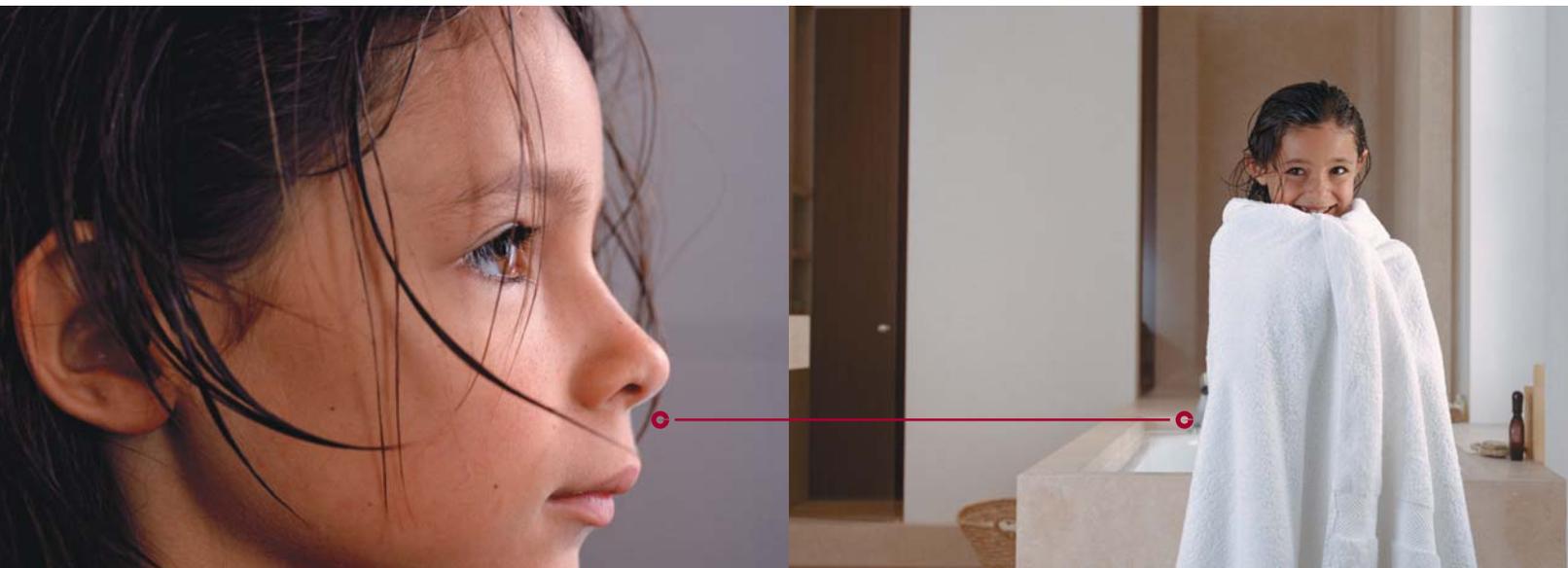


Givaudan[®]

Leading Sensory Innovation



Rapport semestriel 2007
Half Year Financial Report 2007

Chiffres clés

Six mois jusqu'au 30 juin – en millions de francs suisses, hors données par action	2007 ¹	2006 ¹
Chiffre d'affaires	2'239	2'140
Bénéfice brut	1'065	1'017
en % du chiffre d'affaires	47,6%	47,5%
EBITDA sur une base comparable ^{2, 3, 4}	478	443
en % du chiffre d'affaires	21,3%	20,7%
EBITDA ²	471	454
en % du chiffre d'affaires	21,0%	21,2%
Bénéfice d'exploitation sur une base comparable ^{3, 4}	282	248
en % du chiffre d'affaires	12,6%	11,6%
Bénéfice d'exploitation	275	259
en % du chiffre d'affaires	12,3%	12,1%
Résultat attribuable aux actionnaires de la société	144	180
Bénéfice par action – de base (CHF)	20,34	25,14
Bénéfice par action – dilué (CHF)	20,26	24,98

1) Préparés sur une base pro forma ajustée, illustrant les activités combinées de Givaudan et Quest International sur l'exercice clos le 30 juin, à l'exception des dépenses exceptionnelles associées à l'acquisition de Quest International, des frais de réorganisation et des dépenses issues du traitement comptable de cette transaction, en supposant que cette acquisition ait eu lieu avant le 1er janvier 2006. Vous trouverez des informations détaillées concernant les ajustements pro forma dans les notes relatives au compte de résultats consolidé pro forma (page 18 à la fin de ce document).

2) EBITDA: 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.

3) L'EBITDA et le bénéfice d'exploitation comparables pour 2006 ne comprennent pas le bénéfice net ponctuel associé à une vente foncière et les dépenses de restructuration non associées à l'acquisition.

4) L'EBITDA et le bénéfice d'exploitation comparables pour 2007 ne comprennent pas les dépenses de restructuration non associées à l'acquisition.

