



Communiqué

Publicité événementielle au sens de l'art. 53 RC
Genève, le 12 octobre 2021

Chiffre d'affaires des neuf premiers mois de l'année 2021 Maintien d'une bonne performance de tous les segments et marchés

Performance commerciale

Au cours des neuf premiers mois de l'exercice 2021, Givaudan a enregistré un chiffre d'affaires de CHF 5 067 millions, en progression de 7,7 % sur une base comparable¹ et de 5,8 % en francs suisses.

La division Parfums et Beauté a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 2 351 millions, en hausse de 8,4 % sur une base comparable et de 6,9 % en francs suisses.

La division Goût et Bien-être a dégagé un chiffre d'affaires de CHF 2 716 millions, en hausse de 7,2 % sur une base comparable et de 4,8 % en francs suisses.

Alors que l'impact de la pandémie de COVID-19 persistait au niveau mondial, Givaudan a poursuivi sa bonne dynamique commerciale et est parvenue à maintenir ses activités et sa chaîne d'approvisionnement mondiale à un niveau élevé. Tous les segments de produits et toutes les zones géographiques ont contribué à cette solide croissance, les marchés matures progressant de 6,6 % et les marchés à forte croissance de 9,2 % sur une base comparable.

Au sein de Parfums et Beauté, la bonne performance s'est confirmée pour la Parfumerie fine et Active Beauty, les deux segments ayant montré une bonne amélioration au premier semestre 2021, grâce à la reprise des activités de commerce de détail et au comportement des clients et des consommateurs, qui ont profité de la disponibilité d'autres canaux, tels que la vente directe et le commerce électronique. Pour Givaudan Goût et bien-être, le segment de la restauration rapide, tout en continuant de subir les effets de la pandémie de COVID-19, a poursuivi sa solide reprise entamée au deuxième trimestre, les restrictions affectant la consommation d'aliments et de boissons hors domicile ayant continué à être assouplies dans certains marchés.

« Je suis très heureux de la poursuite de notre solide performance dans l'ensemble de nos activités et en particulier d'une poursuite de la reprise dans la Parfumerie fine, Active Beauty et la restauration rapide, a déclaré Gilles Andrier, Directeur général. Nous avons réalisé d'excellents progrès dans nos initiatives stratégiques de croissance à l'horizon 2025 et, dans un environnement extérieur encore empreint de nombreuses incertitudes, nous sommes parvenus à maintenir le cap sur une exécution efficace, sur le soutien à nos clients et sur notre rôle essentiel dans la chaîne d'approvisionnement mondiale en denrées alimentaires et en boissons ainsi qu'en produits ménagers, de santé et d'hygiène ».





Publicité événementielle au sens de l'art. 53 RC
Genève, le 12 octobre 2021

Depuis le début de la pandémie de COVID-19 et conformément à la raison d'être de la Société, Givaudan reste pleinement déterminée à :

- protéger et soutenir ses collaborateurs, qu'ils travaillent sur les sites ou toujours à leur domicile ;
- satisfaire aux exigences de ses clients, en particulier en ce qui concerne les produits dont les consommateurs du monde entier ont besoin pendant la pandémie ;
- soutenir les communautés dans lesquelles elle exerce ses activités.

Objectif 2025 : La croissance pour objectif, guidée par notre raison d'être

L'ambition du Groupe pour 2025 est de créer de la valeur à long terme pour toutes les parties prenantes. La stratégie de Givaudan pour 2025 est parfaitement conforme à sa raison d'être et place ses clients au cœur de ses activités, leur apportant son soutien pour leur développement et dans la création de produits appréciés des consommateurs.

Centrée sur trois moteurs de croissance, à savoir : « Élargir le portefeuille », « Élargir la clientèle » et « Stratégies commerciales ciblées », la stratégie pour 2025 s'appuie aussi sur quatre catalyseurs de croissance qui correspondent aux domaines de la raison d'être de la Société : les créations, la nature, les collaborateurs et les communautés. Ces trois moteurs de croissance et ces quatre catalyseurs s'appuient sur un engagement à faire preuve « d'excellence, d'innovation et de simplicité – dans toutes nos activités ».

