

Givaudan^o

Halbjahresbericht 2004



*Creating
Sensory
Advantage™*

Kennzahlen

Per 30. Juni abgeschlossenes Halbjahr in Millionen CHF, ausser dem Gewinn pro Aktie	2004	2003	2003 (vergleichbare Basis) ¹
Verkäufe	1'399	1'379	1'379
Betriebsgewinn	283	216	253
Betriebsgewinn in % der Verkäufe	20.2%	15.7%	18.3%
Konzerngewinn	220	130	167
EBITDA ²	335	305	305
Gewinn pro Aktie – unverwässert (CHF)	28.45	16.09	20.67
Gewinn pro Aktie – verwässert (CHF)	27.95	16.03	20.59
	30. Juni 2004	31. Dezember 2003	
Total Aktiven	4'675	4'548	
Total Verbindlichkeiten	2'197	1'962	
Total Eigenkapital und Minderheitsanteile	2'478	2'586	
Personalbestand	5'921	5'981	

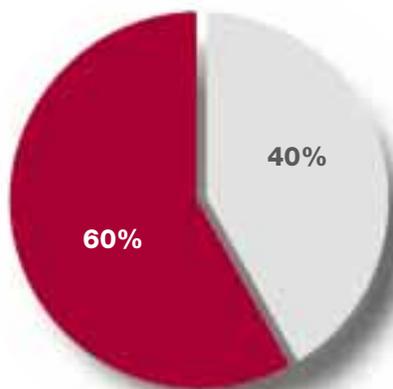
1) Die Gruppe hat IFRS3 "Unternehmenszusammenschlüsse", IAS36 "Wertbeeinträchtigung von Aktiven" (überarbeitet 2004) und IAS38 "Immaterielle Anlagen" (überarbeitet 2004) ab 1. Januar 2004 vorzeitig eingeführt (siehe Anmerkung 3 der zusammengefassten konsolidierten Halbjahresrechnung). Die Goodwillabschreibung für das erste Halbjahr 2003 betrug CHF 37 Millionen.

2) EBITDA: **E**arnings **B**efore **I**nterest (and other financial income), **T**ax, **D**epreciation and **A**mortisation. Entspricht dem Betriebsgewinn vor Abschreibungen auf Sachanlagen und immateriellen Anlagen.

Effektive Verkäufe nach Divisionen

Verkäufe Aromen
CHF 845 Millionen
+3.6% in Schweizer Franken
+5.4% in Lokalwährungen

Verkäufe Riechstoffe
CHF 554 Millionen
-1.6% (+4.0%)³ in Schweizer Franken
+0.1% (+5.8%)³ in Lokalwährungen



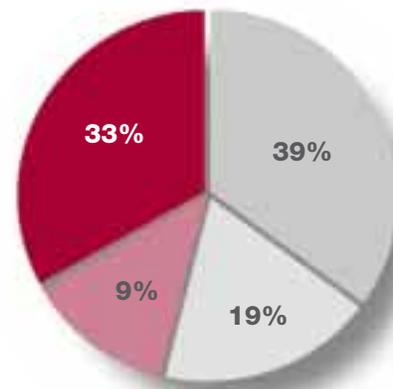
Total Verkäufe
CHF 1'399 Millionen
+1.5%(+3.7%)³ in Schweizer Franken, +3.2%(+5.5%)³ in Lokalwährungen

3) Ohne nicht weitergeführte Ingredienzien

Effektive Verkäufe nach Regionen

Nordamerika

Europa, Afrika und Mittlerer Osten



Lateinamerika

Asien-Pazifik

Die Verkäufe werden nach Absatzgebieten gezeigt.

Givaudan zeigt gutes Verkaufswachstum und stark verbesserte Profitabilität

Im ersten Halbjahr 2004 konnte Givaudan den Umsatz weiter steigern. Die Bruttomarge sowie der Betriebs- und Konzerngewinn haben sich erheblich verbessert, nachdem einige temporäre Faktoren, welche die Vorjahreswerte negativ beeinflussten, weniger ins Gewicht fielen. Im weiteren zeigten die im Januar 2004 angekündigten Massnahmen zur Verbesserung der Margen erste positive Auswirkungen. Auf vergleichbarer Basis (ohne Abschreibung von Goodwill gemäss neuer IFRS-Richtlinien) stieg der Betriebsgewinn um 12 % auf CHF 283 Millionen und der Nettogewinn um 32 % auf CHF 220 Millionen.

Verkaufswachstum

Im ersten Halbjahr 2004 wuchs Givaudan erneut schneller als der Markt. Insgesamt stieg der Umsatz um 3,2 % in Lokalwährungen und um 1,5 % in Schweizer Franken. Ohne Berücksichtigung der nicht weitergeführten Riechstoff-Ingredienzien wuchs der Gruppenumsatz um 5,5 % in Lokalwährungen und um 3,7 % in Schweizer Franken.

Die Verkäufe der Aromen-Division stiegen um 5,4 % in Lokalwährungen und 3,6 % in Schweizer Franken. Alle Regionen und Segmente zeigten ein gutes Wachstum.

Ohne die nicht weitergeführten Ingredienzien lag das Umsatzwachstum der Riechstoff-Division mit 5,8 % in Lokalwährungen und 4,0 % in Schweizer Franken erheblich über dem Marktwachstum. Zu diesem guten Ergebnis trugen im Wesentlichen die Luxusparfümerie, die Konsumgüter und die Riechstoff-Spezialitäten bei.

