



**Communiqué aux Médias**

**Résultats annuels 2006**

Bâle, Suisse, le 8 février 2007

**«De bonnes performances qui renforcent le leadership du groupe»**

- Un chiffre d'affaires à taux de change constant inchangé à 8,05 milliards \$
- Bénéfice par action<sup>(1)</sup> en hausse de 14 % à 8,73 \$
- Chiffre d'affaires de la division Protection des cultures en hausse de 1%<sup>(2)</sup> à 6,4 milliards \$
- Nouveaux produits en hausse de 25 %<sup>(2)</sup> à 985 millions \$
- Lancement sur les rails de nouveaux caractères pour le maïs de la division Semences: offre complète en 2008
- Nouvelles améliorations de la rentabilité opérationnelle: 350 millions \$ d'économies annuelles d'ici à 2011
- Retour sur investissement en 2007 d'environ 800 millions \$: dividende en hausse, rachat d'actions

**Données financières**

	Hors restructurations et moins-values				Résultats présentés selon les normes IFRS	
	2006 m \$	2005 m \$	Réel %	TCC <sup>(2)</sup> %	2006 m \$	2005 m \$
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>8046</b>	8104	- 1	-	<b>8046</b>	8104
<b>Bénéfice net<sup>(3)</sup></b>	<b>872</b>	779	+12		<b>634</b>	622
<b>Bénéfice par action</b>	<b>8,73 \$</b>	7,67 \$	+14		<b>\$6,35</b>	6,13 \$

**Michael Pragnell, Chief Executive Officer, a déclaré:**

«En 2006, Syngenta a démontré une belle résistance sur des marchés disputés - en particulier au premier semestre, période importante s'il en est. Une fois de plus, la division Protection des cultures a enregistré un chiffre d'affaires en hausse et gagné des parts de marché grâce aux excellentes performances des nouveaux produits. Le groupe a renforcé son leadership aux Etats-Unis, l'Europe orientale et l'Asie-Pacifique ont signé de belles progressions et une croissance a également pu être observée en Amérique latine, malgré des conditions difficiles au Brésil. Les Produits Professionnels ont accéléré leur croissance, grâce à la branche Protection des Semences principalement. Après un premier semestre difficile sur le marché américain du maïs et du soja, la division Seeds a obtenu de beaux résultats au second semestre, enregistrant une croissance à deux chiffres dans la branche Semences Potagères et une nouvelle expansion dans la branche Grandes Cultures Diverses. Par ailleurs, de nouvelles étapes réglementaires ont été franchies, parmi lesquelles l'homologation par l'EPA de notre caractère de résistance à la chrysomèle du maïs. Nos efforts continus en matière de maîtrise des coûts et de rentabilité du capital nous ont permis d'accroître nos bénéfices et de réaliser un excellent free cash flow.»

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

(2) Croissance à taux de change constant, voir l'Annexe A du communiqué anglais

(3) Bénéfice net (part du groupe).

## Points-clés des résultats 2006

---

Le **chiffre d'affaires** à taux de change constant (TCC) est inchangé; les ventes ont baissé de 1 % à 8,05 milliards \$. Le chiffre d'affaires\* de la division Protection des cultures a augmenté de 1 % (TCC); celui de la division Seeds a baissé de 2 %, même si les ventes ont augmenté de 6 % au cours du second semestre.

L'**EBITDA** a progressé de 1 % (TCC) à 1,54 milliards \$. La croissance réalisée dans des activités offrant des marges élevées et l'amélioration de la rentabilité opérationnelle ont plus que compensé l'impact de la hausse des prix pétroliers et ont permis d'accroître les dépenses de marketing et de développement. L'EBITDA est inchangé à 19,1 %.

**Taux de change:** la faiblesse relative du dollar au cours du second semestre a eu un impact négatif de 32 millions \$ sur l'EBITDA de l'exercice.

Le **bénéfice par action**, hors restructurations et moins-values, a augmenté de 14 % à 8,73 \$. La hausse a été alimentée par un accroissement du bénéfice opérationnel et par une réduction des dépenses financières nettes liée notamment à des bénéfices de change. Après restructurations et moins-values, le bénéfice par action s'élève à 6,35 \$ (2005: 6,13 \$).

