



## Communiqué aux médias

Genève, le 21 juillet 2020

## Résultats semestriels 2020

### Une solide performance financière – objectifs 2020 confirmés

- Chiffre d'affaires de CHF 3 221 millions, en hausse de 4,0 % sur une base comparable<sup>1</sup> et de 4,1 % en francs suisses
- Excellente performance des segments du portefeuille non impactés par le COVID-19
- Forte performance des marchés à forte croissance, avec une croissance sur une base comparable de 9.0%
- EBITDA<sup>2</sup> de CHF 734 millions en 2020, en hausse de 11,3 % par rapport à 2019
- Marge d'EBITDA<sup>3</sup> sur une base comparable de 23,7 %, par rapport à 22,3 % en 2019
- Bénéfice net de CHF 413 millions, en hausse de 8,8 % par rapport à 2019
- Flux de trésorerie opérationnel après investissements nets de CHF 220 millions, en hausse de 24,3 % par rapport à 2019
- Flux de trésorerie disponible<sup>4</sup> (free cash flow) de 5,5 % du chiffre d'affaires ou CHF 178 millions, en hausse de 20,3 % par rapport à 2019
- Objectifs 2020 en bonne position d'être tous atteints

### Performance opérationnelle

Au premier semestre, le chiffre d'affaires du groupe Givaudan s'est établi à CHF 3 221 millions, en progression de 4,0 % sur une base comparable et de 4,1 % en francs suisses.

La Division Parfums a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 1 456 millions, en hausse de 4,5 % sur une base comparable et de 7,0 % en francs suisses.

La Division Arômes a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 1 765 millions, en hausse de 3,6 % sur une base comparable et de 1,9 % en francs suisses.

Tandis que les conséquences de la pandémie de COVID-19 continuent à se faire sentir à l'échelle mondiale, Givaudan a maintenu sa forte dynamique commerciale en assurant la continuité de ses activités et de ses approvisionnements au niveau mondial avec un minimum de perturbations. La plupart des segments et des régions ont contribué à cette bonne croissance, avec une performance particulièrement solide pour les produits ménagers, les produits de santé et les soins corporels au sein de la Division Parfums, ainsi que pour les aliments conditionnés, les entremets salés, les snacks et les nutraceutiques au sein de la Division Arômes. Pour les segments de produits les plus touchés par le COVID-19, à savoir, pour la division Parfums la parfumerie fine ainsi que dans une moindre mesure Active Beauty et pour la Division Arômes les produits pour les services de restauration, le Groupe a connu une baisse significative de ses activités de mars à juin du fait des restrictions liées à la pandémie qui ont pénalisé le commerce de détail, le *travel retail* et la consommation hors domicile.

« Notre solide performance au premier semestre 2020 témoigne du rôle critique que nous jouons dans le maintien de la chaîne d'approvisionnement mondiale dans le domaine de l'alimentation et des boissons, ainsi que des produits ménagers, des produits de santé et de soins corporels », a





Genève, le 21 juillet 2020

déclaré le Directeur général Gilles Andrier. « Je suis très fier de l'ensemble de l'organisation Givaudan pour le dévouement dont elle fait preuve dans cette période difficile, qui nous permet de continuer à servir nos clients et faire en sorte que des produits indispensables restent disponibles pour les consommateurs tout au long de cette crise du COVID-19. »

Dans cet environnement qui reste difficile et conformément à la raison d'être de la Société, Givaudan se concentre pleinement sur :

- la protection et le soutien de ses collaborateurs, qu'ils travaillent sur nos sites ou à leur domicile ;
- répondre aux exigences de ses clients, en particulier en ce qui concerne les produits répondant aux besoins des consommateurs du monde entier pendant la pandémie ;
- l'attention portée aux communautés dans lesquelles elle opère. Au début de la pandémie de COVID-19, la Société a immédiatement créé le fonds solidaire COVID-19 Givaudan (Givaudan COVID-19 Communities Fund) afin de permettre à ses sites de soutenir les communautés locales affectées, partout dans le monde. Givaudan s'est engagée à faire don d'au moins un million de francs suisses à ce fonds et à ce jour, plus de 120 initiatives ont été lancées dans 40 pays.

