

Syngenta International AG

Media Office
 CH-4002 Basel
 Suisse
 Tel: +41 61 323 23 23
 Fax: +41 61 323 24 24

www.syngenta.com

Contacts médias:

Médard Schoenmaeckers
 Suisse +41 61 323 2323
 Anne Burt
 É.-U. +1 202 628 2372

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 24 juillet 2008

Résultats du premier semestre de l'exercice 2008: excellente performance, perspectives favorables

- Ventes en hausse de 20% (à taux de change constants) à \$ 7,3 milliards
- Ventes de la division Protection des cultures en hausse de 21%⁽²⁾ à \$ 5,55 milliards
- Ventes de la division Semences en hausse de 15%⁽²⁾ à \$ 1,74 milliards
- Bénéfice par action⁽¹⁾ en hausse de 36% à \$ 16,53
- Bénéfice par action de \$ 15,93 après restructurations et moins-values
- Augmentation de la capacité de production pour répondre à la hausse de la demande à plus long terme

	Données financières présentées			Hors restructurations et moins-values			
	S1 2008 \$m	S1 2007 \$m	% réel	S1 2008 \$m	S1 2007 \$m	% réel	TTC ⁽²⁾ %
Chiffre d'affaires	7295	5690	+28	7295	5690	+28	+20
Bénéfice net⁽³⁾	1519	1219	+25	1576	1190	+33	-
Bénéfice par action	\$15,93	\$12,43	+28	\$16,53	\$12,13	+36	-
				\$16,53	\$11,75	+41	-

Hors revenu non récurrent 2007

Mike Mack, Chief Executive Officer, a déclaré:

«La hausse des prix des denrées agricoles et son impact sur le coût des produits alimentaires ont accru la sensibilisation au rôle fondamental de l'agriculture. Le défi qui consiste à augmenter de 50% l'offre alimentaire mondiale sur les 20 prochaines années signifie que les hausses de rendement doivent non seulement se poursuivre, mais encore que leur rythme doit s'accélérer. Les résultats de Syngenta au premier semestre 2008 illustrent bien le rôle moteur que la technologie joue déjà dans l'évolution de la productivité agricole. La forte croissance enregistrée dans toutes les régions montre que les agriculteurs du monde entier sont prêts à investir davantage. Confiants dans les perspectives de notre division Protection des cultures, nous avons décidé d'investir dans de nouvelles capacités de production pour les produits dont nous attendons une hausse substantielle des ventes.

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

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

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

Dans la division Semences, la reconnaissance croissante de la valeur de notre offre et de notre «pipeline» Maïs et soja va de pair avec une croissance rapide de la ligne Oléagineux et Potagères. Dans toutes nos divisions, nous intensifions notre focalisation sur les marchés émergents afin d'apporter les avantages de la technologie agricole moderne aux pays où les besoins en gain de productivité sont les plus criants.»

Résultats financiers du premier semestre 2008

Ventes en hausse de 20%

À taux de change constants (TTC), le chiffre d'affaires a augmenté de 20%, une progression à laquelle toutes les lignes de produits et toutes les régions ont contribué. Cette hausse du chiffre d'affaires est largement due au volume écoulé, la contribution des prix ayant été de 3%. Les ventes ont enregistré une hausse de 28% à \$ 7,3 milliards. Les ventes* de la division Protection des Cultures ont augmenté de 21% (TTC) et les ventes de la division Semences, de 15%.

La marge d'EBITDA atteint 31%

L'EBITDA est en hausse de 21% (TTC) à \$ 2,3 milliards. La croissance du volume en a été le principal facteur, les hausses de prix et les gains en termes d'efficacité opérationnelle ayant plus que compensés l'augmentation des coûts liés à l'expansion de notre activité.

Effets de change: la faiblesse du dollar, notamment par rapport à l'euro, a eu une incidence favorable sur les ventes et a augmenté l'EBITDA de \$ 169 millions.

Bénéfice par action en hausse de 36%

Le bénéfice par action, hors restructurations et moins-values, a augmenté de 36% à \$ 16,53. Si l'on exclut le revenu non récurrent de 2007, le bénéfice par action a augmenté de 41%. Cette hausse est due à une augmentation du résultat d'exploitation. Après restructurations et moins-values, le bénéfice par action s'élève à \$ 15,93 (2007: \$ 12,43, revenu non récurrent inclu).

