

# Givaudan<sup>®</sup>

Leading Sensory Innovation



Rapport Annuel 2005

## Chiffres clés

<i>en millions de francs suisses, sauf pour le bénéfice par action</i>	2005	2004
Chiffre d'affaires	2'778	2'680
Bénéfice brut	1'359	1'278
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	48,9%	47,7%
EBITDA <sup>a</sup>	640	584
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	23,0%	21,8%
Bénéfice d'exploitation à base comparable <sup>b</sup>	534	501
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	19,2%	18,7%
Bénéfice d'exploitation	513	480
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	18,5%	17,9%
Résultat attribuable aux actionnaires de la société	406	337
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	14,6%	12,6%
Bénéfice par action – de base (CHF)	56,57	44,64
Bénéfice par action – dilué (CHF)	56,17	44,31
Nombre d'employés	5'924	5'901

a) EBITDA: **E**arnings **B**efore **I**nterest (and other financial income), **T**ax, **D**epreciation and **A**mortisation. Bénéfice avant intérêts (et autres produits financiers), impôts et amortissements des immobilisations corporelles et incorporelles. Ceci correspond au bénéfice d'exploitation avant déductions pour amortissements corporels et incorporels et dépréciation des actifs à long terme.

b) Le Bénéfice d'exploitation à base comparable compare le bénéfice d'exploitation 2004 avant charges de restructuration au bénéfice d'exploitation 2005 sans les dépréciations d'actifs à long terme

## Ventes par Divisions

### Ventes Arômes 59%

CHF 1'647 millions

+2,5% en francs suisses

+1,3% en monnaies locales

### Ventes Parfumerie 41%

CHF 1'131 millions

+5,4% en francs suisses

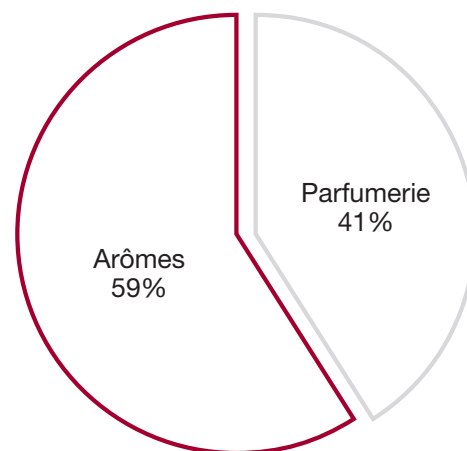
+4,2% en monnaies locales

### Chiffre d'affaires total

CHF 2'778 millions

+3,6% en francs suisses

+2,5% en monnaies locales



## Amérique latine



Les pays d'Amérique latine ont toujours été une source abondante de goûts et d'odeurs étonnantes, offrant au Vieux Monde une multitude d'expériences olfactives et culinaires totalement nouvelles et jusque-là inconnues. L'empereur aztèque Montezuma accueillit les conquérants espagnols en leur offrant une boisson royale nommée "Chocolat". Ils furent probablement les premiers Européens à boire ce breuvage fait de chocolat aromatisé à la vanille. Bientôt, des produits comme le maïs, la pomme de terre, la tomate, l'huile de tournesol, le café et la vanille enrichirent les tables européennes.

C'est la nature qui prodigue ce riche et abondant héritage d'arômes et d'odeurs. L'Amérique du Sud possède la plus grande forêt tropicale au monde. La forêt amazonienne se caractérise par des biotopes extrêmement variés et représente 40% de toutes les forêts tropicales encore présentes sur la Terre. Elle abrite environ un quart des espèces végétales. La richesse de ce continent en termes d'odeurs et d'arômes est une source abondante d'inspiration et de possibilités pour Givaudan.

Givaudan est à la pointe de l'innovation sensorielle, mais l'innovation ne consiste pas uniquement à créer de nouveaux produits : sur les 9'000 espèces végétales connues pour leurs odeurs, seulement 400 sont utilisées en parfumerie. Par conséquent, notre champ de créations possibles est encore immense. Être innovant, c'est aussi utiliser notre savoir et nos compétences, notre aptitude à unir la science et la créativité, pour nous inspirer de la nature et tirer profit de notre position d'entreprise internationale et diversifiée. C'est le fruit de notre héritage unique et c'est ainsi que nous pouvons offrir à nos clients des possibilités de différenciation.

L'entreprise part sans cesse en expéditions pour découvrir des ingrédients innovants et prometteurs. C'est en étudiant les habitudes alimentaires locales ou en révélant les secrets des bains rituels que nos experts ont créé de nouveaux concepts porteurs pour nos clients.

# Table des matières

Message du Président et du Directeur général	2
<hr/>	
<b>Division Parfumerie</b>	<b>7</b>
Parfumerie fine	9
Parfums pour les produits de consommation	10
Ingrédients de parfumerie	11
<b>Division Arômes</b>	<b>13</b>
Asie-Pacifique	15
Europe, Afrique, Moyen-Orient	16
Amérique du Nord	16
Amérique latine	17
<b>Recherche et Développement</b>	<b>19</b>
Parfumerie	20
Arômes	22
<b>Modèle d'entreprise durable</b>	<b>25</b>
<b>Gouvernement d'entreprise</b>	<b>33</b>
<hr/>	
<b>Finance</b>	<b>47</b>
Résumé financier	48
<b>Givaudan dans le monde</b>	<b>50</b>
<hr/>	
<b>Contact/Crédits</b>	<b>52</b>

## Message du Président et du Directeur général



Cher actionnaire,

En 2005, Givaudan a continué de consolider sa position de leader dans l'industrie des parfums et des arômes en atteignant une croissance des ventes supérieure à celle du marché. Le chiffre d'affaires du groupe a atteint CHF 2'778 millions, soit une augmentation de 2,5% en monnaies locales et de 3,6% en francs suisses. Cette croissance des ventes a été affectée par notre effort continu d'éliminer les ingrédients à faible valeur ajoutée aussi bien dans la division Parfumerie que dans celle des Arômes. Sans cet effet de rationalisation, nos ventes auraient progressé de 3,5% en monnaies locales, ce qui s'inscrit parfaitement dans l'objectif de Givaudan de croître plus rapidement que le marché.

La division Parfumerie a enregistré un chiffre d'affaires de CHF 1'131 millions, en augmentation de 4,2% en monnaies locales et de 5,4% en francs suisses. Ce résultat a été atteint

grâce aux produits de consommation qui ont affiché une forte croissance pour la cinquième année consécutive.

La Parfumerie fine a maintenu ses ventes par rapport à l'année précédente malgré un marché très difficile. Dans les ingrédients de Parfumerie, les spécialités ont affiché une excellente performance.

Les ventes d'Arômes ont augmenté de 1,3% en monnaies locales et 2,5% en francs suisses, atteignant CHF 1'647 millions. Les ventes dans les marchés émergents d'Asie Pacifique, d'Amérique Latine et d'Europe de l'Est ont affiché une forte croissance tandis que celles des marchés matures d'Amérique du Nord et d'Europe occidentale sont restées stables. Les ventes de la division Arômes, en plus de l'effet de rationalisation, ont aussi été affectées par la baisse du prix de la vanille naturelle.

Dans ce marché concurrentiel, la marge bénéficiaire brute a continué de progresser, passant de 47,7% à 48,9% en 2005.



Malgré une dépréciation d'actifs de CHF 21 millions due à la fermeture de sites, le bénéfice d'exploitation a augmenté de 7% atteignant CHF 513 millions, soit une marge opérationnelle de 18,5%. Ce bon résultat a été réalisé grâce à une gestion prudente des coûts, l'impact positif de la consolidation des sites de la division Arômes en Europe et l'achèvement positif des initiatives d'amélioration de la marge lancées il y a deux ans. Le bénéfice net a augmenté de 21% pour atteindre CHF 406 millions. Cette nette amélioration est la conséquence du bon résultat d'exploitation et du résultat non opérationnel très positif. Ce dernier est essentiellement dû aux bénéfices sur les titres de placement et d'une charge fiscale exceptionnellement faible. Le bénéfice par action est passé de CHF 44,64 à CHF 56,57 grâce au bénéfice net supérieur et au nombre moyen inférieur d'actions en circulation. La société a affiché un bon flux de trésorerie opérationnel avant investissements de CHF 502 millions et a conservé un bon bilan avec un capital propre représentant 54% des actifs totaux.

A l'Assemblée Générale du 27 avril 2005, vous avez approuvé la proposition du Conseil d'Administration d'annuler 400'000 actions qui avaient été rachetées dans le cadre du deuxième programme de rachat d'actions. Les 200'000 actions restantes de ce programme ont été rachetées avant la fin avril 2005. Un troisième programme de rachat d'actions a été lancé ensuite, qui vise à racheter 720'000 titres supplémentaires, soit 10% du capital actions subsistant de 7'200'000 actions. Ce programme sera prolongé jusqu'au 31 mai 2007. Lors de la prochaine Assemblée Générale qui se tiendra le 7 avril 2006, le Conseil d'Administration recommandera de réduire à nouveau le capital-actions du nombre d'actions rachetées jusqu'à cette date. Au même moment, les actionnaires seront invités à autoriser le Conseil d'Administration à augmenter le capital-actions jusqu'au 7 avril 2008 de CHF 10 millions par l'émission

d'un maximum de 1'000'000 d'actions entièrement libérées, l'autorisation actuelle expirant le 16 avril 2006. L'accord des actionnaires permettra au Conseil d'avoir à nouveau la flexibilité nécessaire en cas de possibilités d'expansion de la société. 2005 a été une année de transition en matière de direction. Lors de l'Assemblée Générale, nous avons fait nos adieux au Dr Henri B. Meier qui s'est retiré de la société en tant que Président du Conseil d'Administration. Il a transmis ses responsabilités au Dr Jürg Witmer qui, à son tour, a cédé la direction opérationnelle de la société au nouveau Directeur général, Gilles Andrier. Ces transmissions de fonctions ainsi que la nomination de Matthias Währen en qualité de CFO depuis le 1er janvier 2005, sont le signe d'une transition réussie à la tête de Givaudan et reflètent l'engagement de la société pour une planification de succession à long terme.

Le Dr Henri B. Meier a œuvré à l'établissement de la stratégie d'entrée en Bourse de Givaudan en l'an 2000. Durant son mandat en tant que Président de Givaudan de 2000 à 2005, il a construit, avec son Directeur général, les fondements d'une entreprise qui est devenue leader sur le marché et a permis la création de valeur pour les actionnaires. Au nom des actionnaires et collaborateurs et collaboratrices de Givaudan, nous aimerions lui exprimer notre reconnaissance pour ses contributions importantes envers la société.

Le Dr Meier a été nommé Président Honoraire de Givaudan et nous le remercions de pouvoir continuer à compter sur ses conseils. Suite à la démission du Dr Henri B. Meier, Peter Kappeler, Président de la Banque Cantonale de Berne (BEKB), a été élu pour remplacer le Dr Meier jusqu'au terme de son mandat, soit pour deux ans. L'expertise financière de M. Kappeler constitue une contribution appréciable au Conseil et à son Comité d'Audit.

Durant ces deux dernières années, Givaudan a augmenté considérablement le dividende total. Le paiement d'un dividende extraordinaire était justifié par le fait que la société avait liquidé une partie de son portefeuille de titres dans le but de distribuer cet argent aux actionnaires. Votre Conseil a examiné avec soin la politique de distribution des dividendes et propose de ne pas payer de dividende extraordinaire cette année. En contrepartie, votre Conseil propose d'augmenter le dividende ordinaire de 80% pour le faire passer à CHF 17,60 par action. Cela représente une augmentation de 8% du dividende total par action comparé à l'an dernier. Cette augmentation substantielle du dividende ordinaire est justifiée par les excellents résultats de 2005, la capacité de votre entreprise à générer un fort excédent de trésorerie et les réserves importantes de liquidités. Si elle est approuvée par l'Assemblée Générale du 7 avril 2006, il s'agira de la cinquième augmentation de dividendes consécutive de Givaudan depuis son entrée en Bourse.

Givaudan possède un modèle d'entreprise qui est durable. La création de valeur est la première priorité de chaque employé de Givaudan. En condition préalable, cela signifie que privilégier le client, s'en tenir à des règles d'éthique strictes dans la conduite des affaires de l'entreprise et envisager les actions sur le long terme afin de soutenir le succès futur de Givaudan, sont les fondements de notre culture d'entreprise. Grâce à l'engagement et à la passion de notre personnel, au professionnalisme de notre équipe de dirigeants et à la confiance dans l'entreprise dont vous témoignez en tant qu'actionnaires, Givaudan est devenue le leader incontesté de cette industrie. Nous aimerions étendre nos remerciements personnels et la gratitude du Conseil d'Administration et de nos actionnaires à tous nos collaborateurs et collaboratrices.

Givaudan a de nouveau investi dans ses sites qui sont à la pointe de la technologie. Parmi les principaux projets, on citera la construction du nouveau site de création, d'application, de technologie et de production d'arômes à Shanghai qui est en bonne voie d'achèvement et devrait être opérationnel en juin 2006. A New York, nous avons augmenté la capacité de notre centre de création de Parfumerie fine. A Argenteuil, en France, nous avons agrandi nos locaux pour accueillir l'école de parfumerie ainsi que l'équipe Arômes en charge du marché français. A Vernier, nous avons augmenté la capacité de nos salles de mélanges pour répondre à l'augmentation des ventes.

Dans le cadre de notre programme de consolidation des sites de la division Arômes, le transfert des activités de production des Pays-Bas vers la Suisse et l'Allemagne a été réalisé tout en maintenant un niveau élevé de service et sans interruption majeure de l'organisation. La fermeture des sites de New Milford (Connecticut) et d'Oconomowoc (Wisconsin) ainsi que la rationalisation des produits, toutes deux annoncées le 10 janvier 2006, soulignent la stratégie de Givaudan de se concentrer sur la création de compositions de parfums et d'arômes à forte valeur ajoutée afin de maintenir des marges solides.

L'innovation demeure la clé du succès. De nouvelles affaires gagnées dans tous les segments de produits ont été possibles grâce à nos capacités d'innovation reconnues par nos clients. En 2005, la division Parfumerie de Givaudan a introduit quatre nouvelles molécules brevetées, développées dans le centre de recherche fondamentale de Dübendorf. Pour renforcer le programme de recherche de la société, un nouveau laboratoire en parfumerie a ouvert ses portes à Shanghai. Dans la division Arômes, Givaudan a introduit le programme Taste Solutions™ pour la Santé et le Bien-être afin de répondre à une demande

croissante en produits plus sains de la part des consommateurs. Les modes de vie actifs et trépidants ont éveillé l'intérêt des consommateurs pour un bien-être physique et mental tandis que l'obésité induit des problèmes de santé de plus en plus importants. Le programme Taste Solutions™ permet aux fabricants de produits alimentaires de commercialiser des produits contribuant à des modes de vie plus sains et agréables à consommer tout en étant enrichis en éléments nutritionnels, voire appauvris en sucre, sel ou calories.

En septembre, le Conseil d'Administration et le Comité Exécutif ont organisé chacun leur réunion à Shanghai pour mesurer les progrès accomplis par notre entreprise dans ce marché clé. Le Conseil a visité les salles de mélanges de Parfumerie agrandies et a examiné en détail l'avancement de la construction du nouveau site destiné aux Arômes. Le Conseil d'Administration est entièrement convaincu que les orientations stratégiques et les investissements de Givaudan dans ce marché à croissance rapide aboutiront aux résultats attendus.

En octobre, Givaudan a ré-inauguré son école de parfumerie à Argenteuil. Cette école offre une formation sur mesure pour le développement de futurs talents créatifs et est ancrée dans l'héritage de Givaudan. Le 18 novembre 2005, plus de 30 analystes et investisseurs ont été invités dans cette école pour découvrir plus de 60 ans d'expérience combinée dans l'enseignement de l'art de la création de parfums. La division Arômes de Givaudan a profité de l'occasion pour présenter aussi son programme de formation destiné aux aromaticiens. Ils ont démontré de quelle manière certains éléments de la formation en parfumerie s'intégraient dans leur propre programme.