Initiativen zur Margenverbesserung auf Kurs

Die Initiativen zur Margenverbesserung, die im Januar 2004 angekündigt wurden, sind auf gutem Weg und haben im ersten halben Jahr bereits Wirkung gezeigt. Eine wichtige Rolle spielten dabei Verbesserungen beim Einkauf und in der Versorgungskette, eine bedarfsorientierte Stellenreduktion in allen Regionen und Massnahmen zur Effizienzsteigerung in sämtlichen Geschäftsbereichen.

Bruttogewinn

Die Bruttomarge verbesserte sich im Vergleich zum ersten Halbjahr 2003 von 46,2 % auf 48,3%. Diese Steigerung beruht einerseits auf ersten Auswirkungen der Initiativen zur Margenverbesserung und andererseits auf dem optimierten Produktportfolio in beiden Divisionen. Eine positive Auswirkung hatten im Weiteren die Währungsentwicklung, niedrigere Aufwendungen für Pensionskassen und verbesserte Margen bei den kulinarischen Aromen.

Betriebsgewinn

Im ersten Halbjahr lag der EBIT bei CHF 283 Millionen. Unter Berücksichtigung der Änderungen hinsichtlich Goodwill-Abschreibungen (siehe Anmerkung im Rechnungsteil) verbesserte sich der EBIT von CHF 253 Millionen auf CHF 283 Millionen. Dies führte zu einer Verbesserung der Marge von 18,3 % auf 20,2 %. Zusätzlich zu den ersten Ergebnissen der Initiativen zur Margenverbesserung zeigten die straffe Kostenkontrolle in Marketing und Entwicklung sowie niedrigere Aufwendungen für Pensionskassen eine positive Wirkung.

Cashflow

Im ersten Halbjahr 2004 erwirtschaftete das Unternehmen einen operativen Cashflow vor Investitionen von CHF 234 Millionen im Vergleich zu CHF 164 Millionen im Vorjahreszeitraum, ein Wachstum von 42 %. Die Ausgaben für Investitionen betragen CHF 50 Millionen.

Konzerngewinn

Der höhere EBIT, unter Berücksichtigung der Änderungen bezüglich Goodwill-Abschreibungen, sowie das verbesserte Finanzergebnis resultierten in einer Steigerung des Nettogewinns von CHF 167 Millionen auf CHF 220 Millionen. Der Gewinn pro Aktie stieg entsprechend von CHF 20,67 auf CHF 28,45.

Aktienrückkaufprogramm

Das zweite Programm für den Rückkauf von 800'000 Aktien wurde bis Mitte 2005 verlängert. Im Rahmen dieses Programms hat

Givaudan bis Ende Juni 2004 bereits 300'000 Aktien erworben, von denen 200'000 auf Beschluss der Generalversammlung 2004 annulliert wurden.

Ausblick

Givaudan ist bestrebt ihre führende Stellung im Riechstoff- und Aromenmarkt dank ihrer starken globalen Infrastruktur weiter auszubauen. Diese ermöglicht es dem Unternehmen durch Innovation, Effizienzsteigerung und den Ausbau des Kundstammes, die Produktivität und das Wachstum kontinuierlich zu steigern.

Die im Januar 2004 angekündigten Initiativen zur Margenverbesserung sind auf gutem Weg und zeigen erste Erfolge. Die angestrebten Einsparungen, die sich durch diese Initiativen für das gesamte Jahr ergeben sollten, liegen bei CHF 47 Millionen. Die angekündigte Verlagerung der Aromenproduktion von Barneveld (Niederlande) nach Dortmund (Deutschland) und in die Schweiz sowie der geplante Transfer des Culinary Technology Centre von Tremblay (Frankreich) nach Kempthal (Schweiz) werden zu diesen Einsparungen beitragen.

Trotz intensiver Rationalisierungsbestrebungen tätigt Givaudan weiterhin gezielt Investitionen in Forschung, Entwicklung, Marketing- und Produktionskapazitäten.

Die starke Bilanz und die reichlich vorhandenen liquiden Mittel ermöglichen es Givaudan, den Aktionären zusätzliche Mittel zukommen zu lassen. Dennoch können Gelegenheiten für wertsteigernde Akquisitionen wahrgenommen werden.

Trotz starken Umsatzwachstums im zweiten Halbjahr 2003 ist Givaudan zuversichtlich, das Gesamtjahresergebnis 2004 erheblich steigern zu können.

Division Riechstoffe

Per 30. Juni abgeschlossenes Halbjahr in Millionen CHF	2004	2003
Verkäufe an Dritte	554	563
EBITDA	114	112
in % der Verkäufe	20.6%	19.9%
Betriebsgewinn ¹	92	90
in % der Verkäufe	16.6%	16.0%

1) Die Gruppe hat IFRS3 "Unternehmenszusammenschlüsse", IAS36 "Wertbeeinträchtigung von Aktiven" (überarbeitet 2004) und IAS38 "Immaterielle Anlagen" (überarbeitet 2004) ab 1. Januar 2004 vorzeitig eingeführt (siehe Anmerkung 3 der zusammengefassten konsolidierten Halbjahresrechnung). Die Goodwillabschreibung für das erste Halbjahr 2003 der Division Riechstoffe war unbedeutend.