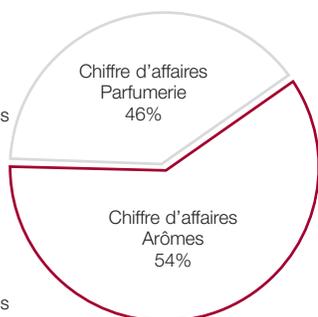
en millions de francs suisses, hors données des employés	30 juin 2007	31 décembre 2006
Total de l'actif	8'247	4'700
Total du passif exigible	5'493	1'904
Total des fonds propres	2'754	2'796
Nombre d'employés	8'994	6'056

Chiffre d'affaires pro forma par division¹

Chiffre d'affaires

Parfumerie 46%

1'038 millions CHF
7,5% en francs suisses
6,8% en monnaies locales



Chiffre d'affaires

Arômes 54%

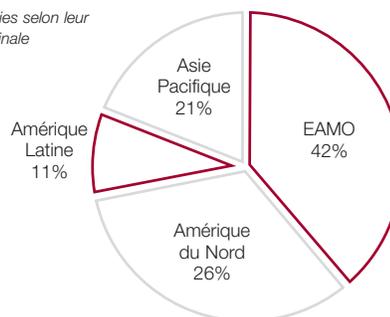
1'201 millions CHF
2,2% en francs suisses
2,4% en monnaies locales

Total des ventes

2'239 millions CHF
4,6% en francs suisses
4,4% en devises locales

Chiffre d'affaires pro forma par région¹

Ventes établies selon leur destination finale



1) Préparés sur une base pro forma ajustée, illustrant les activités combinées de Givaudan et Quest International sur l'exercice clos le 30 juin 2007, en supposant que cette acquisition ait eu lieu avant le 1er janvier 2006

Forte croissance et intégration en bonne voie pour Givaudan

Au cours du premier semestre 2007, les ventes ont atteint CHF 2'005 millions contre 1'474 millions l'année précédente. Cette hausse représente une croissance de 36,3 % en monnaies locales et de 36 % en francs suisses. Ces ventes incluent l'acquisition de Quest à partir du 2 mars 2007 et reflètent la bonne dynamique des activités communes.

Sur une base pro forma – ce qui signifie l'addition des activités de Givaudan et Quest sur la période se clôturant le 30 juin 2007 comme si l'acquisition avait eu lieu le 1er janvier 2006 – les ventes ont augmenté de 4,4 % en monnaies locales et de 4,6 % en francs suisses. Hors rationalisation du portefeuille d'arômes qui est en cours, la croissance des ventes pro forma s'est élevée à 5,7 % en monnaies locales.

La marge brute, la marge d'EBITDA et la marge du bénéfice d'exploitation en termes pro forma sont en légère progression par rapport à l'année précédente. Le bénéfice net pro forma est en baisse de 20 %. Cette baisse s'explique par un ajustement fiscal ponctuel hors trésorerie.

Ventes

Les ventes de la division Parfumerie ont atteint CHF 909 millions, soit une hausse de 49,8 % en monnaies locales et de 49,9 % en francs suisses. En termes pro forma, la croissance des ventes est de 6,8 % en monnaies locales et de 7,5 % en francs suisses. La forte croissance des produits de consommation dans toutes les régions est la principale contribution à ce succès. Les ventes de parfumerie fine sont en progression par rapport à une forte base de comparaison. Les ventes d'ingrédients de spécialités ont encore une fois affiché une croissance à deux chiffres.

La division Arômes a enregistré CHF 1'096 millions de ventes, soit une croissance de 26,8 % en monnaies locales et de 26,2 % en francs suisses. En termes pro forma, la croissance a atteint 2,4 % en monnaies locales et 2,2 % en francs suisses. L'abandon d'ingrédients de commodités s'est répercuté sur les ventes à raison de CHF 27 millions. En excluant cet impact, la division Arômes aurait atteint une progression des ventes pro rata au premier semestre de 4,9 % en monnaies locales.

En Asie Pacifique, les ventes d'arômes ont enregistré une forte croissance à un chiffre au cours du premier semestre 2007, bénéficiant d'une progression des ventes à deux chiffres en Chine, en Inde et en Indonésie. L'Amérique Latine a réalisé des ventes semestrielles supérieures à celles de l'année précédente avec un taux de croissance à un chiffre. La croissance des ventes a été particulièrement forte en Argentine et au Chili. Les ventes en Amérique du Nord étaient légèrement supérieures à celles de l'année précédente, hors élimination des produits à faible marge. En Europe, les ventes

sont en forte progression avec en particulier une croissance à deux chiffres en Europe de l'Est et au Moyen-Orient. Les ventes globales du segment des boissons, ainsi que celui des produits laitiers et des produits pour restauration rapide ont été particulièrement soutenues.

Marge brute

La marge brute pro forma a pu être maintenue à 47,6 %. L'augmentation du coût des matières premières a été compensée par l'amélioration du mix produits, par une augmentation des prix de vente, par une bonne maîtrise des coûts ainsi que par des gains de productivité. La marge brute réelle est passée de 49,1 % à 47,5 %, mettant en évidence la moins bonne marge brute du portefeuille de produits de Quest.

Bénéfice avant intérêts, impôts et amortissements des immobilisations corporelles et incorporelles

Sur une base comparable, l'EBITDA (bénéfice avant intérêts, impôts et amortissements des immobilisations corporelles et incorporelles) en termes pro forma est passé de CHF 443 millions à CHF 478 millions, se traduisant par une hausse de la marge EBITDA de 20,7 % à 21,3 %.

En termes réels, l'EBITDA a reculé, passant de CHF 367 millions à CHF 338 millions. Cette baisse s'explique par les coûts d'intégration de CHF 100 millions comptabilisés dans les résultats 2007.

Bénéfice d'exploitation

Sur une base comparable, le bénéfice d'exploitation en termes pro forma est passé de CHF 248 millions à CHF 282 millions, entraînant une progression de la marge d'exploitation de 12,6 % par rapport à 11,6 % pour 2006.

En termes réels, le bénéfice d'exploitation a reculé, passant de CHF 313 millions à CHF 185 millions.

Les résultats réels pour 2007 comprennent des coûts d'intégration de CHF 100 millions et l'amortissement supplémentaire des immobilisations incorporelles issues de l'acquisition de Quest, dont le montant s'élève à CHF 84 millions.

Flux de trésorerie

Le flux de trésorerie opérationnel s'est élevé à CHF 157 millions contre CHF 192 millions en 2006. Les dépenses d'investissement ont atteint CHF 89 millions contre CHF 55 millions en 2006.

