

# Givaudan<sup>®</sup>

Rapport semestriel 2004



*Creating  
Sensory  
Advantage™*

# Chiffres clés

Six mois jusqu'au 30 juin en millions de francs suisses, sauf pour le bénéfice par action	2004	2003	2003 (base comparable) <sup>1</sup>
Chiffre d'affaires	1'399	1'379	1'379
Bénéfice d'exploitation	283	216	253
Marge d'exploitation (%)	20,2%	15,7%	18,3%
Bénéfice net	220	130	167
EBITDA <sup>2</sup>	335	305	305
Bénéfice net par action – de base (CHF)	28,45	16,09	20,67
Bénéfice net par action – dilué (CHF)	27,95	16,03	20,59
	30 juin 2004	31 décembre 2003	
Total de l'actif	4'675	4'548	
Total du passif exigible	2'197	1'962	
Total des fonds propres et intérêts minoritaires	2'478	2'586	
Nombre d'employés	5'921	5'981	

1) Le Groupe a anticipé l'adoption de IFRS3 "Regroupements financiers", IAS36 "Dépréciation d'actifs" (révisée en 2004) et IAS38 "Immobilisations incorporelles" (révisée en 2004) en date du 1er janvier 2004 (voir note 3 des états financiers consolidés intermédiaires et résumés). L'amortissement du Goodwill pour le premier semestre au 30 juin 2003 se montait à CHF 37 millions.

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

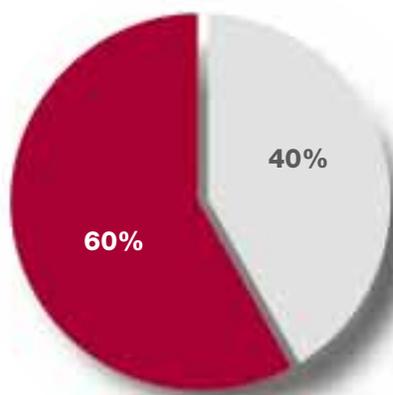
## Ventes historiques par Divisions

### Ventes Arômes

CHF 845 millions  
+3,6% en francs suisses  
+5,4% en monnaies locales

### Ventes Parfumerie

CHF 554 millions  
-1,6% (+4,0%)<sup>3</sup> en francs suisses  
+0,1% (+5,8%)<sup>3</sup> en monnaies locales



### Total des ventes

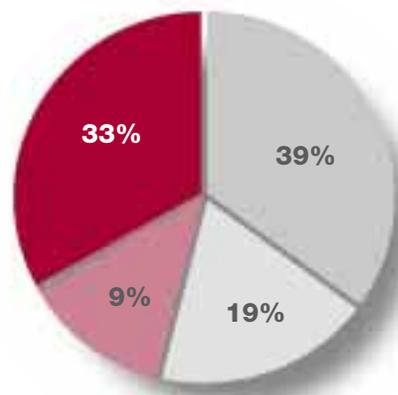
CHF 1'399 millions  
+1,5%(+3,7%)<sup>3</sup> en francs suisses, +3,2%(+5,5%)<sup>3</sup> en monnaies locales

3) Excluant les ventes d'ingrédients de parfumerie éliminés du portefeuille

## Ventes historiques par Régions

### Amérique du Nord

### Europe, Afrique et Moyen-Orient



### Amérique latine

### Asie-Pacifique

Ventes établies selon leur destination finale.

# Givaudan confirme une forte croissance des ventes et améliore considérablement la rentabilité

Durant le premier semestre 2004, Givaudan a confirmé une forte croissance des ventes. La marge brute et la marge d'exploitation ont affiché une nette amélioration par rapport à l'année précédente suite à la diminution de l'effet négatif exercé par certains facteurs temporaires ainsi qu'aux premiers impacts positifs des initiatives d'amélioration de la rentabilité annoncées en janvier 2004. A base comparable, soit en excluant également l'amortissement du goodwill pour 2003, le bénéfice d'exploitation a augmenté de 12% à CHF 283 millions et le bénéfice net de 32% à CHF 220 millions.

## Augmentation des ventes

Pendant la première moitié de 2004, Givaudan a continué à enregistrer une croissance supérieure à celle du marché. Les ventes ont augmenté de 3,2% en monnaies locales et de 1,5% en francs suisses. Excluant les ventes d'ingrédients de parfumerie éliminés du portefeuille de produits, l'augmentation des ventes du groupe a atteint 5,5% en monnaies locales et 3,7% en francs suisses.

Les ventes d'Arômes ont augmenté de 5,4% en monnaies locales et de 3,6% en francs suisses. Toutes les régions et tous les segments ont affiché une tendance positive.

Excluant les ingrédients éliminés du portefeuille de produits, les ventes de Parfumerie ont atteint une augmentation de 5,8% en monnaies locales et de 4,0% en francs suisses, une hausse nettement supérieure à la croissance du marché. La Parfumerie fine, les parfums pour les produits de consommation et les ingrédients de parfumerie ont contribué à ces résultats positifs.