Die Riechstoff-Division erzielte Verkäufe von CHF 554 Millionen, was einem Wachstum von 0.1 % in Lokalwährungen (-1.6 % in CHF) entspricht. Ausschliesslich der nicht weitergeführten Ingredienzien lag das Umsatzwachstum der Riechstoff-Division mit 5,8 % (4,0 % in Schweizer Franken) wesentlich über dem Marktwachstum.

Dieses Wachstum konnte hauptsächlich durch die guten Verkaufszahlen in den Bereichen Luxusparfümerie, Konsumgüter sowie bei den Riechstoff-Spezialitäten erzielt werden. Entsprechend der Strategie, das Produktportfolio bei den Riechstoff-Ingredienzien in Richtung Spezialitäten zu verschieben, verringerte sich der Umsatz in diesem Bereich aufgrund der nicht weitergeführten Standard-Aromachemikalien, welche im ersten Halbjahr 2003 noch CHF 30,3 Millionen Umsatz erzielt hatten.

Das gute Wachstum bei den Riechstoffverkäufen wurde in einem Umfeld intensivierten Wettbewerbs erzielt. Die ersten Ergebnisse der Initiativen zur Margenverbesserung, straffe Kostenkontrolle sowie die Stabilisierung der Währungen ermöglichten eine Steigerung der operativen Gewinnmarge von 16,0 % auf 16,6 %.

Zu den wichtigsten Investitionen im ersten Halbjahr 2004 gehörte der Umbau der Produktionsanlagen für Sonnenschutzfilter

in Vernier (Genf) in Mehrzweckanlagen zur Produktion von Riechstoff-Spezialitäten.

Luxusparfümerie

Der Bereich Luxusparfümerie verzeichnet weiterhin ein starkes Umsatzwachstum. Dies ist das Ergebnis der stetigen Investitionen in kreative Kapazitäten und in die Kreationszentren in New York und Paris. Diese ermutigenden Ergebnisse wurden innerhalb eines anspruchsvollen Marktumfelds erzielt. Im Vergleich zum Vorjahr hatte der europäische Markt keine nennenswerten Steigerungen aufzuweisen. In Nordamerika lassen die Einzelhandelsdaten darauf schliessen, dass sich die Verbrauchernachfrage noch nicht wie gewünscht erholt hat.

Bei der jährlich stattfindenden Verleihung der FiFi Awards der Fragrance Foundation in New York zählten wiederum einige von Givaudan kreierte Parfums zu den Preisträgern. Die Parfums Brit von Burberry und Ralph Lauren Blue wurden in ihren jeweiligen Kategorien ausgezeichnet.

Der Bereich der Luxusparfümerie wird sich trotz des Basiseffekts zweistelliger Wachstumsraten im Vorjahr voraussichtlich auch in der zweiten Jahreshälfte positiv entwickeln.

Konsumgüter

Auch der Bereich der Konsumgüter wuchs im ersten Halbjahr 2004 erneut schneller als der Markt. Trotz erheblichen Konkurrenzdrucks in Asien konnten insbesondere in Thailand und Vietnam gute Zuwachsraten erzielt werden. Europa sowie Nord- und Lateinamerika verzeichneten trotz der hohen Vorjahresverkäufe ein gesundes Wachstum.

Seifen und Waschmittel blieben weiterhin das grösste Segment. Die Märkte mit dem stärksten Umsatzwachstum waren hier Europa und Nordamerika.

Aufgrund zahlreicher neuer Geschäftsabschlüsse konnte der Bereich Haushaltsartikel und Lufterfrischer das grösste Wachstum unter allen Segmenten verzeichnen, dicht gefolgt von den Körperpflegemitteln, die insbesondere in Asien gute Ergebnisse erzielten.

Riechstoff-Ingredienzien

Entsprechend der konsequent weitergeführten Strategie konnten im ersten Halbjahr im Bereich der patentierten Spezialitäten-Ingredienzien eine zweistellige Wachstumsrate erzielt werden. Die Einstellung der Produktion der Sonnenschutzfilter und anderer Standard-Ingredienzien wirken sich im Gesamtumsatz entsprechend aus.

Im ersten Halbjahr wurden zwei neue patentierte Spezialitäten auf den Markt gebracht: Javanol, die stärkste Sandelholznote auf dem Markt, wurde im April eingeführt und liefert bereits vielversprechende Verkaufszahlen. Pharaone 10, eine hochdiffuse grüne Ananasnote, wurde im Juni im Rahmen des World Perfumery Congress präsentiert. Das Produkt erweckte grosses Interesse und hat bereits erste Verkaufserfolge erzielt, besonders im Bereich der Luxusparfümerie.

Der Preisdruck im Segment der Standard-Ingredienzien bleibt aufgrund der wachsenden Anzahl an Billigproduzenten und wegen des schwachen US-Dollars nach wie vor hoch. Trotzdem konnte Givaudan durch effizienten Service und eine eingespielte Logistik ihren Marktanteil sichern.

Riechstoffe-Forschung

Givaudans globale Riechstoff-Forschung hat dank einer Reihe von neuen Molekülen, Kreationsinstrumenten und Technologien ihre innovative Position weiter ausgebaut.

Die Aufnahme neuer patentierter, firmen-exklusiver Moleküle in die Palette der Parfümeure von Givaudan wird konsequent vorangetrieben. Im ersten Halbjahr wurde nach erfolgreicher weltweiter Registrierung Azurone eingeführt: ein mariner Duft, der an kräftige, erfrischende Meeresbrisen erinnert.