**Protection des cultures:** grâce à la qualité de son portefeuille et au succès d'une stratégie marketing qui continue à faire ses preuves, la division Protection des cultures a obtenu de meilleurs résultats que la concurrence sur un marché âprement disputé. Les nouveaux produits ont poursuivi leur progression, enregistrant une hausse des ventes de 25 % à 985 millions \$, soutenue par les lancements réussis d'AXIAL<sup>®</sup> et d'AVICTA<sup>®</sup> et par une poursuite de la croissance de CALLISTO<sup>®</sup> et d'ACTARA<sup>®</sup>/CRUISER<sup>®</sup>. Les ventes ont augmenté dans la zone ALENA après une belle performance au second semestre. Dans la zone EAME, la croissance observée en Europe orientale ainsi qu'en Afrique et au Moyen Orient a permis de compenser un recul des ventes en Europe occidentale. Malgré une réduction des surfaces de soja cultivées au Brésil, les ventes ont également progressé en Amérique latine, avec un portefeuille de produits très large ainsi qu'une gestion des risques efficace ayant permis de gagner encore des parts de marché. L'Asie-Pacifique a augmenté ses ventes sur une série de marchés, en particulier en Chine, en Inde et dans le Sud-Est asiatique. Les ventes de **Produits Professionnels** ont augmenté de 18 %, une hausse soutenue par une forte croissance dans la branche Protection des Semences et les excellentes performances de la branche Lawn & Garden. Au mois d'août, le segment horticulture a vu son champ d'activités s'élargir du fait de l'acquisition de la société Conrad Fafard, Inc.

L'EBITDA a augmenté de 1 % (TCC) à 1509 millions \$, la croissance du chiffre d'affaires et la réduction des coûts opérationnels ayant largement compensé l'impact de la hausse des prix pétroliers et celle des dépenses de marketing et de développement.

---

\* Les ventes de la division Crop Protection incluent 77 millions \$ de ventes inter-segments.

**Semences:** l'importante croissance des branches Grandes Cultures Diverses et Semences Potagères a largement compensé le recul des ventes sur les marchés du maïs et du soja - lié à des problèmes de production rencontrés au premier semestre. La branche Grandes Cultures Diverses a réalisé une superbe performance, tirant parti de la demande accrue de biocarburants. Dans celle des Semences Potagères, la demande de primeurs continue à croître et les ventes ont progressé dans toutes les régions, avec une mention particulière pour les marchés en développement d'Amérique latine et d'Asie. Le pipeline de caractères biotechnologiques pour le maïs a réalisé une belle progression, grâce au lancement de la double combinaison de tolérance au glyphosate et de résistance aux insectes ravageurs du maïs, et grâce également à l'homologation par l'EPA d'Agrisure™ RW, un caractère breveté de contrôle de la chrysomèle des racines du maïs, ainsi que de la double combinaison Agrisure™ CB/RW, ces homologations ayant été obtenues respectivement en octobre 2006 et janvier 2007.

L'EBITDA a augmenté de 17 % (TCC) à 158 millions \$ grâce à des réductions de coûts et à la croissance enregistrée dans des activités offrant des marges importantes.

**Pipeline R&D:** dans la division Protection des cultures, le nouveau fongicide pour les légumes REVUS® a été homologué et les premiers lancements sont déjà sur les rails. Des combinaisons de produits basées sur le nouvel insecticide Rynaxypyr™, commercialisé exclusivement sous licence DuPont dans le monde entier, continuent à faire de bons progrès en vue d'un lancement en 2008; les deux fongicides 520 et 524 et l'herbicide sélectif pour le maïs 449 ont tous franchi des étapes importantes et sont à présent en bout de développement. Par ailleurs, deux nouveaux composés sont entrés dans la phase d'optimisation. Dans la division Semences, un large éventail de caractères biotechnologiques pour le maïs se trouve en bonne progression. Des doubles combinaisons vont ainsi être lancées en 2007 et une triple combinaison sera disponible pour la saison 2008. En outre, à partir de 2008, le groupe a l'ambition de lancer un certain nombre de caractères de deuxième génération, dont l'amylase du maïs pour une production plus rentable de bioéthanol, un maïs résistant à la sécheresse et un soja résistant aux aphides et aux nématodes.

