

**Syngenta International AG**

Media Office  
 CH-4002 Basilea  
 Svizzera  
 Tel.: +41 61 323 23 23  
 Fax: +41 61 323 24 24

[www.syngenta.com](http://www.syngenta.com)

**Media contacts:**

Michael Isaac  
 Svizzera +41 61 323 2323  
 Paolo di Lernia  
 Italia +39 02 33444266

Noesis comunicazione  
 Elena Cerutti/ Tatiana Tassini  
 +39 02 831051.1

[www.syngenta.it](http://www.syngenta.it)

**Contatti per analisti / investitori:**

Jennifer Gough  
 Svizzera +41 61 323 5059  
 USA +1 202 737 6521

Claire Hinshelwood  
 Svizzera +41 61 323 7812  
 USA +1 202 737 6520



comunicato stampa

Basilea, Svizzera, 26 luglio 2012

## Risultati primo semestre 2012

### Vendite sostenute e crescita degli utili

- Vendite a 8,3 miliardi di \$, in aumento del 7%; + 10% a tasso di cambio costante (TCC)<sup>1</sup>
- Solida performance nell'emisfero settentrionale
- Vendita sementi di mais in aumento del 47%
  - raggiungimento degli standard di carattere e riconoscimento royalty
  - solida crescita sottostante
- EBITDA in aumento del 15% a tasso di cambio costante (TCC)
- Utile netto 1,5 miliardi di \$, in aumento del 5%
- Incremento dell'utile per azione<sup>2</sup> del 10% a 17,17 \$

	Risultati finanziari in sintesi			
	1° semestre 2012 m\$	1° semestre 2011 m\$	Variaz. %	TCC <sup>1</sup> %
<b>Vendite</b>	<b>8,265</b>	7,702	+ 7	+ 10
<b>Utile operativo</b>	<b>1,839</b>	1,830	-	
<b>Utile netto<sup>3</sup></b>	<b>1,500</b>	1,427	+ 5	
<b>EBITDA</b>	<b>2,268</b>	2,149	+ 6	+ 15
<b>Utile per azione<sup>2</sup></b>	<b>\$17.17</b>	\$15.60	+10	

<sup>1</sup> Crescita a tasso di cambio costante.

<sup>2</sup> Al netto di ristrutturazioni e minusvalenze, EPS su base interamente diluita.

<sup>3</sup> Utile netto agli azionisti di Syngenta AG (equivalente al risultato diluito per azione di 16,31\$).

## **Mike Mack, Chief Executive Officer, ha dichiarato:**

“Nel primo semestre del 2012 abbiamo continuato ad implementare la nostra strategia integrata riuscendo al contempo a registrare un’importante crescita a doppia cifra a livello di vendite. Sono state registrate vendite elevate durante la stagione più importante dell’emisfero settentrionale, nonostante l’ondata di freddo iniziale che ha investito l’Europa, seguita da forti precipitazioni nel secondo trimestre. La straordinaria performance in America Settentrionale riflette la semina precoce e il diffuso ottimismo per la stagione, oltre alla forte domanda relativa ai nostri prodotti per la gestione della resistenza. I nostri investimenti in tecnologia dei caratteri del mais hanno portato ad un aumento della quota di mercato in America Latina e a ricavi da royalty da terzi. Continuiamo ad investire nella crescita dell’attività a livello globale ottenendo anche un sostanziale incremento della redditività sottostante.

“Le condizioni meteorologiche in Europa e, più recentemente, in America Settentrionale hanno prodotto un’impennata dei prezzi delle colture, che ha portato nuovamente in primo piano la volatilità frequente con cui devono confrontarsi gli agricoltori. La produzione alimentare è essenzialmente una sfida globale, ma le risposte degli agricoltori sono guidate da moltissime influenze e considerazioni a livello locale. L’ampiezza dei nostri strumenti, oltre a soddisfare le esigenze di aziende agricole in tutto il mondo, ci consente di indirizzare le loro scelte quotidiane. La necessità di tecnologia applicata all’agricoltura non è mai stata fondamentale quanto oggi e riteniamo che la nostra strategia integrata possa incrementare il valore di questa tecnologia per i clienti così come per gli azionisti”.

