



Givaudan[®]

Rapport semestriel 2002

*Creating
Sensory
Advantage.*

Chiffres clés

Six mois jusqu'au 30 juin

en millions de francs suisses, sauf pour le bénéfice par action

	2002 ¹	2001 ¹	Evolution en %
Chiffre d'affaires	1'490	1'454	2
Bénéfice d'exploitation	252	232	9
Marge d'exploitation (%)	16,9%	16,0%	
Bénéfice net	162	152	7
EBITDA ²	346	322	7
Bénéfice net par action – de base (CHF)	18,62	17,37	
Bénéfice net par action – dilué (CHF)	18,61	17,37	

	30 Juin 2002	31 Decembre 2001
Total de l'actif	4'910	4'319
Total du passif exigible	1'989	1'531
Total des fonds propres et intérêts minoritaires	2'921	2'788
Nombre d'employés	5'827	5'325

1) Le 2 mai 2002, Givaudan SA a acquis 100% des activités arômes de Nestlé, Vevey – Suisse, exercées sous le contrôle de la société Food Ingredients Specialties (FIS). Les chiffres relatifs au compte de résultat mentionnés dans le tableau ci-dessus proviennent du compte de résultat consolidé pro forma non-audité dans l'hypothèse où l'acquisition aurait pris effet au 1er janvier 2001. Le détail des ajustements pro forma est décrit dans les annexes au compte de résultat pro forma consolidé en page 11.

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

3) En termes historiques

Ventes³ par Divisions

Ventes Arômes

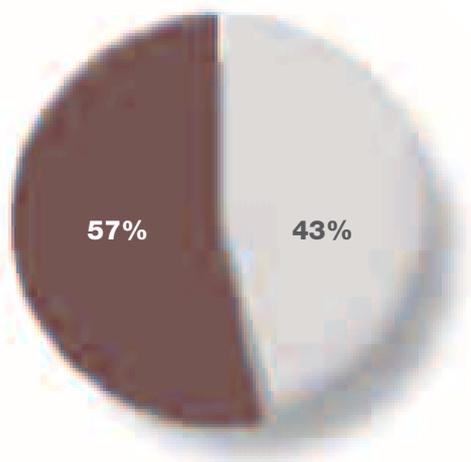
CHF 782 millions

+17% en francs suisses
+22% en monnaies locales

Ventes Parfumerie

CHF 582 millions

-1% en francs suisses
+2% en monnaies locales



Chiffre d'affaires total

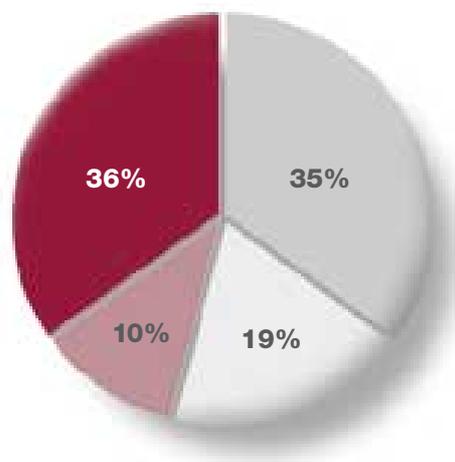
CHF 1'364 millions

+8% en francs suisses
+13% en monnaies locales

Ventes³ par Régions

Amérique du Nord

Europe, Afrique et Moyen-Orient



Amérique latine

Asie-Pacifique

Ventes établies selon leur destination finale

Croissance soutenue des ventes, des bénéfices d'exploitation et net

Givaudan a continué d'améliorer ses résultats d'exploitation par rapport au premier semestre 2001 et à afficher une croissance supérieure à celle du marché. Les facteurs de cette croissance ont été la très bonne performance de la Division Arômes et celle du segment des produits de consommation parfumés.

