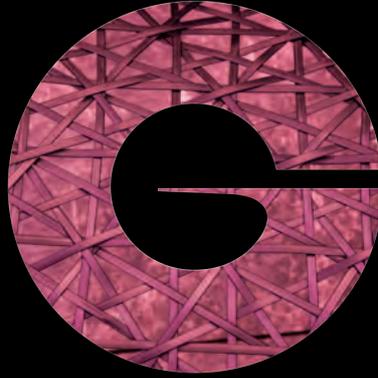


Höhepunkte 2017

Gemeinsam Erfolge erzielen



Givaudan

engage your senses



Höhepunkte 2017

Gemeinsam Erfolge erzielen

Verlässliche Partnerschaften mit unseren wichtigsten Interessengruppen sind unverzichtbar, um gemeinsam Erfolge zu erzielen und die Grundlagen für eine nachhaltige Zukunft zu schaffen.

In diesen Partnerschaften und im Rahmen unserer 2020 Strategie setzen wir unsere branchenführenden Investitionen in Innovation fort und bauen unser strategisches Partnernetzwerk sowie unsere natürlichen, sensorischen und kosmetischen Kapazitäten aus. Wir investieren beträchtlich in unsere Talente und in unsere Attraktivität als Arbeitgeber. Darüber hinaus setzen wir gemeinsam mit unseren Lieferanten auf verantwortungsbewusste Beschaffung, um unsere Ökobilanz zu verbessern und gleichzeitig die Gemeinschaften, in denen wir tätig sind, gesellschaftlich und wirtschaftlich zu stärken.

Inhalt:

2017 in Zahlen	1
Givaudan auf einen Blick	2
Vorwort des Verwaltungsratspräsidenten	4
Rückblick des CEO	6
Unsere Wertschöpfungskette	10
Unsere Kompetenzen	11
Unser Geschäftsmodell	12
Unsere 2020 Strategie	14
Finanzielle Höhepunkte	26
Corporate Governance und Vergütung: Übersicht	34
Übersicht der jährlichen Publikationen	41

2017 in Zahlen

Starke finanzielle Performance

Umsatz von **CHF 5.1** Milliarden
ein Plus von 4.9% LFL¹

EBITDA von **CHF 1'089** Millionen

EBITDA-Marge von **21.6%**

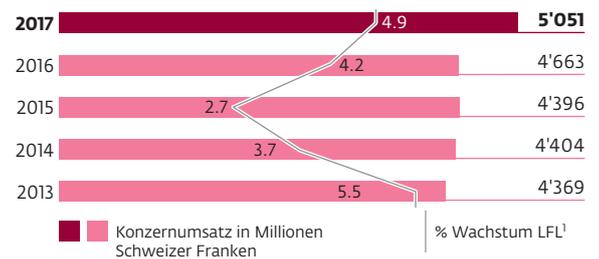
Nettogewinn von **CHF 720** Millionen
ein Plus von 11.7% im Vergleich zum Vorjahr

Freier Cashflow von **11.8%**
des Umsatzes

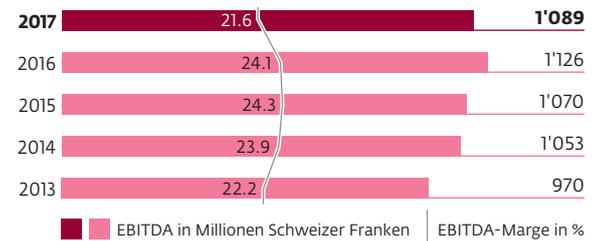
Vorgeschlagene Dividende² von
CHF 58.00
pro Aktie, ein Plus von 3.6% gegenüber dem Vorjahr

1. LFL: Like-for-Like, (auf vergleichbarer Basis) ohne Währungseinflüsse und ohne die Auswirkungen von Akquisitionen und Veräusserungen.
2. Vorbehaltlich der Genehmigung durch die Aktionäre an der Generalversammlung am 22. März 2018.

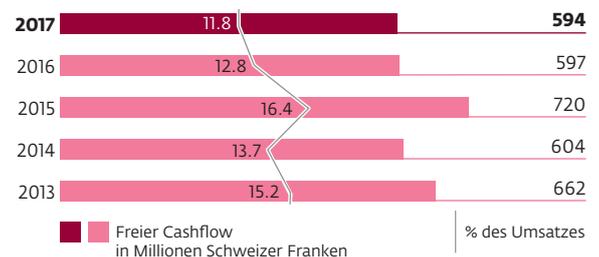
Konzernumsatz und Wachstum



EBITDA und Marge

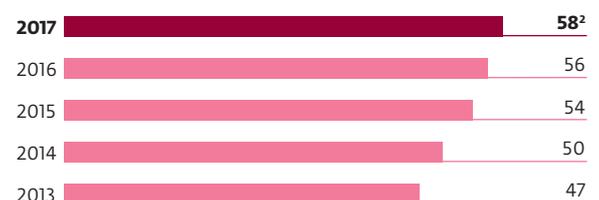


Freier Cashflow



Dividende pro Aktie

in Schweizer Franken



Givaudan auf einen Blick

Unser Geschäft 2017

109

weltweite Standorte

46

Produktionsstandorte

424 Millionen

F&E-Budget

11'170

Mitarbeitende (Vollzeit)

Jahresumsatz in
reifen Märkten

57%

Umsatz in Nordamerika

CHF 1'352 Millionen

Produktionsstandorte

9

Mitarbeitende

2'231

Umsatz in Südamerika

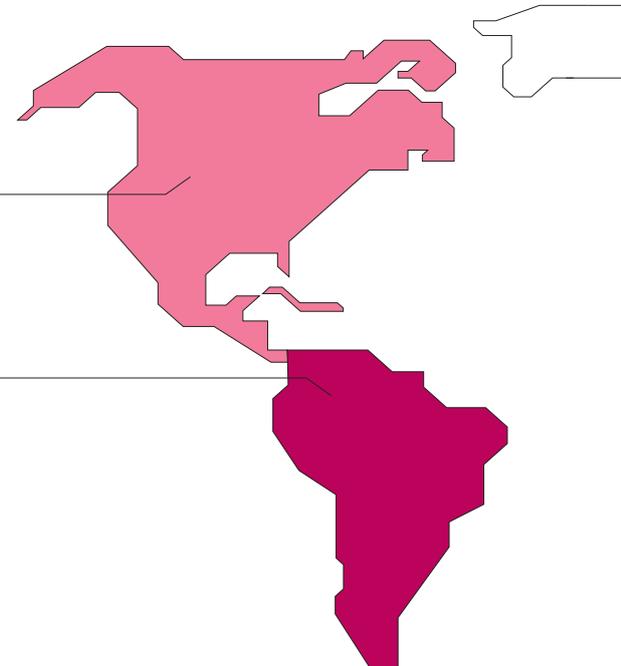
CHF 618 Millionen

Produktionsstandorte

6

Mitarbeitende

1'471



Division Aromen

Wir machen das Leben zum Genuss

Mit unseren köstlichen Aroma- und Geschmackserlebnissen sorgen wir für die besonderen Genussmomente des Lebens und erweitern den Ausdruck der Welt durch Aromen. Unsere globalen, internationalen, regionalen und lokalen Kunden sind in den wichtigsten Segmenten der Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie tätig und produzieren Getränke, kulinarische Aromen, Süßwaren, Snacks und Milchprodukte. Wir suchen auf der ganzen Welt nach Ingredienzien, überzeugen unsere Kunden mit innovativen, einzigartigen Ideen und begeistern Millionen von Konsumenten.



www.givaudan.com – our company – about Givaudan

13%

Süßwaren

Bäckerei- und
Konditorwaren
Zuckerwaren
Schokolade
Kaugummi

15%

Milchprodukte

Eiscreme & Joghurt
Desserts
Gelbfette (Margarinen)

33%

Getränke

Erfrischungs-
getränke
Fruchtsäfte
Instantgetränke

39

Kulinarische Aromen

Fertiggerichte
Snacks
Suppen & Sossen
Fleisch & Geflügel

Total 54%
des Konzern-
umsatzes

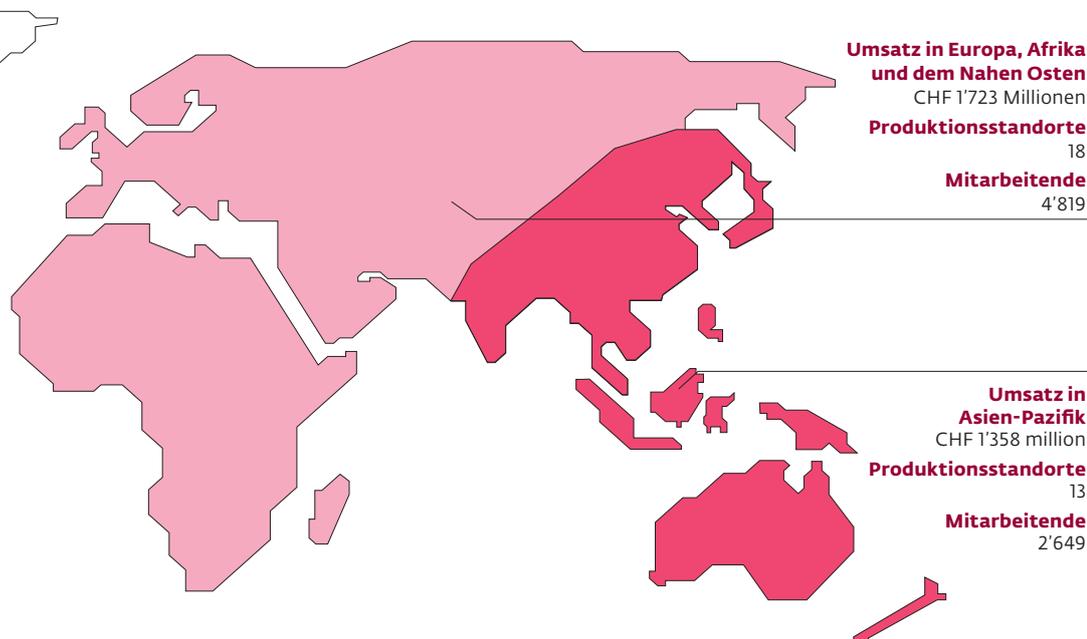
19.2 Millionen **Treibhausgas Emissionen** **CDP Note A** ,Die Zukunft im Blick‘

Stunden sicher gearbeitet

Wissenschaftlich fundierte Ziele
für 2030

Führende Position

Neues Nachhaltigkeitskonzept



Jahresumsatz
in Wachstumsmärkten

43%

Division Riechstoffe

Wir lieben es, Düfte zu kreieren

Das Geschick unserer Parfümeure ist die Grundlage unzähliger „duftender“ Geschichten der Marken der Welt. Unsere globalen, internationalen, regionalen und lokalen Kunden bedienen Endverbrauchermärkte mit Riechstoffen für Körper- und Haushaltspflegeprodukte, Waschmittel und Luxusparfüms, die täglich Millionen von Menschen erfreuen. Und für die Schönheit bietet unser Bereich Active Beauty eine umfangreiche Palette preisgekrönter aktiver kosmetischer Inhaltsstoffe, die von Teams entwickelt werden, die auf die Kraft der Natur setzen und bahnbrechende Kosmetikprodukte nach natürlichem Vorbild schaffen.

13%

**Ingredienzien
und Active Beauty**

18%

Luxusparfümerie
Signature-Düfte
Sortiments-
erweiterungen



69%

Konsumgüter
Textil- und Körperpflege
Haar- und Hautpflege
Haushalts- und
Raumdüfte
Mundpflege

Vorwort des Verwaltungsratspräsidenten

Mit unseren Partnern Werte schaffen

Givaudan schloss ein erfolgreiches zweites Jahr ihrer 2020 Strategie mit starker Dynamik ab. Das Ergebnis für 2017 zeigt eine solide Entwicklung des Umsatzwachstums und des freien Cashflows, die unseren durchschnittlichen Finanzziele bis 2020 entsprechen.

Angesichts unseres gesunden Ergebnisses im Geschäftsjahr 2017 und unserer weiterhin soliden Finanzlage wird der Verwaltungsrat an der Generalversammlung vom 22. März 2018 eine Erhöhung der Dividende auf CHF 58.00 vorschlagen. Dies ist die 17. Dividendenerhöhung in Folge seit der Kotierung an der Schweizer Börse.

Das zweite Jahr unseres fünfjährigen Strategiezyklus war von andauernden externen Herausforderungen im Markt geprägt, die von uns Flexibilität und Anpassungsfähigkeit gefordert haben. Die anhaltenden Schwankungen bei Rohstoffen führten zu Preiserhöhungen in bestimmten Warengruppen. Darüber hinaus verlangten Konsumenten zunehmend nach natürlichen Produkten, wodurch die Erwartung unserer Kunden stieg, komplexere natürliche Lösungen zu entwickeln. Wir nehmen jede Herausforderung als Chance wahr, unser Spektrum zu erweitern und langfristige Wertschöpfung für unsere Interessengruppen zu erzielen. Ich bin beeindruckt, wie es unserem Unternehmen immer wieder gelingt, auf diese Herausforderungen zu reagieren und sich als Marktführer zu beweisen.

Die Weltwirtschaft soll im nächsten Jahr weiter anziehen, die Prognosen gehen für 2018 – 2019¹ von einem Wachstum von 2.9% aus. Trotz der positiveren wirtschaftlichen Rahmenbedingungen müssen wir jedoch nach wie vor mit anhaltenden politischen, regulatorischen und wirtschaftlichen Ungewissheiten in vielen Teilen der Welt rechnen. Die weltweiten Megatrends der wachsenden Weltbevölkerung, der zunehmenden Urbanisierung und der steigenden Lebenserwartung werden sich auch in Zukunft auf die Aroma- und Riechstoffindustrie auswirken. Da wir diese Trends bei der Entwicklung unserer Strategie für 2020 berücksichtigt haben, sind wir meiner Überzeugung nach gut aufgestellt, um von diesen vor uns liegenden Herausforderungen zu profitieren.

Rasch auf die Bedürfnisse unserer Kunden zu reagieren, ist nach wie vor ausschlaggebend für den Erfolg. Daher haben wir 2017 eine Reihe von Investitionen getätigt, um unser Geschäft weiter auszubauen. Wir haben mit der Implementierung von Givaudan Business Solutions begonnen, dem Fundament unserer Säule „aus Überzeugung exzellent“, das es uns ermöglichen wird, hervorragende Kundenerlebnisse zu schaffen. Im Rahmen unserer Strategie für 2020, unser Angebot an unsere Kunden zu verstärken, haben wir Vika B.V. und Activ International erworben und damit begonnen, die beiden Unternehmen erfolgreich in unser Portfolio zu integrieren. Wir haben ausserdem die Akquisition der Nahrungsmitteldivision der Centroflora Group angekündigt und exklusive Verhandlungen mit Expressions Parfums abgeschlossen. Gemäss unseren strategischen Zielen in wachstumsstarken Märkten haben wir zudem unsere Präsenz in Indien, Mexiko, China und Singapur weiter ausgebaut.

Um unsere Wachstumsziele zu unterstützen, haben wir viele unserer Tätigkeiten auf unsere eigenen Innovationsprogramme fokussiert, insbesondere bei natürlichen Lösungen und Biotechnologie. Durch anhaltende Beziehungen und die

Ich bin davon
überzeugt,
dass Givaudan
ihren Weg
der Wertschöpfung
in den nächsten
Jahren fortsetzen
wird.



Calvin Grieder, Präsident

partnerschaftliche Zusammenarbeit mit Innovationsökosystemen wollen wir unsere externen Kooperationen stärken, um neue Chancen und innovative Lösungen zu identifizieren. In Zukunft werden wir uns auf die Eruiierung neuer Geschäftsmodelle und Engagements mit unseren Partnern, wie beispielsweise Denkfabriken und Gründerzentren konzentrieren, um Innovationen schneller auf den Markt zu bringen. Auch die Digitalisierung bietet uns zahlreiche neue Chancen, unsere Arbeitsweise zu verändern. In diesem Bereich erkennen wir viele neue Gelegenheiten, beispielsweise durch Big Data, künstliche Intelligenz bei der Bereitstellung neuer Produkte und neue packende Konsumentenerfahrungen. Die Digitalisierung birgt jedoch auch Herausforderungen für die Internetsicherheit. Darauf müssen wir mit robusten Systeme vorbereitet sein, die mit den rasanten Entwicklungen in diesem Bereich Schritt halten können.

2017 schied Joe Fabbri, Leiter Environment, Health and Safety (EHS) und Nachhaltigkeit, aus der Konzernleitung aus. Seine EHS-Verantwortlichkeiten wird Simon Halle-Smith, Leiter Human Resources, übernehmen, während Willem Mutsaerts sich zusätzlich zu seiner Rolle als Leiter Global Procurement dem Bereich Nachhaltigkeit widmen wird. Aus der Konzernleitung waren im Januar 2018 noch weitere Änderungen zu melden. Nach seiner aussergewöhnlichen 23-jährigen Karriere bei Givaudan wird Mauricio Graber, Präsident der Division Aromen, Givaudan verlassen und als CEO zu Chr. Hansen wechseln. Wir sind in der glücklichen Lage, eine starke Gruppe hochrangiger Führungskräfte und ein ausgezeichnetes Talent- und Nachfolgeprogramm bei Givaudan zu haben und konnten daher Louie D'Amico, zurzeit Leiter Aromen in Amerika, zum 1. April 2018 als neuen Präsidenten der Division Aromen in die Konzernleitung aufnehmen. Ich möchte Joe Fabbri und Mauricio Graber herzlich für ihren grossartigen Beitrag und ihre vielen Errungenschaften bei Givaudan danken.

Wir werden unseren Fokus weiter auf die Entwicklung unserer Mitarbeitenden setzen, um sicherzustellen, dass wir auf allen Ebenen ein starkes Team haben.