Die Forschung im Bereich der Geruchsbe-kämpfung lieferte interessante neue Ergebnisse. Verschiedene Ingredienzien wurden auf ihr Neutralisationspotenzial hin untersucht. Ein Kandidat wurde für weitergehende Untersuchungen ausgewählt, welche die Effizienz und Sicherheit dieser neuen Verbindung in speziellen Anwendungsfällen abklären sollen.

Die Ingredienzien-Palette von Givaudan wird systematisch auf neue, zusätzlich nutzbare Vorteile hin untersucht. Ein klassisches Beispiel für solche Zusatznutzen ist die antibakterielle Wirkung von Riechstoffen. Antibakterielle Stoffe spielen besonders in sämtlichen Arten von Reinigungsmitteln wie z. B. Seife eine grosse Rolle. Bakterien sind oftmals die Ursache für schlechte Gerüche, daher besteht die beste

Art der Vorbeugung in deren Beseitigung. Eine Reihe solcher Riechstoff-Ingredienzien wurde neu entwickelt und steht für weitere Tests bereit. Zur Vorbeugung von Mundgeruch (Halitosis) wurden mehrere Ingredienzien gefunden, die für die Produktion spezieller Zahncremes verwendet werden können.

Die Entwicklung von Abgabesystemen für die verschiedenen Anwendungen von Riechstoffen blieb eines der Hauptforschungsthemen. Zur Zeit offeriert Givaudan im Markt zwei Pulversysteme, Permascent und Granuscent. Im Bereich der Flüssigsysteme wurden weitere Fortschritte erzielt.

Division Aromen

Per 30. Juni abgeschlossenes Halbjahr in Millionen CHF	2004	2003	2003 (vergleichbare Basis) ¹
Verkäufe an Dritte	845	816	816
EBITDA	221	193	193
in % der Verkäufe	26.2%	23.7%	23.7%
Betriebsgewinn¹	191	126	163
in % der Verkäufe	22.6%	15.4%	20.0%

1) Die Gruppe hat IFRS3 "Unternehmenszusammenschlüsse", IAS36 "Wertbeeinträchtigung von Aktiven" (überarbeitet 2004) und IAS38 "Immaterielle Anlagen" (überarbeitet 2004) ab 1. Januar 2004 vorzeitig eingeführt (siehe Anmerkung 3 der zusammengefassten konsolidierten Halbjahresrechnung). Die Goodwillabschreibung für das erste Halbjahr 2003 der Division Aromen betrug CHF 37 Millionen.

Die Division Aromen erzielte im ersten Halbjahr Verkäufe von CHF 845 Millionen, was einem Wachstum im Vergleich zum Vorjahr von 5,4 % in Lokalwährungen und 3,6 % in Schweizer Franken entspricht. Alle vier Regionen und alle Hauptsegmente zeigten ein gutes Wachstum, wobei sich insbesondere Nord- und Lateinamerika abhoben. Die Segmente kulinarische Aromen, Milchprodukte und Süßwaren entwickelten sich positiv.

Auf vergleichbarer Basis hat sich die Betriebsmarge von 20,0 % auf 22,6 % verbessert. Dies ist hauptsächlich das Ergebnis der Initiativen zur Margenverbesserung. Im Rahmen dieser Initiativen hat Givaudan angekündigt, die Aromenproduktion von Barneveld (Niederlande) in die Werke in Dortmund (Deutschland), Dübendorf und Kempththal (beide in der Schweiz) zu verlagern. Ausserdem wird das Culinary Technology Centre in Tremblay (Frankreich) in das neue Europäische Aromen-Entwicklungszentrum in Kempththal überführt. Am neuen Standort steht dem Unternehmen somit ein einzigartiges, neues Forschungszentrum mit Versuchsküchen und Testanlagen für die Prüfung von Aromen unter industriellen Bedingungen zur Verfügung. Ein ähnliches Aromen-Forschungszentrum wird im September in Cincinnati (USA) eröffnet. In Singapur war bereits im Vorjahr das erweiterte Aromen-Entwicklungszentrum dem Betrieb übergeben worden.

Asien-Pazifik

Asien-Pazifik erzielte in Anbetracht der sehr starken Vorjahreswerte und veränderter Bestellgewohnheiten nur einen leichten Anstieg der Verkäufe, obwohl China, Indien, Korea, Vietnam und die Philippinen gute Wachstumswerte aufwiesen. In diesen Ländern wurden besonders in den Segmenten Süßwaren und Milchprodukte gute Ergebnisse erzielt.

Europa, Afrika und Mittlerer Osten (EAMO)

Die Umsätze in Europa zeigten im Vergleich zum Vorjahr insgesamt ein gesundes Wachstum. Die Märkte Mittel- und Osteuropa, die Iberische Halbinsel, Skandinavien und die Baltischen Staaten erzielten gute Verkaufsergebnisse, während die anderen Regionen im Vergleich zum starken Vorjahr eine flachere Umsatzentwicklung aufwiesen. Im Segment der kulinarischen Aromen sind zahlreiche Projekte in der Entwicklungsphase. Die anderen Segmente zeigten ein gutes Wachstum, mit Ausnahme des Getränke-sektors, dessen Umsatz im Vergleich zum starken Vorjahreswachstum flach verlief.