**Rentabilité opérationnelle:** les réductions annuelles de coûts liées à la mise en œuvre du programme annoncé en 2004 ont atteint 350 millions \$ et compensent largement l'effet cumulé de la hausse des prix pétroliers, qui s'élève à 230 millions \$. Le programme sera bouclé en 2007, avec un an d'avance sur le calendrier et des économies totales estimées à 425 millions \$, un chiffre conforme donc à l'objectif fixé. Le coût total sera de 500 millions \$ en cash et de 320 millions \$ en non-cash.

De nouveaux gains de rentabilité sont aujourd'hui ciblés, le but étant de réaliser des économies annualisées d'un montant global de 350 millions \$ d'ici à 2011. Ces économies seront réalisées tant au niveau du coût des marchandises vendues que des frais d'exploitation; elles permettront à l'entreprise de réaliser des investissements supplémentaires dans le domaine technologique, dans le marketing et dans le développement de produits afin d'étayer sa croissance future. Le coût du nouveau programme est estimé à 700 millions \$ en cash et 250 millions \$ en non-cash.

**Imposition:** le taux d'imposition effectif pour l'exercice s'est élevé à 22 % (2005: 22 %). Le taux d'imposition devrait rester légèrement au-dessus de la barre des 20 % à moyen terme.

**Cash-flow et bilan comptable:** après acquisitions (soit un montant de 145 millions \$), le free cash flow s'élève à 614 millions \$. Les investissements 217 millions \$ (pour 174 millions \$ en 2005) ont été inférieurs aux amortissements (230 millions \$). Les besoins moyens en fonds de roulement, exprimés en pourcentage du chiffre d'affaires, se sont élevés à 43 % (2005: 40 %), avec des stocks et des créances à recevoir en hausse en fin d'année. À la fin de l'exercice, la dette nette s'élevait à 1153 millions \$ (2005: 860 millions \$), ce qui représente un taux d'endettement de 20 % (2005: 16 %).

**Retour aux actionnaires:** la société a poursuivi en 2006 son programme de rachat d'actions, rachetant ainsi 3,3 millions d'actions au mois de mai grâce à une structure d'options de vente. Un dividende total de 260 millions \$ a été versé en juillet sous la forme d'une réduction de la valeur nominale des actions. En 2006, ce sont ainsi 889 millions \$ qui ont été retournés aux actionnaires, ce qui amène le retour cumulé des années 2004, 2005 et 2006 à 1,6 milliards \$.

Pour 2007, l'entreprise souhaiterait retourner aux actionnaires environ 800 millions \$ à travers une hausse de 15 % du dividende et un programme de rachat d'actions. Un dividende de 3,80 CHF par action (2005: CHF 3,30), dont 2,20 CHF sous la forme d'une réduction de la valeur nominale des actions, sera soumis à l'approbation des actionnaires lors de l'Assemblée générale du 2 mai 2007. Elle sera accompagnée d'une demande d'annulation des actions rachetées en 2006.

## **Perspectives**

---

Michael Pragnell, Chief Executive Officer, a déclaré:

«Le niveau d'activité toujours aussi élevé et le succès de la stratégie mise en œuvre nous permettent de réaffirmer notre objectif de croissance à deux chiffres du bénéfice par action\* jusqu'en 2008, tout en investissant encore davantage dans la technologie, le marketing et le développement de produits. À plus long terme, notre position de leader dans le domaine des produits de protection des cultures sera renforcée par l'extension rapide de l'offre de produits biotechnologiques de la division Semences. Ce facteur, combiné avec de nouveaux gains de rentabilité, alimentera la croissance des bénéfices jusqu'à la fin de la décennie. Par ailleurs, notre excellente situation en termes de bilan nous permet de poursuivre notre programme de retour aux actionnaires.»

