



Givaudan: Verkäufe neun Monate

Anhaltend gute Verkäufe bei Riechstoffen, erneute Dynamik im Bereich Aromen

Genf, 9. Oktober 2003 - In den ersten neuen Monaten des Jahres 2003 erzielte Givaudan Verkäufe in der Höhe von CHF 2.072 Milliarden, was einem Wachstum von 9.6% in Lokalwährungen und 1.1% in Schweizer Franken entspricht. Seit Mai 2002 enthalten die Verkaufszahlen der Division Aromen auch den Umsatz des von Nestlé erworbenen Aromengeschäfts FIS. Die anhaltend guten Verkäufe bei den Riechstoffen und die erneute Dynamik der Aromenverkäufe führten zu weiteren Marktanteilsgewinnen. Neue Initiativen zur Verbesserung des Betriebsgewinns werden derzeit vorbereitet.

Verkäufe Januar-September 2003 in effektiven Zahlen

In millionen CHF	Januar-September 2003	Januar-September 2002	Wachstum in %	
			Schweizer Franken	Lokalwährungen
Riechstoffe	845.2	859.4	(1.7)	5.2
Aromen	1'226.8	1'189.6	3.1	12.7
Total	2'072.0	2'049.0	1.1	9.6

Verkäufe Januar-September in Pro-Forma-Zahlen (FIS-Verkäufe eingeschlossen seit 1. Januar 2002)

In millionen CHF	Januar-September 2003	Januar-September 2002	Wachstum in %	
			Schweizer Franken	Lokalwährungen
Riechstoffe	845.2	859.4	(1.7)	5.2
Aromen	1'226.8	1'312.7	(6.5)	2.1
Total	2'072.0	2'172.1	(4.6)	3.4

Division Riechstoffe

Die Division Riechstoffe erzielte Verkäufe von CHF 845.2 Millionen und erreichte damit ein Wachstum von 5.2 % in Lokalwährungen und einen Rückgang von 1.7 % in Schweizer Franken. Im dritten Quartal wurde ein Wachstum von 4.6% in Lokalwährungen erzielt.

Die **Luxusparfümerie** zeigte erneut zweistelliges Wachstum. Bedeutende

Markteinführungen von neuen Parfums führten zu diesem Wachstum, welches Givaudan in einem von geringem Konsumentenvertrauen gezeichneten Umfeld zu weiteren Marktanteilsgewinnen verhalf. Spezialitätendetailhandel und Direktverkaufskanäle entwickelten sich gut und bilden solide Wachstumsmöglichkeiten für diesen Geschäftsbereich.

Der Bereich **Konsumgüter** verzeichnete ein weiteres starkes Quartal mit hohem einstelligem Wachstum, welches in zusätzlichen Marktanteilsgewinnen resultierte. In einem kompetitiven und preissensitiven Markt realisierte Givaudan zahlreiche neue Geschäftsabschlüsse mit Schlüsselkunden in allen Regionen, speziell in den Bereichen Raumbeduftung, Haar- und Kleiderpflege. Die getätigten Investitionen in Markt- und Konsumentenverständnis sowie in relevante Technologien zeigen weiterhin positive Resultate.

Im Bereich **Riechstoff-Ingredienzien** weisen die Verkäufe von patentierten Aromachemikalien und Spezialitäten weiterhin eine positiven Trend auf. Die Verkäufe von Standard-Ingredienzien und Sonnenschutzfiltern verringerten sich wie erwartet und reflektieren Givaudans Entscheidung, sich aus diesen Geschäftsfeldern zurückzuziehen. In Vernier (Genf, Schweiz), wurde die neue Mehrzweckanlage für die Produktion von Riechstoff-Spezialitäten in Betrieb genommen. Dies ist eine Folge unserer Strategie der Fokussierung auf innovative, patentierte Aromachemikalien.

