
Vendite primo trimestre 2015

17.04.2015

Primo trimestre 2015: vendite a 4,0 miliardi di dollari

- **Le vendite integrate sono aumentate di un punto percentuale a tassi di cambio costanti**
- **Ricavi registrati influenzati dalla valuta; mantenuta la direzione dei guadagni dell'intero anno**
- **Solide prestazioni in Europa: efficace gestione del rischio nel CIS**
- **Avvio di stagione ritardato in Nord America**

Le vendite del Gruppo di 4,0 miliardi di dollari, che includono il settore Lawn and Garden sono rimaste invariate a cambi costanti rispetto al primo trimestre del 2014. I ricavi registrati sono stati il 14% inferiori, riflettendo la forza del dollaro nei confronti dell'euro e della maggior parte delle altre valute, in particolare nei Paesi CIS.

Vendite del primo trimestre integrate per regione

Le vendite integrate di 3,8 miliardi di dollari sono aumentate dell'1% a cambi costanti. I volumi sono stati del 7% inferiore. I prezzi registrano un aumento dell'8%, spinti in gran parte dagli aumenti dei CIS per compensare l'impatto della svalutazione della moneta; escludendo il CIS e il glifosato, i prezzi sono aumentati dell'uno per cento.

Le vendite in **Europa, Africa e Medio Oriente** sono aumentate

del 15% a cambi costanti, con una forte crescita del settore degli agrofarmaci che ha compensato la debolezza di quello delle sementi causata da una minore superficie coltivata per mais, girasole e barbabietola da zucchero in diversi territori. Le vendite, escluso il CIS, sono aumentate di due punti percentuali, nonostante il raffronto difficile con il primo trimestre nel 2014. Il Centro e Nord Europa e l'Iberia hanno mostrato una crescita nel settore della protezione delle colture su ampia base. In Francia, le vendite di erbicidi selettivi sono diminuite, riflettendo le prime commesse del quarto trimestre del 2014, mantenendo sostanzialmente invariate le altre linee di prodotto. Nel CIS le differenze di cambio sono state in gran parte recuperate attraverso i prezzi di vendita. In **America del Nord** le vendite sono diminuite del 16%; escludendo il glifosato, dove la intenzionale diminuzione è in atto, le vendite sono state del 13% inferiori. L'inverno prolungato ha ritardato l'inizio della stagione negli Stati Uniti e il Seedcare è stato in forte calo in Canada a causa di elevate rimanenze di canale. Le vendite del settore Seeds riflettono un'ulteriore riduzione prevista in ettari di mais, inferiori royalties attive e cambiamenti nel modello di distribuzione di Syngenta volte ad aumentare la focalizzazione e profittabilità.

In **America Latina** le vendite di fine stagione sono state l'11% inferiori a seguito di un forte quarto trimestre del 2014. La gestione del credito in Venezuela ha causato un ritardo nelle vendite. Le vendite di insetticidi sono in calo in tutta la regione a causa di una diminuzione degli attacchi parassitari. Il fungicida ELATUS™ ha continuato a dare un contributo positivo in quanto sono state soddisfatte le ordinazioni rimanenti. Le vendite di sementi di mais in Brasile hanno registrato una diminuzione a causa della ridotta superficie coltivata. In **Asia Pacifica**, le vendite del Nord-est asiatico sono state influenzate da un'integrazione progressiva del Giappone, con le conseguenze legate all'aumento delle imposte di consumo dello scorso anno. Le vendite in Cina hanno subito una diminuzione a causa della graduale ritiro delle formulazioni liquide

di paraquat. L'impatto della minore superficie coltivata di riso in Thailandia è stata parzialmente compensata da ulteriore ampliamento dei protocolli GrowMore™ in Asia meridionale.

Primo trimestre: le vendite per linee di prodotti

I volumi degli **erbicidi selettivi** sono leggermente inferiori, con una crescita buona nel CIS compensata da un'eliminazione graduale in Francia e un calo nel Nord America a causa della fine della stagione. Per quanto riguarda gli **erbicidi non selettivi**, i fattori principali sono stati la prevista riduzione TOUCHDOWN® e la sospensione del GRAMOXONE® in Cina. I **fungicidi** hanno registrato un incremento dei volumi, nella maggior parte dell'Europa con una crescita in tutto il portafoglio. In America Latina, la crescita è stata trainata sia da ELATUS™ che da AMISTAR® Technology. Nonostante la crescita dei volumi in Europa e Asia Pacifico, le vendite totali degli **insetticidi** sono diminuite a causa della diminuzione degli attacchi parassitari in America Latina. Nel settore delle **Protezione delle sementi**, la riduzione dei volumi in Canada dovuta a scorte elevate di canale nel mercato cerealicolo è stato più che compensato da un buon sviluppo nel nord e centro Europa.

Nel settore delle **Sementi**, i volumi di mais hanno risentito da parte del calo della superficie coltivata e dall'altro degli aumenti di prezzo nella CIS. Negli Stati Uniti, le vendite sono state influenzata anche dell'attesa riduzione della superficie coltivata e dalle inferiori royalties attive. Le vendite di soia sono state leggermente superiori. Le **Colture Industriali** hanno registrato un calo dei volumi nei paesi CIS, con un mercato ridotto per ibridi di alto valore. Le vendite in Europa sud-orientale sono state ritardate da climi freddi e umidi. Per quanto riguarda le **Orticole**, una solida performance sui mercati sviluppati è stata compensata da eliminazione graduale nei mercati emergenti.

Le vendite del settore **Lawn and Garden** sono diminuite del 5%,

con condizioni difficili di mercato che persistono nel business dei fiori del Nord America.

Mike Mack, Chief Executive Officer, ha dichiarato:

"In un contesto di volatilità di valuta e prezzi delle colture, abbiamo dimostrato la nostra capacità di gestire il rischio con successo, come testimoniano i sostanziali aumenti di prezzo ottenuti nei paesi del CSI. Con la stagione del Nord America attualmente in corso, siamo concentrati a massimizzare le opportunità per il nostro portafoglio degli erbicidi. In ogni parte dell'azienda siamo decisamente sulla giusta strada per ottenere risparmi mirati sui costi previsti dall'attuazione del nostro programma di Accelerating Operational Leverage. Manteniamo sostanzialmente invariati, attorno al livello 2014, i nostri obiettivi di vendita per l'intero anno a parità di cambio e EBITDA, dopo l'impatto delle valute. Ci aspettiamo di generare cash flow".

Una presentazione che illustra il primo trimestre delle vendite 2015 è disponibile sul www.syngenta.com/q1-2015