Depuis mai 2002, les résultats de FIS, la division arômes achetée à Nestlé, ont été inclus aux résultats de Givaudan se traduisant par une augmentation de 12,8% en monnaies locales et de 8,3% en francs suisses. Sur une base pro forma, en partant de l'hypothèse d'une consolidation des résultats de FIS faite en janvier 2001, les ventes ont augmenté de 6,7% en monnaies locales et de 2,5% en francs suisses.

Malgré une pression croissante sur les prix dans un marché hautement compétitif. Cependant, grâce à de constantes améliorations dans la chaîne de production, la marge brute formulée en termes pro forma (incluant FIS) a augmenté légèrement de 1,0% de point à 47,7%. Le bénéfice d'exploitation sur une base pro forma a progressé de 8,6% à CHF 252 millions, comparé aux CHF 232 millions à mi-2001. Dans un environnement financier difficile, le bénéfice net a augmenté en termes pro forma de 6,6% à CHF 162 millions comparé aux CHF 152 millions de la première partie de l'année 2001.

Intégration de FIS

L'acquisition de FIS a été annoncée le 18 janvier 2002. La finalisation a eu lieu le 2 mai, après approbations légales des autorités des pays de nos principaux marchés européens et américains. Durant cette période, les nouvelles structures commerciales de la Division Arômes étendue

ont été mises en place et en un mois toutes les décisions importantes relatives aux relations futures avec les clients ont été concrétisées, c'est-à-dire que les équipes renforcées ont été définies et rendues opérationnelles. L'offre de produits de Givaudan dans le domaine des entremets salés s'est substantiellement étoffée et l'utilisation accrue des centres régionaux de service à la clientèle mis sur pied par FIS augmente notre capacité à répondre aux exigences de nos clients. L'intégration de la chaîne d'approvisionnement et de la base de production est en cours. Le 9 juillet 2002, Givaudan a annoncé l'achat des bâtiments de recherche du site de Kempththal (Zurich, Suisse). L'intégration complète du site sera effective en 2003. Le site servira à la consolidation continue des opérations en Europe.

GivaudanAccess™

L'offre en ligne GivaudanAccess™ a montré un niveau d'activité commerciale encourageant en Amérique du Nord et en Europe. Actuellement, 15'500 clients se sont inscrits par le biais de cet outil commercial unique de Givaudan. Durant le premier semestre 2002, plus de 17'000 échantillons ont été livrés, 2'400 commandes exécutées et 250 nouveaux contrats enregistrés. La plupart de ces contrats sont des commandes pilotes qui se transforment généralement en commandes normales dans un délai de 60 à 120 jours. Malgré le fait que les objectifs de revenu à court terme représentent un important défi, la croissance des ventes du semestre est prometteuse. Les complexités en Europe (langues, lois et taxes) et le laps de temps entre l'échantillon et la commande définitive restent des défis. De nouveaux outils, tel que AccessMaps™ lancé en juin, aideront à réduire le temps de développement d'un produit pour le client.

Recherche

Recherche en parfumerie

Notre recherche globale, basée à Dübendorf (Zurich, Suisse), a maintenu son excellent rythme. Plusieurs nouvelles molécules ont été sélectionnées pour être développées et enregistrées. En dehors des aspects sensoriels et économiques, les facteurs environnementaux et ceux liés à la sécurité s'avèrent d'importantes priorités dans le programme de nouvelles molécules. Les clients montrent un grand intérêt pour nos nouveaux systèmes de diffusion du parfum développés sur notre propre site pilote de production. Deux nouveaux types d'applications munis de ces systèmes de diffusion contrôlée ont été développés. De nouvelles collaborations stratégiques entamées avec des institutions académiques et des clients ont permis à Givaudan d'ouvrir de nouveaux domaines de recherche, particulièrement dans le domaine des avantages secondaires (effets anti-microbiens, inhibition de mauvaises odeurs, repellent).

La quête de nouvelles senteurs entreprise durant le dernier ScentTrek™ à Madagascar a été couronnée de succès. Durant ces derniers mois, les échantillons capturés sur cette île ont été reconstitués dans nos laboratoires. Les présentations de senteurs faites à nos parfumeurs et aux clients ont été bien accueillies et apporteront une nouvelle inspiration aux créations de parfums.

