



CHIFFRE D'AFFAIRES DES NEUF PREMIERS MOIS 2010

Maintien de la dynamique de croissance

Genève, le 8 octobre 2010 – Au cours des neuf premiers mois de 2010, Givaudan a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 3'283 millions, soit une solide hausse de 9,8 % en monnaies locales et de 8,5 % en francs suisses, grâce à la contribution conjointe des deux divisions. Les ventes sur les marchés émergents ont conservé un excellent rythme, les marchés développés affichant de leur côté une progression aussi bonne qu'au cours des six premiers mois de 2010.

Pour le quatrième trimestre, Givaudan prévoit le maintien de cette bonne performance et reste donc confiant quant à la réalisation de ses objectifs fixés pour l'année 2010: une croissance du chiffre d'affaires supérieure à 5 % en monnaies locales et une marge EBITDA de 22,7 %, soit un niveau de rentabilité équivalent à celle du Groupe avant l'acquisition de Quest.

Maintenant que l'intégration de Quest est achevée avec succès, Givaudan entre dans une nouvelle phase de croissance de ses activités. Globalement, la société se fixe pour objectifs une augmentation annuelle de la croissance organique comprise entre 4,5 % et 5,5 % sur l'hypothèse d'une croissance du marché estimée entre 2 % et 3 %. Cela signifie une hausse continue de ses parts de marché au cours des cinq prochaines années.

En déployant sa stratégie de croissance axée sur trois piliers (marchés émergents, santé et bien-être et gains en parts de marché sur des segments et auprès de clients ciblés), Givaudan entend dépasser la croissance du marché sous-jacent et continuer de dégager la marge EBITDA 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 (défini comme la dette nette divisée par la dette nette plus les capitaux propres) de 25 % aura été atteint.

Chiffre d'affaires de janvier à septembre 2010

en millions de CHF	2010	2009	Variation en %	
			en CHF	en monnaies locales
Division Parfumerie	1 539	1 388	10,9	12,0
Division Arômes	1 744	1 638	6,5	7,9
Total	3 283	3 026	8,5	9,8

Chiffre d'affaires de juillet à septembre 2010

en millions de CHF	2010	2009	Variation en %	
			en CHF	en monnaies locales
Division Parfumerie	522	489	6,8	9,6
Division Arômes	562	541	3,8	7,5
Total	1 084	1 030	5,2	8,5

Division Parfums

Au cours des neuf premiers mois de l'année, la division Parfums a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 1 539 millions, soit une croissance de 12,0 % en monnaies locales et de 10,9 % 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 des produits existants.

Le chiffre d'affaires total de la division Parfums (Parfumerie fine et Parfums pour produits de consommation) a augmenté de 11,9 % en monnaies locales et de 11,0 % en francs suisses, passant de CHF 1 203 millions à CHF 1 335 millions.

La Parfumerie fine a continué d'afficher une forte croissance. Par rapport à des bases de comparaison plus élevées, les ventes au troisième trimestre ont continué de progresser fortement grâce notamment à la signature de nouveaux contrats et à des gains en volume importants. Les ventes cumulées sont en hausse de 20,7 % en monnaies locales, dopées par la signature d'un grand nombre de nouveaux contrats, le retour à la normale des commandes de clients et les effets bénéfiques du restockage constatés plus tôt dans l'année.

À l'échelon régional, l'Europe et l'Amérique du Nord continuent d'afficher la plus forte croissance, sur le trimestre et depuis le début de l'année. En Amérique latine, les activités ont affiché des gains à un chiffre en termes de volume depuis le 1er janvier. Le portefeuille de nouveaux contrats reste solide grâce à l'intégration d'un grand nombre de nouveaux projets d'un montant élevé au cours des neuf premiers mois de l'année.

Le segment des **Parfums pour produits de consommation** a progressé de 9,4 % en monnaies locales depuis le début de l'année, par rapport à une base de comparaison positive l'année précédente. La croissance du chiffre d'affaires a concerné l'ensemble des segments de clientèle. Les marchés émergents ont confirmé leur croissance à deux chiffres. Quant aux marchés développés, ils ont encore réitéré une progression solide par rapport à l'année dernière.