Points-clés

Protection des cultures: croissance dans toutes les lignes de produits et dans toutes les régions

En 2008, les agriculteurs du monde entier se sont employés à augmenter les rendements, avec pour conséquence un recours accru aux produits de protection des cultures. Dans ce contexte, les avantages du portefeuille de produits Syngenta ont été bien reconnus, ce qui se traduit par d'excellentes performances enregistrées dans toutes les régions.

En **Europe**, en **Afrique** et au **Moyen-Orient**, une reprise des investissements dans l'agriculture a conduit à une forte croissance en Europe de l'ouest. L'Europe de l'est a poursuivi son expansion rapide, grâce à la modernisation de son agriculture et à l'extension de la gamme de produits Syngenta qui y est distribuée. Dans les pays de l'**ALENA**, aux Etats-Unis, l'impact sur les herbicides sélectifs de la baisse des surfaces consacrées au maïs a été plus que compensé par un développement de nouvelles opportunités dans le domaine des fongicides et une expansion dans celui des herbicides non sélectifs. Les marchés émergents d'**Asie Pacifique**, notamment la Chine et l'Inde, ont continué à soutenir la croissance, contrebalançant largement la faiblesse enregistrée au Japon. **L'Amérique Latine** a conclu une saison exceptionnelle: les prix élevés du soja ont encouragé les agriculteurs à maximiser les rendements, tandis que la demande d'autres denrées, telles que le maïs, a également augmenté. L'excellent portefeuille produits de Syngenta et les relations très étroites entretenues avec les clients nous ont permis de tirer pleinement avantage de ce contexte favorable.

La largeur de notre palette de produits se traduit par une forte croissance sur toutes les lignes de produits, trois composants majeurs jouant un rôle moteur. La hausse de 57% du chiffre d'affaires du fongicide AMISTAR® (azoxystrobine) est due au lancement réussi de produits à large spectre au cours des trois dernières années. Les ventes de l'insecticide

* Les ventes de la division Protection des cultures incluent \$ 18 millions de ventes inter-segments.

thiaméthoxam ont augmenté de 32%, avec une croissance des produits ACTARA[®], pour l'application foliaire et pédologique, et CRUISER[®], pour le traitement des semences, souvent employé en association avec des fongicides. Dans le domaine des Herbicides non sélectifs, TOUCHDOWN[®] a enregistré une croissance sans précédent, avec une hausse des prix proche de 50% et une forte demande en glyphosate pour les surfaces tolérantes aux herbicides.

Nouveaux produits : DURIVO[®], pour lequel le potentiel de vente a été revu à la hausse à \$ 400 millions, a été lancé avec succès sur le riz en Indonésie; d'autres lancements sont prévus dans le courant de l'année. REVUS[®] a connu un excellent démarrage lors de sa première année pleine, avec des homologations prévues dans plus de 50 pays. Le déploiement continu d'AXIAL[®] a presque engendré un doublement des ventes, traduisant la polyvalence du produit et la forte demande pour les céréales. Les ventes d'AVICTA[®] ont baissé suite à la réduction des surfaces consacrées au coton aux Etats-Unis; les performances du produit sont toutefois excellentes, avec un lancement prévu cette année sur le coton au Brésil et en 2009 sur le maïs aux Etats-Unis. Le potentiel de vente total des nouveaux produits, c'est à dire ceux lancés depuis 2006, est estimé à plus de \$ 1 milliard.

L'EBITDA a augmenté de 25 % (TTC) à \$ 2,02 milliards, avec une marge record de 36,3%. La croissance substantielle des volumes et les hausses de prix ont plus que compensé l'impact de l'augmentation des coûts des matières premières (\$ 30 millions au premier semestre), tout en permettant des investissements importants dans certaines opportunités de croissance.

« **Pipeline** » **R&D:** Syngenta possède un important « pipeline » allant au-delà de 2012, avec un potentiel de vente dépassant les \$ 2 milliards. En juin, Syngenta et DuPont ont annoncé qu'ils prépareraient en commun des études réglementaires pour le Cyazypyr[™] de DuPont, un nouvel insecticide à large spectre, dont la commercialisation doit débuter en 2012. En janvier, une lettre d'intention a été signée concernant la conclusion d'une alliance stratégique avec Rohm & Haas dans le but de développer et de commercialiser la technologie INVINSA[™], un produit unique qui protège les grandes cultures contre le stress. Son lancement est prévu dans les deux ans à venir, avec un potentiel de ventes estimé à plus de \$ 500 millions.

