



Bon début d'année 2001

Givaudan lance une nouvelle initiative de croissance

Genève, 10 avril 2001 - Durant le 1er trimestre 2001, Givaudan a enregistré des ventes totales pour CHF 622.9 millions, soit une croissance de 5% en francs suisses et de 6.4% en monnaies locales, par rapport à la même période de l'année 2000.

## Ventes de janvier à mars 2001

en million de CHF	Janvier - Mars		Var. %	
	2001	Janvier- Mars 2000	CHF	Monnaies locales
<b>Parfumerie</b>	298.5	285.6	4.5	5.8
<b>Arômes</b>	324.4	307.5	5.5	7.0
<b>Total</b>	<b>622.9</b>	<b>593.1</b>	<b>5.0</b>	<b>6.4</b>

### Division Parfumerie

Pour les trois premiers mois de l'année 2001, les trois segments de marché (parfumerie fine, parfums pour les produits de consommation et ingrédients de parfumerie) ont enregistré une hausse des ventes comparé à l'an dernier, emmenés par les produits de consommation. Le segment des ingrédients de parfumerie est parvenu à compenser le déclin des ventes de matières premières pharmaceutiques et de filtres solaires UV.

La région Asie Pacifique a enregistré une croissance des ventes à deux chiffres en monnaies locales. La région Amérique Latine se relève d'une dernière période 2000 moins performante. L'Amérique du Nord a affiché des ventes légèrement en-dessous de celles enregistrées à la même période l'an passé. En Europe, la division Parfumerie a réalisé une croissance supérieure à celle du marché.

### Division Arômes

Durant le premier trimestre, la région Asie Pacifique a affiché une croissance à deux chiffres en monnaies locales grâce à de récents contrats, principalement dans les segments des boissons, des produits salés et des produits laitiers.

L'Amérique Latine a poursuivi une hausse substantielle déjà observée dans la deuxième moitié de 2000 en enregistrant une croissance à deux chiffres durant les trois premiers mois de 2001. La progression dans cette région est due aux nouveaux contrats obtenus dans le segment des

boissons.

Le niveau des ventes en Amérique du Nord a légèrement rebondi après une année difficile, grâce à de nouveaux contrats gagnés dans la deuxième partie de 2000, en particulier dans les segments de la confiserie, des produits laitiers et des produits salés, et des nouvelles ventes sur le marché de la restauration rapide (foodservice).

Les ventes européennes ont augmenté par rapport à celles de l'année dernière, à la suite de l'accroissement des ventes au Royaume Uni, à la bonne croissance en Suisse et dans les pays d'Europe Centrale. Les segments des boissons, de la confiserie et des produits laitiers ont constitué les principaux moteurs de cette croissance.

### **Nouvelle initiative pour élargir la base de clients**

Durant le premier trimestre, Givaudan s'est lancée dans une nouvelle initiative ambitieuse dans le but d'élargir sa base de clients au moyen d'une nouvelle offre en ligne appelée **GivaudanAccess.com**. Après son lancement en Amérique du Nord planifié pour juillet 2001 et ultérieurement en Europe et en Asie, le nouveau site Web offrira la palette d'arômes et de parfums de Givaudan, la création et le développement de produits à une plus large gamme de clients. Des investissements dans la technologie et les rendements de la chaîne de production permettront à Givaudan de servir plus efficacement un marché élargi tout en restant concentrée sur les partenaires mondiaux déjà existants.

#### **Informations complémentaires par :**

Peter Wullschleger, Givaudan Media Relations

5, chemin de la Parfumerie, CH-1214 Vernier

Tél. : +41 22 780 90 93, Fax : +41 22 780 90 90

E-mail: peter\_b.wullschleger@givaudan.com