



## Communiqué aux médias

Genève, le 13 avril 2021

## Chiffre d'affaires du premier trimestre 2021 Solide croissance de l'ensemble des segments et marchés

### Performance commerciale

Au cours des trois premiers mois de 2021, Givaudan a enregistré un chiffre d'affaires de CHF 1 674 millions, en progression de 7,7 % sur une base comparable<sup>1</sup> et de 3,4 % en francs suisses.

Parfums et Beauté a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 788 millions, en hausse de 9,9 % sur une base comparable<sup>1</sup> et de 5,8 % en francs suisses.

Goût et Bien-être a dégagé un chiffre d'affaires de CHF 886 millions, en progression de 5,8 % sur une base comparable<sup>1</sup> et de 1,3 % en francs suisses.

Alors que les conséquences du COVID-19 continuent à se faire sentir à l'échelle mondiale, Givaudan a démarré l'année avec une forte dynamique commerciale et a maintenu ses activités et sa chaîne d'approvisionnement mondiale à un haut niveau. La plupart des segments de produits et des zones géographiques ont contribué à cette forte hausse, et les marchés à forte croissance, notamment, ont enregistré une solide progression, avec une hausse du chiffre d'affaires de 14,5 % sur une base comparable. Givaudan Parfums et Beauté a affiché une solide performance dans les produits d'entretien, les produits de santé, les produits d'hygiène et Active Beauty, et Givaudan Goût et Bien-être doit sa performance particulièrement robuste aux produits alimentaires emballés, aux entremets salés, aux snacks, aux boissons et aux nutraceutiques. Au sein de Parfums et Beauté, les segments les plus affectés par la pandémie de COVID-19, c'est-à-dire la Parfumerie fine et, dans une moindre mesure, Active Beauty, ont montré une amélioration continue au premier trimestre 2021, grâce à la reprise des activités de commerce de détail et au comportement des clients et des consommateurs, qui ont exploité les autres canaux d'achats tels que la vente directe et la vente en ligne. Pour Givaudan Goût et bien-être, le segment des ventes hors domicile a continué à être affecté par la pandémie, mais dans une moindre mesure par rapport à 2020, car les restrictions qui ont touché la consommation d'aliments et de boissons ont commencé à être levées sur certains marchés.

Gilles Andrier, Directeur général, a commenté ces résultats : « Nous avons réalisé un bon début d'année malgré des conditions qui restent difficiles en raison de la crise sanitaire. La demande est restée forte dans les segments du Groupe qui ont le moins souffert de la pandémie de COVID-19, tandis que les conditions se sont améliorées dans ceux qui ont été le plus touchés. Je suis fier de la manière dont toute l'organisation a su s'adapter à l'évolution des circonstances et rester à l'écoute des collaborateurs et des clients, tout en exploitant les opportunités d'étendre notre leadership. »





Genève, le 13 avril 2021

Depuis le début de la crise de la COVID-19 et conformément à la raison d'être de la Société, Givaudan reste pleinement engagée à :

- Protéger et soutenir ses collaborateurs, qu'ils travaillent sur les sites ou toujours 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 ;
- Rester attentif aux communautés dans lesquelles le Groupe exerce ses activités.

### **Objectif 2025 : La croissance pour objectif, guidée par notre raison d'être**

L'ambition du Groupe pour 2025 est de créer de la valeur à long terme pour toutes les parties prenantes.

La stratégie de Givaudan pour 2025 est parfaitement conforme à sa raison d'être et place ses clients au cœur de ses activités, leur apportant son soutien pour leur développement et dans la création de produits appréciés des consommateurs.

Centrée sur trois moteurs de croissance, à savoir : « Élargir le portefeuille », « Elargir la clientèle » et « Stratégies commerciales ciblées », la stratégie pour 2025 s'appuie aussi sur quatre catalyseurs de croissance qui correspondent aux domaines de la raison d'être de la Société : les créations, la nature, les collaborateurs et les communautés. Ces trois moteurs de croissance et ces quatre catalyseurs s'appuient sur un engagement à faire preuve « d'excellence, d'innovation et de simplicité – dans toutes nos activités ».

Des objectifs ambitieux font partie intégrante de la stratégie de Givaudan pour 2025, la Société visant à atteindre une croissance organique de son chiffre d'affaires de 4 % à 5 % sur une base comparable et un flux de trésorerie disponible d'au moins 12 %, ces données représentant des moyennes sur la période de cinq ans de notre cycle stratégique. Givaudan vise en outre à atteindre des objectifs extra-financiers clés en matière de développement durable, de diversité et de sécurité, en lien avec sa raison d'être.

