

Syngenta International SA

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 4 février 2015

Résultats de l'exercice 2014

Objectif de croissance des ventes atteint: le lancement d'ELATUS™ dépasse les attentes

- **Chiffre d'affaires des ventes intégrées en hausse de 6% à taux de change constants**
 - Hausse de 7% hors glyphosate
 - Ventes du quatrième trimestre en hausse de 12%
- **Chiffre d'affaires total en hausse de 5% à taux de change constants, à \$15,1 milliards**
- **Ventes d'ELATUS™ au Brésil supérieures à \$300 millions**
- **EBITDA en hausse de 1%, à \$2,9 milliards; marge de 19,3%,**
 - Hausse de 7% à taux de change constants
- **Mesures de levier opérationnel: économies prévues de \$265 millions en 2015**
- **Bénéfice par action¹ en hausse de 1%, à \$19,42**
- **Cash-flow disponible avant acquisitions de \$1,2 milliards**
- **Proposition d'augmentation du dividende de 10% à CHF 11,00**

Rapport des résultats financiers clés

	2014 \$m	2013 \$m	Réel %	TCC ² %
Chiffre d'affaires	15 134	14 688	+3	+5
Bénéfice d'exploitation	2 105	2 086	+1	
Bénéfice net	1 619	1 644	-2	
EBITDA	2 926	2 895	+1	+7
Bénéfice par action¹	\$19,42	\$19,30	+1	

¹ Hors restructurations et moins-values; entièrement dilué

² À taux de change constants

Mike Mack, Chief Executive Officer, a déclaré:

« En 2014, nous avons atteint notre objectif d'une croissance de 6% des ventes intégrées à taux de change constants, malgré la baisse des prix des productions agricoles, des conditions météorologiques défavorables en Amérique du Nord et une réduction délibérée des ventes du glyphosate sur lequel notre marge est faible. En dépit de l'incertitude géopolitique dans les pays de la CEI, les pays émergents ont enregistré une croissance à deux chiffres pour la cinquième année consécutive. La croissance a également été importante en Europe de l'Ouest, notamment grâce à la performance particulièrement solide de notre portefeuille élargi de fongicides, ce qui représente une tendance encourageante. En Amérique latine, notre nouveau fongicide ELATUS™ a réalisé un chiffre d'affaires de plus de \$300 millions après son introduction sur le marché brésilien. Il s'agit du lancement le plus important de l'histoire de Syngenta, qui s'est traduit par une large reconnaissance, par les producteurs, de l'efficacité inégalée de ce produit contre la rouille du soja.

Avec les marchés émergents représentant aujourd'hui plus de 50% de notre chiffre d'affaires, la gestion de conditions plus volatiles fait désormais partie intégrante de notre activité. Un impact négatif des devises, en particulier celles des pays de la CEI, a entraîné une légère baisse de la marge EBITDA par rapport à l'année précédente. En 2014, les marges ont également été affectées par une répartition défavorable des ventes liée en grande partie à la réduction des surfaces cultivées en maïs aux États-Unis. Nous restons concentrés sur l'amélioration de la rentabilité et en novembre, nous avons annoncé des mesures décisives qui permettront de réaliser en 2015 de premières économies dans le cadre de notre programme d'accélération du levier opérationnel. Ce dernier augmentera notre efficacité commerciale, ainsi que notre efficacité non seulement dans la recherche et développement mais aussi dans la chaîne d'approvisionnement. Il nous permettra de réaliser le plein potentiel de notre stratégie intégrée et de pérenniser les gains de rentabilité obtenus. »

Principaux résultats financiers de l'exercice 2014

Chiffre d'affaires de \$15,1 milliards

Le chiffre d'affaires a enregistré une hausse de 5% à taux de change constants, avec des volumes et des prix qui s'inscrivent en hausse de 2% et 3% respectivement. Les ventes intégrées ont augmenté de 6%, les volumes et les prix affichant tous deux une hausse de 3%. Hors glyphosate, les ventes intégrées ont progressé de 7%. Les acquisitions ont contribué au chiffre d'affaires à hauteur de \$48 millions, tandis que la cession de Dulcinea Farms en décembre 2013 correspond à un repli de \$71 millions.