Ich bin überzeugt, dass Givaudan ihren erfolgreichen Weg fortsetzen, mit ihren Kunden wachsen und Konsumenten auch in Zukunft mit inspirierenden Geschmacks- und Geruchserlebnissen begeistern wird. Durch organisches Wachstum, unseren aktiven Akquisitionsansatz, mit dem wir uns Chancen in benachbarten Bereichen erschliessen, und durch gleichzeitige strikte Kostenkontrolle sind wir für die Zukunft und langfristigen Erfolg gut aufgestellt.

Ich konnte im vergangenen Jahr auf der ganzen Welt viele unserer Mitarbeitenden kennen lernen, und ich bin stolz auf ihren Beitrag, den sie alle jeden Tag zum Erfolg von Givaudan leisten. Ich bedanke mich herzlich bei meinen Kolleginnen und Kollegen im Verwaltungsrat, der Konzernleitung und bei allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auf der ganzen Welt für ihr grosses Engagement und ihre Unterstützung.

Zu guter Letzt möchte ich mich ganz herzlich bei unseren Aktionärinnen und Aktionären für ihr Vertrauen bedanken. Ich bin sicher, dass Givaudan ihren Weg der langfristigen Wertschöpfung für alle unsere Interessengruppen auch in den nächsten Jahren fortsetzen wird.

Calvin Grieder
Präsident

1. <http://pubdocs.worldbank.org/en/997531493655496869/Global-Economic-Prospect- June-2017-Highlights-Chapter-1.pdf>

Rückblick des CEO

Starke Partnerschaften mit wichtigen Interessengruppen aufbauen

Gilles Andrier, Chief Executive Officer, beantwortet Fragen der Aktionäre zu den Ergebnissen von Givaudan für das Geschäftsjahr 2017, dem zweiten Jahr der Umsetzung unserer 2020 Strategie und bietet einen Ausblick auf die wichtigsten Prioritäten für 2018.

Welche wesentlichen finanziellen Erfolge hat Givaudan 2017 erzielt?

Nach den soliden Ergebnissen 2016, dem ersten Jahr unserer 2020 Strategie, konnten wir 2017 die positive Geschäftsdynamik beibehalten und in der zweiten Jahreshälfte von verbesserten Rahmenbedingungen profitieren. Unser Umsatzwachstum mit einem Umsatz von CHF 5'051 Millionen bedeutet einen Zuwachs von 4.9% auf vergleichbarer Basis und 8.3% in Schweizer Franken, und wir erreichten einen freien Cashflow von 11.8% des Umsatzes. Beide Ergebnisse erfüllen unsere durchschnittlichen finanziellen Ziele für 2020. Unser Wachstum war über die beiden Divisionen Aromen und Riechstoffe hinweg ausgewogen. Zudem machten wir weiterhin grosse operative Fortschritte in allen Bereichen der strategischen Säulen unserer Strategie für 2020.

Welche Herausforderungen gab es, und wie haben Sie diese gemeistert?

Zwar konnten wir im zweiten Halbjahr 2017 von verbesserten externen Marktbedingungen profitieren, doch der Markt bleibt insgesamt herausfordernd – insbesondere angesichts des

Drucks von unseren Kunden, die Märkte mit schnell und ständig veränderlichen Kundenwünschen bedienen müssen. Das Tempo des Wandels scheint nicht nachzulassen, doch dank unserer Fähigkeit, aktiv darauf einzugehen, konnten wir die Herausforderungen meistern und uns neue Chancen erschliessen.

Nach längerer Zeit des schwachen makroökonomischen Wachstums in den reifen Märkten konnten wir dort nun endlich wieder Zuwächse in Westeuropa, den USA und Japan verzeichnen. Eine Reihe wachstumsstarker Märkte sowohl in Afrika und dem Nahen Osten als auch in Europa zeigten eine gute Dynamik. Auch in anderen wachstumsstarken Märkten war eine positive Entwicklung zu verzeichnen, vor allem im zweiten Halbjahr in China. Wir sind davon überzeugt, dass diese Märkte weiterhin einen wichtigen Beitrag zu unserem Wachstum leisten werden.

Wir beschleunigen die Umsetzung unserer lokalen und regionalen Kundenstrategie weiterhin, bauen unsere Kapazitäten bei natürlichen Ingredienzien und stärker integrierten Lösungen aus und investieren in unsere Geschäfte, indem wir unsere Präsenz speziell in wachstumsstarken Märkten ausbauen. Wir konnten den Grundstein legen für unseren neuen Riechstoffproduktionsbetrieb im chinesischen Changzhou, der unsere Produktionskapazität in der Region Asien-Pazifik erheblich erweitern wird. Wir eröffneten ein neues Kreativzentrum in Mexiko-Stadt, um in dieser Region eine noch grössere Nähe zu wichtigen Kunden und ihren Märkten zu schaffen. Ein neues Riechstoffverkapselungszentrum wird 2018 in Singapur seinen Betrieb aufnehmen, um unsere Führungsposition bei Verkapselungstechniken zu stärken und unsere Produktionskapazitäten zu erweitern. Wir haben ausserdem weiter in unser neues Werk für kulinarische Aromen im indischen Pune investiert.

Wir haben weiterhin grosse operative Fortschritte in allen strategischen Bereichen erzielt.



Gilles Andrier, Chief Executive Officer

Unsere jüngsten strategischen Akquisitionen und unsere Stärken bei der Beschaffung natürlicher Ingredienzien positionieren uns bei unseren Kunden als Anbieter natürlicher Lösungen.

Die Nachfrage der Konsumenten nach natürlichen Ingredienzien nimmt stetig zu, speziell im Bereich Aromen. 43% der Konsumenten geben an, dass der Claim „100% natürlich“ eine grosse Rolle bei ihren Kaufentscheidungen spielt. Darauf reagieren wir laufend – zuletzt mit unseren jüngsten strategischen Akquisitionen, die uns gemeinsam mit unseren Stärken bei der Beschaffung natürlicher Ingredienzien bei unseren Kunden als Anbieter natürlicher Lösungen positionieren.

Welche Rolle spielten Akquisitionen im Jahr 2017 für die Unterstützung des Kundenwachstums?

Bei unserem Akquisitionskonzept identifizieren wir Unternehmen, die unsere vorhandenen Fähigkeiten stärken oder ergänzen und es uns ermöglichen, unseren Kunden noch mehr Lösungen anzubieten. Wir haben dieses Jahr in der Division Aromen mit der Akquisition von Activ International und Vika B.V. und der Ankündigung der Akquisition der Nahrungsmitteldivision der Centroflora Group drei wichtige Meilensteine erreicht. Damit untermauern wir unsere Verpflichtung, unseren Kunden eine breitere Palette an Aroma- und Geschmackslösungen zu bieten, die den Wünschen der Kunden nach „Clean Label“- , biologisch angebauten und natürlichen Zutaten entsprechen. Auch die Integration von Spicetec schreitet gut voran und führt bereits zu neuen geschäftlichen Chancen.

Um die Kapazitäten unseres Riechstoffgeschäfts zu erweitern, nahmen wir exklusive Verhandlungen zum Erwerb von Expressions Parfumées auf, einem französischen Riechstoffkreateur mit einem grossen lokalen Kundenstamm. Das Unternehmen hat als erster Parfümhersteller das Label „French Origin Guaranteed“ erhalten und gilt als Pionier für natürliche Riechstoffe. Bei allen Akquisitionen ist es wichtig, dass uns die Integration so reibungslos wie möglich gelingt und dass wir gemeinsam den weiteren Auf- und Ausbau unseres Geschäfts vorantreiben.

Welche Fortschritte wurden bei Givaudan Business Solutions (GBS) erreicht?

Es ist ein Grundpfeiler unseres Geschäfts, sicherzustellen, dass wir unseren Kunden überall dort, wo sie mit uns in Berührung kommen, Hervorragendes bieten, und unsere neue GBS-Organisation hilft uns dabei, dies zu erreichen. GBS ist das Fundament unserer strategischen Säule „qualitativ erstklassige Leistungen erbringen“. Nach der umfassenden Planungsphase haben wir im Sommer 2017 mit der gestaffelten Implementierung von GBS zunächst in Europa und Asien-Pazifik begonnen. GBS wird erstklassige Dienstleistungen und Lösungen bereitstellen, um unser Unternehmen bei der Verbesserung der operativen Effizienz und der Steigerung der Agilität zu unterstützen.

GBS wird erstklassige Dienstleistungen und Lösungen bereitstellen, um unser Unternehmen bei der Verbesserung der operativen Effizienz und der Steigerung der Agilität zu unterstützen.

Im Dezember 2017 wurde unser neues GBS-Zentrum in Kuala Lumpur offiziell eröffnet, das strategisch günstig in Malaysia angesiedelt ist, damit Givaudan ihren Kunden überragende Erlebnisse schaffen, in der Region weiter wachsen und ihre Ziele für 2020 erreichen kann. Neben Kuala Lumpur haben wir den Aufbau zweier weiterer regionaler GBS-Delivery-Zentren in Budapest und Buenos Aires fortgesetzt.

Welche Rolle haben Partnerschaften 2017 bei der Umsetzung der 2020 Strategie gespielt?

Durch unsere Kooperation mit Innovatoren, Lieferanten, Mitarbeitenden und den Gemeinschaften, in denen wir tätig sind, fördern wir verantwortungsbewusstes und nachhaltiges Wachstum.

Wir arbeiten mit einer ganzen Reihe externer Kooperationspartner zusammen, um durch Innovation neue Werte zu schaffen. Dazu zählt die Einführung des Programms MISTA, das auf die Erbringung von Dienstleistungen für Start-up-Unternehmen hauptsächlich in der Bay Area von San Francisco spezialisiert ist und unser Geschäftsmodell für neue Produktentwicklungen erweitert. Als Gründungspartner von MassChallenge Switzerland knüpfen wir Kontakte zu neu gegründeten High-Tech-Unternehmen, die unser Geschäft voranbringen können, und führen Gespräche mit mehreren diesjährigen Finalisten. Unsere Investition in Sensorwake, ein französisches Start-up-Unternehmen, demonstriert mit dem ersten olfaktorischen Wecker der Welt unsere Fähigkeit, neue Chancen für Dufterlebnisse zu schaffen.

Wir haben offiziell DreamScentz™ eingeführt, eine zum Patent angemeldete Technologie, die auf die Kraft von Düften zur Verbesserung der Schlafqualität setzt und die in jahrelanger Forschungsarbeit in unserem Exzellenzzentrum für Sensorik in Ashford entwickelt wurde. Weitere Erfolge 2017 waren beispielsweise FreezeFrame®, eine Technologie, die Convenience-Produkten mehr Geschmack und Frische verleiht, sowie PrimalHyal™ Gold, der jüngste Neuzugang von Active Beauty, der bei den Global Beauty Industry Awards als „Best Colour Cosmetics Ingredient“ ausgezeichnet wurde.

Unsere partnerschaftliche Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten ist ebenfalls ein massgeblicher Faktor für unsere Ziele für 2020. Um unsere Verpflichtung zu nachhaltiger Beschaffung zu erfüllen, haben wir mit „Sourcing for Shared Value“ ein Konzept eingeführt, das drei zentrale Bereiche abdeckt: verantwortungsbewusste Beschaffung, Beschaffung in den Ursprungsländern und Unterstützung lokaler Gemeinschaften in den Ursprungsländern. Das Konzept stärkt unseren Beitrag zum Erhalt der Umwelt, fördert das Wohlergehen der Gemeinschaften, aus denen wir unsere Rohstoffe beziehen, und unterstützt die langfristige Schonung der Ressourcen.

Investitionen in unsere Mitarbeitenden sind ein wesentliches Element, um unseren nachhaltigen Erfolg sicherzustellen.

Dabei entwickeln wir die Fertigkeiten unserer Mitarbeitenden weiter, fördern eine vielfältige Belegschaft und setzen auf Nachfolgeplanung, um Givaudan zu einem bevorzugten Arbeitgeber zu machen. In diesem Zusammenhang hat unser Leadership-Senses-Programm in diesem Jahr einen wichtigen Meilenstein erreicht: Alle vier Programme – Begin, Grow, Evolve und Enhance – sind nun eingeführt. Mehr als 600 Führungskräfte haben bisher von diesen speziell auf Führungskompetenzen ausgerichteten Programmen profitiert. Sie unterstützen ferner unsere gezielte Nachfolge- und Talentplanung, dank der wir unseren Mitarbeitenden interessante und vielfältige Karrierechancen bieten und wichtige Positionen mit eigenen Kräften besetzen können.

Nachhaltigkeit ist ein entscheidender Faktor der 2020 Strategie. Was hat „Die Zukunft im Blick“ damit zu tun?

Nachhaltigkeit spielt eine immer grössere Rolle für uns, unsere Kunden, die Konsumenten und die Gesellschaft allgemein. Wir fokussieren unsere Programme auf die drei zentralen Bereiche Beschaffung, Innovation und Umwelt und bündeln diese unter dem Dach von „Die Zukunft im Blick“. Indem wir bei der Beschaffung unserer Rohstoffe, bei der Entwicklung unserer Produkte, und bei der Verbesserung unserer Ökobilanz verstärkt auf nachhaltige Praktiken setzen, können wir die aktuellen Bedürfnisse unserer Kunden besser erfüllen und sind gleichzeitig auf die sich ständig verändernden Herausforderungen für unsere Branche, unsere Umwelt und die Gesellschaft vorbereitet.

Wir erhielten das dritte Jahr in Folge die Anerkennung unserer führenden Rolle im Kampf gegen den Klimawandel und wurden von CDP für 2017 mit A bewertet.

Im Rahmen unserer „Road to Paris“-Verpflichtungen haben wir die Umsetzung ehrgeiziger wissenschaftlich gestützter Ziele zur Verringerung der Treibhausgasemissionen angekündigt. Wir wollen den Treibhausgasausstoss aus unseren Betrieben und unserer Energieversorgung bis 2030 um 30% reduzieren; die Emissionen unserer Lieferkette sollen im gleichen Zeitraum um 20% gesenkt werden. Ausserdem setzen wir verstärkt auf erneuerbare Energien und planen, bis 2025 100% unseres Bedarfs aus erneuerbaren Quellen zu decken. Wir erhielten das dritte Jahr in Folge eine Anerkennung des Carbon Disclosure Project (CDP) für unsere führende Rolle im Kampf gegen den Klimawandel und wurden 2017 insgesamt mit „A“ bewertet. Ausserdem sind wir dem World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) beigetreten und engagieren uns dort gemeinsam mit über 200 führenden Unternehmen dafür, die weltweiten Ernährungssysteme zu transformieren.

Wo liegen 2018 die Prioritäten für das Unternehmen?

Wir werden uns weiter der Umsetzung unserer 2020 Strategie widmen und dabei ein waches Auge auf das sich ändernde Marktumfeld haben und unsere Kundenorientierung beibehalten.

Wir reagieren auf die sich rasant wandelnden Vorlieben der Konsumenten und unterstützen unsere Kunden dabei, ihre Marken begehrenswert und erfolgreich zu machen. Dabei werden wir sich bietende Gelegenheiten wahrnehmen und weitere Unternehmen erwerben, die unsere Fähigkeiten verstärken. Wir werden die Implementierung von GBS fortsetzen und damit die zusätzlichen finanziellen Ressourcen freisetzen, die wir benötigen, um in den nächsten Jahren gemeinsam mit unseren Kunden zu wachsen.

Um auch zukünftig zu gewährleisten, dass wir unseren Kunden die Innovationen liefern, die sie benötigen, müssen wir an unserer Innovationskultur festhalten und neue Wege finden, Dinge anders zu tun, wenn wir Marktführer bleiben wollen. Im Zuge der Digitalisierung ergeben sich viele Chancen, differenzierende Dienstleistungen zu entwickeln und neue Wege der Zusammenarbeit mit Kunden, Partnern und Mitarbeitenden zu finden.

Unsere Mitarbeitenden sind das Herzstück unseres Unternehmens, und wir werden uns auch weiterhin bemühen, Givaudan zu einem attraktiven Arbeitnehmer zu machen, bei dem jeder und jede Einzelne zum Erfolg beitragen kann. Dazu bauen wir auch auf unsere starke, effektive Nachfolgeplanung, die es uns ermöglicht, Führungspositionen mit erfahrenen Kräften aus eigenen Reihen zu besetzen und unsere 2020 Strategie erfolgreich zu verwirklichen.

2018 ist für uns ein besonderes Jahr: Seit 250 Jahren sprechen wir die Sinne der Menschen an und verfolgen heute wie gestern das eine Ziel, in unserem Streben nach einem besseren Morgen mit unseren Kreationen jeden Tag und überall Emotionen zu wecken.

Ich bin sehr auf das vor uns liegende Jahr gespannt und freue mich auf unseren weiteren gemeinsamen Weg zu unseren Zielen für 2020.



Gilles Andrier
Chief Executive Officer

Unsere Wertschöpfungskette

Unsere Kunden im Fokus

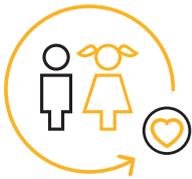
Wir sind bestrebt, innovative, nachhaltige und hochwertige Produkte zu liefern, Werte zu schaffen und so ein überragendes Kundenerlebnis zu gewährleisten.

Unsere Geschäftsplanung bis 2020 unter dem Motto „Verantwortungsbewusstes Wachstum. Gemeinsamer Erfolg“ ist Ausdruck unseres Strebens, Werte zu schaffen und gemeinsam mit unseren Kunden erfolgreich zu sein. Erfolg bedeutet für uns, den Kunden bestmöglich in den Mittelpunkt zu stellen – in unserer Strategie, unserer Ausführung und bei unseren alltäglichen Aktivitäten. Unsere Kunden sollen wahrnehmen, dass wir eine echte Bindung mit ihnen entlang der gesamten Wertschöpfungskette suchen. Wir wissen, wie wichtig es ist, unser Angebot auf die individuellen Bedürfnisse unserer globalen, internationalen, regionalen und lokalen Kunden abzustimmen.



