

Le 12 novembre 2009

Société Anonyme à Conseil d'Administration au capital de 204 225 819,25 euros.
Siège social : 4, Quai de la Mégisserie – 75001 PARIS
SIREN 377 913 728 R.C.S. Paris
Exercice social du 1^{er} juillet au 30 juin



CHIFFRE D'AFFAIRES DU 1^{ER} TRIMESTRE 2009-2010 : VOS QUESTIONS – NOS REPONSES

Compte-tenu d'une croissance de l'activité potagères au cours du 1^{er} trimestre 2009-2010 plus conforme aux exercices antérieurs, êtes-vous confiant dans la suite du déroulement de la campagne commerciale en potagères ?

Nous avons une certaine confiance dans la projection de notre activité potagères d'autant que la base de comparaison de l'année 2007-2008 n'était pas particulièrement favorable. La croissance enregistrée sur ce trimestre est significative et consistante.

Tout au long de l'exercice passé, nous avons vécu avec l'incertitude de la performance d'Hazera. L'exercice 2008-2009 s'est finalement conclu de façon positive par rapport à nos attentes et aux perspectives que nous avons annoncées au second semestre.

Il est clair qu'au premier trimestre de cet exercice, existe encore une certaine hétérogénéité dans les performances de chacune des unités opérationnelles au sein de l'activité potagère. Clause Harris-Moran et Vilmorin SA ont réalisé un très bon premier trimestre tandis que Hazera et Mikado-Kyowa sont un peu en retrait par rapport à ces excellentes performances.

Mais globalement au vu de la constitution du chiffre d'affaires du premier trimestre et au vu des facturations qui ont été enregistrées jusqu'au mois d'octobre, nous sommes aujourd'hui dans un *trend* d'évolution sur l'activité potagère qui est positif, voire très positif et donc qui laisse présager de tendances qui devraient être de bonne qualité.

Qu'a représenté l'Europe de l'Est dans la croissance du Chiffre d'affaires au cours du premier trimestre 2009-2010 ?

Sur le premier trimestre 2007-2008, nous n'avons pas pris d'option particulière de prudence sur le contrôle de nos opérations dans les pays de l'Est et nous avons ainsi réalisé un assez bon début de campagne une base de référence, là aussi, plutôt consistante et élevée.

Sur le premier trimestre, tout type de ventes confondues, essentiellement des ventes de colza, nous avons une progression significative à deux chiffres sur les pays de l'Est.

Sur l'Europe de l'Est, vous avez un chiffre d'affaires dans les grandes cultures qui est de combien en masse ?

Légèrement inférieur à 10 millions d'euros sur les 50 millions d'euros qui sont affichés.

Quelles sont vos attentes en termes de surfaces de colza et de blé ?

Nous n'avons pas d'information précise sur les évolutions de surface. Il y aurait une relative stabilité sur les campagnes d'automne entre ces deux principales cultures. La vraie question qui se posera sur les céréales à paille sera le taux d'utilisation des semences commerciales.

Quel est l'impact sur les marges du fait du balancement plus important sur le colza ?

Sur le colza nous bénéficions d'une très haute qualité de notre gamme. Le colza est une espèce hybride impliquant des marges beaucoup plus importantes que sur des variétés classiques. De fait, l'impact de l'évolution de ce mix produit sur le premier trimestre et sans doute sur le premier semestre devrait nous être favorable.

Comment s'explique la précocité de votre campagne en céréales à paille ?

Nous commercialisons au cours du premier trimestre essentiellement sur le circuit long c'est-à-dire que nous commercialisons des semences de céréales à paille en les ayant produites. Dans la suite de l'exercice, nous rentrons dans une phase de commercialisation auprès du circuit court, c'est-à-dire des ventes exprimées sous forme de *royalties*.

Cette année, nous avons eu des commandes un peu plus précoces de la part de nos distributeurs et avons donc été amenés à livrer et à facturer un peu plus tôt.

