



Medienmitteilung

Jahresabschluss 2006

Basel, Schweiz, 8. Februar 2007

Performance stärkt Führungsposition

- Umsatz zu konstanten Wechselkursen unverändert bei USD 8,05 Milliarden
- Gewinn pro Aktie⁽¹⁾ legt um 14 Prozent auf USD 8,73 zu
- Crop Protection steigert Umsatz um 1 Prozent⁽²⁾ auf USD 6,4 Milliarden
- Umsatz mit neuen Produkten wächst um 25 Prozent⁽²⁾ auf USD 985 Millionen
- Markteinführung von Mais-Traits in Seeds auf Kurs: komplettes Angebot bis 2008
- Weitere Effizienzsteigerungen: Jährliche Einsparungen von USD 350 Millionen bis 2011
- Gesamtausschüttung für 2007 rund USD 800 Millionen: Dividendenerhöhung, Aktienrückkauf

Kennzahlen

	Vor Restrukturierung und Wertberichtigung				Gemäss IFRS	
	2006 Mio. USD	2005 Mio. USD	Effektiv %	kWk ⁽²⁾ %	2006 Mio. USD	2005 Mio. USD
Umsatz	8046	8104	- 1	-	8046	8104
Reingewinn⁽³⁾	872	779	+12		634	622
Gewinn pro Aktie	USD 8,73	USD 7,67	+14		USD 6,35	USD 6,13

Michael Pragnell, Chief Executive Officer:

“2006 lieferte Syngenta eine robuste Performance in einem schwierigen Marktumfeld, vor allem in der besonders wichtigen ersten Jahreshälfte. Der Bereich Crop Protection steigerte den Umsatz erneut und gewann dank der ausgezeichneten Entwicklung unserer neuen Produkte Marktanteile hinzu. Die führende Position von Syngenta wurde durch das kräftige Wachstum in den USA, in Osteuropa sowie in der Region Asien/Pazifik gestärkt; auch in Lateinamerika legte der Umsatz trotz schwieriger Bedingungen in Brasilien zu. Der Bereich Professional Products beschleunigte das Wachstum, vor allem durch die erfolgreiche Entwicklung in der Saatgutbehandlung. Nach einem schwierigen ersten Halbjahr für Mais und Soja in den USA lieferte der Bereich Seeds im zweiten Halbjahr ein gutes Ergebnis, mit zweistelligem Wachstum bei Gemüse und einer Expansion bei diversen Feldsaaten. Darüber hinaus machte Syngenta wichtige Fortschritte bei Zulassungen neuer Produkte, darunter die Genehmigung des Maiswurzelwurm-Traits durch die amerikanische Umweltbehörde (EPA). Die fortgesetzte Ausrichtung auf Kosten- und Kapitaleffizienz trug entscheidend dazu bei, den Gewinn zu steigern und einen starken Free Cashflow zu erzielen.”

(1) *Verwässerter Gewinn je Aktie vor Restrukturierung und Wertberichtigung.*

(2) *Wachstum zu konstanten Wechselkursen (kWk), siehe Anhang A des englischen Originals*

(3) *Reingewinn an die Aktionäre der Syngenta AG.*

Überblick 2006

Der **Umsatz** blieb bei konstanten Wechselkursen (kWk) unverändert; der ausgewiesene Umsatz ging um ein Prozent auf USD 8,05 Milliarden zurück. Im Geschäftsbereich Crop Protection stieg der Umsatz* um ein Prozent (kWk); im Bereich Seeds ging er um zwei Prozent zurück; im zweiten Halbjahr legte der Umsatz in Seeds um sechs Prozent zu.

Das **EBITDA** (Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen) stieg um ein Prozent (kWk) auf USD 1,54 Milliarden. Das Wachstum in margenstarken Geschäftsfeldern sowie betriebliche Kosteneinsparungen konnten die höheren Energiekosten mehr als ausgleichen und ermöglichten zusätzliche Investitionen in Marketing und Entwicklung. Die EBITDA-Marge blieb unverändert bei 19,1 Prozent.

