

Syngenta International AG

Media Office
CH-4002 Bâle
Suisse

Tél.: +41 61 323 23 23
Fax: +41 61 323 24 24

www.syngenta.com

Contacts médias:

Paul Barrett
Suisse +41 61 323 2323

Paul Minehart
E.-U. + 1 202 737 8913

Contacts analystes/investisseurs:

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

Lars Oestergaard
Suisse +41 61 323 6793
E.-U. +1 202 737 6520



communiqué aux médias

Bâle, Suisse, le 26 juillet 2012

Résultats du premier semestre 2012

Chiffre d'affaires soutenu et croissance du bénéfice

- **Ventes en hausse de 7%, à \$8,3 milliards; augmentation de 10% à taux de change constants¹**
- **Belle performance dans l'hémisphère nord**
- **Hausse de 47% des ventes de semences de maïs**
 - **étapes importantes atteintes dans le domaine des caractères, comptabilisation des royalties**
 - **forte croissance sous-jacente**
- **Progression de 15% de l'EBITDA à TCC**
- **Bénéfice net en hausse de 5%, à \$1,5 milliards**
- **Bénéfice par action² en hausse de 10% à \$17,17**

	Présentation des chiffres clés			
	1 ^{er} sem. 2012 \$m	1 ^{er} sem. 2011 \$m	Réel %	TCC ¹ %
Ventes	8265	7702	+ 7	+ 10
Résultat opérationnel	1839	1830	-	
Bénéfice net³	1500	1427	+ 5	
EBITDA	2268	2149	+ 6	+ 15
Bénéfice par action²	\$17,17	\$15,60	+10	

¹ Croissance à taux de change constants (TCC)

² Hors restructurations et moins-values; BPA sur une base entièrement diluée.

³ Bénéfice net attribuable aux actionnaires de Syngenta AG (équivalent au bénéfice par action entièrement dilué de \$16,31).

Mike Mack, Chief Executive Officer, a déclaré:

"Au cours du premier semestre 2012, nous avons continué à mettre en œuvre notre stratégie intégrée tout en réalisant une croissance à deux chiffres. Les ventes ont été solides dans l'hémisphère nord, une saison clé pour l'entreprise, malgré un début d'année très frais en Europe, suivi de fortes pluies durant le deuxième trimestre. L'excellente performance signée en Amérique du Nord est le résultat de plantations précoces et du grand optimisme affiché pour la saison, combiné avec une forte demande pour nos offres de gestion des résistances. Nos investissements technologiques dans les caractères du maïs se sont traduits par des gains de part de marché en Amérique latine et ont généré des royalties versées par des tiers. Nous avons continué à investir dans le développement des activités tout en améliorant nettement notre rentabilité sous-jacente. "

"Les conditions météorologiques en Europe et plus récemment en Amérique du Nord ont entraîné une considérable augmentation des prix des récoltes. Cela a mis en évidence la volatilité à laquelle les agriculteurs sont fréquemment confrontés. La production alimentaire est essentiellement un défi mondial, mais les réponses apportées par les agriculteurs dépendent d'une multitude d'influences et de considérations locales. L'étendue de notre offre nous permet non seulement de répondre aux attentes mais aussi d'influencer les choix opérés quotidiennement dans les exploitations agricoles partout dans le monde. Le besoin de technologie n'a jamais été aussi grand qu'aujourd'hui dans l'agriculture, et nous pensons que notre stratégie intégrée est en mesure d'améliorer la valeur de cette technologie pour les clients comme pour les actionnaires."

Résultats financiers 1^{er} semestre 2012

Ventes à \$8,3 milliards

A taux de change constants, les ventes ont augmenté de 10%. Les volumes de vente ont enregistré une hausse de 6%, et les prix de 4%. Le chiffre d'affaires a augmenté de 7% en raison de l'appréciation du dollar par rapport à la plupart des autres devises.