Unsere Kompetenzen

Konsumenten durch kreative Lösungen begeistern



Konsumentenverständnis

Wir tauchen in das Leben und die Gefühlswelt von Konsumenten auf der ganzen Welt ein, um einzigartige Düfte und Aromen für die Marken unserer Kunden zu kreieren

Globale Expertenteams mit fundiertem Verständnis der Warengruppen, Kulturen und sensorischen Zusammenhänge

Einblicke in die verschiedenen Länder, Lebensphasen und Geschlechter

Flexibles Netzwerk für Konsumententests



Kreation

Wir sind jeden Tag motiviert, bei Konsumenten Begeisterung und Emotionen zu wecken

Ein Team leidenschaftlicher Aromatiker und Parfümeure

Enge Zusammenarbeit mit unseren Kunden

Einzigartige Produktpalette und Ingredienzien



Innovation

Unsere Kultur der Innovation treibt uns an, unsere Wettbewerbsvorteile nachhaltig zu nutzen, neue Horizonte für unsere Geschäfte zu eröffnen und unseren Kunden bahnbrechende Lösungen zu bieten

Forschungs- und Entwicklungsteams, die Bahnbrechendes leisten

Erforschung des Geruchs- und Geschmackssinns im Fokus

Breit gefächertes Produktangebot für ein vielfältiges Kundenportfolio



Operative Stärke

Dank unserer weltweiten Betriebe und schnellen Markteinführungen sind wir als bevorzugter Partner unseren Kunden stets zu Diensten, egal wo sie sind und wann sie uns brauchen

Weltweite Betriebe und lokale Präsenz ermöglichen schnelle Markteinführungen

Exzellente Beschaffungskette zugunsten der Bedürfnisse unserer Kunden

Nachhaltige Beschaffung von Rohstoffen

Unser Geschäftsmodell

Wertschöpfung bei Givaudan

Eingesetztes Kapital► Wertschöpfungsstrategie

Finanzkapital

- Eigenkapital CHF 3'538 Millionen
- Freier Cashflow 11.8% des Umsatzes

Schutz unserer Reputation

- Höchste ethische Standards in den Beziehungen zu unseren Interessengruppen
- Unsere Werte sind in unserem Verhaltenskodex integriert

Mitarbeitende und Talente

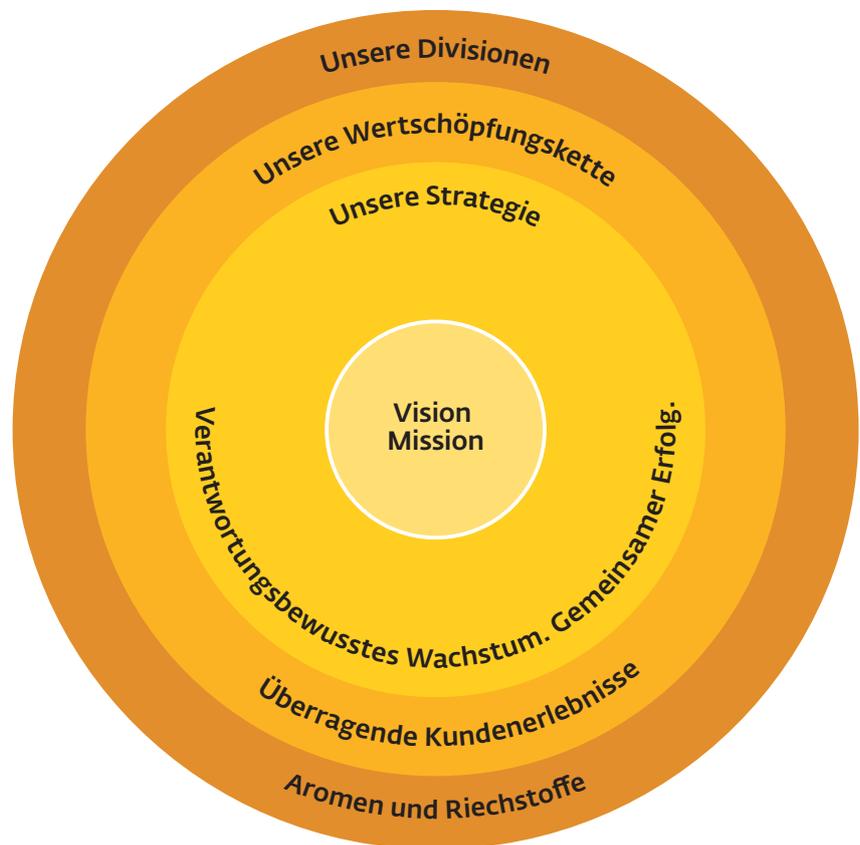
- Entwicklung von Führungskräften auf allen Ebenen
- Engagement zur Schaffung einer vielfältigen Belegschaft
- Jährliche Vergleichsstudien für eine wettbewerbsfähige Vergütungsstruktur

Innovation, Wissenschaft und Technologie

- Investitionen in Forschung und Entwicklung CHF 424 Millionen
- Weltweit 481 Mitarbeitende in Wissenschaft und Technologie
- Gründungspartner von MassChallenge Switzerland

Betrieb

- 46 Produktionsstandorte in 22 Ländern
- Beschaffung von über 10'000 Rohstoffen



◀..... Interne Kontrollmechanismen

Extern

Finanziell und makro-ökonomisch

Megatrends

- Unsere Divisionen – Seite 2
- Unsere Wertschöpfungskette – Seite 10
- Unsere Strategie – Seite 14
- 2017 Annual Report – our vision and mission – Seite 12

.....► Wertschöpfung für unsere Interessengruppen► Ergebnisse 2017

Kunden

- Innovative und nachhaltige Produkte für unsere Kunden
- Richtlinie für verantwortungsbewusste Beschaffung seit 2016; Ziel: verantwortungsbewusste Beschaffung von 90% unseres Rohstoffvolumens aus natürlichen Quellen bis 2020
- Verlässliche Partnerschaft an allen Punkten der Wertschöpfungskette
- Erweiterung unserer weltweiten Präsenz, um die Nähe zu unseren Kunden zu gewährleisten

Verbesserung unserer Kapazitäten im Bereich natürliche Lösungen durch die Akquisition von Activ International

Eröffnung eines neuen Kreativzentrums in Mexiko-Stadt und eines neuen GBS-Zentrums in Kuala Lumpur

Mitarbeitende

- Vielfältige und gerecht entlohnte Mitarbeitende, die in ihrer Welt etwas bewirken können
- Unsere Führungskräfte werden in gezielten Leadership-Programmen für die Zukunft gerüstet
- Spezielle Weiterentwicklung technischer und funktionaler Kompetenzen und Trainee-Programme
- Starke Talent- und Nachfolgeplanung für breit gefächerte Karrierechancen

11'170 Arbeitsplätze weltweit

Förderung von 600 Führungskräften durch das Leadership-Senses-Programm

Seit 2012 wurden 90% der Führungspositionen mit internen Kräften besetzt

Aktionäre

- 17. Dividendenerhöhung in Folge seit der Kotierung an der Schweizer Börse¹
- Steigerung des Börsenkurses

Vorgeschlagene Dividende von CHF 58.00¹

Marktkapitalisierung von CHF 20'794'035'672

Innovatoren

- Förderung divisionsübergreifender Synergien und Wahlmöglichkeiten durch Innovationsportfolios
- Wertschöpfung durch Innovation zur Unterstützung unserer Kunden heute und morgen
- Aufbau strategischer Partnerschaften in verschiedenen Innovationsökosystemen
- Erforschung von Geschäftsanwendungen, die durch neue digitale Trends möglich werden

MISTA-Programm gestartet: Fokus auf die Erbringung von Dienstleistungen für Start-up-Unternehmen

Einmalige Investition in Sensorwake

Dreijährige Kooperation mit CentraleSupélec

Lieferanten

- Langfristige Partnerschaften, direkte Präsenz und Kooperation mit Produzenten und Lieferanten in den Ursprungsländern
- Partnerschaftliche Zusammenarbeit mit Lieferanten zur Verbesserung der Ökobilanz der eingekauften Waren und Dienstleistungen
- Erschliessung von Kapazitäten durch die Innovationsbefähigung von Lieferanten, um die Innovationskraft auf beiden Seiten zu fördern

SOMAVA, ein neues Joint Venture mit Henri Fraise & Fils. 100% unserer Vanilleschoten aus Madagaskar aus der Ernte 2017 stammen aus diesem neuen Joint Venture

Partnerschaften und langfristige Verträge mit Lieferanten zur Sicherung der Versorgung und Verringerung von Preisschwankungen

Gesellschaft

- Soziale und ökologische Projekte zur Unterstützung der lokalen Gemeinschaften, aus denen wir Rohstoffe beziehen
- Lokale Green Teams, die sich in den Gemeinschaften engagieren, in denen wir tätig sind
- Unterstützung der Givaudan Foundation beim Schutz und bei der Zukunftssicherung der Gemeinschaften und ihrer sensiblen Umwelt

„Fair for Life“-Zertifizierung unserer Nelkenblattölproduktion

Aktive Green Teams an 61 Standorten von Givaudan

Spenden von insgesamt CHF 1'503'925 für gemeinnützige Zwecke in lokalen Gemeinschaften

.....► Interne Kontrollmechanismen►

Nachhaltigkeit

Regulierung

1. Vorbehaltlich der Genehmigung durch die Aktionäre bei der Generalversammlung am 22. März 2018.

Unsere 2020 Strategie

Verantwortungsbewusstes Wachstum.

Gemeinsamer Erfolg.

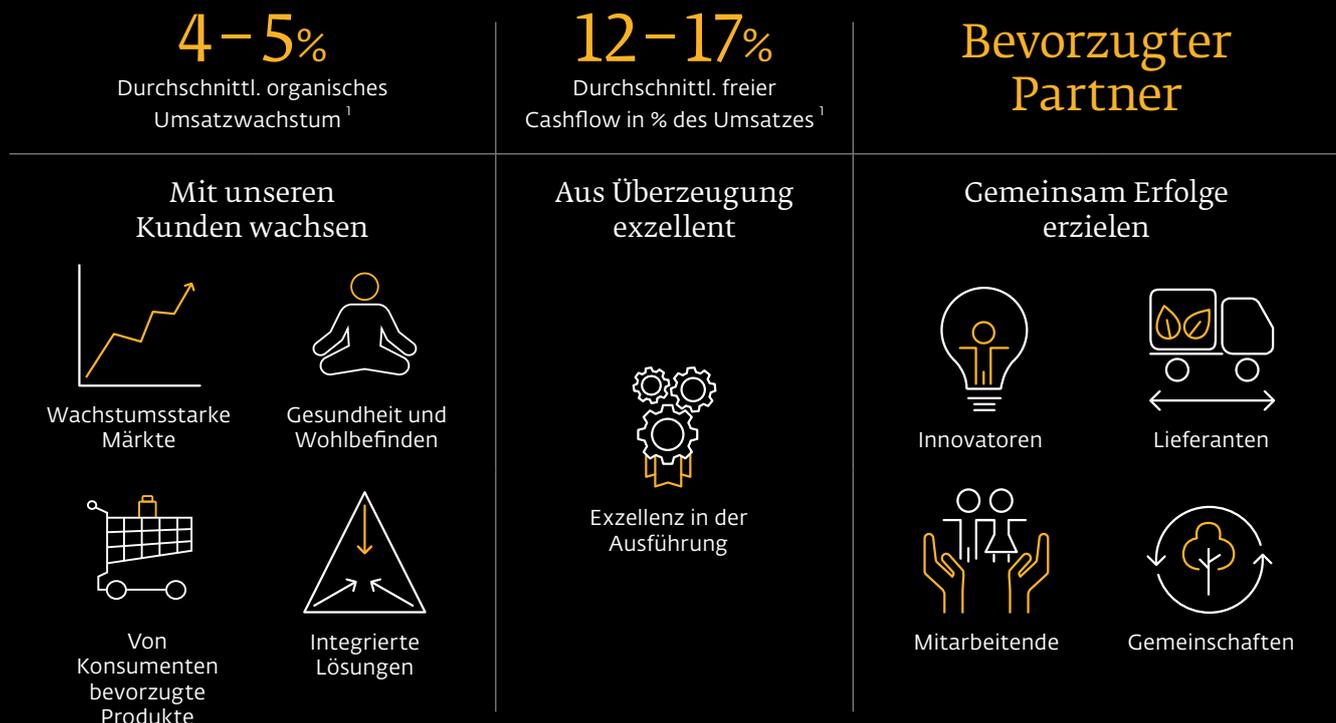
Wir haben uns bis 2020 zum Ziel gesetzt, für unsere Stakeholder durch nachhaltiges und verantwortungsbewusstes Wachstum und gemeinsame Erfolge Wert zu schaffen.

Bevorzugter Partner unserer Kunden zu sein, ist eines unserer strategischen Ziele. Dessen Erreichung messen wir an den Werten, die wir gemeinsam mit unseren Kunden durch nachhaltiges, verantwortungsbewusstes Wachstum schaffen.

Dabei setzen wir auf gemeinsamen Erfolg mit unseren Mitarbeitenden, Lieferanten und Partnern in Wissenschaft und Technologie, die alle eine wichtige Rolle bei der Erreichung dieses Ziels spielen.

Für 2020 streben wir an, durch verantwortungsbewusstes, profitables Wachstum weitere Wertschöpfung zu erzielen, indem wir auf unsere drei strategischen Säulen bauen: mit unseren Kunden wachsen, aus Überzeugung exzellent und gemeinsam Erfolge zu erzielen. Dieses geplante Wachstum entspricht finanziellen Zielen von durchschnittlich 4 – 5% Umsatzzuwachs und 12 – 17% freiem Cashflow über einen Fünf-Jahres-Zeitraum bis 2020.

In den ersten beiden Jahren unserer Strategieumsetzung sind wir auf gutem Weg, unsere finanziellen Ziele zu erreichen, und machen bei jeder unserer strategischen Säulen starke operative Fortschritte.



1. Über einen Fünf-Jahres-Zeitraum bis 2020.

Mit unseren Kunden wachsen Kapazitäten nutzen, um Erfolge voranzutreiben

4.9% organisches Umsatzwachstum

Wir stellen unsere Kunden in den Mittelpunkt unseres Handelns und nutzen unser Know-how in Bezug auf Märkte und Konsumentenvorlieben, um ihnen bei der Weiterentwicklung ihrer Marken zu helfen.

Wir haben uns mit einem organischen Umsatzwachstum von durchschnittlich 4 – 5% für den Fünf-Jahres-Zeitraum bis 2020 ein ehrgeiziges Ziel gesetzt. Mit CHF 5'051 Millionen, einer Zunahme um 4.9% auf vergleichbarer Basis, sind wir 2017 auf gutem Weg dorthin.



Wachstumsstarke Märkte

Wir konzentrieren unsere Ressourcen auf den laufenden Ausbau unserer Präsenz in Märkten mit hohem Wachstumspotenzial, in denen wir unsere Kunden bei der Weiterentwicklung ihrer Geschäfte unterstützen können.

Wichtige Errungenschaften 2017:

- **Silberjubiläum in Singapur.** Unser Standort in Singapur konnte einen wichtigen Meilenstein feiern: 25 Jahre Erfolg und gute Ergebnisse im Markt.
- **Baustart des neuen Riechstoffverkapselungszentrums in Singapur.** Das Zentrum, dessen Fundament bereits gelegt ist und das 2018 seinen Betrieb aufnehmen soll, wird unsere Führungsposition in der Verkapselungstechnologie festigen und unsere Produktionskapazitäten vergrössern.
- **Eröffnung des Kreativzentrums für Riechstoffe in Mexiko-Stadt.** Das in strategischer Nähe zu wichtigen Kunden und deren Märkten befindliche neue Zentrum bietet neben der fachmännischen Entwicklung von Riechstoffen auch Evaluierungsdienste für kundenspezifische Riechstoffe.

Erfolgsgeschichte

Jubiläum an Vorzeigestandort

Seit seiner Eröffnung 2012 versetzt uns unser Produktionsbetrieb im ungarischen Makó in die Lage, die steigende Nachfrage unserer Kunden nach Schnelligkeit, Flexibilität und Qualität zu erfüllen. Dank seiner grossen Produktionskapazität und des hohen Automatisierungsgrades setzt der Betrieb neue Massstäbe bei der Umsetzung unserer Philosophie „Aus Überzeugung exzellent“. In seinen ersten fünf Betriebsjahren hat der Standort Makó viele Meilensteine beispielsweise in puncto Service, Qualität, Kosten, Sicherheit und Nachhaltigkeit erreicht. Der Standort repräsentiert nicht nur die führende Position, die Givaudan in der Branche einnimmt. Er demonstriert unseren Kunden auch, dass wir ständig bestrebt sind, überragende Kundenerlebnisse zu schaffen.



Der Aromenproduktionsbetrieb von Givaudan im ungarischen Makó

- **Produktionszentrum für Riechstoffe in China.** Im vergangenen Jahr wurde das Fundament für unseren neuen Betrieb in Changzhou in der Provinz Jiangsu gelegt, der unsere Fertigungskapazität in China erheblich erweitern soll. Mit einem Investitionsvolumen von ungefähr CHF 100 Millionen ist es unsere bisher grösste Investition in China.

