



Henkel mantém lucratividade forte e vendas em linha com as expectativas durante primeiro trimestre de 2025

- **Vendas do Grupo:** cerca de 5,2 bilhões de euros; desenvolvimento orgânico -1,0%
- **Adhesive Technologies:** crescimento orgânico positivo das vendas de 1,1% com desenvolvimento de volume positivo, apesar do ambiente desafiador
- **Consumer Brands:** desenvolvimento orgânico de vendas de -3,5%; volumes impactados pela demanda moderada do consumidor e pelos desafios da cadeia de suprimentos
- **Venda do negócio de Retailer Brands concluída na América do Norte – programa estratégico de otimização de portfólio em Consumer Brands finalizado**
- **Perspectivas para o ano fiscal de 2025 mantidas, apesar do aumento da volatilidade no ambiente de mercado:**
 - Crescimento orgânico das vendas: 1,5% a 3,5%
 - Retorno ajustado sobre as vendas: 14% a 15,5%
 - Lucro ajustado por ação preferencial (EPS): aumento na faixa percentual de um dígito baixo a alto (a taxas de câmbio constantes)

Düsseldorf, 8 de maio de 2025 – A Henkel registrou vendas consolidadas de cerca de 5,2 bilhões de euros no primeiro trimestre de 2025, em comparação com cerca de 5,3 bilhões de euros no mesmo trimestre do ano passado. As vendas orgânicas caíram -1% em comparação com o trimestre do ano anterior. A alteração se deu, principalmente, em razão do ambiente geopolítico e macroeconômico desafiador, que está cada vez mais volátil desde o início do ano. Isso afetou tanto a demanda industrial quanto o sentimento do consumidor – principalmente na América do Norte. No entanto, as vendas em Adhesive Technologies aumentaram organicamente, apoiadas por uma junção equilibrada entre preço e volume. Como esperado, as vendas ficaram abaixo do ano anterior em Consumer Brands, também devido a fortes comparáveis e desafios na cadeia de suprimentos.

"Conforme declarado em março, quando divulgamos nossos números de 2024, as vendas no novo ano fiscal tiveram um início bastante discreto. Ao mesmo tempo, continuamos a alcançar fortes margens brutas e EBIT, além de continuarmos trabalhando de forma consistente e bem-sucedida na implementação de nossa agenda estratégica de crescimento. Concluímos o desinvestimento do negócio de Retailer Brands na América do Norte antes do esperado, finalizando com sucesso o programa de otimização de portfólio em nossa unidade de negócios Consumer Brands que anunciamos no início de 2022. Isso significa que agora podemos concentrar toda a nossa atenção no crescimento de nossos negócios de bens de consumo com inovações que oferecem valor agregado relevante aos consumidores", disse o CEO da Henkel, Carsten Knobel.

"A volatilidade e a incerteza nos mercados globais aumentaram significativamente desde o início do ano. As metas estabelecidas para o atual ano fiscal permanecem inalteradas e continuamos esperando um maior crescimento orgânico das vendas e uma melhoria progressiva nos lucros em 2025. Continuamos esperando um segundo semestre mais forte, com contribuições também provenientes de nossas inovações, que introduziremos no mercado apoiadas por investimentos contínuos em nossas marcas. Ao mesmo tempo, esperamos fortes margens brutas e EBIT. O desenvolvimento que vimos nos primeiros três meses do atual ano fiscal mostra que estamos no caminho certo nesse sentido. Isso demonstra que temos uma estratégia clara e consistentemente implementada e que estamos cumprindo nossas promessas."



1 Desenvolvimento de vendas por unidade de negócio

em milhões de euros	Venda		+/-	Orgânico
	1º trimestre de 2024	1º trimestre de 2025		
Grupo Henkel	5,317	5,242	-1.4%	-1%
Adhesive Technologies	2,677	2,715	1.4%	1.1%
Consumer Brands	2,605	2,484	-4.6%	-3.5%

O desempenho positivo das vendas orgânicas na unidade de negócios **Adhesive Technologies** no primeiro trimestre foi impulsionado principalmente pelo forte crescimento na área de negócios de Mobility & Electronics. O declínio nas vendas orgânicas na **unidade de negócios Consumer Brands** deveu-se, em particular, ao sentimento moderado do consumidor, à redução de estoque do cliente e aos desafios da cadeia de suprimentos.



Desempenho de vendas do Grupo

Vendas do Grupo no primeiro trimestre de 2025 totalizaram € 5,242 bilhões; Tem **nominal** diminuição de -1.4% em comparação com o trimestre do ano anterior (5.317 bilhões de euros).

