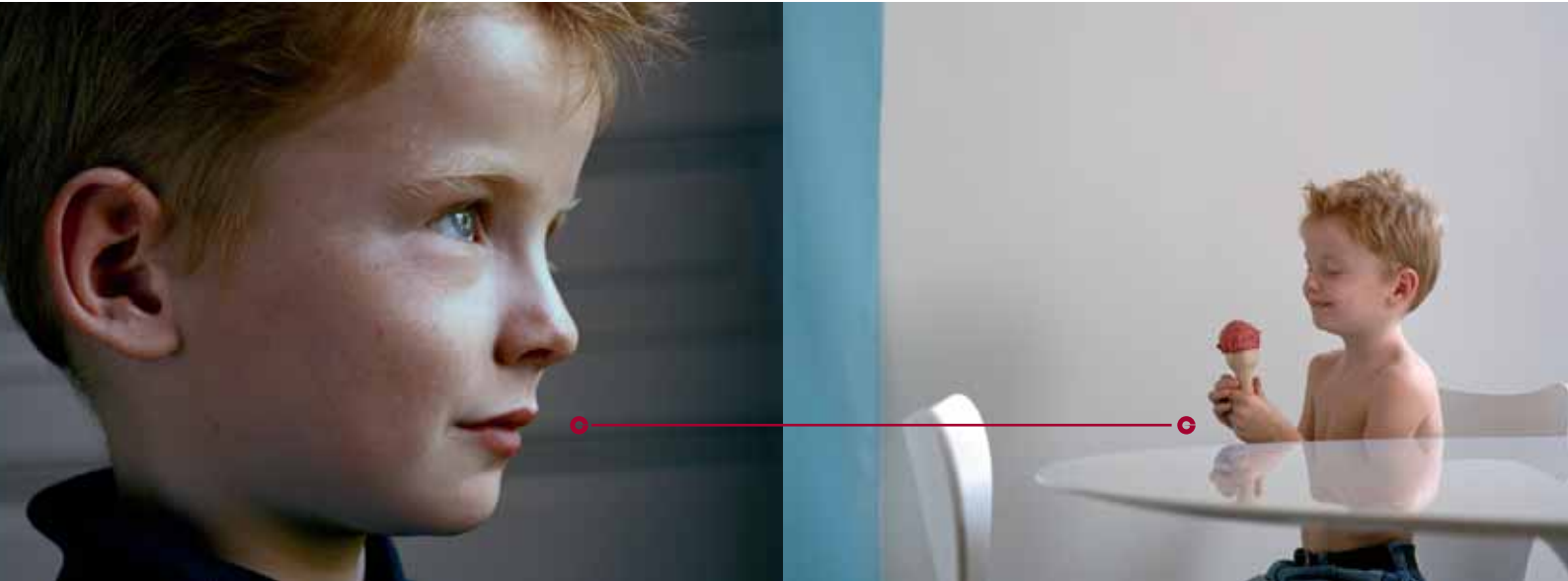


# Givaudan<sup>®</sup>

Leading Sensory Innovation



Halbjahresbericht 2006  
Half Year Financial Report 2006

# Kennzahlen

Per 30. Juni abgeschlossenes Halbjahr - in Millionen CHF, ausser dem Gewinn pro Aktie	2006	2005
Verkäufe	1'474	1'368
Bruttogewinn	724	674
in % der Verkäufe	49.1%	49.3%
EBITDA <sup>a</sup>	367	339
in % der Verkäufe	24.9%	24.8%
Betriebsgewinn	313	282
in % der Verkäufe	21.2%	20.6%
Auf Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Konzernergebnis	266	208
Gewinn pro Aktie – unverwässert (CHF)	37.37	28.76
Gewinn pro Aktie – verwässert (CHF)	37.13	28.59

in Millionen CHF, asser der Anzahl Mitarbeitende	30. Juni 2006	31. Dezember 2005
Total Aktiven	4'289	4'516
Total Verbindlichkeiten	1'920	2'079
Total Eigenkapital	2'369	2'437
Anzahl Mitarbeitende	5'985	5'924

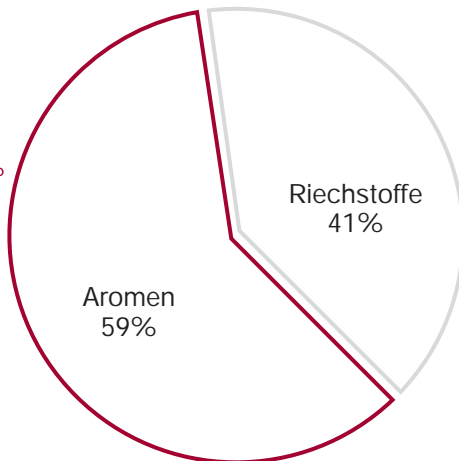
a) EBITDA: "Earnings Before Interest (and other financial income), Tax, Depreciation and Amortisation" entspricht dem Betriebsgewinn vor Abschreibungen auf Sachanlagen und immateriellen Anlagen und Wertminderungen von langlebigen Vermögenswerten.  
Die Vergleichszahl von 2005 wurde um CHF 4 Millionen angepasst, um eine Abschreibung, zu berücksichtigen, die vorher im EBITDA enthalten war.