Recherche en arômes

Le Centre de Recherche en arômes, à Cincinnati, étend toujours plus ses activités dans le domaine de la performance aromatique et la science sensorielle. A travers l'application de techniques qui associent des données analytiques et sensorielles, il est possible d'identifier les éléments-clés guidant les goûts des consommateurs, améliorant par ces connaissances le processus de création d'arômes. Des progrès dans la libération de l'arôme de la prochaine génération commencent aussi à révéler leurs promesses avec des opportunités sur plusieurs marchés importants identifiés.

Des progrès significatifs vers la réalisation d'objectifs à court terme en biologie moléculaire ont confirmé que cette technologie pouvait être effective dans le développement de compositions visant à modifier le goût. De plus, notre groupe de chercheurs en produits naturels a effectué un TasteTrek™ en Amérique Latine, qui a permis de recréer un nombre d'arômes de fruits uniques et d'explorer quelques cuisines ethniques locales. Par analogie avec le TasteTrek™ en cuisine asiatique, cette récente investigation permettra une transposition aisée dans d'excellents produits commerciaux.

Durant la période sous revue, trois nouveaux brevets ont été déposés concernant divers processus et technologies liés aux arômes.

Division Parfumerie

Six mois jusqu'au 30 juin

en millions de francs suisses

	Historique	
	2002	2001
Chiffre d'affaires	582	588
EBITDA	113	116
en % du chiffre d'affaires	19,4%	19,7%
Bénéfice d'exploitation	91	97
en % du chiffre d'affaires	15,6%	16,5%

Au cours du premier semestre 2002, la Division Parfumerie a enregistré des ventes de CHF 582 millions, représentant une croissance de 2,2% en monnaies locales et une baisse de 0,9% en francs suisses par rapport au premier semestre 2001.

Depuis 2001, puis au premier trimestre 2002, la très bonne performance du segment des produits de consommation a continué de progresser. Les ventes en parfumerie fine souffrent encore de l'environnement économique et du niveau des inventaires de nos clients. Les affaires des ingrédients de parfumerie ont légèrement décliné comparé à l'année précédente, essentiellement en raison d'une pression accrue sur les prix des produits. Les ventes de nouvelles spécialités ont connu une croissance à deux chiffres.

Parfumerie fine

Le marché de la parfumerie fine ne s'est pas encore totalement rétabli et continue à refléter l'état actuel de l'économie, la confiance du consommateur et les niveaux d'inventaires de nos clients, ainsi que le réalignement des canaux de distribution. Le manque à gagner est réparti proportionnellement entre les clients et les marques. En avril, le nouveau Centre de Création situé au coeur de Paris a été ouvert dans la lignée de celui inauguré l'année passée à Manhattan. Ces deux centres sont maintenant totalement opérationnels et permettent à nos clients au centre de Manhattan et de Paris d'interagir directement avec nos talents créatifs. Ceci a mené rapidement à une hausse substantielle d'activité marketing. Plusieurs nouveaux contrats gagnés en ont déjà résultés, représentant autant de signes du rétablissement du niveau des ventes qui perdureront dans la seconde moitié de cette année si l'environnement économique le permet.

Au 30ème "Fragrance Foundation Awards" qui s'est tenu à New York le 4 juin, Higher de Christian Dior et Little Black Dress de Avon, 2 créations des parfumeurs de Givaudan, se sont vus décerner un FiFi, Oscar de l'industrie du parfum. De plus, Givaudan a reçu le FiFi du Développement technologique de l'année pour son système d'offres de produits en ligne GivaudanAccess™. C'est la deuxième année consécutive et le quatrième FiFi remporté en six ans dans cette importante catégorie.

