

Risultati finanziari primo trimestre 2016

Comunicato stampa
20.04.2016

- **Vendite invariate a tassi di cambio costanti**
- **Continua offerta di innovazione in pipeline**
- **Attenzione costante al programma AOL**

Le vendite del Gruppo, incluso il settore “Lawn and Garden”, sono rimaste invariate a 3,7 miliardi di dollari a tassi di cambio costanti rispetto al primo trimestre del 2015. Il fatturato è stato del 7% inferiore, con il dollaro che ha continuato a rimanere forte per la maggior parte del trimestre.

Vendite integrate del primo trimestre per area geografica a CER1

Le vendite integrate sono rimaste invariate a 3,6 miliardi di dollari a tassi di cambio costanti. I volumi sono stati del 2% inferiori. I prezzi sono stati del 2% superiori, spinti in parte da un aumento della CIS per compensare l'impatto della svalutazione della moneta.

Le vendite in **Europa, Africa e Medio Oriente** sono aumentate del 6% rispetto ad un primo trimestre forte nel 2015. La crescita è stata ottenuta nonostante il clima sottotono degli agricoltori, in particolare in Francia, a causa dei prezzi bassi delle colture. Nel CIS sono stati realizzati ulteriori aumenti di prezzo significativi mentre i volumi sono cresciuti, trainati in particolare da semi di girasole, fungicidi ed erbicidi selettivi. Anche le vendite in Europa sud-orientale sono state forti.

In **Nord America**, le vendite sono state del 2% inferiori. Le vendite nel settore delle sementi sono aumentate con una forte performance nel mercato del mais, in gran parte dovuta alle entrate relative alle licenze dei caratteri genetici. Le vendite nel settore della protezione delle colture sono diminuite, a causa soprattutto della intenzionale diminuzione del glifosato. I fungicidi hanno mostrato una crescita su base ampia, con un significativo contributo dato dai nuovi prodotti. La performance annuale nel settore della protezione delle colture sarà guidata dall'innovazione, con 16 nuovi prodotti in lancio.

Le vendite in **America Latina** sono state del 12% inferiori. Escludendo il glifosato e la variazione nei termini commerciali realizzata nel 2015, le vendite sono state dell'1% in meno. Si tratta di una performance confermata in un contesto di continue limitazioni di liquidità in Brasile e Argentina e di vendite ritardate in Venezuela. Inoltre, le vendite degli insetticidi hanno risentito della diminuzione degli attacchi parassitari e del consumo delle rimanenze di magazzino dell'anno precedente.

In **Asia-Pacifico** le vendite sono diminuite del 10%, così come in un certo numero di paesi che hanno continuato a risentire degli effetti meteorologiche avversi derivanti da El Niño. Il mercato del riso in Thailandia rimane in depressione con limitate scorte di riso e ridotto sostegno del governo per i coltivatori.

Lancio di nuovi prodotti e innovazione in pipeline

I nuovi fungicidi ORONDIS™ e SOLATENOL™ sono ora registrati negli Stati Uniti e in Canada e sono stati venduti per la stagione 2016. SOLATENOL™, soggetto a registrazione, dovrebbe invece essere introdotto in Francia per la stagione 2016/2017. Inoltre, è previsto il lancio di un altro nuovo fungicida carboxamide ADEPIDYN™, soggetto a registrazione, (modalità di azione SDHI) nel sud dell'America

Latina s durante la prossima stagione di semina. ADEPIDYN™ e ORONDIS™ sono i primi lanci della nuova pipeline nel settore della protezione delle colture, con un potenziale di picco di vendite totali di oltre \$ 4 miliardi.

John Ramsay, Chief Executive Officer, ha dichiarato: "Durante tutto l'anno, il nostro obiettivo di mantenere le vendite a cambi costanti sarà sostenuto dal contributo dei nuovi prodotti. Continuiamo ad essere focalizzati sul programma di Accelerating Operational Leverage (AOL) e siamo sulla buona strada per realizzare il nostro target, rivisto al rialzo, 2016 di 300 milioni di dollari in risparmi incrementali. La redditività potrà inoltre beneficiare di una riduzione dei costi delle materie prime. Il programma AOL coinvolge anche un rilascio di capitale circolante, che contribuirà ad un aumento di oltre 1 miliardo di dollari di free cash flow per l'intero anno."

"Negli ultimi mesi abbiamo rivisto la nostra strategia integrata alla luce della nostra esperienza conseguita nel corso degli ultimi cinque anni. Molti sono stati i successi evidenti, in particolare nei mercati emergenti, e continueremo a perseguire un approccio integrato laddove questo conferisca chiaramente un valore aggiunto. Le sementi sono fondamentali nel processo decisionale dell'agricoltore e indispensabili per un'offerta integrata. Siamo dunque determinati a migliorare la redditività del nostro business delle sementi. Abbiamo una posizione competitiva e sostenibile nella maggior parte delle colture, ma in alcune zone siamo disposti a prendere in considerazione joint venture, acquisizioni e opzioni di disinvestimento".

Una presentazione che illustra i risultati delle vendite del primo trimestre 2016 è disponibile su: www.q1-2016.syngenta.com

L'offerta in contanti di ChemChina per acquisire Syngenta

L'Offerta pubblica svizzera e americana è iniziata il 23 marzo 2016. La transazione dovrebbe concludersi entro la fine dell'anno.