

Communiqué aux Médias

Résultats annuels 2005

Bâle, Suisse, le 9 février 2006

«Un leadership renforcé par une forte croissance»

- Augmentation du chiffre d'affaires de 11% à 8,1 milliards \$, +9 % TCC⁽¹⁾
- Bénéfice par action⁽²⁾ en hausse de 31% à 7,67 \$
- Chiffre d'affaires de la division Crop Protection en hausse de 3 %⁽¹⁾ à 6,3 milliards \$
- Nouveaux produits en hausse de 22 %⁽¹⁾ à 847 millions \$
- Chiffre d'affaires de la division Seeds en hausse de 42 %⁽¹⁾ à 1,8 milliard \$; + 9 %⁽¹⁾ hors acquisitions
- Objectif de réduction des frais d'exploitation porté de 300 à 425 millions \$ d'ici à 2008
- Free cash flow⁽³⁾ de 703 millions \$, avant versement au fonds de pension
- Retour aux actionnaires de 800 millions \$⁽⁴⁾ pour 2006: hausse du dividende, rachat d'actions par put option

Données financières

	Hors restructurations, moins-values et cessions ⁽⁵⁾				Résultats présentés selon les normes IFRS ⁽⁵⁾	
	2005 m \$	2004 m \$	Réel %	TCC ⁽¹⁾ %	2005 m \$	2004 m \$
Chiffre d'affaires	8104	7269	+11	+ 9	8104	7269
Bénéfice net⁽⁶⁾	779	623 ⁽⁷⁾	+25		622	460
Bénéfice par action	7,67 \$	7,19 \$	+7		6,13 \$	4,34 \$
Bénéfice par action⁽²⁾ avant crédit d'impôt exceptionnel	7,67 \$	5,87	+31			

Michael Pragnell, Chief Executive Officer, a déclaré:

«2005 fut à nouveau une année de croissance pour Syngenta, tous secteurs d'activité confondus. La division Crop Protection a bénéficié du lancement de nouveaux produits pour gagner des parts de marché, renforçant ainsi son leadership, tout particulièrement aux États-Unis; une fois de plus, l'Europe de l'Est a enregistré une croissance à deux chiffres et l'Amérique latine a elle aussi signé d'excellentes performances, malgré des conditions plus difficiles au Brésil. Les Produits Professionnels ont réalisé une belle progression, soutenue par le succès continu de notre portefeuille Seed Care. La division Seeds a également enregistré une forte croissance, portée par la bonne performance des activités maïs et soja de GARST[®] et GOLDEN HARVEST[®], sociétés acquises en 2004, ainsi que par la croissance record pour la sixième année consécutive des semences Potagères. Les effets combinés de notre attention continue portée à la maîtrise des coûts, à la rentabilité du capital, et une forte croissance, nous ont permis d'augmenter nos bénéfices et d'améliorer encore nos ratios financiers.»

(1) Croissance à «taux de change constant», voir l'Annexe A de la version anglaise.

(2) BPA sur une base entièrement diluée avant restructurations, moins-values et cessions et avant crédit d'impôt exceptionnel. Croissance du BPA de 20 pourcent en excluant l'ajustement du goodwill selon les normes IFRS 3.

(3) Pour une définition du free cash-flow, voir l'Annexe B de la version anglaise.

(4) Le montant exact dépendra du cours de clôture le 21 février 2006

(5) Les montants des restructurations et des moins-values sont conformes aux International Financial Reporting Standards (IFRS). L'impact sur le bénéfice net des restructurations, moins-values et cessions en 2005 est de 157 millions \$ (2004: 302 millions \$).

(6) Bénéfice net (part du groupe).

(7) Bénéfice net avant crédit d'impôt exceptionnel.

Points-clés des résultats 2005

Le chiffre d'affaires a progressé de 9 % à taux de change constant (TCC); 4 % hors acquisitions. Le chiffre d'affaires de la division Crop Protection a enregistré une hausse de 3 %; celui de la division Seeds a augmenté de 42 % ; 9 % hors acquisitions.