Währungen: Die relative Dollarschwäche im zweiten Halbjahr wirkte sich mit USD 32 Millionen negativ auf das Jahres-EBITDA aus.

Der **Gewinn pro Aktie** vor Restrukturierung und Wertberichtigung stieg um 14 Prozent auf USD 8,73. Die Steigerung wurde getragen von einem höheren operativen Ergebnis und einer durch Wechselkursgewinne begünstigten Verringerung der Finanzaufwendungen. Unter Berücksichtigung von Restrukturierung und Wertberichtigung betrug er USD 6,35 (2005: USD 6,13).

Crop Protection: Der Geschäftsbereich übertraf die Erwartungen in einem schwierigen Marktumfeld mit einem starken Portfolio und einer weiterhin erfolgreichen Marketingstrategie. Das Wachstum mit neuen Produkten entwickelte sich weiterhin erfolgreich; der Umsatz stieg um 25 Prozent auf USD 985 Millionen, was vor allem auf die erfolgreichen Markteinführungen von AXIAL[®] und AVICTA[®] sowie auf das anhaltende Wachstum mit CALLISTO[®] und ACTARA[®]/CRUISER[®] zurückzuführen war. In der Region NAFTA legten die Umsätze nach einem starken Ergebnis im zweiten Halbjahr zu. In der Region Europa, Afrika und Mittlerer Osten konnte das Wachstum in Osteuropa, Afrika und im Mittleren Osten die rückläufigen Umsätze in Westeuropa ausgleichen. Lateinamerika erzielte trotz einer geringeren Maisanbaufläche in Brasilien Wachstum, wobei die breite Produktpalette sowie ein effizientes Risikomanagement den weiteren Ausbau der Marktanteile ermöglichten. In der Region Asien/Pazifik stiegen die Umsätze in mehreren Märkten, insbesondere in China, Indien und den Ländern Südostasiens. Im Bereich **Professional Products** stieg der Umsatz um 18 Prozent, wobei das starke Wachstum in Seed Care (Saatgutbehandlung) durch ein gutes Ergebnis im Bereich Lawn & Garden (Rasen & Garten) gestützt wurde. Im August wurde das Geschäft mit Zierpflanzen durch die Akquisition von Conrad Fafard, Inc. zusätzlich gestärkt.

Das EBITDA im Bereich Crop Protection stieg um ein Prozent (kWk) auf USD 1509 Millionen, wobei das Umsatzwachstum und die Einsparungen den Einfluss höherer Energiekosten und zusätzlicher Investitionen in Marketing und Entwicklung mehr als ausgleichen konnten.

* Umsätze in Crop Protection inklusive Intersegment-Umsätzen in Höhe von USD 77 Millionen.

Seeds: Das starke Wachstum im Geschäft mit diversen Feldsaaten und Gemüse konnte den Umsatzrückgang bei Mais und Soja, der durch Produktionsprobleme im ersten Quartal bedingt war, grösstenteils kompensieren. Diverse Feldsaaten erzielten ein überzeugendes Ergebnis und profitierten dabei von der steigenden Nachfrage nach Biotreibstoffen. Im Bereich Gemüse stieg die Nachfrage nach Frischprodukten erneut, während die Umsätze in allen Regionen zulegten; gute Ergebnisse lieferten insbesondere die aufstrebenden Märkte Lateinamerikas und Asiens. Die Entwicklung von so genannten „Input Traits“ (Pflanzeigenschaften) für Mais machte weitere Fortschritte mit der Einführung eines so genannten „Double Stack“-Produkts, das „Traits“ für Glyphosatoleranz/Maiszünsler-Resistenz kombiniert, sowie der Zulassung der amerikanischen Umweltschutzbehörde (EPA) von Agrisure™ RW, einem „Trait“ zur Kontrolle des Maiswurzelwurms, im Oktober und des „Double Stack“-Produkts Agrisure™ CB/RW im Januar 2007.