## Verkäufe nach Divisionen

**Verkäufe Aromen 59%**  
CHF 868 Millionen  
6.8% in Schweizer Franken  
2.6% in Lokalwährungen

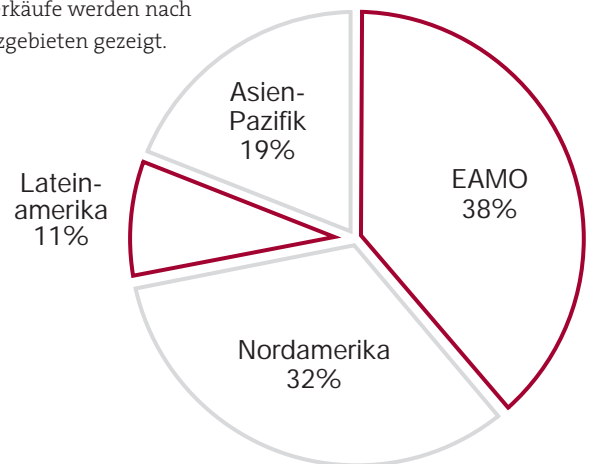
**Verkäufe Riechstoffe 41%**  
CHF 606 Millionen  
9.3% in Schweizer Franken  
5.4% in Lokalwährungen

**Total Verkäufe**  
CHF 1,474 Millionen  
7.8% in Schweizer Franken  
3.7% in Lokalwährungen



## Verkäufe nach Regionen

Die Verkäufe werden nach Absatzgebieten gezeigt.



# Givaudan auf profitabilem Wachstumskurs

Im ersten Halbjahr 2006 erzielte Givaudan Verkäufe von CHF 1'474 Millionen was einem Wachstum von 3,7% in Lokalwährungen und 7,8% in Schweizer Franken entspricht. Dieses gute Ergebnis wurde trotz der laufenden Rationalisierung von Standardingredienzien in beiden Divisionen erreicht. Die Bruttomarge konnte auf Vorjahresniveau gehalten werden, obwohl die Rohstoffpreise weiter stiegen. Die operationellen Leistungen waren erneut gut und ergaben zusammen mit einem positiven Finanzergebnis einen höheren Konzerngewinn. Der operative Cashflow und die Bilanz waren wie gewohnt solid.

## Verkäufe

Die Verkäufe der Division Riechstoffe wuchsen 5,4% in Lokalwährungen, weit stärker als der Markt. In Schweizer Franken stiegen sie um 9,3%, auf CHF 606 Millionen.

Die Luxusparfümerie verzeichnete dank zahlreicher Neueinführungen und einer erneuerten Dynamik im US-Spezialitäten-Detailhandel zweistellige Zuwachsraten. Die Konsumgüterparfüms zeigten ein starkes erstes Halbjahr, trotz starker Vergleichsbasis vom Vorjahr. Bei den Riechstoffingredienzien verzeichneten die Spezialitäten erneut zweistelliges Wachstum, abgeschwächt durch die CHF 9 Millionen Umsatzrückgang bei aufgegebenen Standardingredienzien (geschätzter Ganzjahreseinfluss CHF 17 Millionen).

Die Division Aromen erreichte Verkäufe im Betrag von CHF 868 Millionen, was einer Steigerung von 2,6% in Lokalwährungen und 6,8% in Schweizer Franken entspricht. Das Wachstum wurde durch die Aufgabe von Standardingredienzien im Wert von CHF 7 Millionen beeinträchtigt (geschätzter Ganzjahreseinfluss CHF 25 Millionen). Die Verkäufe in Lateinamerika zeigten ein starkes zweistelliges Wachstum. Europa und Nordamerika wuchsen im unteren einstelligen Prozent-

bereich. Asien-Pazifik zeigte auf Grund eines Rückgangs der Verkäufe in Japan und des starken Vorjahresergebnisses leicht negative Zahlen.

## Bruttogewinn

Die Bruttomarge wurde auf 49,1% gehalten. Dank eines verbesserten Produktemixes, Preissteigerungen und Effizienzsteigerungen konnte der Einfluss der gestiegenen Rohmaterialpreise wettgemacht werden.

## Betriebsgewinn

Im ersten Halbjahr stieg der Betriebsgewinn um 11% auf CHF 313 Millionen, was einer verbesserten Marge von 21,2% entspricht. In diesem Resultat enthalten sind ein einmaliger Gewinn von CHF 18 Millionen aus der Veräusserung eines Grundstücks in der Schweiz und Belastungen im Betrag von CHF 4 Millionen im Zusammenhang mit den Schliessungen von zwei US-Aromen-Fabriken, welche im Januar dieses Jahres angekündigt worden sind.

## Cashflow

Der operative Cashflow betrug im ersten Halbjahr CHF 192 Millionen, im Vergleich zu CHF 168 Millionen im Vorjahr. Die Ausgaben für Investitionen blieben mit CHF 55 Millionen auf Vorjahresniveau.

## Konzerngewinn

Die guten operativen Leistungen zusammen mit einem verbesserten Finanzergebnis führten zu einer Steigerung des Konzerngewinns um 27,9% auf CHF 266 Millionen. Der Gewinn pro Aktie verbesserte sich um 29,9% von CHF 28,76 auf CHF 37,37.

## Aktienrückkaufprogramm

An der Generalversammlung vom 7. April 2006 annullierten die Aktionäre die verbleibenden 200'000 Aktien des zweiten Rückkaufprogramms.

