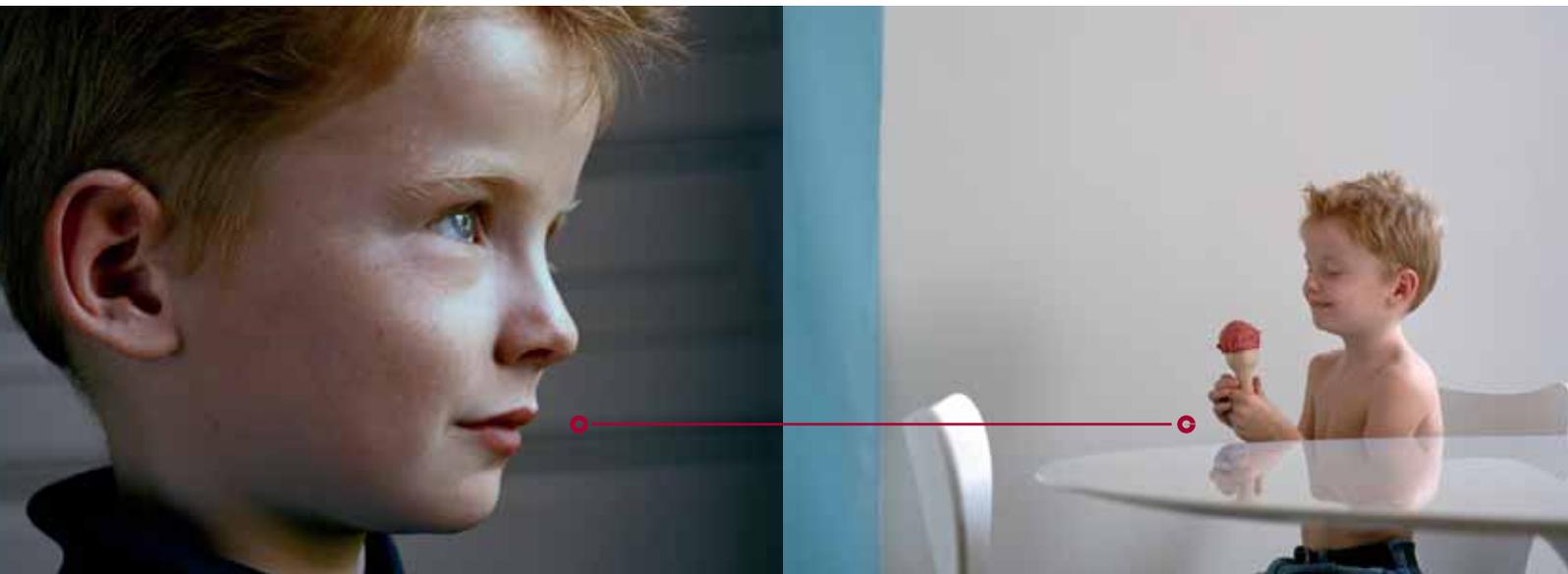


Givaudan[®]

Leading Sensory Innovation



Rapport semestriel 2006
Half Year Financial Report 2006

Chiffres clés

Six mois jusqu'au 30 juin, en millions de francs suisses, sauf pour le bénéfice par action	2006	2005
Chiffre d'affaires	1'474	1'368
Bénéfice brut	724	674
en % du chiffre d'affaires	49,1%	49,3%
EBITDA ^a	367	339
en % du chiffre d'affaires	24,9%	24,8%
Bénéfice d'exploitation	313	282
en % du chiffre d'affaires	21,2%	20,6%
Résultat attribuable aux actionnaires de la société	266	208
Bénéfice par action – de base (CHF)	37,37	28,76
Bénéfice par action – dilué (CHF)	37,13	28,59

en millions de francs suisses, sauf pour le nombre d'employés	30 juin 2006	31 décembre 2005
Total de l'actif	4'289	4'516
Total du passif exigible	1'920	2'079
Total des fonds propres	2'369	2'437
Nombre d'employés	5'985	5'924

^a EBITDA: Earnings Before Interest (and other financial income), Tax, Depreciation and Amortisation. (Bénéfice avant intérêts et autres produits financiers, impôts et amortissements des immobilisations corporelles et incorporelles). Ceci correspond au bénéfice d'exploitation avant déductions pour amortissements corporels et incorporels et dépréciation des actifs à long terme. La base comparative de 2005 a été ajustée afin de refléter une dépréciation d'actifs à long terme de CHF 4 millions qui était au préalable incluse dans l'EBITDA.