Votre société s'est fixée un objectif ambitieux pour l'avenir :  
"Être numéro un dans chaque domaine stratégique dans lequel

Givaudan est engagé". Cet objectif nécessite que Givaudan fournisse un point de différenciation unique pour tous ses clients. La marque Givaudan est l'un des éléments de cette différenciation et a été repositionnée "Source Essentielle d'Innovation Sensorielle". Notre vision et le nouveau positionnement de notre marque seront systématiquement communiqués à nos clients et partenaires pour soutenir notre objectif ambitieux.

Nous nous sommes fixés des objectifs ambitieux pour l'année à venir. Chaque division lancera de nouvelles initiatives pour accélérer la croissance et augmenter nos capacités d'innovation. Pour soutenir sa rentabilité, Givaudan renforcera davantage son expertise dans les achats de matières premières. Un projet commun aux deux divisions aura comme objectif d'identifier les opportunités d'économies dans les achats indirects de matières et de services. Nous continuerons aussi à concentrer le développement de nos systèmes futurs sur la plate-forme ERP (Enterprise Resource Planning) et à renforcer nos systèmes propriétaires. En maîtrisant ces défis, Givaudan continuera à créer de la valeur pour ses actionnaires.

Nous avons pour ambition d'être la Source Essentielle d'Innovation Sensorielle pour nos clients grâce à la passion de nos employés. Nous sommes convaincus qu'en 2006, Givaudan sera à nouveau bien positionnée pour fournir de bons résultats, avec une valeur au-dessus de la moyenne pour ses actionnaires et ses clients.

**Dr Jürg Witmer**  
Président

**Gilles Andrier**  
Directeur général



## Division Parfumerie



Chez Givaudan, notre objectif vise certes à offrir à nos clients les arômes les plus savoureux et les parfums les plus exquis, mais nous avons également à cœur que leurs produits se vendent bien. C'est pourquoi nous voyageons aux quatre coins de la planète pour trouver de nouveaux ingrédients innovants. Des forêts tropicales aux jungles urbaines, nous étudions les coutumes et

les modes de vie pour mieux comprendre les besoins et les tendances qui constituent les habitudes des consommateurs. Givaudan est réputé pour sa créativité inspirée, concentrée et diversifiée. La recherche de senteurs encore inconnues a permis à Givaudan de créer une palette unique qui signe de son sceau toutes ses créations.

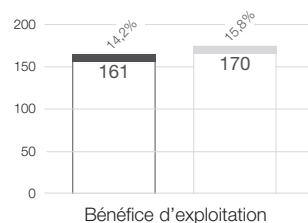
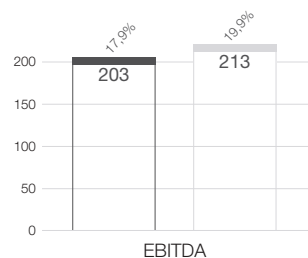
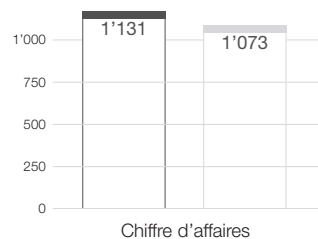


Lors d'une expédition ScentTrek® dans le Nord du Brésil, Givaudan a découvert une nouvelle plante, mystérieuse et envoûtante, qui n'avait jamais été utilisée dans la parfumerie commerciale. Cette plante était préservée et cultivée par les peuples d'Amazonie depuis des générations. Elle servait à parfumer les bains et les tissus de sa senteur légendaire et pleine de mystère. C'est en étudiant les traditions de parfumerie des peuples de

la région amazonienne que Givaudan a fini par découvrir le priproica, une plante dont les racines exhalent un mélange extraordinaire de notes épicées, boisées et florales.

Le priproica appartient à la même famille botanique que les roseaux ou le papyrus. Malgré son aspect ordinaire herbeux, c'est dans le sol que cette plante recèle son trésor. Une fois coupé,

■ 2005 ■ 2004  
en millions de francs suisses et exprimé en pourcentage du chiffre d'affaires



EBITDA: **E**arnings **B**efore **I**nterest (and other financial income), **T**ax, **D**epreciation and **A**mortisation. *Bénéfice avant intérêts (et autres produits financiers), impôts et amortissements des immobilisations corporelles et incorporelles. Ceci correspond au bénéfice d'exploitation avant déductions pour amortissements corporels et incorporels et dépréciation des actifs à long terme.*

En 2005, la Division Parfumerie a enregistré un chiffre d'affaires de CHF 1'131 millions, soit une progression de 4,2% en monnaies locales et 5,4% en francs suisses. Cette performance est due à nos activités de base que constituent les compositions et les ingrédients de parfumerie.

Les ventes de Parfumerie fine sont légèrement supérieures aux excellents résultats de l'année précédente. La croissance des Produits de consommation a dépassé celle du marché pour la cinquième année consécutive. Conformément à la stratégie des ingrédients de parfumerie, les commodités ont à nouveau fait l'objet d'une rationalisation tandis que les spécialités ont poursuivi leur croissance à deux chiffres.

En raison de l'augmentation des dépenses d'exploitation, du prix des matières premières et d'une provision liée à une



le rhizome du pripioca exhale un parfum frais, très particulier.

Une légende indienne répandue dans toute l'Amazonie raconte qu'un mystérieux guerrier indien de la tribu des Arawak, appelé Piripiri, dont le corps répandait un parfum envoûtant et irrésistible, avait séduit toutes les jeunes femmes de son village. Les femmes indiennes

le pourchassaient à travers toute la forêt mais ne parvenaient jamais à le capturer car il disparaissait toujours en ne laissant derrière lui qu'un sillage de fumée odorante.

La fille du chef du village tomba follement amoureuse de Piripiri. Elle demanda alors à son père ce qu'elle pouvait faire pour charmer le bel Indien. Son père lui confia que l'insaisissable

modification des réglementations aux États-Unis, le bénéfice d'exploitation de la division a marqué un repli, passant à CHF 161 millions, soit une marge d'exploitation de 14,2% contre 15,8% en 2004.

Pour continuer à asseoir sa position sur le marché de la parfumerie, Givaudan a augmenté la capacité de ses centres de création de parfumerie fine à Paris et New York et son école de parfumerie située à Argenteuil (France) a été renouvelée. A Vernier (Suisse), Givaudan a modernisé ses salles de mélanges; en plus des installations permettant d'améliorer l'efficacité de la production, des cuves de mélanges de grande capacité ont été ajoutées pour traiter plus rapidement et plus efficacement les commandes de grande quantité.

### Parfumerie fine

Après deux années de croissance à deux chiffres sur un marché stagnant, voire en déclin, les ventes ont affiché un résultat légèrement supérieur à celui de l'année précédente, et ce malgré un début d'année en baisse. Grâce aux investissements réalisés dans les centres de création à Paris et New York, l'afflux continu de nouvelles affaires gagnées a pu compenser la forte érosion du portefeuille existant sur les marchés européen et nord-américain. Cette érosion résulte d'une faible demande de la part des consommateurs européens, d'une réduction des inventaires dans les réseaux de distribution nord-américains et d'une tendance générale à la réduction du cycle de vie des produits. Dans les marchés émergents de la parfumerie fine en Amérique latine, Givaudan est parvenu à une forte croissance, principalement grâce à ses clients régionaux.

Parmi les nouvelles créations de Givaudan en 2005 figurent les parfums suivants :

#### Parfums pour femme

- *Obsession Night, Calvin Klein*  
Coty / Lancaster
- *5th Avenue after Five*  
Elizabeth Arden
- *Britney Spears Fantasy*  
Elizabeth Arden
- *Voile d'Ambre*  
Yves Rocher
- *Miami Glow, Jennifer Lopez*  
Coty / Lancaster
- *Burberry Brit Gold*  
Interparfums
- *Angélique Noire, Guerlain*  
LVMH
- *Puma Women*  
Procter & Gamble



guerrier ne pouvait résister à la chevelure d'une femme. Alors, par une nuit de pleine lune, elle lia les pieds de Piripiri avec plusieurs mèches de ses cheveux et s'allongea à ses côtés. Lorsqu'elle se réveilla le lendemain matin, le guerrier avait disparu à jamais mais, à l'endroit où Piripiri avait dormi, la jeune femme trouva une plante qui exhalait son parfum.

La fille du chef raconta à tout le monde que Piripiri était devenu la constellation Arapari. Depuis ce jour, la plante porte le nom de Piripiri-oca ou Pripioca, ce qui signifie "la maison de Piripiri" et les femmes du village l'utilisèrent pour parfumer leur bain ou laver leurs cheveux et séduire les hommes par ce parfum subtil, réputé pour faire chavirer le cœur des hommes.

#### Parfums pour homme

- *Be Delicious, Donna Karan*  
Estée Lauder
- *Unforgivable, Sean John*  
Estée Lauder
- *Obsession Night, Calvin Klein*  
Coty / Lancaster
- *Polo Black, Ralph Lauren*  
L'Oréal
- *Z by Zegna*  
Gucci Group
- *Boss Soul, Hugo Boss*  
Procter & Gamble
- *Arpege for Men, Lanvin*  
Interparfums
- *Aramis Bermuda Tonic*  
Estée Lauder

Lors de la cérémonie annuelle de remise des prix FiFi de la *Fragrance Foundation*, qui s'est tenue à New York, les créations de Givaudan ont une nouvelle fois figuré parmi les vainqueurs : Brit for Men de Burberry (Interparfums) a reçu le prix du meilleur parfum de luxe pour

homme. Brit Red de Burberry a été désigné meilleur parfum "Nouveau Niche" pour femme. Paul Smith (Interparfums) a remporté le prix du meilleur parfum "Nouveau Niche" pour homme. De plus, Ralph Lauren Cool (L'Oréal) s'est vu décerner le prix du public par le magazine *Cosmopolitan* dans la catégorie meilleur parfum féminin. Burberry Brit for Men a reçu le prix de l'*American Society of Perfumers* dans la catégorie des parfums masculins contemporains.

En 2005, Givaudan a poursuivi ses efforts pour s'imposer sur le marché de la parfumerie fine. Les investissements dans nos centres de création, le renforcement continu de nos talents créatifs, appuyé par l'école mondiale de parfumerie, et le développement de nouveaux ingrédients innovants constituent les bases du succès à long terme de l'entreprise.

#### Parfums pour les produits de consommation

Notre segment de Parfums pour les produits de consommation a devancé le reste du marché grâce à une forte croissance à un chiffre. Au cours des cinq dernières années, ce segment a connu une croissance deux à trois fois supérieure à celle du marché. Cette performance a été possible grâce à l'investissement continu dans la recherche, les ventes et le développement des produits. Cette stratégie nous a permis de créer des capacités d'innovation uniques et de continuer à nous développer sur les marchés à forte croissance.

Un grand nombre de nouveaux contrats de taille importante ont permis à ce segment de gagner de nouvelles parts de marché et de devenir un partenaire privilégié pour ses clients importants. Les excellents résultats de 2005 dans tous les segments de produits et dans



En Amazonie, la tradition du bain parfumé demeure encore de nos jours. Vivant en étroite harmonie avec l'eau, les Indiens d'Amazonie prennent généralement plusieurs bains par jour. Le bain parfumé aux plantes aromatiques ou "Banhos de cheiro" est une coutume populaire, car les croyances et les superstitions constituent toujours une part importante de la vie quotidienne des régions du Nord du Brésil. Les gens prennent

ces bains pour célébrer des occasions particulières comme Noël ou les fêtes de juin, avant le jeu de Batuque, ou par exemple pour apporter le bonheur, faire disparaître la malchance ou éloigner le "Mau olhado", le mauvais œil, trouver un mari ou même avant de passer un entretien d'embauche.

toutes les régions ont été réalisés malgré un environnement commercial difficile caractérisé par une faible croissance du marché et une forte pression sur les prix.

Le chiffre d'affaires en Amérique du Nord a poursuivi sa progression, affichant un taux de croissance à deux chiffres par rapport à l'année précédente grâce aux clients internationaux et locaux. La croissance de la région Europe, Afrique, Moyen-Orient a été principalement générée grâce aux clients internationaux. La croissance des ventes en Asie a été générée avec un vaste éventail de clients et par de nouveaux contrats. Les principaux marchés à fort développement, à savoir la Chine, l'Inde, l'Indonésie et les Philippines, ont tous affiché une croissance à deux chiffres. Dans un climat politique et économique plus stable, l'Amérique latine a connu une croissance construite sur de nouveaux

contrats récents avec des clients internationaux, notamment au Mexique et en Argentine.

En termes de segments de produits, la croissance est équilibrée sur toutes les catégories : savons, détergents, produits d'entretien, produits de soins pour les cheveux et la peau.

#### Ingrédients de parfumerie

Conformément à la stratégie de Givaudan qui consiste à se recentrer sur la production de molécules à plus forte valeur ajoutée, les ventes de spécialités ont poursuivi leur progression à deux chiffres et constituent aujourd'hui une plus grande part du portefeuille d'ingrédients. Le Florhydral, l'Undecavertol et le Peonile ont tous connu une forte progression par rapport à l'année précédente. Le Javanol, lancé

sur le marché en 2004, bénéficie d'une bonne acceptation de la part du marché et on peut s'attendre à ce qu'il devienne l'un des produits phares de la gamme dans les années à venir. En 2005, deux molécules captives ont été commercialisées : le Toscanol, une note puissante et agreste, fortement associée à l'anis, et l'Ultrazur, une base unique avec de puissantes notes marines, de melon et de concombre.

Les ventes totales d'ingrédients ont souffert de la rationalisation des commodités, à hauteur de CHF 17 millions, entraînant pour tout le segment une faible décroissance à un chiffre.



## Division Arômes



De nos jours, les consommateurs sont confrontés à un choix d'aliments, de plats et de recettes plus étendu que jamais. Plus ils essaient de nouveaux produits, plus leurs attentes augmentent. L'industrie de l'alimentation doit faire face à un défi complexe, à savoir créer de nouveaux produits et arômes pour satisfaire les goûts toujours plus exigeants des consommateurs du monde entier.

Givaudan est l'un des précurseurs dans le domaine de la compréhension approfondie des consommateurs et de l'expertise de marché. Nous pensons que l'Amérique latine et ses habitants détiennent encore de nombreux secrets qui peuvent changer nos vies, tout comme la vanille, le café et le chocolat l'ont fait par le passé. Il y a trois cents ans, ces ingrédients étaient des produits rares et coûteux en Occident et pourtant, les peuples indigènes de ce continent les utilisaient déjà depuis des siècles.

Au Brésil, le bassin amazonien recouvre une immense région qui reste encore à découvrir et à mieux comprendre. Bien que l'économie locale repose pour l'essentiel sur l'extraction de minerais, le bois et les produits végétaux comme le caoutchouc, la noix du Brésil, la canne à sucre et le manioc, les habitants du delta amazonien, appelés Caboclos, disposent d'un important héritage en termes d'habitudes alimentaires, de compréhension de la nature et de philosophie sociale.

La cuisine de cette région, authentique et unique, n'a pas beaucoup subi les influences des autres traditions ou cultures.



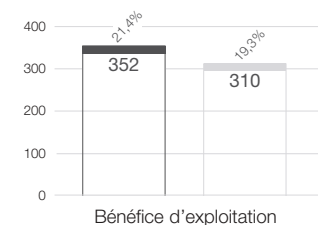
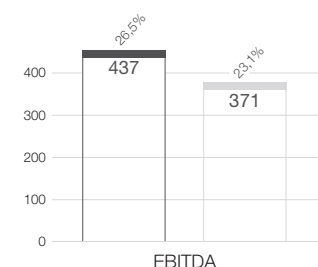
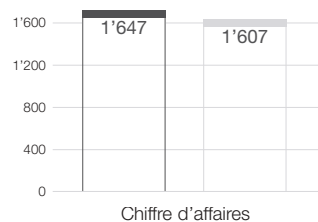


L'açaï est un exemple significatif de cette authenticité culturelle. Lors de l'expédition TrendTrek™ qui s'est déroulée en Amérique latine en 2004, Givaudan a perçu dans ce produit un ingrédient tendance et prometteur – cette expédition est une étude exploratoire, un voyage unique, une sorte d'inspiration et une véritable anticipation sur l'avenir. Particulièrement intéressant et prometteur, ce petit fruit du palmier

possède non seulement une longue et riche tradition mais il présente également des bienfaits considérables pour la santé. Son utilisation peut d'ailleurs s'avérer très utile dans un très grand nombre d'applications. Il a déjà enchanté des millions de consommateurs au Sud-Est du Brésil.