Division Aromen

Die Division Aromen erzielte Verkäufe von CHF 1'226.8 Millionen, was einem Wachstum von 12.7% in Lokalwährungen und 3.1% in Schweizer Franken entspricht. Auf vergleichbarer Basis – als ob FIS bereits seit dem 1. Januar 2002 konsolidiert wäre – erreichte das Wachstum 2.1% in Lokalwährungen. Das dritte Quartal zeigte eine erneute Wachstumsdynamik mit 4.6% in Lokalwährungen.

In **Asien-Pazifik** verzeichneten die Hauptmärkte, allen voran Japan und China, gutes Wachstum in Lokalwährungen. In Japan, dem grössten Markt, erreichte der Bereich Getränke zweistelliges Wachstum. In China entwickelte sich vor allem der Bereich kulinarische Aromen vorteilhaft. In Indien zeigten die Verkäufe einen ermutigenden Trend.

Die Erweiterung des Aromen-Kreations- und -Technologiezentrums in Singapur wurde abgeschlossen. Es verbessert den Support der Kunden in Asien. In Japan wurde ein Projekt zur Erweiterung der Aromenproduktion in Fukuroi in Angriff genommen. Diese Investition wird es Givaudan erlauben, die stark gestiegene Nachfrage in diesem Markt zu befriedigen. In Shanghai (China) ist die Planungsphase für den Bau einer neuen Aromenfabrik abgeschlossen. Der Neubau wird eine Mischanlage sowie erweiterte Kreations- und Applikationslabors enthalten.

Lateinamerika verzeichnete dank steigenden Verkäufen in Mexiko, dem grössten Markt, sowie auch Kolumbien ein gutes Wachstum in Lokalwährungen. Die anderen Hauptmärkte, Brasilien und Argentinien, zeigten einen positiven Trend. Das gute Gesamtwachstum der Region

resultierte vorwiegend auf Grund der Verkäufe in den Segmenten Getränke und kulinarische Aromen.

Die Verkäufe in **Nordamerika** blieben hinter dem Vorjahr zurück, dies vor allem wegen der starken Verkäufe im zweiten Quartal 2002 sowie des kühlen Sommers, der sich auf die Bereiche Getränke und Milchprodukte auswirkte. Die Verkäufe im dritten Quartal zeigen Zeichen der Erholung mit einer verbesserten Produkte-Pipeline und zunehmenden Musterbestellungen. Die Investitionen in den Bereich Foodservice resultierten in einem Wachstum über dem Markt. Neue Aktivitäten bei Getreideflocken und Backwaren trugen massgeblich zum guten Wachstum des Bereichs Süswaren bei. Die Integration von IBF, einem führenden Unternehmen im Bereich natürlicher Käse- und Milchprodukteromen, welches Givaudan im Januar 2003 erworben hatte, ist nun abgeschlossen. Neue Produkte basierend auf den Technologien von IBF werden nun über das globale Entwicklungs- und Vertriebsnetz von Givaudan angeboten.

Die Verkäufe in **Europa (EMOA)** setzten den positiven Trend aus dem ersten Halbjahr fort. Der Bereich Getränke wuchs zweistellig und Milch- und kulinarische Produkte zeigten solide Zuwachsraten. Die Verkäufe in Grossbritannien, Iberien, Benelux, Österreich, Südafrika und im Mittleren Osten zeigten ein signifikant höheres Wachstum als der Markt. Osteuropa und vor allem Russland wiesen weiterhin solides Wachstum aus. Die sehr starke Nachfrage im dritten Quartal ist auf den ausserordentlich heissen Sommer und Givaudans Erfolge bei neuen Produkteinführungen zurückzuführen. Der Bereich kulinarische Aromen profitiert von der Verstärkung von Givaudans Produkteportfolio und Know-how nach dem Kauf von FIS. Die Integration der ehemaligen Nestlé-Produktionsstätte in Kempthal ist abgeschlossen. Verschiedene Programme zur Verbesserung der operationellen Effizienz wurden eingeleitet.

Weitere Auskünfte erteilt:

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