Bis zum 12. Juli 2006 hatte Givaudan im Rahmen des dritten Programms 127'800 Aktien zurückgekauft. Bis zum 31. Mai 2007 sollen im Rahmen des dritten Programms 720'000 Aktien zurückgekauft werden.

## Ausblick

Trotz steigender Rohmaterialpreise und einer starken Vergleichsbasis bezüglich der Verkäufe im zweiten Halbjahr bleibt Givaudan für 2006 zuversichtlich, ein über dem Markt liegendes Verkaufswachstum auszuweisen und die soliden Margen des Ganzjahresergebnisses 2005 halten zu können.

# Division Riechstoffe

Per 30. Juni abgeschlossenes Halbjahr in Millionen CHF	2006	2005
Verkäufe an Dritte	606	555
EBITDA <sup>a</sup>	127	105
in % der Verkäufe	21.0%	18.9%
Betriebsgewinn	105	83
in % der Verkäufe	17.3%	15.0%

a) EBITDA: "Earnings Before Interest (and other financial income), Tax, Depreciation and Amortisation" entspricht dem Betriebsgewinn vor Abschreibungen auf Sachanlagen und Immateriellen Anlagen und Wertminderungen von langlebigen Vermögenswerten.

Die Verkäufe der Division Riechstoffe erreichten CHF 606 Millionen, was einem Wachstum von 5,4% in Lokalwährungen und 9,3% in Schweizer Franken entspricht. Das Wachstum war im ganzen Kerngeschäft stark: Konsumgüter, Luxusparfümerie und Spezialitäten-Ingredienzien. Im Bereich Riechstoff-Ingredienzien wurde die Portfolio-Optimierung weiter vorangetrieben; Standardingredienzien wurden reduziert während Spezialitäten zweistellig wuchsen.

Der Betriebsgewinn stieg von CHF 83 Millionen auf CHF 105 Millionen und die Marge entsprechend von 15,0% auf 17,3%. Höhere Verkäufe in der Luxusparfümerie und ein vergrößerter Anteil von Spezialitäten im Ingredienzienportfolio führten zu diesem Resultat, welches auf dem Hintergrund erneut steigender Rohstoffpreise zu beurteilen ist.

## Luxusparfümerie

Die Verkäufe der Luxusparfümerie wuchsen in den USA und in Europa zweistellig. Dieses ausgezeichnete Resultat entstand dank erneuerten Wachstums des Spezialitäten-Detailhandels in den USA sowie zahlreicher Neueinführungen.

Bei der Verleihung der jährlichen FiFi-Awards in New York und in Paris zählten erneut von Givaudan kreierte Parfums zu den Gewinnern. Armani Code erhielt den Preis für das beste Herrenparfum in New York. Zwei Parfums der Armani Privé Collection (L'Oréal), Pierre de Lune und Eau de Jade, gewannen in Paris den Preis für das beste Parfum und in New York für das beste Nouveau Niche Parfum.

## Konsumgüter

Die Konsumgüterparfums konnten den Trend des ersten Quartals weiterführen und verzeichneten gesamthaft ein starkes Wachstum im ersten Halbjahr. Dieses ausgezeichnete Verkaufsergebnis wurde in einem hochkompetitiven Umfeld, gezeichnet von starkem Preisdruck, erzielt. Alle vier globalen Regionen erzielten ein positives Verkaufswachstum.

Das Wachstum in Nordamerika wurde vor allem mit regionalen Kunden erzielt. In Asien-Pazifik trugen alle Kundenkategorien und vor

allem neue Geschäftsabschlüsse in den Schlüsselmärkten zum starken Resultat bei. Lateinamerika zeigte vor allem dank Argentinien und Mexiko gutes Wachstum. In Europa, Afrika und dem Mittleren Osten konnte mit lokalen Kunden ein gutes Wachstum erzielt werden. In Nordafrika und dem Mittleren Osten wurden zweistellige Zuwachsraten erreicht.

Stärkstes Segmentwachstum erzeugten dabei in allen Regionen die Kategorien Haushalt und Lufthygiene, gefolgt von Waschmitteln sowie Haar- und Hautpflegeprodukten.

## Riechstoff-Ingredienzien

Der Verkauf von Spezialitäten-Ingredienzien wuchs weiterhin zweistellig. Dieses ausgezeichnete Wachstum wurde durch die Aufgabe weiterer Standard-Ingredienzien zum Teil verringert. Der Einfluss der Rationalisierung auf den Umsatz betrug im ersten Halbjahr CHF 9 Millionen (geschätzter Ganzjahreseinfluss CHF 17 Millionen). Die laufende Anpassung des Portfolios in Richtung höherwertiger Produkte ist ganz im Sinne der Ingredienzien-Strategie. Fünf Spezialitäten gehören nun bereits zu den zehn bestverkauften Molekülen. Javanol, ein leistungsstarkes Sandelholzmolekül, welches 2004 auf den Markt gebracht wurde, wird ebenfalls bald unter den zehn besten zu finden sein.



### Riechstoff-Forschung

Zwei neue gutabbaubare Moleküle aus der Givaudan-Forschung wurden im ersten Halbjahr den Parfümeuren neu zur Verfügung gestellt: Tanaïson, ein kräftiger, stark diffundierender Kräuterduft mit einer leichten, fruchtigen Note und Pepperwood (Pfefferholz), eine frische, natürliche und angenehm duftende, würzig-pfeffrige Kopfnote.

