilidade ajustada das vendas de cerca de 16,5% (anteriormente: 16,5 a 18,0%) e para Consumer Brands de cerca de 15% (anteriormente: 14,0 a 15,5%).

Para o **resultado ajustado por ação preferencial** (EPS), prevê-se um aumento percentual de um dígito médio a taxas de câmbio constantes (anteriormente: aumento percentual de um dígito baixo a alto a taxas de câmbio constantes).

Adicionalmente, temos as seguintes expectativas para 2026:

- **Aquisições/alienações:** efeito positivo na ordem de um dígito baixo em termos percentuais
- **Conversão de vendas em moedas estrangeiras:** impacto negativo na ordem de um dígito baixo em termos percentuais.
- **Preços de materiais diretos:** aumento de cerca de 10% face à média do ano anterior[1] (anteriormente: aumento percentual de um dígito alto face à média do ano anterior[1])
- **Custos de reestruturação:** 200 a 250 milhões de euros (anteriormente: 150 a 200 milhões de euros)
- **Saídas de caixa de investimentos em ativos fixos tangíveis e ativos intangíveis:** 650 a 750 milhões de euros

[1] Evolução bruta dos preços, ou seja, antes de medidas de compensação.

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 50.000 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 http://www.henkel.pt/.

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