

## Trimestre debole per MaterialScience

<p>Vendite in declino del 2,1%, ma migliorano i margini lordi grazie ai bassi costi delle materie prime.</p>

4 maggio 2015 05:55



Bayer ha chiuso il primo trimestre 2015 con vendite pari a 12,11 milioni di euro, il 14,8% in più rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso, +2,7% considerando il dato depurato dagli effetti valutari e di portafoglio.

L'Ebitda di gruppo è salito del 9,6% a 3 milioni di euro e l'Ebit prima delle poste straordinarie del 7,3% a 2,24 milioni. L'utile è invece sceso dell'8,4% a 1,3 milioni. Hanno pesato sui margini netti gli oneri per l'integrazione dei nuovi assets rilevati dal gruppo, per il consolidamento dei siti produttivi e per l'efficientamento degli impianti, che nel complesso hanno inciso per 244 milioni di euro.

MaterialScience si prepara allo spin-off con conseguente quotazione in Borsa, prevista a metà anno, con un incremento delle vendite del 7,5% a 3 milioni di euro (2,8 mln nel primo trimestre 2014), ma in leggero declino (-2,1%) se si depura il dato da effetti valutari e portafoglio; la ragione, spiega il gruppo tedesco, va cercata nei più bassi prezzi di vendita di poliuretani e policarbonato, accompagnata da una riduzione dei costi delle materie prime, mentre i volumi sono risultati in crescita.

In dettaglio, le vendite adj di materie prime poliuretaniche sono scese del 6,6%, mentre quelle di policarbonato sono aumentate del 3,9%; coating, adesivi e specialità hanno chiuso il trimestre con un miglioramento del 4,9%, mentre il segmento Industrial Operations ha perso il 4,2%.

Nei primi tre mesi dell'anno, l'Ebitda delle divisione MaterialScience è aumentato del 15,8% a 424 milioni, grazie soprattutto al minor costo delle materie prime, che hanno più che compensato la flessione dei prezzi di vendita.

Bayer prevede di chiudere l'esercizio in corso con vendite da 48 e 49 miliardi di euro, contro i 46 miliardi stimati in precedenza e i 42,2 miliardi di euro realizzati l'anno scorso.

Per MaterialScience è atteso un ulteriore incremento dei volumi, a fronte di prezzi di vendita in declino, con un effetto complessivamente positivo sui margini lordi (Ebitda).