



## Ventes au troisième trimestre

Genève, 10 octobre 2002 - Durant les neuf premiers mois, Givaudan a enregistré des ventes de CHF 2'049.0 millions, soit une croissance de 16.4% en monnaies locales et de 10.1% en francs suisses par rapport à la même période de l'exercice précédent. Depuis le mois de mai, les ventes de la Division Arômes englobent les chiffres de l'activité arômes de Nestlé (FIS).

Givaudan poursuit ses efforts pour atteindre son objectif de devenir le leader incontesté en termes de croissance, de profitabilité et d'innovation. Un riche réservoir de nouveaux projets auprès de clients-clés devrait assurer une croissance future en dépit du climat économique et politique difficile.

En excluant tout événement imprévisible, Givaudan se montre confiant quant aux résultats de l'exercice de l'année 2002.

### Ventes de janvier à septembre 2002 historique

En million de CHF	janvier - septembre 2002	janvier - septembre 2001	Var. %	
			Francs suisses	Monnaies locales
Parfums	859.4	868.2	(1.0)	3.4
Arômes	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>

### Ventes de janvier à septembre 2002 en termes pro forma, en partant de l'hypothèse d'une consolidation des résultats de FIS faite dès janvier 2001

En million de CHF	janvier - septembre 2002	janvier - septembre 2001	Var. %	
			Francs suisses	Monnaies locales
Parfums	859.4	868.2	(1.0)	3.4
Arômes	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>

### Forte croissance globale dans les arômes

La Division Arômes a enregistré une croissance à deux chiffres dans les régions d'Amérique du Nord, Europe/Afrique/Moyen-Orient, ainsi que dans celle d'Asie-Pacifique. D'importants contrats ont été gagnés dans tous les segments, particulièrement dans celui des boissons. Les ventes dans les segments des mets salés et de la restauration rapide ont très bien progressé grâce à l'intégration de FIS.

En Asie-Pacifique, les marchés du Japon, de la Chine et de l'Océanie ont contribué fortement à la croissance à deux chiffres de la région. Les gains issus des ventes se répartissent entre la croissance des affaires existantes et les nouveaux contrats gagnés auprès de clients-clés dans toute la région.

Givaudan a surpassé d'une manière substantielle le marché dans son ensemble. Le programme de leadership dans le goût ethnique authentique est en grande partie responsable de ce succès.

En Amérique latine, tous les marchés-clés, à l'exception de l'Argentine, ont continué d'afficher une tendance de croissance positive par rapport à l'année dernière. Le Mexique et la région des Andes ont augmenté à un rythme à deux chiffres alors que le Brésil a montré une solide croissance. D'importants contrats gagnés dans le segment des boissons, le plus important dans la région, ont contribué d'une manière significative à ce résultat positif.

Les ventes aux USA et au Canada poursuivent leur croissance à deux chiffres, comparé à l'année précédente en monnaies locales. La tendance demeure favorable avec une croissance à deux chiffres dans le troisième trimestre, soutenue par le segment des boissons. Les ventes du segment de la restauration rapide maintiennent un bon rythme de croissance comme Givaudan commence à y obtenir des contrats importants.

Les ventes en Europe, Afrique et Moyen-Orient ont continué la tendance positive, déjà présente la première moitié de l'année, en surpassant considérablement la croissance du marché en termes de monnaies locales. Les segments de la confiserie, des mets salés et des boissons ont contribué à ce résultat positif tout comme les très bons résultats des marchés d'Europe centrale, du Royaume-Uni, de l'Espagne, du Portugal et de la France.

### **Lent rétablissement dans la division Parfums**

La division Parfums montre une croissance des ventes différenciée dans chaque segment. Les produits de consommation ont maintenu un rythme de croissance soutenu tandis que les ventes de parfumerie fine souffrent encore de la pression exercée par les bas niveaux de confiance des consommateurs. Les ventes des ingrédients de parfumerie sont inférieures à celles de l'année précédente en raison de la pression constante sur les prix des commodités, d'une nouvelle baisse des ventes d'ingrédients cosmétiques et du bas niveau des ventes d'ingrédients aux producteurs de parfumerie fine.

Le segment des produits de consommation a montré une croissance à deux chiffres dans toutes les régions, sauf l'Amérique Latine qui a enregistré une croissance à un chiffre. L'Amérique du Nord et l'Europe ont connu une excellente croissance suite à la bonne performance auprès de clients-clés et à nouveaux contrats gagnés, découlant des récentes listes de fournisseurs privilégiés. L'Asie-Pacifique continue à montrer une forte croissance, en tout premier lieu grâce aux marchés de la Chine, de l'Indonésie et de l'Inde. En Chine, de gros clients locaux ont apporté une contribution importante à la croissance à deux chiffres. L'Amérique latine reste affectée par la situation en Argentine, cependant, l'Argentine exceptée, la croissance dans cette région est comparable à celle connues dans les autres régions. Au Mexique, d'importants nouveaux contrats gagnés auprès de clients-clés internationaux ont été enregistrés.

Les ventes du segment de parfumerie fine ont subi l'impact négatif des conditions du marché en général. Le déficit est réparti proportionnellement entre l'ensemble des clients et des marques, cependant, le segment dynamique des magasins spécialisés dans la vente de produits de beauté a montré un développement positif. Plusieurs nouveaux contrats gagnés et un solide portefeuille de projets dans nos Centres de Création à Paris et à New York nous rendent confiants en l'avenir.

Les ventes du segment des ingrédients en parfumerie souffrent toujours de la pression continue sur les prix des commodités, d'une plus grande baisse des ventes d'ingrédients cosmétiques et des niveaux plus bas des ventes aux producteurs de parfumerie fine. Les ventes dans toutes les régions globales ont décliné à l'exception de l'Asie-Pacifique où la Chine et l'Inde ont connu une forte progression. Les ventes de composants chimiques aromatiques brevetés (spécialités) poursuivent leur croissance à deux chiffres.

Pour plus d'informations vous pouvez 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)