---

\* *Entièrement dilué, avant restructurations, moins-values et programme de rachat d'actions.*

## Protection des cultures

Pour une définition du taux de change constant, voir l'Annexe A du communiqué anglais.

Lignes de produits	Ensemble de l'exercice		Croissance		4 <sup>e</sup> trimestre		Croissance	
	2006 m \$	2005 m \$	Réel %	TCC %	2006 m \$	2005 m \$	Réel %	TCC %
Herbicides sélectifs	1813	1889	- 4	- 3	245	249	-2	-4
Herbicides non sélectifs	725	688	+5	+5	124	123	+1	-1
Fongicides	1716	1779	- 3	-2	370	356	+4	+1
Insecticides	1093	1100	- 1	-	239	224	+7	+5
Produits professionnels	958	807	+18	+18	249	170	+46	+44
Autres	73	67	+8	+8	31	53	-40	-42
Total	6378	6330	+1	+1	1258	1175	+7	+5

**Herbicides sélectifs:** marques principales: AXIAL<sup>®</sup>, gamme CALLISTO<sup>®</sup>, DUAL<sup>®</sup>/BICEP<sup>®</sup> MAGNUM, ENVOKE<sup>®</sup>, FUSILADE<sup>®</sup>MAX, TOPIK<sup>®</sup>.

La gamme CALLISTO<sup>®</sup> pour le maïs a continué à gagner du terrain en Amérique du Nord et du Sud et en Europe, soutenue par le lancement de combinaisons. Aux Etats-Unis, les ventes d'herbicides sélectifs ont baissé globalement en raison principalement d'une réduction des surfaces de maïs cultivées. Dans le domaine des herbicides céréaliers, AXIAL<sup>®</sup> a été lancé avec succès sur un certain nombre de grands marchés. Les ventes de TOPIK<sup>®</sup> ont connu un fléchissement en raison de conditions météorologiques défavorables en Europe et aux Etats-Unis.

**Herbicides non sélectifs:** marques principales: GRAMOXONE<sup>®</sup>, TOUCHDOWN<sup>®</sup>

Tant GRAMOXONE<sup>®</sup> que TOUCHDOWN<sup>®</sup> ont enregistré une belle croissance. TOUCHDOWN<sup>®</sup> a signé une importante progression aux Etats-Unis, soutenue par un élargissement de la gamme de produits et la poursuite de la pénétration de la technologie de tolérance au glyphosate dans la culture du maïs. GRAMOXONE<sup>®</sup> est parvenu à croître en Amérique latine mais davantage encore en Asie, où il a bénéficié du lancement réussi de GRAMOXONE<sup>®</sup> INTEON<sup>®</sup> en Corée du Sud.

**Fongicides:** marques principales: AMISTAR<sup>®</sup>, BRAVO<sup>®</sup>, RIDOMIL GOLD<sup>®</sup>, SCORE<sup>®</sup>, TILT<sup>®</sup>, UNIX<sup>®</sup>

Après un premier semestre difficile en Europe en raison d'un hiver rigoureux, mais aussi aux États-Unis. suite à la sécheresse observée dans le Sud du pays, les ventes de fongicides ont retrouvé un certain tonus au second semestre. Les ventes d'AMISTAR<sup>®</sup> ont augmenté en Asie et en Amérique latine, malgré des conditions de marché difficiles au Brésil. SCORE<sup>®</sup> a réalisé une belle croissance, en particulier en Asie.

**Insecticides:** marques principales: ACTARA<sup>®</sup>, FORCE<sup>®</sup>, KARATE<sup>®</sup>, PROCLAIM<sup>®</sup>, VERTIMEC<sup>®</sup>

ACTARA<sup>®</sup> a signé une belle croissance dans toutes les régions, en particulier en Amérique latine. Cette performance a été compensée par une baisse des ventes de KARATE<sup>®</sup> aux Etats-Unis. par rapport à l'année précédente, le chiffre d'affaires 2005 ayant tiré parti d'une pullulation exceptionnelle d'aphides du soja. Les ventes de FORCE<sup>®</sup> ont enregistré une nette hausse en Europe orientale et gagné des parts de marché aux Etats-Unis PROCLAIM<sup>®</sup> a bénéficié d'une forte demande dans le domaine des cultures potagères.