Das EBITDA im Bereich Seeds stieg um 17 Prozent (kWK) auf USD 158 Millionen und wurde von Kosteneinsparungen sowie vom Wachstum in margenstarken Geschäftsbereichen getragen.

F&E Pipeline: Im Bereich Crop Protection hat das neue Gemüefungizid REVUS® die Zulassung erhalten, und die ersten Markteinführungen stehen unmittelbar bevor. Die Entwicklung von Kombinationsprodukten auf der Basis des neuartigen Insektizids Rynaxypyr™, für das wir von DuPont eine weltweite Exklusivlizenz erhalten haben, kommt gut voran, sodass bis 2008 mit der Markteinführung zu rechnen ist. Die beiden Fungizide 520 und 524 sowie das selektive Maisherbizid 449 haben alle wichtige Meilensteine erreicht und befinden sich inzwischen in einem späten Entwicklungsstadium; zwei neue Substanzen haben zudem das Optimierungsstadium erreicht.

Im Bereich Seeds befindet sich die Entwicklung eines kompletten Angebots von „Input Traits“ für Mais weiterhin auf Kurs. Die „Double Stack“-Produkte werden noch in diesem Jahr eingeführt, die „Triple Stack“-Produkte, die drei „Traits“ kombinieren, werden für die Anbausaison 2008 angeboten. Ab 2008 plant Syngenta auch die Einführung einer Reihe von „Traits“ der zweiten Generation, darunter Mais-Amylase zur effizienteren Bioethanolproduktion, Mais mit Toleranz gegen Dürre und Trockenperioden sowie blattlaus- und nematodenresistente Sojasorten.

Effizienzsteigerungen: Die jährlichen Kosteneinsparungen aufgrund des in 2004 angekündigten Programms erreichten insgesamt USD 350 Millionen, wodurch die ölpreisbedingten Kostensteigerungen von USD 230 Millionen mehr als ausgeglichen werden konnten. Die Einsparungen durch das Programm, das 2007 ein Jahr früher als geplant abgeschlossen wird, dürften das Ziel von USD 425 Millionen erreichen. Die Gesamtkosten belaufen sich auf cash-wirksame Aufwendungen in Höhe von USD 500 Millionen und nicht cash-wirksame Aufwendungen in Höhe von USD 320 Millionen.

Eine weitere Steigerung der betrieblichen Effizienz soll bis 2011 Einsparungen in Höhe von USD 350 Millionen bringen. Die Einsparungen betreffen sowohl die Herstellungskosten als auch die betrieblichen Aufwendungen und werden zusätzliche Investitionen in Technologie, Marketing und Produktentwicklung ermöglichen, um das zukünftige Wachstum anzukurbeln. Die Kosten für das neue Programm werden auf USD 700 Millionen in Form cash-wirksamer und USD 250 Millionen in Form nicht cash-wirksamer Aufwendungen geschätzt.

Steuern: Der Basissteuersatz für den Berichtszeitraum betrug 22 Prozent (2005: 22 Prozent). Mittelfristig soll der Steuersatz auf dem Niveau zwischen 20 und 25 Prozent gehalten werden.

Cashflow und Bilanz: Der Free Cashflow nach Akquisitionen in Höhe von USD 145 Millionen betrug USD 614 Millionen. Die Investitionen von USD 217 Millionen (2005: USD 174 Millionen) lagen unter den Abschreibungen von USD 230 Millionen. Das Verhältnis zwischen durchschnittlichem Umlaufvermögen und Umsatz lag bei 43 Prozent (2005: 40 Prozent), wobei zum Jahresende höhere Lager- und Debitorenbestände verzeichnet wurden. Zum Jahresende 2006 betrug die Nettoverschuldung USD 1153 Millionen (2005: USD 860 Millionen), was einem Verschuldungsgrad von 20 Prozent (2005: 16 Prozent) entspricht.

