

Waiblingen, 23.04.2024

A STIHL aumenta vendas globais de produtos a bateria

- O percentual de vendas de produtos a bateria aumentou para 24% em 2023
- Consolidação temporária do mercado: economia fraca e condições geopolíticas reduzem receita e vendas

O Grupo STIHL, fabricante líder de motosserras e ferramentas motorizadas, continuou a implementar com sucesso a sua estratégia junto ao mercado de baterias no ano fiscal de 2023. A empresa conseguiu aumentar o percentual de vendas de produtos a bateria para 24% - acima dos 20% do ano anterior. Como resultado, quase um em cada quatro produtos STIHL vendido é a bateria. Michael Traub, Presidente do Conselho Executivo da STIHL, afirma: "A STIHL está no caminho para assumir uma posição de liderança no segmento de produtos a bateria. Os nossos clientes sabem que podem confiar na elevada qualidade dos nossos produtos e do nosso serviço." Ao mesmo tempo, o ano fiscal apresentou uma variedade de desafios. Após anos de crescimento, especialmente durante a pandemia do coronavírus, toda a indústria está agora numa fase de consolidação. A receita do Grupo STIHL totalizou 5,3 bilhões de euros no ano fiscal de 2023 (ano anterior: 5,5 bilhões de euros). Apesar do pequeno declínio anual de 4,1%, a receita ainda estava em um nível significativamente mais alto do que antes da pandemia. Os efeitos negativos da taxa de câmbio também afetaram as receitas. Excluindo os efeitos da taxa de câmbio, o declínio da receita teria sido de apenas 1,1%. O número de colaboradores em todo o mundo também caiu 3,6%, resultando em total de 19.805 funcionários em 31 de dezembro de 2023 (ano anterior: 20.552).

"Após três anos de crescimento extremamente significativo, fomos confrontados com uma demanda em queda em 2023", explica Traub. "Essa fase, que vivemos por conta da pandemia do coronavírus, acabou. O confinamento e as restrições de viagens fizeram com que as pessoas ficassem em casa. A manutenção das casas e jardins era muito popular, e muitos consumidores investiam em novas ferramentas. A inflação elevada e a subida das taxas de juro agora amorteceram o sentimento dos consumidores. Além disso, revendedores e varejistas possuem estoque que agora precisam ser vendidos."

Globalmente, o desenvolvimento variou de região para região em 2023. Em resumo:

- Os **Estados Unidos** são o maior mercado da STIHL, representando um terço da receita do Grupo. Devido às condições climáticas, a estação da primavera não se concretizou. Já o Canadá sofreu com grandes incêndios florestais e inundações. Como resultado, as vendas na **América do Norte** foram significativamente menores do que no ano anterior. Ao mesmo tempo, a STIHL conseguiu expandir a rede de revendedores e aumentar a participação de mercado dos produtos a bateria na América do Norte.
- Na **América Latina**, o consumo teve uma clara desaceleração devido às altas taxas de inflação, instabilidade política, deterioração da situação de segurança e falta de incentivos de compra dos governos. As medidas de promoção de vendas permitiram um pequeno crescimento das vendas em alguns países, particularmente no **Brasil**.
- A Europa Central experimentou uma primavera longa e úmida que se transformou em um verão inicialmente seco, o que diminuiu a demanda de produtos, como os cortadores de grama. Na **Alemanha**, onde a STIHL gera cerca de 10% de sua receita global, a empresa registrou uma queda significativa nas vendas. Assim como no cenário global, a inflação, as taxas de juro, os preços elevados da energia e a contenção dos consumidores tiveram um impacto no mercado alemão em 2023. A **Europa Ocidental** como um todo também caiu em relação ao ano anterior, assim como a **Europa Oriental**. A STIHL parou completamente o fornecimento para a Rússia.
- As vendas na **Ásia** ficaram apenas ligeiramente aquém do ano anterior, enquanto a **Oceania** sofreu quedas mais significativas.
- A **África**, por outro lado, teve um bom desempenho e registrou um aumento nas vendas, especialmente na África do Sul. O crescimento do mercado africano ressalta o potencial desses mercados emergentes, que a STIHL pretende alavancar continuamente. Como resultado, a empresa aproveitou 2023 para criar duas empresas de marketing, no Marrocos e em Camarões, a fim de expandir sua presença nas promissoras regiões do Norte e da África Central.