Des objectifs ambitieux font partie intégrante de la stratégie de Givaudan à 2025, la Société visant une croissance organique de son chiffre d'affaires de 4 % à 5 % sur une base comparable et un flux de trésorerie disponible² d'au moins 12 %, ces données représentant des moyennes sur la période de cinq ans du cycle stratégique. La Société vise en outre à atteindre des objectifs extra-financiers clés en matière de développement durable, de diversité et de sécurité, en lien avec la raison d'être de Givaudan.

Raison d'être de Givaudan

La raison d'être de la Société est au cœur de sa stratégie : « Des créations pour des vies plus heureuses et plus saines, avec l'amour de la nature. Imaginons-les ensemble ». Dans le cadre de cette raison d'être, Givaudan a défini des objectifs audacieux et ambitieux dans quatre domaines, à savoir, les créations, la nature, les collaborateurs et les communautés. Ces ambitions consistent notamment à doubler ses activités en réalisant des créations capables de contribuer à des vies plus heureuses et plus saines d'ici 2030, à devenir une entreprise à impact climat positif avant 2050, à faire partie des meilleurs employeurs mondiaux en matière d'inclusion avant 2025 et à privilégier d'ici 2030, pour toutes les matières premières et tous les services, un approvisionnement qui respecte l'être humain et l'environnement.



Publicité événementielle au sens de l'art. 53 RC
Genève, le 12 octobre 2021

Chiffre d'affaires de janvier à septembre

en millions de francs suisses	2020 Chiffre d'affaires publié	Evolution sur une base comparable ¹	2021 Chiffre d'affaires sur une base comparable ¹	Variation en % sur une base comparable ¹	Influence des acquisitions (nette) ^a	Effets de change	2021 Chiffre d'affaires publié	Variation en % en francs suisses
Groupe	4 790	371	5 161	7,7 %	(16)	(78)	5 067	5,8 %
Parfums et Beauté	2 199	184	2 383	8,4 %	8	(40)	2 351	6,9 %
Goût et Bien-être	2 591	187	2 778	7,2 %	(24)	(38)	2 716	4,8 %

a. Impact des acquisitions (net)

en millions de francs suisses

Société acquise	Chiffre d'affaires inclus à partir de	Groupe	Parfums et Beauté	Goût et Bien-être
Ungerer	Février 2020	13	4	9
Activité de cosmétiques d'Indena	Mai 2020	4	4	
Myrissi	Avril 2021	-	-	
Activité abandonnée et cédée		(33)		(33)
Total		(16)	8	(24)

Chiffre d'affaires de juillet à septembre

en millions de francs suisses	2020 Chiffre d'affaires publié	Evolution sur une base comparable ¹	2021 Chiffre d'affaires sur une base comparable ¹	Variation en % sur une base comparable ¹	Impact des acquisitions	Effets de change	2021 Chiffre d'affaires publié	Variation en % en francs suisses
Groupe	1 569	116	1 685	7,4 %	(7)	16	1 694	8,0 %
Parfums et Beauté	743	37	780	4,9 %		7	787	6,0 %
Goût et Bien-être	826	79	905	9,6 %	(7)	9	907	9,8 %

Evolution du chiffre d'affaires par marché – de janvier à septembre

en millions de francs suisses	2020 Chiffre d'affaires publié	Evolution sur une base comparable ¹	2021 Chiffre d'affaires sur une base comparable ¹	Variation en % sur une base comparable ¹	Impact des acquisitions	Effets de change	2021 Chiffre d'affaires publié	Variation en % en francs suisses
Marchés matures	2 777	185	2 962	6,6 %	(10)	(33)	2 919	5,1 %
Marchés à forte croissance	2 013	186	2 199	9,2 %	(6)	(45)	2 148	6,6 %



Publicité événementielle au sens de l'art. 53 RC
Genève, le 12 octobre 2021

Evolution du chiffre d'affaires par région – de janvier à septembre

en millions de francs suisses	2020 Chiffre d'affaires publié	2021 Chiffre d'affaires publié	Variation en % sur une base comparable ¹	Variation en % en francs suisses
Amérique latine	504	550	18,3 %	9,2 %
APAC	1 216	1 272	5,5 %	4,6 %
Amérique du Nord	1 356	1 393	5,8 %	2,7 %
EAME	1 714	1 852	7,8 %	8,1 %

Givaudan Parfums et Beauté

Parfums et Beauté a enregistré un chiffre d'affaires de CHF 2 351 millions durant les neuf premiers mois de 2021, en hausse de 8,4 % sur une base comparable et de 6,9 % en francs suisses par rapport à 2020.

