



אדמה מציגה תוצאות שיא במכירות וב-EBITDA בשנת 2014

החברה מדווחת על צמיחה איתנה בכל אזורי הפעילות העיקריים שלה, אשר נבעה מביצועים חזקים באירופה, צפון אמריקה ואמריקה הלטינית

הרווח נקי לשנה עלה ב-19%

תל אביב, ה-22 במרץ 2015 - אדמה פתרונות לחקלאות בע"מ ("אדמה" או "החברה"), החברה המובילה בעולם לפתרונות להגנת הצומח שאינם מוגני פטנט, דיווחה היום על תוצאותיה הפיננסיות לשנה ולרבעון הרביעי שהסתיימה ב-31 בדצמבר 2014.

תמצית נתונים פיננסיים

מתואם; במיליוני דולר ארה"ב	שנת 2014	שנת 2013	שינוי	רבעון 4 2014	רבעון 4 2013	שינוי
הכנסות*	3,221.3	3,076.4	4.7%	674.2	655.7	2.8%
רווח גולמי	1,025.5	968.1	5.9%	184.6	186.0	(0.8%)
שיעור הרווח הגולמי	31.8%	31.5%		27.4%	28.4%	
רווח תפעולי	312.8	309.0	1.2%	10.4	11.1	(6.3%)
רווח לפני מס	198.2	171.6	15.5%	(22.2)	(28.2)	21.4%
רווח נקי	151.3	127.1	19.1%	(32.6)	(29.1)	(11.9%)
EBITDA	480.0	466.0	3.0%	52.7	51.5	2.3%

*בנטרול השפעות מטבע, המכירות צמחו ב-6.1% וב-6.0% בשנה כולה וברבעון הרביעי, בהתאמה.

הערה: רווח תפעולי, רווח לפני מס, רווח נקי ו-EBITDA מוצגים בניכוי הוצאות חד פעמיות שהוציאה החברה בשל פרישה מוקדמת של עובדים ברבעון השלישי, ובמסגרת הכנה להנפקה ברבעון הרביעי.

יו"ר אדמה יאנג שינגצ'יאנג הגיב על התוצאות ואמר: "תוצאותיה של אדמה לשנת 2014 הן מהטובות בענף כולו, והן משקפות את יישומה המתמשך של התוכנית האסטרטגית של החברה, את חוסנה של הפלטפורמה המשולבת שלנו ואת יכולתנו לשרת היטב את צרכי החקלאים בשווקים חקלאיים משמעותיים ברחבי העולם. התנופה העסקית האיתנה של החברה הובילה לצמיחה בכל האינדיקטורים הפיננסיים העיקריים שלה.

"שנת 2014 הייתה יוצאת דופן עבור אדמה, כיוון שבמהלכה נקטנו בצעדים כדי להכין את הארגון לצמיחה ארוכת טווח. במיוחד, הנחנו את התשתית להתרחבותה של החברה בסין, שוק חיוני בעל שיעור צמיחה גבוה, בעל פוטנציאל משמעותי אשר טרם מומש. באמצעות השקעות המתבצעות כעת בהקמת מרכז פורמולציה, ומרכז מחקר ופיתוח גלובליים בסין, ובשילוב עם החברות בסין, אדמה מניחה את היסודות לבנייתה של פלטפורמה מובילה, אשר תאפשר לחברה ניצול מקסימלי של הזדמנות משמעותית זו לצמיחה.



"בנוסף, במהלך השנה האחרונה השקנו והשלמנו בהצלחה את מהלך המיתוג מחדש של החברה, המאחד את נוכחותנו ברחבי העולם תחת זהות אחת - אדמה, המושבתת על ייעודינו המרכזי, לפשט את חייהם של חקלאים."

נשיא ומנכ"ל אדמה חן ליכטנשטיין אמר: "אנו מרוצים מביצועיה העסקיים והכספיים של החברה ב-2014. דיווחנו על צמיחה חזקה ברחבי העולם למרות התנאים המאתגרים בשווקים החקלאיים ורוח נגדית משמעותית של השפעות שערי חליפין. התוצאות החזקות שלנו, שהושגו בתנאי שוק קשים אלו, מעידות על חוסנו של המודל העסקי שלנו, המשלב פריסה גיאוגרפית רחבה ומגוון רחב של מוצרים, יחד עם יכולות משמעותיות לכל אורך שרשרת הערך."

