



Ventes du premier trimestre: Vent contraire en raison d'une base 2004 élevée

Genève, 8 avril 2005 – Durant le premier trimestre 2005, Givaudan a enregistré des ventes de CHF 668,7 millions, soit un recul de 1.6% en monnaies locales et de 4.7% en francs suisses par rapport à la même période de l'exercice précédent. Cela est principalement dû à une base de comparaison élevée au premier trimestre 2004, à la diminution des prix pour certaines matières premières naturelles et au processus de rationalisation des ingrédients ne faisant pas partie des activités principales.

Malgré le défi rencontré au premier trimestre, Givaudan reste confiant de maintenir sa position de leader sur le marché des parfums et arômes et d'enregistrer un bon résultat pour 2005.

Ventes de janvier à mars 2005

En million de CHF	2005	2004	Var %	
			CHF	Monnaies locales
Parfumerie	273.1	278.4	(1.9)	0.8
Arômes	395.6	423.2	(6.5)	(3.2)
Total	668.7	701.6	(4.7)	(1.6)

Division Parfumerie

La Division Parfumerie a enregistré des ventes de CHF 273,1 millions durant le premier trimestre, correspondant à une croissance de 0,8% en monnaies locales et un recul de 1,9% en francs suisses.

Les ventes en **Parfumerie fine** sont en baisse par rapport au premier trimestre 2004, en raison d'une base de comparaison élevée, particulièrement dans le segment des spécialités de détail, ainsi qu'en raison de plusieurs lancements différés. Le marché européen en parfumerie fine a également enregistré une baisse par rapport à l'année précédente, conséquence du déstockage des distributeurs et de la faible demande des consommateurs. Le marché Nord-Américain a affiché une croissance modeste en fin d'année 2004. Cependant au cours du premier trimestre 2005, les ventes ont ralenti par rapport au premier trimestre 2004.

Les **Parfums pour les produits de consommation** ont continué à afficher de bonnes ventes dans toutes les régions et plus particulièrement en Amérique du Nord grâce à nos clients aussi bien régionaux qu'internationaux. Les ventes en Asie Pacifique ont repris notamment en Chine, Thaïlande, Philippines et Corée. Le Mexique et l'Argentine ont été les moteurs de la croissance en Amérique Latine. Les régions d'Europe et d'Afrique/Moyen-Orient ont continué leur progression, en particulier grâce aux nouveaux contrats réalisés avec des clients importants. Les parfums pour les produits textiles et les produits de toilette demeurent la catégorie la plus importante. La meilleure performance a été enregistrée pour les produits de soins capillaires et cosmétiques.

Les ventes des Ingrédients de Parfumerie poursuivent leur croissance à deux chiffres depuis 2004. Les nouvelles molécules Javanol et Pharaone continuent à être bien accueillies par l'industrie. Conformément à la stratégie de Givaudan en matière d'ingrédients, de nouveaux lancements prévus dans les prochains mois devraient soutenir les ventes de spécialités, alors que les ventes de commodités devraient poursuivre leur recul.

Division Arômes

La Division Arômes a enregistré des ventes de CHF 395.6 millions, soit un recul de 3,2% en monnaies locales et de 6,5% en francs suisses, en raison d'une base de comparaison élevée en 2004. De plus, les ventes ont été affectées par des baisses de prix pour les produits naturels tels que les agrumes et la vanille ainsi que par la rationalisation de certains ingrédients appartenant au portefeuille antérieur de FIS. L'excellente performance des ventes réalisée par les marchés émergents, notamment en Asie ainsi qu'en Europe de l'Est, reflète l'engagement et les investissements de Givaudan pour ces régions à forte croissance.

Les ventes dans la région **Asie Pacifique** ont fortement progressé par rapport à la même période de l'année précédente, en particulier en Chine et en Asie du Sud. Tous les segments ont affiché une croissance positive résultant des nouveaux contrats acquis.

La croissance des ventes en **Amérique latine** a ralenti par rapport à la base élevée de l'année précédente. La croissance de cette région est le résultat d'une bonne performance dans les segments des produits de confiserie et des produits laitiers, ainsi que par de fortes ventes au Brésil et en Argentine.

Le recul des ventes en **Amérique du Nord** est principalement dû au déstockage ainsi qu'à l'effet de la baisse de prix pour certains ingrédients naturels (vanille, agrumes) qui ont surtout touché les segments des boissons et des produits laitiers. Le segment de la confiserie a poursuivi sa croissance. Les ventes des entremets salés ont été affectées par la rationalisation du portefeuille. Les ventes en **Europe** de l'Ouest ont reculé par rapport à l'année dernière, phénomène partiellement compensé par la forte performance de l'Europe Centrale et de l'Europe de l'Est grâce aux investissements dans ces marchés. Les segments de la confiserie et des produits laitiers ont poursuivi leur croissance alors que les entremets salés ont reculé légèrement.

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