



Communiqué aux médias

Genève, le 12 avril 2016

Chiffre d'affaires du premier trimestre 2016

Un bon début d'année

Au cours des trois premiers mois de l'exercice 2016, Givaudan a enregistré un chiffre d'affaires de CHF 1 152 millions, soit une augmentation de 5,8 % sur une base comparable et de 5,6 % en francs suisses par rapport à 2015.

Givaudan a débuté l'année avec une bonne dynamique des ventes tandis que le portefeuille de projets et le taux de conclusion de nouveaux contrats se sont maintenus à un niveau élevé. Cette bonne performance a aussi été réalisée par rapport à une base de comparaison relativement basse en 2015.

L'ambition de la Société pour 2020 est de créer de la valeur supplémentaire grâce à une croissance rentable et responsable. En s'appuyant sur la réussite de la stratégie 2011-2015, la stratégie 2020 de Givaudan repose sur les trois piliers suivants : accompagner ses clients dans leur croissance ; fournir des produits et prestations de premier ordre ; et nouer des partenariats pour un succès partagé.

Les objectifs financiers ambitieux constituent un élément essentiel de la stratégie de la Société. Nous visons à faire mieux que le marché avec une croissance du chiffre d'affaires de 4 à 5 % et un flux de trésorerie disponible de 12 à 17 % du chiffre d'affaires, ces données représentant des moyennes sur la période de cinq ans que couvre son cycle stratégique. Givaudan entend par ailleurs maintenir ses pratiques actuelles en matière de dividendes.

Chiffre d'affaires de janvier à mars	Variation en %			
	2016	2015	en CHF	SBC*
En millions de CHF				
Chiffre d'affaires du Groupe	1 152	1 091	5,6	5,8
Chiffre d'affaires de la Division Parfums	561	519	8,1	8,3
Chiffre d'affaires de la Division Arômes	591	572	3,4	3,5
Marchés matures	628	593	5,9	2,0
Marchés à forte croissance	524	498	5,2	10,3

*SBC : sur une base comparable



Genève, le 12 avril 2016

Division Parfums

La Division Parfums a enregistré un chiffre d'affaires de CHF 561 millions, soit une croissance de 8,3 % sur une base comparable et une augmentation de 8,1 % en francs suisses. En prenant en compte Induchem, cette croissance a été de 9,5% en monnaies locales. Le chiffre d'affaires d'Induchem, acquise le 31 août 2015, s'est élevé à CHF 6,1 millions pour le premier trimestre 2016.

Le chiffre d'affaires total des Compositions de parfumerie (Parfumerie fine et Parfumerie fonctionnelle) a augmenté de 9,5 % sur une base comparable et de 7,4 % en francs suisses, passant de CHF 450 millions en 2015 à CHF 483 millions en 2016.

Le chiffre d'affaires de la Parfumerie fine a grimpé de 10,1 % sur une base comparable, grâce à de nouveaux contrats et à un niveau d'érosion relativement bas. Sur les marchés à forte croissance, l'Amérique latine a été le principal moteur de la progression. Sur les marchés matures, la croissance à deux chiffres enregistrée en Amérique du Nord a fait plus que compenser la baisse des ventes en Europe de l'Ouest, où les ventes dans le commerce de détail ont souffert pendant les fêtes de fin d'année.

Le chiffre d'affaires de la Parfumerie fonctionnelle a augmenté de 9,3 % sur une base comparable avec une progression à deux chiffres dans les pays à forte croissance et une expansion solide sur les marchés matures. Tous les groupes de clients et segments de produits ont contribué à cette performance.

L'Amérique latine a enregistré une croissance à deux chiffres pour tous les groupes de clients et sur tous les segments de produits. La forte expansion du chiffre d'affaires en Asie a été réalisée dans toutes les sous-régions et pour tous les segments de produits. Cette performance a été portée par la croissance à deux chiffres des ventes aux clients locaux et régionaux ainsi que par les sous-régions de l'Asie du Nord et du Sud-Est. En Europe, en Afrique et au Moyen-Orient, la solide croissance du chiffre d'affaires est répartie entre tous les segments de produits et s'explique notamment par la performance à deux chiffres enregistrée avec les clients locaux et régionaux. Le chiffre d'affaires de la zone Afrique/Moyen-Orient a affiché une croissance à deux chiffres. Les ventes en Amérique du Nord ont également augmenté par rapport à l'an dernier, portées par la progression à deux chiffres des ventes aux clients locaux et régionaux.