Erfolgsgeschichte

Innovative Denkweise und Austausch

Unser neues Kreativzentrum für Riechstoffe in Mexiko-Stadt bietet ein Umfeld, in dem innovative Denkweisen, Austausch und Zusammenarbeit kultiviert werden. Gleichzeitig garantiert es die Nähe zu wichtigen Kunden und deren Märkten. Auf rund 2'800 Quadratmetern Fläche sind unsere Kreativ- und Entwicklungsteams, Anwendungs- und Technologiellabore, unser Marketing und unsere Konsumentenmarktforschung sowie unsere kommerziellen Teams für Mexiko und Mittelamerika untergebracht. Das Zentrum wird zukünftig eine wichtige Rolle spielen und neben fachmännischem Know-how und fundierten Fachkenntnissen in der Entwicklung von Riechstoffen auch Evaluierungsdienste für kundenspezifisch kreierte Riechstoffe für exklusive Parfüms anbieten. Seit den Anfängen unseres Mexikogeschäfts im Jahr 1949 setzen wir auf stetige Innovation und Entwicklung, um auf Geschmackstrends zu reagieren, die sich ständig verändern und weiterentwickeln. Indem wir unsere Kreativkapazitäten in Mexiko und Mittelamerika erweitern, unterstützen wir das langfristige Wachstum in dieser Region, die ein wichtiger Markt für unsere 2020 Strategie ist.



Neues Kreativzentrum für Riechstoffe in Mexiko



Gesundheit und Wohlbefinden

Wir können Kunden auf vielerlei Arten mit neuen Lösungen helfen, die steigende Nachfrage der Konsumenten nach Produkten zur Ernährung und eine gesunde Lebensweise zu befriedigen.

Wichtige Errungenschaften 2017:

- **Geschmacksmerkmale spielen eine wesentliche Rolle für den Erfolg von gesunden Produkten.** Wir haben wesentliche Fortschritte bei der Unterstützung unserer Kunden in vielen Geschmacksbereichen gemacht, beispielsweise über Zuckerersatzstoffe hinaus zu denken, und bei Fortschritten in der Geschmackstechnologien für wohlschmeckende Pflanzen- und Milchproteine für Fleischersatz und Nahrungsergänzungsgetränke.
- **Auszeichnungen für Revivyl™.** Dank unserer Fortschritte im Mikrobiombereich sind wir mit zwei wichtigen Branchenpreisen für einen mikrobiombasierten Inhaltsstoff ausgezeichnet worden und erzielen damit im Markt zunehmend Erfolge.
- **Partnerschaft mit Draco Natural Products.** Wir sind eine strategische Partnerschaft für die Entwicklung einer neuen eigenen Linie bioaktiver pflanzlicher Inhaltsstoffe auf der Grundlage der traditionellen chinesischen Medizin für unseren Bereich Active Beauty eingegangen. Die Expertise von Draco bei Produkten, die nach natürlichem Vorbild geschaffen werden, wird unser Portfolio an Ingredienzien um innovative Lösungen bereichern.
- **Markteinführung von BisaboLife™ durch Active Beauty.** Dieses durch einen exklusiven Fermentationsprozess gewonnene nachhaltige Molekül wird vollständig biologisch produziert und ist speziell für die Pflege empfindlicher Haut und Kopfhaut geeignet.

Erfolgsgeschichte

Vorreiter bei nachhaltigen Nahrungsmitteln

Wir verfolgen eine umfassende Strategie, um die wachsende Nachfrage nach natürlichen Ingredienzien, „Clean Label“-Produkten, Nachhaltigkeit und Produkten für Gesundheit und Wellness zu befriedigen, und setzen dabei einen starken Fokus auf natürliche Aromen.

Um die Erweiterung unserer Kapazitäten bei natürlichen Aromen und unsere Vorreiterrolle in diesem Bereich zu kommunizieren, haben wir uns als Sponsor und Aussteller an den vier „Sustainable Foods Summits“ 2017 beteiligt – in San Francisco, Amsterdam, São Paulo und Singapur. Dabei hatten wir die Gelegenheit, mit Führungskräften aus der ganzen Branche Gespräche zu wichtigen Themen der Nachhaltigkeit zu führen. Indem wir gemeinsam Erfolge erzielen, können wir mit unseren Kunden wachsen. Dies ist eine massgebliche Säule unserer 2020 Strategie.

Erfolgsgeschichte

Schönheit aus der Natur

Bei unserer Suche nach nachhaltigen Alternativen für den Schönheitspflegemarkt haben wir einen neuen Inhaltsstoff auf den Markt gebracht, der vollständig biologisch produziert wird. Er stärkt und beruhigt speziell empfindliche Haut und Kopfhaut und stellt deren Wohlbefinden wieder her.

BisaboLife™ erfüllt die Ansprüche von Konsumenten, die Gesundheit und Wellness zunehmend in ihren Alltag integrieren und ein Bewusstsein für Nachhaltigkeit haben. Für unsere Kunden ist dieser Inhaltsstoff eine innovative Lösung, um diese Ansprüche zu erfüllen und Ingredienzien zu ersetzen, die nicht aus nachhaltigen Quellen stammen. Marken setzen auf diesen neuen biologisch produzierten, natürlichen Rohstoff, den Konsumenten mit empfindlicher Haut als wohltuend erleben.

Der neue Inhaltsstoff vereint unser wissenschaftliches Know-how mit moderner Technologie und verantwortungsbewusster Innovation. Wir verpflichten uns, für unsere Kunden innovative neue Produkte zu entwickeln, die in nachhaltigen Prozessen entstehen und die Umwelt schonen.



Von Konsumenten bevorzugte Produkte

Wir stellen unsere Kunden in den Mittelpunkt unseres Handelns, weil wir wollen, dass sie sich geschätzt, sicher und verstanden fühlen. Wir sind an allen Punkten der Wertschöpfungskette ein verlässlicher Partner.

Wichtige Errungenschaften 2017:

- **Erweiterung unseres Programms an natürlichen Aromen.** Mit unserer verlässlichen Beschaffung, unserem fundierten Fachwissen und unserer Expertise für natürliche Aromen sind wir gut aufgestellt, um unsere Kunden mit natürlichen Lösungen zu versorgen.
- **Schaffung eines Bewusstseins für natürliche Aromen.** Im Rahmen einer digitalen Kampagne der Division Aromen wurden auf all unseren Social-Media-Kanälen einzigartige Posts dazu genutzt, unsere wachsenden Kapazitäten bei natürlichen Aromen und natürlichen Lösungen für Nahrungsmittel zu präsentieren.

Erfolgsgeschichte

Die Neuerfindung des Zitrusdufts

Die Familie der Zitrusaromen ist ein wichtiger Bestandteil in der Palette unserer Parfümeure. Wir haben diese Ingredienzien neu erfunden, damit sich unsere Kreativteams davon neu inspirieren lassen können.

Dazu haben wir diese olfaktorische Familie modernisiert, beziehen Rohstoffe in höchster Qualität im Ursprungsland und verarbeiten sie in unserem kreativen Produktionskonzept. Darüber hinaus haben wir verschiedene Produktionstechniken kombiniert, um die olfaktorischen Visionen unserer Parfümeure zu beflügeln und ihnen die Kreation einer Kollektion ansprechender Zitrusaromen zu ermöglichen. Daraus entstand eine exklusive Zitruskollektion, die Kunden durch ihre Differenzierung von Kopf- bis Basisnoten anspricht.



- **Partnerschaft mit Condé Nast.** Wir haben Studierende in der Wahrnehmung und im Verständnis von Riechstoffen am Center of Fashion & Design von Condé Nast in Schanghai geschult, um chinesischen Konsumenten die Welt der Parfüms zu erschliessen.
- **Zitrusdüfte neu erfinden.** Wir beziehen hochwertige essenzielle Zitrusöle von italienischen Lieferanten und schaffen mithilfe innovativer Produktionstechnologien neue exklusive Ingredienzien. So konnten wir die Palette unserer Parfümeure um sieben Ingredienzien erweitern und Konsumenten neue unverwechselbare olfaktorische Erlebnisse bereiten: von spritzigen grünen Noten bis hin zu lang anhaltenden Zitrusdüften.
- **Verhandlungen über die Akquisition von Expressions Parfumées:** Mit dieser Akquisition wollen wir unsere Präsenz bei lokalen und regionalen Kunden ausweiten und unsere Kapazitäten bei natürlichen Ingredienzien vergrößern.

Erfolgsgeschichte

Konsumenten wollen natürliche Aromen

Natürlichkeit ist ein wichtiger Nachfragetreiber bei den Verbrauchsgütern des täglichen Bedarfs, denn immer mehr Konsumenten suchen gezielt nach Produkten aus anerkannt natürlichen Quellen, denen sie vertrauen können.

Natürliche Aromen machen einen grossen Teil der globalen Aromenverkäufe von Givaudan aus. Mehr als 90% unserer Innovationsressourcen fliessen in die Erforschung natürlicher Aromen. Auch der Umsatz mit natürlichen Aromen steigt rasant an: Für 43% der Konsumenten spielt die Werbeaussage „100% natürlich“ eine grosse Rolle bei ihren Kaufentscheidungen.

Unsere jüngsten strategischen Akquisitionen, unsere Beschaffungsstärke und unsere Fachkenntnis und Expertise für natürliche Aromen machen uns im Bereich natürliche Lösungen zum bevorzugten Partner unserer Kunden.



Integrierte Lösungen

Wir suchen nach Möglichkeiten, unser Geschäft über unsere Kernkompetenzen Aromen und Riechstoffe hinaus zu erweitern, um das Leistungsversprechen unseres Unternehmens für Kunden weiter zu verbessern und Raum für neues Wachstum zu schaffen.

Im Jahr 2016 haben wir die Akquisitionen von Spicetec Flavours & Seasonings abgeschlossen, was unsere Marktführerschaft bei natürlichen Ingredienzien, Aromen- und Geschmackskonzepten stärkt. Im Jahr 2017 haben wir unsere Kapazitäten an natürlichen und integrierten Lösungen weiter ausgebaut, um unseren Kunden einen Mehrwert zu bieten.

Diese Akquisitionen beinhalten:

- **Activ International**, im Januar zur Stärkung unserer Kapazitäten bei natürlichen kulinarischen Lösungen und Extrakten erworben;
- **Vika B.V.**, im September erworben zur Erweiterung unseres Portfolios natürlicher Milchproduktlösungen und Extrakte;

Erfolgsgeschichte

Erweiterung unseres Portfolios über Aromen hinaus

Givaudan ist bestrebt, verantwortungsbewusstes Wachstum und gemeinsamen Erfolg für Aktionäre, Kunden und alle wichtigen Interessengruppen sicherzustellen. Ein Teil dieser Wachstumsstrategie sind integrierte Lösungen und natürliche Ingredienzien; in diesen Bereichen können wir unser Geschäft über unsere Kernkompetenzen Aromen und Riechstoffe hinaus erweitern.

Bei den natürlichen Lösungen konnten wir unsere Fachkenntnis und Expertise durch die jüngsten Akquisitionen weiter ausbauen und das Angebot an unsere Kunden mit ergänzenden Kapazitäten verbessern.

Die Portfolios dieser Unternehmen – Activ International, Vika B.V. und Centroflora Nutra – tragen zur Stärkung unseres Leistungsversprechens an unsere Kunden bei und eröffnen neue Wachstumschancen für unser Angebot an natürlichen Aromen. Activ bietet Givaudan eine Palette natürlicher und biologischer Aromen, Vika ein breites Spektrum an natürlichen Milchprodukt- sowie kulinarischen Lösungen und Centroflora Nutra botanische Extrakte und Trockenobst.

Alle sind Teil unserer Strategie, unser Geschäft durch natürliche und integrierte Lösungen auszubauen.



- **Centroflora Nutra**, die Nahrungsmitteldivision der Centroflora Group, als Ergänzung unseres globalen Angebots an natürlichen Extrakten und als Erweiterung unserer Präsenz in Brasilien. Wir haben unsere Absicht zum Kauf des Unternehmens im September bekannt gegeben.

Aus Überzeugung exzellent

Streben nach Exzellenz in der gesamten Wertschöpfungskette

11.8% Freier Cashflow
in Prozent des Umsatzes

Wir haben stets die Bedürfnisse unserer Kunden im Blick und streben bei unseren Produkten, Dienstleistungen und Geschäftsprozessen immer nach Exzellenz.

Wir haben uns mit einem durchschnittlichen freien Cashflow von 12 – 17% des Umsatzes ein ehrgeiziges Ziel gesteckt. Mit unserem freien Cashflow 2017 von 11.8% sind wir auf gutem Weg, unser 2020 Ziel zu erreichen.



**Exzellenz in
der Ausführung**

Givaudan Business Solutions

Givaudan Business Solutions (GBS) stellt unsere Verpflichtung, aus Überzeugung exzellent zu sein, auf ein Fundament und soll die interne Effizienz verbessern, praxisbewährte Methoden im ganzen Unternehmen etablieren und unsere Flexibilität erhöhen. Mit GBS können wir überragende Kundenerlebnisse sicherstellen und zur Erreichung unserer finanziellen 2020 Ziele beitragen.

Wir unterstützen das Unternehmen während der Implementierung von GBS mit einem umfassenden Konzept und nutzen unsere starke Position, um in den nächsten drei Jahren nach und nach die für Givaudan am besten geeignete Struktur zu schaffen.

Wichtige Errungenschaften bei GBS 2017:

- **Beginn der Implementierung.** Wir konnten an einigen Pilotstandorten in Europa und für einen begrenzten Umfang der Tätigkeiten in Asien-Pazifik mit der Implementierung von GBS beginnen.
- **Übertragung erster Aufgaben.** Die Aufgaben der früheren Givaudan Finance Services wurden an GBS übertragen. Die Standorte Budapest und Buenos Aires wurden als GBS-Zentren für Europa bzw. Amerika eingerichtet.

Erfolgsgeschichte

Eröffnung unseres neuen GBS-Delivery-Zentrums in Kuala Lumpur

Das neue Givaudan Business Solutions (GBS) Delivery-Zentrum in Kuala Lumpur wurde Ende 2017 offiziell eröffnet. Das Zentrum liegt strategisch günstig in Malaysia und soll von den dortigen Talenten und Technologien profitieren.

Es wird sich zunächst auf Finanz- und Beschaffungsdienste konzentrieren und 2019 mit der Implementierung der gesamten GBS-Tätigkeiten beginnen. Hier werden die Geschäftsdienste und -lösungen angesiedelt, welche die Grundlage für das Wachstum von Givaudan in dieser Region bilden sollen.



Das neue GBS-Zentrum in Kuala Lumpur

- **Eröffnung des Zentrums für Asien-Pazifik.** Kuala Lumpur in Malaysia ist der Standort des GBS-Zentrums für Asien-Pazifik. Das Zentrum wurde im Dezember 2017 eingeweiht.

Information Management & Technology (IM&T)

Unsere IM&T-Teams unterstützen unser Unternehmen als Teil von GBS weiterhin. Durch die optimale Nutzung digitaler Trends und Technologien entwickeln sie differenzierende Dienste und ermöglichen neue Wege der Zusammenarbeit

mit unseren Kunden, Partnern und Mitarbeitenden. Dabei nutzen sie modernste Technologien, um Prozesse wie Lieferkette, Stammdatenmanagement und Beschaffung schneller und intelligenter zu machen.

Wichtige Errungenschaften bei IM&T 2017:

- **Kooperation mit CentraleSupélec.** Wir haben mit diesem französischen Forschungs- und Hochschulinstitut für Wissenschaft und Technik eine dreijährige Partnerschaft vereinbart, die sich auf angewandte Datenwissenschaft in der Welt des Geschmacks- und Geruchssinns konzentrieren wird.
- **Lancierung von GBS.** Wir konnten GBS einen optimalen Start bieten dank der Lieferung digitaler Lösungen in Bereichen wie erweiterter Planung und Servicemanagement, Nutzung künstlicher Intelligenz sowie Automatisierung von Prozessen und Robotik.
- **Gelungene Integration von Soliance, Libragen, Induchem France und Spicetec.** Die jüngst erworbenen Unternehmen wurden zur Unterstützung unserer 2020 Strategien in die Systeme von Givaudan integriert.
- **Entwicklung einer Beauty Fortbildungs-App für Fachleute.** Die neue App von Active Beauty ist für Fachleute gedacht. Ziel ist es, Kunden und Konsumenten weltweit über wissenschaftliche Fortschritte des Unternehmens zu informieren.

Überragende Kundenerlebnisse

Von der Innovation bis zum Verkauf treiben unsere Divisionen Initiativen voran, um zu gewährleisten, dass wir aus Überzeugung exzellent sind und überragende Kundenerlebnisse ermöglichen.

Wichtige Errungenschaften 2017:

- **„Superior Customer Experience (SCE)“.** Unsere Division Aromen hat SCE eingeführt, um alle Mitarbeitenden in ein SCE-Programm einzubinden. Bei SCE geht es darum, dass unsere Kunden sich geschätzt, sicher und verstanden fühlen. Wir wollen Positives bewirken und ihnen Erlebnisse ermöglichen, wann immer und wo immer wir mit ihnen in Kontakt treten.
- **Die zentralen Grundsätze von SCE.** Sechs zentrale Grundsätze erleichtern es den Mitarbeitenden der Division, SCE zu verinnerlichen. Diese Grundsätze sind in unserer Überzeugung verankert, sie definieren unser Verhalten am Arbeitsplatz und helfen uns dabei, unsere kundenorientierte Kultur weiterzuentwickeln. Mithilfe dieser Grundsätze können Mitarbeitende in allen Funktionen leichter nachvollziehen, was SCE bedeutet.

- **Mehrere Auszeichnungen als Lieferant.** Konsumgüter- und Luxusparfümeriekunden aus der ganzen Welt haben uns für unsere Kreativität, Nachhaltigkeit und Kooperation ausgezeichnet.

Exzellenz in der Ausführung

Wir haben uns zur Exzellenz bei der Umsetzung von Klimaschutzmassnahmen verpflichtet und implementieren in unseren Betrieben und darüber hinaus ein ehrgeiziges Umweltschutzprogramm.