Produits de consommation

Le segment des parfums pour les produits de consommation a poursuivi sa forte progression depuis 2001. Les affaires avec tous les plus importants clients ont augmenté substantiellement grâce aux offres créatives de produits et à une meilleure compréhension des besoins des clients dans nos principaux centres de développement d'Argenteuil (France), Teaneck (USA), Singapour, Shanghai (Chine) et Sao Paulo (Brésil).

L'ensemble des régions montre une croissance positive, y compris l'Amérique Latine, et cela malgré la situation économique difficile de l'Argentine. Les taux de croissance dans les marchés matures en Europe et en Amérique du Nord sont particulièrement satisfaisants. La croissance la plus élevée reste en Chine.

Les domaines des soins corporels et des détergents continuent à enregistrer une bonne performance. Le segment des produits de toilette affiche une bonne croissance et les investissements faits dans le segment des produits d'entretien ménager commencent à porter leurs fruits.

Ingrédients de parfumerie

Les ventes du segment des ingrédients de parfumerie ont légèrement reculé en monnaies locales par rapport à l'année passée. Ceci est dû à la pression constante sur les prix des produits, ainsi qu'à la diminution accrue des ventes d'ingrédients cosmétiques et des intermédiaires pharmaceutiques. De plus, les ventes aux concurrents ont diminué. Cependant, les ventes de composants chimiques aromatiques brevetés (spécialités), développés par la Recherche de Givaudan, ont poursuivi leur progression suivant la ligne de notre stratégie à long terme.

La plus forte progression a été enregistrée en Asie, particulièrement en Chine. Depuis le mois d'avril, les ingrédients de parfumerie sont également vendus par le biais de GivaudanAccess™ sur le marché américain.

Division Arômes

Six mois jusqu'au 30 juin

en millions de francs suisses	Historique		Pro forma ¹	
	2002	2001	2002	2001
Chiffre d'affaires	782	671	908	866
EBITDA en % du chiffre d'affaires	209 26,7%	179 26,7%	233 25,7%	206 23,8%
Bénéfice d'exploitation en % du chiffre d'affaires	149 19,1%	125 18,6%	161 17,7%	135 15,6%

1) Le 2 mai 2002, Givaudan SA a acquis 100% des activités arômes de Nestlé, Vevey – Suisse, exercées sous le contrôle de la société Food Ingredients Specialities (FIS). Les chiffres relatifs au compte de résultat mentionnés dans le tableau ci-dessus proviennent du compte de résultat consolidé pro forma non-audité dans l'hypothèse où l'acquisition aurait pris effet au 1er janvier 2001. Le détail des ajustements pro forma est décrit dans les annexes au compte de résultat pro forma consolidé en page 11.

Les ventes de la division arômes ont augmenté en termes pro forma de 4,9% en francs suisses et de 9,8% en monnaies locales, durant le premier semestre 2002. En termes réels, les ventes de la division ont été de CHF 782 millions, ce qui représente une augmentation de 16,5% en francs suisses et de 22,1% en monnaies locales, par rapport au premier semestre 2001. Les ventes de Givaudan sans FIS ont augmenté de 11,9% en monnaies locales.

Des croissances à deux chiffres ont été enregistrées en Amérique du Nord, Europe, Afrique, Moyen-Orient et en Asie-Pacifique.

Les principaux contrats gagnés dans tous les segments, boissons, confiserie, produits laitiers, entremets salés, ainsi que dans le domaine de la restauration rapide, ont contribué à ce succès.

L'intégration des activités de FIS s'effectue rapidement et sans heurts. FIS est dès lors totalement intégrée dans la structure régionale existante avec une stratégie globale.

Asie-Pacifique

L'Asie-Pacifique poursuit sa tendance de croissance des ventes avec une augmentation à deux chiffres en monnaies locales. Les principaux marchés du Japon, de la Chine, de la Corée et de la Thaïlande ont contribué d'une façon majeure au développement positif de cette région. Ainsi, Givaudan a fait une très bonne performance d'ensemble sur le marché des arômes dans cette région au développement rapide. De nouveaux contrats gagnés grâce au programme novateur des responsables de Givaudan dans le goût authentique local ont été le facteur décisif de ce succès.