Cette solide croissance a été principalement portée par la poursuite de la reprise des segments Parfumerie fine et Active Beauty qui avaient été particulièrement impactés par la pandémie de COVID-19.

Le chiffre d'affaires total des Compositions de Parfumerie (Parfumerie fine et Parfumerie fonctionnelle) s'inscrit en hausse de 7,4 % sur une base comparable. En francs suisses, il a augmenté de 6,1 %, passant de CHF 1 894 millions en 2020 à CHF 2 009 millions en 2021. Si l'on compare avec les neuf premiers mois de 2019, une période pré-COVID-19, la croissance de la Parfumerie fine serait de 13,9 % et celle de la Parfumerie fonctionnelle de 12,6 %, soit un niveau nettement supérieur à celui de la période pré-pandémique.

Parfumerie fine

Le chiffre d'affaires de la Parfumerie fine a augmenté de 28,6 % sur une base comparable, à la faveur d'un rebond significatif de la vente au détail de parfums de prestige et de spécialités. Cette forte croissance est à comparer à la baisse du chiffre d'affaires de 11,3 % enregistrée en 2020, où la demande s'était fortement réduite alors que la pandémie de COVID-19 imposait d'importantes restrictions aux canaux de vente au détail traditionnels dans les principaux marchés de la Parfumerie fine.

Toutes les régions ont enregistré une croissance à deux chiffres pour tous les types de clients, grâce à une forte croissance des volumes réalisée auprès des clients existants et à un nombre très satisfaisant de nouveaux contrats.



Publicité événementielle au sens de l'art. 53 RC
Genève, le 12 octobre 2021

Parfumerie fonctionnelle

Le chiffre d'affaires de la Parfumerie fonctionnelle a progressé de 2,5 % sur une base comparable, par rapport à une croissance déjà solide de 9,9 % en 2020, qui avait été dopée par une demande accrue pour les produits d'entretien et les produits d'hygiène liée à la pandémie de COVID-19. La croissance au cours des 9 premiers mois de cette année est principalement le fait des marchés à forte croissance et s'est étendue à l'ensemble des clients.

Au niveau régional, l'Amérique latine a fait état d'une progression à deux chiffres dans la plupart des sous-régions et portée par les clients internationaux. En Asie, la croissance du chiffre d'affaires a été portée par les clients locaux et régionaux, la Chine enregistrant une solide progression à deux chiffres. La région Europe, Afrique et Moyen-Orient affiche une croissance modérée de son chiffre d'affaires par rapport à un niveau comparable élevé, emmenée par les clients internationaux. En Amérique du Nord, le chiffre d'affaires a légèrement diminué tandis que la région avait enregistré une croissance à deux chiffres en 2020, malgré une bonne croissance réalisée auprès des clients locaux et régionaux. En termes de segments de produits, la croissance du chiffre d'affaires a été stimulée par les parfums pour soin des textiles, suivis par les produits d'hygiène.

Ingrédients de parfumerie et Active Beauty

Le chiffre d'affaires des ingrédients de parfumerie et d'Active Beauty s'inscrit en hausse de 14,8 % sur une base comparable, contre une progression de 0,8 % l'année précédente. Active Beauty a connu un très fort rebond au cours des neuf premiers mois de l'année et fait état d'une excellente croissance à deux chiffres sur les marchés à forte croissance comme sur les marchés matures. Les ingrédients de parfumerie ont enregistré une solide croissance à un chiffre, portée par les clients locaux et les grands clients internationaux.

Givaudan Goût et Bien-être

Goût et Bien-être a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 2 716 millions, en hausse de 7,2 % sur une base comparable et une progression de 4,8 % en francs suisses.

