



Résultats 2005 - Givaudan renforce davantage sa position de leader

## Givaudan renforce davantage sa position de leader

- Chiffre d'affaires de CHF 2'778 millions, croissance de 2.5% en monnaies locales
- Bénéfice brut de CHF 1'359 millions, marge de 48.9%
- Augmentation du Bénéfice d'exploitation de 7% à CHF 513 millions
- Fort flux de trésorerie opérationnel avant investissements de CHF 502 millions
- Accroissement du Bénéfice net de 21% à CHF 406 millions
- Bénéfice par action augmenté de 27% à CHF 56.57 par action
- Dividende proposé de CHF 17.60 par action (2004: CHF 16.30), en croissance de 8%

Genève, 21 février 2006 - En 2005, Givaudan a consolidé sa position de leader dans l'industrie des Parfums et des Arômes en atteignant une croissance des ventes supérieure au marché. Le chiffre d'affaires du groupe a atteint CHF 2'778 millions, soit une augmentation de 2,5 % en monnaies locales et de 3,6 % en francs suisses. Cette croissance a été négativement affectée par l'élimination des ingrédients à faible valeur ajoutée dans les deux divisions. Sans cet effet de rationalisation, nos ventes auraient progressé de 3,5 % en monnaies locales, ce qui s'inscrit parfaitement dans les objectifs de Givaudan de croître plus rapidement que le marché.

La division Parfumerie a enregistré un chiffre d'affaires de CHF 1'131 millions, en augmentation de 4,2 % en monnaies locales et de 5,4 % en francs suisses. Cette progression est due aux produits de consommation qui ont affiché une forte croissance pour la cinquième année consécutive. La Parfumerie fine a maintenu ses ventes par rapport à l'année précédente malgré un marché difficile. Dans les ingrédients de Parfumerie, les spécialités ont affiché une excellente performance.

Les ventes de la division Arômes ont augmenté de 1,3 % en monnaies locales et 2,5 % en francs suisses, atteignant CHF 1'647 millions. Les ventes dans les marchés émergents d'Asie-Pacifique, d'Amérique Latine et d'Europe de l'Est ont affiché une forte croissance, tandis que celles des marchés matures d'Amérique du Nord et d'Europe occidentale sont restées stables. Les ventes de la division Arômes, en plus de l'effet de rationalisation, ont aussi été affectées par la baisse des prix de la vanille naturelle.

Dans ce marché concurrentiel, la marge brute a continué de progresser, passant de 47,7 % à 48,9 % en 2005. Malgré une dépréciation d'actifs de CHF 21 millions due aux fermetures de sites, le bénéfice d'exploitation a augmenté de 7 % atteignant CHF 513 millions, soit une marge opérationnelle de 18,5 %. Ce bon résultat a été réalisé grâce à une gestion prudente des coûts, l'impact positif de la consolidation des sites européens dans les Arômes et l'achèvement des initiatives d'amélioration de la marge lancées il y a deux ans. Le bénéfice net a augmenté de 21 % pour atteindre CHF 406 millions. Cette nette amélioration est la conséquence des bons résultats d'exploitation et non opérationnel. Le bénéfice par action est passé de CHF 44,64 à CHF 56,57 résultant de la croissance du bénéfice net et du nombre moyen inférieur d'actions en circulation. La société a affiché un bon flux de trésorerie opérationnel avant investissements de CHF 502 millions et présente un bilan fort avec un capital propre représentant 54 % des actifs totaux.

En mai 2005, Givaudan a lancé son troisième programme de rachat de titres qui vise à racheter 720'000 titres. Le Conseil d'Administration a décidé de prolonger ce programme jusqu'au 31 mai 2007.

2005 a été une année de transition du management de Givaudan. Lors de l'Assemblée Générale, Dr Henri B. Meier s'est retiré en tant que Président du Conseil d'Administration. Il a transmis ses responsabilités au Dr Jürg Witmer qui, à son tour, a cédé la présidence opérationnelle de la société au nouveau CEO, M. Gilles Andrier. Depuis le 1er janvier 2005 déjà, M. Matthias Währen assure la fonction de nouveau CFO.

Givaudan reste confiant de maintenir sa position de leader dans le marché des parfums et arômes et d'enregistrer à nouveau un bon résultat pour 2006.

#### Chiffres clés 2005

En millions de CHF Sauf bénéfice par action	2005	2004 (ajusté)(1)	2004 (publié)(1)
Chiffre d'affaires du groupe	2,778	2,680	2,680
Parfums	1,131	1,073	1,073
Arômes	1,647	1,607	1,607
Bénéfice brut	1,359	1,278	1,280
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	48.9	47.7	47.8
EBITDA(2)	640	584	588
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	23.0	21.8	21.9
Bénéfice d'exploitation	513	480	484
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	18.5	17.9	18.1
Bénéfice net	406	337	350
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	14.6	12.6	13.1
Bénéfice par action de base CHF	56.57	44.64	46.36

En millions de CHF	31 Décembre 2005	31 Décembre 2004 (ajusté)(1)	31 Décembre 2004 (publié)(1)
Actif circulant	1,723	1,766	1,735
Actif immobilisé	2,793	2,564	2,564
<b>Total des actifs</b>	<b>4,516</b>	<b>4,330</b>	<b>4,299</b>
Dettes à court terme	763	1,238	929
Dettes à long terme	1,316	1,104	1,105
Fonds propres	2,437	1,988	2,265
<b>Total des passifs et fonds propres</b>	<b>4,516</b>	<b>4,330</b>	<b>4,299</b>