Ventes par Divisions

Ventes Arômes 59%

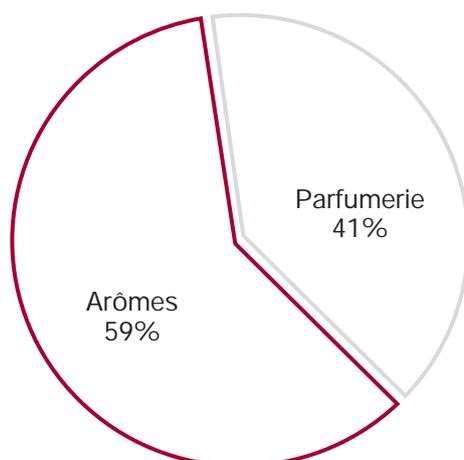
CHF 868 millions
6.8% en francs suisses
2.6% en monnaies locales

Ventes Parfumerie 41%

CHF 606 millions
9.3% en francs suisses
5.4% en monnaies locales

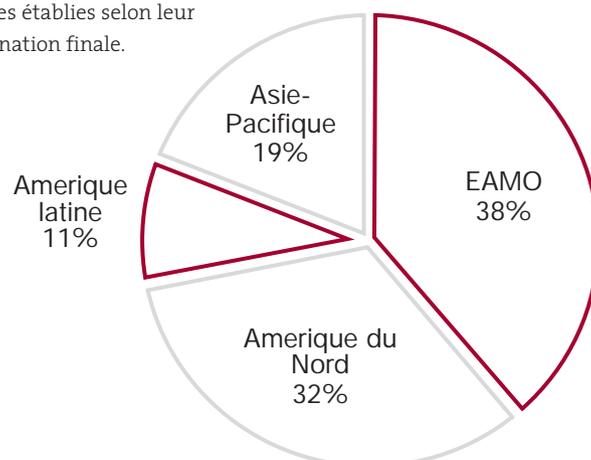
Total des ventes

CHF 1,474 millions
7.8% en francs suisses
3.7% en monnaies locales



Ventes par Régions

Ventes établies selon leur destination finale.



Givaudan poursuit son chemin de croissance profitable

Au cours du premier semestre 2006, les ventes ont atteint CHF 1'474 millions, soit 3,7% de croissance en monnaies locales et 7,8% en francs suisses. Ce résultat a été atteint malgré la réduction en cours des ingrédients de commodités dans les deux divisions. Bien que le prix des matières premières continue d'augmenter, la marge brute a été maintenue au niveau de l'année précédente. La performance opérationnelle a été maintenue à un niveau élevé. Celle-ci et un meilleur résultat non opérationnel ont contribué à l'amélioration du bénéfice net. La société affiche un flux de trésorerie opérationnelle performant ainsi qu'un bon bilan.

Ventes

Les ventes de la Division Parfumerie ont atteint CHF 606 millions, en augmentation de 5,4 % en monnaies locales et de 9,3% en francs suisses, soit considérablement au dessus du marché. La Parfumerie fine a affiché une croissance à deux chiffres, grâce à plusieurs nouveaux lancements ainsi qu'à un regain important des ventes dans le secteur de la distribution spécialisée aux Etats-Unis. Les Parfums pour produits de consommation ont poursuivi leur excellente croissance au cours du premier semestre, en comparaison de la base élevée atteinte l'année précédente.

Pour les Ingrédients de parfumerie, les ventes de spécialités ont à nouveau réalisé une croissance à deux chiffres, affectée par une perte de CHF 9 millions de ventes d'ingrédients de commodités qui ont été abandonnés (l'impact total sur les ventes annuelles est estimé à CHF 17 millions).

