

Syngenta International AG

Media Office
 CH-4002 Bâle
 Suisse
 Tél.: +41 61 323 23 23
 Fax: +41 61 323 24 24

www.syngenta.com

Contact médias:

Médard Schoenmaeckers
 Suisse +41 61 323 2323

Contacts analystes/investisseurs:

Jennifer Gough
 Suisse +41 61 323 5059
 É.-U. +1 202 737 6521

John Hudson
 Suisse +41 61 323 6793
 É.-U. +1 202 737 6520



communiqué aux médias

Bâle, Suisse, le 5 février 2010

Résultats de l'exercice 2009

Importante génération de liquidités; groupe bien positionné pour poursuivre sa croissance

- **Ventes en hausse de 1 % (à taux de change constants), à \$11 milliards**
- **Marge EBITDA⁽²⁾ maintenue à 21,6 %: marge de 9,5 % pour la division Semences**
- **Bénéfice par action⁽³⁾ en baisse de 3 %, à \$15,76**
- **Bénéfice par action inchangé de \$14,62 après restructurations et moins-values**
- **Free cash-flow de \$580 millions**
- **Retour aux actionnaires d'environ \$750 millions en 2010: dividende maintenu, rachat d'actions**

	Données financières présentées			Hors restructurations et moins-values			
	2009 \$m	2008 \$m	Réel %	2009 \$m	2008 \$m	% réel	TCC ⁽¹⁾ %
Chiffre d'affaires	10 992	11 624	- 5	10 992	11 624	- 5	+1
Protection des cultures	8 491	9 231	- 8	8 491	9 231	- 8	- 2
Semences	2 564	2 442	+5	2 564	2 442	+5	+13
Bénéfice net⁽⁴⁾	1 371	1 385	- 1	1 478	1 540	- 4	-
Bénéfice par action	\$14,62	\$14,63	-	\$15,76	\$16,26	- 3	-

Mike Mack, Chief Executive Officer, a déclaré:

«En 2009, Syngenta a réalisé un bénéfice proche du niveau record de 2008, malgré toute une série de défis considérables, dont des fluctuations monétaires défavorables et une hausse des coûts des matières premières. Une réussite que nous devons à notre discipline en matière de gestion des prix – du fait de la valeur ajoutée reconnue que nos produits offrent aux producteurs – et à la forte croissance de la division Semences, associée à une nette amélioration de la rentabilité. Cela démontre aussi notre capacité à réduire les coûts dans un contexte difficile et à continuer à générer un «free cash-flow» important. Notre gestion active des risques en Amérique latine et en Europe orientale a également contribué à la qualité persistante de notre bilan et nous a mis en bonne position pour tirer parti du

(1) Croissance à taux de change constants, voir Annexe A de la version anglaise.

(2) L'EBITDA, mesure non GAAP, sert régulièrement à mesurer la performance opérationnelle et est définie à l'Annexe B de la version anglaise.

(3) BPA sur une base entièrement diluée, hors restructurations et moins-values.

(4) Bénéfice net attribuable aux actionnaires de Syngenta AG.

mouvement de relance qui a débuté vers la fin de l'année dans ces régions. Sur les marchés émergents d'Asie Pacifique, la croissance a pu être maintenue tout au long de l'année, les producteurs continuant à investir dans l'amélioration des rendements.

«La forte croissance des ventes enregistrée pour les nouveaux produits de protection des cultures et la rentabilité croissante de la division Semences témoignent du succès des investissements soutenus de Syngenta en Recherche & Développement. Nous avons aussi continué à procéder à des acquisitions ciblées. Partout dans le monde, nous nous concentrons sur l'expansion à long terme de nos activités, dont les principaux moteurs restent l'accroissement de la population et l'évolution des régimes alimentaires.»

Résultats financiers 2009

Ventes à \$11 milliards

À taux de change constants (TCC), les ventes ont augmenté de 1 %. Le chiffre d'affaires a baissé de 5 % en raison de la vigueur du dollar au cours du premier semestre 2009. Les ventes de la division Protection des cultures* ont enregistré une baisse de 2 % (TCC); les ventes de la division Semences ont augmenté quant à elles de 13 % (TCC).

