



Ventes du premier trimestre 2009: Résilience des arômes et des parfums pour produits de consommation

Genève, Suisse – le 3 avril 2009 – Au premier trimestre 2009, les ventes de Givaudan se sont établies à CHF 976,1 millions, soit une baisse de 2,6 % en monnaies locales et de 7,3 % en francs suisses. Hors impact de la cession de l'activité arômes de Saint Louis, les ventes ont reculé de 2,1 % en monnaies locales. Le principal facteur responsable de ce repli est l'important déstockage – commencé au cours du quatrième trimestre 2008 – à tous les stades de la chaîne d'approvisionnement.

Malgré le contexte économique défavorable, le marché sous-jacent devrait se montrer résilient pendant le restant de l'année en cours, à l'exception de la Parfumerie fine et, de façon moins prononcée, pour certaines catégories des parfums pour produits de consommation et arômes plus discrétionnaires. Pour l'ensemble de l'année 2009, Givaudan a toute confiance de dépasser la croissance du marché sous-jacent, grâce à sa position de leader dans l'industrie des parfums et des arômes. Il reste néanmoins difficile d'établir de façon fiable une prévision de croissance pour le marché sous-jacent en 2009. Les progrès réalisés dans le cadre de l'intégration ont renforcé la plateforme unique de Givaudan pour permettre une croissance accélérée et une amélioration de sa performance. La société est en bonne voie d'atteindre l'objectif annoncé de CHF 200 millions d'économies d'ici 2010 et de ce fait, de retrouver le niveau de marge EBITDA de 22,7 % qu'elle avait atteint avant l'acquisition.

Dans le difficile contexte économique actuel, Givaudan poursuit ses initiatives de croissance afin d'augmenter sa part de marché dans les pays en développement et sur des segments de marché clés au cours des cinq prochaines années.

Ventes de janvier à mars 2009

en millions de francs suisses	2009	2008	Variation en %		
			en francs suisses	en monnaies locales	en monnaies locales, hors effet de la cession
Division Parfumerie	438,4	489,1	-10,4	-5,4	-5,4
Division Arômes	537,7	563,7	-4,6	-0,3	0,8
Total	976,1	1052,8	-7,3	-2,6	-2,1

Division Parfumerie

La division Parfumerie a enregistré des ventes de CHF 438,4 millions, soit une baisse de 5,4 % en monnaies locales et de 10,4 % en francs suisses.

Les ventes de la **Parfumerie fine** ont décliné en Europe et en Amérique du Nord en raison de l'importante réduction des stocks dans l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement. Cela fait suite au recul des ventes au détail durant la période des vacances de fin d'année 2008. La demande des consommateurs est par ailleurs restée faible pendant le premier trimestre 2009. En Amérique latine, les ventes de parfumerie fine ont enregistré une forte croissance grâce à de nouveaux parfums gagnés et à une bonne croissance du portefeuille existant auprès des clients-clés de la région.

Le déficit de confiance des consommateurs et la diminution des voyages continueront probablement d'impacter les ventes de la Parfumerie fine durant toute l'année 2009.

Les ventes de l'activité des **Parfums pour produits de consommation** sont restées au même niveau que l'année dernière qui représentait une forte base de comparaison.

Les ventes dans les marchés matures ont subi les effets du déstockage. Les ventes dans les marchés en développement ont affiché une forte croissance avec en particulier une croissance à deux chiffres en Amérique Latine.

Dans la catégorie des produits d'entretien et notamment dans le segment des produits d'ambiance et d'intérieur, les ventes ont été inférieures à celles de l'an passé. Les segments des parfums pour produits d'hygiène et pour textiles ont été moins affectés.

Les ventes d' **ingrédients de parfumerie** ont baissé fortement, en raison de la conjoncture économique qui conduit les clients à réduire leurs stocks. Un ingrédient de parfumerie innovant, baptisé Cosmone, un musc puissant, élégant et extrêmement intense a été lancé sur le marché.

Division Arômes

La division Arômes a enregistré des ventes de CHF 537,7 millions, soit une baisse de 0,3 % en monnaies locales et de 4,6 % en francs suisses. En excluant l'impact de la cession du site de St. Louis, les ventes ont progressé de 0,8 % en monnaies locales. Le développement des ventes a été fortement impacté par le déstockage intervenu dans l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement et tout particulièrement dans les marchés matures. Cet effet a été compensé par un nombre important de nouveaux contrats et des ventes en forte croissance dans les marchés en développement.

Asie-Pacifique

Les ventes en Asie-Pacifique se sont maintenues au niveau de l'année dernière. Les marchés matures d'Asie ont enregistré une baisse en raison de la conjoncture économique négative, en particulier au Japon. L'ensemble des marchés en développement ont affiché une bonne croissance avec en particulier l'Inde, l'Indonésie et les Philippines où la croissance a été la plus forte.

Europe, Afrique et Moyen-Orient

Les ventes de la région ont baissé de façon modérée. L'impact du déstockage sur les ventes dans les marchés matures a été presque totalement compensé par une forte progression dans les

marchés en développement. Les ventes dans les marchés d'Europe centrale et orientale ont été fortement impactées par la crise économique. Les ventes en Afrique et au Moyen-Orient ont affiché une forte croissance

Amérique du Nord

Les ventes en Amérique du Nord ont baissé de façon modérée. Les déstockages importants effectués par les clients internationaux ont pu être compensés par l'impact positif de nouveaux contrats. Les ventes des entremets salés et des produits laitiers ont, en revanche, légèrement augmenté, notamment dans le segment de la restauration rapide. Les ventes de la confiserie et des boissons ont pour leur part diminué.

Amérique latine

En Amérique latine, les ventes ont affiché une croissance élevée à deux chiffres, soutenue par la signature de nouveaux contrats. Tous les marchés ont contribué à cette forte performance, en particulier le Brésil, l'Argentine et le Mexique. Les segments pour la confiserie et les entremets salés ont affiché une croissance à deux chiffres.

Si vous souhaitez obtenir de plus amples renseignements, veuillez contacter :

Peter Wullschleger, Givaudan Media Relations
5, chemin de la Parfumerie, CH-1214 Vernier
T +41 22 780 90 93, F +41 22 780 90 90
E-mail: peter_b.wullschleger@givaudan.com