**Produits professionnels:** marques principales: AVICTA<sup>®</sup>, CRUISER<sup>®</sup>, DIVIDEND<sup>®</sup>, HERITAGE<sup>®</sup>, MAXIM<sup>®</sup>

Les trois branches – Protection des semences, Espaces verts et jardins, Protection des matériaux – ont signé une croissance à deux chiffres. Dans la branche protection des matériaux, CRUISER<sup>®</sup> a fortement progressé dans toutes les régions, avec de nouveaux lancements et une part de marché en augmentation. AVICTA<sup>®</sup> a été lancé avec succès dans la culture du coton aux Etats-Unis et progresse dans le domaine des cultures potagères. Concernant la branche Espaces verts et jardins, l'acquisition de l'entreprise Fafard a renforcé la présence de la société dans l'horticulture et a généré une importante croissance sous-jacente.

Régions	Ensemble de l'exercice		Croissance		4 <sup>e</sup> trimestre		Croissance	
	2006 m \$	2005 m \$	Réel %	TCC %	2006 m \$	2005 m \$	Réel %	TCC %
Europe, Afrique et Moyen Orient	2242	2283	- 2	-	408	360	+14	+8
ALENA	2119	2081	+2	+1	237	182	+30	+30
Amérique latine	1036	1027	+1	+1	401	422	- 5	- 5
Asie-Pacifique	981	939	+4	+5	212	211	+1	- 1
Total	6378	6330	+1	+1	1258	1175	+7	+5

Les ventes en **Europe**, en **Afrique** et au **Moyen Orient** sont restées inchangées. La croissance en Europe orientale, en Afrique et au Moyen orient compense la baisse des ventes en Europe occidentale résultant de la longueur exceptionnelle de l'hiver et de la réforme structurelle en cours. Syngenta a gagné du terrain sur plusieurs grands marchés européens, dont l'Allemagne, l'Italie et le Royaume-Uni. Les bonnes performances réalisées par les herbicides sélectifs, soutenues par le lancement d'AXIAL<sup>®</sup>, et par les produits professionnels ont largement compensé la baisse des ventes de fongicides.

Les ventes dans la zone **ALENA** ont légèrement augmenté, malgré une saison difficile aux Etats-Unis en raison de l'affaiblissement de l'économie agricole, d'une réduction des surfaces de maïs cultivées et de la sécheresse qui a sévi dans le Sud. De ce fait, les ventes d'herbicides sélectifs et de fongicides ont baissé; les insecticides ont également connu une baisse de régime après une croissance exceptionnellement élevée en 2005. Les herbicides non sélectifs, TOUCHDOWN<sup>®</sup> en particulier, ont tiré parti de la pénétration continue de la biotechnologie, ce qui a leur permis de signer une jolie progression. Les nouveaux produits ont réalisé d'excellentes performances grâce en particulier à CALLISTO<sup>®</sup> et ACTARA<sup>®</sup> ainsi qu'au lancement d'AXIAL<sup>®</sup> pour les cultures céréalières. Les produits professionnels ont frappé fort, avec une mention particulière pour le traitement des semences, grâce à l'apport de CRUISER<sup>®</sup> et au lancement d'AVICTA<sup>®</sup>; la croissance dans l'horticulture a été favorisée par l'acquisition de la société Fafard dans la branche Espaces verts et jardins.

Les ventes en **Amérique latine** ont légèrement progressé, malgré des conditions de marché difficiles au Brésil. L'étendue du portefeuille produits et une gestion efficace des risques ont permis d'accroître de nouveau les parts de marché. ACTARA<sup>®</sup> / CRUISER<sup>®</sup> ont signé des performances particulièrement convaincantes. Grâce en particulier à l'apport des herbicides et des insecticides, les ventes ont augmenté en Argentine.

