



## Verkäufe neun Monate

Genf, 10. Oktober 2002 - In den ersten neuen Monaten des Jahres 2002 erzielte Givaudan Verkäufe in der Höhe CHF 2'049.0 Millionen, was einem Wachstum von 16.4% in Lokalwährungen und 10.1% in Schweizer Franken gleich kommt. Seit Mai 2002 enthalten die Verkaufszahlen der Division Aromen auch den Umsatz des Nestlé-Aromengeschäfts (FIS).

Bezüglich Wachstum, Ertragslage und Innovation strebt Givaudan weiterhin aktiv die führende Position in der Riechstoffe- und Aromen-Industrie an.

Eine bedeutende Anzahl von Projekten mit Schlüsselkunden lässt trotz eines schwierigen politischen und wirtschaftlichen Klimas auf ein weiterhin gutes Wachstum schliessen.

Unter Vorbehalt aussergewöhnlicher Ereignisse rechnet Givaudan mit guten Resultaten für das Jahr 2002.

### Verkäufe Januar-September in effektiven Zahlen

In millionen CHF	Januar-September 2002	Januar-September 2001	Wachstum in %	
			Schweizer Franken	Lokalwährungen
Riechstoffe	859.4	868.2	(1.0)	3.4
Aromen	1'189.6	993.1	19.8	27.7
<b>Total</b>	<b>2'049.0</b>	<b>1'861.3</b>	<b>10.1</b>	<b>16.4</b>

### Verkäufe Januar-September in Pro-Forma-Zahlen FIS ab 1. Januar 2001 konsolidiert

In millionen CHF	Januar-September 2002	Januar-September 2001	Wachstum in %	
			Schweizer Franken	Lokalwährungen
Riechstoffe	859.4	868.2	(1.0)	3.4
Aromen	1'312.7	1'285.9	2.1	8.8
<b>Total</b>	<b>2'172.1</b>	<b>2'154.1</b>	<b>0.8</b>	<b>6.6</b>

## Starke Gesamtleistung der Division Aromen

Die Division Aromen erzielte zweistelliges Wachstum in den Regionen Nordamerika, Europe/Afrika/Mittlerer Osten und in Asien-Pazifik.

Wichtige neue Abschlüsse in allen Geschäftseinheiten, vor allem im Bereich Getränke, trugen zu diesem Erfolg bei. Die Bereiche kulinarische Produkte und Food-Service machten dank der Integration von FIS weitere Fortschritte.

In Asien-Pazifik leisteten die Märkte von Japan, China und Ozeanien den bedeutendsten Beitrag zum zweistelligen Wachstum der Region. Das Umsatzwachstum verteilte sich in der ganzen Region gleichmässig auf neues und bestehendes Geschäft sowie neue Abschlüsse mit Schlüsselkunden. Givaudan übertraf das Marktwachstum substantiell. Das Givaudan-Programm für authentischen, ethnischen Geschmack leistete einen wichtigen Beitrag zu diesem Erfolg.

In Lateinamerika zeigten ausser Argentinien alle Märkte eine positive Verkaufsentwicklung. Mexiko und die Andenregion wuchsen zweistellig und Brasilien zeigte solides Wachstum. Bedeutende Geschäftsabschlüsse bei Getränken, der grössten Einheit in der Region, trugen wesentlich zum positiven Resultat bei.

Die Verkäufe in den USA und in Kanada wuchsen in Lokalwährungen weiterhin zweistellig. Dieser Trend erhielt sich auch im dritten Quartal, allen voran im Bereich Getränke. Die Verkäufe im Bereich Food-Service konnten ihren Wachstumsschub erhalten. Givaudan beginnt, wichtige Ausschreibungen in diesem Marktsegment zu gewinnen.

Der Umsatz in Europa/Afrika/Mittlerer Osten konnte den positiven Trend vom ersten Halbjahr erhalten und übertraf die Marktentwicklung in Lokalwährungen klar. Süsswaren, kulinarische Produkte und Getränke trugen zu diesem positiven Resultat in gleichem Masse bei, wie das Gesamtwachstum in Zentraleuropa, Grossbritannien, Spanien, Portugal und Frankreich.

Langsame Erholung in der Division Riechstoffe

Die drei Geschäftsbereiche der Division Riechstoffe zeigten unterschiedliches Wachstum in den ersten neun Monaten 2002. Während der Bereich Konsumgüter das starke Umsatzwachstum seit dem Beginn 2001 fortsetzte, blieben die Verkäufe der Luxusparfümerie wegen des mangelnden Konsumentenvertrauens nach wie vor unter Druck. Der Umsatz im Bereich Ingredienzien liegt unter dem Vorjahr, dies vor allem wegen des anhaltenden Preisdruckes bei Standard-Aromachemikalien, einem weiteren Preiszerfall bei kosmetischen Ingredienzen und reduzierten Verkäufen an Luxusparfümproduzenten.

Der Bereich Konsumgüter zeigte zweistelliges Wachstum in allen Regionen, ausser Lateinamerika, das mit einem einstelligen Wachstum aufwartete. Nordamerika und Europa verzeichneten hervorragendes Wachstum dank guten Geschäfts mit Schlüsselkunden und gewonnenen Ausschreibungen, auf Grund kürzlich erfolgten Aufnahmen auf Schlüssellieferantenlisten. Asien-Pazifik registriert weiterhin gutes Wachstum mit China, Indonesien und Indien als Hauptwachstumsmärkte. In China trugen grosse inländische Kunden wesentlich zum zweistelligen Wachstum bei. Lateinamerika zeigte wegen Argentinien eine schwache Entwicklung. Schliesst man diesen Markt jedoch aus, entwickelt sich die Region in etwa gleichen Rahmen wie anderen. In Mexico konnten wichtige Abschlüsse mit internationalen Schlüsselkunden erzielt werden.

Die Verkaufsentwicklung in der Luxusparfümerie ist stark beeinflusst durch die allgemeine Marktlage. Der Minderumsatz verteilt sich gleichmässig auf alle Kunden und Marken. Der Bereich Spezialitätendetailhandel (Speciality Retail) hingegen zeigt eine positive Entwicklung. Zahlreiche gewonnene Ausschreibungen und ein bedeutendes Projektportfolio in den Kreativzentren von Paris und New York geben Zuversicht für die Zukunft.

Die Verkäufe des Bereichs Riechstoff-Ingredienzien leiden nach wie vor unter dem anhaltenden Preisdruck bei Standard-Aromachemikalien, einem weiteren Preiszerfall bei kosmetischen Ingredienzen und reduzierten Verkäufen an Luxusparfum-produzenten. Die Verkäufe zeigten in allen Regionen einen negativen Trend, mit Ausnahme von Asien-Pazifik, wo in China und Indien ein starkes Umsatzwachstum verzeichnet werden konnte. Die Verkäufe mit patentierten Aromaspezialitäten zeigen weiterhin zweistelliges Wachstum.

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