En termes de catégories de produits, le chiffre d'affaires s'est inscrit en hausse dans tous les segments, dopé par une croissance à deux chiffres des parfums pour soin des textiles et produits d'entretien, suivis des produits d'hygiène bucco-dentaire et des produits d'hygiène.

Le chiffre d'affaires des Ingrédients de parfumerie et cosmétiques a augmenté de 1,1 % sur une base comparable. Dans l'ensemble, les ventes d'Ingrédients de parfumerie ont stagné. Le chiffre d'affaires des Ingrédients cosmétiques a enregistré une solide progression à un chiffre. Le chiffre d'affaires d'Induchem, acquise le 31 août 2015, s'est élevé à CHF 6,1 millions pour le premier trimestre 2016.

Division Arômes

La Division Arômes a enregistré un chiffre d'affaires de CHF 591 millions, soit une croissance de 3,5 % sur une base comparable et une augmentation de 3,4 % en francs suisses.



Genève, le 12 avril 2016

Malgré des conditions économiques difficiles sur les marchés à forte croissance d'Afrique et d'Europe de l'Est, la Division Arômes a réalisé une bonne performance. Le chiffre d'affaires a profité de l'impact positif de nouveaux contrats et de la progression des activités existantes sur les marchés à forte croissance que sont l'Argentine, le Brésil, l'Inde et l'Indonésie, auxquels s'ajoute la performance remarquable sur les marchés matures japonais, coréen et nord-américain. Les segments Boissons, Snacks et Confiserie ont contribué à l'expansion globale.

Le chiffre d'affaires pour l'Asie-Pacifique s'est inscrit en hausse de 6,7 % sur une base comparable. Les marchés à forte croissance ont progressé grâce à de nouveaux contrats solides et à une expansion modérée des activités existantes en Inde, en Indonésie et en Thaïlande. Les marchés matures ont également affiché une forte croissance, notamment à la suite de nouveaux contrats en Asie du Nord, tandis que l'Océanie a stagné. La bonne performance enregistrée par les Boissons, les Produits laitiers, les Snacks et la Confiserie grâce à de nouveaux contrats et à l'expansion des activités existantes a alimenté la croissance dans l'ensemble des segments.

En Europe, en Afrique et au Moyen-Orient, **le chiffre d'affaires a baissé de 3,0 %** sur une base comparable. Un contexte économique difficile dans l'ensemble de la région a contribué à ce recul. Les marchés à forte croissance d'Afrique ont souffert des baisses enregistrées dans la région subsaharienne tandis que les gains en Europe de l'Est ont été annulés par les pertes en Russie et en Turquie. Les marchés matures d'Europe de l'Ouest ont affiché un recul du chiffre d'affaires en France, en Allemagne et au Royaume-Uni.

L'Amérique latine a connu une hausse de 17,2 % sur une base comparable avec une forte croissance en Argentine, au Brésil, en Colombie et en Uruguay, qui compense la baisse des ventes au Mexique et la situation économique difficile au Venezuela. De nouveaux contrats ont été conclus et le portefeuille de clients existant a été renforcé dans tous les segments, les Boissons, Entremets salés et Snacks se distinguant tout particulièrement par leur bonne performance.

En Amérique du Nord, le chiffre d'affaires a augmenté de 3,2 % sur une base comparable. Sur fond de résultats solides en 2015, la performance de la région a été attribuée à une croissance à deux chiffres dans les Entremets salés et les Snacks grâce à la conclusion de nouveaux contrats et à l'expansion 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

T +41 22 780 9093

E peter_b.wullschleger@givaudan.com