Ce chiffre d'affaires élevé a été porté par de nouveaux contrats et une bonne dynamique commerciale dans toutes les régions et dans l'ensemble des segments de clientèle. Grâce à la progression des taux de vaccination et à l'assouplissement des restrictions qui en découle dans certains pays, la demande de produits de restauration rapide, qui a été le domaine d'activité le plus touché par la pandémie de COVID-19 en 2020, a poursuivi sa reprise au troisième trimestre.

Dans les domaines stratégiques clés, les protéines alternatives affichent une progression à deux chiffres du chiffre d'affaires, tandis que la croissance de la santé et du bien-être ainsi que des ingrédients naturels se situe dans le haut de la fourchette à un chiffre.

Asie-Pacifique

Dans la région Asie-Pacifique, le chiffre d'affaires a progressé de 6,8 % sur une base comparable. Dans les marchés à forte croissance, la Chine et la Malaisie ont enregistré une croissance à deux chiffres, suivies par l'Indonésie et le Vietnam, qui affichent de solides performances à un chiffre. Sur les marchés matures, Singapour a dégagé une croissance à deux chiffres, suivie par la forte



Publicité événementielle au sens de l'art. 53 RC
Genève, le 12 octobre 2021

progression à un chiffre de l'Australie et de la Corée. En termes de segments, la croissance généralisée est principalement attribuable aux Boissons, Entremets salés et Snacks.

Asie du Sud, Afrique et Moyen-Orient (SAMEA)

En Asie du Sud, en Afrique et au Moyen-Orient, le chiffre d'affaires a augmenté de 5,1 % sur une base comparable. Les marchés d'Inde et d'Afrique du Nord-Ouest ont enregistré une croissance à deux chiffres, suivis de l'Égypte et de l'Afrique du Sud, qui affichent une bonne progression à un chiffre. La croissance dans cette région a été dopée par les segments Boissons et Produits laitiers.

Europe

Dans la région Europe, le chiffre d'affaires a progressé de 5,2 % sur une base comparable. Les marchés matures d'Allemagne, d'Espagne et d'Italie ont dégagé une croissance solide à un chiffre. Dans les marchés à forte croissance, l'excellente dynamique des ventes a été stimulée par la croissance à deux chiffres enregistrée en Russie, en Ukraine et en Pologne. Du point de vue des segments, la croissance a été principalement portée par les Boissons, les Snacks et la Confiserie.

Amérique du Nord

En Amérique du Nord, le chiffre d'affaires a augmenté de 5,0 % sur une base comparable. Cette performance est le fruit de nouveaux contrats et de la croissance des activités existantes dans les segments des Boissons et des Entremets salés, ainsi que de la poursuite du rebond dans la restauration rapide.

Amérique latine

En Amérique latine, le chiffre d'affaires a augmenté de 24,6 % sur une base comparable dans tous les marchés, porté par une solide croissance à deux chiffres dans tous les pays, tous segments confondus.

Le Groupe a tenu compte, pour les rapports relatifs à la performance régionale de Givaudan Goût et Bien-être, du changement de structure de gestion de l'activité à compter du 1er janvier 2021. A titre d'information, la croissance comparable sur les neuf premiers mois de l'année 2020 en Asie du Sud, Afrique et Moyen-Orient a été de 2,4 % et celle de l'Europe de 1,3 %.

Remarques

1. Sur une base comparable (SBC) signifie : (a) chiffre d'affaires calculé sur la base des taux de change de facturation de l'exercice précédent, et (b) hors ventes d'activités acquises depuis la date d'acquisition jusqu'à la date de clôture de la période, jusqu'à 12 mois à compter de la date d'acquisition et (c) hors ventes des activités cédées depuis la date de cession jusqu'à la fin de la période comparable précédente.
2. Le flux de trésorerie disponible correspond au flux de trésorerie opérationnel après investissements nets, paiement des intérêts, paiements des loyers et achat et vente des propres instruments de fonds propres.

Pour tout complément d'information, veuillez contacter

Pierre Bénaich, Investor and Media Relations

T +41 22 780 90 53

E pierre.benaich@givaudan.com