Wichtige Errungenschaften 2017:

- **Wissenschaftlich gestützte Ziele.** Wir haben uns wissenschaftlich gestützte ehrgeizige Ziele gesetzt und wollen unsere absoluten direkten und indirekten Treibhausgasemissionen (Scope 1 und 2) zwischen 2015 und 2030 um 30% verringern. Wir planen ausserdem, unsere Scope-3-Treibhausgasemissionen im gleichen Zeitraum um 20% zu reduzieren.
- **CDP-Bewertung A.** Auf der Liste des Carbon Disclosure Project (CPD) sind wir zum dritten Jahr in Folge mit „A“ bewertet worden und gelten damit als eines der Unternehmen, die sich vorbildlich im Kampf gegen den Klimawandel engagieren.

Erfolgsgeschichte

Aus Überzeugung exzellente Produktionsbetriebe

Das Produktionsnetzwerk der Division Aromen umfasst 34 Produktions- und 6 Vertriebsstandorte, an denen jährlich Hunderttausende Tonnen von Ingredienzien und Fertigprodukten hergestellt werden.

In diesem gewaltigen Netzwerk bringt uns jede einzelne Produktivitäts-, Reaktions-, Qualitäts-, Nachhaltigkeits- und Sicherheitsverbesserung unserem Ziel, aus Überzeugung exzellente Produktionsbetriebe zu betreiben, ein Stück näher.

Die Betriebe der Division Aromen nutzen „Lean“-Methoden, um Prozesse zu vereinfachen und Abfall zu verringern, damit unsere Teams noch effizienter und produktiver arbeiten können. Unsere Betriebskosten beispielsweise sind heute so tief wie niemals zuvor.

2017 erreichten unsere Betriebsteams in Singapur und im brasilianischen São Paulo weltweit als erste Aromenproduktionsstandorte von Givaudan die „Lean Silver-Gold“-Akkreditierung.

Gemeinsam Erfolge erzielen

Bevorzugter Partner werden

Bevorzugter Partner

Wir pflegen und schätzen verlässliche Partnerschaften mit unseren wichtigsten Interessengruppen, um gemeinsam Erfolge zu erzielen. Wir setzen auf die Kooperation mit Innovatoren, Lieferanten, Mitarbeitenden und den Gemeinschaften, in denen wir tätig sind, um verantwortungsbewusstes und nachhaltiges Wachstum zu fördern.



Innovatoren

Unsere Innovationskultur treibt uns an, neue Horizonte für unsere Geschäfte zu eröffnen und unseren Kunden differenzierte, nachhaltige Lösungen anzubieten. Durch Vernetzung und Kollaboration stärken wir die interne und externe Zusammenarbeit und pflegen im gesamten Unternehmen einen ganzheitlichen Ansatz für den Umgang mit Partnern, Kunden und Lieferanten.

Wichtige Partnerschaften 2017:

- **Start-up-Unternehmen im Visier.** Wir haben das Programm MISTA auf den Weg gebracht, das auf die Erbringung von Dienstleistungen für Start-up-Unternehmen hauptsächlich in der Bay Area von San Francisco spezialisiert ist. Es erweitert unser Neuproduktentwicklungsmodell, das sich an neu gegründete Unternehmen in der Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie wendet.
 - **Hochschulpartnerschaft.** Studierende der University of California, Berkeley, wirken an einer Initiative zur Wandlung der Fleischindustrie mit. Wir helfen Studierenden dabei, Aromen und Geschmacksstoffe zu entwickeln, die fleischlose Proteine schmackhafter machen.
 - **Investition in Sensorwake.** Eine einmalige Investition wurde in das innovationsfreudige französische Start-up-Unternehmen Sensorwake getätigt, das im Konsumgütersektor tätig ist und den ersten olfaktorischen Wecker der Welt entwickelt hat.
- Unsere divisionalen und globalen Wissenschafts- und Technologieteams fördern Wertschöpfung durch Innovation. Die Errungenschaften dieser Teams im Jahr 2017 haben dazu beigetragen, Werte durch Innovation zu schaffen, das heutige Geschäft zu unterstützen und auszubauen sowie Chancen für zukünftiges langfristiges Wachstum zu erschliessen:
- **Anhaltende Frische.** Markteinführung von FreezeFrame® in der Division Aromen: eine Technologie, mit welcher der Moment eingefangen wird, in dem Ingredienzien am frischesten sind. Damit erhalten Convenience-Produkte einen besonders frischen Geschmack – als wären soeben frische Ingredienzien hinzugefügt worden.
 - **Ausweitung der Käsekapazitäten.** Durch die Akquisition von Vika wurden unsere Kapazitäten im Käsebereich verstärkt.
 - **Weitere Patente für Abgabesysteme.** Wir haben unser Portfolio an Abgabesystemen weiter ausgebaut. Für sieben Systeme wurden Patente erteilt, für sechs weitere wurde ein Patentantrag gestellt.
 - **Markteinführung von Mechacaps® Kiln.** Bei dieser neuartigen Abgabetechnologie werden Riechstoffe in pulverförmigen und flüssigen Waschmitteln kontrolliert freigesetzt, inklusive Einzeldosen.
 - **Globale Auszeichnung für Active Beauty.** Active Beauty wurde für seinen neuen Inhaltsstoff PrimalHyal™ Gold mit dem „Best Colour Cosmetics Ingredient Award“ ausgezeichnet. Dieser mittels nachhaltiger Produktionsverfahren hergestellte Inhaltsstoff ermöglicht die Integration von Hyaluronsäure in ölbasierte Formulierungen wie Kompakt puder, Körperöl und Sonnenöl.
 - **Fruchtiger Neuzugang.** Die Palette der Parfümeure wurde um den intensiven, diffusiven, fruchtigen und naturidentischen Riechstoff Esterly™ erweitert. Er unterstützt und intensiviert saftige, reife und fruchtige Impressionen und verleiht vielen Parfümcreationen eine unverwechselbare Ausstrahlung.

Erfolgsgeschichte

Verbesserung des Geschmackserlebnisses durch Frischelösungen

Wir alle kennen diesen ersten überwältigenden Eindruck von Frische bei Speisen mit frisch verarbeiteten Zutaten. Allerdings lässt sich dieses Geschmackserlebnis, vor allem bei Convenience-Produkten, nicht immer erreichen.

Unsere Aromenteams haben mit FreezeFrame® eine Reihe von Frishegeschmackslösungen entwickelt. Diese Technologie fängt die Frische ein und verleiht Convenience-Food mehr Geschmack und Frische.

Die 2017 zunächst in einer Reihe mit sieben Kopfnoten- und Geschmackslösungen auf den Markt gebrachte Innovation ist eine Ergänzung unserer bestehenden Aromenlösungen und eine direkte Antwort auf die starke Konsumentennachfrage nach frischer schmeckenden Convenience-Produkten.

Dieses innovative Konzept geht auf den Givaudan Chef's Council in New York zurück, bei dem einige führende Küchenchefs aus aller Welt untersucht haben, wodurch ein Genusslebnis wie bei frisch zubereiteten Speisen entsteht. So konnten wir besser nachvollziehen, wie Frische wahrgenommen wird und wie der Geschmack frisch zubereiteter Speisen in Aromenlösungen umgesetzt werden kann, die das Geschmackserlebnis von Convenience-Produkten revitalisieren.

- **Optimierung der Schlafqualität.** Wir brachten DreamScentz™ auf den Markt, eine zum Patent angemeldete Dufttechnologie zur Optimierung der Schlafqualität. Durch die Verbindung von Duft, positiver Stimmung und gutem Nachtschlaf streben wir nach bahnbrechenden Lösungen, damit Menschen besser schlafen können.
- **Luxusparfümerie mit Hautschutz angekündigt.** Active Beauty präsentierte das Konzept [Yu], einen zum Patent angemeldeten innovativen Luxusduft mit dem aktiven Inhaltsstoff Revivyl™, der die Hauterneuerung auf ganzheitliche Weise beschleunigt.
- **Matcha-Tee als Inspiration.** Tea Dione™ wurde neu in die Palette der Parfümeure aufgenommen. Die naturidentische Version eines in Matcha-Tee vorkommenden Moleküls ist das Ergebnis eines erfolgreichen Forschungsprogramms. Der Duft besticht durch seine reine, milchige Note von grünem Matcha-Tee mit frischen Anisfacetten.

Erfolgsgeschichte

MassChallenge: Stark durch Zusammenarbeit

Als Givaudan 2016 Gründungspartner von MassChallenge Switzerland wurde, war dies ein entscheidender Schritt zur Förderung einer Kultur offener Innovation. Die Initiative ist eine grossartige Gelegenheit, mit neu gegründeten Hightech-Unternehmen zusammenzuarbeiten, die unser Geschäft voranbringen und die Zukunft der Branche prägen könnten.

Während des MassChallenge-Accelerator-Programms 2017 haben wir mit mehreren Finalisten gesprochen. Einer davon ist das Schweizer Start-up-Unternehmen Sleepiz, das kontaktfreie Lösungen zur Messung der Vitalzeichen von Patienten anbietet, um eine Diagnose von Schlafstörungen zu Hause zu ermöglichen. Ab 2018 wird die MassChallenge-Plattform als Fundament für das European Institute of Innovation & Technology (EIT) Food Accelerator Network genutzt.



Die Verleihung der MassChallenge Awards im November 2017

Erfolgsgeschichte

DreamScentz™ – für süss (-duftend)e Träume

Morgens entspannt und erfrischt aufzuwachen, ist vielleicht schon bald mehr als nur ein Traum – dank der Forschung, bei der Givaudan die Wirkung von Düften zur Verbesserung der Schlafqualität nachweisen konnte.

Die zum Patent angemeldete Technologie DreamScentz™, die auf die Kraft von Düften zur Verbesserung der Schlafqualität setzt, basiert auf der Verbindung von Duft, positiver Stimmung und gutem Nachtschlaf. Immer mehr Konsumenten wünschen sich Hilfe, um besser zu schlafen. Vor diesem Hintergrund könnte sich DreamScentz™ als innovative Schlaflösung herausstellen, auf die Menschen auf der ganzen Welt gewartet haben. Das Konzept basiert darauf, die Kraft von Düften zu einer Wissenschaft zu entwickeln, die auch einen Mehrwert für die Produkte unserer Kunden bedeutet.



Lieferanten

Wir streben in unseren Beziehungen zu Lieferanten nach dem grösstmöglichen Wert im Rahmen langfristiger, nachhaltiger Partnerschaften. Dabei wollen wir für beide Seiten Wert generieren und setzen auf Versorgungskontinuität, Qualität, Kosten, Innovation, Verantwortung und unsere Fähigkeit, die besten Ingredienzien zu liefern. So können wir unseren Kunden ein differenziertes Produktangebot offerieren.

Wichtige Errungenschaften 2017:

- **Ausweitung der Partnerschaften mit Lieferanten.** Durch weitere Partnerschaften und langfristige Verträge mit Lieferanten können wir unsere Versorgung sichern und Preisschwankungen verringern.
- **Einführung von „Sourcing for Shared Value“.** Wir haben ein umfassendes Konzept vorgestellt, das unsere langfristige Verpflichtung für nachhaltige Beschaffungspraktiken weiter stärkt.
- **Vereinbarung über die Lieferung von Vanilleschoten.** Dank dem Joint Venture mit Henri Fraise & Fils namens SOMAVA können wir auf 70 Jahre Erfahrung bei der Beschaffung und Verarbeitung von Vanilleschoten aus Madagaskar zurückgreifen.
- **Sichere Versorgung mit Guarana.** Von dieser Vereinbarung, die sich auf die langfristige Lieferung von Guarana bezieht, profitieren auch die lokalen Gemeinschaften. Wir arbeiten mit einem lokalen Lieferanten in Brasilien zusammen und unterstützen so eine aus über 80 Produzentenfamilien bestehende Kooperative in der südlichen Bahia-Region. Die Partnerschaft verschafft den Anbaufamilien eine sichere Einnahmequelle.
- **Innovation durch befähigte Lieferanten.** Ein neues Team für Beschaffungsinnovation soll die beidseitige Wertschöpfung durch Lieferanten beschleunigen, die zu Innovation beitragen.
- **Indirekte Materialien und Dienstleistungen.** Wir arbeiteten eng mit Lieferanten von indirekten Materialien und Dienstleistungen aus verschiedenen Bereichen zusammen, beispielsweise Logistik, Instandhaltung und Verpackung, um gemeinsam Verbesserungsprojekte zu ermitteln und umzusetzen.

Erfolgsgeschichte

Nachhaltige Beschaffung

Givaudan hat sich dazu verpflichtet, zu gewährleisten, dass bei der Produktion all unserer Rohstoffe sowohl die Menschen als auch die Umwelt respektiert werden. Mit unserem umfassenden Konzept „Sourcing for Shared Value“ bauen wir unsere langfristige Verpflichtung zu nachhaltigen Beschaffungspraktiken weiter aus. Das Konzept stärkt unseren Beitrag zur Erhaltung der Umwelt, fördert das Wohlergehen der Gemeinschaften, aus denen wir unsere Rohstoffe beziehen, und trägt zur langfristigen Schonung der Ressourcen bei.

Indem wir unsere Rohstoffe auf gesellschaftlich und ökologisch verantwortungsbewusste Weise beschaffen, können wir am besten auf die Bedürfnisse unserer Kunden eingehen und die zunehmende Nachfrage der Konsumenten nach nachhaltigeren, gesünderen und stärker differenzierten Produkten erfüllen.

Erfolgsgeschichte

Beidseitige Wertschöpfung

Die enge Zusammenarbeit mit Lieferanten und die Förderung divisionsübergreifender Synergien sind zwei Faktoren, die neue Wertschöpfung ermöglichen. Ein Beispiel für Innovation durch befähigte Lieferanten ist die exklusive Geschäftsbeziehung zu einem Aromenlieferanten, mit dem unsere Parfümeure Zugang zu innovativem, natürlichem, nachhaltig produziertem Apfelöl erhalten.

Das wertvolle Apfelöl, das aus dem Brei gewonnen wird, der bei der Saftproduktion anfällt, ist ein besonders hochwertiges Produkt, mit dem uns erstmalig ein Duft mit einer natürlichen Kopfnote von grünen Äpfeln zur Verfügung steht. Dies ist die Art partnerschaftlicher Wertschöpfung, auf die sich unser 2017 gebildetes Beschaffungsinnovationsteam fokussiert.





Mitarbeitende

Wir sind bestrebt, ein attraktiver Arbeitgeber zu sein, dessen Mitarbeitende motiviert sind, ihr Bestes zu geben, Positives in ihrem Umfeld zu bewirken und zum Erfolg des Unternehmens beizutragen. Um nachhaltigen Erfolg sicherzustellen, entwickeln wir die Fertigkeiten unserer Mitarbeitenden kontinuierlich weiter, pflegen eine Pipeline von Branchenexperten und zukünftigen Führungskräften und setzen uns für eine vielfältige Belegschaft ein, die sich durch Flexibilität und Zusammenarbeit auszeichnet.

Erfolgsgeschichte

Mit Kreativität Talente für das Unternehmen gewinnen

Mit ansprechendem Material, mit dem Givaudan um Talente wirbt und sich auf kreative Weise als Arbeitgebermarke empfiehlt, ist es dem Unternehmen gelungen, sich auf globaler wie auf lokaler Ebene zum bevorzugten Arbeitgeber zu entwickeln. 2017 haben wir einen Imagefilm präsentiert, in dem wir uns als Arbeitgeber vorstellen, und spezifisches digitales Material für lokale Einstellungsmaßnahmen entwickelt. Dieses multimediale Material umfasst Fotos und Testimonials von Mitarbeitenden, eine spezielle Website sowie Anzeigen in unterschiedlichen digitalen Kanälen. Bei der „HVG Job Fair“ in Budapest wurden wir für unseren kreativen Ansatz bei der Anwerbung von Talenten ausgezeichnet – eine ermutigende Anerkennung unserer Kreativität.



www.givaudan.com – careers – job search – budapest

Wichtige Errungenschaften 2017:

- **Entwicklung des Talentmanagements.** Wir haben die Aufnahme von Entwicklungsplänen in unseren Talentmanagementprozess fortgesetzt. Unser globales HR-Talentkomitee hat sich im vergangenen Jahr viermal getroffen, um die bereichsübergreifende Entwicklung von Talenten zu besprechen. Zusätzlich zu den umfassenden Talentbeurteilungen zu Beginn des Jahres führte die Konzernleitung während des gesamten Jahres auf ihren Sitzungen dedizierte Talentbeurteilungen durch.
- **Ausweitung der Meisterklassen.** Wir setzten die Investition in gezielte technische und funktionale Schulungen in den mittlerweile in beiden Divisionen zur Verfügung stehenden Meisterklassen fort. Daneben organisierten wir Akademien für Finanzwesen, Controlling und IM&T.
- **Einführung von Leadership Senses abgeschlossen.** Die der Stärkung unserer Führungskompetenzen dienenden vier Leadership-Senses-Programme sind nun vollständig eingeführt. Mehr als 600 Führungskräfte haben bisher von den auf spezielle Führungskompetenzen ausgerichteten Programmen profitiert.
- **Aromatikerausbildung abgeschlossen.** Unser globales Ausbildungsprogramm für Aromatiker stellt sicher, dass alle Absolventen nach der gleichen Studienordnung ausgebildet werden. In den Regionen Europa, Afrika und Mittlerer Osten sowie im Raum Asien-Pazifik konnten die Teilnehmer nun ihre Ausbildung abschliessen.
- **Marke als Arbeitgeber gestärkt.** Zur Stärkung unserer Marke als globaler Arbeitgeber haben wir einen Imagefilm herausgebracht.
- **Ausbau von „Pay for Performance“.** Wir haben unsere „Pay for Performance“-Philosophie weiter ausgebaut und die Transparenz der Vergütung auf einzelnen Ebenen erhöht.
- **Einführung von „ONE Givaudan“.** Wir haben unser neues weltweites Onboarding-Programm „ONE Givaudan“ für neu eingestellte Mitarbeitende eingeführt. Erstmals nahmen 90 Teilnehmer an Pilotprojekten an vier globalen Standorten teil.