Les bénéfices des ventes ont été équilibrés entre la croissance du commerce existant et de nouveaux contrats gagnés auprès de clients-clés dans toute la région. Les segments boissons, confiserie et entremets salés ont tous atteints d'excellents taux de croissance à deux chiffres au cours de l'année précédente. Une bonne croissance organique des arômes existants a été atteinte grâce aux nouvelles activités développées dans le domaine de la restauration rapide. L'agrandissement du site de création, application et production de Singapour est en bonne voie et sa finalisation est prévue d'ici la fin de l'année.

Amérique latine

Tous les marchés-clés dans cette région, à l'exception de l'Argentine, continuent à afficher une tendance positive de croissance des ventes. Les deux plus grands marchés de la région s'étendent toujours plus, le Mexique ayant connu une croissance à deux chiffres et le Brésil enregistre une solide croissance. Ces deux marchés rendent compte du réservoir de projets prometteurs. La forte croissance dans la région

des Andes est le résultat des contrats majeurs gagnés dans le segment des entremets salés.

Les principaux contrats gagnés dans le segment le plus grand, les boissons, ont contribué d'une manière significative au résultat positif dans la région. Le segment des entremets salés a, lui aussi, montré une bonne croissance. Suite à l'acquisition de FIS, les efforts ont été intensifiés pour développer les opportunités dans les marchés des entremets salés et de la restauration rapide.

Des capacités supplémentaires de "séchage par atomisation" ont été ajoutées à la base de production au Brésil.

Amérique du Nord (USA et Canada)

Les ventes aux Etats-Unis et au Canada ont poursuivi leur excellent rythme de croissance à deux chiffres en monnaies locales par rapport au premier semestre de l'année précédente et ont montré un deuxième trimestre performant. De nouveaux contrats gagnés dans toutes les principales catégories ont contribué favorablement à ce résultat. Les segments des boissons, des produits laitiers et des entremets salés ont tous enregistré une croissance à deux chiffres avec un accent particulier mis sur les grands projets. Le domaine de la restauration rapide a eu un impact positif sur le segment des entremets salés. Les investissements faits auparavant dans ce segment de marché, particulièrement dans les restaurants à service rapide, se traduisent maintenant par le gain de nouveaux contrats. Le segment des entremets salés profitera davantage de l'offre élargie de produits découlant de l'acquisition de FIS.

Europe, Afrique et Moyen-Orient

Les ventes dans ces régions continuent dans la tendance de l'année passée en dépassant considérablement la croissance du marché en monnaies locales avec un gain à deux chiffres.

Les segments des entremets salés, des produits laitiers et des boissons ont contribué aux résultats positifs tout comme les bonnes performances en Europe de l'Ouest, Afrique, France, Scandinavie, Royaume-Uni et Allemagne. De nouveaux contrats gagnés, ainsi que de fortes ventes de produits existants, ont été à la base de cette excellente performance sur cette période qui va encore s'améliorer grâce à une offre plus large de produits dans le segment d'entremets salés. Le centre culinaire de service aux clients de FIS à Paris deviendra une importante pierre angulaire des activités de développement de produits de Givaudan.

Etats financiers consolidés intermédiaires et résumés (non audités)

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

		2002	2001
<i>en millions de francs suisses, sauf pour le bénéfice par action</i>			
	Note		
Chiffre d'affaires	4	1'364	1'259
Prix de revient des marchandises vendues		(705)	(655)
Bénéfice brut		659	604
<i>en % du chiffre d'affaires</i>		48,3%	48,0%
Frais de marketing, de développement et de distribution	5	(309)	(286)
Frais d'administration		(48)	(48)
Amortissement des immobilisations incorporelles		(39)	(36)
Autres produits (charges) d'exploitation, nets		(23)	(12)
Bénéfice d'exploitation		240	222
<i>en % du chiffre d'affaires</i>		17,6%	17,6%
Produits (charges) financiers, nets		(13)	(5)
Résultat net avant impôts		227	217
Impôts sur le bénéfice		(69)	(67)
Résultat net après impôts		158	150
Part des intérêts minoritaires		(1)	(1)
Bénéfice net		157	149
<i>en % du chiffre d'affaires</i>		11,5%	11,8%
Bénéfice par action – de base (CHF)		18,67	17,91
Bénéfice par action – dilué (CHF)	6	18,66	17,91