Semences: forte augmentation des ventes, nouveaux progrès réalisés dans la transformation des activités

Syngenta détient l'un des portefeuilles de produits les plus diversifiés de l'industrie des semences, couvrant le maïs, le soja, les oléagineux, la betterave à sucre, les légumes et les fleurs. L'augmentation des investissements en R&D apporte au marché toute une série de nouvelles technologies et tire profit de la base mondiale de germplasmes de Syngenta et de sa vaste expertise dans le domaine des semences.

Alors que les surfaces allouées au **maïs** ont diminué aux Etats-Unis, elles ont augmenté dans toutes les autres régions en réponse à la hausse des prix du maïs. Tandis que la technologie OGM n'en est qu'à ses débuts en dehors de l'Amérique du Nord, la croissance des ventes dans ces régions a montré la force des hybrides conventionnels de Syngenta ainsi que l'augmentation des surfaces cultivées. Aux Etats-Unis, où la pénétration des OGM a poursuivi son expansion, le lancement réussi d'une semence triple combinaison propriétaire est venu compléter l'offre actuelle de Syngenta en combinaisons de caractères pour le maïs. D'autres développements sont à attendre au niveau de la qualité du portefeuille grâce à la combinaison de ces caractères avec des germplasmes d'élite. Au Brésil, l'approbation de notre caractère Bt11 a été confirmée et nous permettra de jouer un rôle majeur dans l'introduction d'une nouvelle technologie pour le maïs. Les ventes de **soja** ont enregistré une forte hausse lors du premier semestre, traduisant la conversion des surfaces aux Etats-Unis et l'avantage éprouvé des semences NK[®] en termes de rendement.

La croissance des **Autres grandes cultures** fait suite à l'augmentation des surfaces consacrées aux oléagineux, à la hausse des parts de marché en Europe de l'est, et au lancement réussi de la betterave à sucre tolérante au glyphosate aux Etats-Unis.

La croissance sous-jacente des semences **Potagères et Florales** a été accrue par la consolidation de Zeraim Gedera, entreprise israélienne spécialisée dans les semences potagères et les cultures à haute valeur ajoutée, et de Fischer, entreprise allemande spécialisée dans les fleurs, qui est venue renforcer la position de leader mondial de Syngenta.

L'EBITDA a atteint \$ 272 millions (2007: \$ 202 millions), avec une marge de 15,6 %. La division Semences est en bonne voie de réaliser une marge de 5% sur l'année pleine. Ceci tient compte des investissements en cours dans la ligne Maïs et soja qui visent à nous assurer une large palette d'opportunités futures dans le domaine biotechnologique. Le développement d'une offre Maïs aux caractères combinés et une croissance des activités rentables telles que les semences de Légumes contribueront à accroître considérablement la marge à partir de 2009, l'objectif étant d'atteindre 15 % en 2011 et davantage encore les années suivantes.

«Pipeline » R&D: à partir de 2009, l'entreprise envisage de lancer un certain nombre de caractères de deuxième génération, parmi lesquels: le MIR162 (VIP/broad lep) pour une lutte plus efficace contre les insectes lépidoptères, l'amylase du maïs, qui améliore la production de bioéthanol, et un maïs résistant à la sécheresse. Ces lancements vont nous permettre de proposer des semences basées sur des combinaisons de caractères offrant des avantages tout à la fois en termes de productivité et d'utilisation finale.

Lors du premier semestre, nous avons annoncé la conclusion de deux accords qui soulignent la valeur de notre pipeline. En février, Syngenta et DuPont ont annoncé un accord mondial garantissant l'accès de Pioneer Hi-Bred au VIP/broad lep. En mai, un accord passé avec Monsanto a réglé tous les litiges en suspens dans le domaine Maïs et soja, comprenant des dispositions bilatérales qui accéléreront le lancement de nouveaux produits sur le marché et élargiront le choix disponible pour les agriculteurs.