L'EBITDA a progressé de 7 % (TCC) à 1,55 milliard \$, bénéficiant de la croissance du chiffre d'affaires et d'une amélioration de l'efficacité opérationnelle. Ces éléments ont plus que compensé l'impact de la hausse du prix du pétrole et ont permis de financer une augmentation des dépenses de marketing et de développement dans les divisions Crop Protection et Seeds.

Le bénéfice par action, hors restructurations et moins-values, s'élève à 7,67 \$, en hausse de 31 %; si l'on exclut l'ajustement du goodwill pour mise en conformité avec la norme IFRS 3, cette hausse se chiffre à 20 %. Après restructurations et moins-values, le bénéfice par action s'élève à 6,13 \$ (2004: 4,34 \$).

Taux de change: sur l'ensemble de l'exercice, les fluctuations de change ont eu un effet positif de 2 % sur le chiffre d'affaires, lié à la faiblesse du dollar au cours du premier semestre. Sur l'ensemble de l'exercice, l'EBITDA a bénéficié d'un effet de change positif de 51 millions \$ du fait de l'appréciation du dollar au cours du second semestre.

Crop Protection: les nouveaux produits ont poursuivi leur croissance, enregistrant une hausse de leurs chiffre d'affaires de 22 %* à 847 millions \$, emmenés par les gammes CALLISTO® (387 millions \$) et ACTARA®/CRUISER® (346 millions \$). Dans la zone ALENA, les ventes ont augmenté pour toutes les lignes de produits. L'Europe a bénéficié d'un regain d'activité au quatrième trimestre après un début de saison très froid, suivi d'une période de sécheresse en Europe méridionale; l'Europe de l'Est a maintenu son rythme de croissance à deux chiffres. L'Amérique latine a enregistré une croissance modeste, celle-ci étant principalement le fait d'une amélioration de la situation au Brésil au second semestre, et d'une bonne performance de l'Argentine. En Asie-Pacifique, les ventes ont progressé sur plusieurs marchés, en particulier en Chine et au Japon. Huit nouvelles substances actives viendront enrichir la nouvelle gamme de produits ; ces dernières devraient être lancées d'ici à 2012 et pourraient atteindre à maturité des ventes combinées d'environ 1 milliard \$. Les premiers de ces produits, l'herbicide céréalière AXIAL® et le traitement de semences AVICTA®, seront lancés pour la saison 2006. L'EBITDA de la division Crop Protection a enregistré une hausse de 1 % (TCC) à 1513 millions \$, bénéficiant de la croissance du chiffre d'affaires et d'une réduction des coûts, cette réduction ayant plus que compensé l'impact de la hausse du prix du pétrole et des dépenses de marketing.

Produits Professionnels: le chiffre d'affaires a augmenté de 8 %*, soutenu par une forte croissance des activités Seed Care et les bonnes performances de la branche Lawn & Garden. Au sein de la branche Seed Care, un accord a été signé avec le leader américain des semences de coton pour commercialiser AVICTA® pour la saison 2006. Par ailleurs, un nouvel institut de traitement des semences sera construit d'ici à 2007, et permettra une introduction plus rapide de nouveaux traitements de semences et de services connexes. Au sein de la branche Lawn & Garden, une alliance stratégique a été conclue avec COMPO® afin de développer et de commercialiser sur le marché européen une gamme complète de produits phytosanitaires grand public ; les premiers lancements sont attendus pour 2006.

Seeds: le chiffre d'affaires a augmenté dans l'ensemble des régions. Les ventes des activités maïs et soja ont plus que doublé, bénéficiant d'une première saison remarquable pour GARST® et GOLDEN HARVEST®, aux Etats-Unis, et des très bonnes performances de NK®. Le portefeuille de caractères biotechnologiques pour le maïs, incluant la tolérance au glyphosate, le contrôle du chrysomèle des racines et celui de la pyrale, est en bonne progression. Il est prévu qu'une offre complète, incluant des combinaisons de caractères biotechnologiques, soit disponible aux Etats-Unis d'ici à 2008. Les semences Grandes Cultures Diverses ont également enregistré d'excellents résultats, bénéficiant en partie d'une demande croissante pour les biocarburants. Les semences Potagères ont su profiter d'une demande de primeurs en hausse et d'une forte croissance sur les continents américain et asiatique, du fait de nombreux nouveaux lancements. Les ventes de Florales sont en léger recul sur l'ensemble de l'exercice, malgré un regain d'activité au second semestre. L'EBITDA de la division Seeds a plus que doublé, atteignant 148 millions \$, du fait d'une rentabilité accrue liée à la contribution des acquisitions.