Bénéfice net

Le bénéfice net en termes pro forma a baissé, passant de CHF 180 millions à CHF 144 millions, soit une marge de 6,4 %. Cette baisse s'explique par un ajustement fiscal ponctuel hors trésorerie de CHF 27 millions en 2007 et l'absence d'un bénéfice net ponctuel associé à une vente foncière inclus dans les résultats de l'année précédente.

En termes réels, le bénéfice net a chuté de CHF 266 millions à CHF 86 millions. Ce recul s'explique par la baisse du bénéfice d'exploitation réel (comme expliqué ci-dessus), par des dépenses financières supérieures et par l'impact fiscal mentionné. Le bénéfice par action est ainsi passé de CHF 37,37 à CHF 12,15.

Processus d'intégration

Après quatre mois, l'intégration est en bonne voie. La complémentarité des deux entreprises a été confirmée tout au long du processus d'intégration. L'enrichissement et le renforcement des capacités globales qui résultent de cette acquisition viennent confirmer les perspectives de croissance à long terme et de rentabilité des opérations de Givaudan. A la fin du mois de juin 2007, l'entreprise a atteint tous les objectifs et les étapes clés du processus d'intégration.

La compréhension approfondie des activités nouvellement acquises ainsi qu'un plan d'intégration détaillé ont permis à Givaudan d'augmenter ses objectifs de synergie pour atteindre la somme de CHF 200 millions à l'échéance de 2010.

Le projet « Outlook », qui vise à mettre en œuvre un système SAP gérant la chaîne d'approvisionnement, et les processus financiers et réglementaires, respecte le calendrier et le budget définis. C'est avec succès qu'il est passé dans sa phase pilote à la mi-juin. Le champ d'application du projet a été étendu pour inclure les anciens sites de Quest.

Perspectives

Givaudan demeure confiant pour le reste de l'année et pense pouvoir dépasser la croissance du marché sous-jacent et améliorer la rentabilité pro forma. L'entreprise a l'intention d'appliquer sa stratégie d'amélioration de la profitabilité au nouveau portefeuille combiné en rationalisant les produits à moindre valeur ajoutée. Ces processus de rationalisation combinés aux efforts d'intégration rapide et efficace pourraient se traduire par une légère baisse des ventes en 2008.

Givaudan pense pouvoir atteindre la cible des CHF 200 millions d'économie. Les premiers succès d'intégration ont conforté Givaudan dans la combinaison des capacités et des talents, offrant une opportunité unique d'accélérer la croissance et d'améliorer la performance. L'entreprise est en bonne posture pour renouer avec une croissance supérieure à celle du marché à partir de 2009 et de retrouver en 2010 des marges équivalentes à celles précédant l'acquisition.

Division Parfumerie

Six mois jusqu'au 30 juin – en millions de francs suisses	2007 ¹	2006 ¹
Chiffre d'affaires à des tiers	1'038	965
EBITDA ²	206	188
en % du chiffre d'affaires	19,8%	19,5%
Bénéfice d'exploitation	113	96
en % du chiffre d'affaires	10,9%	10,0%

1) Préparés sur une base pro forma ajustée, illustrant les activités combinées de Givaudan et Quest International sur l'exercice clos le 30 juin, à l'exception des dépenses exceptionnelles associées à l'acquisition de Quest International, des frais de réorganisation et des dépenses issues du traitement comptable de cette transaction, en supposant que cette acquisition ait eu lieu avant le 1er janvier 2006.

2) EBITDA: 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.

Les ventes de la division Parfumerie ont atteint CHF 909 millions, soit une hausse de 49,8 % en monnaies locales et 49,9 % en francs suisses. En termes pro forma, en supposant que l'acquisition de Quest ait eu lieu avant le 1er janvier 2006, la croissance des ventes a atteint 6,8 % en monnaies locales et 7,5 % en francs suisses, pour un total de CHF 1'038 millions. La forte croissance des produits de consommation dans toutes les régions représente la principale contribution à ce succès. Les ventes de parfumerie fine ont progressé par rapport à une forte base de comparaison. Les ventes d'ingrédients de spécialités ont encore une fois affiché une croissance à deux chiffres.

Sur une base pro forma, l'EBITDA est passé de CHF 188 millions à CHF 206 millions, avec une marge de 19,8 % en hausse par rapport aux 19,5 % de l'année dernière. Le bénéfice d'exploitation a atteint CHF 113 millions et marque une augmentation par rapport aux CHF 96 millions de l'année précédente. La marge du bénéfice d'exploitation a augmenté pour passer de 10,0 % à 10,9 %.

Parfumerie fine

Les ventes de parfumerie fine ont enregistré une légère progression par rapport à la même période l'année dernière avec des performances très variables selon les régions. Les chiffres en Amérique du Nord reflètent le recul des ventes réalisées auprès d'un client clé en raison d'une réduction des stocks. Les activités avec ce client devraient reprendre et les ventes devraient s'améliorer au cours du second semestre de cette année. Dans cette même région, les ventes auprès des autres clients ont progressé de façon satisfaisante grâce à plusieurs nouveaux lancements. L'Europe et l'Amérique Latine ont affiché une croissance à deux chiffres. En Europe, cette performance reflète le développement stable des ventes auprès des clients réguliers, auxquelles s'ajoutent plusieurs lancements réussis sur de nouveaux marchés. En Amérique Latine, les ventes auprès des clients internationaux et locaux ont affiché de bons résultats.