Kapitalrückfluss an die Aktionäre: Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat das Unternehmen sein Aktienrückkaufprogramm fortgesetzt und im Mai über eine Put-Optionsstruktur 3,3 Millionen Aktien erworben. Im Juli erfolgte eine Ausschüttung von insgesamt USD 260 Millionen in Form einer Nennwertreduktion. Der Kapitalrückfluss an die Aktionäre betrug 2006 USD 889 Millionen; der Kapitalrückfluss für den Zeitraum 2004 bis 2006 beläuft sich insgesamt auf USD 1,6 Milliarden.

Für 2007 sieht das Unternehmen vor, durch eine um 15 Prozent erhöhte Dividende und ein Aktienrückkaufprogramm, rund USD 800 Millionen an die Aktionäre zurückzuzahlen. Am 2. Mai 2007 wird der Generalversammlung eine Ausschüttung von CHF 3,80 (2005: CHF 3,30) vorgeschlagen, wovon CHF 2,20 in Form einer Nennwertreduktion ausgezahlt werden sollen. Ebenfalls an der Generalversammlung wird die Vernichtung der 2006 zurückgekauften Aktien beantragt.

Ausblick

Michael Pragnell, Chief Executive Officer:

“Dank der anhaltenden Stärke unseres Geschäfts und der erfolgreichen Umsetzung unserer Strategie können wir bis 2008 an unserem Ziel, beim Gewinn pro Aktie* ein zweistelliges Wachstum zu realisieren, festhalten und gleichzeitig zusätzliche Mittel in Technologie, Marketing und Produktentwicklung investieren. Mit Blick in die weitere Zukunft wird unsere Führungsposition im Bereich Crop Protection durch die rasante Erweiterung unseres biotechnologischen Angebots im Bereich Seeds gestützt werden. In Kombination mit zusätzlichen Steigerungen der betrieblichen Effizienz wird dies das Gewinnwachstum bis zum Ende dieses Jahrzehnts vorantreiben. Darüber hinaus werden wir aufgrund unserer Bilanzstärke in der Lage sein, die Ausschüttung an unsere Aktionäre fortzusetzen.”

* Vollständig verwässert vor Restrukturierung, Wertminderung und dem Aktienrückkaufprogramm.

Crop Protection

Eine Definition der konstanten Wechselkurse (kWk) finden Sie im Anhang A des englischen Originals.

Produktelinie	Ganzes Jahr		Wachstum		4. Quartal		Wachstum	
	2006 Mio. USD	2005 Mio. USD	Effektiv %	kWk %	2006 Mio. USD	2005 Mio. USD	Effektiv %	kWk %
Selektive Herbizide	1813	1889	- 4	- 3	245	249	- 2	- 4
Nichtselektive Herbizide	725	688	+5	+5	124	123	+1	- 1
Fungizide	1716	1779	- 3	-2	370	356	+4	+1
Insektizide	1093	1100	- 1	-	239	224	+7	+5
Professional Products	958	807	+18	+18	249	170	+46	+44
Übrige	73	67	+8	+8	31	53	- 40	-42
Total	6378	6330	+1	+1	1258	1175	+7	+5

Selektive Herbizide: wichtigste Marken AXIAL[®], CALLISTO[®]-Produktfamilie, DUAL[®]/BICEP[®] MAGNUM, ENVOKE[®], FUSILADE[®]MAX und TOPIK[®]

Das CALLISTO[®]-Sortiment für Mais verzeichnete in Nord- und Lateinamerika sowie in Europa ein weiteres Wachstum, das durch die Einführung von Kombinationsprodukten verstärkt wurde. In den USA waren die Umsätze mit selektiven Herbiziden insgesamt rückläufig, wofür in erster Linie die geringere Maisanbaufläche verantwortlich war. Bei den Getreideherbiziden konnte AXIAL[®] in mehreren wichtigen Märkten erfolgreich lanciert werden. Aufgrund der ungünstigen Witterung in Europa und den USA gingen die Umsätze mit TOPIK[®] zurück.