### **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 collaborateurs 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 impact climat positif avant 2050, à faire partie des meilleurs employeurs mondiaux au plan de l'inclusion avant 2025 et à privilégier d'ici 2030, pour toutes les matières premières et tous les services, un approvisionnement qui respecte l'être humain et l'environnement.



Genève, le 13 avril 2021

### Chiffre d'affaires de janvier à mars

en millions de francs suisses	2020 Chiffre d'affaires publié	Evolution sur une base comparable <sup>1</sup>	2021 Chiffre d'affaires sur une base comparable <sup>1</sup>	Variation en % sur une base comparable <sup>1</sup>	Influence des acquisitions et cessions <sup>a</sup>	Effets de change	2021 Chiffre d'affaires publié	Variation en % en francs suisses
<b>Groupe</b>	<b>1 619</b>	<b>125</b>	<b>1 744</b>	<b>7,7 %</b>	<b>2</b>	<b>(72)</b>	<b>1 674</b>	<b>3,4 %</b>
- Parfums et Beauté	745	74	819	9,9 %	6	(37)	788	5,8 %
- Goût et bien-être	874	51	925	5,8 %	(4)	(35)	886	1,3 %

#### a. Influence des acquisitions et cessions

en millions de francs suisses

Sociétés acquises	Chiffre d'affaires inclus à partir de	Groupe	Parfums et Beauté	Goût et Bien-être
Ungerer	Février 2020	13	4	9
Activité de cosmétiques d'Indena	Mai 2020	2	2	
Activité abandonnée et cédée		(13)		(13)
<b>Total</b>		<b>2</b>	<b>6</b>	<b>(4)</b>

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

en millions de francs suisses	2020 Chiffre d'affaires publié	Evolution sur une base comparable <sup>1</sup>	2021 Chiffre d'affaires sur une base comparable <sup>1</sup>	Variation en % sur une base comparable <sup>1</sup>	Influence des acquisitions	Effets de change	2021 Chiffre d'affaires publié	Variation en % en francs suisses
Marchés matures	946	27	973	2,8 %	3	(21)	955	1,0 %
Marchés à forte croissance	673	98	771	14,5 %	(1)	(51)	719	6,8 %

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

en millions de francs suisses	2020 Chiffre d'affaires publié	2021 Chiffre d'affaires publié	Variation en % sur une base comparable <sup>1</sup>	Variation en % en francs suisses
Amérique latine	173	181	23,3 %	5,1 %
APAC	395	423	10,2 %	7,1 %
Amérique du Nord	452	449	3,7 %	-0,7 %
EAME	599	621	4,6 %	3,7 %



Genève, le 13 avril 2021

## **Givaudan Parfums et Beauté**

Parfums et Beauté a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 788 millions, en hausse de 9,9 % sur une base comparable et de 5,8 % en francs suisses.

La progression du chiffre d'affaires a été soutenue par une hausse solide et continue des volumes de Parfumerie fonctionnelle, un rebond des ventes de Parfumerie fine et une forte croissance à deux chiffres des ingrédients actifs cosmétiques.

Le chiffre d'affaires total de Compositions de Parfumerie (Parfumerie fine et Parfumerie fonctionnelle) s'est inscrit en hausse de 10,4 % sur une base comparable, et a progressé de 5,8 % en francs suisses, à CHF 675 millions contre CHF 638 millions en 2020.

### **Parfumerie fine**

L'activité Parfumerie fine a très bien démarré l'année, avec une hausse de 6,6 % sur une base comparable comparativement à 1,9 % en 2020 ; en mars 2020, les clients commençaient à ressentir les premiers impacts de la pandémie sur les volumes dans les magasins de détail et dans le segment travel retail.

La vigueur des ventes a été générée par la hausse des volumes réalisées auprès des clients existants et grâce à de nouveaux contrats. Malgré les restrictions de voyage en vigueur et les fermetures partielles dans différentes régions du monde, de nombreux clients de Parfumerie fine ont optimisé leurs canaux numériques pour retrouver des bons niveaux de volumes malgré la pandémie.

### **Parfumerie fonctionnelle**

Le chiffre d'affaires de la Parfumerie fonctionnelle a progressé de 11,4 % sur une base comparable dans tous les groupes de clients et dans toutes les zones géographiques, dopé par la solide performance de nouveaux contrats et la forte demande persistante de produits d'entretien, de santé et d'hygiène dans le contexte de la crise sanitaire.

Au niveau régional, l'Amérique latine a affiché une progression à deux chiffres pour l'ensemble des clients et dans toutes les sous-régions. L'Asie a enregistré une croissance à deux chiffres portée par de solides performances auprès des clients locaux et régionaux. En Europe, en Afrique et au Moyen-Orient, l'augmentation à deux chiffres du chiffre d'affaires pour l'ensemble des clients, avec des données particulièrement robustes dans les sous-régions de l'Afrique et du Moyen-Orient. En Amérique du Nord, la hausse du chiffre d'affaires a été soutenue par une croissance à deux chiffres des clients locaux et régionaux.