L'activité parfumerie fine de Givaudan a reçu deux récompenses prestigieuses lors de la cérémonie annuelle des FIFI Awards qui s'est tenue à New York un peu plus tôt dans l'année. « Unforgivable », de Sean John, a reçu le titre de Parfum de Luxe de l'Année pour Hommes et « Angel », de Thierry Mugler, a été reçu au *Hall of Fame* (Panthéon) des parfums.

Produits de consommation

Les Parfums pour produits de consommation ont continué à montrer une bonne croissance lors du second trimestre, affichant dans toutes les régions une excellente croissance semestrielle. Les ventes en Amérique du Nord ont connu une forte progression notamment avec les clients internationaux. Les ventes en Asie Pacifique ont augmenté dans toutes les sous-régions, avec des taux de croissance particulièrement élevés en Inde et en Chine. Les ventes en Europe, Afrique et au Moyen-Orient ont connu une bonne croissance à travers tous les groupes de clients, notamment en ce qui concerne les clients locaux et régionaux. L'Amérique Latine a connu une croissance dans toutes ses sous-régions, l'Argentine et le Mexique enregistrant les meilleures performances. A l'échelle mondiale, tous les segments de produits ont affiché une bonne croissance. Les segments des parfums d'ambiance et des parfums pour les produits d'entretien ont enregistré la meilleure performance.



Ingrédients de Parfumerie

Dans l'ensemble, les ventes d'ingrédients de parfumerie sont légèrement supérieures à l'année précédente grâce à la poursuite d'une croissance à deux chiffres des ingrédients de spécialités.

L'acquisition de Quest a augmenté la part des commodités et des non-spécialités dans le portefeuille général des ingrédients. L'application de la stratégie performante élaborée par Givaudan en matières d'ingrédients, qui s'attache à éliminer les produits à faible marge issus de l'ancien portefeuille de Quest, devrait permettre de favoriser une augmentation progressive de la part des ingrédients de spécialités. Cela se traduira par une augmentation des performances en termes de ventes et de profitabilité. Ces mesures n'en sont qu'au stade de la planification et devraient être mises en place en 2008 et en 2009.

Recherche en parfumerie

En mars 2007, Givaudan a conclu un accord de coentreprise avec ChemCom SA, un acteur majeur du spécialisé dans les technologies liées aux récepteurs olfactifs. La nouvelle entreprise, baptisée TecnoScent, s'appuiera sur la technologie brevetée de ChemCom pour mieux comprendre l'odorat et encourager le développement d'ingrédients innovants. Ce partenariat renforcera la plate-forme de technologie et d'innovation sensorielle de Givaudan en créant un centre de compétence unique associant la biotechnologie au savoir-faire du leader de la parfumerie.

Trois nouvelles molécules ont été ajoutées à la palette du parfumeur au cours du premier semestre 2007: Zinarine™, une molécule avec des notes vertes naturelles et des notes de feuilles de tomate alliées à des aspects de menthe, figue, jacinthe, petit grain et quelques notes métalliques; Paradisamide™, une note de fruit tropical frais et persistante avec des nuances de pamplemousse, rhubarbe et cassis; Florymoss™, une note moussue, verte et florale qui s'allie à la perfection avec des accords épicés, fruités et floraux. Au cours de 2006, Givaudan a entamé une nouvelle étape de son programme ScentTrek® axé sur les senteurs de la « flore en voie de disparition ». Jusqu'à présent, les échantillons de plus de 300 espèces rares et en voie de disparition

ont été rassemblés dans les jardins botaniques et habitats naturels à travers l'Europe. Afin d'aider notre équipe de création, plusieurs analyses ont été effectuées et des reconstitutions réalisées. Les résultats du programme ScentTrek® ont déjà été incorporés à de récentes créations.

Givaudan reste centré sur l'innovation avec seize demandes de brevets dans le domaine de la parfumerie, au cours du premier semestre.

Division Arômes

Six mois jusqu'au 30 juin – en millions de francs suisses	2007 ¹	2006 ¹
Chiffre d'affaires à des tiers	1'201	1'175
EBITDA ²	265	266
en % du chiffre d'affaires	22,1%	22,6%
Bénéfice d'exploitation	162	163
en % du chiffre d'affaires	13,5%	13,9%

1) Préparés sur une base pro forma ajustée, illustrant les activités combinées de Givaudan et Quest International sur l'exercice clos le 30 juin, à l'exception des dépenses exceptionnelles associées à l'acquisition de Quest International, des frais de réorganisation et des dépenses issues du traitement comptable de cette transaction, en supposant que cette acquisition ait eu lieu avant le 1er janvier 2006.

2) EBITDA: 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 Arômes a enregistré CHF 1'096 millions de ventes, soit une croissance de 26,8 % en monnaies locales et 26,2 % en francs suisses. En termes pro forma, les ventes ont atteint CHF 1'201 millions ce qui représente une croissance de 2,4 % en monnaies locales et 2,2 % en francs suisses. L'abandon d'ingrédients de commodités s'est répercuté sur les ventes à raison de CHF 27 millions. En excluant cet impact, la division Arômes aurait atteint une croissance de 4,9 % en monnaies locales.

En Asie Pacifique, les ventes d'arômes ont enregistré une forte croissance à un chiffre au cours du premier semestre 2007, bénéficiant d'une progression des ventes à deux chiffres en Chine, en Inde et en Indonésie. L'Amérique Latine a réalisé des ventes semestrielles supérieures à celles de l'année précédente avec un taux de croissance à un chiffre. La croissance des ventes a été particulièrement forte en Argentine et au Chili. Les ventes en Amérique du Nord étaient légèrement supérieures à celles de l'année précédente, hors élimination des produits à faible marge. En Europe, les ventes sont en forte progression avec en particulier une croissance à deux chiffres en Europe de l'Est et au Moyen-Orient. Les ventes globales du segment des boissons, ainsi que celui des produits laitiers et des produits pour la restauration rapide ont été particulièrement soutenues.