EBITDA de \$2,9 milliards

L'EBITDA a augmenté de 1%, avec une marge EBITDA de 19,3% (2013: 19,7%). La rentabilité a été affectée par une répartition des ventes et par un impact défavorable des devises s'élevant à \$90 millions, malgré des hausses de prix dans les pays de la CEI. À taux de change constants, la marge EBITDA a légèrement progressé, atteignant 20%.

Charges financières nettes et impôts

Les charges financières nettes de \$217 millions (2013: \$200 millions) intègrent l'augmentation des frais de couverture associée à la croissance dans les pays émergents.

Le taux d'imposition avant restructurations et moins-values reste inchangé à 15%.

Bénéfice net de \$1,6 milliards

Restructurations et moins-values incluses, le bénéfice net s'inscrit en baisse de 2%. Le bénéfice par action, hors restructurations et moins-values, est en hausse de 1%, à \$19,42 (2013: \$19,30).

Cash-flow et bilan

Le cash-flow disponible avant acquisitions atteint \$1,2 milliard, contre \$525 millions en 2013. Le fonds de roulement d'exploitation exprimé en pourcentage du chiffre d'affaires s'établit à 34%, contre 35% en 2013, reflétant une réduction significative des stocks. Les investissements en capital fixe, actifs incorporels inclus, s'élèvent à \$717 millions (2013: \$727 millions). Les dépenses d'acquisition sont en baisse à \$89 millions, contre \$140 millions en 2013. À 11%, le taux de rentabilité interne des investissements (CFROI) est inférieur à l'objectif de plus de 12% du fait de l'impact des devises sur l'EBITDA. Le ratio d'endettement net sur fonds propres s'élève à 27% (2013: 24%).

Dividende et rachat d'actions

Le total des sommes versées aux actionnaires en 2014 s'élève à \$1,081 millions. Le dividende a augmenté de 5% (12% en \$), les dividendes versés totalisant \$1,032 millions. Les rachats d'actions se sont élevés à \$49 millions.

Le Conseil d'administration proposera à l'Assemblée générale du 28 avril 2015 d'augmenter le dividende à CHF 11,00 par action, contre CHF 10,00 en 2013. Cela représente une hausse de 10% en francs suisses et d'environ 6% en dollars américains aux taux de change de fin janvier, avec un taux de distribution de 60%. La décision d'augmenter le dividende reflète à la fois la confiance de l'entreprise dans sa capacité future à générer des liquidités et à s'appuyer sur un bilan solide. L'entreprise se réserve la flexibilité de procéder à des rachats d'actions d'ordre tactique.

Faits marquants de l'exercice 2014

	Exercice		Croissance		4 ^e trimestre		Croissance	
	2014 \$m	2013 \$m	Réel %	TCC %	2014 \$m	2013 \$m	Réel %	TCC %
Europe, Afrique, Moyen-Orient	4 547	4 223	+8	+11	580	442	+31	+48
Amérique du Nord	3 582	3 848	-7	-6	634	717	-12	-11
Amérique latine	4 279	3 991	+7	+9	1 739	1 581	+10	+13
Asie Pacifique	2 033	1 935	+5	+10	515	472	+9	+13
Total ventes intégrées	14 441	13 997	+3	+6	3 468	3 212	+8	+12
Lawn and Garden	693	691	-	+1	183	170	+8	+11
Chiffre d'affaires du Groupe	15 134	14 688	+3	+5	3 651	3 382	+8	+12

Ventes intégrées

- **Chiffre d'affaires en hausse de 6%, à \$14,4 milliards**
 - Volume +3%, prix +3%
- **EBITDA à \$2,8 milliards (2013: \$2,7 milliards)**
- **Marge EBITDA à 19,2% (2013: 19,6%)**