## Initiatives visant à l'amélioration des marges opérationnelles initialisées

Les initiatives visant à l'amélioration des marges annoncées en janvier 2004 sont en cours et ont déjà eu un impact positif sur les résultats semestriels. Les facteurs principaux de cette amélioration sont: une meilleure gestion du stock et de la chaîne d'approvisionnement, des suppressions de postes basés sur l'optimisation des activités dans toutes les régions et une augmentation de l'efficacité dans tous les domaines.

## Bénéfice brut

La marge brute s'est appréciée de 46,2% à fin juin 2003 à 48,3%, notamment grâce aux premiers résultats des initiatives visant l'amélioration des marges ainsi qu'à et à un "mix" de produits plus favorables dans les deux divisions. La stabilisation des monnaies, la diminution des charges relatives aux plans de prévoyance et les meilleures marges du segment des entremets salés ont représenté d'autres facteurs positifs.

## Bénéfice d'exploitation

Durant le premier semestre, le bénéfice d'exploitation s'est élevé à CHF 283 millions. Compte tenu de la modification comptable relative à l'amortissement du goodwill (voir note dans la partie financière), en termes comparables le bénéfice d'exploitation est passé de CHF 253 millions à CHF 283 millions, soit une amélioration de la marge d'exploitation de 18,3% à 20,2%. Un contrôle rigoureux des coûts de marketing et de développement ainsi que la diminution des charges relatives aux fonds de prévoyance ont eu un impact positif.

## Flux de trésorerie

Le flux de trésorerie est demeuré élevé. A la fin du premier semestre 2004, Givaudan enregistre un flux de trésorerie opérationnel avant investissements de CHF 234 millions par rapport à CHF 164 millions pour la même période en 2003, soit une augmentation de 42%. Les investissements se sont élevés à CHF 50 millions.

## Bénéfice net

Reflétant l'amélioration du bénéfice d'exploitation, incluant le changement comptable relatif à l'amortissement du goodwill, ainsi que des résultats financiers améliorés, le bénéfice net à base comparable est passé de CHF 167 millions à fin juin 2003 à CHF 220 millions. Le bénéfice net par action est passé de CHF 20,67 à CHF 28,45 durant le premier semestre 2004.

## Programme de rachat d'actions

Givaudan a en-cours un second programme de rachat d'actions à hauteur de 800'000 actions, qui a été prolongé jusqu'à mi-2005. Dans le cadre de ce programme, la société avait déjà acquis 300'000 actions propres à fin juin 2004,

dont 200'000 ont été approuvées pour annulation lors de l'Assemblée Générale en 2004.

## Perspectives

Givaudan vise à renforcer sa position de leader dans l'industrie des parfums et des arômes, se basant sur son importante plate-forme sensorielle mondiale. Sa stratégie de croissance organique profitable à travers l'innovation, l'augmentation du taux de nouveaux contrats gagnés et l'expansion du portefeuille de clients permet à Givaudan d'être dans une excellente position pour une amélioration constante de sa performance.

Les initiatives d'amélioration des marges annoncées en janvier 2004 sont désormais en bonne voie et ont déjà produit leurs premiers résultats. Les économies escomptées découlant de ces initiatives s'élèvent à CHF 47 millions. Les transferts annoncés des activités de production de Barneveld (Pays-Bas) à Dortmund (Allemagne) et en Suisse, ainsi que le transfert programmé des activités du Centre de Technologie Culinaire de Tremblay (France) à Kempthal (Suisse), contribueront à atteindre cet objectif.

Bien que s'efforçant de rationaliser les coûts, Givaudan continue sa politique agressive d'investissements d'avant-garde dans les secteurs de la recherche, de la création, du développement et de la production. Plusieurs projets d'expansion sont en cours ou planifiés.

La solidité du bilan et les liquidités disponibles permettront à Givaudan, même à l'avenir, de redistribuer des fonds supplémentaires à ses actionnaires et de poursuivre toute opportunité d'acquisition à 'valeur ajoutée'.

Malgré de fortes ventes en 2003, Givaudan est confiant quant à atteindre des résultats considérablement meilleurs pour l'année 2004.

# Division Parfumerie

Six mois jusqu'au 30 juin en millions de francs suisses	2004	2003
Chiffre d'affaires	554	563
EBITDA	114	112
en % du chiffre d'affaires	20,6%	19,9%
Bénéfice d'exploitation <sup>1</sup>	92	90
en % du chiffre d'affaires	16,6%	16,0%

1) Le Groupe a anticipé l'adoption de IFRS3 "Regroupements financiers", IAS36 "Dépréciation d'actifs" (révisée en 2004) et IAS38 "Immobilisations incorporelles" (révisée en 2004) en date du 1er janvier 2004 (voir note 3 des états financiers consolidés intermédiaires et résumés). L'amortissement du Goodwill pour le premier semestre au 30 juin 2003 de la Division Parfumerie est insignifiant.