Erfolgsgeschichte

ONE Givaudan – Onboarding-Programm für neue Mitarbeitende

Unsere Mitarbeitenden machen die Stärke und den Wert unseres Unternehmens aus. Deshalb ist es wichtig für uns, neue Mitarbeitende von Anfang an zu integrieren. Wir haben uns dazu verpflichtet, eine solide Grundlage zu schaffen, auf der sie erfolgreich sein können.

Das 2017 eingeführte „ONE Givaudan“ ist ein ganzheitliches Einbindungsprogramm für neue Mitarbeitende aus allen Regionen. Das globale Onboarding neuer Mitarbeitender, für das wir erstmalig ein spezielles Programm ausgearbeitet haben, gewährleistet, dass neu eingestellte Mitarbeitende Grundkenntnisse über das Unternehmen, seine Traditionen, seine Geschäftstätigkeiten und seine Kultur erhalten. Interne Experten vermitteln mit Begeisterung, worum es bei uns geht und welchen Wert wir unseren Kunden bringen.

Die Teilnehmer sind dankbar für die Informationen und schätzen die Gelegenheit, Kontakte zu Fachleuten und Kollegen aus dem gesamten Unternehmen zu knüpfen. Wenn sie das Programm absolviert haben, sind sie stolz darauf, zum Team zu gehören, und motiviert, ihre Laufbahn bei uns zu beginnen.

„Das Programm bietet uns eine einzigartige Gelegenheit, die Vielfalt unserer neu eingestellten Mitarbeitenden in allen Regionen wirksam einzusetzen und ihnen die Wertschöpfungskette vorzustellen, in deren Mittelpunkt unsere Kunden stehen. Es ist ein gemeinsames Erlebnis, bei dem wir zusammentreffen, um ONE Givaudan zu werden.“
Michèle Telio, Global Learning and Development Consultant



Teilnehmer bei ONE Givaudan



Gemeinschaften

Die lokalen Gemeinschaften, in denen wir Rohstoffe beschaffen, tragen zum Erfolg unseres Unternehmens bei. Wir unterstützen diese Gemeinschaften mit Projekten, von denen alle Beteiligten profitieren, die Rohstofflieferkette eingeschlossen. Unsere funktionsübergreifenden „Green Teams“ setzen sich für die Förderung lokaler Nachhaltigkeitsinitiativen ein.

Wichtige Errungenschaften 2017:

- **Fortschritte beim Abfallmanagement.** Unser Standort Cuernavaca in Mexiko macht weiter gute Fortschritte bei der Erreichung unseres Ziels, bis 2020 keine Abfälle mehr auf Deponien zu lagern. Weitere Initiativen der Standorte 2017 umfassten die Identifikation lokaler Partner für Abfallmanagement, um eine umweltschonende Entsorgung gewährleisten zu können.
- **Recycling von Zitrusöl.** Unser Riverfront-Standort im chinesischen Pudong hat Möglichkeiten zur Nutzung von Zitrusöl gefunden, das als Nebenprodukt bei der Herstellung von Aromen anfällt. Zwei lokale Unternehmen nutzen das Öl mittlerweile, sodass die Verbrennung und der damit verbundene Energieverbrauch wegfallen.
- **„Year of Giving“.** Mitarbeitende in Dubai unterstützten die vom Präsidenten der Vereinigten Arabischen Emirate ins Leben gerufene Initiative „Year of Giving“ mit Blutspenden

sowie Spenden von Kleidung, Spielzeug und Büchern an Arbeiter in Arbeitslagern.

- **Programme für Augengesundheit.** Die Mitarbeitenden an unserem indischen Standort Jigani setzten sich weiter für Programme zugunsten der Augengesundheit ein, die in Partnerschaft mit dem Vittal International Institute of Ophthalmology (VIIO) aus Bangalore durchgeführt wurden.

Erfolgsgeschichte

lifestyle@givaudan – eine positive Bilanz

Wenn Sie 2017 das Glück hatten, unseren Standort in Dubai zu besuchen, waren sie vielleicht überrascht, Mitarbeitende zu sehen, die Nationaltrachten aus aller Herren Länder trugen, um die ganze Welt radelten (statisch) oder sich einen Film ansahen. Vielleicht konnten Sie sie sogar beim Tanzen, Kochen oder bei Yoga- und Meditationsübungen beobachten.

Mehr als 20 Aktivitäten in drei Kategorien – Wellness, Ernährung und Fitness – unterstützten 85 Mitarbeitende über zwölf Monate dabei, fitter, gesünder, engagierter und in vollem Umfang in die Unternehmensinitiative lifestyle@givaudan einbezogen zu werden.

Finanzielle Höhepunkte

Givaudan schloss das Jahr mit einer guten Geschäftsdynamik ab und konnte das hohe Niveau in ihrer Projektpipeline und bei ihren Geschäftsabschlussraten beibehalten. Das gute Wachstum wurde über alle Produktsegmente und Regionen hinweg erzielt. Auch die kürzlich erworbenen Unternehmen trugen alle positiv zum Ergebnis bei. In Zusammenarbeit mit seinen Kunden setzt das Unternehmen weiterhin erfolgreich Preiserhöhungen durch, um den Anstieg der Produktionskosten vollumfänglich auszugleichen.

Geschäftsentwicklung

Starkes Finanzergebnis

Geschäftsentwicklung – Gruppe

Per 31. Dezember abgeschlossenes Geschäftsjahr, in CHF Mio., sofern nicht anders angegeben	2017	2016	Prozentuale Veränderung
Umsatz und Gewinn			
Konzernumsatz	5'051	4'663	8.3%
Umsatzwachstum auf vergleichbarer Basis (in %)	4.9%	4.2%	
Bruttogewinn	2'250	2'128	5.7%
in % des Umsatzes	44.5%	45.6%	
EBITDA¹	1'089	1'126	(3.3%)
in % des Umsatzes	21.6%	24.1%	
Betriebsgewinn	869	875	(0.7%)
in % des Umsatzes	17.2%	18.8%	
Konzerngewinn	720	644	11.9%
in % des Umsatzes	14.2%	13.8%	
Bilanz und Cashflows			
Cashflow aus operativer Tätigkeit	861	805	7.0%
in % des Umsatzes	17.0%	17.3%	
Freier Cashflow	594	597	(0.5%)
in % des Umsatzes	11.8%	12.8%	
Bilanzsumme	7'309	6'514	12.2%
Eigenkapital in % der Bilanzsumme	48.4%	50.6%	
Nettoverschuldung	1'074	930	15.5%
Leverage Ratio (in %)	21%	19%	

1. EBITDA: Earnings Before Interest (and other financial income (expense), net), Tax, Depreciation and Amortisation ist der Gewinn vor Zinsen (und sonstigem finanziellem Einkommen und Aufwand), Steuern, Abschreibungen und Amortisationen. Dies entspricht dem Betriebsgewinn vor Abschreibungen, Amortisationen sowie der Wertminderung langlebiger Vermögensgegenstände.

Anmerkung: Kennzahlen, die auf vergleichbarer Basis ausgewiesen sind, sind um Währungseinflüsse und die Auswirkungen von Akquisitionen und Veräusserungen bereinigt.

Geschäftsergebnis – Gruppe

Umsatz

Im Jahr 2017 verzeichnete Givaudan einen Gesamtumsatz von CHF 5'051 Millionen, was gegenüber dem Vorjahr einem Anstieg von 4.9% auf vergleichbarer Basis und einer Steigerung von 8.3% in Schweizer Franken entspricht.

Bruttomarge

Die Bruttomarge belief sich auf 44.5% im Vergleich zu 45.6% im Jahr 2016. Trotz der anhaltenden Produktivitätsgewinne und der Kostendisziplin war der Rückgang der Bruttomarge

hauptsächlich auf die Verwässerung infolge der Preismassnahmen zum Ausgleich der gestiegenen Produktionskosten zurückzuführen.

Gewinn vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Amortisationen (EBITDA)

Das EBITDA belief sich im Jahr 2017 auf CHF 1'089 Millionen, verglichen zu CHF 1'126 Millionen im Vorjahr und stellt einen Rückgang von 3.3% in Schweizer Franken und 3.8% in lokaler Währung dar. Die EBITDA-Marge belief sich 2017 auf 21.6%, verglichen mit 24.1% im Jahr 2016.

Der Rückgang ist grösstenteils Kosten im Zusammenhang mit Givaudan Business Solutions (GBS) zuzuschreiben. Die entsprechenden Ganzjahreskosten beliefen sich auf CHF 107 Millionen, davon CHF 47 Millionen in flüssigen Mitteln, was teilweise durch nicht liquiditätswirksame Gewinne aus Änderungen bei Pensionsplänen in Höhe von CHF 20 Millionen ausgeglichen wurde. Zur Erinnerung: 2016 verzeichnete der Konzern hauptsächlich bedingt durch eine Änderung bei Pensionsplänen einen einmaligen nicht liquiditätswirksamen Nettogewinn von CHF 62 Millionen.

Betriebsgewinn

Der Betriebsgewinn belief sich auf CHF 869 Millionen gegenüber CHF 875 Millionen; dies ist ein Rückgang von 0.8% gegenüber dem Vorjahr. In Lokalwährung verringerte sich der Betriebsgewinn um 1.5%. Die Betriebsgewinnmarge ging von 18.8% im Vorjahr auf 17.2% zurück.

Finanzergebnis

Die Finanzierungskosten betragen 2017 CHF 42 Millionen, verglichen mit CHF 51 Millionen im Vorjahr. Der Konzern konnte sich 2017 weiterhin zu niedrigeren Zinssätzen refinanzieren. 2017 betrug der übrige Nettofinanzaufwand CHF 32 Millionen, gegenüber CHF 40 Millionen im Vorjahr. Die höheren Absicherungskosten wurden durch geringere Schwankungen der Wechselkurse in Märkten, in denen Währungen nicht abgesichert werden konnten, ausgeglichen.

Der Ertragssteueraufwand betrug 9% des Gewinns vor Steuern, gegenüber 18% im Vorjahr, hauptsächlich bedingt durch die geringeren Steueraufwendungen in den USA. Ohne Berücksichtigung einmaliger Posten lag der Ertragssteueraufwand bei 15% des Gewinns vor Steuern.

Konzerngewinn

Der Konzerngewinn stieg von CHF 644 Millionen im Jahr 2016 um 11.7% auf CHF 720 Millionen im Jahr 2017. Daraus ergibt sich eine Nettogewinnmarge von 14.2%, gegenüber 13.8% im Jahr 2016. Der unverwässerte Gewinn pro Aktie stieg von CHF 69.95 im Vorjahr auf CHF 78.18.

Cashflow

Givaudan erzielte 2017 einen Cashflow aus operativer Tätigkeit von CHF 861 Millionen, verglichen mit CHF 805 Millionen im Vorjahr. In Prozent des Umsatzes blieb das Betriebskapital gegenüber dem Vorjahr im Wesentlichen unverändert.

Die gesamten Nettoinvestitionen in Sachanlagen beliefen sich auf CHF 189 Millionen, verglichen mit CHF 135 Millionen im Jahr 2016. Der Konzern investierte 2017 weiter in sein Wachstum in wachstumsstarken Märkten, insbesondere in eine neue Produktionsstätte für kulinarische Aromen im indischen Pune, in das Zurich Innovation Centre (ZIC) und in Standorte der Division Riechstoffe in Singapur und China.

2017 wurden CHF 53 Millionen in den Erwerb immaterieller Anlagewerte investiert, verglichen mit CHF 40 Millionen im Vorjahr. Dies ist auf weitere Investitionen des Unternehmens in seine IT-Plattform zurückzuführen, unter anderem zur Unterstützung der Einführung von Givaudan Business Solutions. Die gesamten Nettoinvestitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte beliefen sich 2017 auf 4.8% des Umsatzes, verglichen mit 3.8% im Vorjahr.

Der Cashflow aus operativer Tätigkeit nach Nettoinvestitionen betrug 2017 CHF 619 Millionen, gegenüber CHF 630 Millionen im Jahr 2016. Der freie Cashflow, der sich als Cashflow aus operativer Tätigkeit nach Investitionen und Zinszahlungen definiert, belief sich 2017 auf CHF 594 Millionen, verglichen mit CHF 597 Millionen im Vorjahr. Der freie Cashflow, ausgedrückt in Prozent des Umsatzes, betrug 2017 11.8%, gegenüber 12.8% im Vorjahr.

Finanzlage

Die Finanzlage von Givaudan war Ende 2017 weiterhin solide. Die Nettoschulden stiegen von CHF 930 Millionen im Dezember 2016 auf CHF 1'074 Millionen im Dezember 2017, bedingt durch das Akquisitions- und Investitionsprogramm des Konzerns. Ende Dezember 2017 lag der Verschuldungsgrad bei 21%, gegenüber 19% Ende 2016.

Givaudan Business Solutions

Im Juli 2017 gab Givaudan die Details der geplanten Implementierung von Givaudan Business Solutions (GBS) bekannt, einer globalen Organisation, die erstklassige interne Prozesse und Dienstleistungen erbringen soll.

Die Einführung von Givaudan Business Solutions verläuft vollumfänglich nach Plan. Die ersten Schritte der Einführung in Europa und Asien-Pazifik sind für das erste Halbjahr 2018 geplant.

2017 entstanden dem Konzern Kosten in Höhe von CHF 107 Millionen – davon CHF 47 Millionen in flüssigen Mitteln – in Verbindung mit Vorbereitung und den ersten Implementierungsschritten von Givaudan Business Solutions.

Dividendenvorschlag

Der Verwaltungsrat wird der Generalversammlung vom 22. März 2018 vorschlagen, für das Geschäftsjahr 2017 eine Bardividende von CHF 58.00 pro Aktie an die Aktionäre auszuschütten. Dies entspricht einem Anstieg von 3.6% gegenüber 2016. Seit der Börsenkotierung von Givaudan im Jahr 2000 an der Schweizer Börse ist dies die 17. Dividendenerhöhung in Folge.

Consolidated financial statements

Consolidated Income Statement

For the year ended 31 December

in millions of Swiss francs, except for earnings per share data	2017	2016
Sales	5,051	4,663
Cost of sales	(2,801)	(2,535)
Gross profit	2,250	2,128
as % of sales	44.5%	45.6%
Selling, marketing and distribution expenses	(669)	(640)
Research and product development expenses	(424)	(400)
Administration expenses	(178)	(186)
Share of (loss) profit of jointly controlled entities	–	(1)
Other operating income	42	75
Other operating expense	(152)	(101)
Operating income	869	875
as % of sales	17.2%	18.8%
Financing costs	(42)	(51)
Other financial income (expense), net	(32)	(40)
Income before taxes	795	784
Income taxes	(75)	(140)
Income for the period	720	644
Attribution		
Income attributable to equity holders of the parent	720	644
as % of sales	14.2%	13.8%
Earnings per share – basic (CHF)	78.18	69.95
Earnings per share – diluted (CHF)	77.54	69.34

Consolidated Statement of Comprehensive Income

For the year ended 31 December

in millions of Swiss francs	2017	2016
Income for the period	720	644
Items that may be reclassified to the income statement		
Cash flow hedges		
Movement in fair value, net	3	(14)
Gains (losses) removed from equity and recognised in the consolidated income statement	5	10
Movement on income tax	-	1
Exchange differences arising on translation of foreign operations		
Change in currency translation	63	(125)
Movement on income tax	-	2
Items that will not be reclassified to the income statement		
Defined benefit pension plans		
Remeasurement gains (losses) of post employment benefit obligations	55	(148)
Movement on income tax	(38)	33
Other comprehensive income for the period	88	(241)
Total comprehensive income for the period	808	403
Attribution		
Total comprehensive income attributable to equity holders of the parent	808	403

Consolidated Statement of Financial Position

As at 31 December

in millions of Swiss francs	2017	2016
Cash and cash equivalents	534	328
Derivative financial instruments	16	9
Derivatives on own equity instruments		3
Financial assets at fair value through income statement	2	1
Accounts receivable – trade	1,147	996
Inventories	902	788
Current tax assets	32	26
Prepayments	123	96
Other current assets	98	96
Current assets	2,854	2,343
Derivative financial instruments	1	–
Property, plant and equipment	1,579	1,442
Intangible assets	2,482	2,311
Deferred tax assets	207	259
Post-employment benefit plan assets	21	12
Financial assets at fair value through income statement	63	59
Jointly controlled entities	33	35
Investment property	16	
Other long-term assets	53	53
Non-current assets	4,455	4,171
Total assets	7,309	6,514
Short-term debt	308	7
Derivative financial instruments	12	32
Accounts payable – trade and others	662	494
Accrued payroll & payroll taxes	149	143
Current tax liabilities	49	46
Financial liability: own equity instruments	93	57
Provisions	57	6
Other current liabilities	195	174
Current liabilities	1,525	959
Derivative financial instruments	60	62
Long-term debt	1,300	1,251
Provisions	67	59
Post-employment benefit plan liabilities	644	722
Deferred tax liabilities	99	93
Other non-current liabilities	76	75
Non-current liabilities	2,246	2,262
Total liabilities	3,771	3,221
Share capital	92	92
Retained earnings and reserves	5,682	5,477
Own equity instruments	(157)	(109)
Other components of equity	(2,079)	(2,167)
Equity attributable to equity holders of the parent	3,538	3,293
Total equity	3,538	3,293
Total liabilities and equity	7,309	6,514