Bilan consolidé

<i>en millions de francs suisses</i>		30 Juin 2002	31 Décembre 2001
	Note		
Actif circulant		2'127	1'970
Actif immobilisé		2'783	2'349
Total des actifs		4'910	4'319
Dettes à court terme		1'053	644
Dettes à long terme		936	887
Intérêts minoritaires		5	4
<i>Capital-actions</i>	7	87	86
<i>Bénéfice non distribué, réserves et autres éléments des fonds propres</i>		2'829	2'698
Fonds propres		2'916	2'784
Total des passifs		4'910	4'319

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

		2002	2001
<i>en millions de francs suisses</i>			
	Note		
Capital-actions			
Solde au 1er janvier		86	86
Emission d'actions	7	1	-
Solde au 30 juin		87	86
Bénéfice non distribué, réserves et autres éléments des fonds propres			
Solde au 1er janvier		2'698	2'593
Effets de l'adoption de IAS 39		-	15
Solde au 1er janvier retraité		2'698	2'608
Dividendes versés	8	(58)	(54)
Bénéfice net		157	149
Agio		49	-
Mouvement net de la réserve de juste valeur pour titres de placement disponibles à la vente		(49)	(39)
Mouvement net des propres instruments de capitaux propres	9	154	40
Mouvement net de la part de fonds propres de l'emprunt convertible		-	11
Mouvement net des écarts de conversion cumulés		(122)	85
Solde au 30 juin		2'829	2'800
Total des fonds propres au 30 juin		2'916	2'886

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

		2002	2001
<i>en millions de francs suisses</i>			
Flux de trésorerie nets provenant des (consacrés aux) activités opérationnelles			
		94	215
Flux de trésorerie nets provenant des (consacrés aux) activités de financement			
		(39)	228
Flux de trésorerie nets provenant des (consacrés aux) activités d'investissement			
		(148)	(315)
Effet net de conversion sur les liquidités et placements à court terme		(3)	2
Augmentation (diminution) des liquidités et placements à court terme		(96)	130
Liquidités et placements à court terme au début de la période		467	280
Liquidités et placements à court terme à la fin de la période		371	410

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

1. Organisation du Groupe

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

Le 2 mai 2002, le Groupe a acquis 100% des activités arômes de Nestlé, Vevey – Suisse, exercées sous le contrôle de la société Food Ingredients Specialities (ci-après, FIS).

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

2. Principes de base

Ces états financiers correspondent aux comptes consolidés intermédiaires et résumés (ci-après, les états financiers intermédiaires) du Groupe pour la période du 1er janvier au 30 juin 2002 (ci-après, la période intermédiaire). Ils ont été préparés conformément à la Norme Comptable Internationale 34 en matière de présentation de l'information financière intermédiaire.

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

Ces états financiers intermédiaires doivent être lus en parallèle avec le rapport semestriel 2001 et le rapport annuel 2001, car ils fournissent l'information financière disponible la plus récente. Ces états financiers intermédiaires ne sont pas audités.

Lors de la préparation de ces états financiers intermédiaires, le Groupe a appliqué les normes comptables internationales nouvelles ou révisées (IAS 19 révisés 2002) ainsi que les recommandations du Comité d'interprétation permanent (SIC 27 à SIC 33) qui sont entrées en vigueur dès le 1er janvier 2002. La mise en place de ces normes n'a donné lieu à aucun ajustement significatif des principes comptables utilisés dans le rapport annuel 2001, étant donné que les procédures antérieures reflétaient les principes de base des normes nouvelles ou révisées.