Organicamente (ou seja, ajustado para câmbio e aquisições/desinvestimentos), as vendas diminuíram em -1%. Esse desenvolvimento era esperado e reflete o atual ambiente geopolítico e macroeconômico desafiador, que afeta tanto a demanda industrial quanto o sentimento do consumidor – principalmente na América do Norte. Embora o desempenho orgânico das vendas no nível do Grupo tenha sido apoiado por um componente de preço positivo, os volumes ficaram abaixo do nível do ano anterior. Aquisições/desinvestimentos representaram 1.1% de aumento nas vendas. Por outro lado, os efeitos cambiais tiveram um impacto negativo no desempenho das vendas, totalizando -1.4%.

2	Desempenho de vendas do Grupo	34	56
		1º trimestre de 2024	1º trimestre de 2025
	em milhões de euros		
	Venda	5,317	5,242
	Varição em relação ao ano anterior	-5.2%	-1.4%
	Câmbio	-3.9%	-1.4%
	Ajustado por câmbio	-1.3%	0.0%
	Aquisições/desinvestimentos	-4.3%	1.1%
	Orgânico	3.0%	-1.0%
	De preço	3.4%	1.4%
	De volume	-0.4%	-2.4%

O crescimento orgânico das vendas na **Europa** totalizou -2% no primeiro trimestre. Na região do **IMEA**, as vendas aumentaram organicamente em 4.6%. O desempenho orgânico das vendas foi negativo na **América do Norte** em -5.6%. Na **América Latina**, o crescimento orgânico das vendas foi de 1.5%, acima do trimestre do ano anterior. Na **Ásia-Pacífico**, a região alcançou crescimento orgânico de vendas de 3.6%.



7 Desempenho de vendas por região

em milhões de euros	Europa	IMEA	América do Norte	América Latina	Ásia-Pacífico	Corporativo	Grupo Henkel
Vendas de janeiro a março de 2025	1,989	562	1,429	375	844	43	5,242
Vendas de janeiro a março de 2024	2,023	575	1,478	421	784	35	5,317
Variação em relação ao trimestre do ano anterior	-1.7%	-2.3%	-3.4%	-10.8%	7.6%	–	-1.4%
Orgânico	-2.0%	4.6%	-5.6%	1.5%	3.6%	–	-1.0%
Proporção de Vendas do grupo 2025	38%	11%	27%	7%	16%	1%	100%
Proporção de Vendas do grupo 2024	38%	11%	28%	8%	15%	1%	100%

Por localização da empresa



Desempenho de vendas de Adhesive Technologies

A unidade de negócios Adhesive Technologies gerou **vendas** de 2.715 bilhões de euros no **primeiro trimestre de 2025**, representando um **aumento nominal** de 1,4% em relação ao trimestre do ano anterior (2.677 bilhões de euros). **Organicamente** (ou seja, ajustadas para câmbio e aquisições/desinvestimentos), as vendas aumentaram 1,1% em comparação com o primeiro trimestre de 2024. Tanto o preço quanto o volume mostraram uma evolução positiva. Os efeitos cambiais reduziram as vendas em -1,0%. As aquisições/desinvestimentos tiveram um impacto positivo de 1,3%.

8	Desempenho das vendas de Adhesive Technologies	910	112
		1º trimestre de 2024	1º trimestre de 2025
	em milhões de euros		
	Venda	2,677	2,715
	Proporção de vendas do Grupo	50%	52%
	Varição em relação ao ano anterior	-4.1%	1.4%
	Câmbio	-3.8%	-1.0%
	Ajustado por câmbio	-0.4%	2.4%
	Aquisições/desinvestimentos	-1.7%	1.3%
	Orgânico	1.3%	1.1%
	De preço	1.0%	0.6%
	De volume	0.3%	0.5%

O desempenho positivo das vendas orgânicas da unidade de negócios Adhesive Technologies no primeiro trimestre foi impulsionado principalmente pela **área de negócios de Mobility & Electronics**, que alcançou um forte crescimento orgânico de vendas de 3,1%. Esse crescimento foi impulsionado pelos negócios de Eletronics e Industrials, enquanto o negócio Automotive diminuiu devido ao ambiente de mercado desafiador. Em -0,4%, o desenvolvimento orgânico das vendas na área de negócios **Packaging & Consumer Goods** foi ligeiramente negativo no geral. O negócio de embalagens apresentou um desenvolvimento estável, apoiado por uma nova recuperação da demanda. O negócio de Consumer Goods apresentou um ligeiro declínio em relação ao mesmo trimestre do ano passado. O crescimento orgânico das vendas na **área de negócios Craftsmen, Construction & Professional** aumentou 0,4% em relação ao mesmo trimestre do ano anterior. O crescimento foi impulsionado em particular pelos negócios de Consumers & Craftsmen and Construction, que geraram um bom crescimento.