### Bénéfice brut

Le bénéfice brut a augmenté de 6,7 %, passant de CHF 1 274 millions en 2019 à CHF 1 359 millions en 2020. En raison de gains de productivité continus et d'une bonne discipline des coûts, la marge brute est passée de 41,2 % en 2019 à 42,2 % en 2020.

### Bénéfice avant intérêts, impôts et amortissements des immobilisations corporelles et incorporelles (EBITDA)<sup>2</sup>

L'EBITDA a augmenté de 11,3 %, de CHF 660 millions en 2019 à CHF 734 millions à la même période en 2020, tandis que la marge d'EBITDA s'est établie à 22,8 % en 2020 contre 21,3 % en 2019. Sur une base comparable, la marge d'EBITDA est passée de 22,3 % en 2019 à 23,7 % en 2020.

En 2020, le Groupe a dépensé CHF 4 millions pour le déploiement de l'organisation Givaudan Business Solutions, contre CHF 19 millions en 2019.

en millions de francs suisses	2020			2019		
	Groupe	Division Parfums	Division Arômes	Groupe	Division Parfums	Division Arômes
<b>EBITDA tel que publié</b>	<b>734</b>	<b>333</b>	<b>401</b>	<b>660</b>	<b>270</b>	<b>390</b>
<b>EBITDA tel que publié en %</b>	<b>22,8</b>	<b>22,9</b>	<b>22,7</b>	<b>21,3</b>	<b>19,8</b>	<b>22,5</b>
Coûts relatifs à Givaudan Business Solutions (GBS)	-4	-4		-19	-19	
Frais d'acquisition et de restructuration <sup>a</sup>	-24	-4	-20	-11		-11
<b>EBITDA sur une base comparable<sup>3</sup></b>	<b>762</b>	<b>341</b>	<b>421</b>	<b>690</b>	<b>289</b>	<b>401</b>
<b>EBITDA sur une base comparable en %</b>	<b>23,7</b>	<b>23,4</b>	<b>23,8</b>	<b>22,3</b>	<b>21,3</b>	<b>23,1</b>

a. Les frais d'acquisition et de restructuration de CHF 24 millions (2019 : CHF 11 millions) sont principalement dus aux acquisitions du Groupe et à l'optimisation continue de l'empreinte industrielle.



Genève, le 21 juillet 2020

## Résultat d'exploitation

Le résultat d'exploitation est passé de CHF 491 millions en 2019 à CHF 532 millions, ce qui représente une augmentation de 18,9 % en monnaies locales. La marge d'exploitation s'est établie à 16,5 % en 2020, contre 15,9 % en 2019.

## Performance financière

Les coûts de financement se sont élevés à CHF 39 millions au premier semestre 2020, contre CHF 36 millions pour la même période en 2019. Cette hausse s'explique en grande partie par l'augmentation de l'endettement net du Groupe liée aux récentes acquisitions. Les autres charges financières, nettes de revenus, sont passées de CHF 18 millions en 2019 à CHF 13 millions en 2020.

Exprimée en pourcentage du résultat avant impôt, la charge d'impôts pour le semestre s'est établie à 14,0 % en 2020, contre 13 % sur la même période en 2019.

## Bénéfice net

Le bénéfice net est passé de CHF 380 millions en 2019 à CHF 413 millions en 2020, soit une hausse de 8,8 % qui s'est traduite par une marge bénéficiaire nette de 12,8 % contre 12,3 % en 2019. Le bénéfice par action non dilué est passée de CHF 41.24 au premier semestre 2019 à CHF 44.81 en 2020.

## Flux de trésorerie

Givaudan a dégagé un flux de trésorerie opérationnel de CHF 359 millions au premier semestre 2020 (CHF 271 millions en 2019).

Le fonds de roulement net a représenté 27,9 % du chiffre d'affaires contre 27,3 % en 2019, avec une augmentation temporaire des comptes clients et des stocks liée à la pandémie de COVID-19.