## **Principali risultati finanziari del 1° semestre 2012**

### **Vendite a 8,3 miliardi di \$**

Le vendite a tasso di cambio costante sono cresciute del 10%. Il volume delle vendite è aumentato del 6% e i prezzi sono cresciuti del 4%. Le vendite sono aumentate del 7% grazie all’apprezzamento del dollaro nei confronti della maggior parte delle altre valute.

### **EBITDA 2,3 miliardi di \$**

A tasso di cambio costante l’EBITDA è aumentato del 15% e il margine EBITDA (TCC) è pari al 29,1% (H1 2011: 27,9%). L’aumento della redditività sottostante riflette la leva operativa derivante dalla crescita dei volumi, l’aumento dei prezzi e il maggior riconoscimento delle royalty dei caratteri, oltre che un risparmio sui costi pari a 85 milioni di \$ ottenuto principalmente grazie al modello di business integrato. Questi fattori hanno più che controbilanciato l’impatto dei maggiori costi delle materie prime e un onere netto di 80 milioni di \$ per la risoluzione del contenzioso relativo all’erbicida con azatrina negli Stati Uniti.

Il margine è stato del 27,4%, incluso l’impatto negativo dei cambi pari a 202 milioni di \$.

### **Spese finanziarie nette e tassazione**

Le spese finanziarie nette, pari a 84 milioni di \$, sono state leggermente superiori a quelle del 2011 (67 milioni di \$) riflettendo un aumento del costo dell’attività di copertura a bilancio. L’aliquota fiscale si è attestata al 16% e per l’intero esercizio è prevista in un range dal 17 al 18%.

### **Utile netto 1,5 miliardi di \$**

L’utile netto, incluse ristrutturazioni e minusvalenze, è cresciuto del 5%. L’utile per azione, al netto dei costi per ristrutturazioni e minusvalenze, è aumentato del 10% attestandosi a 17,17 \$.

### **Flusso di cassa e bilancio**

Il free cash flow di (34) milioni di \$ riflette un accumulo stagionale di capitale d'esercizio in linea con la solida crescita delle vendite. Il capitale d'esercizio medio, espresso come percentuale sulle vendite, è sceso ulteriormente, passando dal 37% del primo semestre del 2011 al 36%. Le spese in capitale fisso, inclusi i beni intangibili, sono state di 239 milioni di \$ (H1 2011: 193 milioni di \$); per l'intero esercizio 2012 le spese in capitale sono previste in un range tra 650 e 700 milioni di \$.

### **Dividendo e riacquisto di azioni**

Il dividendo di 8,00 CHF per azione (2011: CHF 7,00) è stato pagato lo scorso 2 maggio per un versamento globale di dividendi pari a 791 milioni di \$. Lo scorso febbraio l'azienda ha annunciato il piano di riacquisto di azioni per un ammontare di circa 200 milioni di \$ nel 2012. Di questo importo, azioni per 4 milioni di \$ sono già state acquistate nel primo semestre dell'anno.

Il 10 luglio l'azienda ha cancellato 636.750 azioni relative al riacquisto eseguito nel 2011; l'attuale numero di azioni è 93.126.149.

## Punti salienti del 1° semestre 2012

	1° semestre		Crescita		2° trimestre		Crescita	
	2012 m\$	2011 m\$	Variaz %	TCC %	2012 m\$	2011 m\$	Variaz %	TCC %
Europa, Africa & Medio Oriente	3.008	2.924	+ 3	+ 9	1.249	1.327	- 6	+ 2
America Settentrionale	2.781	2.251	+ 24	+ 24	1.512	1.126	+34	+ 35
America Latina	1.043	1.032	+ 1	+ 2	546	516	+ 6	+ 8
Asia-Pacifico	997	1.026	- 3	- 1	467	504	- 7	- 4
<b>Totale vendite integrate</b>	<b>7.829</b>	<b>7.233</b>	<b>+ 8</b>	<b>+ 11</b>	<b>3.774</b>	<b>3.473</b>	<b>+ 9</b>	<b>+ 13</b>
<b>Lawn &amp; Garden</b>	<b>436</b>	<b>469</b>	<b>- 7</b>	<b>- 5</b>	<b>187</b>	<b>212</b>	<b>- 12</b>	<b>- 9</b>
<b>Vendite del Gruppo</b>	<b>8.265</b>	<b>7.702</b>	<b>+ 7</b>	<b>+ 10</b>	<b>3.961</b>	<b>3.685</b>	<b>+ 8</b>	<b>+ 12</b>