L'EBITDA pro forma s'est maintenu avec un résultat de CHF 265 millions contre CHF 266 millions à la même période l'année dernière, résultant en une marge EBITDA de 22,1 % contre 22,6 % l'année dernière. Le bénéfice d'exploitation en termes pro forma est resté stable à CHF 162 millions par rapport à CHF 163 millions à la même époque l'année dernière. La marge d'exploitation est en léger recul avec 13,5 % pour cette année et 13,9 % pour l'année dernière. En 2006, l'EBITDA et le bénéfice d'exploitation incluaient un gain exceptionnel dû à une vente foncière.

Asie Pacifique

Les ventes d'arômes en Asie Pacifique ont enregistré une forte croissance à un chiffre au cours du premier semestre 2007. Tous les pays clés de la région ont réalisé de bonnes performances. La progression des ventes sur les marchés en voie de développement reste positive, avec une croissance à deux chiffres en Chine, en Indonésie, en Malaisie et sur le sous-continent indien. Tous les segments commerciaux ont présenté de bonnes performances avec une croissance à deux chiffres pour les boissons et la confiserie, suivis de près par les entremets salés et les snacks. La signature de nouveaux contrats ainsi que les bons résultats réalisés auprès de la clientèle existante ont contribué aux bonnes performances globales.

Europe, Afrique et Moyen-Orient

Les ventes européennes ont poursuivi leur progression sous l'impulsion de l'accélération observée au premier trimestre, résultant en un fort taux de croissance à un chiffre pour le premier semestre 2007. Les activités sur les marchés émergents de l'Europe de l'Est, d'Afrique et du Moyen-Orient ont dépassé les prévisions et ont atteint un taux de croissance à deux chiffres. Des performances exceptionnelles ont été réalisées à la fois sur les segments des boissons et des produits laitiers grâce à la signature de nouveaux contrats, et les bonnes performances réalisées auprès des clients existants ont stimulé les bons résultats observés sur les marchés en voie de développement. Les marchés d'Europe de l'Ouest ont maintenu les performances atteintes sur les exercices précédents en remportant des parts de marché qui ont soutenu la croissance sur l'ensemble des principaux segments. Les boissons et les produits laitiers ont enregistré des progressions à deux chiffres, notamment dans le secteur des boissons gazeuses non alcoolisées, des thés et des jus.



Amérique du Nord

Les ventes en Amérique du Nord ont continué à être affectées par l'impact négatif de l'abandon des produits à faible marge et la forte base de comparaison de l'année précédente. La croissance positive générée par les boissons, les entremets salés et les produits laitiers dans cette région n'a pas suffi à absorber la chute des ventes due à l'élimination des produits à faible marge.

Dans le secteur des boissons, la croissance des ventes a été générée par la signature de nouveaux contrats et les bonnes performances réalisées auprès des clients existants. La croissance à deux chiffres du segment des entremets salés a profité, quant à elle, de la signature de nouveaux contrats dans le secteur des snacks et de la restauration rapide. Une forte croissance à deux chiffres dans le sous-segment des crèmes glacées est venue encourager les performances des produits laitiers.

Amérique Latine

Les ventes en Amérique Latine ont montré une croissance moyenne à un chiffre pour le premier semestre, due principalement à la signature de nouveaux contrats sur les produits salés, la confiserie et les boissons. L'Argentine et le Chili se sont particulièrement illustrés avec des croissances à deux chiffres dans les segments des boissons et des produits salés, suivis par la région des Andes qui a montré une forte progression à un chiffre, stimulée notamment par la signature de nouveaux contrats sur les produits salés. Le Brésil a renforcé sa progression auprès des clients existants.

Recherche Arômes

Les services combinés de recherche & développement de Givaudan et de Quest ont été intégrés pour optimiser les capacités des deux portefeuilles et positionner l'entreprise à la pointe de l'innovation en matière de solutions de goût, des systèmes d'encapsulation et de performances des arômes.

L'équipe de recherche ainsi réunie a permis à l'entreprise de s'imposer sur le marché de la santé et du bien-être en développant des aliments et des boissons au goût supérieur commercialisés pour un style de vie plus sain. Les dernières découvertes ont mené à la réalisation de composants plus efficaces qui permettent de créer des produits allégés en sel et en sucre, sans compromis sur le goût.

Givaudan a annoncé une collaboration en matière de recherche et un accord de licence avec Redpoint Bio Corporation (anciennement Linguagen). Dans le cadre de cette collaboration, un important travail de développement est en cours pour renforcer le programme mondial TasteSolutions™ de Givaudan et pour soutenir les initiatives de l'entreprise dans le domaine de la santé et du bien-être. La collaboration permettra à Givaudan d'utiliser les technologies brevetées de Redpoint Bio pour améliorer ses capacités de recherche et de développement en matière d'amplification du goût sucré/salé et de composants bloquant l'amertume. Le groupe de recherche et de développement a également continué à explorer de nouveaux agents rafraîchissants. Dans ce domaine, l'autorisation de commercialisation d'un nouvel

ingrédient sur le marché nord-américain permet à Givaudan de renforcer une plateforme d'innovation déjà solide pour les compositions d'arômes mentholés et rafraîchissants. La plateforme Taste Essentials™ s'efforce de réduire les attributs de goût négatifs dans les produits alimentaires. Dans ce cas précis, l'autorisation de commercialisation obtenue pour un ingrédient qui supprime les arrière-goûts amers indésirables accroît de façon significative la palette commerciale de l'entreprise et ouvre de nouvelles perspectives sur un marché en plein développement.