La Division Parfumerie a affiché des ventes de CHF 554 millions, soit une augmentation de 0,1% en monnaies locales (-1,6% en CHF). En excluant les ingrédients éliminés du portefeuille de produits, les ventes ont augmenté de 5,8% (4,0% en francs suisses), dépassant considérablement la croissance du marché.

Cette croissance peut être attribuée notamment aux fortes ventes de Parfumerie fine, ainsi que des parfums pour les produits de consommation. Conformément à la stratégie de Givaudan qui est de s'orienter vers des spécialités à plus forte valeur ajoutée, les ventes d'Ingrédients de parfumerie ont diminué. Cette baisse résulte de l'élimination du portefeuille de certains ingrédients de base qui, lors du premier semestre 2003, représentaient environ CHF 30,3 millions.

Les fortes ventes de Parfumerie se sont produites dans un environnement extrêmement compétitif. L'augmentation du bénéfice d'exploitation de 16,0% à 16,6% a pour origine les premiers résultats des initiatives visant à l'amélioration des marges, une rigoureuse gestion des coûts, ainsi que la stabilisation du dollar américain

Les principaux investissements durant la première moitié de 2004 incluent la transformation des installations de production des filtres solaires à Vernier (Genève) en unités polyvalentes pour la production de spécialités.

## Parfumerie fine

La Parfumerie fine continue à afficher une bonne croissance de son chiffre d'affaires. Ceci découle, notamment, du lancement de nouveaux contrats obtenus grâce aux investissements continus de Givaudan dans ses talents créatifs et dans les centres de création de New York et Paris. Ces résultats encourageants ont été atteints dans un marché défavorable. Le marché européen de parfumerie fine est demeuré stable par rapport à l'an dernier alors qu'en Amérique du Nord, les chiffres des ventes au détail indiquent que la demande des consommateurs n'a pas été à la hauteur de la reprise attendue.

A la cérémonie annuelle des "FiFi awards" de la Fondation de la Parfumerie, qui a eu lieu à New York, les parfums créés par Givaudan ont à nouveau fait partie des vainqueurs. "Brit" de Burberry et "Blue" de Ralph Lauren ont remporté des prix prestigieux dans leur catégorie respective.

Les ventes de Parfumerie fine devraient connaître une tendance positive également durant le second semestre, malgré un fort effet de base lié à la croissance à deux chiffres de l'an dernier.

## Parfums pour les produits de consommation

Les produits de consommation ont poursuivi, durant le premier semestre 2004, le brillant parcours d'une croissance supérieure par rapport au marché. L'environnement a été perçu comme s'avérant extrêmement compétitif, notamment en Asie, où la Thaïlande et le Vietnam ont obtenu des résultats de ventes encourageants. L'Europe, l'Amérique du Nord et l'Amérique Latine ont affiché une croissance positive, en dépit d'un fort premier semestre 2003.

Les segments des produits textiles et des produits de toilette reste la catégorie prédominante. Dans ces segments, l'augmentation principale des ventes a été enregistrée en Europe et en Amérique de Nord.

Grâce à de nombreux nouveaux contrats, la plus forte croissance a été enregistrée dans les segments des produits d'entretien et des parfums d'ambiance, suivis par les produits de toilette dont les résultats se sont montrés particulièrement positifs en Asie.

### Ingrédients de parfumeries

Conformément à la stratégie du segment des Ingrédients de Parfumerie, les ventes d'ingrédients brevetés ont enregistré une augmentation à deux chiffres durant le premier semestre 2004. L'interruption de la vente de filtres solaires et d'autres produits de base a cependant détérioré les ventes totales.

Durant le premier semestre 2004, deux nouvelles spécialités brevetées ont été lancées: Javano1, la molécule de santal la plus stable sur le marché, présentée en avril, affiche des ventes initiales prometteuses; Pharaone 10, une note forte d'ananas vert a été présentée à l'occasion du Congrès Mondial de la Parfumerie qui s'est tenu en juin. Ce produit a fait l'objet d'une attention particulière et a généré ses premières ventes, notamment pour les applications de parfumerie fine.

La pression sur les prix dans le segment des matières premières s'est poursuivie, notamment en raison de prix bas pratiqués par certains producteurs et de la faiblesse du dollar américain. En dépit de cela, l'excellent niveau de service et l'expérience logistique de Givaudan ont permis à la société de conserver sa part de marché.

### Recherche en parfumerie

Le Centre global de recherche en Parfumerie de Givaudan a maintenu un rythme d'innovation excellent avec un réservoir de molécules, de systèmes de diffusion, de technologies, ainsi qu'une plus grande compréhension des mécanismes olfactifs.

L'introduction de nouvelles molécules captives et brevetées de parfums dans la "palette" des créateurs en parfumerie de Givaudan progresse à un rythme encourageant. Durant la première moitié de l'année, Azurone, une note marine et ozonique qui rappelle une brise marine fraîche, puissante et cristalline, a été présentée comme une molécule captive après avoir été enregistrée au niveau global.