Nordamerika

In Nordamerika wies das Geschäft in den USA hohe einstellige Wachstumsraten auf. Die Verkäufe im Bereich Foodservice entwickelten sich aufgrund der Markteinführung mehrerer neuer Produkte sehr positiv. Das Süßwarensegment zeigte zweistelliges Wachstum. Auch im Bereich Getränke und Health Care wurden sehr gute Ergebnisse erzielt. In den USA wurde der Produktemix, hauptsächlich zwischen dem Getränkesegment und den kulinarischen Aromen, optimiert.

Lateinamerika

Lateinamerika verzeichnete in allen Segmenten und Hauptmärkten ein starkes Wachstum in Lokalwährungen. Dies konnte dank neuer Geschäftsabschlüsse und einem optimierten Produktmix erreicht werden. Mexiko, Brasilien und Kolumbien verzeichneten zweistellige Wachstumsraten. Dabei wurden die Erfolge in dieser Region von allen vier Hauptsegmenten bestimmt: Getränke, Süßwaren, Milchprodukte und kulinarische Aromen. Im Bereich der kulinarischen Aromen wurde das Wachstum zusätzlich durch die in der zweiten Jahreshälfte 2003 getätigten Geschäftsabschlüsse angekurbelt.

Aromen-Forschung

Givaudans globale Aromen-Forschung arbeitet kontinuierlich an der Entwicklung innovativer Lösungen, die den Kunden einen realen Mehrwert bieten.

Mehrere neuartige Ingredienzien zur Kreation von Aromen für die unterschiedlichsten Anwendungen wurden entwickelt und teilweise patentiert. Als Folge der Übernahme von FIS sind kulinarische Basisnoten eines der Hauptthemen der Forschung. Mit der Kreation neuer, komplexer Ingredienzien konnten bereits wichtige Fortschritte erzielt werden.

Für kühlende Aromen konnten dank der Forschung im Bereich der Geschmacksrezeptoren Screening-Assays mit stabilen Zelllinien aufgebaut werden. Mehrere kühlende Ingredienzien der zweiten Generation wurden patentiert und zur Zulassung angemeldet.

Auch im Bereich der intelligenten Systeme zur Umwandlung sensorischer Aromenbeschreibungen in reale Aromenkompositionen (Smart Systems) wurden Fortschritte erzielt. Die Kompaktversion des Virtual Aroma Synthesiser, der Mini-VAS, ist inskünftig in allen Entwicklungszentren verfügbar. Die Entwicklung eines neuen Aromen-Dispensers ist weit fortgeschritten.

Um stets das richtige Aroma zum richtigen Zeitpunkt anbieten zu können, braucht es fundiertes Wissen über die Interaktion des Aromas mit dem Lebensmittel und ein umfassendes Verständnis für die geeigneten Abgabesysteme. Givaudan bietet hochentwickelte Lösungen für zahlreiche Anwendungen in allen Bereichen der Aromenindustrie. Eine neuartige Enkapsulationstechnik konnte auf den Markt gebracht werden. Diese Technologie ist eine optimale Ergänzung zu den bereits weit verbreiteten Flavorburst[®]-Formulierungen.

Im Bereich der sensorischen Forschung gehen die Bemühungen weiter, eine universelle Aromen-Sprache zu entwickeln. Die Möglichkeit, Präferenzfaktoren als Grundlage für ein besseres Verständnis der Verbrauchervünsche zu nutzen, findet immer größeres Interesse.

Zahlreiche neue Produkte aus der Forschung haben die Marktreife erreicht. So ist z. B. eine komplette Serie von Vanille-Aromabausteinen für neue Kreationen verfügbar. Durch eine erfolgreich abgeschlossene Initiative im Bereich klarer Getränkearomen konnte zusätzliche Flexibilität für die Aromatiker geschaffen werden.

Zusammengefasste konsolidierte Halbjahresrechnung (nicht geprüft)

Konsolidierte Erfolgsrechnung für das am 30. Juni abgeschlossene Halbjahr

<i>in Millionen CHF, ausser dem Gewinn pro Aktie</i>	Anmerkung	2004	2003
Verkäufe	5	1'399	1'379
Kosten der verkauften Produkte		(723)	(742)
Bruttogewinn		676	637
<i>in % der Verkäufe</i>		48.3%	46.2%
Verkaufs-, Entwicklungs- und Vertriebskosten	6	(305)	(321)
Verwaltungskosten		(46)	(48)
Abschreibungen auf immateriellen Anlagen ¹		(9)	(46)
Sonstiger Betriebsertrag (-aufwand), netto		(33)	(6)
Betriebsgewinn		283	216
<i>in % der Verkäufe</i>		20.2%	15.7%
Finanzertrag (-aufwand), netto		2	(30)
Gewinn vor Steuern		285	186
Ertragssteuern		(65)	(54)
Konzernergebnis nach Steuern		220	132
Minderheitsanteile		-	(2)
Konzerngewinn		220	130
<i>in % der Verkäufe</i>		15.7%	9.4%
Gewinn pro Aktie – unverwässert (CHF)		28.45	16.09
Gewinn pro Aktie – verwässert (CHF)	7	27.95	16.03

1) Die Gruppe hat IFRS3 "Unternehmenszusammenschlüsse", IAS36 "Wertbeeinträchtigung von Aktiven" (überarbeitet 2004) und IAS38 "Immaterielle Anlagen" (überarbeitet 2004) ab 1. Januar 2004 vorzeitig eingeführt (siehe Anmerkung 3 der zusammengefassten konsolidierten Halbjahresrechnung). Die Goodwillabschreibung für das erste Halbjahr 2003 betrug CHF 37 Millionen.