L'açaï est le plat principal traditionnel de la région du Nord depuis des siècles en raison de ses

■ 2005 ■ 2004  
en millions de francs suisses et exprimé en pourcentage du chiffre d'affaires



EBITDA: **E**arnings **B**efore **I**nterest (and other financial income), **T**ax, **D**epreciation and **A**mortisation. *Bénéfice avant intérêts (et autres produits financiers), impôts et amortissements des immobilisations corporelles et incorporelles. Ceci correspond au bénéfice d'exploitation avant déductions pour amortissements corporels et incorporels et dépréciation des actifs à long terme.*

En 2005, la Division Arômes a enregistré un chiffre d'affaires de CHF 1'647 millions, soit une progression de 1,3% en monnaies locales et 2,5% en francs suisses. L'Asie Pacifique et l'Amérique latine ont généré une croissance supérieure au marché. L'Amérique du Nord a enregistré une faible croissance, tandis que l'Europe a connu un léger déclin par rapport à l'année précédente. Le chiffre d'affaires sur ces marchés matures a été affecté par un ralentissement des activités de développement chez les clients, par la baisse du prix de la vanille naturelle ainsi que par la rationalisation des produits à faible marge.

Le bénéfice d'exploitation a augmenté, passant de CHF 310 millions à CHF 352 millions, soit une progression de la marge de 19,3% à 21,4%. Cette performance résulte directement des initiatives d'amélioration des marges achevées avec succès, de la rationalisation



propriétés nutritionnelles et énergétiques. Le fruit, écrasé en purée crémeuse que l'on mange avec de la farine de manioc ou du tapioca, s'accompagne généralement de poisson frit ou grillé. Des crevettes séchées sont souvent servies en accompagnement. Ce plat issu d'une légende est désormais présent sur toutes les tables et fait partie du folklore local.

Selon la légende, une belle jeune femme appelée laca était la fille du chef d'une tribu d'Indiens de l'Amazonie. Lorsque la nourriture vint à manquer, le chef prit une décision difficile mais nécessaire : tous les nouveau-nés seraient tués pour assurer la survie de la tribu. Malheureusement, sa propre fille, laca, tomba enceinte et il l'obligea à sacrifier l'enfant auquel elle venait de donner vie. laca était seule dans sa hutte à pleurer la mort de son

du portefeuille des produits et des activités de consolidation de la production en Europe.

À la fin de l'année 2005, Givaudan a mené à bien le transfert de la production d'arômes liquides et secs basée à Barneveld (Pays-Bas) vers Dortmund (Allemagne) et Zurich (Suisse). Les équipes commerciales en charge du marché français ont quitté Tremblay (France) pour emménager sur le site d'Argenteuil (France). En août 2005, la phase finale du Centre de Développement des Entremets salés à Kempthal (Suisse) s'est achevée par l'inauguration d'une usine pilote totalement consacrée à ce segment et capable de traiter une très grande variété de processus de fabrication alimentaire. Ce centre permettra le développement d'arômes, en collaboration avec nos clients, dans un cadre plus proche de leur propre environnement.

Suite à la rationalisation en cours des notes de base salées et à la consolidation de nos sites de production, Givaudan a annoncé le 10 janvier 2006 la fermeture de ses sites de New Milford (Connecticut) et d'Oconomowoc (Wisconsin). Ces activités seront transférées vers Cincinnati (Ohio) et Devon (Kentucky) d'ici juin 2007.

L'année 2005 a été marquée par l'expansion de notre site de production à Fukuroi, au Japon, qui nous dote désormais des capacités de production nécessaires pour faire face à la croissance constante de nos activités sur ce marché important. La construction d'un centre de création, d'application et de production d'arômes à Shanghai progresse bien. Le centre devrait être opérationnel d'ici l'été 2006.

### Asie-Pacifique

Tous les principaux segments de produits ont progressé. Le segment des Boissons a notamment enregistré un taux de croissance à deux chiffres, suite aux nombreux contrats remportés dans la région, où d'ailleurs beaucoup de nouveaux produits ont été lancés. Les ventes de Confiserie se sont considérablement améliorées en raison de nouveaux contrats importants en Chine, en Inde et au Japon. La Restauration rapide, notre segment stratégique dans le domaine des Entremets salés, a enregistré une croissance à deux chiffres, s'emparant ainsi des activités toujours plus nombreuses des sociétés internationales et locales sur ce marché à forte croissance.

Le chiffre d'affaires sur les marchés émergents de la Chine, de l'Inde et de l'Asie du Sud a enregistré une croissance supérieure au marché et affiché des



enfant lorsqu'un jour, elle crut entendre les pleurs d'un bébé. Elle partit dans cette direction et découvrit une apparition de son enfant, au pied d'un palmier couvert de fruits. Pleine de joie à la vue de son bébé, elle s'allongea sous l'arbre et mourut. Le lendemain, la tribu trouva le corps d'laca sous un arbre étrange et nouveau et en cueillit les fruits. Le fruit apaisa leur faim et leur redonna de l'énergie. Le chef leva donc sa

décision et déclara que le fruit serait nommé en l'honneur de sa fille (açai correspond à laca à l'envers). Ayant désormais de la nourriture en abondance, la tribu se développa et prospéra à nouveau. Depuis, les indigènes se transmettent l'histoire de la découverte de l'açaí.

Également connu sous le nom de baie d'açaí, ce fruit provient d'un palmier fin et haut, l'açaizeiro,

taux de croissance élevés à un ou deux chiffres. Au Japon aussi, le chiffre d'affaires a progressé à un taux supérieur au marché en raison des nouveaux contrats importants remportés dans le segment des Boissons et de la Confiserie.

### Europe, Afrique, Moyen-Orient (EAMO)

Le chiffre d'affaires total de la zone EAMO a enregistré un léger déclin en monnaies locales. Des conditions météorologiques défavorables pour les Boissons, des lancements de nouveaux produits moins nombreux, l'impact de la baisse du prix de la vanille et la rationalisation du portefeuille des ingrédients ont eu un impact négatif sur les ventes dans la région.

Sur les marchés matures de l'Europe de l'Ouest, notre pipeline de projets a

commencé à se reconstituer au cours du deuxième semestre, notamment grâce à nos initiatives dans le domaine de la Santé et du Bien-être. Les projets visant à réduire la teneur en sucre et en sel dans un certain nombre de segments s'avèrent prometteurs et resteront importants pour la progression de nos clients. Les ventes sur les marchés émergents de l'Europe de l'Est et du Moyen-Orient se sont bien développées, tous les segments ayant enregistré une bonne croissance. Les centres de création et d'application de Vienne et Dubaï ont été renforcés par la présence de personnel technique supplémentaire afin de faire face à l'augmentation du nombre de projets sur ces marchés d'importance stratégique.

Dans l'ensemble, les segments de la Confiserie et des Produits laitiers ont réalisé de bons résultats. Les Entremets salés se sont aussi bien développés,

la Restauration rapide ayant affiché une croissance à deux chiffres. Le segment des Boissons a marqué une baisse mais les activités ont repris au second semestre.

### Amérique du Nord

Le chiffre d'affaires en Amérique du Nord a présenté une faible croissance. Hors impact de la baisse du prix de la vanille et de la rationalisation de produits, les ventes de cette région ont dépassé la moyenne du marché. Le segment des Boissons a enregistré une forte progression, supérieure aux excellents résultats de l'année précédente. Cette croissance résulte d'importants nouveaux contrats gagnés et de la hausse du volume des boissons sans alcool et boissons énergétiques. Le segment de la Confiserie a poursuivi sa dynamique



qui pousse dans la forêt amazonienne. Chaque palmier produit entre six et huit grappes de baies et, comme chaque grappe contient environ 2kg de fruits, il peut nourrir une tribu entière.

Les petites baies sont constituées à 90% d'un noyau dur et non comestible. La peau, d'un violet sombre renferme un véritable trésor: elle contient en effet des acides aminés, des acides gras

essentiels et une substance appelée anthocyanine, excellente source d'antioxydants semblables à ceux du vin rouge. Ce fruit étant très fragile et facilement périssable, sa popularité n'a jamais dépassé les frontières de la région, jusqu'à récemment. Actuellement, la pulpe concentrée et surgelée est exportée et commercialisée dans les autres régions du Brésil.

de croissance grâce à de nouveaux contrats dans les catégories des snacks et des produits à base de céréales. Les Produits laitiers ont été affectés par la baisse du prix de la vanille. Les ventes dans le segment des Entremets salés se sont révélées inférieures à l'année précédente. La hausse des ventes d'arômes de fromage et du segment de la Restauration rapide n'a pu entièrement compenser les faibles résultats du secteur de la vente au détail, affectant les autres catégories de produits d'entremets salés.

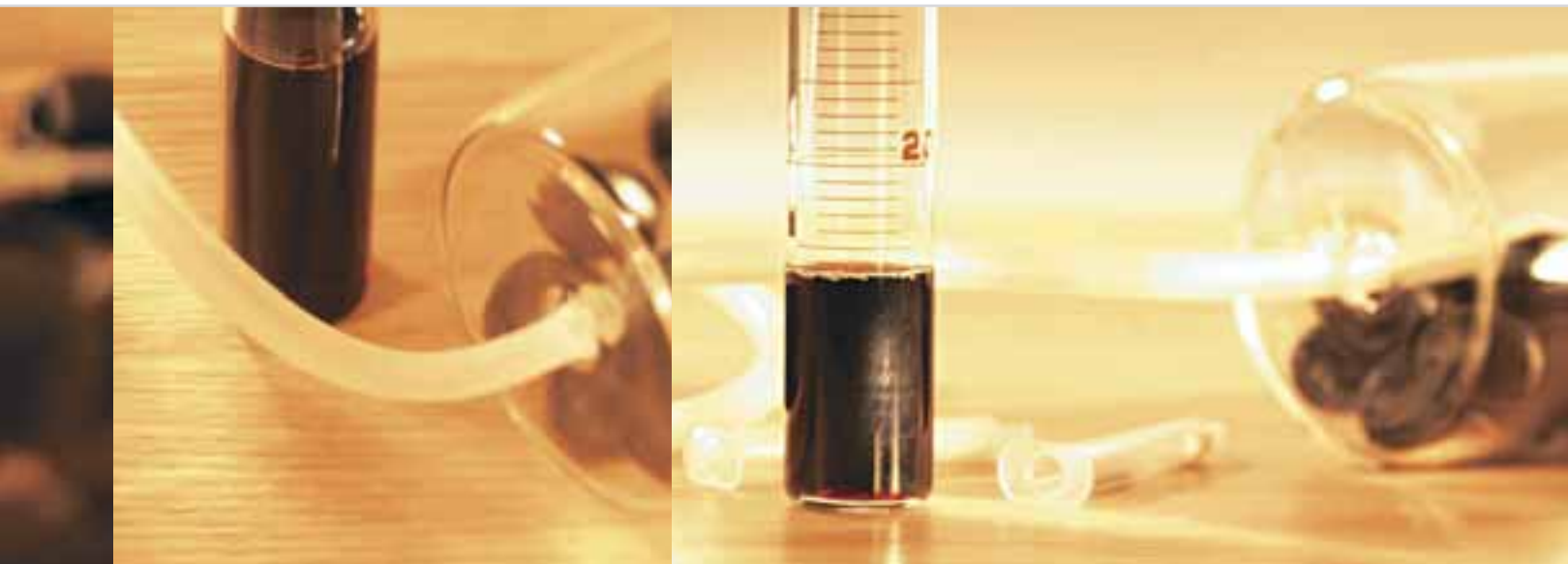
### Amérique latine

Le chiffre d'affaires en Amérique latine a enregistré une forte croissance pour la troisième année consécutive. Ceci constitue un bel accomplissement, étant donné l'excellente performance de

l'année précédente avec une croissance à deux chiffres. La dynamique positive des ventes résulte de la forte présence régionale de Givaudan et de l'environnement économique favorable.

Tous les marchés importants ont contribué à ces excellents résultats, le Brésil et l'Argentine se distinguant par une forte croissance. De nouveaux contrats sont à l'origine de ces excellents résultats régionaux sur tous les marchés et les segments, notamment la Confiserie et les Boissons, et de la hausse des activités, particulièrement dans le domaine des arômes de menthe et des agents de refroidissement.

## Recherche et Développement



Givaudan est à la pointe du secteur en termes de science et de technologie. Nos capacités d'innovation sont la clé de notre positionnement en tant que leader et de notre succès à long terme. Nous sommes convaincus que ce qui rend Givaudan unique, c'est son aptitude à découvrir un arôme ou une senteur lors d'un trek, ou une molécule développée par nos chercheurs, à en identifier le potentiel puis à transformer cette découverte en un concept réussi et viable sur le marché. C'est notre travail chez Givaudan qui permet à nos clients de se différencier sur le marché.

Pour recueillir ces découvertes à leur source même, nos experts commencent par capturer les arômes ou les parfums de leurs "trouvailles". Ils mettent alors sur pied un mini-laboratoire dans la forêt, la jungle, la ferme ou à tout autre

endroit. Ensuite, ils extraient un échantillon des molécules émises par l'objet de leur intérêt et rapportent une goutte de liquide contenant une molécule entière dans les laboratoires Givaudan.

L'échantillonnage sur place est réalisé sans nuire à l'environnement. De retour dans les laboratoires Givaudan, les scientifiques étudient chaque échantillon pour déchiffrer le code de la nature et créer un arôme ou un parfum à usage commercial. Ces découvertes fournissent des synthons rares et passionnants qui mènent à la création de produits uniques et à des succès commerciaux. C'est le cas des deux dernières découvertes faites par Givaudan au Brésil : l'açaï et le pripricoa.



L'açaí est un produit délicieux et nourrissant, à la saveur verte et aromatique, terreuse et juteuse, légèrement acide.

La façon de consommer ce fruit varie d'une région à l'autre. En ville, on lui a adjoint d'autres fruits tropicaux, du sucre, du miel et des céréales, pour créer une recette sophistiquée tout à fait inconnue des "Caboclos". Dans les villes comme São Paulo

et Rio de Janeiro, le jus d'açaí, de banane et de guaraná est actuellement la boisson la plus en vogue. Consommée par les employés pendant la journée, notamment l'après-midi, elle permet de refaire le plein d'énergie en cas de baisse de forme.

L'açaí est consommé dans les autres régions du Brésil, mais aussi dans le reste du monde.

Le succès à long terme de Givaudan réside dans l'innovation de l'entreprise. Les clients de notre société, actifs dans des environnements très concurrentiels, sont constamment à la recherche de nouvelles idées innovantes pour différencier leurs produits sur le marché. Grâce à ses connaissances de pointe dans le domaine de l'innovation sensorielle, Givaudan s'engage à offrir à ses clients des solutions alliant des profils sensoriels uniques à un haut niveau de performance.

En 2005, les équipes de chercheurs de Givaudan ont progressé dans la compréhension de l'odorat et du goût. Leurs travaux se sont axés sur la recherche de nouveaux ingrédients et le développement de systèmes de diffusion. L'élargissement de l'éventail d'outils de création a permis d'améliorer davantage l'efficacité de nos parfumeurs et aromaticiens. Dans le but de consolider sa

position de leader en science et en technologie, Givaudan a renforcé les liens entre son équipe de recherche et de développement et ses partenaires académiques ainsi que ses partenaires industriels. Ces collaborations avec des partenaires externes complètent les programmes d'innovation internes et permettent de tester une large gamme de technologies d'avant-garde susceptibles d'offrir des perspectives de co-développement.