O segmento de baterias continua a crescer

Embora as vendas de produtos a combustão tenham diminuído significativamente, o segmento a bateria cresceu de forma encorajadora. Na Europa Ocidental e na América do Norte, em particular, os produtos a bateria já desempenham um papel importante e ganharão ainda mais importância nos próximos anos. A STIHL pretende aumentar a participação das vendas de produtos operados a bateria para pelo menos 35% até 2027, com uma meta de 80% até 2035. A expansão do portfólio de produtos a bateria e serviços da STIHL está em pleno andamento, tanto em termos de produtos portáteis, quanto da introdução de novos produtos com rodas. Em janeiro de 2024, por exemplo, a STIHL lançou o primeiro cortador giro zero a bateria em seu maior e mais importante mercado, os Estados Unidos. Trinta novos produtos a bateria estão programados para chegar ao mercado mundial nos próximos dois anos.

A STIHL está preparada para o futuro

"A STIHL cresceu mais de 30% desde 2019", diz Traub. "Neste momento, estamos caminhando para uma normalização do crescimento. Independente disso, continuamos fomentando nossa estratégia de longo prazo de alcançar a dupla liderança tecnológica: liderar a transformação sustentável nos segmentos de produtos a combustão e a bateria. A substituição de produtos a combustão por produtos a bateria está avançando rapidamente. Ao mesmo tempo, esta tendência confirma que estamos no caminho certo. Continuamos a concentrar nossos investimentos na tecnologia de baterias e estamos confiantes de que alcançaremos nossos planos de crescimento ambiciosos."

Uma nova fábrica em Oradea, na Romênia, onde serão fabricados produtos a bateria, começará a operar em 2025. A cerimônia de inauguração ocorreu no final de março de 2024. A partir de meados de 2024, produtos a bateria também serão produzidos na matriz em Waiblingen. Para 2025, a empresa havia anunciado que também começaria a fabricar motores EC para produtos profissionais operados a bateria em sua principal unidade na Alemanha, a fim de aumentar ainda mais a produção de produtos desse segmento.

Forte índice de equivalência patrimonial possibilita investimentos estratégicos

Com um alto índice de capital de 65,9% (ano anterior: 61,9%) e uma estrutura sólida, o Grupo continuou a financiar investimentos estrategicamente importantes em 2023. Cerca de 432 milhões de euros foram investidos em novas tecnologias e na rede internacional de produção e vendas (404 milhões de euros em 2022). As despesas de capital voltaram a superar o nível de depreciação e amortização. Como explica Traub: "Estamos planejando um crescimento ainda maior a médio e longo prazo, especialmente na linha de baterias. Com essa estratégia de investimento de longo prazo, estamos preparando nossa rede global de produção e fabricação para o aumento da demanda por baterias."

As principais medidas incluíram:

- A STIHL Inc., **nos Estados Unidos**, converteu 7.800 m² para a produção de produtos a bateria. Cerca de 13 milhões de dólares foram investidos na expansão da produção de motosserras a bateria, sopradores, tesouras de poda, podadores, além do lançamento da produção de dez novos produtos. A planta também dobrou sua capacidade de produção de baterias AP em 2023.
- Em 2023, a produção da STIHL FSA 30 marcou o início da fabricação de produtos a bateria em **Qingdao, na China**. As linhas de produção da fábrica da STIHL na Ásia estão produzindo a roçadeira STIHL desde outubro de 2023.

- A **STIHL Tirol**, na Áustria, centro de excelência da STIHL em ferramentas para uso no solo, aumentou o grau de automação na produção com três novas linhas de montagem para produtos a baterias.
- A **ZAMA** nas Filipinas investiu cerca de 14,6 milhões de euros em um novo edifício de 11.500 m² para permitir um maior crescimento em novos segmentos de produtos, como cabos, têxteis tecnológicos e sistemas de injeção eletromecânica.
- A **STIHL Brasil** está investindo na ampliação de sua estrutura de vendas com dois novos centros de distribuição em Jundiaí, na Região Sudeste, e em Benevides, na Região Norte.
- A **STIHL Grécia** está fortalecendo sua presença no sul da Europa com uma nova filial no **Chipre**. Desde março de 2023, as instalações na capital Nicósia abrigam a área de vendas, uma loja conceito e uma oficina para inspeção e manutenção.