La recherche dans le domaine de la neutralisation des mauvaises odeurs a donné de nouveaux résultats intéressants. Un test a été développé afin de mesurer le potentiel de neutralisation des composants malodorants de certaines substances chimiques. Une molécule a été sélectionnée pour être soumise à des analyses ultérieures plus approfondies et nécessaires afin de prouver son efficacité et sa sécurité lors d'applications spécifiques.

La palette d'ingrédients de Givaudan est systématiquement analysée à la recherche de bénéfices additionnels. Un exemple classique de ces

bénéfices secondaires est l'activité anti-bactérienne des parfums. Les parfums anti-bactériens sont importants dans tous les types de produits d'hygiène comme les savons. Les bactéries sont souvent la cause des mauvaises odeurs et leur élimination représente encore la meilleure façon de les prévenir. Une série de tels ingrédients a été créée et ils seront soumis à d'autres tests.

Un autre secteur intéressant est celui de la prévention de la mauvaise haleine. Divers ingrédients, empêchant l'apparition de cette dernière et pouvant être utilisés dans la création de parfums spéciaux pour les dentifrices, ont été découverts.

La gamme des systèmes de diffusion pour les différentes applications de parfumerie demeure un des domaines-clés de la recherche qui se développent en permanence. Actuellement, Givaudan possède deux systèmes en poudre disponibles sur le marché: Permascent et Granuscent, tandis que pour les systèmes liquides, recherche et optimisations sont encore en cours.

Le nombre des demandes de brevet est resté à un niveau élevé. Un brevet intéressant a été déposé dans le domaine de la lutte contre la mauvaise odeur provoquée par la sueur.

# Division Arômes

Six mois jusqu'au 30 juin en millions de francs suisses	2004	2003	2003 (base comparable) <sup>1</sup>
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>845</b>	<b>816</b>	<b>816</b>
<b>EBITDA</b>	<b>221</b>	<b>193</b>	<b>193</b>
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	<i>26,2%</i>	<i>23,7%</i>	<i>23,7%</i>
<b>Bénéfice d'exploitation</b>	<b>191</b>	<b>126</b>	<b>163</b>
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	<i>22,6%</i>	<i>15,4%</i>	<i>20,0%</i>

1) Le Groupe a anticipé l'adoption de IFRS3 "Regroupements financiers", IAS36 "Dépréciation d'actifs" (révisée en 2004) et IAS38 "Immobilisations incorporelles" (révisée en 2004) en date du 1er janvier 2004 (voir note 3 des états financiers consolidés intermédiaires et résumés). L'amortissement du Goodwill pour le premier semestre au 30 juin 2003 pour la Division Arômes se montait à CHF 37 millions.

La division Arômes a réalisé, durant le premier semestre, un chiffre d'affaires de CHF 845 millions, soit une croissance de 5,4% en monnaies locales et de 3,6% en francs suisses comparé à 2003. Toutes les régions et tous les principaux segments ont enregistré une bonne croissance avec une performance particulièrement positive en Amérique du Nord et en Amérique Latine. Les segments de la confiserie, des produits laitiers et des entremets salés ont affiché une forte progression. Ce résultat a été possible grâce aux efforts couronnés de succès pour gagner de nouveaux projets importants.

Le bénéfice d'exploitation a été positivement influencé par la modification comptable relative à l'amortissement du goodwill. En termes comparables, soit en excluant l'amortissement du goodwill également en 2003, la marge d'exploitation est passée de 20,0% à 22,6%. Cette performance est surtout due aux initiatives visant à l'amélioration des marges. Dans le cadre de ces initiatives, Givaudan a annoncé l'intention de transférer ses activités de production de Barneveld (Pays Bas) aux sites de Dortmund (Allemagne), Dübendorf et Kempthal (tous les deux en Suisse). Les activités du Centre de Technologie Culinaire de Tremblay (France) seront également transférées dans le nouveau centre de développement des entremets salés Européen de Kempthal, créant ainsi un centre unique, doté de cuisines expérimentales et d'installations pilotes pour tester les arômes

en conditions industrielles. Un centre de développement d'entremets salés similaire s'ouvrira en septembre à Cincinnati (États-Unis).

A Singapour, l'expansion du centre de développement des arômes a été inaugurée en février 2004.

## Asie-Pacifique

Les ventes de la région Asie Pacifique ont affiché une légère hausse par rapport au chiffre d'affaires élevé de l'an dernier. Le ralentissement de la croissance durant le premier semestre découle essentiellement d'une variation des tendances de commandes qui ont commencé à se renverser lors du second trimestre. La Chine, l'Inde, la Corée, le Vietnam et les Philippines ont affiché une bonne croissance. Les segments de la confiserie et des produits laitiers ont réalisé de fortes ventes.

