



Ventes de Givaudan en hausse de 5.2 %

Genève, 11 octobre 2001 - Au cours des neuf premiers mois de cette année, Givaudan a enregistré des ventes de CHF 1'861.3 millions par rapport à CHF 1'789.2 millions reportés durant la même période de l'exercice précédent, ce qui correspond à une croissance de 4.0 % en francs suisses et de 5.2 % en monnaies locales.

Givaudan poursuit ses efforts pour devenir le leader incontesté de l'industrie des arômes et parfums en termes de croissance, de profitabilité et d'innovation.

Un nombre important de projets auprès de clients-clés nous assure une croissance future, en dépit des incertitudes politico-économiques actuelles.

En excluant tout événement imprévisible, Givaudan se montre confiant quant aux résultats de l'exercice de l'année 2001.

Ventes 9 premiers mois 2001

En million de CHF	janvier - septembre 2001	janvier - septembre 2000	Var. %	
			CHF	Monnaies locales
Parfumerie	868.2	856.0	1.4	2.4
Arômes	993.1	933.2	6.4	7.9
Total	1861.3	1789.2	4.0	5.2

Fortes ventes de la Division Arômes

Pour les neuf premiers mois de 2001, les ventes de la Division Arômes ont atteint CHF 993.1 millions, soit une hausse de 6.4 % en francs suisses et une forte augmentation de 7.9 % en monnaies locales par rapport à la même période de 2000.

La région Asie Pacifique continue à afficher une croissance à deux chiffres en monnaies locales. Cette croissance découle principalement des résultats des boissons, le plus grand segment commercial. Tous les autres segments ont montré une bonne progression par rapport à l'an dernier. Les efforts consacrés au développement du commerce des produits salés ont engendré une croissance à deux chiffres dans certains marchés asiatiques.

En Amérique Latine, la continuelle bonne performance au Mexique, Venezuela et Chili n'est pas parvenue à compenser les conditions économiques difficiles au Brésil et en Argentine, expliquant ainsi la stagnation des ventes dans la région. Le segment des boissons a connu une hausse par rapport à l'année passée en raison du lancement de nouveaux produits. Les résultats des segments de la confiserie et des produits laitiers demeurent comparables à ceux de 2000.

Les ventes en Amérique du Nord continuent à montrer une bonne croissance grâce aux lancements de plusieurs produits par des sociétés de boissons et de produits alimentaires. Les quatre segments ont augmenté leurs ventes, avec une progression à deux chiffres dans les segments des produits laitiers et des produits salés. Le taux de mandats gagnés dans tous les segments s'est encore amélioré. Les ventes dans le domaine de la restauration rapide ont également augmentées.

En Europe, les ventes ont poursuivi leur croissance. Tous les marchés importants et les quatre segments, particulièrement le segment des produits salés, sont à l'origine de cette performance. D'importants nouveaux projets gagnés durant la première moitié de l'année ont eu un impact positif sur les ventes du troisième trimestre.

Croissance des ventes de la Division Parfumerie dans un environnement difficile

De janvier à septembre 2001, la Division Parfumerie a totalisé des ventes de CHF 868.2 millions comparées aux CHF 856.0 millions à la même période de l'exercice précédent, soit une progression de 1.4% en francs suisses et de 2.4% en monnaies locales.

La croissance du marché de la parfumerie fine a subi l'impact du ralentissement de l'économie nord-américaine et européenne. La perte de confiance des consommateurs s'est traduite par une diminution des ventes en parfumerie fine.

Le segment des produits de consommation a atteint une croissance significative de ses ventes, en particulier dans les segments des soins corporels, des articles de toilette et des lessives alors que les ventes dans le segment des produits d'entretien ménager ont stagné. Une forte hausse des ventes a été enregistrée dans la région Asie Pacifique. Les ventes en Amérique du Nord et en Europe ont, elles aussi, progressé grâce aux nouveaux mandats gagnés à la fin de 2000 et durant le premier trimestre de 2001. L'Amérique Latine a poursuivi sa croissance malgré une situation économique difficile dans la partie Sud.

Dans le segment des ingrédients de parfumerie, les ventes de filtres solaires et d'ingrédients pharmaceutiques ont continué à décliner comme prévu. Aux USA et au Japon, l'environnement économique a affecté le niveau des ventes d'ingrédients. Dans l'ensemble les ventes de spécialités ont néanmoins montré à nouveau une bonne croissance.

Informations supplémentaires données par :
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