



## Communiqué aux médias

Genève, le 9 octobre 2015

# Chiffre d'affaires des neuf premiers mois 2015

## Performance améliorée dans les marchés émergents

### Performance commerciale

Au cours des neuf premiers mois de l'exercice 2015, Givaudan a enregistré un chiffre d'affaires de CHF 3 296 millions, en augmentation de 2,0 % sur une base comparable et en baisse de 0,5 % en francs suisses par rapport à l'année dernière.

Pour la période 2010-2015, Givaudan vise une croissance organique comprise entre 4,5 % et 5,5 % par an, avec pour hypothèse une croissance du marché estimée entre 2 % et 3 %. Elle entend par ailleurs continuer à gagner des parts de marché. En déployant sa stratégie de croissance axée sur cinq piliers – marchés émergents, Santé et Bien-être, gains de parts de marché sur des segments et auprès de clients ciblés, recherche et approvisionnement durable – Givaudan devrait dépasser la croissance du marché sous-jacent et continuer à réaliser la marge EBITDA la plus élevée du secteur, tout en ciblant un flux de trésorerie disponible annuel compris entre 14 % et 16 % du chiffre d'affaires d'ici à 2015.

La Société réitère son intention de reverser aux actionnaires plus de 60 % du flux de trésorerie disponible tout en maintenant un objectif de ratio d'endettement à moyen terme inférieur à 25 %.

### Chiffre d'affaires de janvier à septembre 2015

en millions de CHF			Variation en %	
	2015	2014	en CHF	SBC*
<b>Chiffre d'affaires du Groupe</b>	<b>3 296</b>	<b>3 313</b>	<b>- 0,5</b>	<b>2,0</b>
Division Parfums	1 563	1 587	- 1,5	0,7
Division Arômes	1 733	1 726	0,4	3,3
Marchés matures	<b>1 791</b>	1 820	<b>-1,6</b>	<b>1,0</b>
Marchés émergents	<b>1 505</b>	1 493	<b>0,8</b>	<b>3,3</b>

### Chiffre d'affaires de juillet à septembre 2015

en millions de CHF			Variation en %	
	2015	2014	en CHF	SBC*
<b>Chiffre d'affaires du Groupe</b>	<b>1 112</b>	<b>1 122</b>	<b>- 0,9</b>	<b>3,3</b>
Division Parfums	540	553	- 2,2	2,0
Division Arômes	572	569	0,4	4,6

\*SBC : sur une base comparable



## Division Parfums

La Division Parfums a enregistré un chiffre d'affaires de CHF 1 563 millions durant les neuf premiers mois de 2015, en hausse de 0,7 % sur une base comparable et une diminution de 1,5 % en francs suisses. Si l'on intègre Soliance et la société Induchem, récemment acquises, la croissance passe à 1,8 % en monnaies locales. Induchem a contribué à ce résultat à hauteur de CHF 2 millions depuis son acquisition le 31 août 2015,

Le chiffre d'affaires total des Compositions de parfumerie (Parfumerie fine et Parfumerie fonctionnelle) a augmenté de 1,8 % sur une base comparable et a baissé de 1,6 % en francs suisses, à CHF 1 364 millions contre CHF 1 386 millions en 2014.

Le chiffre d'affaires de la Parfumerie fine a augmenté de 1,7 % sur une base comparable, porté par la croissance des marchés matures et des marchés émergents. Une forte croissance à deux chiffres a été enregistrée en Asie et au Moyen-Orient, qui a fait plus que compenser le léger recul du chiffre d'affaires en Amérique latine.

Le chiffre d'affaires de la Parfumerie fonctionnelle a augmenté de 1,8 % sur une base comparable, avec une forte croissance sur les marchés émergents, qui a fait plus que compenser la baisse du chiffre d'affaires sur les marchés matures. L'Amérique latine a enregistré une croissance à deux chiffres par rapport à une base de comparaison élevée, soutenue par tous les groupes de clients. En Asie, les ventes ont été stimulées par la forte progression avec la clientèle, locale et régionale. En Europe, en Afrique et au Moyen-Orient, la hausse du chiffre d'affaires est aussi due à de solides résultats auprès des clients locaux et régionaux, dans toutes les sous-régions. En Amérique du Nord, le chiffre d'affaires a été inférieur à celui de l'année passée, principalement à cause des clients internationaux, tandis que les ventes ont affiché une forte progression auprès de la clientèle locale et régionale.

