



Givaudan: Ventes des neuf mois

## Givaudan maintient une bonne croissance des ventes en parfumerie et reprend de la vigueur au niveau des arômes

Genève, 9 octobre 2003 - Au cours des neuf premiers mois de 2003, Givaudan a enregistré des ventes de CHF 2.072 milliards, soit une croissance de 9.6% en monnaies locales et de 1.1% en francs suisses par rapport à la même période de l'exercice précédent. Depuis le mois de mai 2002, les ventes de l'activité arômes de Nestlé (FIS) sont incluses. La poursuite des fortes ventes en parfumerie et la vigueur retrouvée de celles des arômes ont permis des gains de parts de marché supplémentaires. De nouvelles initiatives visant à améliorer les marges opérationnelles sont en cours de développement.

### Ventes de janvier à septembre 2003 historique

En million de CHF	janvier - septembre 2003	janvier - septembre 2002	Var. %	
			Francs suisses	Monnaies locales
Parfums	845.2	859.4	(1.7)	5.2
Arômes	1'226.8	1'189.6	3.1	12.7
<b>Total</b>	<b>2'072.0</b>	<b>2'049.0</b>	<b>1.1</b>	<b>9.6</b>

### Ventes janvier à septembre 2003 pro forma (ventes FIS incluses depuis janvier 2002)

En million de CHF	janvier - septembre 2003	janvier - septembre 2002	Var. %	
			Francs suisses	Monnaies locales
Parfums	845.2	859.4	(1.7)	5.2
Arômes	1'226.8	1'312.7	(6.5)	2.1
<b>Total</b>	<b>2'072.0</b>	<b>2'172.1</b>	<b>(4.6)</b>	<b>3.4</b>

### Division Parfumerie

La Division Parfumerie a enregistré des ventes de CHF 845.2 millions, soit une croissance de 5.2% en monnaies locales et un déclin de 1.7% en francs suisses. Les ventes du troisième trimestre ont augmenté de 4.6% en monnaies locales.

La **Parfumerie fine** a poursuivi une croissance à deux chiffres. De nouveaux lancements importants de parfumerie fine ont contribué à cette croissance, permettant des gains de parts de marché dans un environnement entravé par le manque de confiance des consommateurs. La vente au détail et les canaux de vente en direct se sont bien développés et représentent de

solides opportunités de croissance pour ce segment.

Les **parfums pour les produits de consommation** ont connu un autre trimestre performant avec une croissance élevée à un chiffre en monnaies locales, conduisant à des gains de parts de marché supplémentaires. Dans un marché très compétitif et sensible au prix, Givaudan a gagné de nouveaux contrats auprès de clients-clés dans toutes les régions. La croissance des ventes s'est avérée forte d'une manière constante dans tous les segments. Un taux particulièrement élevé de contrats gagnés a été atteint dans les catégories lessives/adoucissants, parfums d'ambiance et soins capillaires. Nos investissements dans les connaissances du marché et du consommateur, ainsi que dans les technologies appropriées, continuent à porter leurs fruits.

Dans l'activité **Ingrédients de parfumerie**, les ventes d'ingrédients chimiques brevetés et de spécialités ont poursuivi leur tendance positive. Les ventes d'ingrédients standard et de filtres solaires ont décliné comme prévu, reflétant la décision prise par Givaudan d'éliminer la vente de ces deux catégories de produits. A Vernier (Genève, Suisse), la nouvelle usine multifonctionnelle pour la production d'ingrédients de parfumerie a débuté son activité conformément à la stratégie de Givaudan de se concentrer sur des spécialités innovantes brevetées.

### **Division Arômes**

La Division Arômes a enregistré des ventes de CHF 1'226.8 millions atteignant une croissance de 12.7% en monnaies locales et de 3.1% en francs suisses. En termes comparables – en partant de l'hypothèse d'une consolidation des résultats de FIS faite dès janvier 2002, la croissance a atteint 2.1% en monnaies locales. Les ventes du troisième trimestre ont montré un regain de vigueur avec une croissance s'élevant à 4.6% en monnaies locales.

En **Asie-Pacifique**, tous les marchés-clés, tels que le Japon et la Chine, ont enregistré une bonne croissance en monnaies locales. Au Japon, le plus important des marchés de la région, le segment des boissons, a affiché une croissance à deux chiffres. En Chine, le segment des entremets salés s'est développé favorablement. Les ventes en Inde ont montré une tendance très encourageante.

L'agrandissement du Centre de Création d'Arômes et du nouveau Centre technique de Singapour est sur le point d'être achevé, augmentant ainsi nos capacités à répondre aux besoins de nos clients dans la région asiatique. Au Japon, le projet visant à agrandir l'usine de Fukuroi est en cours. Cet investissement permettra à Givaudan de satisfaire la demande croissante sur ce marché. A Shanghai (Chine), des plans ont été élaborés en vue de construire une nouvelle usine pour les arômes, comprenant une salle des mélanges dotée d'un plus grand centre de création et d'application .

La région **d'Amérique latine** a enregistré une bonne croissance en monnaies locales durant les neuf premiers mois en raison d'importants gains sur le plus grand marché, le Mexique, ainsi qu'en Colombie. Les autres marchés importants, le Brésil et l'Argentine, ont montré une

évolution positive. La bonne croissance générale en Amérique latine a été soutenue par une forte performance dans les segments les plus importants des entremets salés et des boissons.

Les ventes en **Amérique du Nord** demeurent inférieures à celles de l'année précédente en raison des comparatifs exceptionnellement forts de l'an passé et des conditions climatiques fraîches qui ont eu un impact sur les segments des boissons et des produits laitiers. Les ventes du troisième trimestre ont montré des signes d'amélioration avec une réserve de projets plus importante et une activité croissante des échantillons. Nos investissements dans le segment de la restauration rapide continuent à porter la croissance au-dessus de celle du marché. La nouvelle activité dans les domaines des produits à base de céréales et des gâteaux a contribué à la bonne croissance du segment de la confiserie. L'intégration d'IBF, leader dans le domaine du développement des arômes naturels de fromage et de produits laitiers, acquise en janvier 2003, a été menée à bien. De nouveaux produits basés sur des technologies prometteuses sont maintenant vendus dans toutes les régions.

Les ventes en **Europe** poursuivent leur tendance positive de la première moitié de l'année avec une croissance à deux chiffres dans le segment des boissons et de solides performances dans les segments des produits laitiers et entremets salés. Les marchés du Royaume-Uni, du Bénélux, de l'Autriche, de l'Afrique du Sud et du Moyen-Orient ont encore dépassé largement la croissance du marché local. L'Europe de l'Est et la Russie ont à nouveau affiché de solides augmentations. La demande du troisième trimestre a été accélérée par l'été exceptionnellement chaud en Europe et par le succès de Givaudan dans le lancement de nouveaux produits. Le commerce des entremets salés continue de bénéficier de la force combinée générée par les portefeuilles de produits et le savoir-faire de Givaudan et FIS. L'intégration de l'usine de Kempththal, autrefois propriété de Nestlé, a maintenant été achevée. Divers programmes ont été lancés dans le but de poursuivre l'amélioration de l'efficacité opérationnelle.

Pour de plus amples renseignements 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](mailto:peter_b.wullschleger@givaudan.com)