* Ventés à des tiers hors ventes inter-segments à la division Seeds. Pour les ventes totales par segment et région, voir Annexe H de la version anglaise.

Plant Science: dans le domaine des enzymes, QUANTUM™ a réalisé des ventes au Mexique et est en attente d'homologation aux États-Unis. Des essais de production pour l'amylase de maïs, destiné au bioéthanol, sont en cours aux États-Unis, et les dossiers d'homologation y ont été déposés. Les recherches biopharmaceutiques ont progressé en 2005 jusqu'en phase d'essais cliniques. Toutefois, en raison des longues phases de développement et des coûts de commercialisation, il a été décidé de s'associer à des partenaires externes pour mener à bien le développement et le lancement sur le marché. Les ressources dégagées par ce biais seront réorientées vers d'autres activités.

Rentabilité opérationnelle: en 2005, Syngenta a réalisé des économies dépassant les objectifs de 166 millions \$. Ces économies ont plus que compensé l'impact de la hausse des produits pétroliers sur le coût des matières premières (96 millions \$) et ont permis de financer des dépenses supplémentaires (79 millions \$) en marketing et développement. L'objectif de réduction des frais d'exploitation a été porté de 300 à 425 millions \$ d'ici à 2008. Ces économies devraient plus que compenser la hausse du coût des matières premières. Les coûts totaux de restructurations et de moins-values au cours de l'exercice se sont élevés à 236 millions \$ (cash: 163 millions \$; non-cash: 73 millions \$). Ces coûts sont liés en majeure partie au programme d'amélioration de la rentabilité opérationnelle; le reste étant largement imputable aux coûts d'intégration des sociétés acquises dans la division Seeds. Le coût total du programme d'amélioration de la rentabilité opérationnelle devrait avoisiner 850 millions \$ sur cinq ans, (non-cash 350 millions \$), dont 470 millions \$ ont déjà été imputés.

Cash-flow et bilan comptable: le free cash-flow s'élève à 703 millions \$, hors recapitalisation à hauteur de 350 millions \$ des fonds de pension. Les investissements (174 millions \$) ont été inférieurs aux amortissements (252 millions \$). Le ratio des besoins en fonds de roulement en fin d'exercice, exprimé en pourcentage du chiffre d'affaires, a été amélioré pour atteindre 36 % (2004 : 30%); le ratio des besoins en fonds de roulement moyens sur l'ensemble de l'exercice, exprimé en pourcentage du chiffre d'affaires, demeure inchangé à 40 %. Le retour sur investissement (ROIC) est en hausse; il s'élève à 24,6 %, contre 18,8 % en 2004.

A la fin de l'exercice, la dette nette s'élevait à 864 millions \$ (2004: 864 millions \$), soit un taux d'endettement de 16 % (2004: 15 %). En avril, la société a émis une euro-obligation de 500 millions € à 4,125 %, d'une maturité de 10 ans. Elle a également lancé une offre publique de rachat de son euro-obligation à 5,5 %, arrivant à échéance en juillet 2006. L'opération a permis de racheter 73 % des titres. Cette opération a été suivie au second semestre par un placement privé de 250 millions \$ aux États-Unis. Ces transactions ont considérablement prolongé la maturité de la dette, qui est aujourd'hui de 13 ans.

Imposition: le taux d'imposition effectif pour l'exercice s'est élevé à 22 % (25 % en 2004). Le taux d'imposition effectif devrait se situer légèrement au-dessus de la barre des 20 % dans un futur proche.

Retour aux actionnaires: la société a poursuivi son programme de rachat d'actions en 2005, rachetant ainsi 2,3 millions d'actions au prix moyen de 129,1 CHF, soit un montant total de 251 millions \$. Un dividende total de 207 millions \$ a été versé le 22 juillet sous forme d'une réduction de la valeur nominale. Depuis le début du programme en mai 2004, ce sont 743 millions \$ qui ont été retournés aux actionnaires par le biais de dividendes et de rachats d'actions. Au regard de la persistance de ses performances financières, la société a l'intention de poursuivre une politique de retour aux actionnaires progressive.

