



Ventes des neuf mois 2005 - Givaudan montre une tendance positive des ventes

Genève, 7 octobre 2005 –Au cours des neuf premiers mois de 2005, Givaudan a enregistré des ventes de CHF 2085.6 millions, soit une croissance de 1.6% en monnaies locales et de 1.0% en francs suisses. La croissance des ventes s’est améliorée par rapport au premier semestre, en raison de la bonne performance des ventes des deux divisions au cours du troisième trimestre. Celle-ci continue d’être affectée par la rationalisation du portefeuille des ingrédients à faible valeur ajoutée.

Givaudan est confiant d’atteindre à nouveau de bons résultats en 2005.

Ventes de janvier à septembre 2005

En millions de CHF	2005	2004	Variation en %	
			En CHF	En monnaies locales
Parfums	850.9	827.8	2.8	3.3
Arômes	1'234.7	1'237.5	(0.2)	0.5
Total	2'085.6	2'065.3	1.0	1.6

Division Parfumerie

La division Parfumerie a enregistré au cours des neuf premiers mois des ventes de CHF 850.9 millions, ce qui représente une croissance de 3.3% en monnaies locales et de 2.8% en francs suisses.

Les ventes de parfumerie de luxe n’ont pas atteint le niveau des neuf mois de l’année précédente. Cependant une bonne croissance des ventes a été réalisée au cours du troisième trimestre dans toutes les régions grâce à de nouveaux lancements, plus particulièrement en Amérique du Nord, ce qui a contribué à réduire l’écart par rapport à l’année précédente.

Les **parfums pour les produits de consommation** ont poursuivi leur bonne progression, avec une croissance dépassant à nouveau le marché. Toutes les régions ont contribué à ce bon résultat, notamment l’Amérique du Nord qui a réalisé une croissance à deux chiffres due à une bonne performance avec toutes les catégories de nos clients. La croissance dans les régions d’Amérique Latine, d’Europe, d’Afrique et du Moyen-Orient a été générée principalement avec nos clients internationaux. L’Asie a enregistré une bonne croissance, plus particulièrement en Chine et en Inde.

Le segment des produits de soins pour les cheveux et la peau a généré la plus forte croissance suivi du segment des produits textiles et des produits de toilette.

Les ventes des **Ingrédients de parfumerie** sont inférieures à celles enregistrées pour l'année précédente. Conformément à notre stratégie visant à rééquilibrer le portefeuille d'ingrédients, les spécialités ont poursuivi une croissance à deux chiffres, ne compensant pas totalement le recul des ventes de commodités. De nouveaux lancements de molécules brevetées prévus dans un avenir proche viendront soutenir la croissance des ventes de spécialités.

Division Arômes

Au cours des neuf premiers mois, la division Arômes a enregistré des ventes de CHF 1'234.7 millions, atteignant une croissance de 0.5% en monnaies locales et un léger recul de 0.2% en francs suisses. Cette tendance positive des ventes au cours du troisième trimestre compense la faiblesse du premier semestre.

L'Asie Pacifique a enregistré une croissance à deux chiffres sur les marchés d'Asie du Sud, tandis que nos marchés les plus importants tels que la Chine et le Japon ont poursuivi leur solide progression. Le segment des boissons a réalisé une excellente performance, en partie grâce aux nouveaux contrats gagnés au Japon et en Asie du Sud. Le segment des chaînes de restauration rapide a enregistré une croissance à deux chiffres. La construction du nouveau centre de création, d'applications et de production de Shanghai est en bonne voie d'achèvement, et sera opérationnelle au deuxième trimestre 2006.

Les ventes en **Europe, Afrique et Moyen Orient** ont enregistré une légère baisse par rapport à l'année précédente. L'excellente performance des ventes réalisée dans les marchés émergents d'Europe de l'Est et du Moyen Orient, notamment grâce à nos nouveaux centres de création et d'applications à Vienne et à Dubaï, n'est pas parvenue à compenser dans son intégralité la baisse du prix de la vanille et la faible consommation enregistrée en Europe de l'Ouest.

Les ventes en **Amérique du Nord** sont restées en léger recul par rapport à l'année précédente. Cependant, la bonne croissance des ventes dans les segments de la confiserie et des boissons au cours du troisième trimestre a contribué à réduire la baisse du premier semestre 2005. Les ventes dans les segments des boissons et des produits laitiers par rapport à l'année précédente ont été affectées par la baisse du prix de la vanille et des agrumes.

L'Amérique latine a réalisé une croissance à deux chiffres, en partie dans les segments de la confiserie et des boissons. Le Brésil et l'Argentine ont enregistré une croissance à deux chiffres tandis que le Mexique a poursuivi sa bonne performance.

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