

Información para Prensa

BAYER HISPANIA, S.A. (Grupo)

Comunicación en Iberia

Pau Claris, 196, E-08037 Barcelona

Teléfono 93 228.43.57

Fax 93 228 44.23

www.bayer.es

ignacio.sanchezleon.is@bayer.es

Bayer adquiere Aventis CropScience.

Se inicia el proceso de integración de ambas empresas en España

La adquisición de Aventis CropScience por Bayer ha concluido una vez cumplidos los correspondientes trámites y tras haber obtenido las pertinentes autorizaciones.

Por lo tanto, desde el 5.6.2002, Bayer CropScience es una realidad.

Bayer CropScience nace con el propósito de reforzar sus actuales relaciones, uniendo y completando la ya extensa oferta de ambas empresas. Bayer CropScience constituirá una de las empresas líder en el sector a nivel mundial, no sólo en los mercados de Protección de Cultivos, sino también en las áreas de Sanidad Ambiental y Areas Verdes, Biotecnología y Semillas.

En España, se inicia desde este momento el proceso de integración de ambas empresas con el objetivo clave de la constitución legal de Bayer CropScience España, lo cual se espera suceda en los próximos meses.

Vicente Forcano (actual Director General de Aventis CropScience España, S.A.) será nombrado Gerente de la futura Bayer CropScience España, mientras que Frank Dietrich (actual Director de la División Agro de Bayer Hispania, S.A.) será nombrado adjunto al mismo y futuro sucesor.

La integración final y el lanzamiento de la nueva organización con visión, misión e imagen comunes en el mercado tendrá lugar a principios del próximo año.

Mientras tanto, y con el fin de asegurar un procedimiento ininterrumpido y fluido en el día a día de los negocios, se ha decidido mantener separadas las organizaciones de ambas empresas hasta la finalización de la presente campaña, garantizando así el alto nivel de calidad en cuanto a relaciones, suministros y servicios.

Siendo fiel al lema de la nueva Compañía "Su aliado para el progreso", Bayer CropScience tendrá como objetivo primordial, el fortalecer y estrechar todas las relaciones que supongan una mayor vinculación directa con sus clientes así como su responsabilidad hacia el medio ambiente y el ser humano, actitudes todas ellas indispensables en una empresa moderna enfocada hacia el futuro.