Pour 2005, un dividende de 3,30 CHF par action, payé sous forme d'une réduction de la valeur nominale des actions, sera soumis à l'approbation des actionnaires à l'Assemblée Générale du 19 avril 2006; les actionnaires devront également se pencher sur une demande d'annulation des actions rachetées au cours de l'exercice 2005. De plus, la société va octroyer une put option gratuite par action d'une valeur intrinsèque de 1,50 CHF. Ces options permettront à chaque actionnaire de vendre un nombre déterminé d'actions à la société. Chaque option de vente aura une maturité de trois mois à compter de l'octroi et sera négociable à la Bourse suisse SWX; en cas d'exercice de toutes les options, la société sera amenée à racheter environ 3,3 millions d'actions en 2006.

Perspectives

Michael Pragnell, Chief Executive Officer, a déclaré:

«2005 fut l'année du cinquième anniversaire de Syngenta. Au cours de cette année, nous avons renforcé notre leadership par des gains de parts de marché au sein de la division Crop Protection, par une croissance des semences Grandes Cultures et par le développement des produits de consommation des unités Produits Professionnels et Semences Potagères. La solidité de notre performance, combinée à notre encourageant pipeline de produits, nous permet prévoir des dépenses supplémentaires en marketing et développement, et d'envisager une croissance à deux chiffres du bénéfice par action pour les 3 années 2006 à 2008. En outre, grâce à la solidité de nos performances financières nous maintenons notre programme progressif de retour aux actionnaires, tout en investissant dans notre croissance future.»

* *Entièrement dilué, avant restructurations et moins-values.*

Crop Protection

Pour une définition du taux de change constant, voir l'annexe A de la version anglaise.

Lignes de produits	Ensemble de l'exercice		Croissance		4 ^e trimestre		Croissance	
	2005 m \$	2004 m \$	Réel %	TCC %	2005 m \$	2004 m \$	Réel %	TCC %
Herbicides sélectifs	1889	1867	+1	- 1	249	296	-16	-14
Herbicides non sélectifs	688	645	+7	+6	123	104	+20	+23
Fongicides	1779	1702	+4	+2	356	364	- 2	+1
Insecticides	1100	1049	+6	+5	224	243	- 7	- 5
Produits professionnels	784	708	+9	+8	164	148	+8	+10
Autres	67	59	+13	+12	52	26	+104	+107
Total	6307	6030	+5	+3	1168	1181	- 1	+2

Herbicides sélectifs: marques principales: gamme CALLISTO®, DUAL®/BICEP® MAGNUM, ENVOKE®, FUSILADE®MAX, TOPIK®.

La gamme CALLISTO® a été le fer de lance en matière de ventes d'herbicides sélectifs, grâce au succès de nouveaux lancements en Europe et à une croissance de plus de 30 % aux États-Unis, et ce en dépit d'un accroissement des surfaces de cultures tolérantes aux herbicides. La croissance de la gamme CALLISTO® a été en partie compensée par une baisse des ventes de produits plus anciens, tels que DUAL®/BICEP® MAGNUM et l'atrazine. L'herbicide cérééalier TOPIK® a connu un fléchissement sur les marchés d'Europe occidentale mais a poursuivi sa croissance en Europe de l'Est. APIRO® a poursuivi sa croissance sur le marché du riz au Japon et en Corée du Sud.

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

TOUCHDOWN® a bénéficié du lancement de nouveaux programmes marketing, générant une forte croissance aux États-Unis, en Argentine et en Europe orientale. Les ventes de GRAMOXONE® se sont tassées en Europe méridionale et au Brésil, en raison des conditions de sécheresse du second semestre, partiellement compensées par une bonne croissance en Chine.