EBITDA de \$2,3 milliards

A taux de change constants, l'EBITDA a enregistré une hausse de 15% et la marge EBITDA (TCC) s'est établie à 29,1% (1^{er} semestre 2011: 27,9%). L'amélioration de la rentabilité sous-jacente résulte du levier opérationnel fourni par la croissance des volumes, la hausse des prix et une augmentation de la comptabilisation des royalties des caractères, ainsi que par les réductions de coûts de \$85 millions engendrées par le modèle d'entreprise intégré. Cette amélioration compense largement l'impact de la hausse des coûts des matières premières et une charge nette de \$80 millions pour le règlement d'un litige concernant l'herbicide atrazine aux Etats-Unis.

La marge a été de 27,4% et inclut un effet de change négatif de \$202 millions.

Charges financières nettes et impôts

Les charges financières nettes, à \$84 millions, ont été légèrement supérieures au chiffre de 2011 (\$67 millions), suite à une augmentation du coût de la couverture bilancielle. Le taux d'imposition s'est élevé à 16%; pour l'ensemble de l'exercice, l'entreprise table sur un taux oscillant entre 17 et 18%.

Bénéfice net de \$1,5 milliards

Restructurations et moins-values incluses, le bénéfice net a augmenté de 5%. Le bénéfice par action, hors restructurations et moins-values, affiche quant à lui une hausse de 10%, à \$17,17.

Cash-flow et bilan

Le free cash-flow de \$(34) millions a été impacté par une augmentation saisonnière du fonds de roulement en lien avec une forte croissance des ventes. Le ratio des besoins en fonds de roulement moyen exprimé en pourcentage du chiffre d'affaires a de nouveau baissé, à 36%, par rapport à 37% au premier semestre 2011. Les immobilisations, y compris en actifs incorporels, se sont élevés à \$239 millions (1^{er} semestre 2011: \$193 millions); pour l'ensemble de l'exercice, les immobilisations devraient se situer entre \$650 et \$700 millions.

Dividende et rachat d'actions

Un dividende de CHF 8,00 par action (2011: CHF 7,00) a été versé le 2 mai, pour un montant total de \$791 millions. En février, la société a annoncé son plan consistant à racheter des actions pour un montant d'environ \$200 millions en 2012. Une partie de ce montant (\$4 millions) a été rachetée au premier semestre.

Le 10 juillet, la société a annulé 636 750 actions suite aux rachats opérés en 2011. 93 126 149 actions sont actuellement en circulation.

Résultats opérationnels 1^{er} semestre 2012

	1 ^{er} semestre		Croissance		2 ^e trimestre		Croissance	
	2012 \$m	2011 \$m	Réel %	TCC %	2012 \$m	2011 \$m	Réel %	TCC %
Europe, Afrique et Moyen-Orient	3008	2924	+ 3	+ 9	1249	1327	- 6	+ 2
Amérique du Nord	2781	2251	+ 24	+ 24	1512	1126	+34	+ 35
Amérique latine	1043	1032	+ 1	+ 2	546	516	+ 6	+ 8
Asie Pacifique	997	1026	- 3	- 1	467	504	- 7	- 4
Total ventes intégrées	7829	7233	+ 8	+ 11	3774	3473	+ 9	+ 13
Lawn & Garden	436	469	- 7	- 5	187	212	- 12	- 9
Ventes groupe	8265	7702	+ 7	+ 10	3961	3685	+ 8	+ 12

Ventes intégrées

- **Ventes en hausse de 11%, à \$7,8 milliards⁽¹⁾**
- **Volume +7%, prix +4 %**
- **EBITDA de \$2,2 milliards (1^{er} semestre 2011: \$2,1 milliards)**
- **Marge EBITDA ⁽¹⁾ 29,9% (1^{er} semestre 2011: 28,8%)**

