



CHIFFRE D'AFFAIRES AU PREMIER TRIMESTRE 2011

Un début d'année prometteur

?

Genève, 8 avril 2011 – Givaudan a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 1 012,3 millions au premier trimestre 2011, ce qui représente hausse de 3,1% en monnaies locales et une baisse de 5,1% en francs suisses par rapport à une base de comparaison élevée.

Givaudan, en collaboration avec ses clients, met en place avec succès des augmentations de prix de vente pour compenser les hausses des coûts des matières premières. Ces augmentations de prix prendront effet au cours du deuxième trimestre et auront leur plein bénéfice sur le deuxième semestre.

Chiffre d'affaires janvier - mars 2011

en millions de CHF	2011	2010	Variation en %	
			en CHF	en monnaies locales
Division Parfumerie	467,4	495,7	(5,7)	1,7
Division Arômes	544,9	570,7	(4,5)	4,2
Total	1 012,3	1 066,4	(5,1)	3,1

Division Parfumerie

La division Parfumerie a enregistré un chiffre d'affaires de CHF 467,4 millions, soit une hausse de 1,7% en monnaies locales et un recul de 5,7% en francs suisses. Cette progression s'est opérée sur une base de comparaison élevée.

Le chiffre d'affaires total des compositions de Parfumerie (Parfumerie fine + Parfums pour produits de consommation) a augmenté de 1,2% en monnaies locales mais a reculé de 6,6% en francs suisses, à CHF 402,0 millions contre CHF 430,2 millions.

Le chiffre d'affaires de la **Parfumerie fine** a progressé de 3,1% en monnaies locales par rapport à la base de comparaison élevée du premier trimestre 2010, qui a bénéficié d'un fort restockage. Le segment a affiché une forte croissance en Amérique latine, non seulement du fait de la bonne progression des ventes du portefeuille existant, mais également grâce au lancement de nouveaux parfums. Givaudan a pu enregistrer en Europe et en Amérique du Nord, un nombre important de nouveaux contrats. Malgré cet effet positif, l'effet du restockage qui a marqué l'année 2010 a créé une forte base de comparaison, ce qui s'est soldé par une légère baisse globale sur ces marchés.

Le chiffre d'affaires du segment Parfums pour **Produits de consommation** a quant à lui progressé de 0,7% en monnaies locales. Les chiffres d'affaires dans les marchés en développement sont restés stables par rapport à une forte base de comparaison avec une croissance à deux chiffres, essentiellement en Asie-Pacifique. Les ventes dans les marchés matures ont montré une légère

hausse avec un petit déclin en Europe, Afrique et au Moyen-Orient. En Amérique du Nord, les ventes sont en bonne progression.

Le chiffre d'affaires mondial des parfums pour textiles, des produits d'entretien et des produits d'hygiène bucco-dentaire se sont inscrits à la hausse, suivis dans leur progression par les parfums pour déodorants. La catégorie des parfums d'ambiance a notamment réalisé de solides résultats en Europe, en Afrique et au Moyen-Orient.

Le chiffre d'affaires des **Ingrédients de parfumerie** a progressé de 5,2% en monnaies locales, une belle performance tirée par la bonne croissance des marchés en développement. Un ingrédient de parfumerie innovant baptisé Paradisamide™ – caractérisé par une note fraîche et persistante de fruit tropical – a été lancé sur le marché au début de l'année et atteint d'ores et déjà d'excellents chiffres de vente.

Division Arômes

Les ventes de la division Arômes ont atteint CHF 544,9 millions, en hausse de 4,2% en monnaies locales et en recul de 4,5% en francs suisses par rapport à l'année précédente. Cette progression s'est opérée par rapport à une base de comparaison élevée.

En Asie-Pacifique et en Amérique latine, les activités existantes ont été les principaux contributeurs à la croissance. En Amérique du Nord et dans les marchés en développement d'Europe, d'Afrique et du Moyen-Orient, de nouveaux contrats sont venus s'ajouter à ce panorama réjouissant. La forte capacité d'innovation de nos clients s'est soldée par de nouveaux contrats dans les segments Boissons, Entremets salés, Confiserie et pour les solutions aromatiques du marché Santé et Bien-être.

En **Asie-Pacifique**, les ventes ont enregistré une progression de 5,9%, tirées aussi bien par les marchés en développement, essentiellement l'Inde et la Thaïlande, que par les marchés matures du nord de l'Asie et d'Australie. Tous les segments ont affiché une solide croissance, les plus hauts chiffres étant le fait des Entremets salés et de la Confiserie. Cette bonne progression s'explique tant par la signature de nouveaux contrats que par la croissance des activités existantes.

En **Europe, en Afrique et au Moyen-Orient**, les ventes ont pu progresser de 0,5% par rapport à une forte base de comparaison. Les marchés en développement y ont poursuivi leurs belles performances avec de solides bénéfices notamment en Afrique, en Russie, en Turquie et au Moyen-Orient. Les marchés matures d'Allemagne et d'Espagne ont affiché de bons taux de croissance.

En **Amérique du Nord**, la progression des ventes s'est établie à 6,9%. Les clients de la région ont renoué avec l'innovation. De nouveaux contrats ont tiré la croissance vers le haut avec une progression à deux chiffres pour les Entremets salés et les Snacks et une augmentation de l'ordre de 5% pour les Produits laitiers. La croissance de la Restauration rapide a été portée par la signature de contrats clés dans les boissons. Le premier trimestre 2011 a été marqué par l'implémentation réussie de SAP dans la division Arômes d'Amérique du Nord.

L'Amérique latine a dégagé une croissance de 7,5%, confirmant ainsi les beaux succès des dernières années. La croissance a surtout été alimentée par les fortes performances réalisées au Brésil et en Argentine. Tant la signature de nouveaux contrats que la progression des produits existants dans les Boissons, la Confiserie et les Entremets salés ont été les moteurs essentiels de cette évolution.

Perspectives

Grâce à l'intégration réussie de Quest, Givaudan entre aujourd'hui dans une nouvelle ère de croissance pour ses activités. Globalement, la société se fixe pour objectifs une augmentation annuelle de la croissance organique comprise entre 4,5 % et 5,5 % sur la base d'une croissance du marché estimée entre 2 % et 3 %, et une hausse continue de ses parts de marché au cours des cinq prochaines années.

En déployant sa stratégie de croissance axée sur cinq piliers - marchés émergents, santé et bien-être, gains de parts de marché sur des segments et auprès de clients ciblés, approvisionnement durable en matières premières et innovation - Givaudan devrait dépasser la croissance du marché sous-jacent et continuer à dégager la marge EBIDA la plus élevée du secteur, tout en augmentant son flux de trésorerie annuel disponible dans une fourchette comprise entre 14 et 16% du chiffre d'affaires d'ici à 2015.

La Société réitère son intention de reverser aux actionnaires plus de 60 % du flux de trésorerie disponible une fois que le ratio d'endettement visé (défini comme la dette nette divisée par la dette

nette plus les capitaux propres) de 25 % aura été atteint.

Pour plus d'informations, veuillez contacter :

Peter Wullschleger, Givaudan Media and Investor Relations

Chemin de la Parfumerie 5

1214 Vernier

Switzerland

T +41 22 780 9093

F +41 22 780 9090

E peter_b.wullschleger@givaudan.com