Fongicides: marques principales: ACANTO®, AMISTAR®, BRAVO®, RIDOMIL GOLD®, SCORE®, TILT®, UNIX®

Les fongicides ont enregistré une forte croissance en Amérique du Nord, en Europe de l'Est et en Asie. Aux États-Unis, le marché de la rouille du soja s'est avéré modeste mais AMISTAR® a su tirer parti de sa polyvalence, bénéficiant d'une demande importante pour le blé, les pommes de terre, la vigne et les noix. Les ventes de fongicide cérééalier ACANTO® se sont fortement accrues en France. SCORE® a poursuivi son expansion sur les marchés émergents d'Asie, en particulier en Chine et au Vietnam.

Insecticides: marques principales: ACTARA®, FORCE®, KARATE®, PROCLAIM®, VERTIMEC®

Les insecticides ont connu une croissance soutenue du fait d'excellentes performances aux États-Unis et au Brésil. Aux États-Unis, les ventes de KARATE® ont quasi doublé suite à une pullulation exceptionnelle d'aphides du soja au cours du second semestre. L'accroissement des surfaces traitées pour la chrysomèle des racines du maïs a donné un coup d'accélérateur aux ventes de FORCE®. ACTARA® a poursuivi sa forte croissance au Brésil et au Japon.

Produits Professionnels: marques principales: CRUISER®, DIVIDEND®, HERITAGE®, ICON®, MAXIM®

La branche Seed Care fut le principal vecteur de croissance des Produits Professionnels, sans oublier la contribution significative de la branche Lawn & Garden. CRUISER® a enregistré une croissance à deux chiffres, avec un succès particulier au niveau du soja aux États-Unis. HERITAGE® a signé de belles performances dans le domaine du turf aux États-Unis et au Japon. Dans le secteur Home Care, la gestion professionnelle des parasites et la protection des matériaux ont également contribué à la croissance.

Régions	Ensemble de l'exercice		Croissance		4 ^e trimestre		Croissance	
	2005 m \$	2004 m \$	Réel %	TCC %	2005 m \$	2004 m \$	Réel %	TCC %
Europe, Afrique et Moyen Orient	2274	2251	+1	- 2	355	366	- 3	+3
ALENA	2069	1869	+11	+9	181	194	- 7	- 8
Amérique latine	1026	1017	+1	+1	422	396	+7	+7
Asie-Pacifique	938	893	+5	+4	210	225	- 6	- 2
Total	6307	6030	+5	+3	1168	1181	- 1	+2

Les ventes en **Europe**, en **Afrique** et au **Moyen-Orient** se sont considérablement redressées au quatrième trimestre, en particulier en France et en Espagne, après un début d'année marqué par la sécheresse. Les ventes en Europe ont progressé sur l'ensemble de l'exercice, du fait de la croissance à deux chiffres qui se poursuit en Europe de l'Est. Le léger recul des ventes régionales est le résultat d'une baisse des appels d'offres en Afrique et au Moyen Orient.

Les excellentes performances réalisées dans les pays de la zone **ALENA** sont le fruit d'une croissance à deux chiffres des ventes aux États-Unis, ainsi que d'une progression des ventes au Canada et au Mexique. Une fois encore, la gamme CALLISTO® a enregistré une forte croissance en raison d'une augmentation des surfaces de maïs cultivées. La croissance globale de notre portefeuille de produits, avec une contribution particulière des insecticides KARATE® et FORCE®, a permis à Syngenta de renforcer son leadership sur le plus grand marché agricole du monde.

La croissance modérée enregistrée en **Amérique latine** est le reflet de ventes robustes en Argentine, notamment de TOUCHDOWN®. Au Brésil, les ventes se sont légèrement tassées sur l'ensemble de l'exercice après un très bon second semestre marqué par les bonnes performances des insecticides et des fongicides. Les gains de parts de marché furent principalement le fait des produits combinés de la gamme AMISTAR®, destinés à combattre la rouille du soja, et de l'excellente performance d'ACTARA®.

En **Asie-Pacifique**, la faiblesse du marché australien fut largement compensée par la croissance au Japon, une amélioration de la situation en Chine, et des initiatives commerciales menées dans de nombreux marchés émergents, en particulier en Inde, en Corée et au Vietnam.

Seeds

Pour une définition du taux de change constant, voir Annexe A de la version anglaise.