Les ventes en **Asie-Pacifique** ont augmenté sur une base très large. La croissance est même à deux chiffres sur un certain nombre de marchés, dont la Chine, l'Inde, le Vietnam, la Thaïlande et l'Indonésie. GRAMOXONE<sup>®</sup>, SCORE<sup>®</sup>, PROCLAIM<sup>®</sup> et CRUISER<sup>®</sup> ont réalisé des performances particulièrement convaincantes.

## Semences

Pour une définition du taux de change, voir l'Annexe A du communiqué anglais.

Lignes de produits	Ensemble de l'exercice		Croissance		4 <sup>e</sup> trimestre		Croissance	
	2006 m \$	2005 m \$	Réel %	TCC %	2006 m \$	2005 m \$	Réel %	TCC %
Maïs et soja	785	880	- 11	- 10	40	26	+50	+48
Diverses Grandes Cultures	309	301	+3	+7	31	26	+20	+14
Potagères et florales	649	616	+5	+6	130	108	+20	+17
Total	1743	1797	- 3	- 2	201	160	+25	+21

**Grandes cultures:** marques principales: NK<sup>®</sup>, GARST<sup>®</sup>, GOLDEN HARVEST<sup>®</sup> maïs et oléagineux, HILLESHÖG<sup>®</sup> betterave à sucre

Les ventes de maïs et de soja ont été affectées par des problèmes de production dans le secteur du maïs au cours du premier trimestre et par des ajustements de canaux dans celui du soja en fin de saison. La branche Diverses Grandes Cultures a réalisé une belle performance, signant une nette croissance dans le segment du tournesol en Europe orientale et dans celui des oléagineux en Allemagne et au Royaume-Uni en raison d'une importante demande dans le domaine du biodiesel. Les ventes de betterave à sucre ont baissé en Europe occidentale, du fait de la réforme du système de subventionnement du secteur du sucre; cette régression a été largement compensée par la croissance enregistrée en Europe orientale - en Russie plus particulièrement.

**Potagères et florales:** marques principales: S&G<sup>®</sup> potagères, ROGERS<sup>®</sup> potagères, S&G<sup>®</sup> florales

La croissance dans le domaine des potagères s'est accélérée au second semestre et il faut souligner à cet égard l'apport positif généré par l'acquisition d'Emergent Genetics Vegetable au Danemark. Les ventes continuent à augmenter rapidement sur les marchés émergents d'Amérique latine et d'Asie-Pacifique. Les ventes de primeurs ont augmenté de 31 %, grâce au développement du réseau de distribution aux Etats-Unis et à des premiers lancements réussis en Europe.

Les ventes de S&G<sup>®</sup> florales se sont stabilisées malgré des conditions météorologiques défavorables au printemps en Europe et les répercussions de la sécheresse en Australie.

Régions	Ensemble de l'exercice		Croissance		4 <sup>e</sup> trimestre		Croissance	
	2006 m \$	2005 m \$	Réel %	TCC %	2006 m \$	2005 m \$	Réel %	TCC %
Europe, Afrique et Moyen Orient	690	699	- 1	+ 3	73	61	+22	+14
ALENA	838	903	- 7	- 7	72	54	+32	+32
Amérique latine	107	107	- 1	- 1	28	24	+11	+11
Asie-Pacifique	108	88	+23	+22	28	21	+34	+28
Total	1743	1797	- 3	- 2	201	160	+25	+21

**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 2006, le groupe a réalisé un chiffre d'affaires d'environ 8,1 milliards \$. Syngenta emploie quelque 19500 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](http://www.syngenta.com).

Contacts analystes/investisseurs:	Jonathan Seabrook	
	Suisse	+41 (0)61 323 7502
	Etats-Unis	+1 (202) 737 6520
	Jennifer Gough	
	Suisse	+41 (0)61 323 5059
	Etats-Unis	+1 (202) 737 6521
Contacts médias:	Médard Schoenmaeckers (Suisse)	+41 (0)61 323 2323
	Sarah Hull (Etats-Unis)	+ 1 (202) 628 2372
	Andrew Coker (Royaume-Uni)	+44 (0)1483 260014
Contact registre des actions	Urs-Andreas Meier	+41 (0)61 323 2095