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

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

3. Acquisition de FIS

L'acquisition de FIS a été comptabilisée dans les états financiers intermédiaires selon la méthode de l'acquisition (purchase method). Le résultat des opérations de FIS réalisé depuis le 2 mai 2002 est inclus dans le compte de résultat consolidé. Les actifs et passifs de FIS ainsi que le goodwill résultant de cette acquisition sont inclus dans le bilan consolidé au 30 juin 2002.

La transaction est évaluée à CHF 750 millions. Le paiement, sujet à certains ajustements selon la "purchase method", se fait sous forme de reprise de dettes, de paiement en espèces et de remise d'actions propres. Ces dernières ont été remises partiellement par utilisation du capital-actions autorisé de 100'000 actions nominatives (voir note 7). En accord avec Nestlé, la totalité des actions propres doit être délivrée durant les 12 mois qui suivent la date de l'acquisition. L'engagement de délivrer le solde des actions propres a été intégralement provisionné dans les comptes intermédiaires au 30 juin 2002.

Dans le cadre de cette acquisition, le Groupe a également acquis des droits de propriétés intellectuelles pour CHF 339 millions. Ceux-ci ont été comptabilisés comme immobilisations incorporelles. Ces droits sont amortis linéairement sur 20 ans à compter de la date d'acquisition. La charge d'amortissement figure dans le compte de résultat sous la rubrique "amortissement des immobilisations incorporelles".

Le goodwill résultant de l'acquisition de FIS est actuellement évalué à CHF 212 millions. Le montant est toutefois sujet à la finalisation de l'affectation du coût d'acquisition. Le goodwill est considéré comme une immobilisation incorporelle et est amorti linéairement sur 20 ans à compter de la date d'acquisition. L'amortissement du goodwill figure dans le compte de résultat sous la rubrique "amortissement des immobilisations incorporelles".

4. Information par secteur

Ces informations sont données dans les commentaires des secteurs respectifs.

5. Dépenses de marketing, de développement et de distribution

Au cours du premier semestre, les dépenses liées au développement de produits et à la recherche se sont élevées à CHF 101 millions en 2002 (2001 : CHF 99 millions). Elles figurent dans le compte de résultat sous la rubrique "frais de marketing, de développement et de distribution".

6. Bénéfice par action - dilué

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

7. Capital-actions

Dans le cadre de l'acquisition de FIS, Givaudan a utilisé son capital initial autorisé en émettant 100'000 nouvelles actions nominatives le 8 mai 2002. Le capital-actions se monte dès lors à 8'725'627 (2001 : 8'625'627) actions nominatives.

8. Dividendes versés

Les actionnaires ont approuvé, lors de l'assemblée générale ordinaire tenue le 26 avril 2002, la distribution d'un dividende ordinaire de CHF 7,00 (2001 : CHF 6,50) brut par action. Ce dividende a été payé le 2 mai 2002.

9. Propres instruments de capitaux propres

Le Groupe détient des actions propres et dérivés sur actions propres pour couvrir partiellement les obligations liées au plan d'intéressement des cadres, à l'emprunt convertible émis le 7 juin 2001 et les futurs engagements de remise d'actions à Nestlé SA suite à l'acquisition de FIS. Au 30 juin 2002, le Groupe détenait 8'266 actions propres (2001 : 222'429) et des dérivés sur actions propres équivalent à un total net de 414'055 actions propres (2001 : 175'000).

10. Chiffres comparatifs

Certains chiffres de l'année antérieure ont été reclassés à des fins de comparaison.