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

Les ventes en Europe ont montré dans l'ensemble une bonne croissance par rapport à l'an passé. Les marchés d'Europe centrale et de l'Est, de la Péninsule Ibérique, de la Scandinavie et des Pays baltes ont enregistré une bonne croissance tandis que celle des autres zones a été relativement faible par rapport au dynamisme de l'année passée. Le segment des entremets salés continue à enregistrer une tendance très positive. Tous les autres segments sont en forte hausse hormis le segment des boissons lequel s'est confronté à la croissance très importante lors du même semestre 2003.

## Amérique du Nord

Les ventes en Amérique du Nord ont poursuivi leur bonne croissance avec un marché américain affichant des taux élevés de croissance à un chiffre. Les ventes du segment de la restauration rapide ont continué à évoluer positivement grâce au lancement de plusieurs nouveaux produits. Le segment de la confiserie a augmenté à un taux à deux chiffres, tandis que les segments des boissons et des services alimentaires ont affiché une forte hausse. En outre, les États Unis ont bénéficié d'un changement dans le "mix" des produits, surtout entre les segments des boissons et des entremets salés.

### Amérique latine

L'Amérique Latine a enregistré une forte croissance en monnaies locales provenant de tous les segments et de tous les principaux marchés. Ce résultat a été obtenu grâce à une série de nouveaux contrats et à un mix de produits optimal. Le Mexique, le Brésil et la Colombie ont connu une croissance à deux chiffres. La croissance dans la région a été réalisée grâce à un performance à deux chiffres dans les quatre segments principaux: boissons, confiserie, produits laitiers et entremets salés, ce dernier étant notamment positivement impacté par un nombre élevé de nouveaux contrats gagnés durant le second semestre 2003.

### Recherche en arômes

La recherche globale en arômes de Givaudan a intensifié ses efforts pour trouver de nouvelles solutions sensorielles à valeur ajoutée pour ses clients.

Les ingrédients originaux sont au centre de la création d'arômes innovateurs pour diverses applications. La position de Givaudan dans ce domaine est unique dans l'industrie. Suite à l'acquisition de FIS, les notes de base des entremets salés représentent un des domaines-clés de la recherche et sont déjà à l'origine de nouveaux ingrédients aromatiques complexes.

Dans le domaine de la recherche sur les récepteurs gustatifs, des analyses de localisation d'agents rafraichissants sont désormais en cours sur des lignes cellulaires stables. Différents mélanges rafraichissants, appartenants déjà à la seconde génération, ont été soumis aux autorités compétentes pour approbation.

Dans le domaine des Smart Systems, d'autres progrès ont également été faits. La version compacte du Synthétiseur d'Arômes Virtuels, le Mini-VAS, sera bientôt disponible pour tous les centres de création. Le projet de création d'un nouveau diffuseur d'arômes a fait des progrès considérables.

La diffusion du bon arôme au bon moment requiert une connaissance approfondie et un savoir-faire au niveau des systèmes de diffusion.

Givaudan fournit des solutions high-tech pour de nombreuses applications dans tous les domaines de l'aromatization. Une nouvelle technique d'encapsulation est désormais commercialisée. Cette technologie complète les produits Flavorburst<sup>®</sup> déjà largement utilisés.

Au niveau de la Science Sensorielle, les efforts se poursuivent pour définir un langage des arômes universel à utiliser chez Givaudan. La méthodologie des "facteurs" de préférence comme outil de base pour la compréhension des consommateurs commence à être largement répandue.

De nombreux nouveaux produits sont maintenant commercialisés, comme par exemple une ligne complète de compositions aromatiques à la vanille étant désormais disponible pour de nouvelles créations. Une nouvelle initiative sur des arômes pour les boissons transparentes a remporté un vif succès et garantit une plus grande flexibilité pour la création d'arômes pour ce segment.

# Etats financiers consolidés intermédiaires et résumés (non audités)

## Compte de résultat consolidé pour la période du 1er janvier au 30 juin

<i>en millions de francs suisses, sauf pour le bénéfice par action</i>	Note	2004	2003
Chiffre d'affaires	5	1'399	1'379
Prix de revient des marchandises vendues		(723)	(742)
<b>Bénéfice brut</b>		<b>676</b>	<b>637</b>
<i>en % du chiffre d'affaires</i>		48,3%	46,2%
Frais de marketing, de développement et de distribution	6	(305)	(321)
Frais d'administration		(46)	(48)
Amortissement des immobilisations incorporelles <sup>1</sup>		(9)	(46)
Autres produits (charges) d'exploitation, nets		(33)	(6)
<b>Bénéfice d'exploitation</b>		<b>283</b>	<b>216</b>
<i>en % du chiffre d'affaires</i>		20,2%	15,7%
Produits (charges) financiers, nets		2	(30)
<b>Résultat net avant impôts</b>		<b>285</b>	<b>186</b>
Impôts sur le bénéfice		(65)	(54)
<b>Résultat net après impôts</b>		<b>220</b>	<b>132</b>
Part des intérêts minoritaires		-	(2)
<b>Bénéfice net</b>		<b>220</b>	<b>130</b>
<i>en % du chiffre d'affaires</i>		15,7%	9,4%
<b>Bénéfice par action – de base (CHF)</b>		<b>28,45</b>	<b>16,09</b>
<b>Bénéfice par action – dilué (CHF)</b>	7	<b>27,95</b>	<b>16,03</b>