Düfte zu riechen ist ein komplexer Prozess bei welchem die Nase der Hauptakteur und Vermittler ist: externe Stimuli, Duftmoleküle, werden registriert, und aktivieren ein Verhaltensmuster im Hirn. Die Strukturen in der menschlichen Nase, welche sowohl den Duft eines Parfums, einer Blume oder das Aroma eines reifen Roquefortkäses übertragen, sind Proteine, die man gemeinhin als olfaktorische Rezeptoren bezeichnet. Diese Rezeptorproteine übersetzen die chemischen Eigenschaften eines Duftstoffes in elektrische Signale, welche über Nervenzellen in verschiedene Regionen des Hirns übertragen werden. Die Entdeckung der Familie der olfaktorischen Rezeptoren erfolgte 1991 und wurde 2004 mit dem Nobelpreis dotiert. Neuere Ergebnisse von Givaudan-Forschern lassen erahnen, dass die Zusammenhänge noch komplexer sind als anfänglich angenommen. Eine Gruppe von Enzymen in der Nase verändert die eingeatmeten Moleküle chemisch weiter,

so dass die Anzahl der von den Rezeptoren zu analysierenden Moleküle steigt. Die Moleküle, die heute bei der Kreation verwendet werden, können durch diese Enzyme verändert werden. Gleichzeitig sind aber die Moleküle auch in der Lage, die Nasen-Enzyme und deren Aktivität selbst zu verändern. Parfümeure und Aromatiker berücksichtigen diese Effekte schon heute intuitiv bei ihrer täglichen Formulierungsarbeit, obwohl diese wissenschaftlich noch weitgehend unbekannt sind. Givaudan ist bestrebt, ihr Rezeptor- und Enzymwissen mit der Kenntnis der chemischen Synthese zu verbinden, mit dem Ziel, neuartige Duftmoleküle zu entwickeln.

Im Rahmen des Givaudan-ScenTrek®-Programmes fokussiert sich das Unternehmen zur Zeit auf den Duft bedrohter Pflanzenarten (The Scent of the Vanishing Flora). Eine bedeutende Anzahl von Riechstoffproben von sehr seltenen, bedrohten Pflanzen wurden in den botanischen Gärten von München, Zürich und St. Gallen eingesammelt.

Ebenso sind die Vorbereitungen für einen ScenTrek® nach Hawaii in diesem Herbst angelaufen. Die Bedeutung dieser Forschungsaktivitäten wird durch das steigende Interesse von Kunden belegt, die an Vorschlägen auf der Basis von ScenTrek®-Düften interessiert sind.

# Division Aromen

Per 30. Juni abgeschlossenes Halbjahr in Millionen CHF	2006	2005
Verkäufe an Dritte	868	813
EBITDA <sup>a</sup>	240	234
in % der Verkäufe	27.6%	28.8%
Betriebsgewinn	208	199
in % der Verkäufe	24.0%	24.5%

a) EBITDA: "Earnings Before Interest (and other financial income), Tax, Depreciation and Amortisation" entspricht dem Betriebsgewinn vor Abschreibungen auf Sachanlagen und Immateriellen Anlagen und Wertminderungen von langlebigen Vermögenswerten.  
Die Vergleichszahl von 2005 wurde um CHF 4 Millionen angepasst, um eine Abschreibung, zu berücksichtigen, die vorher im EBITDA enthalten war.

Die Division Aromen erzielte Verkäufe von CHF 868 Millionen, ein Wachstum von 2.6% in Lokalwährungen und 6.8% in Schweizer Franken. Die Verkäufe in Lateinamerika zeigten zweistelliges Wachstum, angeführt von den Ländern im Süden und in Zentralamerika. Europa und Nordamerika wuchsen im unteren einstelligen Bereich. Asien-Pazifik zeigte leicht rückläufige Zahlen auf Grund des rückläufigen Wachstums im japanischen Getränkesegment und des starken Vorjahresergebnisses. Weltweit zeigten vor allem die Segmente Süswaren und Getränke ein starkes Verkaufswachstum.

Der Betriebsgewinn stieg von CHF 199 auf CHF 208 Millionen, die Marge verringerte sich leicht auf 24.0%. Höhere Rohmaterial- und Frachtpreise sowie Belegschaftsvergrößerungen in den Schwellenmärkten verursachten Mehrkosten. In diesem Resultat enthalten ist ein einmaliger Gewinn von CHF 18 Millionen aus der Veräusserung eines Grundstückes in der Schweiz und Belastungen im Betrag von CHF 4 Millionen im Zusammenhang mit den Schliessungen von zwei US-Aromen-Fabriken, welche im Januar dieses Jahres angekündigt worden sind.