Informations financières pro forma relatives à l'acquisition de FIS (non-auditées)

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

		2002	2001
<i>en millions de francs suisses, sauf pour le bénéfice par action</i>			
	Note		
Chiffre d'affaires	2	1'490	1'454
Prix de revient des marchandises vendues	3	(779)	(775)
Bénéfice brut		711	679
<i>en % du chiffre d'affaires</i>		<i>47,7%</i>	<i>46,7%</i>
Frais de marketing, de développement et de distribution		(336)	(321)
Frais d'administration		(60)	(64)
Amortissement des immobilisations incorporelles	4	(48)	(49)
Autres produits (charges) d'exploitation, nets	5	(15)	(13)
Bénéfice d'exploitation		252	232
<i>en % du chiffre d'affaires</i>		<i>16,9%</i>	<i>16,0%</i>
Produits (charges) financiers, nets	6	(17)	(11)
Résultat net avant impôts		235	221
Impôts sur le bénéfice	7	(72)	(68)
Résultat net après impôts		163	153
Part des intérêts minoritaires		(1)	(1)
Bénéfice net		162	152
<i>en % du chiffre d'affaires</i>		<i>10,9%</i>	<i>10,5%</i>
Bénéfice par action – de base (CHF)	8	18,62	17,37
Bénéfice par action – dilué (CHF)	8	18,61	17,37

Annexes au compte de résultat pro forma consolidé (non-audités)

1. Information pro forma

L'information pro forma est présentée à des fins d'illustration. Elle donne une indication de l'impact que l'acquisition de FIS aurait eu sur les états financiers intermédiaires au 30 juin 2002 et 2001, si elle avait eu lieu le 1er janvier 2001. L'information pro forma n'a pas pour vocation de représenter les résultats d'exploitation du Groupe tels qu'ils auraient réellement été. Elle n'a été préparée qu'à des seules fins d'illustration et, compte tenu de sa nature, ne peut refléter de manière complète la situation financière du Groupe.

2. Chiffre d'affaires

Les ventes réalisées avec Nestlé par FIS ont été reclassifiées en ventes faites auprès de tiers. Les ventes réalisées par Givaudan à FIS et par FIS à Givaudan ont été entièrement éliminées.

3. Prix de revient des marchandises vendues

Les ajustements liés au prix de revient des marchandises sont similaires aux ajustements liés aux chiffres d'affaires.

4. Amortissement des immobilisations incorporelles

L'amortissement du goodwill et des droits de propriétés intellectuelles est inclus dans le résultat comme si l'acquisition de FIS avait eu lieu le 1er janvier 2001.

5. Autres produits (charges) d'exploitation, nets

Les dépenses d'exploitation uniques liées à l'acquisition sont exclues du compte de résultat.

6. Produits (charges) financiers, nets

L'ajustement représente l'augmentation des charges d'intérêts liées à l'endettement supplémentaire nécessaire pour le financement des activités opérationnelles des sociétés acquises, ainsi que la diminution des produits financiers liés à la baisse de trésorerie entraînée par l'acquisition des sociétés.

7. Impôts sur le bénéfice

L'ajustement pro forma représente l'augmentation des impôts sur le bénéfice relative aux ajustements ci-dessus au taux statutaire de la filiale du Groupe au sein de laquelle ils ont été comptabilisés.

8. Bénéfice par action

L'ajustement du bénéfice par action de base et dilué suppose que l'émission des 100,000 actions nominatives à pris effet au 1er janvier 2001.

Agenda Givaudan

2002

Présentation semestrielle, Zurich	5 septembre
Conférence aux investisseurs, Munich	12 septembre
Roadshow, Pays-Bas	24 septembre
Roadshow, Copenhague/Stockholm	26 /27 septembre
Ventes 9 mois	10 octobre
Roadshow, Francfort	15 octobre
Roadshow, Londres	16 octobre
Conférence aux investisseurs, Londres	19 novembre
Journée de création, Paris	21 novembre

2003

Résultat annuel: Conférence téléphonique pour investisseurs et analystes	5 mars
Résultat annuel: Conférence aux médias sur le bilan	5 mars
Assemblée générale	11 avril
Conférence annuelle pour investisseurs et analystes	15 avril

En frottant la couverture de ce document vous pourrez apprécier la fraîcheur de la senteur de pommes vertes. Givaudan crée des senteurs de pomme notamment pour des gels douche stimulants.

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

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

Papier blanchi sans chlore – Imprimé en Suisse