En termes de segments de produits, la croissance marquée du chiffre d'affaires s'explique par une augmentation à deux chiffres des produits ménagers et des parfums pour le soin des textiles, ainsi que par une bonne progression à un chiffre des produits d'hygiène.

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

Le chiffre d'affaires des Ingrédients de parfumerie et d'Active Beauty a gagné 6,9 % sur une base comparable. Active Beauty a enregistré une forte croissance à deux chiffres et de bonnes performances dans tous les groupes de clients, ainsi qu'une progression à deux chiffres sur les marchés à forte croissance et sur les marchés matures. Les Ingrédients de parfumerie ont affiché une légère croissance à un chiffre, principalement portée par les clients locaux et régionaux.



Genève, le 13 avril 2021

## Givaudan Goût et Bien-être

Goût et Bien-être a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 886 millions, en hausse de 5,8 % sur une base comparable et une progression de 1,3 % en francs suisses.

La forte croissance des ventes s'explique par la signature de nouveaux contrats et une bonne dynamique commerciale dans toutes les régions, principalement avec les clients régionaux et locaux. La plupart des canaux de ventes ont renoué avec la croissance, à l'exception de la restauration rapide et de la consommation hors domicile, encore ralentie par la crise du COVID-19 et les mesures de confinement.

Dans les domaines stratégiques clés, le chiffre d'affaires a enregistré une progression à deux chiffres dans les protéines alternatives et une hausse à un chiffre dans l'activité santé et bien-être et les produits naturels.

Du point de vue des segments, les Boissons, les Produits laitiers, les Snacks, les Entremets salés et la Confiserie ont tous contribué à cette bonne performance, bénéficiant du renforcement de la demande pour les catégories de produits au cœur des supermarchés.

### Asie-Pacifique

Dans la région Asie-Pacifique, le chiffre d'affaires a progressé de 8,2 % sur une base comparable. Dans les marchés à forte croissance, la Chine et la Malaisie ont enregistré une forte croissance à deux chiffres, suivis par le Vietnam, qui a affiché une solide performance à un chiffre. Sur les marchés matures, Singapour a dégagé une solide croissance à deux chiffres, alors qu'une progression à un chiffre a été enregistrée en Corée. Du point de vue des segments, la croissance a été stimulée par les produits laitiers, la Confiserie, les Entremets salés et les Snacks.

### Asie du Sud, Afrique et Moyen-Orient

En Asie du Sud, en Afrique et au Moyen-Orient, le chiffre d'affaires a augmenté de 6,9 % sur une base comparable. L'Inde et l'Afrique du Nord-Ouest ont affiché une croissance à deux chiffres qui a largement compensé la performance moins soutenue de l'Afrique du Sud, toujours très touchée par la crise du COVID-19. La croissance de cette région a été dopée par les Boissons, la Confiserie et les Produits laitiers.

### Europe

Dans la région Europe, le chiffre d'affaires a progressé de 0,7 % sur une base comparable. Les marchés matures de l'Allemagne et de la Suède ont enregistré une croissance à deux chiffres, suivis de l'Autriche, qui a affiché une solide progression à un chiffre. Les marchés à forte croissance ont enregistré une bonne dynamique commerciale, tirés par la progression à deux chiffres en Pologne et à un chiffre en Russie. L'ensemble de cette région est toutefois restée très touchée par la pandémie. Du point de vue des segments, la croissance a surtout été stimulée par les Snacks et les Entremets salés.

### Amérique du Nord

En Amérique du Nord, le chiffre d'affaires a augmenté de 4,0 % sur une base comparable. Cette performance résulte des nouveaux contrats signés et de la progression des activités existantes dans les activités des Boissons, de la Confiserie et des produits stimulant les défenses immunitaires.



Genève, le 13 avril 2021

## **Amérique latine**

En Amérique latine, le chiffre d'affaires a augmenté de 19,4 % sur une base comparable sur tous les marchés, porté par une solide croissance à deux chiffres au Mexique, au Brésil et en Argentine, tous segments confondus.

Le Groupe a tenu compte, pour les données de Givaudan Goût et Bien-être par région, du changement de structure de gestion de l'activité à compter du 1er janvier 2021. A titre d'information, la croissance comparable au titre du premier trimestre 2020 de l'Asie du Sud, de l'Afrique et du Moyen-Orient a été de 7,8 % et celle de l'Europe de 3,6 %.

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> 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 Bénaich, Head of Investor and Media Relations

**T** +41 22 780 90 53

**E** [pierre.benaich@givaudan.com](mailto:pierre.benaich@givaudan.com)