Au cours du premier semestre 2007, Givaudan a déposé neuf demandes de brevets, notamment dans le domaine des agents rafraîchissants et des processus de filtrage pour les récepteurs de l'amertume. Dans le domaine du développement, Givaudan a créé un nouveau composant innovant qui vient répondre à la demande toujours croissante de saveurs naturelles qui allient goût et ingrédients sains.





Half Year Financial Report 2007

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>	2007	2006
Sales	4	2,005	1,474
Cost of sales		(1,053)	(750)
Gross profit		952	724
<i>as % of sales</i>		<i>47.5%</i>	<i>49.1%</i>
Marketing, development and distribution expenses	5	(492)	(351)
Administration expenses		(69)	(54)
Amortisation of intangible assets		(93)	(9)
Other operating income (expenses), net	6	(113)	3
Operating profit	4	185	313
<i>as % of sales</i>		<i>9.2%</i>	<i>21.2%</i>
Financial costs	7	(60)	(14)
Other financial income (expenses), net		18	26
Result before taxes		143	325
Income taxes	8	(56)	(59)
► Result for the period		87	266
Attribution			
Result attributable to minority interest		1	-
Result attributable to equity holders of the parent		86	266
<i>as % of sales</i>		<i>4.3%</i>	<i>18.0%</i>
► Earnings per share – basic (CHF)		12.15	37.37
► Earnings per share – diluted (CHF)		12.10	37.13

Consolidated Balance Sheet

<i>in millions of Swiss francs</i>	<i>Note</i>	30 June 2007	31 December 2006
Current assets	12	2,363	1,920
Non-current assets		5,884	2,780
▶ Total assets		8,247	4,700
Current liabilities		1,391	619
Non-current liabilities	3, 9,12	4,102	1,285
▶ Total liabilities		5,493	1,904
<i>Share capital</i>	10	73	72
<i>Retained earnings, reserves and other equity components</i>	11,12	2,674	2,721
▶ Equity attributable to equity holders of the parent		2,747	2,793
<i>Minority interest</i>		7	3
▶ Equity		2,754	2,796
▶ Total liabilities and equity		8,247	4,700

Consolidated Cash Flow Statement for the Six Months Ended 30 June

<i>in millions of Swiss francs</i>	<i>Note</i>	2007	2006
▶ Cash flows from (for) operating activities		157	192
Increase (decrease) in debt, net	9	2,709	11
Other cash flows from (for) financing activities		(185)	(304)
▶ Cash flows from (for) financing activities		2,524	(293)
Acquisition of subsidiaries, net of cash acquired	3	(2,754)	-
Other cash flows from (for) investing activities		(80)	(24)
▶ Cash flows from (for) investing activities		(2,834)	(24)
▶ Net increase (decrease) in cash and cash equivalents		(153)	(125)
Net effect of currency translation on cash and cash equivalent		5	(1)
▶ Increase (decrease) in cash and cash equivalents		(148)	(126)
Cash and cash equivalents at the beginning of the period		424	289
▶ Cash and cash equivalents at the end of the period		276	163

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

<i>in millions of Swiss francs</i>	<i>Note</i>	2007	2006
Share capital			
▶ Balance at 1 January		72	74
Issuance of shares	10	1	-
Cancellation of shares	10	-	(2)
▶ Balance at 30 June		73	72
Retained earnings, reserves and other equity components			
▶ Balance at 1 January		2,721	2,361
Movement of fair value reserve for available-for-sale financial assets net of related deferred taxes, net		9	(20)
Change in currency translation, net		67	(57)
Movement on hedging reserve		(25)	-
Net gains (losses) not recognised in the income statement		51	(77)
Issuance of shares	10	(1)	-
Cancellation of shares	10	-	2
Dividends paid	11	(134)	(126)
Result for the period attributable to equity holder of the parent		86	266
Movement of own equity instruments, net	12	6	(131)
Movement on equity component of the Mandatory Convertible Security	3, 9	(55)	-
Net changes in other equity items		(98)	11
▶ Balance at 30 June		2,674	2,295
▶ Equity attributable to equity holders of the parent		2,747	2,367
Minority interest			
▶ Balance at 1 January		3	2
Result for the period attributable to minority interest		1	-
Change in currency translation, net		-	-
Minority interest arising on business combinations		3	-
▶ Balance at 30 June		7	2
▶ Total equity at 30 June		2,754	2,369

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, has subsidiaries and branches in more than 40 countries with a workforce of over 8,900 people.

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 2007 (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 2006 report and the audited Financial Report 2006 as they provide an update of the most recent financial information available. These interim financial statements are not audited.

The accounting policies adopted are consistent with those of the annual financial statements for the year ended 31 December 2006, as described in the annual financial statements for the year ended 31 December 2006.

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

3. Quest acquisition

On 2 March 2007 Givaudan acquired 100% control of UK based Imperial Chemical Industries PLC fragrance and flavour business, Quest International, for CHF 2.8 billion. This combination will extend Givaudan’s leadership position in all strategic segments of the fragrance and flavour industry. Quest International was one of the leading players in the global flavour and fragrance market.

The consideration which is subject to certain purchase price adjustments was in the form of payment in cash.

The Group has yet to finalise the amount of the fair value of the net identifiable assets acquired.