Les ventes d'arômes ont progressé de 2,6 % en monnaies locales et de 6,8 % en francs suisses pour atteindre un chiffre d'affaires de CHF 868 millions. C'est une croissance en ligne avec celle du marché. La rationalisation des ingrédients de commodités a affecté les ventes pour un montant de CHF 7 millions (l'impact

total sur les ventes annuelles est estimé à CHF 25 millions).

L'Amérique Latine a réalisé une bonne croissance à deux chiffres. L'Europe et l'Amérique du Nord ont dépassé le niveau de performance de l'année précédente avec une croissance à un chiffre. L'Asie Pacifique a connu une légère baisse des ventes par rapport à l'année 2005, dû à une base de comparaison élevée et à un déclin au Japon.

Marge brute

La marge brute a pu être maintenue à 49,1%. L'augmentation du coût des matières premières a pu être contenue grâce à l'amélioration du mix produits, à l'augmentation des prix de vente, à un strict contrôle des coûts ainsi qu'à des gains de productivité.

Bénéfice d'exploitation

Au premier semestre, le bénéfice d'exploitation affiche une croissance de 11% pour atteindre CHF 313 millions, soit une marge d'exploitation de 21,2%, supérieure à l'an passé. Ce résultat tient compte d'un revenu extraordinaire de CHF 18 millions résultant de la vente de terrain ainsi qu'à une charge de CHF 4 millions liée à la fermeture des sites américains d'arômes, comme annoncée en janvier 2006.

Flux de trésorerie

Le flux de trésorerie opérationnel s'est élevé à CHF 192 millions en comparaison de CHF 168 millions pour 2005.

Les dépenses d'investissement ont atteint CHF 55 millions, soit au même niveau que l'année précédente.

Bénéfice Net

L'amélioration de la performance opérationnelle combinée à une progression du résultat financier

net a contribué à une augmentation de 27,9% du bénéfice net pour atteindre CHF 266 millions. Le bénéfice net par action de base est passé de CHF 28,76 à CHF 37,37 par action, soit une augmentation de 29,9%.

Programmes de rachat d'actions

Lors de l'Assemblée Générale du 7 avril 2006, les actionnaires ont annulé les 200'000 actions restantes rachetées lors du deuxième programme de rachat d'actions.

Au 12 juillet 2006, 127'800 actions ont été rachetées dans le cadre du troisième programme dont l'objectif est le rachat de 720'000 actions jusqu'au 31 mai 2007.

Perspectives

Malgré la hausse continue du prix des matières premières ainsi que la base de comparaison élevée du deuxième semestre, Givaudan demeure confiant pour 2006 de croître plus vite que le marché tout en maintenant le niveau élevé de sa marge opérationnelle, réalisée en 2005.

Division Parfumerie

Six mois jusqu'au 30 juin, en millions de francs suisses	2006	2005
Chiffre d'affaires à des tiers	606	555
EBITDA ^a	127	105
en % du chiffre d'affaires	21,0%	18,9%
Bénéfice d'exploitation	105	83
en % du chiffre d'affaires	17,3%	15,0%

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

La Division Parfumerie a affiché des ventes de CHF 606 millions, soit 5,4 % de croissance en monnaies locales et 9,3 % en francs suisses. Les Parfums pour produits de consommation, la Parfumerie fine ainsi que les Ingrédients de spécialités ont toutes fortement contribué à la croissance de la division. Dans les Ingrédients de parfumerie, la rationalisation du portefeuille d'ingrédients de commodités a été poursuivie conformément à la stratégie mise en place, tandis que les ingrédients de spécialités ont à nouveau affiché une croissance à deux chiffres.

Le bénéfice et la marge d'exploitation sont respectivement passés de CHF 83 millions à CHF 105 millions et de 15,0 % à 17,3 %. Une plus grande part des ventes en Parfumerie Fine et en ingrédients de spécialités a contribué à cette amélioration et ce malgré la hausse du prix des matières premières.