Notre stratégie R&D a été conçue pour tenir pleinement compte des besoins et des opportunités des marchés émergents. En plus de notre accord de recherche sur cinq ans avec l'Institut de génétique et de biologie du développement de Beijing, annoncé l'an dernier, Syngenta a annoncé en avril la construction à Beijing d'un nouveau centre de recherche et technologie dans le domaine des biotechnologies pour l'évaluation précoce des OGM et des caractères natifs des grandes cultures. Cet investissement se montera à environ \$ 65 millions lors des cinq premières années et d'ici 2010, ce centre emploiera environ 200 chercheurs et collaborateurs.

Imposition

Le taux d'imposition effectif pour le semestre s'est élevé à 22% (2007: 22%). L'entreprise table sur un taux similaire pour l'exercice plein. A moyen terme l'objectif est un taux d'imposition autour de, ou légèrement supérieur à, son niveau actuel.

Cash-flow

Le « free cash-flow » s'élève à \$ 240 millions. Le ratio des besoins en fonds de roulement moyen, exprimé en pourcentage du chiffre d'affaires, s'élève à 36% (2007: 41%), traduisant un bon recouvrement des créances et la faiblesse des stocks. Les investissements ont atteint \$ 168 millions (2007: \$ 125 millions) en raison de la hausse des investissements dans les divisions Semences et Protection des cultures.

Augmentation des capacités de production

Syngenta a annoncé aujourd'hui la mise en œuvre d'un programme d'augmentation des capacités portant sur environ \$ 600 millions sur les trois années 2008-2010, avec un délai de

« payback » inférieur à 4 ans. L'expansion des capacités se concentra sur les sites de Syngenta à Grangemouth au Royaume-Uni et à Monthey en Suisse. Les produits principalement concernés sont le fongicide azoxystrobine (AMISTAR[®]) et l'insecticide thiaméthoxam (ACTARA[®]/CRUISER[®]). La décision d'investir dans ces composés est étayée par leur remarquable succès à ce jour, et par une tendance à l'amélioration des performances des cultures qui est favorable à long terme. Leur potentiel de vente combiné est estimé à \$ 3,5 milliards (2007:\$ 1,2 milliards).

Retour aux actionnaires: un dividende de CHF 4,80 par action (2007: CHF 3,80) a été versé le 25 avril 2008, pour un total de \$ 450 millions. En adéquation avec l'objectif de Syngenta de reverser jusqu'à \$ 1 milliard aux actionnaires en 2008, 1,22 millions d'actions ont été rachetées au total au premier semestre, pour un coût total de \$ 349 millions. Le retour total aux actionnaires lors du premier semestre s'est élevé à \$ 799 millions.

Perspectives

Mike Mack, Chief Executive Officer, a déclaré:

«Les excellentes performances du premier semestre témoignent de la contribution de Syngenta à la hausse des rendements agricoles dans un marché favorable. Ces performances ainsi que les bonnes perspectives émanant de la saison dans l'hémisphère sud nous permettent de revoir notre objectif à la hausse pour la croissance du bénéfice par action* sur l'exercice plein, à plus de 35%. Nous pensons que le besoin continu d'améliorer la productivité agricole engendrera une demande soutenue pour nos produits, ce qui nous permet de relever notre objectif pour 2009 : la croissance visée pour le bénéfice par action* est entre 15% et 20%. À plus long terme, notre programme d'augmentation des capacités de production renforce notre confiance dans la force de notre offre et dans les perspectives de notre activité.»

* Entièrement dilué, excluant en 2007 les produits non récurrents, les restructurations, les moins-values et le programme de rachat d'actions.

Protection des cultures

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

Ligne de produits	1 ^{er} semestre				2 ^{ème} trimestre			
	2008 \$m	2007 \$m	Croissance		2008 \$m	2007 \$m	Croissance	
			% réel	TTC %			% réel	TTC %
Herbicides sélectifs	1679	1423	+18	+10	904	787	+15	+9
Herbicides non sélectifs	739	461	+60	+52	434	277	+56	+49
Fongicides	1649	1183	+39	+29	873	606	+44	+33
Insecticides	779	664	+17	+11	375	347	+8	+3
Seed Care	388	299	+30	+23	135	107	+26	+19
Produits professionnels	289	255	+13	+9	143	128	+12	+6
Autres	31	18	+73	+70	16	7	+123	+119
Total	5554	4303	+29	+21	2880	2259	+27	+20

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

Les ventes ont été dopées par l'expansion du marché des céréales, qui a accéléré l'adoption d'AXIAL[®], dont la flexibilité est éprouvée pour les producteurs de blé et d'orge. Le déploiement de la gamme CALLISTO[®] hors des Etats-Unis a profité de la hausse des surfaces consacrées au maïs et de la réception favorable d'une gamme de produits conçue pour les besoins locaux.