1) Le Groupe a anticipé l'adoption de IFRS3 "Regroupements financiers", IAS36 "Dépréciation d'actifs" (révisée en 2004) et IAS38 "Immobilisations incorporelles" (révisée en 2004) en date du 1er janvier 2004 (voir note 3). L'amortissement du Goodwill pour le premier semestre au 30 juin 2003 se montait à CHF 37 millions.

## Bilan consolidé

<i>en millions de francs suisses</i>	Note	30 juin 2003	31 décembre 2002
Actif circulant		2'055	1'945
Actif immobilisé		2'620	2'603
<b>Total des actifs</b>		<b>4'675</b>	<b>4'548</b>
Dettes à court terme		658	633
Dettes à long terme	8	1'539	1'329
Intérêts minoritaires		1	1
Capital-actions	9	80	80
Bénéfice non distribué, réserves et autres éléments des fonds propres	10,11	2'397	2'505
<b>Fonds propres</b>		<b>2'477</b>	<b>2'585</b>
<b>Total des passifs</b>		<b>4'675</b>	<b>4'548</b>

## Variations des fonds propres consolidés pour la période du 1er janvier au 30 juin

<i>en millions de francs suisses</i>	Note	2004	2003
<b>Capital-actions</b>			
Solde au 1er janvier		80	87
Annulation d'actions		-	(7)
<b>Solde au 30 juin</b>	9	<b>80</b>	<b>80</b>
<b>Bénéfice non distribué, réserves et autres éléments des fonds propres</b>			
Solde au 1er janvier		2'505	2'674
Dividendes versés	10	(118)	(65)
Bénéfice net		220	130
Mouvement net de la réserve de juste valeur pour titres de placement disponibles à la vente		6	25
Mouvement net des propres instruments de capitaux propres	11	(212)	140
Réduction du capital-actions		-	(420)
Mouvement net des écarts de conversion cumulés		(4)	(3)
<b>Solde au 30 juin</b>		<b>2'397</b>	<b>2'481</b>
<b>Total des fonds propres au 30 juin</b>		<b>2'477</b>	<b>2'561</b>

## Flux de trésorerie consolidés pour la période du 1er janvier au 30 juin

<i>en millions de francs suisses</i>	Note	2004	2003
<b>Flux de trésorerie nets provenant (consacrés à) des activités opérationnelles</b>		<b>234</b>	<b>164</b>
<b>Flux de trésorerie nets provenant (consacrés à) des activités de financement</b>		<b>(84)</b>	<b>(2)</b>
<b>Flux de trésorerie nets provenant (consacrés à) des activités d'investissement</b>		<b>(13)</b>	<b>(40)</b>
Effet net de conversion sur les liquidités et placements à court terme		-	(1)
Augmentation (diminution) des liquidités et placements à court terme		137	121
Liquidités et placements à court terme au début de la période		494	454
<b>Liquidités et placements à court terme à la fin de la période</b>		<b>631</b>	<b>575</b>

## Annexes aux états financiers consolidés intermédiaires et résumés (non audités)

### 1. Organisation du Groupe

Givaudan SA et ses filiales (ci-après, le Groupe) exercent leurs activités sous le nom de Givaudan. Le siège social du Groupe est à Vernier, près de Genève en Suisse.

Givaudan est l'un des premiers fournisseurs de produits de parfumerie et d'arômes destinés à l'industrie des biens de consommation. La société est active dans plus de 100 pays et dispose de filiales dans plus de 20 pays.

Le 7 janvier 2003, le Groupe a acquis 100% de International Bioflavors Inc. (ci-après, IBF), située au Wisconsin (USA). Aucune information financière pro forma relative à l'acquisition de IBF n'est présentée.

Le 4 août 2003, Givaudan SA a acquis les intérêts minoritaires de Shanghai Givaudan Ltd.

Le Groupe est coté à la Bourse Suisse (SWX).

### 2. Principes de base

Ces états financiers correspondent aux comptes consolidés intermédiaires et résumés (ci-après, les états financiers intermédiaires) du Groupe pour la période du 1er janvier au 30 juin 2004 (ci-après, la période intermédiaire). Ils ont été préparés conformément à la Norme Comptable Internationale 34 en matière de présentation de l'information financière intermédiaire.

Les états financiers intermédiaires regroupent les comptes de Givaudan SA ainsi que ceux des filiales qu'elle contrôle dans la mesure où contrôler signifie le pouvoir de diriger la politique financière et opérationnelle d'une entreprise afin de dégager des bénéfices de ses activités.