Europe, Afrique et Moyen-Orient: Une solide performance reposant sur une croissance dans tous les territoires. Le quatrième trimestre a été stimulé par l'expansion rapide de l'offre orge hybride HYVIDO™, par la consolidation des acquisitions de semences et par la forte demande précoce de produits de protection des cultures. Les pays de la CEI ont enregistré une bonne croissance en volume tant dans la protection des cultures que dans les semences, avec un rebond au quatrième trimestre. Des hausses de prix significatives ont compensé environ la moitié des pertes de change subies après la dépréciation brutale du rouble russe et de la hryvnia ukrainienne. Les fongicides de la nouvelle catégorie SDHI ont largement contribué à la croissance dans la région, grâce à une augmentation de plus de 75% des ventes de SEGURIS® et VIBRANCE®.

Amérique du Nord: les ventes ont été pénalisées par la période prolongée de basses températures au premier semestre, qui a retardé le démarrage de la saison et réduit la pression exercée par les insectes. Au Canada, les surfaces cultivées en céréales ont été réduites et de surcroît le marché a été affecté par des inondations. Les ventes d'herbicides non sélectifs dans la région s'inscrivent en baisse du fait de la réduction volontaire des volumes de vente de glyphosate. En ce qui concerne les semences, les ventes de soja ont augmenté grâce à la hausse des surfaces cultivées et des volumes accrus des livraisons en vrac effectuées dans le cadre d'un programme de commandes anticipées. Les ventes de maïs ont reculé dans un contexte de diminution des surfaces cultivées, mais la demande d'AGRISURE VIPTERA®, qui a reçu en décembre l'autorisation d'importation des autorités chinoises, a été assurée.

Amérique latine: Malgré les précipitations irrégulières causant des retards dans le semis et dans la consommation de produits de protection des cultures, les ventes ont augmenté de 9% (15% hors glyphosate). Dans le domaine de la protection des cultures, le nouveau fongicide ELATUS™ a enregistré des ventes de plus de \$300 millions après son lancement au Brésil, où les insecticides affichent également une croissance soutenue du fait de la pression considérable exercée par les chenilles sur le soja, le maïs et le coton. Les produits de protection des cultures pour la canne à sucre sont en recul en raison de la sécheresse survenue durant l'été et de la baisse des prix de l'éthanol qui affecte la rentabilité des raffineries de canne à sucre. Les ventes de semences de maïs ont légèrement augmenté malgré la réduction des surfaces cultivées et les ventes de soja se sont inscrites en forte hausse.

Asie Pacifique: la performance a été soutenue tant dans les marchés émergents que dans les marchés développés, particulièrement en Asie du Sud, en Chine et en Australasie. La croissance des fongicides a reflété l'adoption accrue de la technologie AMISTAR® en Chine et les nouveaux lancements en Asie du Sud. La croissance des cultures légumières a été favorisée par l'adoption des protocoles MAXVEG™, ainsi que par la progression des semences de maïs doux en Chine et en Asie du Sud. L'augmentation à deux chiffres des ventes de GRAMOXONE® s'explique par une offre plus réduite et une hausse des prix, particulièrement dans les pays de l'ASEAN. En Chine, les ventes ont connu une baisse brutale au second semestre lors de l'entrée en vigueur des restrictions gouvernementales sur les formulations liquides de paraquat.

Performance de Lawn and Garden

- **Chiffre d'affaires en hausse de 1%, à \$693 millions**
- **EBITDA à \$148 millions (2013: \$154 millions)**
- **Marge EBITDA à 21,4% (2013: 22,2%)**

La croissance à deux chiffres au quatrième trimestre reflète une reprise du marché du golf, qui avait été affecté en début d'année par les mauvaises conditions météorologiques en Amérique du Nord et au Japon. Pour l'ensemble de l'année, l'activité globale a connu un développement rapide sur les marchés émergents d'Asie Pacifique et d'Amérique latine. Sur les marchés développés, les conditions économiques difficiles dans le domaine des fleurs ont persisté surtout en Europe, en raison d'un manque de confiance des consommateurs des marchés clés tels que l'Allemagne et la France. Après la rationalisation du portefeuille en vue d'une concentration sur les solutions basées sur la chimie et la génétique de haute qualité, l'activité devrait permettre de maintenir l'objectif de marge EBITDA de 20% en 2015.