13 Desenvolvimento de vendas por área de negócio

em milhões de euros	Venda		+/-	Orgânico
	1º trimestre de 2024	1º trimestre de 2025		
Adhesive Technologies	2,677	2,715	1.4%	1.1%
Mobility & Electronics	946	966	2.1%	3.1%
Packaging & Consumer Goods	838	804	-4.1%	-0.4%
Craftsmen, Construction & Professional	893	945	5.9%	0.4%

Do ponto de vista regional, o desempenho da unidade de negócios Adhesive Technologies foi misto no geral. Na **Europa**, as vendas ficaram organicamente abaixo das do trimestre do ano anterior, principalmente devido à área de negócios de Craftsmen, Construction & Professional. Em um ambiente de mercado desafiador, o primeiro trimestre viu a **região da América do Norte** registrar queda nas vendas, devido principalmente aos desenvolvimentos nas áreas de negócios de Mobility & Electronics e Packaging & Consumer Goods. A **região** IMEA registrou um crescimento orgânico muito forte nas vendas, impulsionado em particular por um aumento de dois dígitos nas vendas orgânicas na área de negócios Craftsmen, Construction & Professional. A **região** da América Latina também registrou um crescimento muito forte, impulsionado principalmente por um aumento de vendas de dois dígitos na área de negócios de Mobility & Electronics. Os negócios de Packaging & Consumer Goods e Craftsmen, Construction & Professional também contribuíram para esse desenvolvimento, com ambos relatando um crescimento muito forte. A **região da Ásia-Pacífico** registrou um crescimento significativo, devido, em particular, a um aumento de dois dígitos nas vendas no negócio de eletrônicos na China.



Desempenho de vendas de Consumer Brands

Na unidade de negócios Consumer Brands, as vendas no primeiro trimestre de 2025 totalizaram 2.484 bilhões de euros, uma queda nominal de -4,6% em relação ao trimestre do ano anterior.

Organicamente (ou seja, ajustado para câmbio e aquisições/desinvestimentos), as vendas diminuíram -3,5%. A unidade de negócios registrou bom desenvolvimento de preços em comparação com o primeiro trimestre de 2024, enquanto os volumes caíram conforme o esperado, principalmente devido ao sentimento moderado do consumidor e à redução de estoque do cliente de varejo – especialmente na América do Norte – agravada por desafios na cadeia de suprimentos. Os efeitos cambiais tiveram um impacto negativo de -2,0% nas vendas, enquanto as aquisições/desinvestimentos tiveram uma influência positiva de 0,8% nas vendas.

14	Desempenho de vendas de Consumer Brands	116	118
		1º trimestre de 2024	1º trimestre de 2025
	em milhões de euros		
	Venda	2,605	2,484
	Proporção de vendas do Grupo	49%	47%
	Variação em relação ao ano anterior	-6.0%	-4.6%
	Câmbio	-4.0%	-2.0%
	Ajustado por câmbio	-2.0%	-2.7%
	Aquisições/desinvestimentos	-7.2%	0.8%
	Orgânico	5.2%	-3.5%
	De preço	6.2%	2.0%
	De volume	-1.0%	-5.5%

No primeiro trimestre, a área de negócios **de Laundry & Home Care** registrou um desenvolvimento orgânico negativo de vendas de -4,1%. O negócio de Laundry Care registrou crescimento negativo causado predominantemente por um declínio na categoria Fabric Cleaning, enquanto a categoria de Fabric Care registrou um crescimento muito forte. A área de negócios Home Care, por outro lado, gerou um bom aumento orgânico nas vendas, impulsionado principalmente pelo crescimento significativo das vendas na categoria de Dishwashing.

A área de negócios **de Hair** teve uma queda orgânica nas vendas de -1,6%. O negócio de Consumer apresentou um crescimento positivo, impulsionado principalmente pelas categorias de Hair Colorants and Hair Styling. No geral, o desenvolvimento do negócio de Professional ficou abaixo do ano anterior, principalmente devido a um declínio nas vendas como resultado do ambiente de consumo desafiador na região da América do Norte.

A área de **Other Consumer Businesses** registrou um declínio nas vendas orgânicas de -6,8% como resultado principalmente do desenvolvimento negativo no negócio de Body Care nas regiões da América do Norte e Europa.