Ces états financiers intermédiaires doivent être lus en parallèle avec le rapport semestriel 2003 et le rapport annuel 2003, car ils fournissent

l'information financière disponible la plus récente. Ces états financiers intermédiaires ne sont pas audités.

Lors de la préparation de ces états financiers intermédiaires, le Groupe a appliqué les mêmes normes et principes comptables utilisés dans les états financiers annuels, à l'exception des principes comptables concernant l'adoption anticipée de IFRS3 "Regroupements financiers", de IAS36 "Dépréciation d'actifs" (révisée en 2004), de IAS38 "Immobilisations incorporelles" (révisée en 2004) et de IAS 23 "Coûts d'emprunt", voir note 3.

Le Groupe opère sur des marchés où le chiffre d'affaires ne subit pas de variation saisonnière ou cyclique significative durant l'année financière.

La charge d'impôt sur le bénéfice a été calculée sur la base de la meilleure estimation du taux moyen pondéré annuel prévu pour l'année fiscale.

### 3. Modification des principes comptables

L'adoption anticipée de IFRS3, IAS36 (révisée en 2004) et IAS38 (révisée en 2004) a engendré une modification du principe de comptabilisation du goodwill. Jusqu'au 31 décembre 2003, le goodwill était amorti linéairement sur 20 ans et une appréciation d'indices quelconque montrant une perte de valeur était faite à chaque clôture de bilan. Dès le 1er janvier 2004, le Groupe a cessé d'amortir le goodwill. Au 1er janvier 2004, l'amortissement cumulé a été éliminé avec une diminution équivalente de la valeur du goodwill. Dès le 1er janvier 2004, le goodwill est analysé annuellement pour perte de valeur, ainsi que lorsqu'il existe des indices quelconques de perte de valeur.

L'adoption anticipée de IFRS3, IAS36 (révisée en 2004) et IAS38 (révisée en 2004) a engendré une classification des immobilisations incorporelles,

telles que brevets, marques déposées, licences et techniques et procédés de fabrication, en immobilisations incorporelles avec une durée de vie déterminée. Le Groupe a réévalué leur durée de vie selon IAS38. Aucun ajustement ne découle de cette estimation.

Jusqu'au 31 décembre 2003, le coût des intérêts des emprunts liés au financement d'acquisitions ou de constructions d'actifs immobilisés n'était pas capitalisé. Depuis le 1er janvier 2004 le coût des intérêts des emprunts qui sont directement et exclusivement attribuables à la construction d'une nouvelle usine est capitalisé comme partie intégrante du coût de cette usine. Au 30 juin 2004, aucun coût d'intérêts des emprunts n'a été capitalisés.

Ces modifications des principes comptables sont appliquées dès le 1er janvier 2004.

### 4. Acquisition de IBF

Le 7 janvier 2003, le Groupe a acquis 100% de International Bioflavors Inc. située au Wisconsin (USA).

L'acquisition de IBF a été comptabilisée dans les états financiers intermédiaires selon la méthode de l'acquisition (purchase method). Le résultat des opérations de IBF réalisé depuis le 7 janvier 2003 est inclus dans le compte de résultat consolidé.

Comme mentionné dans le contrat, la transaction, net des coûts de transaction, s'élève à USD 21 millions (équivalent à CHF 30 millions) et la contre-prestation était sous forme de liquidités. Le Groupe a acquis des immobilisations incorporelles consistant en goodwill, techniques et procédés de fabrication. Les immobilisations incorporelles sont amorties linéairement sur 15 ans (à l'exception du goodwill).

## 5. Information par secteur

Ces informations sont données dans les commentaires des secteurs respectifs.

## 6. Dépenses de marketing, de développement et de distribution

Au cours du premier semestre, les dépenses liées au développement de produits et à la recherche se sont élevées à CHF 103 millions en 2004 (2003: CHF 107 millions). Elles figurent dans le compte de résultat sous la rubrique "frais de marketing, de développement et de distribution".

## 7. Bénéfice par action – dilué

Pour la détermination du bénéfice par action dilué, le nombre moyen pondéré d'actions en circulation est ajusté pour tenir compte de la conversion de toutes les actions dilutives potentielles provenant du plan d'intéressement des cadres et des instruments convertibles. Le bénéfice net est ajusté pour éliminer l'intérêt, net d'impôts, de l'emprunt convertible dilutif.

## 8. Dettes

Pendant les six premiers mois de 2004, 43'300 titres (2003: 30 titres) de l'emprunt convertible ont été convertis en actions. Au 30 juin 2004, 43'331 titres des 200'000 ont été convertis.

Le 7 février 2003, le Groupe a conclu un placement privé totalisant CHF 50 millions. Le placement a été effectué par Givaudan SA. Il est remboursable en 2009 avec un taux d'intérêt annuel de 2,9%.