## Asien-Pazifik

Das Verkaufswachstum in Asien-Pazifik verringerte sich im ersten Halbjahr auf Grund des rückläufigen japanischen Getränkesegments und der starken Vergleichsbasis. Der Wachstumsrückgang konnte nahezu wettgemacht werden dank den Verkäufen der weiterhin zweistellig wachsenden Märkte von China, Indien und Vietnam. Sowohl Verkäufe mit Neueinführungen wie auch das starke Wachstum bei bestehenden Produkten haben in diesen Märkten zur Entwicklung beigetragen. Der Bau des neuen Technologie-, Kreation und Produktionszentrums für Aromen in Shanghai entwickelt sich planmässig: bis Ende Juni waren bereits sämtliche Geschäfts- und Entwicklungsaktivitäten eingezogen. Einmal ganz bezogen wird es die Kundenbedürfnisse noch besser abdecken und auch das zweite kulinarische Zentrum in Asien-Pazifik nach Singapur beherbergen, welches die Wachstumsstrategie des Bereichs kulinarische Aromen und Foodservice unterstützen wird.

## Europa, Afrika und Mittlerer Osten

Die Verkäufe in Europa entwickelten sich besser als der Markt, teilweise vermindert durch die Rationalisierungsmassnahmen bei Standardingredienzen. Alle Hauptsegmente verzeichneten ein weitaus besseres Resultat als im Vorjahr. Zahlreiche Geschäftsabschlüsse im Süswarensegment trugen zu diesem guten Resultat bei. Die Schwellenmärkte in Osteuropa zeigten erneut ein ausgezeichnetes zweistelliges Wachstum. Im März wurden die Bauarbeiten für ein neues vollautomatisches Logistikzentrum in Dübendorf (Zürich) aufgenommen, welches Ende 2007 operationell sein soll.

## Nordamerika

Die Verkäufe in Nordamerika wuchsen im Gleichschritt mit dem Markt. Zum Resultat haben hauptsächlich Getränke und Süswaren beigetragen, sowohl mit neuen wie auch mit bestehenden Produkten. Das starke Wachstum kompensierte die sinkenden Verkaufszahlen im Bereich kulinarischer Aromen, in welchem die Produktion gewisser Standard-Ingredienzen eingestellt wurde. Die Expansionsarbeiten der Fabrik in Devon (Kentucky), in welchem die US-Aktivitäten mit kulinarischen Aromen konsolidiert werden sollen, laufen planmässig. Die Anlagen werden Ende Jahr voll funktionsfähig sein.



### Lateinamerika

Lateinamerika verzeichnete, getragen von den Segmenten Getränke und Süßwaren, erneut zweistelliges Wachstum. Neue Geschäftsabschlüsse mit Schlüsselkunden sowie eine verbesserte Marktpenetration trugen zu dieser Entwicklung bei. Die Märkte von Brasilien und Kolumbien wiesen starkes Wachstum auf, ergänzt durch die guten Zuwächse im Süden des Kontinents und in Zentralamerika.

### Aromenforschung

Givaudans globale Aromenforschung in Cincinnati zeigte erneut ihre Innovationskraft und machte weitere vielversprechende Schritte im Bereich der Reduktion von Salz und Zucker, in der Maskierung von Bitterstoffen, bei der Entwicklung neuer, kühlender Wirkstoffe und bei Abgabesystemen.

Die Zusammenarbeit mit führenden Universitäten und Forschungspartnern bildet weiterhin ein wichtiges Element in Givaudans Forschungsstrategie, vor allem im Bereich der Rezeptorenforschung.

Im Zuge von Givaudans "Health-and-Wellness"-Initiative erzielte die Forschung in Cincinnati signifikante Fortschritte im Bereich der Salzreduktion.

Ferner wurde eine stattliche Anzahl von süßschmeckenden Komponenten entdeckt und auf ihre Eignung als Süßstoffverstärker untersucht. Sie erlauben die Reduktion von Sucrose in Nahrungsmitteln und Getränken, ohne dass dadurch der süße Geschmack verloren geht.

Stabile Zellreihen für zwei Bitterrezeptoren wurden gezüchtet und fanden bereits Anwendung in Assays zum Screenen von Tausenden von Molekülen auf deren Eignung, den bitteren Nachgeschmack von Süßstoffen zu maskieren.

Zwei neue kühlende Wirkstoffe nahmen die Hürde der ersten toxikologischen Studien. Nach ihrer Zulassung werden sie eine starke Basis für Minze-Anwendungen bilden.

Der weiterentwickelte Mini-VAS (Virtueller Aromasynthesiser) wurde bei der Erhebung von Endkonsumenten-Präferenzen erfolgreich eingesetzt und trug massgeblich zum Gewinn neuer Produkte mit grossen internationalen Kunden bei. Die schnelle Reaktion auf die Ausschreibung und die damit verbundene hohe Datenmenge hätte mit traditionellen Methoden nicht bewältigt werden können. Dies zeigt erneut, wie wichtig die von Givaudan patentierte VAS-Technologie in der Zukunft sein wird.