Si l'on effectue une analyse par segments de produits, on constate une forte croissance dans les parfums pour soin des textiles. Les produits d'hygiène bucco-dentaire, les produits d'hygiène et les produits ménagers ont aussi contribué à cette progression.

Le chiffre d'affaires des Ingrédients de parfumerie et cosmétiques a diminué de 7,0 % sur une base comparable, du fait principalement de la baisse des ventes des produits de consommation courante et du niveau élevé de la base de comparaison. Le chiffre d'affaires de Soliance, acquise le 2 juin 2014, et d'Induchem, acquise le 31 août 2015, s'est élevé à CHF 27 millions pour les neufs premiers mois de 2015, ce qui correspond à une croissance à deux chiffres en monnaies locales par rapport à la même période l'année dernière. Avec les entreprises récemment acquises, la progression des Ingrédients de parfumerie et cosmétiques a été de 2,2 % en monnaies locales. Toutes les catégories de produits du segment des Ingrédients de parfumerie ont toutefois reculé, les ingrédients de spécialités ayant été les moins touchés. Les transferts de produits vers notre site de production au Mexique et vers notre entreprise en joint-venture en Chine, annoncés précédemment, se déroulent selon le calendrier établi et permettront au Groupe de rester concurrentiel sur le marché des ingrédients de parfumerie.



## Division Arômes

La Division Arômes a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 1 733 millions au cours des neuf premiers mois de 2015 – soit une hausse de 3,3 % sur une base comparable et de 0,4% en francs suisses – grâce à une performance qui est restée solide en Amérique du Nord et en Amérique latine et à une amélioration sur les marchés émergents.

La conclusion de nouveaux contrats et la solidité des activités existantes expliquent la bonne croissance dans les segments Boissons et Produits laitiers. La dynamique positive du segment Santé et Bien-être dans toutes les régions s'est poursuivie, notamment grâce à des solutions gustatives améliorées proposées aux clients du secteur.

### Asie-Pacifique

En Asie-Pacifique, le chiffre d'affaires a augmenté de 1,9 % sur une base comparable. La signature de nouveaux contrats et la progression des ventes de produits existants en Inde et en Chine ont contribué à cette croissance. Alors que le début d'année a été très lent, les marchés matures ont poursuivi leur croissance, le Japon enregistrant une performance particulièrement bonne. Les segments Snacks et Produits laitiers ont progressé grâce à la signature de nouveaux contrats.

### Europe, Afrique et Moyen-Orient

Sur une base comparable, le chiffre d'affaires a été stable, avec la croissance des marchés émergents notamment grâce aux marchés d'Afrique et du Moyen-Orient. Des conditions économiques difficiles continuent de peser sur la croissance en Europe de l'Est, en particulier en Russie et en Ukraine. Les résultats des marchés matures ont évolué positivement cette année, avec une progression des segments Produits laitiers, Snacks et Entremets salés suite à la conclusion de nouveaux contrats et à la croissance des activités existantes.

### Amérique du Nord

Le chiffre d'affaires a progressé de 6,7 % sur une base comparable et la forte dynamique s'est poursuivie durant le troisième trimestre de l'année. La forte croissance des ventes est due à la progression des activités existantes et aux nouveaux contrats, avec une performance particulièrement bonne dans les segments Boissons, Produits laitiers et Snacks.

### Amérique latine

La région a enregistré une croissance de 10,4 % sur une base comparable, avec un chiffre d'affaires élevé en Argentine, au Brésil et au Mexique. Tous les segments se sont développés et les résultats ont été particulièrement positifs dans les segments Boissons, Entremets salés et Confiserie, suite à de nouveaux contrats et à la progression des activités existantes.

Remarque : les montants indiqués sur une base comparable excluent les effets de change, les acquisitions et les cessions.

### Pour plus d'informations, veuillez contacter :

Peter Wullschleger, Givaudan Media and Investor Relations  
Chemin de la Parfumerie 5  
1214 Vernier  
Suisse  
T +41 22 780 90 93  
E [peter\\_b.wullschleger@givaudan.com](mailto:peter_b.wullschleger@givaudan.com)