Le 28 mai 2003, le Groupe a conclu un placement privé s'élevant à USD 220 millions. Le

placement a été effectué par Givaudan United States, Inc. Il est remboursable par acompte à diverses échéances entre mai 2008 et mai 2015 avec des intérêts annuels variant entre 3,65% et 5,0%. Il existe plusieurs engagements contractuels couvrant des conditions à remplir sur la valeur nette, l'endettement et la cession d'actifs de Givaudan United States, Inc. Jusqu'à ce jour, Givaudan United States, Inc. remplissait entièrement ces engagements contractuels.

Le 9 juillet 2003, le Groupe a conclu un placement privé se montant à CHF 100 millions. Le placement a été effectué par Givaudan SA et peut être racheté en 2013 avec un taux d'intérêt annuel de 3,3%.

Le 16 avril 2004, le Groupe a conclu un deuxième placement privé s'élevant à USD 200 millions. Le placement a été effectué par Givaudan United States, Inc. Il peut être racheté par acompte à diverses échéances entre mai 2009 et mai 2016 avec des intérêts annuels variant entre 4,16% et 5,49%. Il existe plusieurs engagements contractuels couvrant des conditions à remplir sur la valeur nette, l'endettement et la cession d'actifs de Givaudan United States, Inc. Jusqu'à ce jour, Givaudan United States, Inc. remplissait entièrement ces engagements contractuels.

## 9. Capital-actions

Au 3 avril 2003, le Groupe a terminé son programme de rachat d'actions avec le rachat de 725'627 actions propres sur une seconde ligne de commerce sur virt-x. Lors de l'Assemblée générale du 11 avril 2003, les actionnaires ont approuvé l'annulation du rachat des actions et la réduction du capital-actions correspondant de 8,3%, de CHF 87'256'270 à CHF 80'000'000. L'annulation est effective depuis le 27 juin 2003.

Le 30 juin 2003, le Groupe a débuté un programme de rachat supplémentaire qui devait durer jusqu'au 30 juin 2004. Le 14 juin 2004, le Conseil d'administration a décidé d'étendre ce

programme jusqu'au 30 juin 2005. Le Groupe a l'intention de réduire son capital-actions de 8'000'000 à 7'200'000 actions nominatives avec l'annulation ultérieure des actions rachetées. L'achat d'un maximum de 800'000 actions nominatives (représentant 10% du capital-actions) et effectué sur une seconde ligne de commerce sur virt-x. Le 13 avril 2004, le Groupe avait partiellement terminé son deuxième programme de rachat avec l'acquisition de 200'000 actions nominatives.

A l'Assemblée générale le 16 avril 2004, les actionnaires ont approuvé l'annulation de 200'000 actions rachetées et la réduction du capital-actions correspondante de 2,5%, de CHF 80'000'000 à CHF 78'000'000. L'annulation est effective depuis le 5 juillet 2004. Au 30 juillet 2004, le Groupe a racheté 100'000 actions nominatives supplémentaires dans le cadre de son programme de rachat.

## 10. Dividendes distribués

Les actionnaires ont approuvé, lors de l'assemblée générale ordinaire tenue le 16 avril 2004, la distribution d'un dividende ordinaire de CHF 8,90 (2002 : CHF 8,10) brut par action et la distribution d'un dividende extraordinaire de CHF 6,50 brut par action. Ces dividendes ont été payés le 21 avril 2004.

## 11. Propres instruments de capitaux propres

Le Groupe détient des actions propres pour couvrir partiellement les obligations liées au plan d'intéressement des cadres, à l'emprunt convertible émis le 7 juin 2001. Au 30 juin 2004, le Groupe détenait 402'450 actions propres (2003: 64'369) et des dérivés sur actions propres équivalent à un total net de 384'290 actions propres (2003: 512'405).

# Agenda Givaudan

## 2004

Présentation semestrielle, Zürich	26 août 2004
Roadshow Londres	7 septembre 2004
Roadshow Ouest-USA	13-15 septembre 2004
Conférence Banque Leu, Zürich	28 septembre 2004
Ventes 9 mois	7 octobre 2004
Roadshow Est-USA	12-15 octobre 2004
Roadshow Paris	19 octobre 2004
Roadshow Scandinavie	21-22 octobre 2004
Journée des investisseurs, Shanghai - Visite du site de Singapour	2-4 novembre 2004
Conférence Merrill Lynch, Londres	8 décembre 2004

## 2005

Résultats annuels 2004 Conférence aux médias - Conférence téléphonique pour investisseurs et analystes	1er mars 2005
Ventes 3 mois - Conférence annuelle aux investisseurs	8 avril 2005
Assemblée générale, Genève	27 avril 2005
Résultats semestriels Communiqué aux médias, aux investisseurs - Conférence téléphonique pour investisseurs et analystes	9 août 2005
Présentation semestrielle, Zürich	25 août 2005
Ventes 9 mois	7 octobre 2005

Le rapport semestriel de Givaudan est publié en anglais, allemand et français.

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

© Givaudan SA, 2004

Papier blanchi sans chlore - Imprimé en Suisse