# Half Year Financial Report 2006

# Interim Condensed Consolidated Financial Statements (unaudited)

## Consolidated Income Statement for the Six Months Ended 30 June

<i>in millions of Swiss francs, except for share data</i>	<i>Note</i>	2006	2005
Sales	3	1,474	1,368
Cost of sales		(750)	(694)
<b>Gross profit</b>		<b>724</b>	<b>674</b>
<i>as % of sales</i>		<i>49.1%</i>	<i>49.3%</i>
Marketing, development and distribution expenses	4	(351)	(314)
Administration expenses		(54)	(51)
Amortisation of intangible assets		(9)	(9)
Other operating income (expenses), net	5	3	(18)
<b>Operating profit</b>	<b>3</b>	<b>313</b>	<b>282</b>
<i>as % of sales</i>		<i>21.2%</i>	<i>20.6%</i>
Financial income (expenses), net		12	(13)
<b>Result before taxes</b>		<b>325</b>	<b>269</b>
Income taxes		(59)	(61)
► <b>Result for the period</b>		<b>266</b>	<b>208</b>
► <b>Attribution</b>		<b>266</b>	<b>208</b>
Result attributable to minority interest		-	-
Result attributable to equity holders of the parent		266	208
<i>as % of sales</i>		<i>18.0%</i>	<i>15.2%</i>
► <b>Earnings per share – basic (CHF)</b>	<b>6</b>	<b>37.37</b>	<b>28.76</b>
► <b>Earnings per share – diluted (CHF)</b>	<b>6</b>	<b>37.13</b>	<b>28.59</b>

## Consolidated Balance Sheet

<i>in millions of Swiss francs</i>	<i>Note</i>	30 June 2006	31 December 2005
Current assets	10	1,570	1,723
Non-current assets		2,719	2,793
<b>► Total assets</b>		<b>4,289</b>	<b>4,516</b>
Current liabilities		640	763
Non-current liabilities	7,10	1,280	1,316
<b>► Total liabilities</b>		<b>1,920</b>	<b>2,079</b>
<i>Share capital</i>	8	72	74
<i>Retained earnings, reserves and other equity components</i>	9,10	2,295	2,361
<b>► Equity attributable to equity holders of the parent</b>		<b>2,367</b>	<b>2,435</b>
<i>Minority interest</i>		2	2
<b>► Total equity</b>		<b>2,369</b>	<b>2,437</b>
<b>► Total liabilities and equity</b>		<b>4,289</b>	<b>4,516</b>

## Consolidated Cash Flow Statement for the Six Months Ended 30 June

<i>in millions of Swiss francs</i>	2006	2005
<b>► Cash flows from (for) operating activities</b>	<b>192</b>	<b>168</b>
<b>► Cash flows from (for) financing activities</b>	<b>(293)</b>	<b>(109)</b>
<b>► Cash flows from (for) investing activities</b>	<b>(24)</b>	<b>99</b>
Net effect of currency translation on cash and cash equivalents	(1)	11
Increase (decrease) in cash and cash equivalents	(126)	169
Cash and cash equivalents at the beginning of the period	289	459
<b>► Cash and cash equivalents at the end of the period</b>	<b>163</b>	<b>628</b>

## Consolidated Statement of Changes in Equity for the Six Months Ended 30 June

<i>in millions of Swiss francs</i>	<i>Note</i>	2006	2005
<b>Share capital</b>			
► Balance at 1 January		74	78
Issuance of shares	8	-	
Cancellation of shares	8	(2)	
► Balance at 30 June		72	78
<b>Retained earnings, reserves and other equity components</b>			
► Balance at 1 January		2,361	1,909
Movement of fair value reserve for available-for-sale financial assets			
net of related deferred taxes, net		(20)	(3)
Change in currency translation, net		(57)	97
Net gains (losses) not recognised in the income statement		(77)	94
Issuance of shares	8	-	-
Cancellation of shares	8	2	-
Dividends paid	9	(126)	(117)
Result for the period attributable to equity holder of the parent		266	208
Movement of own equity instruments, net	10	(131)	(135)
Movement on equity component of exchangeable bond	7		4
Net changes in other equity items		11	(40)
► Balance at 30 June		2,295	1,963
► Equity attributable to equity holders of the parent		2,367	2,041
<b>Minority interest</b>			
► Balance at 1 January		2	1
Result for the period attributable to minority interest		-	-
Change in currency translation, net		-	-
► Balance at 30 June		2	1
► Total equity at 30 June		2,369	2,042

## Notes to the Interim Condensed Consolidated Financial Statements (unaudited)

### 1. Group organisation

Givaudan SA and its subsidiaries (hereafter “the Group”), operate under the name Givaudan. Givaudan SA is a limited liability company incorporated and domiciled in Switzerland. The Group is headquartered in Vernier, near Geneva, Switzerland.

Givaudan is a leading supplier of creative fragrance and flavour products to consumer goods industries. It operates in over 100 countries and has subsidiaries and branches in more than 40 countries.

The Group is listed on the SWX Swiss Exchange.

### 2. Basis of preparation of financial statements

These financial statements are the interim condensed consolidated financial statements (hereafter “the interim financial statements”) of the Group for the six-month period ended 30 June 2006 (hereafter “the interim period”). They are prepared in accordance with and comply with the International Accounting Standard 34 “Interim Financial Reporting”.

The interim financial statements include the operations of Givaudan SA and its controlled subsidiaries where control is defined as the power to govern the financial and operating policies of an enterprise so as to obtain benefits from its activities.

These interim financial statements should be read in conjunction with the Half-Year 2005 report and the audited Financial Report 2005 as they provide an update of the most recent financial information available. These interim financial statements are not audited.

In the preparation of these interim financial statements, the Group applied the new and revised International Financial Reporting Standards (amendments to IAS19, IAS21, IAS39, IFRS4, and new IFRS6) and IFRIC interpretations

(IFRIC 4 to 6) effective as of 1 January 2006.

As a result of implementing these standards and interpretations, no significant adjustments were required to the accounting policies used in the Financial Report 2005.