Marge EBITDA de 21,6 %

L'EBITDA est en hausse de 9 % (TCC), à \$2,4 milliards. Les hausses de prix ont compensé l'augmentation des coûts des matières premières et la rentabilité de la division Semences est en nette progression en raison des améliorations apportées au portefeuille de variétés.

Effets de change

L'impact des effets de change sur le chiffre d'affaires a été particulièrement net au cours du premier semestre, suite à l'importante dépréciation des monnaies des pays émergents par rapport au dollar à la fin de l'année 2008. L'impact de ces dépréciations sur les recettes d'exploitation a été en partie compensé par des hausses de prix. Suite à l'affaiblissement du dollar par rapport à l'ensemble des autres monnaies au cours du second semestre, les effets de change ont eu un impact positif sur les ventes du quatrième trimestre.

Bénéfice par action de \$15,76

Le bénéfice par action, hors restructurations et moins-values, a baissé de 3 % en raison de mouvements de change défavorables. Après restructurations et moins-values, le bénéfice par action est inchangé, à \$14,62.

Points-clés

Protection des cultures

Les ventes de la division Protection des cultures, hors produits professionnels, ont baissé de 1 % (TCC) par rapport à 2008, année record. Cela démontre la bonne tenue de la division malgré la baisse des prix des produits agricoles, une saison plus courte dans l'hémisphère nord et des conditions météo qui ont été défavorables pour notre secteur. Il est à noter que Syngenta a pu augmenter ses prix en raison de la valeur ajoutée significative que nos produits offrent aux producteurs. Malgré la discipline dont nous avons fait preuve en matière de gestion des prix, nous avons gagné d'importantes parts de marché, ce qui témoigne de la qualité de notre portefeuille de produits.

Dans la région **Europe, Afrique et Moyen-Orient**, l'exercice 2009 a été caractérisé par un démarrage tardif de la saison, ce qui a entraîné une faible pression des maladies. Par ailleurs, les ventes en Europe de l'Est ont souffert pendant la plus grande partie de l'année d'une gestion rigoureuse des risques, même si la conjoncture économique s'est améliorée

* Les ventes de produits de protection des cultures incluent \$71 millions de ventes inter-segments.

vers la fin de l'année. Les pays de l'**ALENA** ont également été affectés par un démarrage tardif de la saison et par une faible pression des ravageurs, compensés toutefois par les très bonnes performances réalisées par les herbicides pour les céréales et le soja. En **Amérique latine**, la gestion des risques pratiquée et la sécheresse qui a sévi dans les régions du sud ont pesé sur les ventes au premier semestre; l'amélioration des conditions économiques et la hausse des prix des produits de base ont contribué au rétablissement observé au second semestre. En **Asie Pacifique**, la demande a été soutenue tout au long de l'année, en particulier sur les marchés émergents, où les producteurs ont continué à investir dans le but d'améliorer les rendements.

Dans le domaine des **herbicides sélectifs**, la croissance enregistrée en céréales et en soja a compensé la baisse des ventes de produits pour le maïs. Les ventes d'**herbicides non sélectifs** ont régressé en raison d'une nette baisse des prix du glyphosate au cours du second semestre. Les **fongicides** ont réussi à se maintenir, malgré une moindre pression des maladies dans l'hémisphère nord: les ventes ont enregistré une croissance à deux chiffres au cours du second semestre, Syngenta renforçant du même coup sa position de leader sur un marché d'Amérique latine plus étoffé. Les ventes d'**insecticides** ont légèrement diminué en raison d'une baisse des infestations d'insectes sur le continent américain; en Asie Pacifique, les ventes ont enregistré une belle croissance. Les produits de **protection des semences** ont également réalisé de bonnes performances en particulier en Asie Pacifique, avec de nouvelles homologations et une évolution continue vers des semences à plus haute valeur ajoutée. Les ventes de **produits professionnels** sont en recul en raison de l'impact de la mauvaise conjoncture économique sur les marchés du golf et de l'horticulture.