Lignes de produits	Ensemble de l'exercice		Croissance		4 ^e trimestre		Croissance	
	2005 m \$	2004 m \$	Réel %	TCC %	2005 m \$	2004 m \$	Réel %	TCC %
Maïs et soja	880	401	+120	+117	26	27	-	+1
Diverses Grandes Cultures	301	247	+21	+16	26	24	+6	+13
Potagères et florales	616	591	+4	+2	108	101	+7	+9
Total	1797	1239	+45	+42	160	152	+6	+8

Grandes Cultures: marques principales: NK®, GARST®, GOLDEN HARVEST® maïs et oléagineux, HILLESÖG® betterave à sucre

Les ventes de maïs et de soja ont progressé dans l'ensemble des régions: la contribution aux Etats-Unis de GARST® et GOLDEN HARVEST® pour leur première année au sein du groupe a été significative permettant le maintien des parts de marché. Hors acquisitions, la croissance a été de 20 % (TCC). Dans le domaine des oléagineux, les ventes de NK® tournesol ont fortement augmenté, du fait d'importants gains de volume en Europe de l'Est et d'une demande accrue dans le domaine des biocarburants. Les ventes de betterave à sucre ont également progressé en Europe.

Potagères et florales: marques principales S&G® potagères, ROGERS® potagères, S&G® florales

Après un début d'année mitigé en raison des mauvaises conditions climatiques en Europe, les ventes de potagères ont opéré un redressement au second semestre, S&G® renforçant sa position sur le marché de la tomate. Les marchés émergents d'Amérique latine et d'Asie-Pacifique ont connu à nouveau une croissance soutenue de leurs ventes. Concernant les primeurs, les ventes de pastèques et de melons cantaloup ont à nouveau fortement progressées aux États-Unis et les premiers lancements de produits ont eu lieu en Europe.

Sur l'ensemble de l'exercice, les ventes de S&G® florales se sont tassées sur un marché en recul, mais ont cependant connu un regain au second semestre.

Régions	Ensemble de l'exercice				4 ^e trimestre			
	2005 m \$	2004 m \$	Réel %	TCC %	2005 m \$	2004 m \$	Réel %	CER %
Europe, Afrique et Moyen Orient	699	641	+9	+4	61	55	+11	+17
ALENA	903	437	+107	+106	54	56	- 2	- 2
Amérique latine	107	86	+24	+24	24	23	+4	+4
Asie-Pacifique	88	75	+17	+15	21	18	+15	+18
Total	1797	1239	+45	+42	160	152	+6	+8

Mise en garde: ce document contient des déclarations prospectives utilisant des termes comme «devrait», «attendu», «perspectives», «estimé» et autres expressions analogues. Ces déclarations peuvent être tributaires de certains risques et aléas qui pourraient faire en sorte que les résultats effectifs divergent de manière significative desdites déclarations. Nous vous renvoyons aux documents – librement accessibles – transmis par Syngenta à la «U.S. Securities and Exchange Commission» pour toute information relative à ces risques et aléas ou à tous autres risques ou aléas. Syngenta n'a aucune obligation de mettre à jour ses déclarations prospectives de manière à refléter les résultats réels, les changements de prévisions ou d'autres facteurs. Ce document ne constitue nullement une offre ou invitation à vendre ou émettre (et ne fait aucunement partie de pareille offre) ni une quelconque sollicitation de quelque offre que ce soit d'acheter ou de souscrire des actions ordinaires de Syngenta AG ou des ADS Syngenta. Pas plus ne constituera-t-il la base d'un quelconque contrat en ce sens ou en relation avec pareille offre ou sollicitation.

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 2005, le groupe a réalisé un chiffre d'affaires d'environ 8,1 milliards \$. Syngenta emploie quelque 19 000 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.

Contacts analystes/investisseurs:	Jonathan Seabrook (Suisse)	+41 61 323 7502
	Jennifer Gough (Suisse)	+41 61 323 5059
	Rhonda Chiger (États-Unis)	+ 1 (917) 322 2569
Contacts médias:	Guy Wolff (Suisse)	+41 61 323 2323
	Sarah Hull (États-Unis)	+ 1 (202) 347 8348
	Andrew Coker (Royaume-Uni)	+44 (1483) 26 0014
Contact registre des actions:	Urs-Andreas Meier	+41 61 323 2095