Parfumerie fine

Les ventes de Parfumerie fine ont affiché une forte croissance à deux chiffres, en particulier aux Etats-Unis et en Europe. Cette excellente performance a été réalisée grâce à une faible base de comparaison, à un regain dans les ventes de distribution spécialisée aux Etats-Unis ainsi qu'à un nombre significatif de nouveaux lancements.

Une fois de plus, les parfums créés par Givaudan ont été récompensés lors de la cérémonie annuelle des FiFi awards à New York et à Paris. Armani Code a remporté le prix du meilleur parfum de luxe pour hommes à New York. Deux parfums issus de Armani (L'Oréal) collection privée, Pierre de Lune et Eau de Jade, ont remporté le prix du meilleur parfum de luxe à Paris ainsi que le meilleur parfum Nouvelle Niche à New York.

Produits de consommation

Les Parfums pour produits de consommation ont poursuivi leur progression au cours du deuxième trimestre et ont réalisé dans l'ensemble une très bonne croissance au premier semestre. Cet excellent résultat a été atteint dans un

environnement hautement compétitif, dans lequel la pression des prix continue à s'exercer. Les quatre régions ont connu une croissance positive.

En Amérique du Nord, la croissance a été générée principalement avec les clients locaux. Une forte croissance des ventes a pu être réalisée en Asie Pacifique auprès de tous les groupes de clients grâce à de nouveaux lancements sur des marchés importants tels que la Chine et l'Inde.

En Amérique Latine, une bonne performance des ventes a été enregistrée, principalement en Argentine et au Mexique. L'Europe, l'Afrique ainsi que le Moyen Orient ont enregistré une bonne croissance avec leurs clients locaux, particulièrement sur les marchés d'Afrique du Nord et du Moyen Orient.

Les parfums pour produits d'entretien et les parfums d'ambiance sont les segments qui ont connu la plus forte croissance et ce dans toutes les régions, suivi des segments de parfums pour textiles et pour produits de toilette.



Ingrédients de Parfumerie

Les ventes de spécialités continuent d'afficher une croissance à deux chiffres. Cet excellent résultat a été en partie affecté par l'abandon des ingrédients de commodités avec un impact de CHF 9 millions (estimé à CHF 17 millions sur les résultats annuels). La forte croissance des ingrédients de spécialités combinée à la réduction des ingrédients de commodités, est conforme à la stratégie de Givaudan d'optimiser le portefeuille d'ingrédients. Cinq spécialités font maintenant partie de la liste des dix ingrédients les plus vendus. Le Javanol, molécule performante de type bois de santal est commercialisée avec succès depuis 2004, elle rejoindra prochainement la liste des ingrédients les plus vendus.

Recherche en parfumerie

Au cours du premier semestre de l'année 2006, deux nouvelles molécules biodégradables ont été ajoutées à la palette des parfumeurs: le Tanaïson est une note herbacée à la fois puissante et diffusive, teintée d'une touche fruitée et le Pepperwood est une molécule à la fois fraîche, naturelle et plaisante avec une note de tête épicée-poivrée.

L'odorat est un processus complexe dans lequel le nez agit en qualité d'interface afin de détecter des stimuli chimiques externes telles que les molécules odorantes. Ces molécules activent des réactions dans le cerveau qui nous permettent d'identifier une odeur. Les structures organiques du nez chez l'homme qui sont essentielles pour transmettre l'information de l'odeur d'un parfum, d'une fleur ou l'arôme d'un Roquefort bien affiné sont des protéines qui sont communément appelées les récepteurs olfactifs. Les protéines des récepteurs traduisent les caractéristiques chimiques des odeurs en signaux électriques qui parcourent les cellules nerveuses pour atteindre différentes régions du cerveau. La découverte de la famille des récepteurs olfactifs remonte à 1991 et a été récompensée par un Prix Nobel en 2004. Les travaux scientifiques de Givaudan ont récemment démontré que le processus est encore plus complexe qu'on ne pouvait l'imaginer.

En effet, ces recherches montrent qu'un groupe d'enzymes nasales modifie chimiquement les odeurs entrantes et augmente ainsi le nombre de différentes molécules auxquels les récepteurs sont exposés. Les molécules utilisées aujourd'hui en parfumerie peuvent non seulement être

modifiées par ces enzymes, mais peuvent également moduler l'activité des enzymes nasales.