Europe, Afrique et Moyen-Orient: les principaux vecteurs de croissance ont été la CEI, les marchés émergents de l'Europe centrale et du sud-est, ainsi que la France. Au premier trimestre, le portefeuille était bien positionné pour tirer parti de l'accroissement des plantations de cultures de printemps suite à des destructions hivernales sur plus de sept millions d'hectares de céréales. En France, une modification de la législation sur les conditions de crédit a entraîné un report des ventes du quatrième trimestre 2011 au premier trimestre 2012; en outre, l'entreprise a enregistré une belle croissance sous-jacente de CALLISTO[®] pour le maïs ainsi que des fongicides, avec une mention particulière pour AMISTAR[®] et ALTO[®]. La croissance s'est poursuivie au deuxième trimestre mais à un moindre rythme, en raison du fait que les cultures de printemps requièrent une moindre protection; par ailleurs, d'importantes précipitations dans de nombreux pays ont limité le nombre des pulvérisations. Toutefois, la CEI en particulier a continué à réaliser de belles performances en raison de l'intensification en cours de l'agriculture et de l'emploi nettement accru d'herbicides dans la culture du maïs en Ukraine.

Amérique du Nord: le succès des offres intégrées pour combattre la résistance des insectes et des mauvaises herbes transparait dans l'excellente tenue des ventes de produits de protection des cultures tout au long de la saison. La croissance dans les semences, grevée par une baisse des royalties au premier trimestre, a tiré parti au second trimestre de la comptabilisation d'environ \$200 millions de recettes en lien avec le contrat de licence conclu avec Pioneer, annoncé en 2010, pour le caractère propriétaire MIR604 de Syngenta (chrysomèle des racines). S'est ajoutée à cela une bonne croissance sous-jacente dans le domaine du maïs; les ventes de semences de soja ont baissé en raison d'un changement attendu dans l'affectation des surfaces cultivées et de la transition en cours vers une technologie de tolérance aux herbicides de la deuxième génération.

Amérique latine: les ventes ont progressé modestement durant la basse saison malgré l'incidence de la grave sécheresse en Argentine et dans le sud du Brésil en début d'année sur les applications de produits de protection des cultures. Les ventes de semences ont bénéficié de gains de parts de marché et de l'expansion du maïs de seconde saison. L'offre de pointe de Syngenta dans le domaine des caractères – dont AGRISURE[®]VIPTERA[®] – est bien placée pour profiter de la pénétration accrue des produits génétiquement modifiés. Les ventes de semences de tournesol connaissent une rapide expansion en Argentine. Au Brésil, le site de production de canne à sucre PLENE[®] d'Itápolis a été officiellement inauguré au mois de mai et les ventes commerciales ont débuté.

Asie Pacifique: hors impact de la rationalisation de la gamme en Inde et au Japon et hors retrait du GRAMOXONE[®] en Corée du Sud, les ventes ont augmenté de 3%. La Chine et les pays émergents de l'Asie du sud-est ont enregistré une forte croissance, toutes activités confondues; les ventes ont baissé en Asie australe en raison d'une météo fraîche et humide. Les ventes de semences de maïs ont fortement augmenté; ces semences sont de plus en plus commercialisées sous la forme d'une solution complète pour les 45 premiers jours, proposée aux petits agriculteurs.

(1) A taux de change constants

Performance de Lawn & Garden

- **Ventes en baisse de 5%, à \$436 millions⁽¹⁾**
- **EBITDA de \$58 millions (1^{er} semestre 2011 \$66 millions)**
- **Marge EBITDA ⁽¹⁾ 13,9% (1^{er} semestre 2011: 14,1%)**

Au premier semestre 2012, la performance a été impactée par la faiblesse persistante de la conjoncture économique en Europe et aux Etats-Unis. Les fleurs et les segments grand public ont été les plus gravement affectés; les ventes ont légèrement augmenté dans le domaine du gazon et de l'aménagement paysager. La stratégie commerciale visant à proposer des solutions innovatrices aux horticulteurs professionnels ainsi qu'aux consommateurs, combinée avec une rationalisation de la gamme de produits dans le but de concentrer les efforts sur une génétique et une chimie à haute valeur ajoutée, devrait entraîner une nette amélioration de la marge EBITDA pour l'ensemble de l'exercice durant les trois prochaines années et s'établir aux alentours de 20%.