19 Desenvolvimento de vendas por área de negócio

em milhões de euros	Venda		+/-	Orgânico
	1º trimestre de 2024	1º trimestre de 2025		
Consumer Brands	2,605	2,484	-4.6%	-3.5%
Laundry & Home Care	1,661	1,550	-6.7%	-4.1%
Hair	781	792	1.4%	-1.6%
Other Consumer Businesses	163	142	-12.6%	-6.8%

Do ponto de vista regional, o desenvolvimento das vendas em todas as regiões – com exceção do IMEA – ficou abaixo do nível do ano anterior. A **região** IMEA registrou um bom aumento orgânico nas vendas em geral, impulsionado pelo crescimento orgânico significativo das vendas na área de negócios de Hair e bom desenvolvimento na área de negócios de Laundry & Home Care. **A Europa**, por outro lado, experimentou um declínio devido a desenvolvimentos na área de negócios de Laundry & Home Care, enquanto a área de negócios de Hair mostrou um bom crescimento. O crescimento das vendas nas regiões da **América do Norte** e **Ásia-Pacífico** ficou abaixo do nível do ano anterior em todas as áreas de negócios. O desempenho da região da **América Latina** como um todo ficou abaixo do ano anterior devido aos desenvolvimentos na área de negócios de Laundry & Home Care. A área de negócios de Hair, por outro lado, registrou um desenvolvimento orgânico de vendas muito forte.

Ativo líquido e posição financeira do Grupo

Nenhuma mudança substancial nos ativos líquidos e na posição financeira do Grupo ocorreu no período em análise em comparação com a situação em 31 de dezembro de 2024.



Perspectivas para o Grupo Henkel

Para o ano atual, a Henkel continua esperando um **crescimento orgânico das vendas** entre 1,5% e 3,5%. Para a unidade de negócios Adhesive Technologies, espera-se um crescimento orgânico das vendas na faixa de 2 a 4%. Para Consumer Brands, prevemos um aumento orgânico nas vendas de 1 a 3%.

O retorno ajustado sobre as vendas (margem EBIT ajustada) ainda deve ficar na faixa de 14 a 15,5%. Prevê-se que o retorno ajustado sobre as vendas fique entre 16 e 17,5% para Adhesive Technologies e entre 13,5 e 15% para Consumer Brands.

O lucro ajustado por ação preferencial (EPS) a taxas de câmbio constantes ainda deve aumentar na faixa percentual de um dígito baixo a alto.

Além disso, continuamos a ter as seguintes expectativas para 2025:

- Aquisições/desinvestimentos: efeito negativo na faixa percentual de um dígito baixo sobre o crescimento das vendas nominais
- Conversão de vendas em moedas estrangeiras: impacto neutro a negativo na faixa percentual de um dígito.
- Preços dos materiais diretos: aumento percentual de um dígito baixo a médio em comparação com a média do ano anterior
- Despesas de reestruturação de 200 a 250 milhões de euros
- Saídas de caixa de investimentos em ativos imobilizados e intangíveis entre 650 e 750 milhões de euros



Calendário financeiro

Publicação do Relatório Semestral 2025:

7/8/2025 (quinta-feira)

Publicação da Declaração Trimestral Q3 2025:

6/11/2025 (quinta-feira)

Sobre a Henkel

Com suas marcas, inovações e tecnologias, a Henkel ocupa posições de liderança em todo o mundo em negócios industriais e de consumo. A unidade de negócios de Adhesive Technologies é líder global nos mercados de adesivos, selantes e revestimentos funcionais. Em seus negócios de Consumer Brands, a empresa ocupa posições de liderança, especialmente nos segmentos de cuidados capilares e com a casa, 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 2024, a Henkel reportou vendas de mais de 21,6 bilhões de euros e lucro operacional ajustado de cerca de 3,1 bilhões de euros. As ações preferenciais da Henkel estão listadas no índice de ações alemão DAX. A sustentabilidade tem uma longa tradição na Henkel, e a empresa tem uma estratégia clara de sustentabilidade com metas específicas. A Henkel foi fundada em 1876 e hoje emprega uma equipe diversificada de cerca de 47.000 pessoas em todo o mundo - unidas por uma forte cultura corporativa, valores compartilhados e um propósito comum: "Pioneers at heart for the good of generations". Mais informações no site.

Sobre a Henkel Brasil

A Henkel está no Brasil há 70 anos e atua nas áreas de Adesivos, Selantes e Tratamento de Superfícies e Consumer Brands, com principais marcas como Cascola, Loctite, Pritt, Bonderite e Schwarzkopf Professional. A Henkel Brasil conta com cerca de 1.000 profissionais distribuídos nas plantas de Itapevi e Jundiaí, além de um Centro de Distribuição em Jundiaí, um escritório central na Lapa e uma ASK Academy localizada na Avenida Paulista, em São Paulo. No ano de 2024, a Henkel alcançou um crescimento orgânico de vendas de 2,6%. Na América Latina, as vendas foram de 1,636 bilhão de euros, o que representa 8% do total do grupo.

Contatos com a imprensa:

InPress Porter Novelli

Rafael Bullara

(11) 99688-6553 – rafael.bullara@inpresspni.com.br

Taís Barros

(11) 98326-0132 – tais.barros@inpresspni.com.br

Carla Marcondes

(11) 98766-6866 - carla.marcondes@inpresspni.com.br