### Performance vendite integrate

- **Vendite a 7,8 miliardi di \$, +11%<sup>(1)</sup>**
- **Volumi +7%, prezzi +4%**
- **EBITDA a 2,2 miliardi di \$ (H1 2011: 2,1 miliardi di \$)**
- **Margine EBITDA<sup>(1)</sup> 29,9% (H1 2011: 28,8%)**

**Europa, Africa e Medio Oriente:** l'area CIS, i mercati emergenti dell'Europa centrale e sud-orientale, nonché la Francia, hanno registrato la maggior crescita. Nel primo trimestre il portafoglio ha beneficiato della maggiore semina di colture primaverili in seguito alla moria invernale registrata in oltre sette milioni di ettari coltivati a cereali. In Francia, una modifica legislativa inerente le condizioni di credito ha causato uno slittamento delle vendite dal quarto trimestre 2011 al primo trimestre 2012; inoltre, CALLISTO<sup>®</sup> (per il mais) e AMISTAR<sup>®</sup> e ALTO<sup>®</sup> (tra i fungicidi) hanno registrato una buona crescita sottostante. La crescita, seppure più contenuta, ha caratterizzato anche il secondo trimestre grazie al fatto che le colture primaverili richiedono un minore livello di protezione; inoltre, le forti precipitazioni che hanno colpito numerosi paesi hanno impedito agli agricoltori di trattare le colture nebulizzandole. Tuttavia, l'area CIS in particolare ha nuovamente registrato una performance positiva, grazie alla costante intensificazione dell'agricoltura e al notevole aumento della quantità di erbicidi per il mais utilizzati in Ucraina.

**America Settentrionale:** il successo delle offerte integrate volte ad accrescere la resistenza delle colture agli insetti e alle erbacce appare evidente nelle ottime vendite nel corso dell'intera stagione di prodotti per la protezione delle colture. La crescita nelle sementi, limitata nel corso del primo trimestre da utili da royalty inferiori, ha beneficiato durante il secondo trimestre della contabilizzazione di circa 200 milioni di \$ tra i ricavi derivanti dal contratto di licenza d'uso con Pioneer, annunciato nel 2010 e relativo al mais transgenico MIR604 resistente alla diabrotica di cui Syngenta è proprietaria, nonché della buona crescita sottostante nel segmento mais. Le vendite relative alle sementi di soia sono diminuite a

(1) \* A tasso di cambio costante.

causa della prevista riconversione delle superfici coltivate e la costante transizione verso la tecnologia relativa alla tolleranza agli erbicidi di seconda generazione.

**America Latina:** la stagione bassa ha registrato un lieve aumento delle vendite nonostante l'impatto negativo della forte siccità all'inizio dell'anno sulle superfici trattate con prodotti per la protezione delle colture in Argentina e nel Brasile meridionale. Le vendite di sementi sono state trainate dall'aumento della quota di mercato e dalla maggiore disponibilità di mais di seconda semina. Il principale carattere su cui si fonda l'offerta di Syngenta, che include AGRISURE® VIPTERA®, è nella posizione giusta per trarre vantaggio dalla crescente penetrazione degli OGM. Le vendite di sementi di girasole sono in rapida crescita in Argentina. In Brasile, la piantagione di canna da zucchero di Itápolis, trattata con la tecnologia PLENE®, è stata inaugurata a maggio e le vendite commerciali sono attualmente in corso.

**Asia-Pacifico:** escludendo l'impatto derivante dalla razionalizzazione della gamma di prodotti in India e Giappone e il ritiro del GRAMOXONE® in Sud Corea, le vendite hanno registrato un aumento del 3%. La Cina e i mercati emergenti del sudest asiatico hanno mostrato una performance positiva in tutti i settori di attività; le vendite in Australasia sono risultate inferiori a causa del freddo e delle precipitazioni. Le sementi di mais, le cui vendite hanno registrato un forte aumento, vengono sempre più spesso commercializzate a piccoli agricoltori come parte di una soluzione completa per i primi 45 giorni.