Les parfumeurs et aromaticiens tiennent compte de ces effets de façon intuitive dans leur travail quotidien de formulation. Cependant, leurs fondements scientifiques sont encore peu connus. Givaudan a comme objectif de combiner cette connaissance sur les récepteurs et les enzymes avec son expertise en synthèse chimique, dans le but de développer des molécules de parfumerie innovantes.

Dans le cadre du programme de Givaudan ScentTrek®, et plus particulièrement grâce au projet « Les parfums de la flore évanescence », un nombre important d'échantillons de parfums provenant de plantes très rares et en voie de disparition ont pu être récoltés dans les jardins botaniques de Munich, Zurich et de St Gall (Suisse). De plus, une expédition ScentTrek® aux îles hawaïennes prévue pour cet automne est en cours de préparation. L'importance de ce programme est soulignée par l'intérêt croissant des clients à inclure des reconstitutions ScentTrek® dans les parfums développés pour eux.

Division Arômes

Six mois jusqu'au 30 juin, en millions de francs suisses	2006	2005
Chiffre d'affaires à des tiers	868	813
EBITDA ^a	240	234
en % du chiffre d'affaires	27,6%	28,8%
Bénéfice d'exploitation	208	199
en % du chiffre d'affaires	24,0%	24,5%

a) EBITDA: **Earnings Before Interest (and other financial income), Tax, Depreciation and Amortisation.** (Bénéfice avant intérêts et autres produits financiers, impôts et amortissements des immobilisations corporelles et incorporelles). Ceci correspond au bénéfice d'exploitation avant déductions pour amortissements corporels et incorporels et dépréciation des actifs à long terme. La base comparative de 2005 a été ajustée afin de refléter une dépréciation d'actifs à long terme de CHF 4 millions qui était au préalable incluse dans l'EBITDA.

La Division Arômes a enregistré CHF 868 millions de ventes, soit une progression de 2,6 % en monnaies locales et de 6,8 % en francs suisses. L'Amérique Latine a enregistré une forte croissance à deux chiffres, générée principalement par l'Amérique centrale et les pays situés au sud du continent. L'Europe et l'Amérique du Nord ont dépassé le niveau de l'année précédente avec une croissance à un chiffre. L'Asie Pacifique a enregistré une baisse des ventes par rapport à l'année précédente en raison d'une base de comparaison élevée et d'un déclin au Japon. Dans l'ensemble, la progression des segments de la Confiserie et des Boissons a été particulièrement forte.

Le bénéfice d'exploitation est passé de CHF 199 millions à 208 millions, entraînant une légère baisse de la marge d'exploitation, soit de 24,5% à 24,0%. L'augmentation du coût des matières premières et des frais de transports ainsi que les investissements et l'augmentation du nombre de collaborateurs dans les marchés émergents ont eu un impact sur la performance. Ce résultat inclut un revenu de CHF 18 millions provenant de la vente de terrain en Suisse ainsi que d'une charge de CHF 4 millions liée à la fermeture de deux

usines aux Etats-Unis comme annoncée en janvier 2006.

Asie Pacifique

L'Asie Pacifique a enregistré une légère baisse des ventes en raison d'un déclin dans le segment des Boissons au Japon et en comparaison d'une base élevée pour l'année précédente. Cette baisse n'a été que partiellement compensée par une forte croissance à deux chiffres dans les marchés émergents tels que la Chine, l'Inde ou le Vietnam. Cette forte progression est essentiellement due à de nouveaux lancements ainsi qu'à une progression des ventes du portefeuille existant. La croissance enregistrée en Chine a été particulièrement bien équilibrée entre les différents segments de produits. Toutes les fonctions commerciales et de développement ont été transférées en Juin dans le nouveau centre de technologie, de création et de production de Shanghai permettant ainsi à Givaudan d'améliorer la qualité du service auprès de ses clients. Ce centre hébergera également le deuxième centre culinaire d'Asie Pacifique après Singapour, poursuivant la stratégie de croissance dans le segment des Entremets salés.