### Parfumerie

Le principal objectif de la recherche en parfumerie est la création de nouvelles molécules et de produits naturels uniques permettant d'enrichir la palette des parfumeurs. En outre, nos chercheurs axent leur travail sur la recherche continue de nouveaux systèmes de diffusion,

la compréhension de l'odorat, la formation des mauvaises odeurs et les moyens de les contrer ainsi que la recherche de nouveaux accords issus de la nature, découverts grâce aux expéditions ScentTrek®. Au total, trente-quatre demandes de brevet ont été déposées dans divers domaines. En 2005, quatre nouvelles molécules, développées par notre centre de recherche à Zurich, ont fait leur apparition dans la palette des parfumeurs. La *Pomarose*, une note fruitée très riche, rappelant la rose et la tarte aux pommes, se situe tout à fait dans la tendance "gourmande" qui utilise des odeurs issues du monde des produits alimentaires. La *Cosmone*, à la note musquée riche et intense, confère une touche d'élégance à tous les types d'accords. Cette molécule biodégradable vient s'ajouter à la *Nirvanolide* pour compléter la gamme de Givaudan en muscs macrocycliques écologiques. La *Serenolide* est un élégant musc blanc





Les jeunes, de corps et d'esprit, qui fréquentent les clubs de sport et les plages ne jurent plus que par ses pouvoirs énergétiques et sa valeur nutritionnelle: en effet, l'açaí est riche en protéines, en calcium, en magnésium, en fer, en phosphore, en fibres et en vitamines. Grâce à tous ses bienfaits, la baie d'açaí est désormais étroitement liée à la tendance de la santé et du bien-être.

Givaudan a déjà testé ce fruit étonnant dans quelques applications, allant des boissons aux yaourts et aux crèmes glacées en passant par les garnitures au chocolat ou les bonbons.

Moins connue en dehors du bassin amazonien, le pripricoa ne jouit pas encore de la même reconnaissance dans les autres régions du Brésil. Toutefois, un important client a permis à cet

aux connotations sucrées et fruitées, évoquant des notes soyeuses douces et chaudes qui s'harmonisent à merveille avec toutes sortes d'accords fruités. La *Safraleine* surprend par sa fraîcheur safranée et épicée. Cette nouvelle note répond parfaitement à la demande de plus en plus pressante en parfums épicés dans le domaine de la parfumerie fine.

Afin de renforcer ses capacités de recherche en nouvelles molécules, Givaudan a ouvert en septembre un laboratoire supplémentaire à Shanghai. Ce nouveau site tirera parti de l'actuel partenariat entre Givaudan et certaines universités chinoises tout en bénéficiant des compétences chinoises de plus en plus pointues dans le domaine de la chimie. Le Granuscent, basé sur une nouvelle technologie de diffusion brevetée, a été commercialisé lors du lancement d'un produit majeur aux États-Unis. Un nouveau système de

diffusion contrôlée pour les produits liquides, basé sur la technologie des cristaux liquides, a passé avec succès le cap de l'industrialisation.

En outre, des microcapsules activées par pression mécanique ont été ajoutées à la palette de systèmes de diffusion de Givaudan. Cette technologie a été validée lors de tests et a actuellement entamé la phase d'industrialisation. Elle a été conçue pour des applications de détergents: en effet, les molécules s'incrusteront sur le textile lors du lavage et diffusent leur parfum lors de la phase de friction des tissus.

Givaudan a fait des avancées dans ses recherches sur les moyens de contrer les mauvaises odeurs. L'expertise dans le domaine des précurseurs de parfum et les progrès réalisés dans la compréhension de la formation des mauvaises odeurs axillaires ont permis de mettre

au point des nouvelles formulations.

Grâce à l'action d'enzymes bactériennes, ces composants diffusent une molécule parfumée tout en réduisant la formation des mauvaises odeurs. L'article "Isolation of a bacterial enzyme releasing axillary malodor and its use as a screening target for novel deodorant formulations", publié par le chercheur de Givaudan Andreas Natsch et al. dans l'International Journal of Cosmetic Science (IJCS), a été élu meilleure communication IJCS de l'année 2005.

Givaudan reste fortement impliqué dans le maintien de sa position de leader de la recherche en parfumerie, notamment dans le domaine de la compréhension de l'odorat. La société poursuit ses propres recherches et contrôle attentivement ses travaux industriels et académiques. Des progrès importants ont été faits sur la caractérisation des récepteurs olfactifs et leur utilisation en tant que



ingrédient brésilien par excellence de gagner en popularité dans l'ensemble du pays.

En effet, la campagne de marketing de ce client visait à sensibiliser le public afin qu'il connaisse et apprécie mieux les trésors naturels du Brésil, et notamment ceux de l'Amazonie, l'un des cinq écosystèmes les plus riches au monde.

Ces produits utilisent des ingrédients naturels qui respectent les principes du client en matière d'écologie et de développement durable, tout en s'inspirant de l'usage traditionnel de ces plantes et en défendant une certaine fierté brésilienne.

Le Priproca permet un grand nombre d'applications dans le domaine de la parfumerie fine et des produits de consommation : soins du corps,

biocapteurs pour l'identification de structures odorantes innovantes.

Les activités réputées de ScentTrek® de Givaudan ont également continué en 2005 ; dix reconstitutions de fleurs menacées de disparition provenant du Cap-Ouest et du Cap-Nord en Afrique du Sud ont été réalisées. Parmi celles-ci, on trouve un parfum floral ionone extrêmement séduisant. La Vallée de la Mort (Californie, États-Unis) ayant connu un printemps exceptionnellement fleuri, Givaudan a organisé une expédition spéciale ScentTrek® afin de récolter les parfums de certaines plantes endémiques qui ne fleurissent que rarement. La collection de senteurs naturelles reconstituées compte désormais plus de 400 espèces. Cette collection s'est avérée une source irremplaçable d'inspiration pour la création de parfums de tous types.

## Arômes

La création de solutions aromatiques performantes exige une innovation et des progrès technologiques en continu. Pour ce faire, l'équipe de recherche des arômes de Givaudan dispose de ressources de haute technologie dans les domaines-clés des produits naturels, des ingrédients brevetés, de la technologie de diffusion et de la science sensorielle.

La compréhension des attentes du consommateur constitue une étape essentielle dans le processus de conception des arômes. C'est pourquoi les aromaticiens utilisent désormais le synthétiseur miniaturisé d'arômes virtuels (Virtual Aroma Synthesizer™) afin d'impliquer directement les consommateurs dans le processus de développement du précieux savoir sensoriel. Cet outil permet de détecter rapidement les nouveaux concepts et

d'identifier les caractéristiques qui accroissent le plaisir gustatif. Cette méthode élimine la fatigue sensorielle que l'on observe généralement chez les experts à qui l'on demande de tester de nombreux échantillons. En outre, le débit des échantillons peut être multiplié par dix, ce qui fait de cette méthode un véritable différentiateur pour la recherche sensorielle à l'usage des consommateurs.

Depuis le lancement d'OPUS™, les chercheurs disposent désormais d'un outil de modélisation à valeur prédictive présentant une capacité de décision automatique. Lorsqu'il est intégré au processus de création, cet outil offre des informations sur les compatibilités d'arômes potentielles au sein d'une matrice spécifique de boissons ou d'aliments. Ceci accroît la rapidité, la précision et la rentabilité du processus de création. Il discerne rapidement les



parfums, sels de bain, huiles de massage et lotions corporelles. L'expérience sensorielle de bien-être et de régénération par l'eau, évoquée par la tradition séculaire de cette plante et de sa racine, font de cet ingrédient un élément clé pour le marché brésilien mais aussi dans le cadre de la tendance de la santé et du bien-être.

Les premiers produits – un parfum et une agua de banho, ou eau de bain – ont été lancés en 2004. L'huile essentielle de pripricoa est actuellement utilisée dans d'autres produits, disponibles sur le marché brésilien depuis l'année dernière et tous parfumés par Givaudan.

arômes qui correspondent aux caractéristiques précises souhaitées par nos clients.

L'importance toujours plus grande accordée aux habitudes alimentaires saines s'est traduite par de nouveaux défis gustatifs de création d'arômes. Par exemple, on constate depuis quelque temps, une demande de réduction de la teneur en sel, mais les solutions disponibles ne répondent pas totalement aux attentes. Les recherches réalisées au sein de Taste Essentials™ s'articulent autour de deux approches bien distinctes : le remplacement partiel du sel par un exhausteur de goût et le masquage des goûts négatifs comme l'amertume. Une série de modulateurs de goût naturels a été développée pour imiter le caractère d'exhausteur de goût du sel, tout en réduisant considérablement les goûts désagréables et en amplifiant l'arôme général. Ces modulateurs ont été mis au

point à partir de notre expertise en biotechnologie et de la découverte d'ingrédients botaniques au cours des expéditions TasteTrek®. Ces nouveaux ingrédients naturels brevetés présentent des propriétés gustatives bien supérieures aux produits de synthèse.

Autre domaine important : la réduction des caractères gustatifs négatifs, notamment de l'arrière-goût amer présent dans bon nombre d'édulcorants de synthèse utilisés dans le commerce. Des recherches en cours ont défini la sensibilité génétique humaine à l'amertume des édulcorants. Des tests biologiques ont fourni des outils extrêmement efficaces de criblage des molécules capables de supprimer les mauvais goûts. L'optimisation par modélisation in silico a généré un certain nombre de composants prometteurs qui atténuent le caractère gustatif négatif amer de plusieurs édulcorants de synthèse.

Des synthons aromatiques de fort impact sont nécessaires pour garantir la supériorité des produits. Une nouvelle génération de notes de tête citronnées et lactées a vu le jour grâce à l'application d'une technologie de séparation non thermique brevetée. Ces nouveaux synthons augmentent un peu plus la flexibilité du processus de création des arômes.

Les technologies d'encapsulation deviennent extrêmement importantes dans les situations où les propriétés de rétention et de diffusion sont essentielles à l'efficacité de l'arôme. TasteSaver™, un système d'encapsulation de matrices, a été lancé pour mieux contrôler le processus de libération des composants aromatiques dans des applications présentant une exposition prolongée à de hautes températures.

## Modèle d'entreprise durable



Givaudan sait depuis longtemps que son succès réside non seulement dans son aptitude inégalée à fournir des produits et des services à ses clients du monde entier mais qu'il est également indispensable de fixer des normes strictes de qualité, de fiabilité, d'exactitude des délais et de conformité légale.

Être un acteur mondial signifie aussi être en mesure d'attirer et de fidéliser les meilleurs talents, tout en restant un membre responsable des communautés où nous sommes actifs.



Nous sommes convaincus que la nature est une source abondante d'inspiration et de possibilités. Mais, si nous voulons que les générations à venir puissent jouir de ces richesses, nous nous devons de préserver ces ressources naturelles de manière écologique et durable.

C'est pourquoi l'entreprise a mis au point des technologies telles que ScentTrek® et TasteTrek®

qui permettent à nos scientifiques d'analyser des parfums et des arômes naturels sans endommager les espèces qui les produisent ou l'environnement dans lesquels ils se développent.

L'exploration de lieux uniques autour du globe, à la recherche de nouveaux fruits et de nouvelles fleurs, d'aliments et de préparations culinaires, représente sans aucun doute la mission la plus

Givaudan crée de la valeur pour son actionnariat en s'appuyant sur un ensemble unique de capacités qui sont à la pointe de l'innovation sensorielle. Pour garantir la durabilité de toutes ses activités, la société adopte une vision à long terme. En effet, la société a conscience de ses responsabilités envers ses actionnaires, ses clients, ses employés, ses fournisseurs ainsi qu'envers l'environnement. C'est cette philosophie qui est à la base du succès de l'entreprise sur le long terme.

Les employés de Givaudan s'engagent à respecter des valeurs d'éthique strictes dans la conduite de leurs activités. Ceci suppose une conformité totale avec les lois et les législations, les directives de l'entreprise, les pratiques et procédures en vigueur à travers le monde. Cette approche est garante de la bonne réputation et du nom de Givaudan, fruits d'un riche patrimoine et reflets des compétences, de l'attitude et de la

passion de toutes les personnes qui ont travaillé pour Givaudan depuis plus de deux cents ans. Les principes du code de conduite de Givaudan sont publiés sur notre site Internet:

[www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) – [ investor center ] – [ publications ] – [ corporate policies ]

### Actionnaires

Depuis le spin-off en 2000 et jusqu'à la fin de l'exercice 2005, Givaudan a créé de la valeur additionnelle pour ses actionnaires de près de CHF 2,4 milliards sous la forme de versements de dividendes et d'appréciation du cours de l'action. Au 31 décembre 2005, la société a racheté des actions pour un montant de CHF 1'026 millions, soit 16.9% de son capital-actions lors du spin-off.

Givaudan respecte les principes de bonne gouvernance d'entreprise en

accord avec les meilleures pratiques appliquées dans les principaux pays industriels. Toutes les informations publiées dans notre Rapport Annuel sont conformes tant au Code suisse de bonne pratique pour le gouvernement d'entreprise qu'aux Directives de la SWX relative au Gouvernement d'entreprise (voir la section Gouvernement d'entreprise).

Grâce à de fréquents communiqués de presse, téléconférences et publications sur le site [www.givaudan.com](http://www.givaudan.com), la société diffuse des informations sur ses résultats et ses activités simultanément dans le monde entier, conformément aux normes minimales indiquées à l'art. 72 du règlement de cotation révisé (Publicité événementielle). Les principes concernant la politique d'information de Givaudan sont disponibles à l'adresse suivante: [www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) – [ investor center ] – [ publications ] – [ corporate policies ]



passionnante pour nos experts. Parce qu'elle connaît l'exaltation de la découverte et qu'elle a la chance d'explorer le monde, notre équipe créative a une conscience aiguë de la beauté et de la diversité de notre planète. C'est pourquoi Givaudan a encouragé plusieurs initiatives locales visant à protéger l'habitat naturel des populations indigènes mais aussi à préserver leur héritage fondamental dans les domaines de la philosophie,

des habitudes alimentaires, des traditions et de la culture.

C'est notamment le cas de l'initiative menée près de Belem par l'équipe locale de Givaudan. Ce projet, réalisé en collaboration avec l'un de nos importants clients brésiliens, entend cultiver et distiller le pripricoa tout en impliquant les communautés locales de la région de l'île de Cotijuba.

En 2005, l'équipe de direction de Givaudan a réalisé 15 road shows et a participé à 28 présentations et conférences pour investisseurs à travers le monde. En outre, l'équipe a organisé des entretiens individuels avec plus de 200 actionnaires et/ou investisseurs. L'agenda complet des événements à venir à l'attention des actionnaires et investisseurs est publié à l'adresse suivante :  
www.givaudan.com – [ investor center ]  
– [ agenda ]

À la fin de l'année 2005, Givaudan comptait 18'365 actionnaires inscrits au registre, détenant 66,5% du capital-actions. À la clôture de l'exercice, 49,5% de l'ensemble des actions étaient assorties du droit de vote. Les vingt principaux actionnaires, dont fiduciaires et fonds, représentent environ 60% du capital-actions. Environ 40% des actionnaires sont basés en Amérique du Nord.

## Clients

La stratégie d'entreprise de Givaudan se fonde sur un processus de fabrication sur commande dans un environnement inter-entreprises. Grâce à son expertise sensorielle unique et à sa connaissance approfondie des consommateurs, Givaudan offre à ses clients des composants aromatiques et gustatifs indispensables au succès de leurs produits sur le marché. Givaudan est au service de ses clients au niveau mondial, régional ou local, partout dans le monde. Ses dix clients les plus importants représentent environ 70% des ventes de parfumerie et 40% des ventes d'arômes. Ils comptent parmi les plus grandes entreprises de consommation et d'alimentation au monde.

Le succès de Givaudan réside dans les liens durables qui l'unissent à ses clients et dans le respect des normes professionnelles les plus strictes. Dans les

relations avec ses clients, Givaudan veille à la stricte confidentialité des informations et des projets de ses clients et respecte intégralement leur propriété intellectuelle. Givaudan assure ainsi des relations durables et solides avec ses clients en leur fournissant des produits dont la qualité et la sécurité répondent à leurs attentes dans les normes légales de l'industrie, et en leur offrant le meilleur service au sein du secteur. Grâce à son fort potentiel d'innovation, Givaudan est en mesure de créer des composants sensoriels spécifiques aux produits de ses clients, permettant ainsi à leurs marques de remporter des parts de marché supérieures. L'innovation sensorielle dans le processus de recherche, de développement et de création constitue par conséquent un facteur-clé pour la réussite de l'entreprise. Chaque année, près de 8% des ventes sont réinvesties dans la recherche et le développement.





Cette initiative aide les communautés de la région amazonienne à s'autogérer et leur enseigne des compétences durables pour continuer à se développer.