"כחלק מהאסטרטגיה ארוכת-הטווח של החברה, במהלך 2014, בוצע שינוי במבנה הארגוני של החברה במטרה להעצים את המומנטום העסקי הכולל שלנו. במסגרת זו, חולקו איזורי הפעילות של החברה לשבעה אשכולות מסחריים, במטרה לחזק את היכולת הביצועית והעסקית באזורי הפעילות השונים שלנו. הקמנו חטיבה ייעודית לחדשנות, פיתוח, מחקר ורישוי (IDR), אשר תנהל את פעילויותינו בכל אותם תחומים, ובכך תקדם ותרכז את מאמצינו להגביר ולמקד את השונוות והבידול בהיצע המוצרים שלנו. אנו בטוחים שהשינוי הארגוני, לצד השילוב העסקי עם החברות בסין, יחזקו את מיצובה של אדמה כחברה ייחודית ומובילה בתעשיית האגרוכימיה, המספקת פתרונות מבודלים, איכותיים, יעילים עבור חקלאים ברחבי העולם."

סקירת תוצאות פיננסיות מתואמות

הכנסות: הכנסות החברה לשנת 2014 גדלו ב-4.7% והסתכמו בכ-3,221.3 מיליון דולר, לעומת כ-3,076.4 מיליון דולר בשנת 2013. בנטרול השפעות שערי חליפין, גדלו ההכנסות לשנת 2014 בשיעור של 6.1% בהשוואה לשנה שעברה. גידול זה נבע מצמיחה בכל אזורי הפעילות העיקריים של החברה, והנו משיעורי הצמיחה הגבוהים ביותר בין החברות המרכזיות המתחרות בענף המוצרים להגנת הצומח.

ההכנסות ברבעון הרביעי של 2014 עלו ב-2.8% ל-674.2 מיליון דולר, לעומת 655.7 מיליון דולר ברבעון הרביעי של 2013. בנטרול השפעות שערי חליפין, עלו ההכנסות ברבעון ב-6.0% בהשוואה לתקופה המקבילה אשתקד, שיעור צמיחה דומה לזה שנרשם לשנה כולה בנטרול השפעות שערי החליפין.

הגידול השנתי בהכנסות נבע בעיקר מגידול בכמויות המכירה.



פירוט ההכנסות לפי אזורים

שינוי**	רבעון 4 2013	רבעון 4 2014	שינוי*	שנת 2013	שנת 2014	במיליוני דולר ארה"ב
2.9%	136.2	140.2	4.1%	1,140.3	1,186.7	אירופה
6.3%	126.0	134.0	5.5%	516.2	544.8	צפון אמריקה
5.1%	251.8	264.7	8.6%	757.5	822.5	אמריקה הלטינית
(4.5%)	141.7	135.3	0.7%	662.4	667.3	אסיה פאסיפיק אפריקה, וישראל
2.8%	655.7	674.2	4.7%	3,076.4	3,221.3	סה"כ

* הכנסות החברה בשנת 2014 בחלוקה לאזורים גיאוגרפיים, בנטרול השפעות מטבע, עלו בשיעורים הבאים בהשוואה לתקופה המקבילה אשתקד: אירופה 4.9%, צפון אמריקה 6.3%, אמריקה הלטינית 9.1%, אסיה פאסיפיק, אפריקה וישראל 4.8%.

** הכנסות החברה ברבעון הרביעי של 2014 בחלוקה לאזורים גיאוגרפיים, בנטרול השפעות מטבע, עלו בשיעורים הבאים בהשוואה לתקופה המקבילה אשתקד: אירופה 11.4%, צפון אמריקה 6.5%, אמריקה הלטינית 5.8%, אסיה פאסיפיק, אפריקה וישראל 0.6%.

אירופה: בשנת 2014, ההכנסות באירופה גדלו בכ-4.1% ל-1,186.7 מיליון דולר, לעומת 1,140.3 מיליון דולר בשנת 2013. תוצאות פעילות החברה באירופה ב-2014 התאפיינו בתנופה עסקית חיובית שנבעה בעיקרה מגידול בכמויות המכירה ומהעלאת מחירי המכירה, אשר קוזזה בחלקה בשל אפקט שלילי של השפעת שערי חליפין.