Europe, Afrique et Moyen-Orient

La croissance des ventes en Europe a été nettement supérieure à celle du marché et ce malgré la rationalisation des ingrédients de commodités. Tous les segments principaux ont affiché des résultats favorables comparés à 2005. Le segment de la Confiserie a particulièrement contribué à réaliser ces résultats grâce à des succès importants. Les marchés émergents d'Europe de l'Est ont à nouveau affiché une excellente croissance à deux chiffres. La construction d'un nouveau centre de logistique entièrement automatisé a débuté en mars à Dübendorf (Suisse) et devrait être opérationnel d'ici la fin 2007.

Amérique du Nord

Les ventes en Amérique du Nord ont augmenté en ligne avec la croissance du marché. Les principaux segments vecteurs de cette croissance sont les Boissons et la Confiserie avec des nouveaux lancements et un accroissement des ventes du portefeuille existant. Cette bonne performance a permis de compenser la rationalisation d'ingrédients de commodités dans le segment des Entremets salés. L'expansion du site de Devon (Kentucky)



qui consolide la fabrication d'arômes pour entremets salés aux Etats-Unis est en cours d'achèvement et sera complètement opérationnel d'ici la fin de l'année.

Amérique Latine

L'Amérique latine a affiché une forte croissance à deux chiffres, notamment dans les segments des Boissons et de la Confiserie. De nouveaux lancements pour des clients importants et une progression de la pénétration du marché ont contribué à cette croissance. Le Brésil et la Colombie ont enregistré de bons résultats, complétant la forte croissance atteinte en Amérique Centrale et dans les pays du Sud du continent.

Recherche en Arômes

Le centre mondial de Recherche en Arômes de Givaudan à Cincinnati a fait des avancées significatives dans les domaines de la réduction du sel et du sucre, la suppression de la sensation d'amertume, les agents de refroidissement ainsi que sur les systèmes de diffusion d'arôme. La collaboration avec de grandes universités et des sociétés partenaires reste un élément important de la stratégie de recherche de

Givaudan, notamment dans le domaine des récepteurs.

Dans le cadre de l'initiative Santé et Bien-être de Givaudan, les recherches réalisées dans le domaine de la réduction du sel ont franchi un pas encourageant. Un certain nombre de composants au goût sucré ont été identifiés. Ils permettent de réduire le saccharose présent dans les boissons et la nourriture, tout en maintenant le même niveau de perception du sucré.

Des types de cellules stables ont été identifiées pour deux récepteurs de l'amertume. Elles ont déjà été utilisées pour analyser des milliers de molécules permettant ainsi de trouver des structures moléculaires actives qui suppriment la sensation d'amertume présente dans de nombreux édulcorants.

Deux nouveaux agents de refroidissement ont passé avec succès la première série de tests toxicologiques. Une fois approuvés, ils permettront à Givaudan de renforcer son offre dans les applications mentholées.

Le Mini-VAS (Virtual Aroma Synthesiser) a été davantage amélioré. Il a été utilisé avec succès

lors de séries de tests consommateurs qui ont permis ainsi de gagner d'importants nouveaux lancements. La vitesse de développement des briefs clients et le volume important de données à traiter n'auraient pas été possibles avec une approche traditionnelle. L'efficacité de cet outil de création est à nouveau clairement démontrée.





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)
Gross profit		724	674
<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)
Operating profit	3	313	282
<i>as % of sales</i>		<i>21.2%</i>	<i>20.6%</i>
Financial income (expenses), net		12	(13)
Result before taxes		325	269
Income taxes		(59)	(61)
► Result for the period		266	208
► Attribution		266	208
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>
► Earnings per share – basic (CHF)	6	37.37	28.76
► Earnings per share – diluted (CHF)	6	37.13	28.59

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
▶ Total assets		4,289	4,516
Current liabilities		640	763
Non-current liabilities	7,10	1,280	1,316
▶ Total liabilities		1,920	2,079
Share capital	8	72	74
Retained earnings, reserves and other equity components	9,10	2,295	2,361
▶ Equity attributable to equity holders of the parent		2,367	2,435
Minority interest		2	2
▶ Total equity		2,369	2,437
▶ Total liabilities and equity		4,289	4,516