Lorsque le pripioca a été découvert sur le marché local de Ver-O-Peso à Belem, au nord du Brésil, l'équipe locale de Givaudan était loin d'imaginer les défis que l'avenir lui réservait. Même si ce

nouvel ingrédient prometteur était déjà utilisé par les peuples amazoniens depuis des générations, il n'avait jamais été exploité commercialement. La demande locale était satisfaite par quelques communautés des alentours de Belem. La production annuelle avoisinait les quatre tonnes mais la quantité nécessaire en parfumerie était dix fois supérieure. Le système de plantation représentait un autre problème majeur : le pripioca était cultivé

## Employés

La compétence, le talent et la passion de nos 6'000 employés sont au cœur même de la réussite de Givaudan. Les politiques en matière de ressources humaines qui prévalent chez Givaudan sont conçues pour attirer, former et fidéliser les collaborateurs les plus qualifiés du secteur. L'organisation des ressources humaines est adaptée en vue de soutenir au mieux la structure mondiale et les plans de croissance de l'entreprise. L'entreprise dispose de centres d'expertise dans le domaine des rémunérations, des avantages sociaux et de la promotion des compétences internes. Les directeurs des ressources

humaines des différents pays et sites axent leur travail sur les besoins spécifiques de leurs sites et sont chargés d'appliquer au niveau local les initiatives mondiales relatives à la promotion des compétences internes, aux rémunérations et aux avantages sociaux.

En 2005, Givaudan a réalisé, pour la quatrième année consécutive, un programme de formation des cadres de direction en collaboration avec l'Institute for Management Development (IMD) en Suisse. Ces trois dernières années, plus de cent cadres supérieurs ont bénéficié de ce programme.

Le système de plan de succession mis au point par l'entreprise, privilégie la formation des candidats internes aux postes-clés. Ce système a été développé et intègre désormais l'identification de la nouvelle génération de directeurs ainsi que des cadres susceptibles de travailler de manière transdivisionnelle. Cette approche systématique garantit la bonne transition de notre équipe de direction. "Givaudan Experience", un programme ayant pour but d'intégrer de nouveaux employés, a été lancé en 2005. Il sera étendu au cours des prochaines années et représentera une plateforme plus vaste de formation continue pour

## Evolution des effectifs par zone

Région	Effectif au 31.12.2004	%	Effectif au 31.12.2005	%	Variation de 2004 à 2005
Suisse	1'360	23,1	1'404	23,7	44
Europe (sans la Suisse)					
Afrique, Moyen-Orient	1'293	21,9	1'187	20,0	(106)
Amérique du Nord	1'619	27,4	1'638	27,6	19
Amérique latine	566	9,6	579	9,8	13
Asie-Pacifique	1'063	18,0	1'116	18,9	53
<b>Total</b>	<b>5'901</b>	<b>100,0</b>	<b>5'924</b>	<b>100,0</b>	<b>23</b>



à côté du manioc, puis brûlé afin de libérer le champ pour la prochaine récolte, comme le requiert la technique de l'agriculture itinérante sur brûlis.

Au début, cinquante familles étaient impliquées dans la culture du priproca. Elles organisaient les plantations tout en éduquant et formant la population à arrêter la déforestation. De manière

plus significative, un menuisier est venu pendant un mois enseigner aux familles les rudiments du travail du bois et leur montrer comment créer d'autres sources de revenus en vue d'acquiescer plus d'autosuffisance.

Aujourd'hui, nonante familles sont concernées par le projet et ont déjà fabriqué trois différentes boîtes artisanales exclusives en utilisant un bois

les employés tout au long de leur carrière. En outre, les programmes de formation Parfumerie, Évaluation et Aromaticiens continueront à alimenter régulièrement en nouveaux talents l'équipe créative existante d'aromaticiens, de parfumeurs et de spécialistes des produits sensoriels de chaque division.

La politique totale de rémunération constitue un autre élément important utilisé par Givaudan pour attirer et fidéliser les meilleurs talents au monde. Un benchmark mondial propre au secteur est régulièrement réalisé afin de veiller à ce que nos cadres soient rémunérés de manière compétitive et garantir ainsi la continuité et la fidélisation de nos équipes de direction. Des benchmark de même type sont réalisés à l'échelle locale pour les autres postes.

Givaudan continue de concevoir et de contrôler ses programmes d'avantages sociaux pour ses employés partout dans

le monde en maintenant sa position compétitive face à la concurrence et en contrôlant les coûts, tout en répondant aux attentes des employés en matière de sécurité. Cette approche s'est traduite par une évolution vers un système de primauté des cotisations.

La société s'est engagée à mettre en place un nouveau système d'information des ressources humaines qui deviendra la base de la gestion des informations sur les employés du monde entier. Cela réduira le travail administratif et permettra aux professionnels des ressources humaines de mieux se consacrer à la promotion des compétences internes et aux initiatives de formation des employés.

Givaudan accorde une importance extrême à l'application de toutes les mesures de précaution nécessaires pour préserver la santé et la sécurité de ses employés. Ceci se traduit par un taux

d'accident très faible et par une absence de maladies professionnelles en 2005.

### Fournisseurs

Givaudan achète plusieurs milliers de matières premières naturelles et synthétiques auprès de nombreux fournisseurs aux quatre coins du monde. Ces matériaux sont en majorité utilisés pour la production de compositions de parfumerie et d'arômes, sur commande. Pour répondre aux délais serrés de livraison partout dans le monde, il est indispensable que ces matériaux soient disponibles en quantité constante. Pour mener à bien cette tâche particulièrement ardue, Givaudan a développé une chaîne logistique perfectionnée, actuellement considérée comme une référence en la matière au sein du secteur.



provenant du Nord-Est du Brésil. Au début, il a fallu quatre mois pour créer la première boîte. Puis, à mesure que les habitants devenaient plus habiles à travailler le bois, ce délai a été réduit de moitié.

La création de la première boîte a nécessité des fragments de morototo, un bois léger et souple de teinte blanche tirant sur le jaune,

et de muiracatiara, un bois plus solide, de teinte brun foncé. Ces deux arbres proviennent de la région amazonienne et peuvent atteindre 25 mètres de haut. La seconde boîte a été faite en cumaru, un arbre plus petit à fleurs blanches, offrant un bois de teinte bordeaux qui exhale un parfum aromatique, également utilisé par Givaudan en parfumerie. La dernière boîte a été créée à partir de tauari, un bois populaire

Les équipes chargées des achats au sein des divisions veillent à ce que le pouvoir d'achat mondial de Givaudan augmente et à ce que les bonnes décisions d'externalisation soient prises. Seuls des ingrédients approuvés de manière centrale sont ajoutés à la base de matières premières de chaque division. Des processus de sélection structurés sont mis en place pour contrôler que les fournisseurs répondent bien aux normes Givaudan.

Premier acheteur d'ingrédients naturels, Givaudan s'efforce de coopérer directement avec des producteurs locaux, parmi lesquels des agriculteurs utilisant des méthodes de travail équitables et durables. Dans certains cas, Givaudan soutient les producteurs locaux en finançant leurs récoltes et en leur offrant un support technique. Ce type de relations de travail permet à Givaudan de contrôler avec précision la qualité des produits et de mieux se prémunir contre les risques de pénurie de matériaux en cas d'offres tendues.

## Environnement

Givaudan est très sensible à l'impact de ses activités sur l'environnement. La société soutient en permanence les efforts de ses clients pour créer des produits entraînant un impact minimal sur l'environnement. La biodégradabilité constitue, par exemple, un critère important lors de la création de nouveaux ingrédients de parfumerie.

La production d'arômes et de parfums implique le traitement de larges quantités d'ingrédients qui, s'ils ne constituent pas de danger pour l'environnement, peuvent toutefois dégager des odeurs et créer de ce fait des désagréments pour le proche voisinage. Diverses installations, allant des mélanges en réservoir fermé à la bio-filtration, sont utilisées pour limiter les émissions d'odeurs naturelles. En tant qu'entreprise citoyenne et responsable, Givaudan s'efforce de maintenir de bons rapports avec ses voisins et de

diminuer les effets des émissions d'odeurs naturelles.

Au fil des ans, l'engagement de Givaudan envers la protection de l'environnement s'est traduit par la diminution constante des niveaux d'émissions atmosphériques, du volume de déchets et de la consommation d'eau. Le Rapport Sécurité et Environnement, publié séparément, fournit de plus amples informations sur les efforts et les résultats obtenus par Givaudan en matière de sécurité et d'environnement. Voir également le site [www.givaudan.com](http://www.givaudan.com)  
– [ investor center ] – [ publications ]  
– [ corporate publications ].

## Technologie de l'information

La technologie de l'information joue un rôle essentiel dans la création et la livraison de produits de pointe dans le



également utilisé au Brésil pour la fabrication de meubles en raison de sa solidité. Ces magnifiques objets sont offerts aux clients Givaudan à l'occasion des fêtes.

Pour Givaudan, ces efforts représentent une façon innovante et importante de travailler avec les communautés locales afin de les aider à améliorer leur qualité de vie, de les encourager

à rester travailler dans leurs pays d'origine et de protéger ainsi leur environnement.

monde entier. Pour ses processus essentiels de création et de développement des produits, Givaudan conçoit en permanence des systèmes principalement propriétaires uniques dans le secteur. Les systèmes d'information de la société permettent aux équipes créatives de travailler en étroite collaboration avec les clients, en utilisant ainsi leurs capacités de création à l'échelle mondiale. Par exemple, une nouvelle idée de produit conçue à Paris peut être testée et évaluée simultanément à New York, Singapour, Shanghai ou São Paulo.

Plusieurs initiatives stratégiques sont actuellement mises en place pour soutenir le savoir-faire unique de Givaudan dans les services à la clientèle et la gestion de la chaîne logistique.

### Gestion des risques

Givaudan entend garantir la durabilité de ses activités en mettant en place une gestion appropriée des risques liés à ses activités. Givaudan effectue régulièrement des évaluations de risques afin de mesurer correctement les situations de risques potentiels pouvant avoir un impact négatif sur ses activités. Ces évaluations sont réalisées par un audit interne, les équipes de direction de chaque division et les fonctions de l'entreprise. Elles sont régulièrement révisées par le Comité Exécutif et le Conseil d'Administration.

En vue de réduire les risques liés à la santé humaine et à la sécurité, aux dommages matériels et à la continuité des activités, la société a mené en 2005 un programme de maîtrise des risques sur tous les principaux sites de production. Ce programme a été réalisé conjointement avec une compagnie d'assurance externe. L'ensemble des résultats

obtenus concernant les biens matériels et l'interruption des activités s'échelonnaient entre "bons" et "excellents" pour tous les sites audités. Une analyse de risques spéciale visant à évaluer la résistance sismique du site Givaudan au Japon a été réalisée. Les résultats obtenus selon les paramètres du programme ont confirmé les efforts de Givaudan en matière de prévention et de réduction des risques susceptibles d'affecter ses opérations.

Dans les nouveaux projets d'investissements, les experts en sécurité et environnement sont impliqués dès la phase de planification. Lorsqu'un projet est lancé, toutes possibilités offertes par les technologies actuelles sont exploitées pour garantir la sécurité humaine et pour minimiser les dommages matériels.

## Gouvernement d'entreprise



La jungle amazonienne possède une grande variété de plantes riches et raffinées, aux senteurs délicates. L'une de ces extraordinaires espèces est le nénuphar géant de l'Amazonie, ou *Victoria amazonica*. Cette plante fait partie des plus beaux spectacles de la nature, non seulement à cause de ses feuilles géantes pouvant mesurer jusqu'à trois mètres de diamètre mais également par la façon dont ses fleurs sont pollinisées.

Dans leur habitat naturel de l'Amazonie, ces fleurs blanches s'ouvrent à la tombée de la nuit et exhalent un parfum fruité et floral très puissant qui attire une espèce particulière de scarabées. Pendant la nuit, les fleurs se referment lentement sur les scarabées puis changent de couleur, passant du blanc au rose puis au carmin profond. Le soir suivant, la fleur s'ouvre à nouveau, libérant les scarabées couverts de pollen. Attirés par d'autres fleurs odorantes d'un blanc éclatant, les scarabées se posent à nouveau pour se nourrir et déposent ainsi leur pollen sur le pistil des nouvelles fleurs pour compléter le cycle.

Après une seconde nuit, les fleurs violettes, désormais pollinisées, se referment et sombrent au fond de l'eau.

Bien que nommée d'après la Reine Victoria d'Angleterre, cette fleur serait, selon les Indiens amazoniens, Naué, la jolie fille d'un chef.

Les anciens de la tribu racontent que Naué tomba amoureuse de la lune lorsqu'une nuit, elle vit son reflet dans l'eau du lac. Par la suite, Naué retourna chaque nuit observer le reflet qui, aux dires du chaman, n'était autre que le prince de la région d'Iuaca. Quelques jours plus tard, la lune disparut et Naué, de tristesse, tomba malade pendant un mois. Une nuit, dans son délire amoureux, Naué vit à nouveau le reflet de la lune sur le lac et, voulant enlacer le corps de son amoureux, elle se jeta dans le lac et disparut. Le dieu Tupã, touché par le sort de Naué, la transforma en la plus belle des fleurs du lac, la *Victoria amazonica*.

## Structure du Groupe et actionnariat

### Structure du Groupe et actionnariat

Givaudan SA, 5 chemin de la Parfumerie, 1214 Vernier, Suisse, est la société mère du groupe Givaudan. Elle est cotée au SWX Swiss Exchange sous le numéro de valeur 1064593. La société n'a aucune filiale cotée en Bourse. Au 31 décembre 2005, sa capitalisation boursière s'élevait à CHF 6,4 milliards.

La structure opérationnelle du Groupe est décrite dans l'annexe aux états financiers consolidés (notes 1 et 5). La liste des principales sociétés consolidées figure en note 27 de l'annexe aux états financiers consolidés dans le "Financial Report 2005".

### Principaux actionnaires

Au 31 décembre 2005, Nestlé SA, avec 11,66% et Chase Nominees Ltd avec 5,03% du capital de Givaudan, étaient les seuls actionnaires inscrits avec droit de vote détenant plus de 5% du total du capital-actions. Au 31 décembre 2004, la participation de Nestlé s'élevait à 11,06% du capital de Givaudan. L'augmentation de la part détenue par Nestlé résulte de la réduction du capital-actions de Givaudan SA décidée lors de l'Assemblée Générale annuelle du 27 avril 2005.

Pour de plus amples renseignements, veuillez consulter le site Internet de SWX: [www.swx.com](http://www.swx.com) – [ émetteurs ] – [ publicité des participations ] – [ principaux actionnaires ]

## Structure du capital-actions

### Capital-actions

Au 31 décembre 2005, le capital-actions de Givaudan SA s'élevait à CHF 74'000'000, divisé en 7'400'000 actions nominatives, d'une valeur nominale de CHF 10 chacune, entièrement libérées.

### Capital-actions conditionnel

Le capital-actions de Givaudan SA peut être augmenté des deux manières suivantes:

- émission d'actions supplémentaires (jusqu'à 100'000) par l'exercice de droits d'option accordés aux collaborateurs et administrateurs du Groupe;
- émission d'actions supplémentaires (jusqu'à 900'000) par l'exercice de droits d'option ou de conversion accordés à leurs titulaires en relation avec des obligations d'emprunt ou obligations semblables de Givaudan SA ou d'une autre société du Groupe. Le Conseil d'Administration peut exclure le droit prioritaire des actionnaires de souscrire des emprunts convertibles ou à option lorsqu'il s'agit de financer une acquisition ou d'émettre des emprunts convertibles ou à option sur le marché international des capitaux. Dans ce cas, les obligations d'emprunt doivent être proposées au public aux conditions du marché, avec un délai d'exercice d'au moins six ans pour les droits d'option et d'au moins quinze ans pour les droits de conversion et un prix d'exercice ou de conversion pour les actions nouvelles d'un niveau correspondant au moins aux conditions du marché lors de l'émission de l'emprunt.

Pour le capital-actions conditionnel, les actionnaires ne bénéficient d'aucun droit préférentiel pour la souscription de nouvelles actions. L'acquisition d'actions par l'exercice des droits d'option ou de conversion et le transfert de ces actions sont soumis aux restrictions décrites plus bas.



**Capital-actions autorisé**

Conformément à la décision de l'Assemblée Générale du 16 avril 2004, le Conseil d'Administration est autorisé, jusqu'au 16 avril 2006, à augmenter le capital-actions à concurrence de CHF 10'000'000 par l'émission d'un maximum de 1'000'000 d'actions nominatives entièrement libérées d'une valeur nominale de CHF 10 chacune.