Consolidated Statement of Changes in Equity

For the year ended 31 December

2017 in millions of Swiss francs	Share Capital	Retained earnings and reserves	Own equity instruments	Cash flow hedges	Currency translation differences	Remeasure- ment of post employment benefit obligations	Total equity
Balance as at 1 January	92	5,477	(109)	(73)	(1,519)	(575)	3,293
Income for the period		720					720
Other comprehensive income for the period				8	63	17	88
Total comprehensive income for the period		720		8	63	17	808
Dividends paid		(515)					(515)
Movement on own equity instruments, net			(48)				(48)
Net change in other equity items		(515)	(48)				(563)
Balance as at 31 December	92	5,682	(157)	(65)	(1,456)	(558)	3,538

2016 in millions of Swiss francs	Share Capital	Retained earnings and reserves	Own equity instruments	Cash flow hedges	Currency translation differences	Remeasure- ment of post employment benefit obligations	Total equity
Balance as at 1 January	92	5,373	(79)	(70)	(1,396)	(505)	3,415
Income for the period		644					644
Other comprehensive income for the period				(3)	(123)	(115)	(241)
Total comprehensive income for the period		644		(3)	(123)	(115)	403
Dividends paid		(495)					(495)
Movement on own equity instruments, net			(30)				(30)
Transfers		(45)				45	
Net change in other equity items		(540)	(30)			45	(525)
Balance as at 31 December	92	5,477	(109)	(73)	(1,519)	(575)	3,293

Consolidated Statement of Cash Flows

For the year ended 31 December

in millions of Swiss francs	2017	2016
Income for the period	720	644
Income tax expense	75	140
Interest expense	29	42
Non-operating income and expense	45	49
Operating income	869	875
Depreciation of property, plant and equipment	114	113
Amortisation of intangible assets	104	132
Impairment of long-lived assets	2	6
Other non-cash items		
– share-based payments	35	33
– pension expense	14	(23)
– additional and unused provisions, net	69	10
– other non-cash items	(52)	(10)
Adjustments for non-cash items	286	261
(Increase) decrease in inventories	(107)	(38)
(Increase) decrease in accounts receivable	(125)	(107)
(Increase) decrease in other current assets	(29)	(53)
Increase (decrease) in accounts payable	136	55
Increase (decrease) in other current liabilities	12	52
(Increase) decrease in working capital	(113)	(91)
Income taxes paid	(73)	(127)
Pension contributions paid	(53)	(45)
Provisions used	(10)	(8)
Purchase and sale of own equity instruments, net	(45)	(48)
Impact of financial transactions on operating income/expense, net		(12)
Cash flows from (for) operating activities	861	805
Increase in long-term debt	350	299
(Decrease) in long-term debt	(17)	–
Increase in short-term debt	670	463
(Decrease) in short-term debt	(705)	(663)
Cash flows from debt, net	298	99
Interest paid	(24)	(33)
Purchase and sale of derivative financial instruments, net	–	(8)
Others, net	(7)	–
Cash flows from financial liabilities	267	58
Distribution to the shareholders paid	(515)	(495)
Cash flows from (for) financing activities	(248)	(437)
Acquisition of property, plant and equipment	(191)	(136)
Acquisition of intangible assets	(53)	(40)
Payments for investment property	(1)	–
Increase in share capital of jointly controlled entities		(9)
Acquisition of subsidiary, net of cash acquired	(224)	(331)
Proceeds from the disposal of property, plant and equipment	2	1
Interest received	3	2
Dividends received from jointly controlled entities	2	–
Purchase and sale of financial assets at fair value through income statement, net	–	23
Impact of financial transactions on investing, net	35	–
Others, net	(2)	(13)
Cash flows from (for) investing activities	(429)	(503)
Net increase (decrease) in cash and cash equivalents	184	(135)
Net effect of currency translation on cash and cash equivalents	22	(15)
Cash and cash equivalents at the beginning of the period	328	478
Cash and cash equivalents at the end of the period	534	328

Corporate Governance und Vergütung: Übersicht

Wir sind darum bestrebt, unser robustes Rahmenwerk für Corporate Governance ständig zu verbessern, um die Wirksamkeit der Führungsorgane unseres Unternehmens sicherzustellen.

Eine faire und wettbewerbsfähige Vergütung ist essentiell, um die besten Talente in der Branche zu gewinnen, zu motivieren und zu binden.

Corporate Governance: Übersicht

Unser Kontrollrahmenwerk

Das Kapitel „Corporate Governance“ orientiert sich an internationalen Standards und wurde im Einklang mit dem Schweizer Obligationenrecht, der Richtlinie betreffend Informationen zur Corporate Governance der SIX Swiss Exchange und dem von *economiesuisse* herausgegebenen „Swiss Code of Best Practice for Corporate Governance“ erstellt.

Konzernstruktur und Aktionäre

Givaudan AG, die Muttergesellschaft der Givaudan Gruppe mit Sitz an der Chemin de la Parfumerie 5, 1214 Vernier, Schweiz („das Unternehmen“), ist eine Aktiengesellschaft gemäss Art. 620 ff. des Schweizer Obligationenrechts. Sie ist an der SIX Swiss Exchange unter der Valorennummer 1064593, ISIN CH0010645932 kotiert.

Das Unternehmen hat keine öffentlich kotierten Tochtergesellschaften. Die Liste der wichtigsten konsolidierten Konzerngesellschaften, ihren jeweiligen Sitz und die Beteiligungsquote sind im Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung im Finanzbericht 2017 (2017 Financial Report) auf Seite 172 zu finden. In Anmerkung 1 der konsolidierten Jahresrechnung sowie in Anmerkung 3 des gesetzlich vorgeschriebenen Jahresberichts sind weitere Informationen zur Konzernstruktur enthalten. Soweit nicht in Anmerkungen 3 und 5 zur oben aufgeführten gesetzlich vorgeschriebenen Jahresrechnung anders ausgewiesen, sind alle nicht kotierten Tochtergesellschaften zu 100% im Besitz der Gruppe.

Nach Kenntnisstand des Unternehmens hielten lediglich die folgenden Aktionäre per 31. Dezember 2017 (oder zum Zeitpunkt

der letzten Meldung gemäss Artikel 20 des Börsengesetzes) mehr als 3% des Aktienkapitals von Givaudan AG: Wirtschaftlich Berechtigte – William H. Gates III – Cascade Investment (13.86%), BlackRock Inc (5.18%), MFS Investment Management (5.04%); Nominees – Nortrust Nominees Ltd. (14.90%), Chase Nominees Ltd. (5.21%), Messieurs Pictet & Cie. (4.40%).

Das Unternehmen hat mit keinem seiner Hauptaktionäre eine Aktionärsvereinbarung geschlossen.

Kapitalstruktur

Ordentliches Aktienkapital

Per 31. Dezember 2017 belief sich das ordentliche Aktienkapital des Unternehmens auf CHF 92'335'860, vollständig liberiert und unterteilt in 9'233'586 Namenaktien mit einem Nennwert von CHF 10.00 je Aktie. Die Marktkapitalisierung des Unternehmens belief sich per 31. Dezember 2017 auf CHF 20'794'035'672. Das bedingte Aktienkapital des Unternehmens wird im vollständigen Governance Report des Geschäftsberichts 2017 (2017 Annual Report) auf Seite 61 erläutert.

Aktien und Partizipationsscheine

Das Unternehmen hat nur eine Aktienkategorie. Alle Aktien sind Namenaktien mit einem Nennwert von CHF 10.00 je Aktie. Vorbehaltlich der nachstehenden Beschränkungen sind alle Aktien in jeder Hinsicht gleichberechtigt. Jede Aktie berechtigt zu einer Stimme und zu einer Dividende in gleicher Höhe.

Beschränkungen von Übertragbarkeit und Nominee-Eintragungen

An der Generalversammlung vom 20. März 2014 wurden die vorher bestehenden Einschränkungen der Eintrags- und Stimmrechte aufgehoben. Das Unternehmen sieht heute keine Einschränkungen der Übertragbarkeit von Aktien mehr vor.

Gemäss einer vom Verwaltungsrat beschlossenen Regelung können Nominees mit Stimmrechten für höchstens 2% des Aktienkapitals ohne weitere Bedingungen ins Aktienregister der Gesellschaft eingetragen werden und für mehr als 2%, wenn sie sich verpflichten, dem Unternehmen Namen, Anschrift, Nationalität und Anzahl der von den wirtschaftlich Berechtigten gehaltenen Aktien offenzulegen.

Verwaltungsrat

Die sieben Mitglieder des Verwaltungsrats von Givaudan verfügen über umfassende Kenntnisse in ihrem jeweiligen Fachgebiet und tragen massgeblich zu den Bereichen Strategie, Aroma- und Riechstoffindustrie, Finanzwesen, Forschung und

Innovation, Marketing und regulatorische Angelegenheiten bei. Die Kompetenz, Diversität und Fachkenntnis des Verwaltungsrats sind wichtige Voraussetzungen, um ein Unternehmen der Grösse von Givaudan in einem komplexen und sich schnell wandelnden Marktumfeld zu führen.

Der Verwaltungsrat, seine Ausschüsse und Wahltermine 2017

Verwaltungsrat ¹			
<p>Calvin Grieder Präsident seit März 2017 Schweizer Staatsbürger Geboren 1955 Mitglied seit 2014</p>	<p>Prof. Dr.-Ing. Werner Bauer Deutscher und Schweizer Staatsbürger Geboren 1950 Mitglied seit 2014</p>	<p>Victor Balli Schweizer Staatsbürger Geboren 1957 Mitglied seit 2016</p>	<p>Lilian Biner Schwedische Staatsbürgerin Geboren 1962 Mitglied seit 2011</p>
<p>Dr. Jürg Witmer Präsident bis März 2017¹ Schweizer Staatsbürger Geboren 1948 Mitglied seit 1999</p>	<p>Michael Carlos Französischer Staatsbürger Geboren 1950 Mitglied seit 2015</p>	<p>Ingrid Deltenre Niederländische und Schweizer Staatsbürgerin Geboren 1960 Mitglied seit 2015</p>	<p>Thomas Rufer Schweizer Staatsbürger Geboren 1952 Mitglied seit 2009</p>
<p>Prüfungsausschuss</p> <p>Thomas Rufer (Vorsitz), gesamtes Jahr Lilian Biner, gesamtes Jahr Victor Balli, gesamtes Jahr</p> <ul style="list-style-type: none"> – Unterstützt den Verwaltungsrat bei dessen Aufsichtspflichten in Bezug auf die Finanzberichterstattung – Stellt die Effektivität und Effizienz der internen Kontroll-, Risikomanagement- und Compliance-Systeme sicher – Bewertet und beaufsichtigt die internen und externen Revisionsprozesse 		<p>Vergütungsausschuss</p> <p>Prof. Dr.-Ing. Werner Bauer (Vorsitz), gesamtes Jahr Ingrid Deltenre, gesamtes Jahr Calvin Grieder, bis März 2017 Victor Balli, ab März 2017</p> <ul style="list-style-type: none"> – Überprüft die Vergütungsrichtlinien und spricht Empfehlungen an den Verwaltungsrat aus – Genehmigt die Vergütung der Konzernleitung – Erstellt den Vergütungsbericht 	
<p>Nominierungs- und Governance-Ausschuss</p> <p>Dr. Jürg Witmer (Vorsitz), bis März 2017¹ Calvin Grieder (Vorsitz), ab März 2017 Ingrid Deltenre, gesamtes Jahr Lilian Biner, bis März 2017 Michael Carlos, ab März 2017</p> <ul style="list-style-type: none"> – Unterstützt den Verwaltungsrat bei der Umsetzung der Grundsätze guter Corporate Governance – Schlägt Ernennungen in den Verwaltungsrat und die Konzernleitung vor 		<p>Innovationsausschuss</p> <p>Michael Carlos (Vorsitz), gesamtes Jahr Calvin Grieder, gesamtes Jahr Prof. Dr.-Ing. Werner Bauer, gesamtes Jahr</p> <ul style="list-style-type: none"> – Unterstützt den Verwaltungsrat in wissenschaftlichen Angelegenheiten im Zusammenhang mit der Aroma-, Riechstoff- und Kosmetikindustrie – Identifiziert Chancen, empfiehlt und überprüft potenzielle Innovationspartner 	

1. Dr. Jürg Witmer schied am 23. März 2017 als Verwaltungsratsmitglied, als Präsident und als Vorsitzender des Nominierungs- und Governance-Ausschusses aus.

Konzernleitung

Die Konzernleitung unter der Führung des Chief Executive Officer ist für alle Bereiche der operativen Geschäftsführung des Unternehmens verantwortlich, die nicht ausdrücklich dem Verwaltungsrat vorbehalten sind.

Der Chief Executive Officer wird auf Empfehlung des Nominierungsausschusses vom Verwaltungsrat ernannt. Vorbehaltlich der ihm übertragenen Befugnisse hat er die Aufgabe, dafür zu sorgen, dass die strategischen Ziele des Unternehmens erreicht werden und die operativen Prioritäten festzulegen. Darüber hinaus leitet, beaufsichtigt und koordiniert er die anderen Mitglieder der Konzernleitung,

was auch die Einberufung, Vorbereitung und den Vorsitz der Sitzungen der Konzernleitung einschliesst.

Die Mitglieder der Konzernleitung werden auf Empfehlung des Chief Executive Officer nach Beurteilung durch den Nominierungsausschuss vom Verwaltungsrat ernannt. Die Konzernleitung ist für die Entwicklung der strategischen und langfristigen Geschäfts- und Finanzpläne des Unternehmens verantwortlich. Zu den Hauptaufgaben der Konzernleitung gehören ausserdem die Geschäftsführung und Beaufsichtigung aller Bereiche der operativen Geschäftsentwicklung und die Genehmigung von Investitionsvorhaben.

Konzernleitung

<p>Gilles Andrier Chief Executive Officer Französischer Staatsbürger Geboren 1961 Ernennung 2005</p>	<p>Mauricio Graber Präsident Aromen Division Mexikanischer Staatsbürger Geboren 1963 Ernennung 2006</p>	<p>Maurizio Volpi Präsident Riechstoffe Division Italienischer Staatsbürger Geboren 1969 Ernennung 2015</p>	<p>Tom Hallam Chief Financial Officer Britischer und Schweizer Staatsbürger Geboren 1966 Ernennung 2017</p>
<p>Simon Halle-Smith Leiter Global Human Resources und EHS Britischer Staatsbürger Geboren 1966 Ernennung 2015</p>	<p>Willem Mutsaerts Leiter Global Procurement und Nachhaltigkeit Niederländischer Staatsbürger Geboren 1962 Ernennung 2015</p>	<p>Anne Tayac Leiterin Givaudan Business Solutions Französische Staatsbürgerin geboren 1968 Ernennung 2016</p>	<p>Chris Thoen Leiter Globale Wissenschaft & Technologie Amerikanischer und belgischer Staatsbürger Geboren 1960 Ernennung 2015</p>

Revision

An der Generalversammlung vom 26. März 2009 wurde Deloitte SA erstmalig als Revisionsstelle für Givaudan SA und deren Konzerngesellschaften ernannt und übt dieses Mandat seither aus. An der Generalversammlung vom 23. März 2017 wurde Deloitte AG für das Geschäftsjahr 2017 erneut als Revisionsstelle ernannt. Seit März 2016 ist Karine Szegegi Pingoud, Partner, die für die Prüfung von Givaudan verantwortliche leitende Revisorin.



www.givaudan.com – our company –
corporate governance
2017 Annual Report – Governance Report –
Seiten 58 – 77
2017 Annual Report – Financial Report –
Seiten 92 – 166

Vergütungsbericht: Übersicht

Gewinnen, motivieren, binden

Givaudan ist bestrebt, erstklassige Fach- und Führungskräfte zu gewinnen, zu motivieren und an das Unternehmen zu binden, um ihre Führungsposition in der Aroma- und Riechstoffindustrie aufrechtzuerhalten.

Der Vergütungsausschuss unterstützt den Verwaltungsrat bei der Erarbeitung und Überprüfung der Vergütungsrichtlinien. Er überprüft regelmässig unternehmensweite Programme in Bezug auf Grundgehalt, Pension und Sozialleistungspläne. Der Vergütungsausschuss prüft und genehmigt ausserdem jährlich die Leistungsziele und die damit zusammenhängenden Auszahlungen der jährlichen Boni und aktienbasierten langfristigen Prämien, während die anwendbaren Leistungskriterien vom Verwaltungsrat festgelegt werden. Darüber hinaus ist der Vergütungsausschuss für die Überprüfung und Genehmigung der Einzelvergütungen und weiteren Leistungen an die einzelnen Mitglieder der Konzernleitung sowie für die Empfehlung der Vergütung des Verwaltungsrats verantwortlich.

Der Vergütungsausschuss besteht aus drei unabhängigen Verwaltungsratsmitgliedern. Den Vorsitz hat zurzeit Prof. Dr.-Ing. Werner Bauer. Der Chief Executive Officer wird regelmässig zu den Sitzungen des Vergütungsausschusses eingeladen. Der Leiter Global Human Resources fungiert als Sekretär des Vergütungsausschusses. Der Vorsitzende des Vergütungsausschusses kann gegebenenfalls andere Mitglieder der Konzernleitung einladen. Allerdings nehmen diese nicht an den Gesprächen zu ihren eigenen Vergütungen teil.

Die Statuten von Givaudan beinhalten Regeln zu den Grundsätzen der leistungsbezogenen Vergütung, zur Zuteilung von Aktien, Wandelrechten und Optionen (Art. 23 – 25), zu zusätzlichen Beträgen zur Zahlung an Mitglieder der Konzernleitung, die nach der Abstimmung über die Vergütung an der Generalversammlung ernannt werden (Art. 27), zu Darlehen,

Kreditfazilitäten und Vorsorgeleistungen für die Konzernleitung und den Verwaltungsrat (Art. 30 und 31) und zur Abstimmung über die Vergütung an der Generalversammlung (Art. 26).