Details of net assets acquired and goodwill are as follows:

<i>in millions of Swiss francs</i>	
Cash paid	2,800
Acquisition related direct costs	6
► Total cash paid	2,806
Estimated purchase price adjustment	56
► Total cash consideration	2,862
Assumed debt	(240)
► Total purchase cost	2,622
Cash acquired	52
Fair value of net identifiable assets acquired	1,283
► Goodwill	1,287

The assets and liabilities arising from the acquisition are as follows:

<i>in millions of Swiss francs</i>	Acquiree's carrying amount	Preliminary fair value
Cash and cash equivalents	53	52
Accounts receivable – trade	239	241
Inventories	181	192
Property, plant and equipment	374	402
Intangible assets	177	1,268
Other assets	182	66
Accounts payable – trade and others	(273)	(271)
Debt	(244)	(244)
Provisions	(229)	(150)
Net deferred income tax (liabilities) assets	55	(203)
Accrued and other liabilities	(24)	(18)
► Net identifiable assets acquired	491	1,335

<i>in millions of Swiss francs</i>	
Purchase price consideration	2,806
Cash and cash equivalent acquired	(52)
Cash outflow on acquisition	2,754

As part of the acquisition the Group acquired mainly client relationships in the Flavour and Fragrance division, formulas, technology, a contract for non-competition agreement and software. The estimated total amount of CHF 1,268 million was recognised as intangible asset. Intangible assets are amortised on a straight line basis with the expense included in the income statement under amortisation of intangible assets.

Goodwill arising from the Quest International acquisition based on the results of the purchase price allocation is presently estimated at CHF 1,287 million and is subject to the finalisation of the purchase price and changes to the value of identified assets and liabilities.

4. Segment information

<i>six months ended 30 June 2007 - in millions of Swiss francs</i>	Fragrances	Flavours	Group
Sales to third parties	909	1,096	2,005
EBITDA ¹	122	216	338
as % of sales	13.4%	19.7%	16.9%
Operating profit	49	136	185
as % of sales	5.4%	12.4%	9.2%

1) EBITDA: **Earnings Before Interest (and other financial income), Tax, Depreciation and Amortisation**. This corresponds to operating profit before depreciation, amortisation and impairment of long-lived assets.

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

1) EBITDA: **Earnings Before Interest (and other financial income), Tax, Depreciation and Amortisation**. This corresponds to operating profit before depreciation, amortisation and impairment of long-lived assets.

5. Marketing, development and distribution expenses

In the six months ended 30 June 2007 the expenses for product development and research activities amounted to CHF 180 million (CHF 118 million in 2006) and are included in the income statement under marketing, development and distribution expenses.

6. Other operating income (expenses), net

In the six months ended 30 June 2007, the Group incurred significant expenses in connection with the combination with Quest International. Integration related charges of CHF 95 million and an asset impairment of CHF 5 million have been recognised in the line other operating income (expenses), net (CHF 4 million restructuring expenses in 2006).

7. Financial costs

In the six months ended 30 June 2007, the Group incurred interest expenses of CHF 35 million in connection with the increased debt needed to acquire Quest International.

8. Income taxes

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

During the second quarter of 2007, the Company reached a tentative agreement with the U.S. tax authorities that re-characterises the original U.S. tax position of the 1997 Tastemaker acquisition. Due to the strong probability that a final agreement will be reached under the terms of the tentative agreement, it is necessary to record the tax accounting impact of the proposed re-characterisation in the first half 2007 financial results. The proposed settlement will generate a net economic U.S. tax benefit to the Company, specifically related to U.S. tax deductible Goodwill amortisation. However, due to the

re-determination of the current and deferred tax account balances, there is a one time increase of CHF 27 million to the income tax provision.

9. Debt

The acquisition of Quest International was financed through a 5 year syndicated loan of CHF 1.9 billion granted to Givaudan SA, Mandatory Convertible Securities (MCS) of CHF 750 million issued by Givaudan Nederland Finance BV; and cash received from sale of the third share buy back programme.

On 2 March 2007, the Group entered into a syndicated loan agreement for a total amount of CHF 1.9 billion through its holding company, Givaudan SA. The syndicated loan is structured in three tranches: CHF 300 million redeemable in 2008 currently based on 2-months Libor, CHF 1.4 billion redeemable in 2012 with an annual floating rate based on 6-months Libor and CHF 200 million redeemable in 2012 currently based on 2-months Libor (the weighted average interest rate of the total borrowing is 2.985% as of 30 June 2007).

In order to hedge the series of interest payments resulting from the 5 year syndicated loan, Givaudan SA entered into a 5 year interest rate swap transaction, changing the Libor 6 month floating rate into a fixed rate of 2.84% in average. The total amount of the hedged transactions as of 30 June 2007 is CHF 1.1 billion.

As of 23 May 2007, the Group entered into a private placement for a total amount of CHF 50 million with maturity 21 May 2014, with an annual interest rate of 3.125%. The outstanding amount of the syndicated loan as of 30 June 2007 is CHF 1.85 billion.

On 1 March 2007, Givaudan Nederland BV issued the MCS. The principal amount of the MCS is CHF 750 million and bears interest at 5.375% with a maturity date of 1 March 2010. The MCS is compulsorily convertible into registered Givaudan shares 30 trading days before the maturity date.

10. Share capital

At 30 June 2007, the share capital amounts to CHF 72,703,400 divided into 7,270,340 fully paid-up registered shares with a nominal value of CHF 10 each. Every share gives the right to one vote.

On 6 May 2005, the Group started its third share buy back programme scheduled to last until 31 May 2006. On 17 February 2006, the Board of Directors resolved to extend this programme until 31 May 2007. At the end of 2006, Givaudan had resold all the 133,800 shares bought under the third buy back programme, in anticipation of the financing of Quest International. On 29 March 2007, 38,180 shares were issued as conditional capital in order to fulfil obligations relating to the executive share option plans.

In 2007 no additional shares were bought back and the programme expired on 31 May 2007.

11. Dividends paid

At the Annual General Meeting held on 30 March 2007, the distribution of an ordinary dividend of CHF 18.80 gross per share (2006: ordinary dividend of CHF 17.60 gross per share) was approved. The ordinary dividend was paid on 4 April 2007.