Nichtselektive Herbizide: wichtigste Marken GRAMOXONE[®] und TOUCHDOWN[®]

Sowohl GRAMOXONE[®] als auch TOUCHDOWN[®] erzielten ein gesundes Wachstum. TOUCHDOWN[®] legte in den USA kräftig zu, vor allem getragen durch ein erweitertes Produktsortiment und das Vordringen glyphosattoleranter Technologien auf dem Maismarkt. GRAMOXONE[®] verzeichnete in Lateinamerika Umsatzsteigerungen, während in Asien dank der erfolgreichen Einführung von GRAMOXONE[®] und INTEON[®] in Südkorea ein breit abgestütztes Wachstum erzielt werden konnte.

Fungizide: wichtigste Marken AMISTAR[®], BRAVO[®], RIDOMIL GOLD[®], SCORE[®], TILT[®] und UNIX[®]

Nach einer schwierigen ersten Jahreshälfte, bedingt durch den kalten Winter in Europa und die Trockenheit in den Südstaaten der USA, erholten sich die Fungizidumsätze im zweiten Halbjahr. Trotz des schwierigen Umfeldes in Brasilien erzielte AMISTAR[®] in Asien und Lateinamerika höhere Umsätze. SCORE[®] verzeichnete ein erfreuliches Wachstum, insbesondere in Asien.

Insektizide: wichtigste Marken ACTARA[®], FORCE[®], KARATE[®], PROCLAIM[®] und VERTIMEC[®]

ACTARA[®] erzielte in allen Regionen ein starkes Wachstum, was insbesondere für Lateinamerika zutrifft. Dies wurde jedoch durch die rückläufigen Umsätze mit KARATE[®] in den USA ausgeglichen, wo das Produkt im Vorjahr von einem aussergewöhnlichen Blattlausbefall in Sojakulturen profitiert hatte. Der Umsatz mit FORCE[®] legte in Osteuropa kräftig zu und konnte auch in den USA Marktanteile hinzugewinnen. PROCLAIM[®] profitierte von einer starken Nachfrage bei Gemüse.

Professional Products: wichtigste Marken AVICTA[®], CRUISER[®], DIVIDEND[®], HERITAGE[®] und MAXIM[®]

Alle drei Geschäftsbereiche – Seed Care (Saatgutbehandlung), Lawn & Garden (Rasen & Garten) und Home Care (Haus & Garten) – verzeichneten ein zweistelliges Wachstum. Im Bereich Seed Care legte CRUISER[®] durch neue Markteinführungen und höhere Marktanteile in allen Regionen kräftig zu; AVICTA[®] wurde in den USA erfolgreich auf dem Baumwollmarkt eingeführt und expandiert inzwischen auf den Gemüsemarkt. Im Bereich Lawn & Garden stärkte die Akquisition von Fafard die Position des Unternehmens auf dem Markt für Zierpflanzen und unterstützte das solide Wachstum.

Regional	Ganzes Jahr		Wachstum		4. Quartal		Wachstum	
	2006 Mio. USD	2005 Mio. USD	Effektiv %	kWk %	2006 Mio. USD	2005 Mio. USD	Effektiv %	kWk %
Europa, Afrika, Mittlerer Osten	2242	2283	- 2	-	408	360	+14	+8
NAFTA	2119	2081	+2	+1	237	182	+30	+30
Lateinamerika	1036	1027	+1	+1	401	422	- 5	- 5
Asien/Pazifik	981	939	+4	+5	212	211	+1	- 1
Total	6378	6330	+1	+1	1258	1175	+7	+5

Die Umsätze in der Region **Europa, Afrika und Mittlerer Osten** blieben unverändert. Das Wachstum in Osteuropa, Afrika und im Mittleren Osten kompensierte die wegen des langen Winters sowie anhaltender struktureller Reformen rückläufigen Umsätze in Westeuropa. Syngenta konnte in mehreren wichtigen Märkten Europas Marktanteile hinzugewinnen, so etwa in Deutschland, Italien und Grossbritannien. Das gute Ergebnis mit selektiven Herbiziden, das durch die Einführung von AXIAL[®] gestützt wurde, sowie im Bereich Professional Products, machte die rückläufigen Umsätze mit Fungiziden mehr als wett.