Besondere Aktivitäten 2017

2017 führte der Vergütungsausschuss neben seinen regulären Aktivitäten eine umfassende Prüfung des Performance-Share-Plans (PSP) durch. Daraus erfolgende Änderungen an der PSP-Auszahlungsmatrix werden 2018 eingeführt und widerspiegeln unsere insgesamt anspruchsvolleren Ziele und begrenzen die Auszahlungen bei verfehlter Zielerreichung. Nähere Informationen hierzu sind in Abschnitt 3.6 des Vergütungsberichts im 2017 Annual Report aufgeführt.

Darüber hinaus wurde im September 2017 im Rahmen revidierter Leitlinien eine Erhöhung des für Mitglieder der Konzernleitung vorgeschriebenen Aktienbesitzes eingeführt. Nähere Informationen hierzu sind in Abschnitt 6 des Vergütungsberichts im 2017 Annual Report aufgeführt.

Vergütung der Konzernleitung

2017 blieb die berichtete Gesamtvergütung gegenüber 2016 stabil. Die Gesamtvergütung für 2017 umfasst: die Gesamtjahresvergütung für acht Konzernleitungsmitglieder (einschliesslich CEO); die Gesamtjahresvergütung für Joe Fabbri, der am 1. Juli 2017 aus der Konzernleitung zurücktrat und bis zu seinem Ausscheiden am 31. Dezember 2017 Übergangsdienste und Unterstützung bei strategischen Projekten leistete; die anteilige Vergütung für den ehemaligen Chief Financial Officer, Matthias Währen, der am 1. Januar 2017 zurücktrat und bis zu seinem Ausscheiden am 30. Juni 2017 Übergangsdienste und Unterstützung bei strategischen Projekten leistete; das entspricht der Vergütung für 9.5 Vollzeitmitglieder (einschliesslich CEO).

Im Berichtszeitraum fielen keine weiteren Vergütungen oder Honorare bzw. Zahlungen an Mitglieder oder ehemalige Mitglieder der Konzernleitung an. Per 31. Dezember 2017 waren keine Darlehen an Mitglieder oder ehemalige Mitglieder der Konzernleitung oder ihnen nahestehende Personen ausstehend.

Matthias Währen legte am 30. Juni 2017 sein Amt als Chief Financial Officer nieder. Im Zuge seines Ausscheidens erhielt er keine Sondervergütung.

Vergütung der Konzernleitung im Überblick

in CHF	Gilles Andrier CEO 2017	Gilles Andrier CEO 2016	Konzernleitungsmit- glieder (ohne CEO) ¹ 2017	Konzernleitungsmit- glieder (ohne CEO) ² 2016	Total 2017	Total 2016
Grundgehalt	1'045'952	1'035'599	3'970'375	3'819'306	5'016'327	4'854'905
Pensionsleistungen ³	445'076	442'705	1'048'011	1'558'506	1'493'087	2'001'211
Sonstige Leistungen ⁴	114'688	111'061	800'451	792'134	915'139	903'195
Feste Gesamtvergütung	1'605'716	1'589'365	5'818'837	6'169'946	7'424'553	7'759'311
Jährlicher Bonus ⁵	977'142	944'804	2'513'556	2'342'717	3'490'698	3'287'521
Zugeweilte Performance Shares ⁶	1'777	1'686	5'549	5'441	7'326	7'127
Wert bei Zuteilung ⁷	2'881'583	2'882'048	8'998'258	9'300'845	11'879'841	12'182'893
Variable Gesamtvergütung	3'858'725	3'826'852	11'511'814	11'643'562	15'370'539	15'470'414
Gesamtvergütung	5'464'441	5'416'217	17'330'651	17'813'508	22'795'092	23'229'725
Sozialversicherung des Arbeitgebers ⁸	442'000	438'000	1'413'000	1'427'000	1'855'000	1'865'000

1. Entspricht (a) einer Gesamtjahresvergütung für sieben Konzernleitungsmitglieder, (b) einer anteiligen Jahresvergütung für den ausscheidenden Chief Financial Officer, Matthias Währen, der sein Amt am 1. Januar 2017 niederlegte und am 30. Juni 2017 ausschied, und (c) einer Gesamtjahresvergütung für Joe Fabbri, der sein Amt als Mitglied der Konzernleitung am 1. Juli 2017 niederlegte und am 31. Dezember 2017 ausschied.
2. Entspricht einer Gesamtjahresvergütung für acht Konzernleitungsmitglieder und der anteiligen Jahresvergütung für ein neues Konzernleitungsmitglied, das am 1. August 2016 ernannt wurde.
3. Beiträge des Unternehmens zu allgemeinen Pensions- und Vorsorgeplänen und annualisierte Ausgaben für zusätzliche Pensionszahlungen an Führungskräfte.
4. Entspricht dem annualisierten Wert von Gesundheits- und Vorsorgeplänen, Leistungen für internationale Positionen und anderen Sachleistungen.
5. Jährlicher Bonus, Rückstellung gebildet im Berichtszeitraum aufgrund der Leistung im Berichtszeitraum.
6. 2017 Performance Shares sind ab 15. April 2020 uneingeschränkt ausübbar. 2016 Performance Shares sind ab 15. April 2019 uneingeschränkt ausübbar.
7. Wert bei Zuteilung gemäss IFRS-Methode bei Zugrundelegung eines Zielerreichungsgrads von 100%.
8. 2017 geschätzte Sozialversicherungsbeiträge auf Grundlage der Entlohnung 2017. 2016 geschätzte Sozialversicherungsbeiträge auf Grundlage der Entlohnung 2016.

Als Fixgehalt und langfristige variable Vergütung wurden für 2017 CHF 19'800'000 genehmigt (2016: CHF 19'800'000). Der Jahresbonus, die kurzfristige variable Vergütung für 2017, betrug CHF 3'490'698 und wird der Generalversammlung 2018 zur Genehmigung vorgelegt (2016: CHF 3'287'520).

Vergütung des Verwaltungsrats

Die Vergütung der Verwaltungsratsmitglieder besteht aus Verwaltungsrats honoraren, Ausschusshonoraren und Restricted Share Units (RSU). Die Honorare werden jeweils zum Jahresende für das vollendete Amtsjahr ausbezahlt. Mit RSU erwerben die Teilnehmer das Recht, nach Ablauf einer dreijährigen Sperrfrist Givaudan Aktien (oder deren Gegenwert in bar, sofern den Teilnehmern der Bezug von Givaudan Aktien durch die Wertpapiergesetze ihres Landes untersagt ist) zu beziehen. Während dieses Zeitraums müssen Verwaltungsratsmitglieder die RSU halten (und dürfen nicht mit ihnen oder den zugrunde liegenden Givaudan Aktien handeln) und sind daher ausgerichtet an den langfristigen Aktionärsinteressen. Ungeachtet ihres Mitgliedsstatus sind Verwaltungsratsmitglieder berechtigt, Givaudan Aktien zu erhalten. Das bedeutet, dass die zugeweilten RSU im Besitz des betreffenden Mitglieds weiterhin bestehen, falls innerhalb der Sperrfrist keine Wiederwahl erfolgt. Diese Vorgehensweise wurde in Übereinstimmung mit praxisbewährten Methoden zur Unterstützung der Verpflichtung von Givaudan in Bezug auf die Unabhängigkeit des Verwaltungsrats implementiert.

Der Verwaltungsratsvorsitzende erhält kein zusätzliches Honorar für seine Mitgliedschaft im Verwaltungsrat oder in Ausschüssen. Auch Vorsitzende von Ausschüssen erhalten kein zusätzliches Honorar für ihre Mitgliedschaft in Ausschüssen. Jedes Verwaltungsratsmitglied erhält einen zusätzlichen Betrag von CHF 10'000 zur Abdeckung von Auslagen. Dieser Betrag wird für das kommende Amtsjahr gezahlt. Die Zuteilungen der RSU erfolgen für den gleichen Zeitraum.

Es wurden keine zusätzlichen Vergütungen oder Honorare an Verwaltungsratsmitglieder gezahlt. Per 31. Dezember 2017 waren keine Darlehen an Verwaltungsratsmitglieder oder ihnen nahestehende Personen ausstehend.

Im Berichtszeitraum fielen keine Sondervergütungen für Verwaltungsratsmitglieder an, die während des Berichtszeitraums ausgeschieden sind.

Die den Verwaltungsratsmitgliedern für den Zeitraum zwischen den Generalversammlungen 2016 und 2017 gezahlte Vergütung (CHF 3'073'289) liegt im Rahmen des von den Aktionären an der Generalversammlung 2016 genehmigten Betrags (CHF 3'300'000). Die an der Generalversammlung 2017 genehmigten Beträge (CHF 2'950'000) werden zum Ende des Amtsjahres gezahlt und im Vergütungsbericht 2018 ausgewiesen. Die genehmigten und gezahlten Beträge weichen von den in der Übersichtstabelle der Verwaltungsratsvergütung aufgeführten Beträgen ab, die laut VegüV (Verordnung gegen übermässige Vergütungen bei börsenkotierten Gesellschaften) die im Berichtsjahr gezahlte Vergütung enthalten müssen.

Vergütung des Verwaltungsrats im Überblick

2017 in CHF	Calvin Grieder Chairman ⁵	Victor Balli ⁵	Prof. Dr-Ing. Werner Bauer ⁵	Lilian Biner ⁵	Michael Carlos ⁵	Ingrid Deltenre ⁵	Thomas Rufer ⁵	Dr Jürg Witmer ⁶	Total 2017 ¹
Verwaltungsrats honorare ²	325'000	100'000	100'000	100'000	100'000	100'000	100'000	100'000	1'025'000
Ausschusshonorare ²	61'250	43'750	65'000	31'250	58'750	50'000	55'000	10'000	375'000
Feste Gesamtvergütung	386'250	143'750	165'000	131'250	158'750	150'000	155'000	110'000	1'400'000
Anzahl der gewährten RSU ³	360	90	90	90	90	90	90		900
Wert bei Zuteilung ⁴	583'776	145'944	145'944	145'944	145'944	145'944	145'944		1'459'440
Gesamtvergütung	970'026	289'694	310'944	277'194	304'694	295'944	300'944	110'000	2'859'440

- Entspricht der an den Verwaltungsrat gezahlten Gesamtvergütung für das Amtsjahr nach dem Grundsatz der Periodenabgrenzung.
- Entspricht den gezahlten Verwaltungsrats- und Ausschusshonoraren für das Amtsjahr nach dem Grundsatz der Periodenabgrenzung.
- RSU werden am 15. April 2020 ausübbar.
- Wirtschaftlicher Wert bei Zuteilung gemäss IFRS-Methode ohne Abzug für die Sperrfrist.
- Die Funktionen der jeweiligen Verwaltungsratsmitglieder sind auf den Seiten 63 – 65 im Abschnitt „Corporate Governance“ des Geschäftsberichts 2017 aufgeführt.
- Schied zur Generalversammlung im März 2017 aus.

Besitz von Wertpapieren von Givaudan

Konzernleitung

Der Chief Executive Officer und weitere Mitglieder der Konzernleitung oder ihnen nahestehende Personen hielten 6'423 Givaudan Aktien. Kein Mitglied der Konzernleitung war per 31. Dezember 2017 im Besitz von Aktienoptionen oder Optionsrechten (31. Dezember 2016: Kein Mitglied der Konzernleitung war im Besitz von Aktienoptionen oder Optionsrechten).

Eine Person, die einem Mitglied der Konzernleitung nahesteht, war per 31. Dezember 2017 im Besitz von 269 noch nicht ausübbarer Performance Shares.

Die Gesellschaft hatte per 31. Dezember 2017 keine Kenntnis davon, dass sich weitere Aktien, Aktienoptionen/Optionsrechte, RSU oder Performance Shares im Besitz von den Mitgliedern der Konzernleitung nahestehenden Personen befanden.

Konzernleitung: Besitz von Givaudan Wertpapieren

2017 in Zahlen	Aktien	Noch nicht ausübbare Aktienrechte
Gilles Andrier, CEO	3'300	4'909
Tom Hallam	220	1'014
Mauricio Graber	750	2'817
Maurizio Volpi	785	2'313
Simon Halle-Smith	105	1'277
Willem Mutsaerts	199	1'361
Anne Tayac	110	917
Chris Thoen	685	1'337
Total 2017	6'154	15'945
Total 2016	4'460	19'278

Verwaltungsrat

Per 31. Dezember 2017 hielten der Präsident und weitere Verwaltungsratsmitglieder oder ihnen nahestehende Personen insgesamt 3'360 Givaudan Aktien.

Das Unternehmen hatte per 31. Dezember 2017 keine Kenntnis davon, dass sich Aktien, Aktienoptionen/Optionsrechte, RSU oder Performance Shares im Besitz von dem Verwaltungsrat nahestehenden Personen befanden.

Verwaltungsrat: Besitz von Givaudan Wertpapieren

2017 in Zahlen	Aktien	Noch nicht ausübbare RSUs
Calvin Grieder, Chairman	119	536
Victor Balli		175
Prof. Dr-Ing. Werner Bauer	1'089	266
Lilian Biner	496	266
Michael Carlos	921	266
Ingrid Deltenre	26	266
Thomas Rufer	709	266
Total 2017	3'360	2'041
Total 2016	5'546	2'797



www.givaudan.com – corporate governance –
rules and policies
2017 Annual Report – Compensation Report –
Seiten 78 – 91

Übersicht der jährlichen Publikationen



Online-Geschäftsbericht 2017

Verfügbar in Englisch

- ab dem 26. Januar 2018
- www.givaudan.com – investors – online annual report

Inhalt

Online-Höhepunkte unserer Finanzergebnisse, Management- und Strategieberichte, Governance und Vergütung sowie Informationen über unser Unternehmen und unsere Kultur, Geschichten und ein umfassendes Download-Center.



Geschäftsbericht 2017

Verfügbar in Englisch

- als PDF ab dem 26. Januar 2018
- als Druckausgabe ab dem 22. März 2018
- www.givaudan.com – media – publications

Inhalt

Der vollständige Geschäftsbericht: Strategische Übersicht, Strategie- und Managementberichte, Governance und Vergütung und der Finanzbericht



Höhepunkte 2017

Verfügbar in Englisch, Französisch und Deutsch

- als PDF und als Druckausgabe ab dem 22. März 2018
- www.givaudan.com – media – publications

Inhalt

Geschäftliche und finanzielle Höhepunkte, die Rückblicke des Präsidenten und des CEO, der Strategiebericht und die Höhepunkte aus den Governance- und Vergütungsberichten.



2017 Sustainability Report

Verfügbar in Englisch

- als PDF ab dem 20. März 2018
- www.givaudan.com – sustainability – publications

Inhalt

Management- und Performanceinformationen über unsere ökologischen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Auswirkungen.

Bestellung von Publikationen:

www.givaudan.com – media – corporate publications

Givaudan Foundation

Geschäftsbericht 2017

Verfügbar in Englisch

als PDF ab dem 22. März 2018
www.givaudan-foundation.org

Die Givaudan Foundation ist eine im Jahr 2013 gegründete gemeinnützige Organisation. Sie verkörpert den Wunsch des Unternehmens, sein Engagement in den Gemeinden, in denen es tätig ist, zu verstärken. Das Ziel der Stiftung ist es, Projekte zu initiieren und zu fördern und die durch die Vision und Mission der Stiftung definierten Bereiche mit Spenden zu unterstützen.

Ein wichtiges Anliegen der Stiftung ist auch der Schutz und die Zukunftssicherung der Gemeinschaften und ihrer sensiblen Umwelt. Der Fokus liegt insbesondere auf den drei Bereichen, in denen sich das Unternehmen Givaudan bereits engagiert und in denen sein Know-how und seine Erfahrung am meisten bewirken können: Unterstützung lokaler Gemeinschaften in den Herkunftsländern, Blindheit und Ernährung. Die Givaudan Foundation arbeitet bei der Durchführung und Überwachung ihrer Projekte eng mit Givaudan und den von Givaudan bereitgestellten Ressourcen zusammen. Die Stiftung kooperiert ausserdem mit örtlichen Partnern, um die effiziente Umsetzung der Projekte und ihre Relevanz für die Menschen, denen sie zu Gute kommen sollen, zu gewährleisten.

Givaudan SA

Chemin de la Parfumerie 5
1214 Vernier, Schweiz

Allgemeine Informationen

T + 41 22 780 91 11

Media and investor relations

T + 41 22 780 90 53

Aktienregister

Computershare Schweiz AG
Postfach
4601 Olten, Schweiz
T + 41 62 205 77 00

Aktieninformationen

Symbol: GIVN
Valorennummer: 1064593
ISIN: CH0010645932

Konzept, Design und Umsetzung: PETRANIX Corporate and Financial Communications AG,
www.PETRANIX.com

Übersetzung: CLS, www.cls-communication.com

Druck: Neidhart + Schön AG, www.nsgroup.ch

Die „Höhepunkte 2017“ des Jahresberichts erscheinen in englischer, französischer und deutscher Sprache.

Alle genannten Marken sind gesetzlich geschützt.

Gedruckt in der Schweiz.

Die „Höhepunkte 2017“ können zukunftsgerichtete Aussagen enthalten. Diese Aussagen sind mit erheblichen Unsicherheiten verbunden und abhängig von unterschiedlichen wissenschaftlichen, geschäftlichen, wirtschaftlichen und finanziellen Faktoren. Daher können die tatsächlichen Ergebnisse erheblich von den zukunftsgerichteten Aussagen abweichen. Investoren sollten sich bei Investitionsentscheidungen nicht auf diese Aussagen verlassen.

© Givaudan AG, 2018



www.givaudan.com