**Modifications apportées au capital**

Les renseignements relatifs à l'exercice 2003 sont disponibles dans la note 5 de l'annexe aux états financiers consolidés du rapport annuel de 2004. Les modifications apportées au capital en 2004 et en 2005 sont exposées en détail dans la note 5 de l'annexe aux états financiers consolidés dans le "Financial Report 2005".

**Actions**

La société ne dispose que d'une classe unique d'actions. Dans la limite des restrictions détaillées ci-dessous, ces actions sont assorties des mêmes droits à tous égards. Chaque action donne droit à une voix.

**Restrictions à la cession d'actions et inscription d'actionnaires fiduciaires**

L'inscription au registre des actions de la société Givaudan SA avec droit de vote est soumise à la condition que l'actionnaire déclare les avoir acquises en son nom propre et pour son propre compte. Sur la base d'un règlement adopté par le Conseil d'Administration le 22 septembre 2004, les actionnaires fiduciaires peuvent être inscrits au registre des actions avec droit de vote jusqu'à deux pour cent du capital sans condition particulière, et pour plus de deux pour cent s'ils s'engagent à divulguer à la société le nom et l'adresse de chaque ayant-droit économique ainsi que le nombre d'actions qu'il détient.

De plus, aucun actionnaire ne peut être inscrit avec droit de vote pour plus de 10% du capital inscrit au registre du commerce.

Cette restriction s'applique également aux entités liées entre elles par des accords de vote, une gestion commune ou autre relation qui agiraient de façon concertée pour contourner la règle des 10%. En revanche, elle ne s'applique pas aux acquisitions d'entreprises ou de participations, ni aux actions acquises par succession, partage successoral ou en vertu du régime matrimonial.

Les restrictions relatives au transfert d'actions et à l'inscription d'actionnaires peuvent être modifiées par un vote positif de la majorité absolue des voix représentées à une Assemblée Générale.

**Emprunt convertible**

Voir la note 19 de l'annexe aux états financiers consolidés dans le "Financial Report 2005".

**Conseil d'Administration**

Le Conseil d'Administration est l'autorité suprême de surveillance et de direction de l'entreprise. Il définit la stratégie et fixe les directives. Il est compétent pour tous les domaines que la loi place sous sa responsabilité. Tous les autres domaines de gestion sont entièrement délégués au Directeur général et au Comité exécutif.

**Membres du Conseil d'Administration****Dr Jürg Witmer**

*Président*

Juriste, de nationalité suisse, né en 1948

Non exécutif

Élu pour la première fois en 1999

Mandat en cours expire en 2006

Membre du Conseil d'Administration de Bank Sal. Oppenheim jr. & Cie. (Schweiz) AG et Berna Biotech AG

**Dr Andres F. Leuenberger**

*Vice-Président*

Homme d'affaires, de nationalité suisse, né en 1938

Non exécutif

Élu pour la première fois en 1994

Mandat en cours expire en 2008

Membre du Comité exécutif du conseil consultatif suisse de la "American Swiss Foundation" et membre du conseil consultatif international de Chugai Pharmaceutical Co. Ltd, un membre du groupe Roche

**Dietrich Fuhrmann**

*Administrateur*

Homme d'affaires, de nationalité allemande, né en 1941

Non exécutif

Élu pour la première fois en 2004

Mandat en cours expire en 2007

**André Hoffmann**

*Administrateur*

Homme d'affaires, de nationalité suisse, né en 1958

Non exécutif

Élu pour la première fois en 2000

Mandat en cours expire en 2006

Membre du Conseil d'Administration de Roche Holding AG, Green & Black's Chocolate Ltd, Glyndebourne Productions Ltd, Brunswick Capital Ltd, Président des sociétés Nemadi Advisors Ltd et Living Planet Fund Management Co.

**Peter Kappeler**

*Administrateur*

Homme d'affaires, de nationalité suisse, né en 1947

Non exécutif

Élu pour la première fois en 2005

Mandat en cours expire en 2007

Président du Conseil d'Administration de la Banque Cantonale de Berne, membre du Conseil d'Administration de Cendres et Métaux SA, de la Holding de la Mobilière Suisse, de la Coopérative de la Mobilière Suisse, de la Holding des chemins de fer de la Jungfrau et d'Ypsomed SA

**Prof. Dr John Marthinsen**

*Administrateur*

Professeur, de nationalité américaine, né en 1949

Non exécutif

Élu pour la première fois en 2000

Mandat en cours expire en 2006

"The Distinguished Chair in Swiss Economy" au Babson College  
Membre du "Glavin Center for Global Management"

**Prof. Dr Dr hc Henner Schierenbeck**

*Administrateur*

Professeur, de nationalité allemande, né en 1946

Non exécutif

Élu pour la première fois en 2000

Mandat en cours expire en 2008

Professeur de gestion bancaire et controlling à l'Université de Bâle, conseiller scientifique auprès du "Zentrum für Ertragsorientiertes Bankmanagement" (Münster/Westfalen), membre du conseil du "European Centre for Financial Services", membre du conseil de surveillance de la société DIA Consult AG

Le curriculum vitæ des membres du Conseil d'Administration peut être consulté sur le site Internet de l'entreprise: [www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) – [ about us ] – [ leadership ] – [ board of directors ]



(de gauche à droite):

Peter Kappeler, Prof. Henner Schierenbeck, Dietrich Fuhrmann,  
Dr Henri B. Meier (Président honoraire), Dr Andres F. Leuenberger,  
Prof. John Marthinsen, Dr Jürg Witmer (Président), André Hoffmann

La durée du mandat des membres du Conseil d'Administration est de trois ans, sous réserve de démission ou de départ anticipé. Les membres du Conseil d'Administration sont tenus de se retirer au plus tard lors de l'Assemblée Générale suivant leur soixante-dixième anniversaire. Le renouvellement du Conseil d'Administration se fait par rotation, de telle sorte que le mandat d'environ un tiers de ses membres arrive à expiration chaque année. Chaque membre est élu individuellement.

Dr Jürg Witmer, Président, était le Directeur général de Givaudan jusqu'au 27 avril 2005. Il était aussi jusqu'à cette date le seul membre exécutif du Conseil d'Administration. M. Dietrich Fuhrmann, membre non-exécutif du Conseil d'Administration a pris sa retraite en tant que membre du Comité exécutif le 31 mars 2004. Aucun des membres du Conseil d'Administration n'a de relations commerciales avec la société Givaudan SA ou l'une des filiales du groupe Givaudan.

### Comités du Conseil d'Administration

Dans le but d'améliorer le Gouvernement d'entreprise au sein de Givaudan, le Conseil d'Administration a décidé en 2005

de réduire le nombre des Comités et d'accroître le nombre minimum requis de membres du Conseil par Comité. En plus, chaque Comité du Conseil d'Administration sera dirigé formellement par un Président du Comité qui aura comme responsabilités principales d'organiser, mener et établir le procès verbal des réunions du Comité. Les rôles et responsabilités déléguées aux Comités ont été révisés dans le but de mieux séparer les tâches entre chacun des Comités et le Conseil d'Administration. En conséquence, le nombre de séances formelles à tenir en 2006 sera accru par rapport à 2005. Les réunions des Comités ont lieu généralement avant ou après chaque séance du Conseil d'Administration. En outre, le Conseil d'Administration a délégué certaines responsabilités spécifiques à deux autres Comités, composés chacun du Directeur général et de directeurs dotés d'une expertise technique: le Comité Sécurité et Environnement et le Comité "Corporate Compliance".

Le rôle des différents comités est décrit sur le site Internet de Givaudan: [www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) – [ about us ] – [ leadership ] – [ board of directors ] – [ committees of the board ]

Comités du Conseil d'Administration	Jürg Witmer	Andres F. Leuenberger	Dietrich Fuhrmann	André Hoffmann	Peter Kappeler	John Marthinsen	Henner Schierenbeck
Audit			■		■		■
Nomination & Gouvernement	■		■			■	
Rémunération	■	■		■			

■ = Président du Comité

### Séances du Conseil d'Administration

Le Conseil d'Administration de Givaudan a tenu quatre séances ordinaires et six séances extraordinaires au cours de l'année 2005. Les sept membres du Conseil d'Administration ont assisté à toutes ces séances. Depuis l'indépendance de Givaudan en l'an 2000, le Conseil d'Administration s'est toujours réuni au complet.

Les performances opérationnelles de l'entreprise ont été présentées par la Direction à chaque séance ordinaire du Conseil d'Administration et ont été revues par celui-ci. Certains membres de la Direction ont été invités à traiter des projets spécifiques. Le président du Conseil d'Administration a rencontré fréquemment les membres du Comité exécutif et a soutenu le Directeur Général avec ses conseils.

Tous les membres du Conseil d'Administration ont un accès direct à l'intranet de Givaudan, qui contient toutes les informations internes relatives aux événements importants, aux présentations et aux changements dans l'organisation. Les membres du Conseil d'Administration reçoivent en outre par courrier électronique tous les communiqués de presse et autres messages d'information adressés aux actionnaires ou aux analystes.

Les informations nécessaires à la préparation des séances du Conseil d'Administration sont envoyées à ses membres par courrier électronique et par poste. Une "data-room" contenant les informations complémentaires, ainsi que des données historiques, est mise en place avant chaque séance. Les membres du Conseil peuvent y consulter tous documents utiles.

### Comité exécutif

Le Comité exécutif, placé sous l'autorité du Directeur général, est responsable de tous les domaines de Direction de l'entreprise ne relevant pas de la compétence exclusive du Conseil d'Administration. Le Comité exécutif siège lors de réunions

régulièrement organisées sur les sites de Givaudan à travers le monde ou par le biais de téléconférences.

### Membres du Comité exécutif

#### Gilles Andrier

*Directeur général*

Rejoint Givaudan en 1993, né en 1961

Nationalité française

#### Mike Davis

*Président de la Division Arômes*

Rejoint Givaudan en 1997, né en 1947

Nationalité américaine

#### Michael Carlos

*Président de la Division Parfumerie*

Rejoint Givaudan en 1984, né en 1950

Nationalité indienne

#### Matthias Währen

*Directeur financier*

Rejoint Givaudan en 2004, né en 1953

Nationalité suisse

#### Adrien Gonckel

*Technologies de l'information*

Rejoint Givaudan en 1982, né en 1952

Nationalité française

#### Bruce Bachmeier

*Ressources humaines*

Rejoint Givaudan en 1995, né en 1957

Nationalité américaine

Le curriculum vitae des membres du Comité exécutif peut être consulté sur le site Internet de Givaudan: [www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) – [ about us ] – [ leadership ] – [ management team ]



(de gauche à droite):

Michael Carlos, Bruce Bachmeier, Mike Davis, Gilles Andrier,  
Matthias Währen, Adrien Gonckel

## Rémunération, participations et prêts

### Rémunération

Givaudan a mis en place un plan de rémunération pour attirer, motiver et récompenser les cadres pour la réalisation des objectifs ambitieux nécessaires à la croissance future de l'entreprise, à sa rentabilité et à la création de valeur pour ses actionnaires. La rémunération des cadres supérieurs se décompose en un salaire de base, une part variable liée à la performance et une incitation à long terme versée sous forme d'options d'achat. Le versement de l'incitation annuelle au rendement repose sur la réalisation d'objectifs et de paramètres précédemment convenus. Les principaux critères de performance pour les cadres supérieurs sont la croissance du chiffre d'affaires, la performance opérationnelle et le taux de rendement de l'actif. Cette incitation au rendement est versée au premier trimestre de chaque année, sur la base de la performance opérationnelle de l'année écoulée.

Le **Comité de rémunération** du Conseil d'Administration approuve la politique de rémunération du Groupe et la rémunération des membres du Comité exécutif. Il approuve, par ailleurs, les plans d'attribution d'options et autres instruments de rémunération liée au rendement, ainsi que la politique de fonds de pension.

### Rémunération des membres non exécutifs du Conseil d'Administration

La rémunération des membres du Conseil d'Administration correspond à des honoraires de séances de Conseil et de Comités. Ces honoraires sont payés immédiatement après l'Assemblée Générale pour l'année de mandat accomplie. De plus, chaque membre du Conseil a droit à participer au plan d'options d'achat. Il a également droit à un forfait pour frais. Ce montant est payé pour l'année de mandat à venir.

### Rémunération des membres non exécutifs du Conseil d'Administration

Rémunération 2005	Henri B. Meier	Andres F. Leuenberger	Dietrich Fuhrmann	André Hoffmann	Peter Kappeler	John Marthinsen	Henner Schierenbeck	Total
Honoraires	210'000	70'000	70'000	70'000	-	70'000	70'000	560'000
Honoraires séances	80'000	60'000	40'000	40'000	-	40'000	20'000	280'000
Total espèces en CHF	290'000	130'000	110'000	110'000	-	110'000	90'000	550'000
Nombre d'options attribuées <sup>1</sup>	-	6'000	6'000	6'000	6'000	6'000	6'000	36'000
Valeur à la date d'attribution en CHF	-	64'440	64'440	64'440	64'440	64'440	64'440	386'640

Les paiements aux membres du Conseil d'Administration au titre du forfait pour frais se sont élevés à CHF 60'000

1) Librement utilisable dès le 21 mars 2007

### Rémunération des membres du Comité exécutif, du Directeur général et du Président

Lors de l'Assemblée Générale du 27 avril 2005, Dr Jürg Witmer a succédé à Dr Henri B. Meier à la présidence de Givaudan et a quitté en même temps sa fonction de Directeur général et membre exécutif du Conseil d'Administration. M. Gilles Andrier, qui a dirigé nos activités mondiales de Parfumerie fine, a pris sa fonction en tant que Directeur général de Givaudan. Comme annoncé et afin d'assurer la continuité, Dr Jürg Witmer

assistera son successeur jusqu'à l'Assemblée Générale de 2006. La rémunération de Dr Jürg Witmer correspond à l'exercice de sa fonction en tant que Directeur général et membre exécutif du Conseil d'Administration jusqu'en avril 2005 et la période de transition en 2005. La rémunération de M. Gilles Andrier correspond à l'exercice de sa fonction en tant que dirigeant de nos activités mondiales de Parfumerie fine jusqu'en avril 2005 et en tant que Directeur général depuis le mois de mai 2005.

### Rémunération des membres du Comité exécutif, du Directeur général et du Président

Rémunération 2005	Gilles Andrier Directeur général <sup>1</sup>	Membres du Comité exécutif (sauf Dir. gén.) <sup>2</sup>	Total	Jürg Witmer Président <sup>1</sup>
Honoraires	-	-	-	70'000
Honoraires séances	-	-	-	60'000
Salaire annuel de base <sup>3</sup>	526'481	2'058'724	2'585'205	613'421
Part variable basée sur performances <sup>4</sup>	238'581	1'066'131	1'304'712	744'631
Autres avantages en nature	20'449	328'106	348'555	18'593
<b>Total espèces en CHF</b>	<b>785'511</b>	<b>3'452'961</b>	<b>4'238'472</b>	<b>1'506'645</b>
Dépenses annualisées au titre de prime complémentaire pour la retraite	52'804	435'794	488'598	-
Nombre d'options attribuées <sup>5</sup>	50'000	175'000	225'000	53'000
Valeur à la date d'attribution en CHF	537'000	1'879'500	2'416'500	569'220

Le paiement au CEO au titre du forfait pour frais s'est élevé à CHF 30'000

1) Représente la rémunération annuelle en 2005 indépendamment de leurs fonctions antérieures respectives

2) Représente 5 membres du Comité exécutif

3) Représente une augmentation de 4,4% en monnaies locales comparé à 2004 pour les membres du Comité exécutif (sauf Directeur général)

4) Part variable basée sur les performances opérationnelles de l'année 2004

5) Librement utilisables dès le 21 March 2007

### Rémunération du Conseil d'Administration: membre le mieux rémunéré

Le membre du Conseil d'Administration le mieux rémunéré en 2005 est Dr Jürg Witmer, Directeur général jusqu'au 27 avril 2005 et Président du Conseil d'Administration depuis le 28 avril 2005. En ce qui concerne les détails, se référer au tableau du paragraphe précédent.

