



Communiqué aux médias

Genève, le 8 octobre 2020

Chiffre d'affaires des neuf premiers mois de l'année 2020 Poursuite de la bonne croissance du chiffre d'affaires

Performance commerciale

Au cours des neuf premiers mois de l'exercice 2020, Givaudan a enregistré un chiffre d'affaires de CHF 4 790 millions, en progression de 3,7 % sur une base comparable¹ et de 2,7 % en francs suisses.

Givaudan Parfums et Beauté a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 2,199 millions, en hausse de 4,5 % sur une base comparable¹ et de 5,3 % en francs suisses.

Givaudan Goût et Bien-être a dégagé un chiffre d'affaires de CHF 2,591 millions, en progression de 3,1 % sur une base comparable¹ et de 0,6 % en francs suisses.

Alors que les conséquences de la pandémie de COVID-19 continuent à se faire sentir à l'échelle mondiale, Givaudan a maintenu sa bonne dynamique commerciale et est parvenue à maintenir ses activités et sa chaîne d'approvisionnement mondiale sans perturbations notable. La plupart des segments de produits et des régions ont contribué à cette croissance. Les produits d'entretien, les produits de santé et les produits d'hygiène au sein de Givaudan Parfums et Beauté ainsi que les segments des aliments conditionnés, des entremets salés, des snacks et des nutraceutiques au sein de Givaudan Goût et Bien-être ont affiché une performance particulièrement solide. Dans les segments de produits les plus touchés par la pandémie de COVID-19, en l'occurrence la Parfumerie fine et dans une moindre mesure Active Beauty au sein de Givaudan Parfums et Beauté ainsi que la restauration rapide au sein de Givaudan Goût et Bien-être, le Groupe a continué à enregistrer une baisse de ses activités du fait des restrictions liées à la pandémie qui ont limité l'activité du commerce de détail, du travel retail et de la consommation hors domicile.

« Je suis très satisfait de la bonne performance de notre chiffre d'affaires alors que la pandémie de COVID-19 continue d'impacter fortement le monde. Givaudan confirme son leadership sur le marché et son rôle crucial dans le maintien de la chaîne d'approvisionnement mondiale dans le domaine de l'alimentation et des boissons, ainsi que des produits d'entretien, des produits de santé et des produits d'hygiène, a déclaré le Directeur Général Gilles Andrier. Je suis extrêmement fier de l'ensemble de l'organisation Givaudan pour le dévouement sans faille dont elle fait preuve, qui nous permet de continuer à servir nos clients et de faire en sorte que les produits indispensables restent disponibles pour les consommateurs durant la crise de la COVID-19. »





Genève, le 8 octobre 2020

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

- Protéger et soutenir ses collaborateurs, qu'ils travaillent sur les sites ou encore à leur domicile ;
- Satisfaire aux exigences de ses clients, en particulier en ce qui concerne les produits dont les consommateurs du monde entier ont besoin pendant la pandémie ;
- Prendre soin des communautés dans lesquelles elle exerce ses activités.

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 possibles à ses clients. Depuis 2014, Givaudan a procédé à seize acquisitions, qui s'inscrivent pleinement dans le cadre des piliers de croissance de sa stratégie 2020.

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 disponible² 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.

Raison d'être de Givaudan

La raison d'être de la Société est au cœur de sa stratégie : « Des créations pour des vies plus heureuses et plus saines, avec l'amour de la nature. Imaginons-les ensemble. ». 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 positive pour le climat 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 qui respecte l'être humain et l'environnement d'ici 2030.



Genève, le 8 octobre 2020

Chiffre d'affaires de janvier à septembre

en millions de francs suisses	2019 Chiffre d'affaires publié	Evolution du chiffre d'affaires sur une base comparable ¹	2020 Chiffre d'affaires sur une base comparable ¹	Variation en % sur une base comparable ¹	Influence des acquisitions (nette) ^a	Effets de change	2020 Chiffre d'affaires publié	Variation en % en francs suisses
Groupe	4 664	173	4 837	3,7 %	270	(317)	4 790	2,7 %
Parfums et Beauté	2 088	94	2 182	4,5 %	176	(159)	2 199	5,3 %
Goût et Bien-être	2 576	79	2 655	3,1 %	94	(158)	2 591	0,6 %

a. Influence des acquisitions (nette)

en millions de francs suisses

Société acquise	Chiffre d'affaires inclus à partir de	Groupe	Parfums et Beauté	Goût et Bien-être
Albert Vieille	mai 2019	5	5	
Golden Frog	septembre 2019	8		8
Drom	septembre 2019	83	83	
Fragrance Oils	septembre 2019	42	42	
Ungerer	février 2020	147	46	101
Activité abandonnée et cédée		(15)		(15)
Total		270	176	94