Resultados da matriz alemã

A matriz alemã, ANDREAS STIHL AG & Co.KG, gerou uma receita de 1,6 milhões de euros em 2023 (ano anterior: 1,8 mil milhões de euros), o que corresponde a uma diminuição de 11,4%. A força de trabalho nas unidades alemãs aumentou ligeiramente 1% ano a ano, resultando em 6.003 funcionários em 31 de dezembro de 2023, dos quais 4.268 trabalhavam em Waiblingen, 254 em Ludwigsburg, 494 em Fellbach, 904 em Weinsheim e 83 em Wiechs am Randen. KG em Dieburg tinha 323 funcionários. As despesas de capital aumentaram significativamente ano após ano e atingiram cerca de 163 milhões de euros (ano anterior: 136 milhões de euros). Grande parte desse total foi atribuído a construções, incluindo o novo museu da empresa, o STIHL Brand World, em Waiblingen, inaugurado em 2023. O museu conta a história de quase 100 anos da empresa e da marca. Um destaque especial da exposição é uma plataforma de conhecimento abrangente intitulada "Fascínio pela Floresta". O STIHL Brand World é aberto ao público nos finais de semana. Também foram realizados investimentos em novas máquinas e equipamentos, incluindo uma nova prensa hidráulica, no valor de 3 milhões de euros, com um sistema de transporte especialmente adaptado que permitirá uma produção mais flexível em Waiblingen.

A STIHL segue otimista

Sendo uma empresa familiar, a STIHL é capaz de planejar e agir no longo prazo para superar os desafios atuais. Traub é cauteloso em relação ao ano atual: "Sob as condições atuais, atualmente esperamos um leve crescimento no segundo semestre de 2024". O foco continua sendo a expansão geral e a renovação do portfólio de produtos da STIHL, tanto para uso doméstico, como profissional. O desenvolvi-

mento de soluções de alto desempenho para produtos a bateria, particularmente no segmento profissional, desempenha um papel especialmente importante. Isso tornará mais fácil para as pessoas operarem seus produtos sem interrupção ao longo do dia, trabalhando na e com a natureza. Da mesma forma, a STIHL continua investindo na capacidade de IoT de seus produtos e acessórios, na expansão dos canais de vendas globais com a adição de soluções de e-commerce e no crescimento da rede global de revendedores especializados. Por último, mas não menos importante, o desenvolvimento de produtos especiais para mercados emergentes também desempenha um papel importante, a fim de potencializar o mercado existente.

Novos destaques da STIHL TIMBERSPORTS®

A temporada esportiva de 2023 terminou com o Campeonato Mundial da STIHL TIMBERSPORTS®, em Stuttgart, como destaque especial. Esse entusiasmo e espírito devem continuar em 2024, com eventos como o Troféu Mundial e o Campeonato Mundial de Estreantes em Milão, na Itália (25 de maio), e o Campeonato Mundial em Toulouse, na França (8 e 9 de novembro), já na programação. O Troféu Europeu (29 de setembro) em Bellinzona, na Suíça, por exemplo, não será menos emocionante do que qualquer outra competição internacional da TIMBERSPORTS® em 2024.

A empresa

O Grupo STIHL desenvolve, fabrica e distribui ferramentas motorizadas portáteis para o mercado florestal e agropecuário, bem como para a manutenção de jardins, para o setor de construção civil e para usuários domésticos. A linha de produtos é complementada por soluções e serviços digitais. Os produtos são distribuídos por meio de revendedores autorizados e das lojas online da STIHL, que serão expandidas internacionalmente nos próximos anos - incluindo 44 subsidiárias de marketing e vendas, cerca de 120 importadores e mais de 55.000 revendedores em mais de 160 países. A STIHL produz em fábricas próprias em sete países: Alemanha, EUA, Brasil, Suíça, Áustria, China e Filipinas. Desde 1971, a STIHL é a marca de motosserras mais vendida do mundo. A empresa foi fundada em 1926 e está sediada em Waiblingen, perto de Stuttgart. Como uma empresa familiar sustentável, a STIHL quer facilitar o trabalho das pessoas na e com a natureza. Em 2023, a STIHL alcançou um volume de vendas mundial de 5,27 bilhões de euros, com uma força de trabalho de 19.805 colaboradores.

Este comunicado à imprensa e as fotos estão disponíveis para download no site da STIHL em <https://corporate.stihl.com/en/press>

Detalhes adicionais sobre o ano fiscal de 2023 podem ser encontrados no relatório anual, que é intitulado "O Poder do Fascínio" e está disponível online: <https://ar.stihl.com/2023>