#### **Performance Lawn & Garden**

- **Vendite a 436 milioni di \$, in diminuzione del 5%<sup>(1)</sup>**
- **EBITDA a 58 milioni di \$ (1° semestre 2011: 66 milioni di \$)**
- **Margine EBITDA <sup>(1)</sup> 13,9% (1° semestre 2011: 14,1%)**

La performance nel primo semestre dell'anno riflette la persistente debolezza dello scenario economico europeo e statunitense. I segmenti Flowers e Consumer sono stati i più colpiti, mentre le vendite nei segmenti Tappeti erbosi e Paesaggi hanno registrato un lieve aumento. Si prevede che nei prossimi tre anni la strategia di business che fornisce soluzioni innovative per orticoltori e consumatori professionali, insieme alla razionalizzazione della gamma prodotti che rifletta una maggior concentrazione su genetica e chimica ad alto valore, produrrà un aumento significativo del margine EBITDA per l'intero esercizio fino a raggiungere circa il 20%.

Lo scorso giugno Syngenta ha annunciato la cessione della società specializzata in produzione di torba Fafard a Sun Gro Horticulture Ltd con effetto immediato. Fafard ha totalizzato vendite per 88 milioni di \$ nel 2011.

**Pipeline per coltura:** lo scorso maggio la prima di una serie di aggiornamenti sulle colture si è concentrata su Cereali e Mais. I maggiori obiettivi della pipeline per queste due colture supportano il totale complessivo degli obiettivi di vendita per le nostre otto colture principali che ammonta a oltre 22 miliardi di \$ dopo il 2015. Per visualizzare la presentazione cliccare sul link sottostante: Cereals and Corn Webcast Presentation. Questi obiettivi comprendono la crescita del portafoglio attuale e lancio di nuovi prodotti, con crescente enfasi su offerte integrate che riflettano la nostra nuova struttura R&D e la struttura dei team dedicati alle colture.

---

(1) \* A tasso di cambio costante.

**Nuove partnership:** in base ad un accordo globale sottoscritto in aprile, Syngenta e Novozymes collaboreranno nella commercializzazione della tecnologia JumpStart® di Novozymes, un biologico applicato al seme che aumenta l'assorbimento dei fosfati dal suolo. Una licenza internazionale della durata di sei anni e un accordo di ricerca con Devgen consentirà invece lo sviluppo condiviso di nuove soluzioni biologiche per il controllo degli insetti basate sulla tecnologia dell'interferenza dell'RNA (RNAi). Grazie ad una collaborazione con Intergrain per la coltura dell'orzo Syngenta otterrà i diritti esclusivi di commercializzazione per tutte le nuove varietà di orzo, oltre ai diritti esclusivi per la commercializzazione delle varietà già presenti nel portafoglio di Intergrain fuori dall'Australia.

**Aggiornamento integrazione:** tutti i 19 territori sono oggi commercialmente integrati, in modo che la forza vendita possa offrire al cliente un portafoglio combinato. La centralizzazione dei servizi di supporto ha già dato risultati in termini di efficienza dei costi che accelererà ulteriormente grazie alla realizzazione, già in corso, del risparmio sui costi, a seguito del nuovo modello di business. I team globali dedicati alle colture sono completamente operativi e collaborano con i team regionali e di Ricerca e Sviluppo per la creazione di nuovi prodotti per le colture.**Parametri di performance:** il nostro obiettivo è conquistare una quota di mercato media annua pari allo 0,5% su tutta l'attività aggregata nei prossimi cinque anni. Puntiamo ad un margine EBITDA di gruppo del 22-24% entro il 2015 e intendiamo continuare a fornire un CFROI (Cash Flow Return on Investment) superiore al 12%. Puntiamo ad un incremento continuo del dividendo quale forma primaria di restituzione di denaro agli azionisti. Procederemo inoltre a riacquisti di azioni su base tattica.