Au mois de juin, Syngenta a annoncé la vente, avec effet immédiat, de l'unité de production de tourbe de Fafard à Sun Gro Horticulture Ltd. Fafard a réalisé un chiffre d'affaires de \$88 millions en 2011.

Pipelines des cultures: en mai, dans sa première communication de la série "Actualités des cultures", Syngenta a mis l'accent sur les céréales et le maïs. Des objectifs plus ambitieux pour le pipeline de ces deux cultures soutiennent l'objectif d'un total des ventes de plus de \$22 milliards après 2015 pour l'ensemble de nos huit cultures clés. Cliquez sur le lien ci-dessous pour visionner la présentation: [présentation webcast céréales et maïs](#). Ces objectifs incluent la croissance du portefeuille existant et le lancement de nouveaux produits, avec un accent accru sur des offres intégrées reflétant notre nouvelle structure R&D et notre organisation de vente par culture.

Nouveaux partenariats: dans le cadre d'un accord global signé en avril dernier, Syngenta et Novozymes commercialiseront ensemble la technologie JumpStart[®] de Novozymes, un produit biologique appliqué aux semences pour accroître l'absorption de phosphate dans le sol. Un accord global de licence et de recherche sur six ans conclu avec Devgen permettra le développement conjoint de nouvelles solutions biologiques de lutte contre les insectes basées sur la technologie de l'interférence à l'ARN (iARN). Dans le cadre d'une coopération en matière d'amélioration variétale dans le domaine de l'orge conclue avec InterGrain, Syngenta va obtenir les droits de commercialisation exclusifs pour de toutes nouvelles variétés d'orge et les droits de commercialisation exclusifs de variétés existantes du portefeuille d'InterGrain hors Australie.

Le point sur l'intégration: la totalité des 19 territoires sont aujourd'hui intégrés sur le plan commercial, ce qui permet à la force de vente de proposer au client un portefeuille combiné. La centralisation des fonctions supports porte déjà ses fruits en termes de réduction des coûts, et le mouvement ne fera que s'accélérer à mesure que le nouveau business model amènera de nouvelles baisses de coûts. Les équipes "cultures" mondiales sont parfaitement en place et collaborent avec les équipes régionales et de R&D pour développer de nouvelles offres centrées sur les différentes cultures.

Mesures de performance: notre objectif est de conquérir chaque année une part de marché moyenne de 0,5%, toutes activités confondues, au cours des cinq prochaines années. Nous visons une marge EBITDA consolidée de l'ordre de 22 à 24% d'ici à 2015 et entendons continuer à offrir un Cash Flow Return On Investment supérieur à 12%. Nous visons par ailleurs une augmentation continue du dividende comme principale forme de retour de cash aux actionnaires. Nous procéderons également à des rachats d'actions sur une base tactique.

(1) A taux de change constants

Perspectives

Mike Mack, Chief Executive Officer, a déclaré:

"Après une belle performance en volume au 1^{er} semestre dans l'hémisphère nord et la matérialisation des hausses de prix ciblées, Syngenta se concentre à présent sur l'Amérique latine, où les perspectives sont positives compte tenu des prix records du soja, notre position de leader et les avancées réalisées dans l'intégration de notre portefeuille. L'influence négative des taux de change devrait diminuer durant le second semestre et nous allons réaliser de nouvelles baisses de coûts. Pour l'ensemble de l'exercice, nous tablons sur une hausse de la marge EBITDA à taux de change constants et pensons pouvoir dégager un free cash-flow important."