Le total des investissements nets en immobilisations corporelles s'est établi à CHF 122 millions, contre CHF 77 millions en 2019, compte-tenu des investissements du Groupe dans le développement de ses capacités sur les marchés à forte croissance. Pour mémoire, le Groupe a conclu en 2018 un accord de vente et cession-bail du Centre d'innovation de Zurich (Zurich Innovation Centre, ZIC) pour un montant total de CHF 173 millions, pour lequel il avait reçu CHF 60 millions au premier semestre 2019.

L'augmentation des immobilisations incorporelles a été de CHF 17 millions en 2020, un montant équivalent à celui de 2019, la Société continuant d'investir dans ses plateformes informatiques.

Le total des investissements nets en immobilisations corporelles et incorporelles est passé de 3,0 % du chiffre d'affaires en 2019 à 4,3 % en 2020. Si l'on ne tient pas compte de l'impact de la transaction ZIC, il aurait représenté 4,6 % du chiffre d'affaires en 2019.

Le flux de trésorerie opérationnel après investissements nets a augmenté de 24,3 %, passant de CHF 177 millions en 2019 à CHF 220 millions. Le flux de trésorerie disponible<sup>4</sup> (free cash flow) s'est établi à CHF 178 millions au premier semestre 2020, contre CHF 148 millions pour la même période en 2019, soit une hausse de 20,3 %. En pourcentage du chiffre d'affaires, il a été de 5,5 % au cours des six premiers mois de 2020, contre 4,8 % en 2019.



Genève, le 21 juillet 2020

## **Situation financière**

La situation financière de Givaudan demeurait solide à la fin juin 2020. La dette nette était de CHF 4 631 millions, en hausse par rapport aux CHF 3 679 millions de décembre 2019. Cette augmentation s'explique principalement par l'acquisition d'Ungerer au premier trimestre 2020. Le ratio d'endettement<sup>5</sup> était de 56 %, contre 47 % fin 2019.

## **Objectif 2020 : croissance responsable, succès partagé.**

L'ambition de la Société pour 2020 est de créer toujours plus de valeur grâce à une croissance rentable et responsable. S'appuyant sur les quatre premières années de son cycle, la stratégie 2020 de Givaudan repose sur les trois piliers suivants : « Accompagner la croissance de ses clients », « Fournir des produits et prestations de premier ordre » et « Des partenariats pour une réussite partagée ».

Dans le cadre de sa stratégie 2020, Givaudan cherche également à créer de la valeur grâce à des acquisitions ciblées, qui complètent ses capacités existantes en fournissant les meilleures solutions à ses clients. Depuis 2014, Givaudan a annoncé seize acquisitions, qui sont dans la lignée des piliers de croissance de la stratégie 2020 de la Société.

Des objectifs financiers ambitieux constituent un élément essentiel de la stratégie de Givaudan. Nous souhaitons faire mieux que le marché avec une croissance du chiffre d'affaires de 4 à 5 % et un flux de trésorerie disponible (free cash flow) de 12 à 17 % du chiffre d'affaires, ces données représentant des moyennes sur la période de cinq ans de notre cycle stratégique. Givaudan entend par ailleurs maintenir ses pratiques actuelles en matière de dividende.

## **La raison d'être de Givaudan**

La raison d'être de la Société, « Des créations pour des vies plus heureuses et plus saines, avec l'amour de la nature. Imaginons-les ensemble. », est au cœur de sa stratégie. Dans le cadre de cette raison d'être, Givaudan a défini des objectifs audacieux et ambitieux dans quatre domaines, à savoir les créations, la nature, les employés et les communautés. Ces ambitions consistent notamment à doubler ses activités en réalisant des créations capables de contribuer à des vies plus heureuses et plus saines d'ici 2030, à devenir une entreprise à l'impact positif avant 2050, à faire partie des meilleurs employeurs mondiaux en termes d'inclusion avant 2025 et à privilégier un approvisionnement en services et en matières premières dans le respect des personnes et de l'environnement d'ici à 2030.