Accélération du levier opérationnel

Notre programme d'accélération du levier opérationnel, annoncé en février 2014, vise à réaliser \$1 milliard d'économies d'ici 2018 et repose sur trois piliers principaux: Commercial, Recherche et développement et Global Operations. L'objectif du programme est d'optimiser la structure des coûts dans le cadre de notre stratégie intégrée, pour parvenir à une efficacité inégalée dans le secteur. En novembre, la société a annoncé des mesures importantes pour réaliser les premières économies d'un montant de \$265 millions (dont \$75 millions d'un programme précédent) en 2015. Ces mesures entraîneront la suppression et la relocalisation d'environ 1800 postes dans l'ensemble de la société.

Acquisitions et désinvestissements

En avril, Syngenta a acquis Società Produttori Sementi (PSB), l'une des plus anciennes sociétés italiennes de semences et l'un des leaders dans la sélection et la production de blé dur pour les pâtes, un marché mondial évalué à \$16 milliards. Le savoir-faire sans égal de PSB en matière de sélection du blé dur et ses liens avec l'industrie alimentaire sont désormais appuyés par la R&D de pointe de Syngenta dans le domaine des céréales et sa présence internationale.

En juin, Syngenta a annoncé la conclusion d'un accord d'achat des activités allemandes et polonaises de sélection et de commerce de blé tendre et de colza d'hiver du groupe alimentaire, énergétique et agricole suédois Lantmännen. Cette acquisition a permis à Syngenta d'avoir accès à du matériel génétique de première qualité, à un pipeline de semences et à des variétés commerciales qui complètent son propre portefeuille dans ces deux cultures parmi les plus importantes d'Europe.

Nouveaux partenariats

En avril, Syngenta a annoncé la signature d'un accord de licence avec Cellulosic Ethanol Technologies, LLC, portant sur sa technologie CELLERATE™, un nouveau procédé qui permet aux usines d'éthanol de produire de l'énergie à partir de cellulose et d'améliorer leur rentabilité. La technologie CELLERATE™ est combinée à ENOGEN®, la variété de maïs brevetée de Syngenta. La production commerciale a déjà débuté dans l'usine Quad County Corn Processors de Galva, dans l'Iowa.

Toujours en avril, Syngenta a signé un protocole d'accord avec la Convention des Nations Unies sur la lutte contre la désertification (UNCCD) afin de créer et puis de faire fonctionner la

Soil Leadership Academy. Cette académie encouragera les instituts de recherche, les universités et les professionnels de terrain à partager leurs connaissances et leur savoir-faire en matière de préservation des sols et de gestion durable des terres.

En juin, Syngenta a annoncé la conclusion d'un partenariat avec Anheuser-Busch InBev destiné à garantir l'approvisionnement en orge de brasserie de haute qualité, la principale matière première pour l'industrie de la bière. Dans le cadre de l'accord, les producteurs ont accès aux meilleures variétés d'orge de brasserie de Syngenta et à une approche de production sur mesure. En se conformant au protocole, les producteurs atteindront des rendements supérieurs, ce qui leur permettra de fournir à AB InBev un grain de qualité supérieure constante pour le respect des normes rigoureuses dans la fabrication de la bière.

Innovation

La performance remarquable du fongicide à large spectre ELATUS™/Solatenol™ au Brésil s'est traduite par une révision à la hausse de son potentiel de ventes maximum, qui est ainsi passé de plus de \$500 millions à \$1 milliard. Le potentiel de ventes maximum de VIBRANCE®, un traitement fongicide des semences lancé en 2011, a lui aussi été révisé à la hausse, passant de plus de \$300 millions à \$500 millions. En 2014, Syngenta a également commercialisé Fortenza™/Cyantraniliprole contre les insectes de début de saison, et CLARIVA™, un produit biologique contre les nématodes à kyste du soja.