Nouveaux produits: les ventes de nouveaux produits (produits lancés depuis 2006) ont augmenté de 32 % pour atteindre \$308 millions. L'herbicide pour les céréales AXIAL[®] a poursuivi sa croissance sur l'important marché canadien du blé, où les ventes ont augmenté de plus de 50 %. Le fongicide REVUS[®] a doublé ses ventes en Europe, sa région phare, et a connu une belle croissance dans toutes les autres régions. Après son lancement en Indonésie en 2008, l'insecticide DURIVO[®] a été introduit sur un certain nombre de marchés asiatiques avec, à la clé, un succès significatif en Chine. Les ventes d'AVICTA[®] devraient augmenter avec un lancement en 2010 pour le maïs. Globalement, le potentiel de ventes des nouveaux produits est supérieur à \$1,3 milliards.

Pipeline R&D: notre portefeuille de produits de protection des cultures en développement présente un potentiel de ventes combiné de plus de \$2 milliards. En 2010, nous procéderons aux premiers lancements d'INVINSA[™], un produit unique qui protège les grandes cultures contre le stress, ainsi que de l'isopyrazam, un fongicide céréales à large spectre. Le pipeline de produits en fin de développement inclut aussi le sédaxane, un fongicide utilisé en protection des semences, le bicyclopyrone, un herbicide pour le maïs et la canne à sucre, ainsi que le cyantraniliprole, un insecticide.

L'**EBITDA** de \$2,24 milliards représente une marge de 26,4 % (2008: 26,6 %). À taux de change constants, l'EBITDA a enregistré une progression de 3 %, avec une marge à 27,8 %. L'amélioration intrinsèque de la rentabilité est liée aux hausses de prix, qui ont contribué à compenser à la fois l'augmentation des coûts des matières premières et les dépréciations des monnaies des marchés émergents.

Semences

À taux de change constants, les ventes de la division Semences ont augmenté de 13 %, toutes les lignes de produits ayant bénéficié de cette progression. Les hausses de prix dans tout le portefeuille de variétés traduisent la valeur ajoutée tirée des technologies nouvelles ainsi que la possibilité de répercuter l'augmentation des coûts des matières premières.

Maïs et soja: Syngenta affiche une large présence géographique dans le domaine du maïs, avec des ventes réparties de façon équilibrée entre les Etats Unis et les autres pays. En 2009, les ventes de maïs ont augmenté dans toutes les régions, sauf en Amérique latine en raison d'une diminution des surfaces consacrées à cette culture. Aux É.-U., notre semence

triple combinaison AGRISURE® 3000 GT a représenté 25 % du portefeuille, par rapport à 11 % en 2008, et la proportion devrait être supérieure à 50 % en 2010. Syngenta entend poursuivre l'amélioration de la qualité de son portefeuille de variétés en associant davantage ses propres caractères avec des pools génétiques d'élite. Dans le domaine du soja, la forte croissance des ventes enregistrée sur l'ensemble de l'exercice démontre notre discipline en matière de gestion des prix et la qualité de notre pool génétique. Dans notre troisième année de présence sur le marché brésilien, nous avons atteint une part de marché de 10 %.

Les ventes de maïs et de soja aux É.-U. ont tiré parti d'une modification des conditions de vente au quatrième trimestre, en ligne avec les normes du secteur.

Autres grandes cultures: en Europe orientale, région clé pour le tournesol et la betterave à sucre, nous avons pratiqué une gestion des risques très circonspecte et avons vu les conditions de crédit s'améliorer en cours d'année. Nos ressources génétiques en tournesol se sont trouvées encore renforcées par l'acquisition des activités tournesol de Monsanto. Nos activités tirent également parti de nos importants investissements sur les marchés émergents. Une fois encore, les ventes de semences de betterave à sucre tolérante au glyphosate ont enregistré une belle croissance aux É.-U.

Potagères: les ventes ont poursuivi leur forte croissance, la palme allant aux cultures à haute valeur ajoutée. Nous avons acquis une position de force sur le marché américain de la laitue grâce à l'acquisition de Synergene Seed & Technology, Inc. et de Pybas Vegetable Seed Co., Inc. qui ont apporté des pools génétiques additionnels larges, ainsi que d'importantes capacités d'obtention et de production.