Protection des cultures

Protection des cultures par ligne de produits	1 ^{er} semestre		Croissance		2 ^e trimestre		Croissance	
	2012 \$m	2011 \$m	Réel %	TCC %	2012 \$m	2011 \$m	Réel %	TCC %
Herbicides sélectifs	1922	1747	+ 10	+ 13	1010	920	+ 10	+ 14
Herbicides non sélectifs	597	565	+ 6	+ 8	363	315	+ 15	+ 19
Fongicides	1732	1729	-	+ 3	831	848	- 2	+ 3
Insecticides	872	858	+ 2	+ 5	410	428	- 4	-
Protection des semences	484	430	+ 13	+ 15	170	173	- 1	+ 3
Autres produits de protection des cultures	67	54	+ 26	+ 29	29	30	-	+ 5
Total	5674	5383	+ 5	+ 8	2813	2714	+ 4	+ 8

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

Tant l'Amérique du Nord que l'Europe ont enregistré une croissance à deux chiffres tout au long de la saison. Le portefeuille d'herbicides pour le maïs a enregistré une forte croissance aux Etats-Unis en raison de son succès dans la gestion des mauvaises herbes résistantes et à l'augmentation des surfaces dédiées au maïs. Les ventes des produits de la famille CALLISTO[®] ont également progressé dans toute l'Europe, en France plus particulièrement. Dans toutes les régions, AXIAL[®] a bénéficié d'une forte hausse dans les cultures céréalières, principalement au Canada, où l'augmentation des surfaces cultivées est venue s'ajouter au faible niveau des stocks en début de saison.

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

La croissance a été largement soutenue par TOUCHDOWN[®], qui a enregistré une hausse en volume de près de 30% en Amérique du Nord et en Amérique latine. En Amérique du Nord, les ventes ont bénéficié d'une augmentation des surfaces dédiées au maïs aux Etats-Unis ainsi que d'une pénurie de glyphosate générique, qui a amené beaucoup d'agriculteurs à se tourner vers des produits de marque. De même, en Amérique latine, la croissance a été soutenue par un bon positionnement des produits et une hausse des surfaces consacrées au soja au cours de la saison 2011/12.

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

Les fongicides ont signé une croissance modeste malgré une baisse de régime en Amérique latine au premier trimestre, suite à des problèmes de sécheresse. Bien que les précipitations observées en Europe y aient empêché certaines applications, le total des ventes a été néanmoins supérieur grâce à l'excellente performance réalisée par AMISTAR[®] et ALTO[®] en France. Le nouveau produit SEGURIS[®] (isopyrazam) connaît une croissance rapide dans la culture de blé au Royaume-Uni – les ventes ont augmenté d'environ 50% – et vient d'être lancé dans plusieurs autres pays. L'adoption des fongicides dans le Sud-Est asiatique a entraîné une forte croissance dans la région Asie Pacifique, malgré le recul enregistré en Asie australe.

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

Hors impact de la rationalisation de la gamme au Japon et en Inde, les ventes ont augmenté de 8%, soutenues par une très belle performance en Amérique du Nord. Un hiver doux et un temps sec précoce aux Etats-Unis ont entraîné une forte pression des insectes dans un certain nombre de régions. Les ventes de FORCE[®] ont augmenté de près de 70% aux Etats-Unis, les agriculteurs prenant de plus en plus conscience de la résistance à la chrysome des racines et des avantages offerts par les insecticides pour sol.

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

Les ventes ont fortement augmenté, soutenues par CRUISER[®], qui a poursuivi son expansion dans toutes les régions. La croissance en Amérique du Nord a bénéficié de l'excellente performance des céréales de printemps, tandis qu'en Amérique latine de plus en plus d'agriculteurs reconnaissent l'effet du produit sur la vigueur des plantes. L'adoption par les marchés émergents (Russie, Chine) se poursuit. Les ventes du nématicide AVICTA[®] ont quadruplé en Amérique latine, où le produit est vendu dans le cadre d'une offre intégrée pour le soja. VIBRANCE[™], lancé pour la première fois en Argentine en 2011, a été homologué aux Etats-Unis.