Genève, le 21 juillet 2020

**Chiffres clés**

<b>Sur les six mois se terminant le 30 juin,</b> en millions de francs suisses, en millions de CHF, hors données sur le bénéfice par action	<b>2020</b>	<b>2019</b>
<b>Chiffre d'affaires du Groupe</b>	<b>3 221</b>	<b>3 094</b>
- Division Parfums	1 456	1 361
- Division Arômes	1 765	1 733
<b>Bénéfice brut</b>	<b>1 359</b>	<b>1 274</b>
- en % du chiffre d'affaires	42,2 %	41,2 %
<b>EBITDA<sup>2</sup></b>	<b>734</b>	<b>660</b>
- en % du chiffre d'affaires	22,8 %	21,3 %
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>532</b>	<b>491</b>
- en % du chiffre d'affaires	16,5 %	15,9 %
<b>Bénéfice net part du Groupe</b>	<b>413</b>	<b>380</b>
- en % du chiffre d'affaires	12,8 %	12,3 %
<b>Bénéfice par action – non dilué (en CHF)</b>	<b>44,81</b>	<b>41,24</b>
<b>Bénéfice par action – dilué (en CHF)</b>	<b>44,48</b>	<b>40,94</b>
<b>Flux de trésorerie opérationnel</b>	<b>359</b>	<b>271</b>
- en % du chiffre d'affaires	11,1 %	8,8 %
<b>Flux de trésorerie disponible (free cash flow)<sup>4</sup></b>	<b>178</b>	<b>148</b>
- en % du chiffre d'affaires	5,5 %	4,8 %

En millions de francs suisses, hors données des employés	<b>30 juin 2020</b>	<b>31 décembre 2019</b>
- Actif circulant	3 512	3 242
- Actif immobilisé	7 403	7 154
<b>Total de l'actif</b>	<b>10 915</b>	<b>10 396</b>
- Dettes à court terme	2 382	1 830
- Dettes à long terme	5 370	4 907
- Fonds propres	3 163	3 659
<b>Total des passifs et des fonds propres</b>	<b>10 915</b>	<b>10 396</b>
<b>Nombre d'employés</b>	<b>15 847</b>	<b>14 969</b>



Genève, le 21 juillet 2020

## Evolution du chiffre d'affaires – de janvier à juin

en millions de francs suisses	2019 Chiffre d'affaires publié	Evolution sur une base comparable <sup>1</sup>	2020 Chiffre d'affaires sur une base comparable <sup>1</sup>	Variation en % sur une base comparable <sup>1</sup>	Contribution des acquisitions (nette) <sup>a</sup>	Effets de change	2020 Chiffre d'affaires publié	Variation en % en francs suisses
<b>Groupe</b>	<b>3 094</b>	<b>125</b>	<b>3 219</b>	<b>4,0 %</b>	<b>194</b>	<b>(192)</b>	<b>3 221</b>	<b>4,1 %</b>
- Division Parfums	1 361	62	1 423	4,5 %	127	(94)	1 456	7,0 %
- Division Arômes	1 733	63	1 796	3,6 %	67	(98)	1 765	1,9 %

## a. Influence des acquisitions (nette)

en millions de francs suisses

Société acquise	Chiffre d'affaires inclus à partir de	Groupe	Division Parfums	Division Arômes
Albert Vieille	mai 2019	4	4	
Golden Frog	septembre 2019	6		6
Drom	septembre 2019	62	62	
Fragrance Oils	septembre 2019	31	31	
Ungerer	février 2020	96	30	66
Activité abandonnée et cédée		(5)		(5)
<b>Total</b>		<b>194</b>	<b>127</b>	<b>67</b>

## Evolution du chiffre d'affaires – d'avril à juin (trimestre uniquement)

en millions de francs suisses	2019 Chiffre d'affaires publié	Evolution sur une base comparable <sup>1</sup>	2020 Chiffre d'affaires sur une base comparable <sup>1</sup>	Variation en % sur une base comparable <sup>1</sup>	Contribution des acquisitions (nette)	Effets de change	2020 Chiffre d'affaires publié	Variation en % en francs suisses
<b>Groupe</b>	<b>1 569</b>	<b>43</b>	<b>1 612</b>	<b>2,8 %</b>	<b>101</b>	<b>(111)</b>	<b>1 602</b>	<b>2,1 %</b>
- Division Parfums	684	19	703	2,8 %	64	(56)	711	4,0 %
- Division Arômes	885	24	909	2,7 %	37	(55)	891	0,7 %