### Rémunération spéciale des membres du Conseil d'Administration et de la Direction ayant quitté l'entreprise en 2004

Aucune rémunération exceptionnelle n'a été encourue au cours de la période sous revue.

### Rémunération des anciens membres du Conseil d'administration et de la Direction

Aucune rémunération exceptionnelle n'a été encourue au cours de la période sous revue.



### Détention d'options d'achat

Les options d'achat de Givaudan sont entièrement négociables une fois libérées. Le programme de participation d'options d'achat d'actions de Givaudan est décrit en détail dans la note 8 sur les avantages sociaux dans le "Financial Report 2005".

Le tableau suivant indique le nombre d'options d'achat attribuées au cours des dernières années et détenues par le Président et les autres membres non exécutifs du Conseil d'Administration au 31 décembre 2005. Selon les informations à la disposition de l'entreprise, aucun proche des membres du Conseil d'Administration ne possédait d'options d'achat au 31 décembre 2005.

Année d'attribution	Date d'échéance	Date de libération	Symbole	Prix d'exercice <sup>1</sup> (CHF)	Ratio (option: titre)	Valeur de l'option à la date d'attribution (CHF)	Nombre d'options
2001	20 fév. 2006	19 fév. 2004	GIVUP	506,3	100:1	1,012	-
2002	29 jan. 2007	28 jan. 2005	GIVBB	575,0	10:1	8,120	13'800
2003	17 mars 2008	17 mars 2005	GIVMS	509,7	10:1	5,670	15'900
2004	18 mars 2009	18 mars 2006	GIVOV	656,4	10:1	10,870	91'200
2005	21 mars 2010	21 mars 2007	GIVAB	805,0	10:1	10,740	89'000

Le tableau suivant indique le nombre d'options d'achat attribuées au cours des dernières années et détenues par le Directeur général, les autres membres du Comité exécutif et leurs proches au 31 décembre 2005.

Année d'attribution	Date d'échéance	Date de libération	Symbole	Prix d'exercice <sup>1</sup> (CHF)	Ratio (option: titre)	Valeur de l'option à la date d'attribution (CHF)	Nombre d'options
2001	20 fév. 2006	19 fév. 2004	GIVUP	506,3	100:1	1,012	-
2002	29 jan. 2007	28 jan. 2005	GIVBB	575,0	10:1	8,120	12'500
2003	17 mars 2008	17 mars 2005	GIVMS	509,7	10:1	5,670	37'000
2004	18 mars 2009	18 mars 2006	GIVOV	656,4	10:1	10,870	175'400
2005	21 mars 2010	21 mars 2007	GIVAB	805,0	10:1	10,740	227'000

1) Le prix d'exercice d'options d'achats a été ajusté suite à la décision des actionnaires, lors des Assemblées Générales du 16 avril 2004 et du 27 avril 2005, de distribuer un dividende extraordinaire

### Rémunération supplémentaire et prêts

Au cours de la période considérée, aucune autre forme de rémunération n'a été versée aux membres du Conseil d'Administration, du Comité exécutif ou à un quelconque de leurs proches. Aucune de ces personnes n'avait de prêt à rembourser à l'entreprise au 31 décembre 2005.

## Droits de participation des actionnaires

Dans l'exercice de son droit de vote, aucun actionnaire ne peut détenir, en actions propres et représentées, plus de 10% de l'ensemble du capital-actions. Les entités liées par leur droit de vote, leur gestion commune ou autre relation, qui agissent de façon concertée pour contourner cette règle des 10% sont considérées comme un seul et même actionnaire. Cette restriction ne s'applique pas aux représentants membres d'un organe de la société, aux représentants indépendants et représentants dépositaires, dans la mesure où ceux-ci n'agissent pas de façon à contourner la restriction susdite concernant le droit de vote. Conformément aux dispositions légales, cette disposition peut être modifiée par un vote positif à la majorité absolue des voix représentées lors de l'Assemblée Générale.

Toute personne inscrite au registre des actionnaires disposant du droit de vote au jour fixé par le Conseil d'Administration est habilitée à assister à l'Assemblée Générale et à voter. Chaque actionnaire peut se faire représenter par un autre actionnaire muni d'une procuration écrite, par un représentant légal, un représentant dépositaire, une personne membre d'un organe de la société ou un représentant indépendant désigné par la société.

Les statuts de la société Givaudan SA sont conformes aux règles de majorité prévues par les dispositions légales relatives aux Assemblées générales.

Les actionnaires inscrits et disposant du droit de vote sont convoqués aux Assemblées générales par courrier au moins 20 jours avant la date de la réunion. Les actionnaires représentant des actions d'une valeur nominale d'au moins un million de francs suisses peuvent demander par écrit, et ce, au moins 45 jours avant la date de l'Assemblée, l'inscription d'un point à l'ordre du jour, en exposant ce point et présentant leurs propositions.

Les actionnaires inscrits au registre et disposant du droit de vote à la date spécifiée sur l'invitation (environ deux semaines avant l'Assemblée) seront convoqués à l'Assemblée Générale du 7 avril 2006.

## Contrôle de la société et mesures de défense

Les statuts de Givaudan SA ne comportent aucune disposition sur l'opting out ou l'opting up. C'est le droit en vigueur qui s'applique, selon lequel toute personne acquérant plus de 33 1/3 % des droits de vote d'une société cotée en Bourse est tenue de faire une offre d'acquisition de toutes les actions cotées au SWX Swiss Exchange.

En cas de changement de contrôle, les options attribuées par l'entreprise aux membres du Conseil d'Administration sont immédiatement libérées. Les autres options, attribuées à un total de 194 employés, sont considérées comme exercées et donnent droit à leur titulaire à un montant égal à la plus haute des valeurs suivantes: quatre fois la valeur à la date d'attribution ou la valeur à la date du changement de contrôle. De plus, en cas de changement de contrôle qui n'a pas été approuvé par le Conseil d'Administration, les membres du Comité exécutif ainsi qu'un groupe de 24 cadres supérieurs ont droit à un montant équivalent à deux ans de rémunération.

### Audit interne

L'audit interne de l'entreprise est une fonction indépendante et objective mise en place pour aider la Direction à atteindre les objectifs qu'elle se fixe. Le rôle de l'audit interne est d'évaluer et de contribuer à améliorer la gestion des risques et les systèmes de contrôle de l'entreprise. Il s'agit en particulier d'analyser et d'évaluer l'efficacité des processus internes et de formuler, le cas échéant, recommandations et suggestions d'amélioration.

L'approche méthodologique repose sur l'audit des processus, ce qui apporte de la valeur aux entités locales et à la Direction du Groupe. La rédaction de rapports d'audit et une communication efficace assurent la bonne mise en œuvre des recommandations formulées.

La fonction d'audit interne est placée sous l'autorité du Comité d'audit du Conseil d'Administration. Le programme annuel de l'audit interne, révisé par le Comité d'audit, est approuvé par le Conseil d'Administration. Les résultats des audits sont présentés annuellement au Conseil d'Administration. Depuis 2000, cette fonction est exercée par Jean-Pierre Wirtz, assisté du cabinet Ernst & Young pour les audits de certaines filiales.

### Organe de révision

Le cabinet PricewaterhouseCoopers SA (PwC) agit comme organe de révision mondial du Groupe Givaudan depuis le spin-off en 2000. Le réviseur principal est M. Ralph R. Reinertsen, associé.

Les honoraires du cabinet PwC et des services liés à l'audit des comptes annuels du Groupe pour l'exercice 2004 se sont élevés à CHF 2,4 millions. Ce montant comprend les honoraires correspondant aux audits de Givaudan SA et de ses filiales, ainsi que les états financiers consolidés. En 2004, PwC a par ailleurs fourni des prestations de services liées essentiellement à la fiscalité pour CHF 0,7 million.

L'évaluation des auditeurs externes est faite par le Comité d'audit du Conseil d'Administration. En plus, le Comité revoit et approuve les honoraires d'audit de PwC, revoit la nature des autres services et honoraires rendus à la société par PwC et s'enquiert de leur indépendance. En 2005, PwC a participé à trois séances du Comité d'audit. L'ampleur de l'audit est définie dans une lettre d'engagement approuvée par le Conseil d'Administration au complet.

## Politique d'information

La politique d'information et de transparence de Givaudan est détaillée dans un document qui peut être consulté sur notre site Internet: [www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) – [ investor center ] – [ publications ] – [ corporate policies ]

Les publications de l'entreprise (rapport semestriel et annuel, rapport sécurité et environnement) sont disponibles en version papier sur simple demande. Elles peuvent également être téléchargées sur le site Internet de Givaudan, en suivant le chemin: [www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) – [ investor center ] – [ publications ]

### *Autres chemins d'accès importants*

Rapports trimestriels et autres communiqués de presse:  
[www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) – [ media room ] – [ media releases ]

Calendrier:  
[www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) – [ investor center ] – [ agenda ]

Statuts:  
[www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) – [ investor center ] – [ publications ] – [ corporate policies ]

# Actions nominatives Givaudan

Evolution du cours de l'action depuis la cotation à la Bourse



■ Givaudan  
■ SMI (ajusté)

Les actions Givaudan sont traitées sur virt-x, sous le numéro de valeur 1064593.

## Finance



Les Aztèques pensaient que le chocolat était un don du ciel et que la fève de cacao, apportée du paradis par les dieux, accordait sagesse et puissance à celui qui en mangeait. De fait, le nom botanique du cacaoyer, *theobroma*, signifie littéralement "nourriture des dieux".

Le chocolat était tellement vénéré par les Mayas et les Aztèques qu'il était utilisé à la fois comme aliment et comme monnaie. Les fèves de cacao passaient pour avoir de redoutables pouvoirs magiques et servaient lors des rituels, des cérémonies religieuses et pour confectionner des boissons de tous genres.

L'empereur aztèque, Montezuma, buvait une boisson chocolatée épaisse additionnée de piments moulus et séchés de la couleur du sang. La boisson était si prestigieuse qu'elle était servie dans des coupes d'or que l'on jetait après usage. On raconte que Montezuma appréciait tellement cette boisson qu'il en buvait jusqu'à cinquante coupes par jour!

Les conquérants espagnols furent probablement les premiers Européens à goûter au chocolat. Bien que l'on raconte qu'ils ne raffolaient pas particulièrement de ce mets délicat que les Aztèques appelaient "chocolatl", ils reconnurent le potentiel de cet ingrédient et rapportèrent une cargaison de fèves de cacao en Espagne. Le chocolat connut bientôt un fort engouement à la Cour royale.

Pour réduire l'amertume de la boisson, les Espagnols ajoutaient aux fèves du sucre, de la vanille, de la muscade, des clous de girofle, du poivre de Jamaïque et de la cannelle. Les boissons obtenues étaient appétissantes, convoitées et très prisées. Réservé à la noblesse espagnole, ce délice fut tenu caché du reste du monde pendant près de cent ans.

Si on peut désormais le trouver partout, le chocolat excite toujours l'imagination. Les chocolatiers continuent d'innover en associant le chocolat à des ingrédients toujours plus surprenants. La demande croissante de nouvelles applications dans le domaine des boissons, mais aussi des parfums, des bains moussants ou des lotions corporelles, montre que le chocolat est toujours une "nourriture des dieux" très prisée.



# Résumé financier

Ce chapitre contient exclusivement des informations financières succinctes. Le lecteur désireux d'obtenir des renseignements supplémentaires se référera au Rapport Financier, édité séparément, qui regroupe l'ensemble de l'analyse et des résultats financiers.

## Performance opérationnelle

Malgré un environnement de plus en plus difficile, Givaudan a de nouveau réalisé de bonnes performances opérationnelles en 2005, comparées aux résultats déjà brillants de l'année précédente.

Le chiffre d'affaires a progressé de 3,6% en francs suisses et de 2,5% en monnaies locales. Il convient de souligner que dans les deux divisions, l'élimination de leurs portefeuilles respectifs des ingrédients à faible valeur ajoutée s'est poursuivie. Sans cet effet de rationalisation, les ventes auraient augmenté de 3,5% en monnaies locales.

Le bénéfice brut a augmenté de 6% pour atteindre CHF 1'359 millions. La marge brute s'établit à 48,9% contre 47,7% l'an dernier. Cette amélioration, réalisée en dépit du renchérissement des matières premières, est la conséquence d'un meilleur rendement, de l'achèvement des initiatives d'amélioration de la marge lancées il y a deux ans et de l'impact positif de la consolidation des sites européens destinés aux Arômes.

Le bénéfice d'exploitation qui intègre CHF 21 millions de dépréciation d'actifs suite aux fermetures de sites, s'établit à CHF 513 millions, en augmentation de 7%. A base comparable, en excluant les frais de restructuration de 2004 et les dépréciations d'actifs de 2005, la marge EBIT est passée de 18,7% à 19,2% alors que l'EBITDA progresse de 21,8% à 23,0%. Ces résultats confirment la volonté de Givaudan de maintenir une forte rentabilité opérationnelle.

## Performance financière

Le contexte économique international a représenté autant de défis que d'opportunités pour les opérations financières de Givaudan. Le renforcement significatif du dollar américain au cours de cette année a nécessité une gestion prudente des positions de change. Le cours de change des principales autres devises est resté à des niveaux similaires à ceux de l'année précédente.

En Suisse, les taux d'intérêts sont restés faibles, ce qui a permis d'émettre en mai 2005 un emprunt obligataire de CHF 300 millions à des conditions favorables. Cette transaction a garanti ainsi un endettement à long-terme avantageux, notamment dans la perspective du remboursement de l'emprunt obligataire échu le 29 décembre 2005. La valeur moyenne des dettes ayant augmenté en 2005, les intérêts débiteurs sont plus élevés par rapport à l'année passée.

Les frais financiers, nets des revenus, sont en recul de CHF 25 millions et atteignent CHF 26 millions. Cette amélioration s'explique essentiellement par les bénéfices nets réalisés sur la vente de titres négociables.

Le taux d'imposition moyen estimé est passé de 20% en 2004 à 19% grâce à un suivi minutieux de la charge d'impôt. Le taux d'imposition effectif pour 2005 a été de 16% en raison d'un effet positif exceptionnel de CHF 13 millions.

Le bénéfice net après taxes a progressé de 21% pour atteindre CHF 406 millions, soit 14,6% des ventes. Grâce à l'amélioration du bénéfice net et à la réduction du nombre moyen d'actions en circulation, le bénéfice par action a affiché une progression de 27%, se situant ainsi à CHF 56,57.

## Flux de trésorerie

Givaudan a continué de réaliser un flux important de trésorerie opérationnel de CHF 502 millions, même si le niveau de 2004 n'a pas été répété. Cette diminution est due à l'effet combiné d'une augmentation du fonds de roulement en 2005 et du faible montant de taxes payées en 2004 (crédits d'impôts particuliers et report de paiements en 2005 de taxes relatives à 2004). Le total des investissements nets de CHF 151 millions est resté stable par rapport à l'année précédente, ce qui a conduit à un flux de trésorerie opérationnel après investissements de CHF 351 millions.

En 2005, Givaudan a restitué CHF 286 millions à ses actionnaires sous forme de dividendes pour CHF 117 millions et par le rachat de nos propres actions à hauteur de CHF 169 millions.

## Bilan

Le bilan de Givaudan reste excellent. A fin 2005, le ratio "capitaux propres/actifs" atteignait 54% contre 46% à la fin 2004. Les engagements nets ont légèrement augmenté, passant de CHF 541 millions à CHF 618 millions. Cette variation est due à une diminution des liquidités et des titres négociables, essentiellement liée aux programmes de rachat de nos propres actions et de paiement du dividende, tandis que les dettes ont baissé suite au remboursement de l'emprunt convertible en dollars américains. L'échéance des dettes à long-terme a augmenté suite au refinancement de l'emprunt obligataire échu le 29 décembre 2005.