Nous ne savons pas aujourd'hui dire exactement quel est l'impact de la précocité dans l'avancée de notre chiffre d'affaires. Cet impact joue son rôle mais ce n'est pas la seule explication : nous avons également gagné des parts marché sur le premier trimestre. Nous n'avons pas aujourd'hui d'élément pour analyser précisément le poids de ces différents composés, la précocité de la campagne par rapport à l'effet gain de parts marché.

Avez-vous un retour sur le taux d'utilisation des semences de ferme par rapport aux semences certifiées ?

La première partie de notre campagne commerciale sur les céréales à paille est constituée par les ventes directes de semences que nous réalisons auprès d'un certain nombre de distributeurs. A ce stade de la campagne, nous n'avons pas de visibilité ou d'analyse sur la réussite de la campagne commerciale de nos propres distributeurs auprès des agriculteurs.

En synthèse, nous n'avons pas d'inquiétudes sur le développement de nos parts marché sur cette activité de céréales à paille. Sur le taux d'utilisation des semences commerciales, la donnée reste à confirmer. Nous devrions pouvoir commencer à appréhender cette donnée au moment de la publication de notre chiffre d'affaires semestriel.

Où en sont vos carnets de commandes pour le deuxième trimestre?

On peut essentiellement apprécier le carnet de commandes à ce jour sur les opérations nord-américaines grandes cultures. Le chiffre d'affaires commence à être comptabilisé sur le deuxième trimestre. Nous avons cependant la possibilité de mesurer la qualité du lancement de nos opérations commerciales en Amérique du Nord et en grandes cultures au travers des paiements précoces dont bénéficie notre filiale AgReliant. Nous avons aux États-Unis une politique incitative vis-à-vis de nos clients de façon à engranger dès que possible des commandes. A fin septembre et selon nos *reporting* à fin octobre, nous avons un niveau de prépaiement qui est substantiellement plus élevé que l'an passé.

Côté européen, il est encore un peu tôt pour estimer le carnet de commandes. Un des très grands enjeux sera la réussite de la campagne printemps en maïs. Nous sommes dans la phase de négociations qui ne nous permet pas aujourd'hui d'estimer totalement la qualité du carnet de commandes.

De quelle visibilité sur votre politique tarifaire en matière de campagne maïs disposez-vous ?

Nous sommes avancés dans les négociations. Nous perdrons cette année du « pricing power » par rapport aux deux exercices précédents lié à la tendance générale du marché du maïs en Europe et à la pression sur les prix des commodités.

À ce stade-là, nous serons sur une défense au minimum de nos prix de facturation sur l'ensemble de notre activité européenne maïs. Nous pourrions en fin de campagne devoir consentir en plus des remises additionnelles.



Quatrième semencier mondial, Vilmorin crée des plantes potagères et de grandes cultures à haute valeur ajoutée contribuant à mieux satisfaire les besoins alimentaires. Guidée par une vision responsable de son développement, Vilmorin s'appuie sur sa capacité de recherche et une croissance soutenue à l'international pour renforcer sa position d'acteur mondial. Une ambition qui puise sa force dans une philosophie « **Cultivons le goût de la vie** » fondée sur le partage des connaissances, la qualité de vie et l'écoute des Hommes.

*Cotée sur NYSE Euronext Paris (compartiment B), l'action Vilmorin fait partie des indices Next 150, CAC Mid 100, SBF 120 et est éligible au SRD.
Code ISIN : FR0000052516 (RIN).*

Pour toute information complémentaire :

Daniel JACQUEMOND
Directeur Financier
daniel.jacquemond@vilmorin.info

Claire PLANCHE
Responsable Communication Financière
claire.planche@vilmorin.info

Vilmorin & Cie
BP 1 – 63720 CHAPPES
Tél. + 33 (0)4 73 63 41 95 - Fax : + 33 (0)4 73 63 41
www.vilmorin.info