Le chiffre d'affaires de l'Asie-Pacifique a également enregistré une croissance à deux chiffres pour tous les groupes de clients et sur tous les segments de produits. La hausse a été particulièrement soutenue en Inde, en Thaïlande et en Chine.

En Amérique latine, la forte progression est imputable au segment des parfums pour produits de lessives, notamment en Argentine, au Mexique et au Venezuela. Les ventes aux clients locaux, régionaux et internationaux ont affiché des progressions à deux chiffres.

L'Europe, l'Afrique et le Moyen-Orient ont progressé par rapport à l'année précédente, et ce pour tous les groupes de clients. L'augmentation de leur chiffre d'affaires a été stimulée par les marchés émergents d'Europe centrale et de l'Est, d'Afrique et du Moyen-Orient, ainsi que par la croissance des marchés développés.

L'Amérique du Nord a affiché une croissance à deux chiffres, largement alimentée par la performance de la catégorie des parfums d'ambiance et les résultats solides enregistrés auprès des clients internationaux.

Globalement, tous les segments de produits ont vu leur chiffre d'affaires augmenter par rapport à 2009. Les chiffres d'affaires des catégories de produits d'entretien et de lessives affichent des croissances à deux chiffres. En particulier, la catégorie des parfums d'ambiance a confirmé sa croissance solide à deux chiffres, grâce aux ventes en Amérique du Nord.

Le chiffre d'affaires de l'activité **Ingrédients de parfumerie** s'est accru de 12,6 % en monnaies locales. Cette croissance à deux chiffres reflète une forte demande globale, en particulier pour les

produits de spécialité. La progression des ventes s'explique aussi en partie par une composante de restockage.

Division Arômes

Au cours des neuf premiers mois de l'année 2010, la division Arômes a affiché des ventes de CHF 1'744 millions, soit une hausse de 7,9 % en monnaies locales et de 6,5 % en francs suisses.

Les quatre régions et l'ensemble des principaux segments ont enregistré une croissance, en particulier les segments Boissons, Snacks et Confiserie affichant des croissances à deux chiffres. Les marchés émergents, qui totalisent près de 40 % des ventes, ont maintenu leur tendance de progression soutenue, tandis que la croissance des marchés développés était tirée par des gains en volumes, qui concernaient autant les produits existants que les nouveaux contrats signés.

En **Asie-Pacifique**, les ventes ont augmenté de 9,3 % en monnaies locales, affichant un rythme bien plus rapide que celui du marché sous-jacent. Les marchés émergents chinois, indonésien et indien ont enregistré de fortes croissances grâce à la signature de nouveaux contrats sur les segments Boissons, Snacks et Confiserie. La situation reste positive pour les marchés développés grâce à une forte croissance enregistrée au Japon, tous les segments contribuant à la performance régionale.

En **Europe**, tant sur les marchés développés que sur les marchés émergents, les ventes ont maintenu leur bonne progression du premier semestre, affichant un taux de croissance de 4,8 % en monnaies locales. La signature de nouveaux contrats en **Afrique et au Moyen-Orient** ainsi que l'amélioration des conditions économiques en Europe de l'Est ont permis de doper la croissances dans les marchés émergents. Les marchés développés ont souffert au cours du troisième trimestre en Irlande, au Royaume-Uni et en Europe du Nord, conséquence directe de l'affaiblissement des économies des pays d'Europe occidentale. La croissance dans les autres pays développés est restée solide, au diapason de la performance du premier semestre.

De récents gains en volume ainsi que la signature de nouveaux contrats sur les segments Boissons, Produits laitiers et Confiserie ont permis d'améliorer le taux de croissance du chiffre d'affaires en **Amérique du Nord** qui a atteint 8,1 % en monnaies locales. La croissance à deux chiffres du trimestre s'explique par la forte progression affichée des produits existants et des nouveaux contrats.

Les ventes en cumul depuis le début de l'année en **Amérique latine** ont fortement progressé à 16,9 %, par rapport à une base comparable déjà très élevée. Tous les marchés obtiennent des résultats supérieurs à ceux de l'année dernière, le Brésil et l'Argentine présentant des taux de croissance très élevés. Cette augmentation s'explique notamment par l'activité des produits existants et la signature de nouveaux contrats sur les segments Boissons, Produits laitiers et Confiserie.

Pour plus d'informations, veuillez contacter :

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