## Evolution du chiffre d'affaires par marché – de janvier à juin

en millions de francs suisses	2019 Chiffre d'affaires publié	Evolution sur une base comparable <sup>1</sup>	2020 Chiffre d'affaires sur une base comparable <sup>1</sup>	Variation en % sur une base comparable <sup>1</sup>	Contribution des acquisitions (nette)	Effets de change	2020 Chiffre d'affaires publié	Variation en % en francs suisses
Marchés matures	1 802	9	1 811	0,5 %	128	(71)	1 868	3,4 %
Marchés à forte croissance	1 292	116	1 408	9,0 %	66	(121)	1 353	5,1 %



Genève, le 21 juillet 2020

### Evolution du chiffre d'affaires par région – de janvier à juin

en millions de francs suisses	2019 Chiffre d'affaires publié	2020 Chiffre d'affaires publié	Variation en % sur une base comparable <sup>1</sup>	Variation en % en francs suisses
Amérique latine	346	338	15,5 %	-0,6 %
APAC	788	816	3,9 %	3,3 %
Amérique du Nord	838	901	2,7 %	6,8 %
EAME	1 122	1 166	1,7 %	4,0 %

### Division Parfums

La Division Parfums a enregistré un chiffre d'affaires de CHF 1 456 millions, en progression de 4,5 % sur une base comparable et de 7,0 % en francs suisses par rapport à 2019. Cette progression est attribuable à une croissance des volumes particulièrement forte dans le segment de la Parfumerie fonctionnelle, malgré l'impact de la pandémie de COVID-19 sur la Parfumerie fine.

Le chiffre d'affaires total des Compositions de Parfumerie (Parfumerie fine et Parfumerie fonctionnelle) a progressé de 5,3 % sur une base comparable. En francs suisses, il a augmenté de CHF 1 171 millions en 2019 à CHF 1 252 millions.

Le chiffre d'affaires de la Parfumerie fine a diminué de 16,4 % sur une base comparable en raison de la baisse d'activité significative enregistrée dans le commerce de détail et le *travel retail*, conséquence directe du COVID-19. Après une forte augmentation en début d'année, grâce à de nouveaux contrats et aux produits existants, la Parfumerie fine a enregistré un recul important entre mars et fin juin en raison de la très forte baisse de la demande suite aux importantes restrictions affectant les canaux de distribution traditionnels dans tous les principaux marchés du segment.

Le chiffre d'affaires de la Parfumerie fonctionnelle a progressé de 11,8 % sur une base comparable, contre 8,7 % pour la même période en 2019 due à la forte demande de produits ménagers, de produits de santé et de soins corporels liés au COVID-19. Cette excellente progression a été enregistrée à la fois sur les marchés à forte croissance et les marchés matures, et a été portée par tous les types de clients et toutes les régions.

Le chiffre d'affaires des Ingrédients de parfumerie et d'Active Beauty est resté presque stable, avec une réduction publiée de 0,1 % sur une base comparable, par rapport à une croissance comparable élevée de 8,2 % en 2019.

L'EBITDA de la Division Parfums a progressé de CHF 270 millions au premier semestre 2019 à CHF 333 millions en 2020, dynamisé en particulier par des ventes plus importantes, la contribution des acquisitions récentes et le résultat des actions prises pour contenir les dépenses opérationnelles. La marge d'EBITDA est passée de 19,8 % en 2019 à 22,9 % en 2020. Sur une



Genève, le 21 juillet 2020

base comparable, la marge d'EBITDA de la Division Parfums était de 21,3 % en 2019, contre 23,4 % en 2020.

Au cours des six premiers mois de 2020, la Division a engagé des dépenses de CHF 4 millions en lien avec le projet GBS, contre CHF 19 millions en 2019.

Le résultat d'exploitation a gagné 23,8 % à CHF 264 millions en 2020, contre CHF 213 millions sur la même période en 2019. La marge d'exploitation est passée de 15,7 % en 2019 à 18,2 % en 2020.