Konsolidierte Bilanz

<i>in Millionen CHF</i>	Anmerkung	30. Juni 2004	31. Dezember 2003
Umlaufvermögen		2'055	1'945
Anlagevermögen		2'620	2'603
Total Aktiven		4'675	4'548
Kurzfristiges Fremdkapital		658	633
Langfristiges Fremdkapital	8	1'539	1'329
Minderheitsanteile		1	1
Aktienkapital	9	80	80
Bilanzgewinn, Reserven und übrige Eigenkapitalposten	10,11	2'397	2'505
Eigenkapital		2'477	2'585
Total Passiven		4'675	4'548

Konsolidierter Eigenkapitalnachweis für das am 30. Juni abgeschlossene Halbjahr

<i>in Millionen CHF</i>	Anmerkung	2004	2003
Aktienkapital			
Stand per 1. Januar		80	87
Annullierung von Aktien		-	(7)
Stand per 30. Juni	9	80	80
Bilanzgewinn, Reserven und übrige Eigenkapitalposten			
Stand per 1. Januar		2'505	2'674
Dividendenausüttung	10	(118)	(65)
Konzerngewinn		220	130
Nettobewegung der Reserve für Marktwertanpassungen der zum Verkauf verfügbaren Finanzinstrumente		6	25
Nettobewegung der eigenen Eigenkapitalinstrumente	11	(212)	140
Reduktion des Aktienkapitals		-	(420)
Nettobewegung der kumulierten Währungsumrechnungsdifferenzen		(4)	(3)
Stand per 30. Juni		2'397	2'481
Total Eigenkapital per 30. Juni		2'477	2'561

Konsolidierte Mittelflussrechnung für das am 30. Juni abgeschlossene Halbjahr

<i>in Millionen CHF</i>	Anmerkung	2004	2003
Geldzufluss (-abfluss) aus Geschäftstätigkeit		234	164
Geldzufluss (-abfluss) aus Finanzierungstätigkeit		(84)	(2)
Geldzufluss (-abfluss) aus Investitionstätigkeit		(13)	(40)
Währungsumrechnungsdifferenzen auf flüssigen Mitteln		-	(1)
Zunahme (Abnahme) der flüssigen Mittel		137	121
Flüssige Mittel am Anfang des Halbjahres		494	454
Flüssige Mittel am Ende des Halbjahres		631	575

Anhang der zusammengefassten konsolidierten Halbjahresrechnung (nicht geprüft)

1. Organisation der Gruppe

Givaudan SA und ihre Tochtergesellschaften (nachstehend "die Gruppe") sind unter dem Namen Givaudan tätig. Die Gruppe hat ihren Hauptsitz in Vernier bei Genf in der Schweiz.

Givaudan ist ein führender Anbieter kreativer Riechstoffe- und Aromenprodukte für den Gebrauch in der Konsumgüterindustrie. Die Gruppe ist in über 100 Ländern tätig und umfasst Tochtergesellschaften in mehr als 20 Ländern.

Am 7. Januar 2003, erwarb die Gruppe die vollständige Kontrolle über International Bioflavors Inc. (IBF), Wisconsin (USA). Für die IBF Akquisition wurden keine pro forma Informationen erstellt.

Am 4. August 2003 erwarb Givaudan SA die Minderheitsanteile von Shanghai Givaudan Ltd.

Die Givaudan-Aktien werden an der SWX Swiss Exchange gehandelt.

2. Grundsätze der Rechnungslegung

Die vorliegende Konzernrechnung umfasst die zusammengefasste konsolidierte Halbjahresrechnung der Gruppe für die am 30. Juni 2004 abgeschlossene Geschäftsperiode (nachfolgend "Halbjahresrechnung"). Sie wurde in Übereinstimmung mit dem International Accounting Standard IAS 34 – Zwischenberichterstattung erstellt.

Die Konzernrechnung umfasst die Givaudan SA und ihre Tochtergesellschaften. Tochtergesellschaften sind Gesellschaften, welche die Givaudan SA direkt oder indirekt kontrolliert. Kontrolle bedeutet die Möglichkeit zur massgebenden Beeinflussung der finanziellen und operativen Geschäftstätigkeiten, um daraus entsprechenden Nutzen ziehen zu können.

Die vorliegende Halbjahresrechnung sollte in Verbindung mit der Halbjahresrechnung 2003 und dem Geschäftsbericht 2003 gelesen werden,

da sie eine Aktualisierung dieser vorgehend publizierten finanziellen Informationen darstellt. Die vorliegende Halbjahresrechnung ist nicht geprüft.

Bei der Erstellung dieser Halbjahresrechnung wurden die gleichen Prinzipien und Regeln wie die in der Jahresrechnung erwähnten Buchführungsgrundsätze angewendet, abgesehen von den Buchführungsgrundsätzen zur vorzeitigen Einführung von IFRS3 "Unternehmenszusammenschlüsse", IAS36 "Wertverminderung von Vermögenswerten" (überarbeitet 2004) and IAS38 "Immaterielle Vermögenswerte" (überarbeitet 2004), sowie in Bezug auf IAS23 "Fremdkapitalkosten", siehe Anmerkung 3.