1) Givaudan a anticipé l'adoption de IFRS3 « Regroupement financiers », IFRS36 « Dépréciation d'actifs » (révisée en 2004) et IAS38 « Immobilisation incorporelles » (révisée en 2004) en date du 1er janvier 2004. Le groupe a adopté toutes les normes, nouvelles et révisées le 1er janvier 2005. Les informations comparatives sont présentées selon les dispositions transitoires exposées dans chaque norme (voir note 2.22 des états financiers consolidés dans le « Financial Report 2005 »).

2) EBITDA: Earnings Before Interest (and other financial income), Tax, Depreciation and Amortisation. Bénéfice avant intérêts (et autres produits financiers), impôts et amortissements des immobilisations corporelles et incorporelles. Ceci correspond au bénéfice d'exploitation avant déductions pour amortissements corporels et incorporels et dépréciation des actifs à long-terme.

## Division Parfumerie

En 2005, la Division Parfumerie a enregistré un chiffre d'affaires de CHF 1'131 millions, soit une progression de 4,2 % en monnaies locales et 5,4 % en francs suisses. Cette croissance a été réalisée grâce à nos activités

principales que sont les compositions de parfumerie et les ingrédients de spécialités.

Les ventes de Parfumerie fine sont légèrement supérieures aux excellents résultats de l'année précédente. Les résultats des Produits de consommation, quant à eux, ont dépassé la croissance du marché pour la cinquième année consécutive. Conformément à la stratégie des ingrédients de parfumerie, les commodités ont à nouveau fait l'objet d'une rationalisation tandis que les spécialités ont poursuivi leur croissance à deux chiffres.

En raison de l'augmentation des frais d'exploitation, du prix des matières premières et d'une provision conséquente à un changement de réglementations aux États-Unis, le bénéfice d'exploitation de la division a marqué un repli, passant à CHF 161 millions, soit une marge d'exploitation de 14,2 % contre 15,8 % en 2004.

Pour développer sa position sur le marché de la parfumerie, Givaudan a élargi ses centres de création de parfumerie fine à Paris et New York et a réaménagé son école de parfumerie à Argenteuil (France). À Vernier (Suisse), Givaudan a modernisé ses salles de mélanges; en plus des installations permettant d'améliorer l'efficacité de la production, des cuves de grande capacité ont été ajoutées pour traiter plus rapidement et plus efficacement les grandes demandes.

## **Division Arômes**

En 2005, la Division Arômes a enregistré un chiffre d'affaires de CHF 1'647 millions, soit une progression de 1,3 % en monnaies locales et 2,5 % en francs suisses. L'Asie Pacifique et l'Amérique Latine ont généré une croissance supérieure au marché. L'Amérique du Nord a enregistré une faible croissance, tandis que l'Europe a connu un léger déclin par rapport à l'année dernière. La croissance du chiffre d'affaires sur ces marchés matures a en effet été affectée par un moins grand nombre de projets chez les clients, par la baisse du prix de la vanille naturelle ainsi que par la rationalisation des produits à faible marge.

Le bénéfice d'exploitation a augmenté, passant de CHF 310 millions à CHF 352 millions, soit une progression de la marge de 19,3 % à 21,4 %. Cette performance résulte directement des initiatives d'amélioration de la marge, de la rationalisation du portefeuille de produits et de la consolidation des sites de production en Europe.

À la fin de l'année 2005, Givaudan a mené à bien le transfert de la production d'arômes liquides et secs de Barneveld (Pays-Bas) vers Dortmund (Allemagne) et Zurich (Suisse). Les équipes commerciales du marché français ont quitté Tremblay (France) pour emménager sur le site réaménagé d'Argenteuil (France). En août 2005, la phase finale du Centre de Développement des Entremets salés à Kempthal (Suisse) s'est achevée par l'inauguration d'une usine pilote totalement dédiée à ce segment et capable de traiter une très grande variété de processus de fabrication

alimentaire. Ce centre permettra le développement d'arômes, en collaboration avec nos clients, dans un cadre plus proche de leur propre environnement.

Suite à la rationalisation continue de notes de base culinaires et la consolidation de nos sites de production, Givaudan a annoncé le 10 janvier 2006 la fermeture de ses sites de New Milford (Connecticut) et d'Oconomowoc (Wisconsin). Ces activités seront transférées vers Cincinnati (Ohio) et Devon (Kentucky) d'ici juin 2007.

L'année 2005 a vu l'expansion du site de production à Fukuroi, au Japon, qui dispose désormais des capacités de fabrication nécessaires pour faire face à la croissance constante de nos activités sur ce marché important. La construction d'un centre de création, d'application et de production d'arômes à Shanghai progresse bien. Le centre devrait être opérationnel d'ici l'été 2006.

Documents et liens disponibles:

[Rapport Annuel 2005](#)

[Financial Report 2005\(anglais\)](#)

[Full Year 2005 Results Presentation\(anglais\)](#)

For further information please contact:

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](mailto:peter_b.wullschleger@givaudan.com)