### **Parfumerie fine**

Le chiffre d'affaires de la Parfumerie fine a perdu 16,4 % par rapport à la base comparable élevée de 8,5 % en 2019. Ces résultats ont été impactés par le COVID-19, qui a provoqué une très forte érosion des activités pour tous les types de clients et les régions du fait de la baisse des activités dans le commerce de détail et le travel retail.

Au niveau géographique, le chiffre d'affaires en Europe de l'Ouest est dû à un ralentissement général de la demande de la part des clients, tandis que le niveau toujours élevé de nouveaux contrats conclus en Amérique du Nord a été contrebalancé par la baisse des volumes. Sur les marchés à forte croissance, la croissance à deux chiffres du chiffre d'affaires en Amérique latine a été compensée par les performances plus faibles en Asie et au Moyen-Orient.

### **Parfumerie fonctionnelle**

Le chiffre d'affaires de la Parfumerie fonctionnelle a augmenté de 11,8 % sur une base comparable, avec une excellente croissance pour l'ensemble des clients et des régions soutenu par la demande accrue de produits ménagers, de produits de santé et de soins corporels liés au COVID-19.

Au niveau régional, l'Amérique latine a fait état d'une progression à deux chiffres pour tous les types de clients et dans la plupart des zones géographiques. L'Asie a affiché de bons résultats, portés par la solide croissance à deux chiffres enregistrée auprès des clients locaux et régionaux. L'Europe, l'Afrique et le Moyen-Orient ont affiché une progression à deux chiffres de leurs ventes dans tous les segments de produits, grâce aux clients locaux et régionaux, ainsi qu'une forte évolution à deux chiffres dans la zone Afrique et Moyen-Orient. L'Amérique du Nord a enregistré une croissance à deux chiffres dans tous les segments de produits, à la faveur d'une performance vigoureuse réalisée auprès des clients internationaux.

En termes de segments de produits, la croissance a été stimulée par une augmentation à deux chiffres des Produits ménagers et des Parfums pour soin des textiles, suivis par la solide performance des Produits de Soins Corporels.

### **Ingrédients de parfumerie et Active Beauty**

Le chiffre d'affaires des Ingrédients de parfumerie et d'Active Beauty a été presque stable, avec une réduction publiée de 0,1 % sur une base comparable, par rapport à une forte croissance comparable élevée de 8,2 % en 2019. Active Beauty a obtenu des résultats relativement bons compte-tenu des conditions difficiles du marché liées à COVID-19, grâce à son portefeuille équilibré de produits et de clients. Les Ingrédients de parfumerie ont affiché une légère croissance à un chiffre, portée par les clients locaux et régionaux.



Genève, le 21 juillet 2020

## **Division Arômes**

La Division Arômes a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 1 765 millions, en hausse de 3,6 % sur une base comparable et de 1,9 % en francs suisses.

Les ventes ont été stimulées par de nouveaux contrats et une solide dynamique commerciale des produits existants dans toutes les régions, grâce aux clients globaux ainsi qu'aux clients régionaux et locaux. Dans les domaines clés de la stratégie 2020, à savoir Santé, bien-être et les Naturels, le chiffre d'affaires a connu une progression à deux chiffres et à un chiffre respectivement.

Du fait de la pandémie de COVID-19, la Division Arômes a connu un transfert de la demande, des produits pour la restauration et les boissons alcoolisées vers des produits établis dans des catégories telles que Boissons à base de jus, Solutions culinaires, Barres nutritionnelles, Entremets salés et Snacks.

Du point de vue des segments, les Produits laitiers, la Confiserie, les Entremets salés et les Snacks ont été les principaux moteurs de la performance de la Division.

L'EBITDA est passé de CHF 390 millions en 2019 à CHF 401 millions, une hausse de 2,8 % due à des gains de productivité et à une discipline soutenue sur les coûts. La marge EBITDA est passée de 22,5 % en 2019 à 22,7 % en 2020. Sur une base comparable, la marge EBITDA de la Division Arômes s'est élevée à 23,8 % en 2020, contre 23,1 % en 2019.

Le résultat d'exploitation a reculé de CHF 278 millions en 2019 à CHF 268 millions en 2020, soit une baisse de 3,5 %. La marge d'exploitation s'est établie à 15,2 % en 2020, par rapport à 16,0 % en 2019.