Die Verkäufe in den Geschäftsbereichen, in denen die Gruppe tätig ist, weisen innerhalb des Geschäftsjahres keine bedeutenden saisonalen oder zyklischen Schwankungen auf.

Der Ertragssteueraufwand wird basierend auf der bestmöglichen Schätzung des für das ganze Geschäftsjahr erwarteten gewichteten Durchschnittssteuersatzes berechnet.

3. Änderung von Buchführungsgrundsätzen

Die vorzeitige Einführung von IFRS3, IAS36 (überarbeitet 2004) and IAS38 (überarbeitet 2004) resultierte in einer Änderung des Buchführungsgrundsatzes für den Goodwill. Bis zum 31. Dezember 2003 wurde der Goodwill linear über 20 Jahre abgeschrieben und gleichzeitig an jedem Bilanzstichtag auf Anzeichen von Wertverminderungen untersucht. Ab 1. Januar 2004 wird der Goodwill nicht mehr abgeschrieben, und die aufgelaufene Abschreibung wurde zu diesem Zeitpunkt mit dem Goodwillbruttobetrag verrechnet. Ab 1. Januar 2004 wird Goodwill jährlich sowie bei Anzeichen von Wertverminderungen auf seine Werthaltigkeit geprüft.

Im Rahmen der vorzeitigen Anwendung von IFRS3, IAS36 (überarbeitet 2004) and IAS38

(überarbeitet 2004) wurden Patente, Lizenzen, Handelsmarken, Know-how und prozessorientierte Technologien als immaterielle Anlagen mit zeitlich begrenzter Nutzungsdauer definiert. Die Gruppe hat deren Nutzungsdauer gemäss den Anforderungen von IAS38 überprüft; daraus ergaben sich keine Anpassungen.

Bis zum 31. Dezember 2003 wurde der Zinsaufwand auf Darlehen zur Finanzierung des Kaufs oder der Erstellung von Sachanlagen nicht aktiviert. Ab 1. Januar 2004 wird Zinsaufwand auf Darlehen, der sich direkt und ausschliesslich auf die Erstellung von neuen Fabrikanlagen bezieht, als Teil der entsprechenden Erstellungskosten aktiviert. Für das am 30. Juni abgeschlossene Halbjahr wurde kein Zinsaufwand aktiviert.

Diese Änderungen der Buchführungsgrundsätze werden prospektiv ab 1. Januar 2004 angewendet.

4. Übernahme der IBF

Am 7. Januar 2003 erwarb die Gruppe die vollständige Kontrolle über International Bioflavors Inc. (IBF), Wisconsin (USA).

Die Übernahme der IBF wurde in der vorliegenden Halbjahresrechnung nach der Purchase Methode verbucht und die Geschäftstätigkeit der IBF ab dem 7. Januar 2003 in der konsolidierten Erfolgsrechnung berücksichtigt.

Gemäss Kaufvertrag beträgt der Kaufpreis ohne Transaktionskosten USD 21 Millionen (CHF 30 Millionen), und er wurde bar bezahlt. Die Gruppe erwarb immaterielles Anlagevermögen bestehend aus Goodwill und prozessorientierter Technologie. Diese immateriellen Aktiven werden über 15 Jahre abgeschrieben.

5. Segmentinformationen

Segmentinformationen werden vorne im Halbjahresbericht separat dargestellt.

6. Verkaufs-, Entwicklungs- und Vertriebskosten

Während des am 30. Juni 2004 abgeschlossenen Halbjahres betragen die Kosten für die Entwicklung neuer Produkte und die für Forschung erbrachten Leistungen CHF 103 Millionen (2003: CHF 107 Millionen). Diese Ausgaben werden in der konsolidierten Erfolgsrechnung in den Verkaufs-, Entwicklungs- und Vertriebskosten ausgewiesen.

7. Gewinn pro Aktie – verwässert

Für die Berechnung des verwässerten Gewinnes pro Aktie wird der gewichtete Durchschnitt der Anzahl ausstehenden Aktien um alle potenziell zusätzlichen Aktien erhöht; diese ergeben sich aus den Mitarbeiterbeteiligungsplänen und der ausgegebenen Wandelanleihe. Der Konzerngewinn wird um den Zinsaufwand nach Steuern für verwässernde Wandelanleihen angepasst.

8. Finanzschulden

Während des ersten Halbjahres 2004 wurden 43'300 Obligationen der Wandelanleihe (2003: 30 Obligationen) gewandelt und dafür eigene Aktien abgegeben. Bis zum 30. Juni 2004 waren 43,331 von maximal 200'000 Obligationen gewandelt worden.

Am 7. Februar 2003 nahm die Givaudan SA über eine Privatplazierung CHF 50 Mio. auf. Diese ist im Geschäftsjahr 2009 rückzahlbar und weist einem Zinssatz von 2.9% p.a. auf.

Am 28. Mai 2003 nahm die Givaudan United States, Inc. über eine Privatplazierung USD 220 Mio. auf. Diese ist ab Mai 2008 bis zum Mai 2015 in verschiedenen Tranchen rückzahlbar und weist Zinssätze zwischen 3.65% p.a. und 5.0% p.a. auf. Im Rahmen dieser Privatplazierung muss die Givaudan United States, Inc. verschiedene Anforderungen (covenants) bezüglich ihres Eigenkapitals, ihrer Verschuldung und des Verkaufs ihrer Aktiven erfüllen. Bis heute hat die Givaudan United States, Inc. alle diese Bedingungen erfüllt.