Semences et jeunes plants de fleurs: la croissance enregistrée résulte de la consolidation de Goldsmith Seeds, Inc. et de Yoder, les autres activités ayant été affectées par l'impact du ralentissement économique sur le marché horticole.

Pipeline R&D: notre pipeline global dans le domaine du maïs présente un potentiel de vente de plus de \$2 milliards. Le pipeline à court terme inclut Agrisure Viptera™ (MIR 162), qui permet de contrôler un vaste spectre de lépidoptères, et Enogen™, qui doit permettre d'améliorer la productivité et la durabilité de la production d'éthanol à partir de maïs. Ces deux événements attendent l'homologation finale de l'USDA. MIR 162 a reçu l'approbation complète des autorités brésiliennes au mois de novembre, tout comme la double combinaison Bt11xGA21. Cette double combinaison a également reçu le feu vert en Argentine au mois de décembre.

En avril, Syngenta et Dow AgroSciences ont annoncé avoir conclu un accord de licences croisées de caractères brevetés pour le maïs en vue de les commercialiser dans leurs variétés de maïs respectives. Cet accord permettra à Syngenta, à partir de 2011, de proposer à ses clients aux É.-U. des modes d'action multiples ciblant la réduction des refuges et l'amélioration de l'efficacité.

L'**EBITDA**, qui s'élève à \$244 millions, représente une marge de 9,5 % (2008: 5,5 %). À taux de changes constants, l'**EBITDA** a augmenté de 128 %, avec une marge de 11,2 %. L'amélioration enregistrée résulte de la transformation de notre offre «maïs» aux É.-U. et de la poursuite du développement de nos variétés potagères à haute valeur ajoutée. La division Semences est en bonne voie pour atteindre son objectif, à savoir une marge EBITDA de 15 % en 2011.

Charges financières nettes

Les charges financières nettes, à \$122 millions, sont inférieures au niveau de 2008 (\$169 millions) en raison de la non-réurrence des pertes de change enregistrées au quatrième trimestre 2008. Le taux de couverture des intérêts demeure élevé, à 15x.

Imposition

La poursuite de l'optimisation fiscale, y compris quelques avantages non récurrents, a conduit à un taux d'imposition de 17 % (2008: 19 %). L'entreprise table sur un taux d'imposition situé entre 20 et 25 % à moyen terme.

Cash-flow

Le «free cash-flow» s'élève à \$580 millions, ce qui démontre la capacité des activités de Syngenta à générer d'importantes liquidités. Les investissements en immobilisations, d'un montant de \$652 millions, sont supérieurs aux niveaux antérieurs et liés entre autres à l'augmentation des capacités de production pour deux grands produits de protection des cultures. Les dépenses liées aux acquisitions atteignent un montant total de \$188 millions. Le ratio des besoins en fonds de roulement moyen, exprimé en pourcentage du chiffre d'affaires, a augmenté pour atteindre 42 %, après un niveau exceptionnellement bas (37 %) en 2008, en raison de l'accroissement des stocks résultant d'une saison écourtée dans l'hémisphère nord.

Bilan

Le ratio dette nette sur fonds propres s'élève à 25 %. Le profil des emprunts s'est amélioré par l'émission d'une euro-obligation de €500 millions au mois de juin. Le retour sur le capital investi de 24 % dépasse à nouveau l'objectif qui était de 20 %.

Dividende et rachat d'actions

Afin de continuer à générer du «free cash flow», l'entreprise propose de verser un dividende (inchangé) de CHF 6,00 par action et prévoit de procéder à un rachat d'actions en 2010. Le retour total aux actionnaires s'élèvera d'environ \$750 millions.