## Prospettive

**Mike Mack, Chief Executive Officer, ha dichiarato:**

“Dopo aver registrato un'ottima performance dei volumi nell'emisfero settentrionale durante il primo semestre dell'anno e aver raggiunto l'incremento di prezzo previsto, la nostra attività si concentrerà ora sull'America Latina, dove le prospettive sono positive grazie ai prezzi record della soia, alla nostra posizione di leadership sul mercato e ai progressi nel nostro portafoglio integrato. È probabile che la tempesta valutaria si riduca nel secondo semestre e si realizzi un ulteriore risparmio sui costi. Prevediamo inoltre per l'intero esercizio una crescita del margine EBITDA a tassi di cambio costanti ed una significativa generazione di free cash flow”.

## Protezione colture (Crop Protection)

Crop Protection per linea di prodotto	1° semestre		Crescita		2° trimestre		Crescita	
	2012 m\$	2011 m\$	Variatz. %	TCC %	2012 m\$	2011 m\$	Variatz. %	TCC %
Erbicidi selettivi	1.922	1.747	+ 10	+ 13	1.010	920	+ 10	+ 14
Erbicidi non selettivi	597	565	+ 6	+ 8	363	315	+ 15	+ 19
Fungicidi	1.732	1.729	-	+ 3	831	848	- 2	+ 3
Insetticidi	872	858	+ 2	+ 5	410	428	- 4	-
Concia seme	484	430	+ 13	+ 15	170	173	- 1	+ 3
Altri crop protection	67	54	+ 26	+ 29	29	30	-	+ 5
<b>Totale</b>	<b>5.674</b>	<b>5.383</b>	<b>+ 5</b>	<b>+ 8</b>	<b>2.813</b>	<b>2.714</b>	<b>+ 4</b>	<b>+ 8</b>

**Erbicidi selettivi:** principali marchi AXIAL<sup>®</sup>, CALLISTO<sup>®</sup> family, DUAL<sup>®</sup>/BICEP<sup>®</sup> MAGNUM, FUSILADE<sup>®</sup>MAX, TOPIK<sup>®</sup>

Durante la stagione si è registrata una crescita a doppia cifra delle vendite sia in America Settentrionale che in Europa. Il portafoglio erbicidi per il mais è fortemente cresciuto negli Stati Uniti, riflettendo il successo del prodotto nella gestione delle infestanti resistenti e in colture di mais di più ampie dimensioni. Le vendite della gamma CALLISTO<sup>®</sup> sono cresciute anche in Europa e in particolare in Francia. Le vendite di AXIAL<sup>®</sup> per cereali hanno registrato un forte aumento in tutte le regioni; il maggior contributo è giunto dal Canada, dove l'aumento delle colture hanno coinciso con minori livelli di scorte a inizio stagione.

**Erbicidi non selettivi:** principali marchi GRAMOXONE<sup>®</sup>, TOUCHDOWN<sup>®</sup>

La crescita è stata trainata da TOUCHDOWN<sup>®</sup>, il cui aumento dei volumi ha quasi raggiunto il 30% sia in America Settentrionale che in America Latina. In America Settentrionale le vendite riflettono le più ampie dimensioni delle colture di mais statunitensi e la carenza del glifosato generico che ha indirizzato verso prodotti di marca. Anche in America Latina la crescita riflette il buon posizionamento del prodotto e la maggior ampiezza di colture di soia nella stagione 2011/12.

**Fungicidi:** principali marchi ALTO<sup>®</sup>, AMISTAR<sup>®</sup>, BRAVO<sup>®</sup>, REVUS<sup>®</sup>, RIDOMIL GOLD<sup>®</sup>, SCORE<sup>®</sup>, TILT<sup>®</sup>, UNIX<sup>®</sup>

I fungicidi hanno registrato una moderata crescita nonostante il calo evidenziato nel primo trimestre in America Latina a causa della siccità. Anche in Europa, nonostante le condizioni meteorologiche del secondo trimestre non abbiano consentito alcune applicazioni, le vendite totali sono aumentate grazie alla solida performance di AMISTAR<sup>®</sup> e ALTO<sup>®</sup> in Francia. Il nuovo prodotto SEGURIS<sup>®</sup> (isopyrazam) sta registrando una rapida crescita nel Regno Unito per utilizzo su grano, con vendite in aumento di circa il 50%, ed è stato lanciato ora anche in diversi altri paesi. L'utilizzo di fungicidi nel sudest asiatico ha portato ad una buona crescita nella regione Asia-Pacifico nonostante il calo registrato in Australasia.