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

Les performances exceptionnelles ont traduit une demande sans précédent pour TOUCHDOWN[®] suite à l'augmentation des surfaces dévouées aux cultures tolérantes au glyphosate aux Etats-Unis et en Amérique latine. La gamme TOUCHDOWN[®] a été encore différenciée cette année par le lancement du produit combiné HALEX[®]. Un environnement favorable en termes de prix a permis de compenser intégralement la hausse des coûts d'approvisionnement. Les ventes de GRAMOXONE[®] ont bénéficié de son efficacité à détruire rapidement les mauvaises herbes, et de la rareté de l'approvisionnement en glyphosate.

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

L'intensification des traitements et la focalisation sur les performances des plantes nous ont permis de renforcer notre position de leader mondial dans le domaine des fongicides. La croissance des ventes d'AMISTAR[®] a traduit le succès de différents produits combinés utilisés dans les cultures. Aux Etats-Unis, le développement du marché des fongicides pour le maïs a été dopé par le lancement de QUILT[®]; l'emploi de fongicides sur le blé connaît également une hausse rapide. Au Brésil, PRIORI Xtra[®] est désormais le premier produit utilisé pour la prévention et le traitement de la rouille du soja.

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

Les ventes d'insecticides ont augmenté dans toutes les régions, notamment en Amérique Latine, où les conditions climatiques nécessitent des traitements extensifs pour éviter les pertes de récoltes. Les ventes ont aussi enregistré une forte croissance en Asie Pacifique, avec la substitution graduelle de produits génériques par des technologies plus modernes.

Les ventes d'ACTARA® se sont accrues d'un tiers à l'échelle mondiale. La réduction des ventes de FORCE® dans les pays de l'ALENA a été contrebalancée par la croissance enregistrée en Europe en raison de l'extension du chrysomèle des racines du maïs.

Seed Care: marques principales AVICTA®, CRUISER®, DIVIDEND®, MAXIM®

Les ventes ont enregistré une forte croissance dans toutes les régions. CRUISER® a notamment profité de l'augmentation des surfaces consacrées au soja aux Etats-Unis, de la reconnaissance de son effet de vigueur unique pour le soja par les agriculteurs, et d'une homologation en France. CRUISER® est utilisé sur plus de 20 cultures dont le maïs, pour lequel Pioneer Hi Bred a récemment signé un accord d'utilisation pluriannuel.

Produits professionnels: marque principale HERITAGE®

La branche Lawn & Garden a enregistré des ventes importantes des substrats de culture par Fafard, et une bonne croissance d'HERITAGE® sur le gazon en Asie Pacifique. La branche Home Care a accru ses performances dans le domaine de la lutte anti-vectorielle et a augmenté ses ventes pour le traitement du bois.

	1 ^{er} semestre				2 ^{ème} trimestre			
	2008	2007	Croissance		2008	2007	Croissance	
Protection des cultures par région	\$m	\$m	% réel	TTC %	\$m	\$m	% réel	TTC %
Europe, Afrique, Moyen-Orient	2250	1670	+35	+20	1134	842	+35	+20
ALENA	1850	1597	+16	+13	1060	914	+16	+14
Amérique latine	698	449	+55	+55	318	219	+46	+46
Asie Pacifique	756	587	+29	+21	368	284	+29	+22
Total	5554	4303	+29	+21	2880	2259	+27	+20

En **Europe, en Afrique et au Moyen-Orient**, le niveau élevé du prix des denrées a engendré une augmentation des surfaces consacrées aux céréales et au maïs, certains bénéfiques supplémentaires ayant résulté de l'élimination de mises en jachère. Les agriculteurs ont eu davantage recours à la technologie afin de maximiser leurs rendements. L'utilisation des fongicides pour les céréales a augmenté de manière significative. L'Europe de l'est a poursuivi sa croissance rapide, notamment en Russie, en Ukraine et au Kazakhstan.