Consolidated Cash Flow Statement for the Six Months Ended 30 June

<i>in millions of Swiss francs</i>	2006	2005
▶ Cash flows from (for) operating activities	192	168
▶ Cash flows from (for) financing activities	(293)	(109)
▶ Cash flows from (for) investing activities	(24)	99
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
▶ Cash and cash equivalents at the end of the period	163	628

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
Share capital			
► Balance at 1 January		74	78
Issuance of shares	8	-	
Cancellation of shares	8	(2)	
► Balance at 30 June		72	78
Retained earnings, reserves and other equity components			
► 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
Minority interest			
► 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 ^a	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 ^a	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

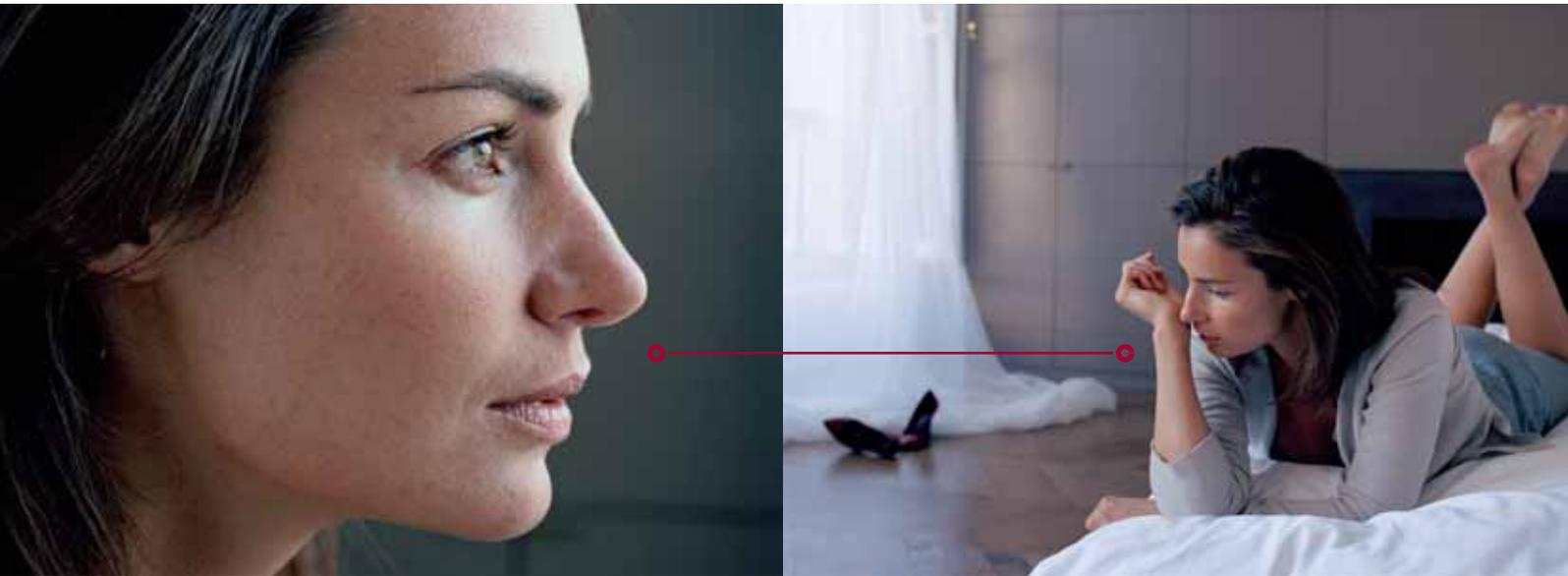
At the Annual General Meeting held on 7 April 2006, the distribution of an ordinary dividend of CHF 17.60 gross per share (2005: ordinary dividend of CHF 9.80 plus an extraordinary dividend of CHF 6.50 gross per share) was approved. The ordinary dividend was paid on 12 April 2006.

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