**Insetticidi:** principali marchi ACTARA<sup>®</sup>, DURIVO<sup>®</sup>, FORCE<sup>®</sup>, KARATE<sup>®</sup>, PROCLAIM<sup>®</sup>, VERTIMEC<sup>®</sup>

Escluso l'impatto della razionalizzazione della gamma in Giappone e India, le vendite hanno registrato un aumento dell'8%, trainate dalla performance molto solida in America Settentrionale. L'inverno mite e le condizioni meteorologiche precocemente secche negli Stati Uniti hanno favorito drasticamente la presenza di insetti in molte aree. Negli Stati Uniti le vendite di FORCE<sup>®</sup> sono aumentate di quasi il 70%, grazie alla maggiore consapevolezza degli agricoltori sulla resistenza alla diabrotica del mais e al rinnovato riconoscimento dei benefici degli insetticidi utilizzati sul suolo.

**Seed care (Concia seme): principali marchi AVICTA<sup>®</sup>, CRUISER<sup>®</sup>, DIVIDEND<sup>®</sup>, MAXIM<sup>®</sup>, VIBRANCE<sup>™</sup>**

Le vendite hanno registrato una forte crescita, trainate da CRUISER<sup>®</sup> in continua espansione in tutte le regioni. L'aumento in America Settentrionale riflette la solida performance dei prodotti per cereali primaverili, mentre in America Latina si registra un riconoscimento crescente dell'effetto rinvigorente. L'adozione da parte dei mercati emergenti (Russia e Cina) continua ad aumentare. Le vendite del nematicida AVICTA<sup>®</sup> sono quadruplicate in America Latina, dove il prodotto è in vendita come parte di un'offerta integrata per la soia. VIBRANCE<sup>™</sup>, lanciato in Argentina nel 2011, ha ottenuto la registrazione negli Stati Uniti.

Crop Protection per regione	1° semestre		Crescita		2° trimestre		Crescita	
	2012 m\$	2011 m\$	Variatz. %	TCC %	2012 m\$	2011 m\$	Variatz. %	TCC %
Europa, Africa & Medio Oriente	2.132	2.093	+ 2	+ 8	966	1.009	- 4	+ 4
America Settentrionale	1.739	1.447	+ 20	+ 21	955	813	+ 17	+ 18
America Latina	926	934	- 1	+ 1	497	470	+ 6	+ 8
Asia-Pacifico	877	909	- 4	- 2	395	422	- 7	- 4
<b>Totale</b>	<b>5.674</b>	<b>5.383</b>	<b>+ 5</b>	<b>+ 8</b>	<b>2.813</b>	<b>2.714</b>	<b>+ 4</b>	<b>+ 8</b>

**Sementi (Seeds)**

Seeds per linea di prodotto	1H		Crescita		2Q		Crescita	
	2012 m\$	2011 m\$	Variatz. %	TCC %	2012 m\$	2011 m\$	Variatz. %	TCC %
Mais & Soia	1.268	962	+ 32	+ 34	561	328	+ 71	+ 74
Colture industriali	549	515	+ 7	+ 11	193	218	- 11	- 7
Vegetables (Orticole)	378	398	- 5	- 1	216	221	- 3	+ 3
<b>Totale</b>	<b>2.195</b>	<b>1.875</b>	<b>+ 17</b>	<b>+ 20</b>	<b>970</b>	<b>767</b>	<b>+ 27</b>	<b>+ 30</b>

**Mais & Soia: principali marchi AGRISURE<sup>®</sup>, GARST<sup>®</sup>, GOLDEN HARVEST<sup>®</sup>, NK<sup>®</sup>**

L'aumento delle vendite è stato trainato dal mais e include circa 200 milioni di \$ di utili da royalty negli Stati Uniti. Escluso questo importo, le vendite hanno registrato un aumento del 12% a livello globale e del 5% in America Settentrionale, dove continua lo sviluppo del portafoglio caratteri: lo scorso giugno è stata ottenuta la registrazione per le soluzioni "refuge-in-a-bag", che verranno lanciate alla fine dell'esercizio in corso. Anche le vendite in America Latina hanno registrato un forte aumento, riflettendo il lancio di nuove combinazioni di caratteri e il successo dell'espansione nel mercato del mais nel corso della seconda stagione. In Europa la crescita è stata trainata dall'espansione delle colture di mais e del portafoglio nel mercato CIS e nell'Europa sudorientale.