ההכנסות באירופה ברבעון הרביעי של 2014 גדלו בכ-2.9% ל-140.2 מיליון דולר, לעומת 136.2 מיליון דולר ברבעון הרביעי של 2013.

צפון אמריקה: בשנת 2014, ההכנסות בצפון אמריקה גדלו בכ-5.5% ועמדו על 544.8 מיליון דולר לעומת 516.2 מיליון דולר בשנת 2013. העלייה במכירות בצפון אמריקה נבעה בעיקרה מגידול בכמויות המכירה, שקוזזה בחלקה בגין ירידה במחירי המכירה.

ההכנסות בצפון אמריקה ברבעון הרביעי של 2014 עמדו על 134.0 מיליון דולר, לעומת 126.0 מיליון דולר ברבעון הרביעי של 2013 - גידול של 6.3%.

אמריקה הלטינית: הצמיחה האזורית החזקה ביותר בשנת 2014 היתה באמריקה הלטינית, שם גדלו ההכנסות ב-8.6% ועמדו על 822.5 מיליון דולר, לעומת 757.5 מיליון דולר ב-2013. העלייה במכירות נבעה בעיקרה מגידול בכמויות המכירה.



ההכנסות באמריקה הלטינית ברבעון הרביעי של 2014 גדלו ב-5.1% והסתכמו ב-264.7 מיליון דולר, לעומת 251.8 מיליון דולר ברבעון הרביעי של 2013.

אסיה פאסיפיק, אפריקה וישראל: בשנת 2014, ההכנסות באסיה פאסיפיק, אפריקה וישראל גדלו בכ-0.7% ועמדו על 667.3 מיליון דולר לעומת 662.4 מיליון דולר בשנת 2013. הגידול במכירות בשנת 2014 נבע בעיקר מגידול בכמויות המכירה ומהעלאת מחירי מכירה, אשר קוזזו חלקית על ידי השפעות שערי חליפין. בנטרול השפעות מטבע, ההכנסות לשנת 2014 גדלו ב-4.8% בהשוואה ל-2013. ב-2014, הקימה אדמה חברה בטורקיה, שוק בגודל של כחצי מיליארד דולר, אשר ביצעה את מכירותיה הראשונות ב-2014.

ההכנסות באסיה פאסיפיק, אפריקה וישראל ברבעון הרביעי של 2014 עמדו על 135.3 מיליון דולר ברבעון הרביעי של 2014, לעומת 141.7 מיליון דולר ברבעון הרביעי של 2013 - ירידה של 4.5%. בנטרול השפעות מטבע, ההכנסות ברבעון הרביעי גדלו ב-0.6% בהשוואה לרבעון הרביעי של 2013.

רווח גולמי: בשנת 2014, הרווח הגולמי עמד על 1,025.5 מיליון דולר (31.8% מהמכירות), עלייה של 5.9% לעומת 968.1 מיליון דולר (31.5% מהמכירות) ב-2013. הגידול ברווח הגולמי ובשיעורו ב-2014 משקפים גידול בכמויות המכירה ושיפור בתמהיל המוצרים, אשר קוזזו בחלקם על ידי השפעות מטבע וירידה במחירי המכירה.

הרווח הגולמי ברבעון הרביעי של 2014 הסתכם ב-184.6 מיליון דולר (27.4% מהמכירות), ירידה קלה של 1.4 מיליון דולר לעומת 186.0 מיליון דולר (28.4% מהמכירות) ברבעון הרביעי של 2013, בעיקר בגלל השפעות שליליות של מטבעות.

הוצאות תפעוליות: בשנת 2014, ההוצאות התפעוליות (הוצאות מחקר ופיתוח, מכירה, הנהלה וכלליות) עמדו על 712.5 מיליון דולר (22.1% ממכירות), לעומת 659.1 מיליון דולר (21.4% מהמכירות) בשנת 2013. הגידול נובע בעיקר מגידול בהוצאות המכירה עקב הגידול הכמותי במכירות, וכן מגידול בהוצאות בגין תהליך השקת המותג הגלובלי.

ההוצאות התפעוליות ברבעון הרביעי של 2014 הסתכמו ב-174.2 מיליון דולר (25.8% מהמכירות), לעומת 174.9 מיליון דולר (26.7% מהמכירות) ברבעון הרביעי של 2013.