## **Asie-Pacifique**

Le chiffre d'affaires de la région Asie-Pacifique s'est inscrit en hausse de 2,4 % sur une base comparable, contre une croissance comparable de 6,2 % en 2019. Les marchés à forte croissance que sont la Thaïlande et la Chine ont réalisé une solide performance à deux chiffres, tandis que l'Inde, l'Indonésie et la Malaisie ont été fortement touchés par la crise du COVID-19. Sur les marchés matures, la croissance a été portée par le Japon, la Corée et Singapour.

Du point de vue des clients, la région Asie-Pacifique a connu une inversion de la tendance, les clients globaux et internationaux ont été moins impactés par la crise du COVID-19 que les clients locaux et régionaux. Du point de vue des segments, les Entremets salés, les Snacks et la Confiserie ont considérablement contribué à la croissance.



Genève, le 21 juillet 2020

## **Europe, Afrique et Moyen-Orient**

En Europe, Afrique et Moyen-Orient, le chiffre d'affaires a augmenté de 3,4 % sur une base comparable. Les marchés à forte croissance d'Afrique et du Moyen Orient ont enregistré une progression à deux chiffres en Algérie, en Egypte et au Cameroun, suivis par le Moyen Orient qui a affiché une bonne croissance à un chiffre. La croissance en Europe centrale et de l'Est a été portée par la Russie et la Turquie. Les marchés matures d'Europe de l'Ouest ont connu une très bonne dynamique grâce à la France, aux Pays-Bas, à la Belgique et à la Suède.

La croissance a été dopée par les segments Produits laitiers, Entremets salés et Snacks.

## **Amérique du Nord**

Sur une base comparable, le chiffre d'affaires en Amérique du Nord a augmenté de 2,8 %, grâce à la bonne performance à la fois des clients globaux, des clients locaux et régionaux. Du point de vue des segments, les Boissons, Snacks et Confiserie ont enregistré une belle croissance.

## **Amérique latine**

Le chiffre d'affaires en Amérique latine a gagné 10,6 % sur une base comparable, par rapport à la croissance comparable élevée de 22,8 % en 2019. Cette excellente progression a été enregistrée sur tous les marchés et dans tous les segments, et dans les segments des Produits laitiers, des Boissons, des Entremets salés et de la Confiserie.

-----  
Le Rapport semestriel 2020 peut être téléchargé sur [www.givaudan.com](http://www.givaudan.com). Une conférence téléphonique sera diffusée sur [www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) le jeudi 21 juillet 2020 à 15 h 00 HEC.

## **Pour tout complément d'information, veuillez contacter :**

Pierre Bénéaich, Head of Investor and Media Relations

**T** +41 22 780 90 53

**E** pierre.benaich@givaudan.com

## **Remarques**

1. Sur une base comparable (SBC) signifie : (a) chiffre d'affaires calculé sur la base des taux de change de facturation de l'exercice précédent, et (b) hors ventes d'activités acquises depuis la date d'acquisition jusqu'à la date de clôture de la période, jusqu'à 12 mois à compter de la date d'acquisition et (c) hors ventes des activités cédées depuis la date de cession jusqu'à la fin de la période comparable précédente.
2. L'EBITDA, défini en tant que Earnings Before Interest (and other financial income (expense), net), Tax, Depreciation and Amortisation, correspond au bénéfice avant intérêts (et autres produits financiers), impôts et amortissements des immobilisations corporelles et incorporelles.
3. L'EBITDA comparable correspond à l'EBITDA publié, ajusté des éléments significatifs de nature non récurrente qui influencent la compréhension des activités d'exploitation normales sous-jacentes.
4. Le flux de trésorerie disponible (ou free cash flow) correspond au flux de trésorerie opérationnel après investissements nets, paiement des intérêts et paiements des loyers.
5. Le ratio d'endettement est la dette nette divisée par la somme de la dette nette et des fonds propres (tels que définis pour le ratio d'endettement).

De plus amples informations et des rapprochements des Mesures alternatives de la performance du Groupe sont disponibles à l'annexe du rapport semestriel (en anglais).