## Bilan consolidé et résumé au 31 décembre






<i>en millions de francs suisses</i>	2005	2004
Actif circulant	1'723	1'766
Actif immobilisé	2'793	2'564
<b>► Total des actifs</b>	<b>4'516</b>	<b>4'330</b>
Dettes à court terme	763	1'238
Dettes à long terme	1'316	1'104
<b>► Total du passif exigible</b>	<b>2'079</b>	<b>2'342</b>
Capital-actions	74	78
Bénéfice non distribué, réserves et autres éléments des fonds propres	2'361	1'909
Intérêts minoritaires	2	1
<b>► Fonds propres</b>	<b>2'437</b>	<b>1'988</b>
<b>► Total des passifs</b>	<b>4'516</b>	<b>4'330</b>

## Flux de Trésorerie consolidés et résumés pour l'exercice clôturé au 31 décembre

<i>en millions de francs suisses</i>	2005	2004
<b>► Flux de trésorerie nets provenant (consacrés à) des activités opérationnelles</b>	<b>502</b>	<b>586</b>
<b>► Flux de trésorerie nets provenant (consacrés à) des activités de financement</b>	<b>(548)</b>	<b>(517)</b>
<b>► Flux de trésorerie nets provenant (consacrés à) des activités d'investissement</b>	<b>(138)</b>	<b>(103)</b>
Effet net de conversion sur les liquidités et placements à court terme	14	(1)
Augmentation (diminution) des liquidités et placements à court terme	(170)	(35)
Liquidités et placements à court terme au début de la période	459	494
<b>► Liquidités et placements à court terme à la fin de la période</b>	<b>289</b>	<b>459</b>




# Givaudan dans le monde

## AFRIQUE DU SUD

 Givaudan South Africa (Pty) Ltd  
 51A Galaxy Avenue  
 Linbro Business Park  
 Frankenwald  
 Sandton 2065

## ALLEMAGNE

### **Arômes**

 Givaudan Deutschland GmbH  
 Giselherstrasse 11  
 44319 Dortmund





### **Parfums**


 Givaudan Deutschland GmbH  
 Lehmweg 17  
 20251 Hamburg

## ARGENTINE


 Givaudan Argentina SA  
 San Lorenzo 4759  
 Esquina Ave Mitre  
 1605 Munro Prov.  
 Buenos Aires

## AUSTRALIE






 Givaudan Australia Pty Ltd  
 9, Carolyn Street  
 P.O. Box 6125  
 Silverwater N.S.W 2128

 Givaudan Australia Pty Ltd  
 Unit 36, 5 Inglewood Place  
 Baulkham Hills N.S.W 2153




## AUTRICHE

 Givaudan Austria GmbH  
 Twin Tower Vienna  
 Wienerbergstrasse 11  
 1810 Vienne


## BERMUDES

 Givaudan International Ltd  
 Hamilton  
 FF Holdings (Bermuda) Ltd  
 Hamilton  
 FF Insurance Ltd  
 Hamilton


## BRÉSIL

 Givaudan do Brasil Ltda  
 Av. Engenheiro Billings, 2185  
 Jaguaré, São Paulo  
 SP - CEP 05321-010  
 Caixa Postal: 66041

## CANADA

 Givaudan Canada Co.  
 2400 Matheson Boulevard, East  
 Mississauga, Ontario  
 L4W - 5G9

## CHILI

 Givaudan Chile Ltda  
 Luis Rodríguez Velasco 4717, oficina 212  
 Las Condes, Santiago

## CHINE

### **Arômes & Parfums - Création, Vente & Production**

 Shanghai Givaudan Ltd  
 298 Li Shi Zhen Road  
 Zhang Jiang High-Tech Park  
 Pu Dong New Area  
 Shanghai 201203

### **Arômes & Parfums - Vente**




 Shanghai Givaudan Ltd  
 Guangzhou Representative Office  
 17/F, Yin Zheng Mansion  
 338 Huan Shi East Road  
 Guangzhou 510060

 Shanghai Givaudan Ltd  
 Beijing Representative Office  
 Unit 1201-1204 Tower A, Beijing Kelun Building  
 12A, Guanghua Road, Chaoyang District  
 Beijing 100020




 Shanghai Givaudan Ltd  
 Chongqing Representative Office  
 Room 1501 A, Metropolitan Mansion  
 68 Zou Rong Road, Central District  
 Chongqing 400010

 Givaudan Hong Kong Ltd  
 17A, Lippo Leighton Tower  
 103-109 Leighton Road  
 Causeway Bay  
 Hong Kong




## COLOMBIE

 Givaudan Colombia SA  
 Carrera 99 No 46-A-22  
 151196 Bogota, D.C.




## CORÉE DU SUD

 Givaudan Korea Ltd  
 31/F, The MMAA Bldg  
 467-12 Dogok-Dong  
 Gangnam-Gu, Séoul 135-270

## DANEMARK






 Givaudan Scandinavia A/S  
 Gongehusvej 280  
 2970 Hørsholm

## ÉMIRATS ARABES UNIS

 Givaudan Suisse SA  
 (Dubai Branch)  
 Gulf Towers - 901-902  
 P.O. Box 33170  
 Dubai

## ESPAGNE





 Givaudan Ibérica, SA  
 Pla d'en Battle s/n,  
 08470 Sant Celoni  
 Barcelone

 Givaudan Ibérica, SA  
 Colquide, 6  
 Edificio Prisma I, 2ª Planta  
 28230 Las Rozas  
 Madrid




### **Parfums - Vente**

 Givaudan Ibérica, SA  
 Edificio Géminis, Bloque B12  
 Parque de Noegocios Mas Blau  
 08040 El Prat de Llobregat, Barcelone




## ÉTATS-UNIS

 Givaudan United States, Inc.  
 Corporation Trust Center  
 1201 Orange Street  
 Wilmington, DE 19801

### **Arômes - Création & Vente**




 Givaudan Flavors Corporation  
 1199 Edison Drive  
 Cincinnati, OH 45216




### **Arômes - Recherche**

 Givaudan Flavors Corporation  
 1199 Edison Drive  
 Cincinnati, OH 45216


### **Arômes - Production**




 Givaudan Flavors Corporation  
 110 E. 69th Street  
 Cincinnati, OH 45216




 Givaudan Flavors Corporation  
 9500 Sam Neace Drive  
 Florence, KY 41042

 Givaudan Flavors Corporation  
 Merry Lane  
 East Hanover, NJ 07936




 Givaudan Flavors Corporation  
 4705 U.S. Highway 92 East  
 Lakeland, FL 33801-3255

 Givaudan Flavors, Inc.  
 231 Rock Industrial Park Drive  
 Bridgeton, MO 63044




 Givaudan Flavors Corporation  
 63, Boardmann Road  
 New Milford, CT 06776

 International Bioflavors, Inc.  
 1730, Executive Drive  
 Oconomowoc, WI 53066

### **Parfums - Création**

 Givaudan Fragrances Corporation  
 1775 Windsor Road  
 Teaneck, NJ 07666

### **Parfumerie fine - Création**

 Givaudan Fragrances Corporation  
 40 West 57th St. 11th floor  
 New York, NY 10019

### **Parfums - Production**

 Givaudan Fragrances Corporation  
 International Trade Center  
 300 Waterloo Valley Road  
 Mount Olive, NJ 07828


## FÉDÉRATION DE RUSSIE

 Givaudan Schweiz AG  
 Representative Office in Moscow  
 Riverside Towers Business Centre, 8th floor  
 Kosmodamianskaya nab. 52/1  
 115054 Moscou




## FINLANDE (ESTONIE, LITHUANIE, LETTONIE)

 Givaudan Finland Representative Office  
 Kauppakartanonkatu 7 A 44  
 00930 Helsinki

## FRANCE

 Givaudan Participation SAS  
 55, Voie des Bans, B.P. 24  
 95102 Argenteuil




### **Arômes**

 Givaudan France Arômes SAS  
 55, Voie des Bans, B.P. 24  
 95102 Argenteuil

### **Parfums - Vente & Production**

 Givaudan France Fragrances SAS  
 55, Voie des Bans, B.P. 24  
 95102 Argenteuil

### **Parfumerie fine - Création**

 Givaudan France Fragrances SAS  
 46, avenue Kleber  
 75116 Paris

### Parfums - Création

Givaudan France Fragrances SAS  
19-23, Voie des Bans, B.P. 98  
95102 Argenteuil

### Parfums - Production

Givaudan France Fragrances SAS  
62, rue Paul Cazeneuve, B.P. 8236  
69355 Lyon

### HONGRIE

Givaudan Schweiz AG  
Hungary Commercial Representative Office  
Frankel Leo út 20.1.2  
1027 Budapest

### INDE

**Arômes & Parfums - Vente**  
Givaudan (India) Pvt Ltd  
Bonanza "A" Wing, 402-412  
Sahar Plaza Complex  
M.V. Road  
Andheri East  
Mumbai 400 059

### Parfums - Création

Givaudan (India) Pvt Ltd  
13th Floor  
Prestige Meridian 1  
# 29 M. G. Road  
Bangalore 560 001

### Arômes & Parfums - Production

Vinarom Pvt Ltd  
Plot No.26, 2nd Cross  
Jigani Industrial Area  
Jigani 562 106  
Anekal Taluk, Karnataka State

### INDONÉSIE

PT Givaudan Indonesia  
S. Widjojo Centre 6th Floor  
Jl Jendral Sudirman 71  
Jakarta 12190

### ITALIE

Givaudan Italia SpA  
Via XI Febbraio, 99  
20090 Vimodrone, Milan

### JAPON

Givaudan Japan KK  
3-23 Shimomoguro 2-chome  
Meguro-ku  
Tokyo 153-0064

Givaudan Japan KK  
Meguro Toho Building, 3/F  
1-7 Kamiosaki 3-chome  
Shinagawa-ku  
Tokyo 141-0021

### Arômes - Production

Givaudan Japan KK  
3056, Kuno  
Fukuroi-Shi  
Shizuoka 437-0061

### MALAISIE

Givaudan Malaysia Sdn Bhd  
A-901 Menara 1, Kelana Brem Towers  
Jalan SS 7/15 (Jalan Stadium)  
47301 Petaling Jaya  
Selangor Darul Ehsan

### MEXIQUE

**Arômes**  
Givaudan de Mexico SA de CV  
Eje Norte-Sur N° 11, CIVAC  
62500 Jiutepec, Morelos

### Parfums

Givaudan de Mexico SA de CV  
Avenida Paseo de la Reforma No. 2620, piso 9  
Edificio Reforma Plus Col. Lomas Atlas  
11950, D.F.

### PAYS-BAS

Givaudan Nederland BV  
Nijverheidsweg 60  
P.O. Box 414  
3770 AK Barneveld

### PÉROU

Givaudan Perú SAC  
Av. Victor Andrés Belaunde 147  
Centro Empresarial Real.  
Torre Real 6. Of. 203  
San Isidro, Lima 27

### PHILIPPINES

Givaudan Singapore Pte Ltd  
Philippines Regional Headquarters  
3/F, Roche Building  
2252 Don Chino Roces Avenue  
1231 Makati City, Metro Manila

### POLOGNE

Givaudan Polska Sp z o o  
Ul Podchorznych 83  
00-722 Varsovie

### RÉPUBLIQUE TCHÈQUE (et SLOVAQUIE)

Givaudan CR, sro  
Klimentska 10  
110 00 Prague 7

### ROYAUME-UNI

**Arômes**  
Givaudan UK Ltd  
Chippenham Drive  
Kingston  
Milton Keynes, MK10 OAE

### Parfums

Givaudan UK Ltd  
Magna House  
76-80 Church Street  
Staines, Middx. TW18 4XR

### SINGAPOUR

Givaudan Singapore Pte Ltd  
1 Woodlands Avenue 8  
Singapour 738972

### SUISSE

**Siège social**  
Givaudan SA  
Chemin de la Parfumerie 5  
1214 Vernier

Givaudan International SA  
Chemin de la Parfumerie 5  
1214 Vernier

Givaudan Finance SA  
Chemin de la Parfumerie 5  
1214 Vernier

### Parfums

Givaudan Suisse SA  
Chemin de la Parfumerie 5  
1214 Vernier

### Arômes - Création, Vente & Production

Givaudan Schweiz AG  
Ueberlandstrasse 138  
8600 Dübendorf

### Parfumerie fine - Création

Givaudan Schweiz AG  
Ueberlandstrasse 138  
8600 Dübendorf

### Arômes

Givaudan Schweiz AG  
8310 Kempthal

### TAÏWAN

Givaudan Singapore Pte Ltd  
Taiwan Branch  
7/F N° 303, Sec. 4  
Hsin Yi Road, Taipei

### THAÏLANDE

Givaudan (Thailand) Ltd  
19th Floor, CRC Tower  
All Seasons Place,  
87/2 Wireless Road, Lumpini  
Patumwan  
Bangkok 10330

### TURQUIE

Givaudan Aroma ve  
Esans Sanayi ve Ticaret Sti. Ltd.  
Ebulula Cad. Gul Sokak  
Sitki Ciftci Blokleri A19 Daire: 6-7  
Akatlar, Istanbul

### UKRAINE

Givaudan Suisse SA  
Representative Office in Ukraine  
Pimonenko Str. 13, 6B/18  
Kiev, Ukraine 04050

### VENEZUELA

Givaudan Venezuela SA  
Calle Veracruz con Calle  
Cali torre ABA,  
piso 8, oficina 8A  
Las Mercedes, Caracas

### VIETNAM

Givaudan Singapore Pte Ltd  
Vietnam Representative Office  
Fosco Building 1  
5th floor, Rm 52  
6 Phung Khac Khoan Street  
District 1  
Ho Chi Minh City

■ Finance / Services  
■ Bureaux de vente  
■ Création / Application  
■ Production

# Contact

## **Givaudan SA**

Chemin de la Parfumerie 5

CH – 1214 Vernier, Suisse

T + 41 22 780 91 11

F + 41 22 780 91 50

www.givaudan.com

# Crédits

## **Photos**

Antoine Icard

Shanghai, Chine

Marco Antonio Sá

São Paulo, Brésil

Laurent Bourdeau

Attilio Pisa Neto

Mona Chamma

Givaudan

Trnka

Food & Stills

Zurich, Suisse

Theo Allofs

Photonica / Getty Images

## **Conception et mise en page**

Latitudesign

Nyon / Vaud, Suisse

## **Photolithographie**

Scan Graphic snc

Nyon / Vaud, Suisse

## **Impression**

Courvoisier-Attinger

Bienne / Berne, Suisse

Le Rapport Annuel de Givaudan est édité en anglais, en allemand et en français

Le Rapport Financier de Givaudan est édité en anglais

Toutes les marques citées sont au bénéfice d'une protection juridique

Papier blanchi sans chlore – Imprimé en Suisse

© Givaudan SA, 2006



Lors de l'expédition TrendTrek™ au Nord du Brésil, Givaudan a également mené des recherches sur les traditions et les coutumes locales en questionnant les populations à propos des remèdes traditionnels à base de plantes utilisés pour se protéger et se guérir. Ces études ont mené nos chercheurs au "Mercado Ver-o-Peso", un immense marché extérieur très pittoresque où des milliers de personnes circulent chaque jour entre les étals pour dénicher toutes sortes de produits médicinaux, comestibles et mystérieux. On y trouve des fruits, des légumes et des plantes qui font de cet endroit une fascinante palette de couleurs et un mélange de parfums et d'arômes. Typique des anciennes villes de l'Amazonie, le marché de Ver-o-Peso constitue également un lien historique entre le fleuve Amazone et la forêt, entre la ville moderne et la campagne traditionnelle.

Le marché offre un large choix de plantes, racines, herbes, fleurs, huiles essentielles et "Mandingas" magiques: des potions censées avoir des vertus

mystiques et magiques contre toutes sortes de maladies et d'affections, comme le mal de dents, ou des préparations portant des noms évocateurs tels que "Pleure à mes pieds", "Ne me quitte pas" ou "Reviens à moi", vendues dans de petites fioles appelées "Garrafadas". Sur ce marché, il y a un remède à tout problème humain, de la jalousie au manque d'argent, du cœur brisé à la séduction.

C'est sur ce marché qu'a été découverte le priproica. Il faisait partie des ingrédients utilisés pour le "Banho de cheiro". Les recettes dépendent beaucoup de la personne qui les prépare. La manipulation des herbes, le mélange des ingrédients et la prescription des potions miraculeuses se transmet de génération en génération. Ce savoir en "médecine naturelle" est issu des rituels indigènes et du syncrétisme des croyances africaines.





Givaudan SA

Chemin de la Parfumerie 5, CH-1214 Vernier, Suisse

T +41 22 780 91 11 • F +41 22 780 91 50 • [www.givaudan.com](http://www.givaudan.com)