Les pays de l'**ALENA** ont enregistré une hausse appréciable des ventes dans un contexte marqué par la diminution des surfaces dédiées au maïs aux Etats-Unis et par la hausse de la pénétration des caractères. Cette croissance reflète l'expansion du marché des fongicides pour le maïs et le blé, la forte croissance de TOUCHDOWN® et l'expansion accrue de la branche Seed Care.

L'Amérique Latine a conservé un excellent dynamisme à la fin de la saison. Sur le marché-clé du Brésil, les agriculteurs ont augmenté leurs surfaces cultivées mais les investissements dans le maïs et le soja ont été le principal facteur de croissance. Syngenta continue de renforcer sa position de leader du marché dans la région, avec des améliorations significatives enregistrées à la fois au niveau des créances et de l'établissement des prix.

En **Asie Pacifique**, les marchés émergents continuent de doper la croissance, notamment l'Inde, la Chine, l'Indonésie et le Vietnam. L'Australie a connu une reprise marquée lors du premier semestre en raison de conditions météorologiques plus favorables.

Semences

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

Ligne de produits	1 ^{er} semestre		Croissance		2 ^{ème} trimestre		Croissance	
	2008 \$m	2007 \$m	% réel	TTC %	2008 \$m	2007 \$m	% réel	TTC %
Maïs et soja	814	732	+11	+7	194	175	+10	+7
Autres grandes cultures	353	254	+39	+27	151	87	+75	+63
Potagères et Florales	572	432	+32	+23	267	216	+23	+16
Total	1739	1418	+23	+15	612	478	+28	+21

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

Suite à l'anticipation de la baisse des surfaces consacrées au maïs aux Etats-Unis, les agriculteurs des autres régions ont réagi en augmentant leurs surfaces cultivées pour tirer profit de la hausse du prix du maïs ce qui a entraîné une augmentation rapide des ventes de maïs, particulièrement en Europe. Aux Etats-Unis, les ventes de soja ont profité de la conversion des surfaces. Un maïs triple combinaison a été lancé en petites quantités sous la marque AGRISURE[®]; il devrait connaître une croissance significative en raison de la hausse de la pénétration et de l'approvisionnement.

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

Diverses cultures ont enregistré une forte croissance, résultant avant tout de la position de leader de NK pour le tournesol. La demande en huiles saines a entraîné une forte hausse, notamment en Europe de l'est. Les ventes de betterave à sucre se sont améliorées grâce au lancement de la betterave à sucre tolérante au glyphosate aux Etats-Unis.

Potagères et Florales: marques principales Potagères: S&G[®], ROGERS[®], Zeraim Gedera; marques principales Florales: S&G[®], Fischer

La bonne croissance enregistrée par les semences potagères a été accompagnée par la consolidation de Zeraim Gedera, qui a réalisé des ventes importantes en Israël et en Espagne. Les semences florales ont surtout bénéficié de la consolidation sur toute une année de l'entreprise Fischer, acquise en 2007.

Semences par région	1 ^{er} semestre		Croissance		2 ^{ème} trimestre		Croissance	
	2008 \$m	2007 \$m	% réel	TTC %	2008 \$m	2007 \$m	% réel	TTC %
Europe, Afrique, Moyen-Orient	811	577	+41	+25	286	194	+47	+32
ALENA	773	722	+7	+6	243	216	+13	+13
Amérique Latine	66	49	+36	+36	33	29	+12	+12
Asie Pacifique	89	70	+27	+20	50	39	+27	+22
Total	1739	1418	+23	+15	612	478	+28	+21

Syngenta est un leader mondial de l'agro-industrie qui s'engage pour une agriculture durable par le biais de ses activités de recherche et de développement. La société est un leader dans le domaine de la protection des cultures et occupe le troisième rang sur le marché des semences commerciales à haute valeur ajoutée. En 2007, le groupe a réalisé un chiffre d'affaires d'environ 9,2 milliards \$. Syngenta emploie quelque 21 000 personnes dans plus de 90 pays. Syngenta est cotée à la Bourse suisse (SYNN) et à celle de New York (SYT). De plus amples informations sont disponibles sur 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, nous vous invitons à consulter le formulaire soumis par la société à la Commission des titres et des changes (Securities and Exchange Commission) 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.