12. 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. On 30 June 2007, the Group held 171,031 (2006: 303,212) own shares, as well as derivatives on own shares equating to a net short position of 151,260 shares (2006: net short position of 104,345 shares).

Pro forma Financial Information relating to the Quest Acquisition (unaudited)

Pro forma Consolidated Income Statement for the Six Months Ended 30 June

<i>in millions of Swiss francs, except for share data</i>	<i>Note</i>	2007	2006
Sales	2	2,239	2,140
Cost of sales	3	(1,174)	(1,123)
Gross profit		1,065	1,017
<i>as % of sales</i>		47.6%	47.5%
Marketing, development and distribution expenses		(555)	(531)
Administration expenses		(84)	(91)
Amortisation of intangible assets	4	(135)	(135)
Other operating income (expenses), net	5	(16)	(1)
Operating profit		275	259
<i>as % of sales</i>		12.3%	12.1%
Finance costs	6	(74)	(56)
Other financial income (expenses), net		19	25
Result before taxes		220	228
Income taxes	7	(75)	(48)
► Result for the period		145	180
Attribution			
Result attributable to minority interest		1	-
Result attributable to equity holders of the parent		144	180
<i>as % of sales</i>		6.4%	8.4%
► Earnings per share – basic (CHF)		20.34	25.14
► Earnings per share – diluted (CHF)		20.26	24.98

Notes to the Pro forma Condensed Consolidated Income Statement (unaudited)

1. Pro forma information

Due to the combination with Quest International, Givaudan's financial statements have undergone significant change, due in particular to the accounting treatment of the transaction in accordance with IFRS 3 "Business Combination".

The pro forma information does not purport to represent what the Group's results of operations would actually have been. It has been prepared for illustrative purposes only and, because of its nature, cannot give a complete picture of the Group. The pro forma information shows what the significant effects on the income statement for the first six months ended 30 June 2006 and 2007 might have been, had the acquisition of Quest International occurred on 1 January 2006.

Pro forma adjustments include 6 months of Quest International activity for 2006 and 2 months activity for 2007 (January and February).

Additionally, pro forma adjustments include the following elements.

2. Sales

Sales to ICI realised by Quest International are reclassified as sales to third parties. Sales to Givaudan realised by Quest International and sales to Quest International realised by Givaudan are fully eliminated.

3. Cost of sales

Cost of sales is adjusted correspondingly to the sales adjustments.

4. Amortisation of intangible assets

Intangible assets amortisation is incorporated in the results as if the acquisition would have occurred on 1 January 2006.

5. Other operating expenses (income), net

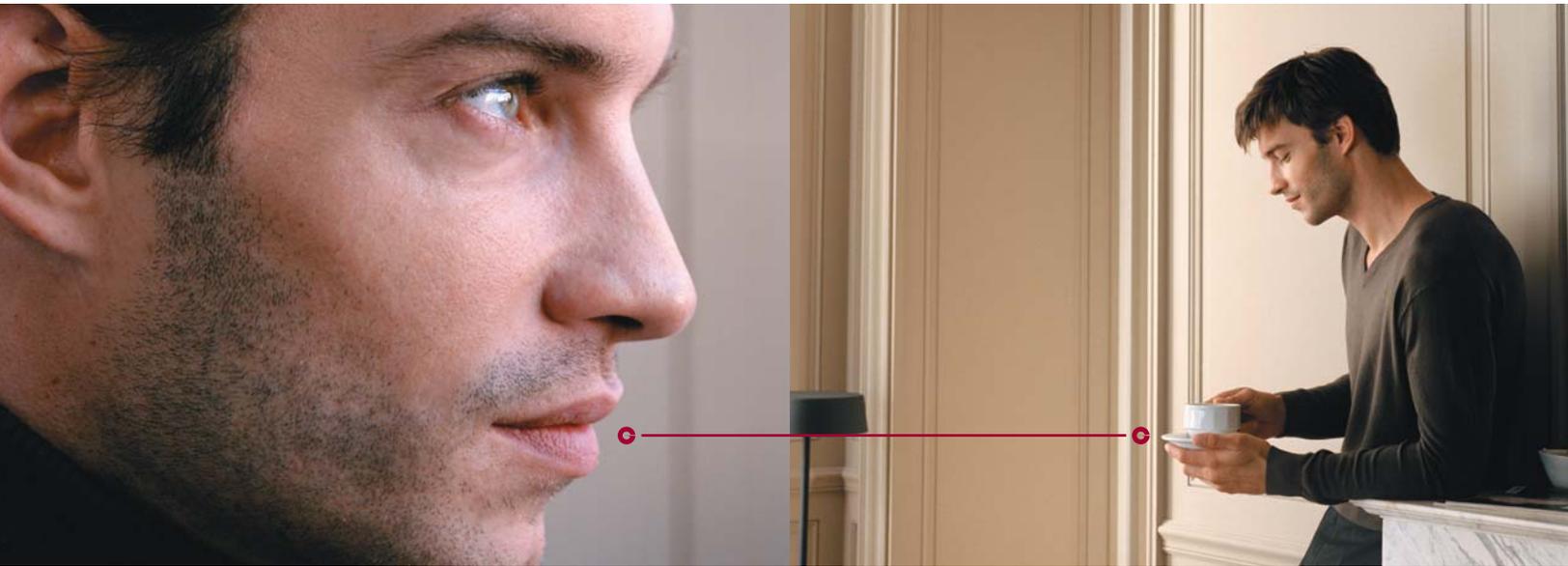
One time integration related operating expenses and asset impairment are excluded.

6. Financial income (expenses), net

Adjustment reflects the additional interest expense as a result of the debt necessary to finance the acquisition as if the combination had occurred on 1 January 2006.

7. Income taxes

Adjustment reflects the income taxes effects related to above adjustments.



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, 2007



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