Perspectives

Mike Mack, Chief Executive Officer, a déclaré:

«L'amélioration des conditions sur les marchés émergents laisse entrevoir de meilleures perspectives pour l'année 2010 et nous amène à tabler sur une augmentation des volumes à partir du deuxième trimestre. Dans le domaine de la protection des cultures, nous allons valoriser notre capacité d'innovation et nos positions de force sur le marché face à un environnement plus concurrentiel; dans le secteur des semences, nous nous attendons à une nouvelle expansion des ventes et à une amélioration continue de notre rentabilité. Le double avantage que constituent la réduction des coûts des matières premières et les effets de change favorables devrait permettre de compenser la hausse de nos investissements de croissance et de notre taux d'imposition et, au final, d'accroître le bénéfice par action pour l'ensemble de l'exercice. Nous tablons aussi sur un «free cash-flow» substantiel. Nous proposons de verser un dividende inchangé pour 2009 et prévoyons de procéder à un rachat d'actions, pour un retour total aux actionnaires s'élevant d'environ \$750 millions.»

Protection des cultures

Pour une définition des taux de change constants, voir Annexe A de la version anglaise.

Ligne de produits	Exercice		Croissance		4 ^e trimestre		Croissance	
	2009 \$m	2008 \$m	Réel %	TCC %	2009 \$m	2008 \$m	Réel %	TCC %
Herbicides sélectifs	2 221	2 412	- 8	-	334	349	- 4	-10
Herbicides non sélectifs	1 141	1 329	-14	- 8	180	228	-21	-24
Fongicides	2 442	2 620	- 7	-	632	517	+22	+18
Insecticides	1 312	1 423	- 8	- 1	317	334	- 5	- 7
Protection des semences	821	830	- 1	+4	243	208	+17	+14
Produits professionnels	458	527	-13	-11	141	140	+1	- 1
Autres	96	90	+6	+9	35	26	+33	+31
Total	8 491	9 231	- 8	- 2	1 882	1 802	+4	+1

Herbicides sélectifs: marques principales AXIAL[®], gamme CALLISTO[®], DUAL[®]/BICEP[®] MAGNUM, FUSILADE[®]MAX et TOPIK[®]

Les ventes sont demeurées inchangées, les hausses de prix généralisées compensant la baisse des volumes. AXIAL[®] et TOPIK[®] ont tous deux réalisé de belles performances sur le marché des céréales en Amérique du Nord. Aux É.-U., l'augmentation des surfaces consacrées au soja et la résistance accrue des mauvaises herbes a entraîné une relance de la demande d'herbicides pour le soja. Les ventes d'herbicides pour le maïs ont baissé suite à la réduction des surfaces cultivées et à une gestion des risques plus conservatrice sur les marchés émergents mais aussi en raison de semis tardifs aux Etats Unis.

Herbicides non sélectifs: marques principales GRAMOXONE[®] et TOUCHDOWN[®]

Les ventes ont diminué en raison des baisses de prix appliquées pour TOUCHDOWN[®] au cours du second semestre 2009, qui se sont toutefois accompagnées d'une reprise de la croissance en volume. Les ventes de GRAMOXONE[®] sont également en baisse, avec des chiffres en recul en Australie, suite à la sécheresse, ainsi que sur les marchés émergents.

Fongicides: marques principales ALTO[®], AMISTAR[®], BRAVO[®], REVUS[®], RIDOMIL GOLD[®], SCORE[®], TILT[®] et UNIX[®]

Les fongicides ont enregistré une forte demande pour le riz en Asie Pacifique et, au second semestre, pour le soja en Amérique latine. REVUS[®] a été lancé sur une série de nouveaux marchés et les ventes ont quasiment doublé. De manière globale, les ventes dans l'hémisphère nord accusent un recul en raison d'une saison plus courte et d'une moindre pression des maladies. Les prix des fongicides ont connu une nette augmentation, qui a permis de compenser la baisse en volume.

Insecticides: marques principales ACTARA[®], DURIVO[®], FORCE[®], KARATE[®], PROCLAIM[®], VERTIMEC[®]

Les ventes ont enregistré une légère baisse en raison du manque de pression des ravageurs sur le soja aux É.-U. et en Amérique latine. Les ventes en Asie Pacifique ont enregistré une augmentation considérable tout au long de l'année, avec, en point d'orgue, le lancement réussi de DURIVO[®], un produit qui offre aux producteurs de nouvelles possibilités d'amélioration des récoltes.