La puissance d'innovation de Syngenta et son pipeline prometteur seront de nouveau mis en avant lors d'une journée de la R&D qui se tiendra dans notre centre de recherche de Stein (Suisse) le 16 septembre 2015.

Perspectives

Mike Mack, Chief Executive Officer, a déclaré:

« La stratégie intégrée de Syngenta continue à prendre de l'ampleur, comme en témoigne la progression soutenue des ventes en 2014. Nous nous efforçons maintenant d'atteindre une croissance supérieure à celle du marché et d'améliorer notre rentabilité par un effet de levier opérationnel.

En 2015, dans un contexte de volatilité des prix des productions agricoles et des devises, nous allons maintenir notre gestion rigoureuse du risque. Nous comptons compenser une part importante des dévaluations des devises des marchés émergents en augmentant nos prix. À taux de change constants, le chiffre d'affaires devrait rester globalement inchangé. Compte tenu de l'impact des devises, l'EBITDA avoisinera le niveau de 2014. L'attention constante portée à la gestion du fonds de roulement va de nouveau permettre une importante génération de liquidités disponibles.

Pour le plus long terme, nous espérons qu'en 2016, aux niveaux actuels, la baisse des coûts des matières premières compensera l'impact de l'appréciation récente du franc suisse sur nos coûts. Les ventes et les marges tireront parti, de manière accrue, des lancements de nouveaux produits et des économies de coûts sur lesquels repose notre marge cible de 24 à 26% d'ici à 2018. Une rentabilité accrue ainsi qu'une meilleure gestion du fonds de roulement vont garantir une génération de liquidités soutenue, nous permettant de ce fait de continuer à augmenter le retour aux investisseurs. »

Protection des cultures

Protection des cultures par ligne de produits	Exercice		Croissance		4 ^e trimestre		Croissance	
	2014 \$m	2013 \$m	Réel %	TCC %	2014 \$m	2013 \$m	Réel %	TCC %
Herbicides sélectifs	3 083	3 051	+1	+3	613	581	+6	+10
Herbicides non sélectifs	1 445	1 545	-6	-4	272	370	-26	-24
Fongicides	3 518	3 035	+16	+17	922	686	+34	+38
Insecticides	2 066	1 912	+8	+10	614	594	+3	+7
Protection des semences	1 115	1 228	-9	-6	346	332	+4	+8
Autres	154	152	+1	+4	31	35	-10	-1
Total	11 381	10 923	+4	+6	2 798	2 598	+8	+11

Herbicides sélectifs: marques principales: AXIAL[®], la gamme CALLISTO[®], DUAL MAGNUM[®], BICEP[™] II MAGNUM, FLEX[®], FUSILADE[®]MAX, TOPIK[®]

En Europe, en Afrique et au Moyen-Orient, les ventes ont été soutenues grâce à l'hiver clément au premier semestre qui a généré une pression accrue des mauvaises herbes. Les ventes d'AXIAL[®] pour les céréales et de BICEP[™] II MAGNUM pour le maïs ont enregistré une forte hausse. En Amérique du Nord, l'utilisation de certains herbicides de pré-levée a été rendue inutile par le démarrage tardif de la saison, mais les ventes de DUAL MAGNUM[®] pour le maïs ont connu une forte augmentation au deuxième trimestre. FUSILADE[®]MAX et FLEX[®] pour le soja ont enregistré de bons résultats aux États-Unis et en Argentine, où la résistance des mauvaises herbes se propage.

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

Syngenta a décidé de réduire volontairement les ventes de TOUCHDOWN[®] (solo glyphosate), sur lesquelles notre marge est faible, et de se concentrer sur des mélanges contenant des herbicides sélectifs capables de relever le défi de la résistance des mauvaises herbes. Évalué à environ \$150 millions, l'impact sur les ventes en 2014 a été partiellement compensé par la croissance satisfaisante de GRAMOXONE[®], pour lequel une forte demande et une offre insuffisante ont entraîné des augmentations de volume et de prix, principalement dans les pays de l'ASEAN et d'Amérique latine.