רווח תפעולי: בשנת 2014, גדל הרווח התפעולי המתואם בכ-1.2% ועמד על 312.8 מיליון דולר (9.7% מהמכירות), לעומת 309.0 מיליון דולר (10.0% מהמכירות) בשנת 2013.

הרווח התפעולי ברבעון הרביעי של 2014 עמד על 10.4 מיליון דולר (1.5% מהמכירות), לעומת 11.1 מיליון דולר (1.7% מהמכירות) בתקופה המקבילה ב-2013.

הוצאות מימון: בשנת 2014, הוצאות המימון נטו עמדו על 120.5 מיליון דולר, לעומת 140.6 מיליון דולר ב-2013. הקיטון נבע בעיקר מהירידה במדד המחירים לצרכן בישראל (אליו צמודות חלק מעלויות האשראי של



החברה) ובעקבות אלימינציה של הוצאות מימון בשנת 2014 בנוגע לאופציה שבמסגרתה החברה רכשה חלק מיעוט בחברה מוחזקת בשנת 2014.

הוצאות המימון נטו ברבעון הרביעי של 2014 עמדו על 32.3 מיליון דולר, לעומת 37.7 מיליון דולר ברבעון הרביעי של 2013.

רווח לפני מס: בשנת 2014, הרווח לפני מס המתואם גדל ב-15.5% ל-198.2 מיליון דולר, לעומת 171.6 מיליון דולר ב-2013.

ברבעון הרביעי של 2014, החברה רשמה הפסד לפני מס של 22.2 מיליון דולר, לעומת 28.2 מיליון דולר הפסד ברבעון המקביל ב-2013, שיפור של 21.4%.

רווח נקי: בשנת 2014, גדל הרווח הנקי המתואם של החברה בכ-19.1% ועמד על 151.3 מיליון דולר (4.7% מהמכירות), לעומת 127.1 מיליון דולר (4.1% מהמכירות) בשנת 2013. לפני נטרול הוצאות חד-פעמיות שהוציאה החברה במסגרת הכנות להנפקה וכן בגין הפרשה חד פעמית בגין פרישה מוקדמת של עובדים, גדל הרווח הנקי לשנת 2014 בשיעור של 14.9% ל-146.0 מיליון דולר (4.5% מהמכירות), לעומת 127.1 מיליון דולר (4.1% מהמכירות) בשנת 2013.

ברבעון הרביעי של 2014, החברה רשמה הפסד נקי של 32.6 מיליון דולר (4.8% מהמכירות), לעומת הפסד נקי של 29.1 מיליון דולר (4.4% מהמכירות) ברבעון הרביעי של 2013. הגידול הקל בהפסד הנקי ברבעון הרביעי של 2014 (למרות השיפור ברווח לפני מס של הרבעון) משקף את ההשפעה של הטבת מס בלתי שוטפת ברבעון הרביעי של 2013. לפני נטרול הוצאות החד-פעמיות האמורות, עמד ההפסד הנקי ברבעון על 36.1 מיליון דולר (5.4% מהמכירות), לעומת הפסד נקי של 29.1 מיליון דולר (4.4% מהמכירות) ברבעון המקביל ב-2013, בגין אותה השפעה של הטבת המס הבלתי שוטפת ברבעון הרביעי של 2013.

EBITDA (רווח לפני הוצאות מימון, מסים, פחת והפחתות): בשנת 2014, ה-EBITDA גדל בכ-3.0% ועמד על 480.0 מיליון דולר (14.9% מהמכירות), לעומת 466.0 מיליון דולר (15.1% מהמכירות) בשנת 2013. לפני נטרול הוצאות חד-פעמיות שהוציאה החברה במסגרת הכנות להנפקה וכן בגין הפרשה לפרישה מוקדמת של עובדים, גדל ה-EBITDA לשנת 2014 כולה בכ-2.6% ועומד על 478.2 מיליון דולר (14.8% מהמכירות), לעומת 466.0 מיליון דולר (15.1% מהמכירות) בשנת 2013.

ה-EBITDA ברבעון הרביעי של 2014 עלה ב-2.3% ל-52.7 מיליון דולר (7.8% מהמכירות), לעומת 51.5 מיליון דולר (7.9% מהמכירות) ברבעון הרביעי של 2013.

