



Chiffre d'affaires du premier trimestre : un début 2010 en forte croissance

Genève, Suisse – le 9 avril 2010 – Au premier trimestre 2010, les ventes de Givaudan se sont établies à CHF 1 066,4 millions, soit une forte croissance de 10,6% en monnaies locales et de 9,2 % en francs suisses. Les deux divisions, Parfumerie et Arômes, ont contribué à cette très bonne performance.

Les ventes sur les marchés émergents ont continué de progresser à un rythme soutenu. Comme au second semestre 2009, la croissance des ventes a poursuivi sa progression au premier trimestre 2010 sur les marchés développés.

Les bonnes performances de 2009 et le bon début d'année 2010 démontrent combien Givaudan a gagné en compétitivité contribuant pleinement à consolider plus encore sa position de leader de l'industrie.

Alors que nous entrons dans la dernière année d'intégration de Quest, le Groupe est en bonne voie d'atteindre l'objectif annoncé de CHF 200 millions d'économies d'ici la fin de l'année et, de ce fait, de retrouver la marge EBITDA de 22,7 % qu'il dégagait avant l'acquisition.

Sur fond d'amélioration des conditions économiques, Givaudan poursuit ses initiatives de croissance afin d'augmenter sa part de marché dans les pays émergents et les segments de marché clés.

Ventes de janvier à mars 2010

en millions de CHF	2010	2009	Variation en %	
			en CHF	en monnaies locales
Division Parfumerie	495,7	438,4	13,1	14,3
Division Arômes	570,7	537,7	6,1	7,6
Total	1 066,4	976,1	9,2	10,6

Division Parfumerie

La division Parfumerie a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 495,7 millions, soit une croissance de

14,3 % en monnaies locales et de 13,1 % en francs suisses. Cette excellente performance est le fruit d'une série de nouveaux contrats remportés auprès de clients clés et d'une progression des ventes sur les produits existants.

Le chiffre d'affaires total des compositions de Parfumerie (Parfumerie fine et Parfums pour produits de consommation) a augmenté de 13,8 % en monnaies locales et de 12,7% en francs suisses, à CHF 430,1 millions contre CHF 381,7 millions.

Le chiffre d'affaires de la **Parfumerie fine** a augmenté de 26,9% en monnaies locales. La croissance de ce trimestre a été alimentée par une série de nouveaux contrats avec des clients importants et par le retour des clients à des schémas de commande normalisés, après la période de déstockage observée un an plus tôt. Les hausses du chiffre d'affaires ont été les plus fortes en Amérique du Nord et en Europe, tandis qu'en Amérique latine, l'activité a poursuivi sa forte croissance sur le même rythme que l'an dernier.

Le segment des **Parfums pour produits de consommation** a augmenté de 10,5% en monnaies locales. La hausse du chiffre d'affaires s'est répartie entre clients internationaux et régionaux. Les ventes sur les marchés émergents ont maintenu leur solide croissance à deux chiffres, et les marchés développés ont sensiblement progressé par rapport à l'exercice précédent. Cette vitalité concerne toutes les catégories: parfums pour produits d'entretien, pour textiles, pour produits d'hygiène et pour produits d'ambiance.

Le chiffre d'affaires des **Ingrédients de parfumerie** a connu une hausse de 18,0% par rapport au premier trimestre 2009. Les volumes des ventes ont conservé leur excellent niveau enregistré au second semestre 2009.

Cette croissance à deux chiffres concernait toutes les catégories de produits et pourrait s'expliquer en partie par une tendance au restockage.

Division Arômes

La division Arômes a enregistré un chiffre d'affaires de CHF 570,7 millions, soit une croissance de 7,6% en monnaies locales et de 6,1% en francs suisses.

La bonne performance du chiffre d'affaires repose sur la multitude de nouveaux contrats conclus dans les segments Confiserie, Boissons et Produits laitiers, qui démontrent que les clients n'ont pas cessé d'innover et la capacité exceptionnelle de Givaudan à créer des arômes qui gagnent sur le marché.

Les ventes en **Asie-Pacifique** ont progressé de 13,7%. Les marchés émergents de Chine, d'Inde et d'Indonésie ont enregistré des croissances à deux chiffres grâce au succès de nouveaux contrats. Les ventes sur les marchés développés ont connu un bon taux de croissance, alimenté essentiellement par de nouveaux contrats au Japon.

La croissance dans la région, poussée par de nouveaux contrats et une solide progression des produits existants, était bien répartie entre les segments Confiserie, Produits laitiers et Boissons.

Dans la région **Europe, Afrique et Moyen-Orient**, le chiffre d'affaires a crû de 7,5% en dépit d'une conjoncture économique toujours difficile en Europe occidentale. Les marchés émergents d'Afrique, du Moyen-Orient, de Russie et de Pologne ont connu une forte croissance à deux chiffres, contre une croissance à un chiffre pour les marchés développés d'Europe occidentale.

Des solutions aromatiques innovantes et une meilleure pénétration du marché ont continué d'alimenter la croissance dans les segments Boissons et Snacks. La croissance positive dans les segments Confiserie et Produits laitiers a été compensée par la faiblesse des ventes dans le segment Entremets salés.

Les ventes en **Amérique du Nord** ont stagné en raison de la morosité économique persistante. Néanmoins, l'accent mis à nouveau par nos clients sur le lancement de produits innovants a contribué à alimenter le pipeline de projets, entraînant de nouveaux contrats et une amélioration du chiffre d'affaires en fin de trimestre.

Sur le plan des segments, les ventes de Confiserie et de Boissons ont affiché de bons résultats. Cette évolution a été neutralisée par les reculs enregistrés dans les segments Produits laitiers, Entremets salés et Snacks.

Dans le sillage de l'exercice précédent, le chiffre d'affaires en **Amérique latine** a de nouveau affiché une croissance à deux chiffres de 19,1%. Celle-ci concernait tous les marchés à l'exception du Mexique, où les ventes ont été en léger recul. Le bon rythme de croissance des produits existants et les nouveaux contrats expliquent cette bonne performance.

Les segments Confiserie et Boissons ont affiché une croissance à deux chiffres de leurs ventes portée par de nouveaux contrats. Les segments Produits laitiers et Entremets salés ont réalisé de bonnes performances.

Pour plus d'informations, 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