In der Region **NAFTA** legten die Umsätze trotz schwieriger Bedingungen in den USA leicht zu. Letzteres war auf eine stagnierende Landwirtschaft, geringere Maisanbauflächen und Trockenheit in den Südstaaten zurückzuführen. Daraus resultierten rückläufige Umsätze mit selektiven Herbiziden und Fungiziden; die Umsätze mit Insektiziden gingen nach dem aussergewöhnlichen Wachstum 2005 ebenfalls zurück. Nichtselektive Herbizide, insbesondere TOUCHDOWN[®], profitierten von anhaltenden Fortschritten in der Biotechnologie und erzielten ein gutes Wachstum. Neue Produkte schnitten erfreulich ab, was unter anderem CALLISTO[®], ACTARA[®] und der Einführung von AXIAL[®] bei Getreide zu verdanken war. Der Bereich Professional Products lieferte ein starkes Ergebnis, insbesondere in der Saatgutbehandlung, angeführt von CRUISER[®] und der Einführung von AVICTA[®]. Das Wachstum mit Zierpflanzen wurde durch die Akquisition von Fafard im Bereich Lawn & Garden zusätzlich gestärkt.

Die Umsätze in **Lateinamerika** legten trotz schwieriger Marktbedingungen in Brasilien leicht zu. Das breite Produktportfolio sowie ein effektives Risikomanagement führten erneut zur einer Erhöhung der Marktanteile. ACTARA[®] / CRUISER[®] lieferten ein besonders starkes Ergebnis. In Argentinien stiegen die Umsätze, insbesondere bei Herbiziden und Insektiziden.

Die Region **Asien/Pazifik** verzeichnete ein breit abgestütztes Umsatzwachstum, wobei in mehreren Märkten wie China, Indien, Vietnam, Thailand und Indonesien zweistellige Zuwachsraten erreicht wurden. GRAMOXONE[®], SCORE[®], PROCLAIM[®] und CRUISER[®] lieferten ein besonders starkes Ergebnis.

Seeds

Eine Definition der konstanten Wechselkurse (kWk) finden Sie in Anhang A des englischen Originals.

Produktelinie	Ganzes Jahr		Wachstum		4. Quartal		Wachstum	
	2006	2005	Effektiv	kWk	2006	2005	Effektiv	kWk
	Mio. USD	Mio. USD			Mio. USD	Mio. USD		
Mais und Soja	785	880	- 11	- 10	40	26	+50	+48
Diverse Feldsaaten	309	301	+3	+7	31	26	+20	+14
Gemüse und Blumen	649	616	+5	+6	130	108	+20	+17
Total	1743	1797	- 3	- 2	201	160	+25	+21

Feldsaaten: wichtigste Marken NK[®], GARST[®], GOLDEN HARVEST[®]-Mais- und -Ölsaaten, HILLESHÖG[®]-Zuckerrüben

Die Umsätze mit Mais und Soja wurden durch Produktionsprobleme bei Mais im ersten Quartal sowie durch saisonale Lageranpassungen bei Soja beeinträchtigt. Der Bereich diverse Feldsaaten lieferte ein gutes Ergebnis und erzielte insbesondere mit Sonnenblumen in Osteuropa ein kräftiges Wachstum; die Steigerungen bei Ölsaaten in Deutschland und Grossbritannien wurden von der Nachfrage nach Biodiesel getragen. Die Umsätze mit Zuckerrüben in Westeuropa gingen zurück, was auf die Reform der Subventionszahlungen für Zucker zurückzuführen war; dies wurde jedoch grösstenteils durch ein Wachstum in Osteuropa, vor allem in Russland, ausgeglichen.