Am 9. Juli 2003 nahm die Givaudan SA über eine Privatplazierung CHF 100 Mio. auf. Diese ist im Geschäftsjahr 2013 rückzahlbar und weist einen Zinssatz von 3.3% p.a. auf.

Am 16. April 2004 nahm die Givaudan United States, Inc. über eine zweite Privatplazierung USD 200 Mio. auf. Diese ist ab Mai 2009 bis zum Mai 2016 in verschiedenen Tranchen rückzahlbar und weist Zinssätze zwischen 4.16% p.a. und 5.49% p.a. auf. Im Rahmen dieser Privatplazierung muss die Givaudan United States, Inc. verschiedene Anforderungen (covenants) bezüglich ihres Eigenkapitals, ihrer Verschuldung und des Verkaufs ihrer Aktiven erfüllen. Bis heute hat die Givaudan United States, Inc. alle diese Bedingungen erfüllt.

9. Aktienkapital

Am 3. April 2003 beendete die Gruppe ihr erstes Aktienrückkaufprogramm mit dem Rückkauf von 725'627 Namenaktien über eine zweite Handelslinie der virt-x. An der Generalversammlung vom 11. April 2003 genehmigten die Aktionäre die Annullierung der zurückgekauften Aktien und die entsprechende Herabsetzung des Aktienkapitals um 8.3% von CHF 87'256'270 auf CHF 80'000'000. Die Annullierung trat am 27. Juni 2003 in Kraft.

Am 30. Juni 2003 begann die Gruppe mit einem weiteren, ursprünglich bis zum 30. Juni 2004

laufenden Aktienrückkaufprogramm. Am 14. Juni 2004 beschloss der Verwaltungsrat, das Programm bis zum 30. Juni 2005 zu verlängern. Vorgesehen ist eine Reduktion des Aktienkapitals von 8'000'000 auf 7'200'000 Namenaktien, gefolgt von einer Annullierung der zurückgekauften Aktien. Der Erwerb von maximal 800'000 Namenaktien (bzw. 10% des Aktienkapitals) wird auf der zweiten Linie der virt-x durchgeführt. Am 13. April 2004 hatte die Gruppe ihr zweites Aktienrückkaufprogramm teilweise beendet mit dem Rückkauf von 200'000 Namenaktien. An der Generalversammlung vom 16. April 2004 genehmigten die Aktionäre die Annullierung der zurückgekauften Aktien und die entsprechende Herabsetzung des Aktienkapitals um 2.5% von CHF 80'000'000 to CHF 78'000'000. Die Annullierung trat am 5. Juli 2004 in Kraft. Bis zum 30. Juli 2004 hat die Gruppe 100'000 zusätzliche Namenaktien zurückgekauft.

10. Dividendenausschüttung

Die Aktionäre beschlossen an der Generalversammlung vom 16. April 2004, eine ordentliche Dividende von CHF 8.90 brutto pro Aktie (2002: CHF 8.10) und eine ausserordentliche Dividende von CHF 6.50 brutto pro Aktie auszuschütten. Die ordentliche und die ausserordentliche Dividende wurde am 21. April 2004 ausbezahlt.

11. Eigenkapitalinstrumente

Die Gruppe hält Eigenkapitalinstrumente, um einen Teil der Verpflichtungen aus Mitarbeiterbeteiligungsplänen und aus der am 7. Juni 2001 ausgegebenen garantieren Wandelanleihe abzudecken. Per 30. Juni 2004 hielt die Gruppe 402'450 eigene Namenaktien (2003: 64,369 eigene Namenaktien) sowie Derivate auf eigenen Namenaktien mit einer Nettoposition, die 384'290 Namenaktien entspricht (2003: 512'405 Namenaktien).

Givaudan Agenda

2004

Halbjahrespräsentation, Zurich	26. August 2004
Roadshow London	7. September 2004
Roadshow USA West	13.-15. September 2004
Bank Leu-Konferenz, Zurich	28. September 2004
Verkäufe 9 Monate	7. Oktober 2004
Roadshow USA Ost	12.-15. Oktober 2004
Roadshow Paris	19. Oktober 2004
Roadshow Skandinavien	21.-22. Oktober 2004
Investorentag, Shanghai - Firmenführung, Singapur	2.-4. November 2004
Merrill Lynch-Konferenz, London	8. Dezember 2004

2005

Ganzjahresresultate 2004 Bilanzmedienkonferenz - Telefonkonferenz für Investoren und Analysten	1. März 2005
Verkäufe 3 Monate - Jahreskonferenz für Investoren und Analysten	8. April 2005
Generalversammlung, Genf	27. April 2005
Halbjahrespräsentation 2005 Medienmitteilung - Investor News - Telefonkonferenz für Investoren und Analysten	9. August 2005
Halbjahrespräsentation, Zürich	25. August 2005
Verkäufe 9 Monate	7. Oktober 2005

Der Givaudan Halbjahresbericht ist auf Deutsch, Französisch und Englisch erhältlich.

Alle Markennamen sind rechtlich geschützt.

© Givaudan SA, 2004

Chlorfreies Papier – Gedruckt in der Schweiz