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

La croissance est principalement le fait du nouveau produit ELATUS[™], qui contient la substance active Solatenol[™] et dont l'objectif de ventes ambitieux pour la première année au Brésil a été dépassé. SEGURIS[®], le fongicide de la catégorie SDHI pour les céréales, a enregistré de bons résultats en Europe. Les ventes d'AMISTAR[®] s'inscrivent en baisse en Amérique du Nord et en Amérique Latine, mais en forte hausse en Europe.

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

Les insecticides ont affiché une croissance soutenue dans toutes les régions, à l'exception de l'Amérique du Nord, où les ventes ont été affectées par une saison tardive et une faible pression exercée par les ravageurs. DURIVO[®] a poursuivi son expansion rapide et ses ventes dépassent à présent l'objectif de \$400 millions. La forte pression exercée sur le soja, le maïs et le coton par les ravageurs, notamment la chenille *helioverpa*, a stimulé les ventes au Brésil.

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

VIBRANCE[®], qui contient du sédaxane, un fongicide de la catégorie SDHI, a poursuivi son expansion rapide, enregistrant une hausse de ses ventes de près de 50%. Un recul des ventes de CRUISER[®], à la suite de la suspension de l'utilisation des néonicotinoïdes dans l'UE, a été partiellement compensé par l'augmentation des ventes de CELEST[®]/MAXIM[®], en particulier dans les pays de la CEI. Les ventes des produits de protection des semences ont également été pénalisées par la baisse des ventes enregistrée par d'autres sociétés productrices de semences en Amérique latine et aux États-Unis, où la réduction des surfaces cultivées et l'abondance de l'offre de semences ont affecté la demande.

Protection des cultures par région	Exercice		Croissance		4 ^e trimestre		Croissance	
	2014 \$m	2013 \$m	Réel %	TCC %	2014 \$m	2013 \$m	Réel %	TCC %
Europe, Afrique, Moyen-Orient	3 312	3 033	+9	+11	434	351	+23	+37
Amérique du Nord	2 578	2 762	-7	-5	346	421	-18	-17
Amérique latine	3 769	3 499	+8	+10	1 593	1 446	+10	+12
Asie Pacifique	1 722	1 629	+6	+10	425	380	+12	+16
Total	11 381	10 923	+4	+6	2 798	2 598	+8	+11

Semences

Semences par ligne de produits	Exercice		Croissance		4 ^e trimestre		Croissance	
	2014 \$m	2013 \$m	Réel %	TCC %	2014 \$m	2013 \$m	Réel %	TCC %
Maïs et soja	1 665	1 654	+1	+4	450	425	+6	+11
Grandes cultures diverses	827	842	-2	+4	118	87	+37	+51
Potagères	663	708	-6	-5	148	160	-8	-2
Total	3 155	3 204	-2	+2	716	672	+6	+13

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

En Amérique du Nord et en Amérique latine, les ventes ont été influencées par le remplacement partiel du maïs par le soja. De plus, les ventes de soja au Brésil ont bénéficié d'une nouvelle stratégie de partenariat commercial. Les ventes de la variété de maïs AGRISURE VIPTERA[®] sont restées stables à environ 30% des ventes de semences de maïs aux États-Unis. Au Brésil, VIPTERA[®] représente environ la moitié du portefeuille et connaît un succès inégalé contre le spectre de ravageurs dans ce pays. DURACADE[®], la nouvelle variété exclusive contre la chrysomèle des racines du maïs, a été plantée pour la première fois aux États-Unis dans le cadre du programme « Right to Grow ». En Europe, les ventes de semences de maïs affichent une solide croissance, notamment dans les pays de la CEI.