	1 ^{er} semestre				2 ^e trimestre			
	Croissance		Croissance		Croissance		Croissance	
Protection des cultures par région	2012 \$m	2011 \$m	Réel %	TCC %	2012 \$m	2011 \$m	Réel %	TCC %
Europe, Afrique et Moyen- Orient	2132	2093	+ 2	+ 8	966	1009	- 4	+ 4
Amérique du Nord	1739	1447	+ 20	+ 21	955	813	+ 17	+ 18
Amérique latine	926	934	- 1	+ 1	497	470	+ 6	+ 8
Asie Pacifique	877	909	- 4	- 2	395	422	- 7	- 4
Total	5674	5383	+ 5	+ 8	2813	2714	+ 4	+ 8

Semences

	1 ^{er} semestre				2 ^e trimestre			
	Croissance		Croissance		Croissance		Croissance	
Semences par ligne de produits	2012 \$m	2011 \$m	Réel %	TCC %	2012 \$m	2011 \$m	Réel %	TCC %
Maïs et soja	1268	962	+ 32	+ 34	561	328	+ 71	+ 74
Grandes cultures diverses	549	515	+ 7	+ 11	193	218	- 11	- 7
Potagères	378	398	- 5	- 1	216	221	- 3	+ 3
Total	2195	1875	+ 17	+ 20	970	767	+ 27	+ 30

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

La croissance des ventes a été soutenue par le maïs et inclut un montant d'environ \$200 millions de royalties supplémentaires encaissées en Amérique du Nord. Après déduction de ce montant, les ventes ont augmenté de 12% au niveau mondial et de 5% en Amérique du Nord, où le portefeuille de caractères poursuit son développement: en juin, Syngenta a obtenu l'homologation pour une offre "refuge dans le sac" qui sera lancée à la fin de l'année. Les ventes en Amérique latine ont aussi fortement augmenté suite au lancement de nouvelles combinaisons de caractères et de l'expansion enregistrée sur le marché du maïs de seconde saison. En Europe, la croissance a été étayée par l'augmentation des surfaces dédiées au maïs et par le portefeuille proposé dans la CEI et dans le sud-est de l'Europe.

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

Au premier trimestre, la croissance a été soutenue par le développement des cultures de printemps, particulièrement sur les marchés émergents d'Europe de l'est, pour le plus grand bénéfice du portefeuille de pointe de Syngenta dans le domaine du tournesol. La performance plus en demi-teinte enregistrée au deuxième trimestre est due en partie au retrait du marché du sorgho en Amérique du Nord.

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

En 2012, les potagères ont quelque peu souffert de la conjoncture économique difficile, particulièrement en Europe, les consommateurs réduisant leurs achats de produits frais haut de gamme. En Amérique du Nord toutefois, le marché de la transformation s'est rétabli après une période d'offre excédentaire et les ventes de produits frais bénéficient à présent d'une importante demande de mini-pastèques.

	1 ^{er} semestre		Croissance		2 ^e trimestre		Croissance	
	2012 \$m	2011 \$m	Réel %	TCC %	2012 \$m	2011 \$m	Réel %	TCC %
Semences par région								
Europe, Afrique et Moyen- Orient	889	842	+ 6	+ 11	284	320	- 11	- 4
Amérique du Nord	1053	810	+ 30	+ 30	557	313	+ 78	+ 78
Amérique latine	132	104	+ 28	+ 29	56	51	+ 11	+ 12
Asie Pacifique	121	119	+ 2	+ 9	73	83	- 12	- 4
Total	2195	1875	+ 17	+ 20	970	767	+ 27	+ 30

Publications et réunions

Actualités des cultures	24-26 septembre 2012
Chiffre d'affaires préliminaire du troisième trimestre 2012	23 octobre 2012
Résultats de l'exercice 2012	6 février 2013
Chiffre d'affaires préliminaire du premier trimestre 2013	18 avril 2013

Syngenta figure parmi les leaders mondiaux pour ses activités et emploie plus de 26 000 personnes dans plus de 90 pays. Leur 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.