Chiffre d'affaires de juillet à septembre

en millions de francs suisses	2019 Chiffre d'affaires publié	Evolution sur une base comparable ¹	2020 Chiffre d'affaires sur une base comparable ¹	Variation en % sur une base comparable ¹	Influence des acquisitions	Effets de change	2020 Chiffre d'affaires publié	Variation en % en francs suisses
Groupe	1 570	48	1 618	3,1 %	76	(125)	1 569	0,0 %
Parfums et Beauté	727	32	759	4,4 %	49	(65)	743	2,3 %
Goût et Bien-être	843	16	859	1,9 %	27	(60)	826	-2,1 %

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

en millions de francs suisses	2019 Chiffre d'affaires publié	Evolution sur une base comparable ¹	2020 Chiffre d'affaires sur une base comparable ¹	Variation en % sur une base comparable ¹	Influence des acquisitions	Effets de change	2020 Chiffre d'affaires publié	Variation en % en francs suisses
Marchés matures	2 693	20	2 713	0,8%	178	(114)	2 777	3,1%
Marchés à forte croissance	1 971	153	2 124	7,8%	92	(203)	2 013	2,1%



Genève, le 8 octobre 2020

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

en millions de francs suisses	2019 Chiffre d'affaires publié	2020 Chiffre d'affaires publié	Variation en % sur une base comparable ¹	Variation en % en francs suisses
Amérique latine	518	504	16.4%	-2.6%
APAC	1 210	1 216	2.1%	0.5%
Amérique du Nord	1 264	1 356	4.6%	7.3%
EAME	1 672	1 714	0.3%	2.5%

Givaudan Parfums et Beauté

Givaudan Parfums et Beauté a enregistré un chiffre d'affaires de CHF 2 199 millions durant les neuf premiers mois de 2020, en hausse de 4,5 % sur une base comparable¹ et de 5,3 % en francs suisses par rapport à 2019.

Cette progression est attribuable à la croissance des volumes particulièrement forte dans le segment de la Parfumerie fonctionnelle et à l'amélioration de la performance de Parfumerie fine au troisième trimestre.

Le chiffre d'affaires total des Compositions de Parfumerie (Parfumerie fine et Parfumerie fonctionnelle) a progressé de 5,1 % sur une base comparable¹. En francs suisses, il a augmenté de 5,5 %, passant de CHF 1 796 millions en 2019 à CHF 1 894 millions.

Parfumerie fine

Le chiffre d'affaires de Parfumerie fine a perdu 11,3 % sur une base comparable¹ par rapport à la croissance élevée de 8,0 % en 2019, sa performance ayant été impactée par la crise de la COVID-19.

Sur une base régionale, les ventes en Europe occidentale ont été affectées par le ralentissement général de la demande de marques de prestige du fait des restrictions imposées aux activités de vente de détail et de voyage, tandis qu'en Amérique du Nord, des signes positifs de reprise au troisième trimestre ont été observés, les consommateurs ayant commencé à pouvoir à nouveau accéder aux canaux de distribution. Sur les marchés à forte croissance, la progression à deux chiffres du chiffre d'affaires en Amérique latine a contribué à la forte performance globale des ventes.

Parfumerie fonctionnelle

Le chiffre d'affaires de Parfumerie fonctionnelle a progressé de 9,9 % sur une base comparable¹ par rapport à la croissance déjà élevée de 8,6 % en 2019, grâce au maintien de la forte demande pour les produits d'entretien, de santé et d'hygiène liée à la crise de la COVID-19. Cette excellente progression a été enregistrée aussi bien sur les marchés à forte croissance que dans toutes les autres régions et pour tous les groupes de clients.



Genève, le 8 octobre 2020

Au niveau régional, l'Amérique latine a fait état d'une progression à deux chiffres pour tous les groupes de clients et dans la plupart des sous-régions. L'Asie a affiché de bons résultats, portés par une solide croissance à un chiffre enregistrée auprès des clients locaux et régionaux. L'Europe, l'Afrique et le Moyen-Orient ont affiché une forte progression à un chiffre de leurs ventes grâce aux clients locaux et régionaux, ainsi qu'une forte croissance à deux chiffres dans la sous-région d'Afrique et du Moyen-Orient. L'Amérique du Nord a enregistré une croissance à deux chiffres dans tous les segments de produits, à la faveur notamment 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 d'hygiène.