Grandes culture diverses: marques principales: NK® (oléagineux), HILLESÖG® (betterave à sucre)

La croissance des ventes pour l'ensemble de l'année a été favorisée par un quatrième trimestre soutenu, incluant la consolidation des acquisitions en Europe. Les ventes de tournesol ont été affectées par la réduction des surfaces cultivées en Europe du Sud-Est, mais ont poursuivi leur expansion dans les pays de la CEI, où la betterave sucrière a également connu une reprise. En Asie Pacifique, les ventes de riz ont augmenté, reflétant les ventes de la société acquise Devgen, ainsi qu'une expansion en Inde.

Potagères: marques principales: ROGERS®, S&G®

Si l'on exclut la cession de Dulcinea Farms, les ventes ont augmenté de 6%. L'Asie Pacifique a enregistré une croissance à deux chiffres, sous l'impulsion du maïs doux ainsi que des poivrons en Chine et en Asie du Sud. La progression rapide des marchés émergents d'Afrique et du Moyen-Orient s'est poursuivie par un développement accru des semences de melon et de tomate. Dans les pays de la CEI, la demande a été forte pour les pois et le melon. Dulcinea exclue, les ventes en Amérique du Nord ont augmenté de 3% et les marchés développés d'Europe ont eux aussi généré une croissance soutenue.

Semences par région	Exercice		Croissance		4 ^e trimestre		Croissance	
	2014 \$m	2013 \$m	Réel %	TCC %	2014 \$m	2013 \$m	Réel %	TCC %
Europe, Afrique, Moyen-Orient	1 274	1 232	+3	+9	169	111	+52	+78
Amérique du Nord	1 044	1 140	-8	-8	308	326	-6	-5
Amérique latine	522	521	-	+4	148	141	+4	+13
Asie Pacifique	315	311	+1	+6	91	94	-3	-1
Total	3 155	3 204	-2	+2	716	672	+6	+13

Une version complète du communiqué aux médias relatif aux résultats de l'exercice 2014 est disponible [ici](#) et une présentation illustrant les résultats sera disponible dès 7h30 (HEC). Une vidéo de l'entretien avec notre CEO est également disponible [ici](#).

Publications et réunions

Publication du Rapport annuel 2014	18 mars 2015
Résultats du premier trimestre 2015	17 avril 2015
Assemblée générale annuelle	28 avril 2015
Résultats du premier semestre 2015	23 juillet 2015
Journée de la R&D	16 septembre 2015
Résultats du troisième trimestre 2015	15 octobre 2015

Syngenta figure parmi les leaders mondiaux de son secteur. Les quelque 28 000 personnes que le groupe emploie dans plus de 90 pays n'ont qu'un 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 la productivité des cultures, à protéger l'environnement et à améliorer la santé et la qualité de vie. Pour plus d'informations sur Syngenta, veuillez consulter le site www.syngenta.com.

Avertissement concernant les déclarations anticipant sur l'avenir

Ce document contient des déclarations prospectives reconnaissables par l'emploi de verbes au futur et au conditionnel, ou de termes et expressions impliquant une projection dans le futur. De telles déclarations impliquent des risques et incertitudes susceptibles de déboucher sur des résultats sensiblement différents de ceux annoncés. Pour de plus amples informations sur ces risques et incertitudes parmi d'autres, nous vous invitons à consulter le dossier de notre société mis à la disposition du public par la Commission des titres et des changes des États-Unis (Securities and Exchange Commission). Syngenta n'a aucune obligation de mettre à jour ses déclarations à caractère prévisionnel pour qu'elles expriment des résultats réels, des hypothèses modifiées ou d'autres facteurs. Ce document ne constitue pas une offre ou une invitation à vendre ou à émettre (et ne fait pas partie d'une telle offre ou invitation), ni non plus une sollicitation d'acheter ou de souscrire des actions ordinaires de Syngenta SA ou des ADS de Syngenta. Il ne doit pas non plus servir de base ou être considéré comme probant dans le cadre d'un quelconque contrat en ce sens.