The Group operates in markets where no significant seasonal or cyclical variations in sales are experienced during the financial year.

Income tax expense is recognised based upon the best estimate of the weighted average annual income tax rate expected for the full financial year.

### 3. Segment information

<i>Six months ended 30 June 2006, in millions of Swiss francs</i>	Fragrances	Flavours	Group
Segment sales to third parties	606	868	1,474
EBITDA <sup>a</sup>	127	240	367
<i>as % of sales</i>	21.0%	27.6%	24.9%
Operating profit	105	208	313
<i>as % of sales</i>	17.3%	24.0%	21.2%

a) EBITDA: **E**arnings **B**efore **I**nterest (and other financial income), **T**ax, **D**epreciation and **A**mortisation. This corresponds to operating profit before depreciation, amortisation and impairment of long-lived assets.

<i>Six months ended 30 June 2005, in millions of Swiss francs</i>	Fragrances	Flavours	Group
Segment sales to third parties	555	813	1,368
EBITDA <sup>a</sup>	105	234	339
<i>as % of sales</i>	18.9%	28.8%	24.8%
Operating profit	83	199	282
<i>as % of sales</i>	15.0%	24.5%	20.6%

a) EBITDA: **E**arnings **B**efore **I**nterest (and other financial income), **T**ax, **D**epreciation and **A**mortisation. This corresponds to operating profit before depreciation, amortisation and impairment of long-lived assets. The 2005 comparative has been adjusted to reflect an impairment charge of CHF 4 million which was previously included in EBITDA.

#### 4. Marketing, development and distribution expenses

In the six months ended 30 June 2006 the expenses for product development and research activities amounted to CHF 118 million (2005: CHF 105 million) and are included in the income statement under marketing, development and distribution expenses.

#### 5. Other operating income (expenses), net

Other operating income (expenses), net represent predominantly various items such as commissions paid to agents, taxes from carrying on operating business and restructuring expenses.

In the six months ended 30 June 2006, a one time income of CHF 18 million was recognised as a result of a gain on disposal of land in Switzerland.

On 10 January 2006, the Group publicly announced a restructuring programme in the USA to consolidate its flavour operating asset base and to streamline its Savoury product portfolio. It includes the closing of its US production sites in New Milford (Connecticut) and Oconomowoc (Wisconsin). The activities of these two sites will be transferred to Cincinnati (Ohio) and Devon (Kentucky). Asset impairments of CHF 16 million have been recognised in the second half of 2005 consolidated financial statements.

In the six months ended 30 June 2006, a charge of CHF 4 million linked to these closures was booked.

#### 6. Earnings per share

Basic earnings per share is calculated by dividing the net profit attributable to shareholders by the weighted average number of shares outstanding.

For the calculation of diluted earnings per share, the weighted average number of shares outstanding is adjusted to assume conversion of all dilutive potential shares.

#### 7. Debt

On 29 December 2000, the Group issued a 4.25% straight bond 2000-2005 with a nominal value of CHF 300 million. It was redeemed on 29 December 2005.

On 7 June 2001 the Group issued a 1% exchangeable bond with a principal amount of USD 200 million made of 200,000 bonds of USD 1,000 denomination. The Group requested an early redemption which resulted to the exchange of all remaining bonds corresponding to 156,642 bonds (2004: 43,327 bonds converted) during 2005.

On 11 May 2005, the Group issued a 2.25% straight bond 2005-2012 with a nominal value of CHF 300 million. The bond was issued by Givaudan Finance SA and is guaranteed by Givaudan SA (holding company).

#### 8. Share capital

At 30 June 2006, the share capital amounts to CHF 72,321,600 divided into 7,232,160 fully paid-up registered shares with a nominal value of CHF 10 each. Every share gives the right to one vote.

The Board of Directors has at its disposal conditional capital of a maximum aggregate amount of CHF 10,000,000 that may be issued through a maximum of 1,000,000 registered shares, of which a maximum of CHF 1,000,000 can be used for executive share options plans. The Board of Directors was authorised until 16 April 2006 to increase the share capital by up to CHF 10,000,000 through the issuance of a maximum of 1,000,000 fully paid-in registered shares with a par value of CHF 10 per share. At the Annual General Meeting on 7 April 2006, the shareholders approved the extension of the existing authorised capital of CHF 10,000,000 until 7 April 2008. On 6 April 2006, 32,160 shares were issued as conditional capital in order to fulfill obligations relating to the executive share option plans.

On 30 June 2003, the Group started a supplementary share buy back programme that was originally planned to last until 30 June 2004. On 14 June 2004, the Board of Directors resolved to extend this programme until 30 June 2005. The Group intended to reduce its share capital of 8,000,000 to 7,200,000 registered shares with a subsequent cancellation of the shares bought back. The buying of a maximum of 800,000 registered shares (representing 10% of the share capital, before the issuance of shares from the conditional capital on 6 April 2006) was made through a second trading line on virt-x. On 3 May 2005, the Group had completed this share buy back programme with the repurchase of 800,000 registered shares over a second trading line on virt-x. At the Annual General Meeting on 16 April 2004,

the shareholders agreed with the cancellation of 200,000 repurchased shares and with the corresponding reduction of the share capital by 2.5%, from CHF 80,000,000 to CHF 78,000,000. The cancellation became effective on 5 July 2004. At the Annual General Meeting on 27 April 2005, the shareholders agreed with the cancellation of a further 400,000 repurchased shares and with the corresponding reduction of the share capital by 5.1%, from CHF 78,000,000 to CHF 74,000,000. The cancellation became effective on 14 July 2005. At the Annual General Meeting on 7 April 2006, the shareholders agreed with the cancellation of the remaining 200,000 repurchased shares and with the corresponding reduction of the share capital by 2.7%, from CHF 74,000,000 to CHF 72,000,000. The cancellation became effective on 29 June 2006.