Ingrédients de parfumerie et Active Beauty

Le chiffre d'affaires des Ingrédients de parfumerie et d'Active Beauty a progressé de 0,8 % sur une base comparable¹, par rapport à la croissance élevée de 9,3 % en 2019. Les ventes d'Active Beauty ont été relativement satisfaisantes compte tenu des conditions de marché actuelles marquées par la crise du COVID-19, avec un recul très limité grâce au portefeuille bien équilibré de produits et clients du segment. Les Ingrédients de parfumerie ont affiché une légère croissance à un chiffre, portée par les clients locaux et régionaux.

Givaudan Goût et Bien-être

Givaudan Goût et Bien-être a enregistré un chiffre d'affaires de CHF 2 591 millions durant les neuf premiers mois de 2020, en hausse de 3,1 % sur une base comparable¹ et de 0,6 % en francs suisses par rapport à 2019.

Les ventes ont été soutenues par de nouveaux contrats et la dynamique commerciale des produits existants dans toutes les régions, malgré la persistance de l'impact généralisé de la pandémie de COVID-19. Dans nos domaines stratégiques clés liés à la stratégie 2020, à savoir santé et bien-être et ingrédients 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, Givaudan Goût et Bien-être a observé une poursuite du transfert de la demande de produits de restauration rapide et de boissons alcoolisées vers des produits existants à plus forte demande dans des catégories telles que les produits de stimulation immunitaire, les boissons à base de jus, les solutions culinaires, les barres nutritionnelles, les entremets salés et les snacks.

Du point de vue des segments, les Boissons, Produits laitiers, Entremets salés et Snacks ont tous contribué à l'évolution de la performance, bénéficiant du renforcement de la demande pour les produits traditionnels en magasin.



Genève, le 8 octobre 2020

Asie-Pacifique

Le chiffre d'affaires de la région Asie-Pacifique a diminué légèrement, de 0,2 % sur une base comparable¹, par rapport à une croissance de 6,7 % en 2019. Parmi les marchés à forte croissance, la Chine a réalisé une solide performance à deux chiffres, suivie par une solide croissance à un chiffre en Thaïlande et aux Philippines, tandis que l'Inde, l'Indonésie et la Malaisie ont été fortement touchés par la crise de la COVID-19. Sur les marchés matures, la Corée du Sud a dégagé une solide croissance à un chiffre, contrebalancée par des conditions beaucoup plus difficiles à Singapour et en Océanie liées à la COVID-19.

Europe, Afrique et Moyen-Orient

En Europe, en Afrique et au Moyen-Orient, le chiffre d'affaires a augmenté de 2,0 % sur une base comparable¹. Les marchés matures de France, d'Allemagne, du Benelux et de l'Europe du Nord ont tous enregistré une bonne croissance à un chiffre. Dans les marchés à forte croissance, on observe une excellente dynamique des ventes stimulée par la croissance à deux chiffres enregistrée en Russie et en Turquie, ainsi qu'au Maghreb et dans les sous-régions du Levant et Afrique du Nord.

La croissance a été principalement réalisée dans les segments Produits laitiers, Entremets salés et Snacks.

Amérique du Nord

Sur une base comparable¹, le chiffre d'affaires en Amérique du Nord a augmenté de 4,6 %, grâce à la solide performance des clients globaux comme des clients locaux et régionaux. Cette performance est le résultat des nouveaux contrats signés et de la forte progression des activités existantes dans les segments Boissons, Snacks et Confiserie.

Amérique latine

Le chiffre d'affaires en Amérique latine a gagné 10,0 % sur une base comparable¹, par rapport à une croissance élevée de 19,7 % en 2019. Cette progression est attribuable à la forte croissance à deux chiffres au Brésil et en Argentine, ainsi qu'à une bonne croissance à un chiffre en Colombie, au Chili et au Mexique.

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

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 Le flux de trésorerie disponible correspond au flux de trésorerie opérationnel après investissements nets, paiement des intérêts et paiements des loyers.

Pour tout complément d'information, veuillez contacter :

Pierre Benaich, Investor and Media Relations

T +41 22 780 90 53

E pierre.benaich@givaudan.com