תזרים מזומנים: תזרים המזומנים החופשי של החברה בשנת 2014 הסתכם ב-33.1 מיליון דולר, לעומת תזרים חופשי של 41.0 מיליון דולר ב-2013. תזרים המזומנים החופשי ברבעון הרביעי של 2014 הסתכם ב-4.9 מיליון דולר, לעומת 102.7 מיליון דולר ברבעון הרביעי של 2013, בעיקר בשל ההשפעה התזרימית של



גידור שער החליפין על אגרות חוב של החברה, אשר מקוזזת במלואה על ידי ירידת הערך של החבובות השקליות בגין אגרות חוב אלו במאזן החברה לאור פיחות השקל, וכן הפרשי עיתוי הנוגעים להון החוזר.

פעילות בסין והנפקה

בהתאם לאסטרטגיה ארוכת הטווח של אדמה, פועלת החברה למיצובה כחברה גלובלית מובילה בתעשיית המוצרים להגנת הצומח, בעלת נוכחות משמעותית בסין. החברה מקדמת בעקביות את מימוש הפוטנציאל הטמון במיזוג שבוצע בשנת 2011 עם CNAC, הזרוע האגרוכימית של ChemChina. במסגרת יישום אסטרטגיה זו, באוקטובר 2014 חתמה החברה על הסכם מקיף לרכישת השליטה בארבע חברות סיניות השייכות לקבוצת ChemChina ("החברות בסין").

השילוב העסקי עם החברות בסין יקנה לאדמה יתרון ייחודי בחדירה לשוק המוצרים להגנת הצומח בסין, ויסייע לה בביסוס פלטפורמה תפעולית בסין ברמה הגבוהה ביותר אשר תשרת את הפעילות הגלובלית של החברה.

במחצית השנייה של 2014, פעלה אדמה להנפקת מניותיה בבורסה בניו יורק במטרה לממן את רכישות החברות בסין. עם זאת, בשל התנאים ששררו באותה עת בשוק ההון, החליטה החברה לדחות את ההנפקה.

בעקבות דחיית ההנפקה, בוחנת החברה בשיתוף עם בעלי המניות שלה אפשרויות שונות ביחס לביצוע השילוב העסקי בין החברה לבין החברות בסין, וזאת בין בדרך של השלמת העסקה כמתוכנן, ובין בדרכים אחרות. כמו כן, שוקלת החברה את הבורסה המועדפת להיסחרותה מבין בורסות שונות בעולם, בהתאם ליתרונות השווקים השונים ובעיתוי התואם את התפתחות תנאי השוק.

הנפקת אגרות חוב

בינואר 2015, אדמה השלימה בהצלחה הנפקה פרטית של אגרות חוב למשקיעים, באמצעות הרחבת סדרה ב' של אגרות החוב הקיימות של החברה. תמורת ההנפקה המיידית בסך של כ-700 מיליון ש"ח, יחד עם עד כ-350 מיליון ש"ח נוספים שיתקבלו כתוצאה ממימוש אופציות לאגרות חוב, ישמשו למימון מחדש של החוב הקיים.

מידע נוסף

ניתן למצוא את המסמכים הפיננסיים והמשפטיים, כמו גם מצגת בדבר הדגשים הפיננסיים המרכזיים לרבעון ולשנה, באתר החברה בכתובת www.adama.com

##

אודות אדמה פתרונות לחקלאות



אדמה פתרונות לחקלאות בע"מ מסייעת לחקלאים ברחבי העולם להגדיל את תפוקת היבולים שלהם בעזרת יצור והפצה של פתרונות להגנת הצומח.

ב- 2014 עמד מחזור המכירות של החברה על למעלה משלושה מיליארד דולר ארה"ב והיא מדורגת כחברה הגדולה ביותר בעולם של מוצרים להגנת הצומח שאינם מוגני פטנט. החברה ידועה בהיקף הידע והניסיון שלה הבאים לידי ביטוי בין היתר ביכולות טכנולוגיות והנדסיות גבוהות, מומחיות ברישום מוצרים, שמירה על תקנים מחמירים להגנת הסביבה, בקרת איכות קפדנית וערוצי שווק והפצה גלובליים.

למידע נוסף, היכנסו לאתר www.adama.com

ליצירת קשר:

משרד יח"צ רני רהב