Protection des semences: marques principales AVICTA[®], CRUISER[®], DIVIDEND[®], MAXIM[®]

Les ventes de produits de protection des semences ont augmenté. Le principal moteur de cette hausse a été le CRUISER[®], pour lequel la croissance a été alimentée par un accroissement des volumes, avec une hausse modeste des prix, et par une homologation en France et une nouvelle application sur soja au Canada.

Produits professionnels: marques principales FAFARD[®], HERITAGE[®], ICON[®]

Les produits professionnels ont été affectés par le ralentissement économique, avec une baisse de la demande dans les segments du golf et de l'horticulture, ce qui a incité les clients à se montrer plus prudents dans leurs achats.

Protection des cultures par région	Exercice		Croissance		4 ^e trimestre		Croissance	
	2009 \$m	2008 \$m	Réel %	TCC %	2009 \$m	2008 \$m	Réel %	TCC %
Europe, Afrique, Moyen-Orient	2 667	3 214	-17	-5	455	401	+13	+2
ALENA	2 567	2 693	-5	-	281	338	-17	-17
Amérique latine	1 907	2 037	-6	-6	842	824	+2	+2
Asie Pacifique	1 350	1 287	+5	+11	304	239	+27	+18
Total	8 491	9 231	-8	-2	1 882	1 802	+4	+1

Europe, Afrique et Moyen-Orient: les ventes sont en recul suite à une saison écourtée, à une moindre pression des maladies et à la gestion des risques pratiquée en Europe orientale. Les hausses de prix supérieures à la moyenne ont compensé en partie la baisse des volumes. Les conditions opérationnelles en Europe orientale se sont améliorées vers la fin de l'année.

ALENA: de manière générale, les prix ont augmenté malgré la pression observée sur le marché du glyphosate, ce qui a permis de compenser une légère baisse en volume due à la pression réduite des ravageurs. Au Canada, la croissance en volume a été importante. Nous sommes en effet parvenus à y renforcer notre position sur le marché des herbicides céréales et sur celui de la protection des semences.

Amérique latine: une croissance dynamique des volumes au cours du second semestre a largement compensé la baisse enregistrée au premier semestre suite à la sécheresse qui a frappé les régions du sud et à une gestion rigoureuse des risques de crédit. La croissance observée au second semestre est liée à un recours accru à la technologie dans le domaine du soja et à l'augmentation des surfaces allouées à cette culture. Les prix sont en recul principalement en raison de la situation du glyphosate et d'ajustements monétaires dans un contexte de forte concurrence.

En **Asie Pacifique**, l'agriculture paraît avoir bien résisté à la crise économique. Les producteurs y disposent en effet de liquidités importantes qui leur permettent de continuer à investir afin d'améliorer les rendements. Syngenta a renforcé sa position sur le marché avec un large mouvement de croissance lié aux efforts d'innovation de l'entreprise et à l'adaptation de son portefeuille aux besoins locaux.

Semences

Pour une définition des taux de change constants, voir Annexe A de la version anglaise.

Ligne de produits	Exercice		Croissance		4 ^e trimestre		Croissance	
	2009 \$m	2008 \$m	Réel %	TCC %	2009 \$m	2008 \$m	Réel %	TCC %
Maïs et soja	1 210	1 040	+16	+21	241	82	+195	+193
Autres grandes cultures	429	462	- 7	+11	55	42	+29	+28
Potagères	594	603	- 2	+5	133	114	+16	+13
Florales	331	337	- 2	+5	53	48	+13	+10
Total	2 564	2 442	+5	+13	482	286	+69	+67

Maïs et soja: marques principales AGRISURE[®], GARST[®], GOLDEN HARVEST[®], NK[®]

La croissance observée dans toutes les régions a été soutenue par d'importantes hausses des ventes dans les pays de l'ALENA et en Asie Pacifique. La croissance s'est accrue au quatrième trimestre suite à une modification des conditions de vente aux É.-U. afin d'aligner ces dernières sur les pratiques du secteur. Les ventes de notre variété de maïs triple combinaison AGRISURE[®] 3000 GT aux É.-U. ont enregistré une hausse significative. Les ventes de semences de soja sont également en hausse, grâce notamment au prix élevé que nous sommes en mesure de pratiquer pour notre pool génétique élite; le soja a également fait montre d'une belle croissance au Brésil en raison de la popularité de notre offre V-Max. En Asie Pacifique, notre pool génétique tropical de maïs de pointe nous a permis de signer une performance supérieure à celle de nos concurrents sur un marché en pleine croissance.