**Diverse Field Crops (Colture industriali): principali marchi NK<sup>®</sup> oilseeds (semi oleosi), HILLESHÖG<sup>®</sup> sugar beet (barbabietola da zucchero)**

La crescita nel primo trimestre è principalmente dovuta all'indirizzamento verso le colture estive, in particolare nei mercati emergenti dell'Europa orientale, che hanno favorito l'eccellente portafoglio Syngenta di sementi di girasole. La più debole performance del secondo trimestre è invece parzialmente dovuta al ritiro dal settore del sorgo in America Settentrionale.

**Vegetables (Orticole):** principali marchi DULCINEA®, ROGERS®, S&G®

Nel 2012 il segmento Vegetables ha risentito dell'effetto del difficile contesto economico in particolare in Europa, dove i consumatori hanno ridotto la spesa sulla coltivazione di prodotti ortofrutticoli freschi di alta qualità. In America Settentrionale tuttavia il mercato di trasformazione ha registrato una ripresa dopo un periodo di sovraffornitura e la vendita di prodotti ortofrutticoli freschi sta risentendo positivamente della forte domanda di cocomeri baby.

	1° semestre		Crescita		2° trimestre		Crescita	
	2012 m\$	2011 m\$	Variaz. %	TCC %	2012 m\$	2011 m\$	Variaz. %	TCC %
<b>Sementi per regione</b>								
Europa, Africa & Medio Oriente	889	842	+ 6	+ 11	284	320	- 11	- 4
America Settentrionale	1.053	810	+ 30	+ 30	557	313	+ 78	+ 78
America Latina	132	104	+ 28	+ 29	56	51	+ 11	+ 12
Asia-Pacifico	121	119	+ 2	+ 9	73	83	- 12	- 4
<b>Totale</b>	<b>2.195</b>	<b>1.875</b>	<b>+ 17</b>	<b>+ 20</b>	<b>970</b>	<b>767</b>	<b>+ 27</b>	<b>+ 30</b>

## Annunci e incontri

Aggiornamento sulle colture  
 Preliminari di vendita del 3° trimestre 2012  
 Risultati annuali 2012  
 Preliminari di vendita del 1° trimestre 2013

24-26 settembre 2012  
 23 ottobre 2012  
 6 febbraio 2013  
 18 aprile 2013

Syngenta è una delle principali aziende del mondo. Il gruppo impiega più di 26.000 persone in oltre 90 paesi che operano con un unico proposito: Bringing plant potential to life (Sviluppare il potenziale delle piante al servizio della vita). Attraverso la nostra eccellente competenza scientifica, la nostra presenza su scala mondiale e l'impegno nei confronti dei nostri clienti, aiutiamo ad accrescere la produttività delle colture, a proteggere l'ambiente e a migliorare la salute e la qualità della vita. Per maggiori informazioni su Syngenta potete consultare i siti web [www.syngenta.com](http://www.syngenta.com) e [www.syngenta.it](http://www.syngenta.it)

### Valutazioni prudentziali

Questo documento contiene dichiarazioni prospettive che utilizzano termini come "dovrebbe", "atteso", "prospettive", "ritenuto" o altre espressioni simili. Queste dichiarazioni sono soggette al rischio che le stesse divergano significativamente dai risultati effettivi. Vi rinviamo ai documenti liberamente accessibili, trasmessi da Syngenta alla "U.S. Securities and Exchange Commission". Syngenta non ha alcun obbligo di aggiornare le dichiarazioni prospettive in modo da riflettere i risultati reali, i cambiamenti di previsioni o altri fattori. Questo documento non costituisce (o non fa parte di) un'offerta o invito a vendere o emettere, comprare o sottoscrivere azioni ordinarie di Syngenta AG o ADS Syngenta; inoltre non costituisce la base di alcun contratto né può essere messo in relazione a esso.