Gemüse und Blumen: wichtigste Marken S&G[®]-Gemüse, ROGERS[®]-Gemüse und S&G[®]-Blumen

Das Wachstum bei Gemüse beschleunigte sich im zweiten Halbjahr, wobei sich die Akquisition von Emergent Genetics Vegetable in Dänemark positiv auswirkte. In den neuen Märkten der Regionen Lateinamerika und Asien/Pazifik hielt das rasante Umsatzwachstum an. Die Umsätze mit Frischprodukten konnten dank des erweiterten Einzelhandelsnetzes in den USA und der erfolgreichen Einführung neuer Produkte in Europa um 31 Prozent zulegen.

Der Umsatz mit S&G[®]-Blumen blieb aufgrund des schlechten Frühlingswetters in Europa und der Auswirkungen der Trockenheit in Australien unverändert.

Regional	Ganzes Jahr		Wachstum		4. Quartal		Wachstum	
	2006	2005	Effektiv	kWk	2006	2005	Effektiv	kWk
	Mio. USD	Mio. USD			USD m	USD m		
Europa, Afrika, Mittlerer Osten	690	699	- 1	+3	73	61	+22	+14
NAFTA	838	903	- 7	- 7	72	54	+32	+32
Lateinamerika	107	107	- 1	- 1	28	24	+11	+11
Asien/Pazifik	108	88	+23	+22	28	21	+34	+28
Total	1743	1797	- 3	- 2	201	160	+25	+21

Haftungsausschluss (Safe Harbor): Dieses Dokument enthält zukunftsweisende Aussagen, die sich in Begriffen wie "erwarten", "wird", "könnte", "potenziell", "geplant", "sieht vor", "Schätzwert", "abzielen" etc. ausdrücken. Derartige Aussagen beinhalten Risiken und Unwägbarkeiten, die zu einer deutlichen Abweichung der effektiven Ergebnisse von den hierin gemachten Aussagen führen können. Wir verweisen Sie auf die öffentlich zugänglichen Einreichungen von Syngenta bei der amerikanischen SEC (Securities and Exchange Commission) im Zusammenhang mit diesen und anderen Risiken und Unwägbarkeiten. Syngenta verpflichtet sich nicht, die erwähnten zukunftsweisenden Aussagen anhand der tatsächlichen Resultate, geänderten Annahmen oder sonstigen Faktoren zu aktualisieren. Dieses Dokument stellt weder ein Angebot oder eine Einladung noch einen Teil eines solchen Angebots oder einer solchen Einladung dar, Stammaktien der Syngenta AG oder der Syngenta ADS zu kaufen oder zu zeichnen, noch stellt es die Aufforderung zu einem solchen Kauf- oder Zeichnungsangebot dar, und es bildet auch keinerlei Grundlage oder verlässliche Aussage im Zusammenhang mit einem diesbezüglichen Vertrag.

Syngenta ist ein weltweit führendes Agribusiness-Unternehmen, das sich durch innovative Forschung und Technologie für eine nachhaltige Landwirtschaft einsetzt. Das Unternehmen ist ein Marktführer im Pflanzenschutz und nimmt am Markt für hochwertiges kommerzielles Saatgut Platz drei ein. Der Umsatz 2006 betrug rund USD 8,1 Milliarden. Syngenta beschäftigt rund 19.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in über 90 Ländern. Syngenta ist an der Schweizer Börse (SYNN) und an der Börse von New York (SYT) kotiert. Weitere Informationen: www.syngenta.com.

Auskünfte für Analysten und Investoren:	Jonathan Seabrook	
	Schweiz	+41 (0)61 323 7502
	USA	+1 (202) 737 6520
	Jennifer Gough	
	Schweiz	+41 (0)61 323 5059
	USA	+1 (202) 737 6521
Medienauskünfte:	Médard Schoenmaeckers(Schweiz)	+41 (0)61 323 2323
	Sarah Hull (USA)	+ 1 (202) 628 2372
	Andrew Coker (GB)	+44 (0)1483 260014
Aktienregisterauskünfte	Urs-Andreas Meier	+41 (0)61 323 2095