On 6 May 2005, the Group started a further share buy back programme that should have lasted until 31 May 2006. On 17 February 2006, the Board of Directors resolved to extend this programme until 31 May 2007. The Group intends to reduce its share capital of 7,232,160 to 6,512,160 registered shares (reduction of 7,200,000 to 6,480,000 registered shares before the issuance of shares from the conditional capital on 6 April 2006) with a subsequent cancellation of the shares bought back. The buying of a maximum of 720,000 registered shares (representing 10% of the share capital) is made through a second trading line on virt-x. The cancellation of the shares must be approved by the Group's shareholders. By 12 July 2006, the Group had repurchased 127,800 registered shares under the further share buy back programme.

## 9. Dividends paid

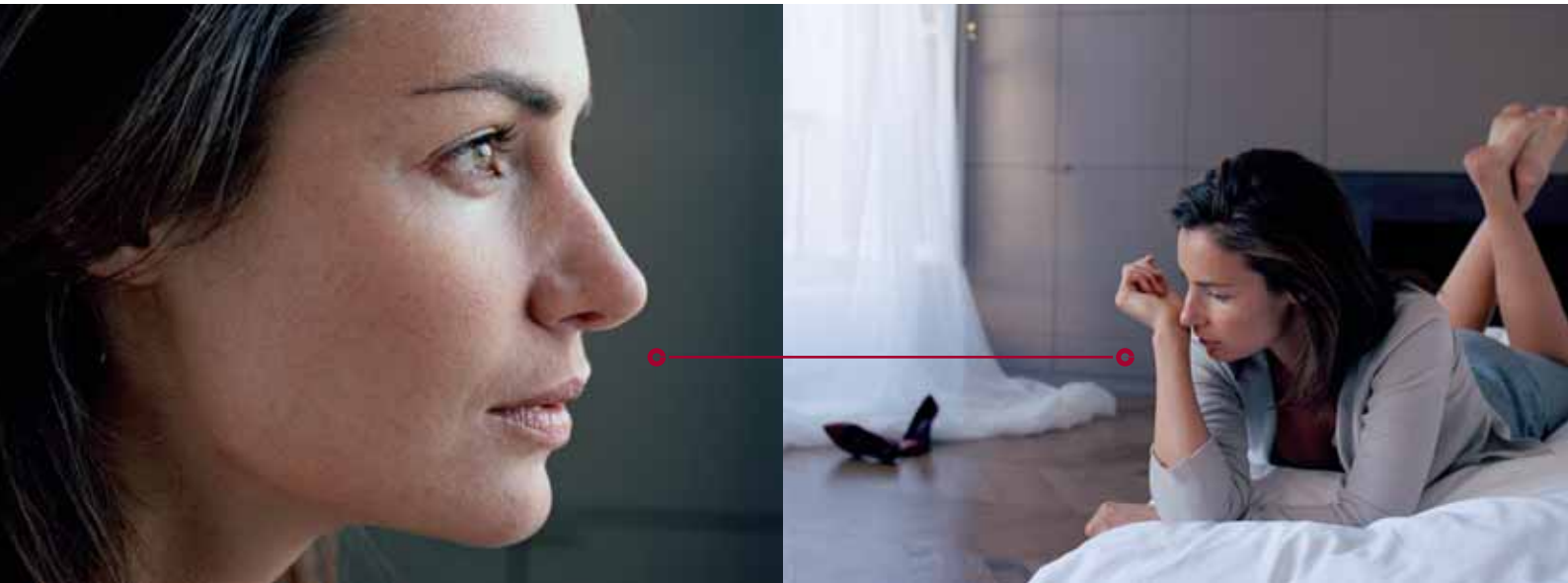
At the Annual General Meeting held on 7 April 2006, the distribution of an ordinary dividend of CHF 17.60 gross per share (2005: ordinary dividend of CHF 9.80 plus an extraordinary dividend of CHF 6.50 gross per share) was approved. The ordinary dividend was paid on 12 April 2006.

## 10. Own equity instruments

The Group holds own equity instruments and derivatives on own shares mainly to cover the anticipated obligations related to the executive share option plans. Previously such instruments were also held to cover the guaranteed exchangeable bonds issued on 7 June 2001. On 30 June 2006, the Group held 303,212 (2005: 684,223) own shares and derivatives on own shares equating to a net short position of 104,345 shares (2005: net long position of 383,130 shares).

## 11. Subsequent Event

Givaudan achieved an out of court full and final settlement with 51 of the 70 plaintiffs involved in the butter flavours litigations, without prejudice to liability. The amount of the settlement is confidential. Givaudan has adequate insurance cover.



The Givaudan Half Year Report is published in English, German and French  
The Givaudan Half Year Financial Report is published in English

All trademarks mentioned enjoy legal protection

© Givaudan SA, 2006



Givaudan SA

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

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