Autres grandes cultures: marques principales NK[®] (oléagineux), HILLESÖG[®] (betterave à sucre)

Les ventes ont augmenté dans toutes les régions, l'Europe et les pays de l'ALENA représentant l'essentiel du chiffre d'affaires. Les ventes ont enregistré une importante croissance en Europe occidentale; en Europe orientale, les hausses de prix ont plus que compensé les baisses de volume liées à la gestion des risques. Aux É.-U., les ventes de betterave à sucre tolérante au glyphosate ont continué à évoluer positivement.

Potagères: marques principales DULCINEA[®], ROGERS[®], S&G[®], Zeraim Gedera

La croissance enregistrée dans ce segment résulte de l'expansion continue de produits à haute valeur ajoutée dans nos cultures stratégiques. La croissance des ventes a été particulièrement nette en Amérique latine et sur les marchés émergents du continent asiatique.

Semences et jeunes plants de fleurs: marques principales Fischer, Goldfisch, Goldsmith Seeds, S&G[®], Yoder

La croissance dans ce segment est le fruit de la consolidation de Goldsmith Seeds Inc et de Yoder, les autres activités ayant été affectées par la conjoncture économique.

	Exercice		Croissance		4 ^e trimestre		Croissance	
	2009	2008	Réel	TCC	2009	2008	Réel	TCC
Semences par région	\$m	\$m	%	%	\$m	\$m	%	%
Europe, Afrique, Moyen-Orient	933	1 077	-13	+ 3	115	93	+24	+21
ALENA	1 187	979	+21	+22	213	107	+100	+100
Amérique latine	243	216	+12	+12	87	43	+100	+100
Asie Pacifique	201	170	+18	+28	67	43	+56	+49
Total	2 564	2 442	+ 5	+13	482	286	+69	+67

Publications et réunions

Chiffre d'affaires du premier trimestre 2010	15 avril 2010
Assemblée Générale Annuelle	20 avril 2010
Annonce des résultats du premier semestre 2010	22 juillet 2010
Chiffre d'affaires du troisième trimestre 2010	14 octobre 2010

Syngenta figure parmi les leaders mondiaux pour ses activités. Le groupe emploie plus de 25 000 personnes dans plus de 90 pays qui n'ont qu'un seul objectif: exprimer le potentiel des plantes. Par nos capacités scientifiques de premier plan, notre présence mondiale et notre engagement en faveur des clients, nous aidons à accroître les rendements et la rentabilité des cultures, à protéger l'environnement et à améliorer la santé et la qualité de vie. Pour plus d'informations sur Syngenta, nous vous recommandons de consulter le site www.syngenta.com.

Avertissement concernant les déclarations anticipant sur l'avenir

Ce document contient un certain nombre d'informations anticipant sur l'avenir. Elles sont reconnaissables à l'emploi de verbes au futur et au conditionnel, ou à des termes impliquant une projection dans le futur. De telles déclarations impliquent des risques et incertitudes susceptibles de rendre les résultats matériellement différents de ce qui y est annoncé. Pour de plus amples informations sur ces risques et incertitudes ainsi que sur d'autres facteurs de risque, nous vous invitons à consulter le formulaire soumis par la société à la Commission des titres et des changes (Securities and Exchange Commission) et accessible au public. Syngenta n'a aucune obligation de remise à jour des déclarations à caractère prévisionnel pour qu'elles reflètent des résultats réels, des hypothèses modifiées ou d'autres facteurs. Ce document ne constitue pas ou ne fait partie d'aucune offre ou invitation à vendre ou émettre, ni de sollicitation issue d'aucune offre d'acquisition ou de souscription pour des actions ordinaires de Syngenta AG ou Syngenta ADS, pas plus qu'il n'est à la base ou n'est lié à aucun contrat s'y rapportant.