

Givaudan[®]

Halbjahresbericht 2003



*Creating
Sensory
Advantage™*

Kennzahlen

Per 30. Juni abgeschlossenes Halbjahr in Millionen CHF, ausser dem Gewinn pro Aktie	Effektiv	Pro forma	
	2003	2002 ¹	% Veränderung
Verkäufe	1'379	1'490	-7
Betriebsgewinn	216	250	-14
Betriebsgewinn in % der Verkäufe	15.7%	16.8%	
Konzerngewinn	130	160	-19
EBITDA ²	305	346	-12
Gewinn pro Aktie – unverwässert (CHF)	16.09	18.41	
Gewinn pro Aktie – verwässert (CHF)	16.03	18.40	
	30. Juni 2003	31. Dezember 2002	
Total Aktiven	4'759	4'561	
Total Verbindlichkeiten	2'193	1'795	
Total Eigenkapital und Minderheitsanteile	2'566	2'766	
Personalbestand	6'145	5'844	

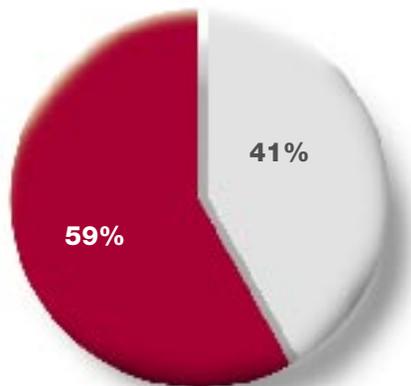
1) Am 2. Mai 2002 akquirierte die Givaudan SA 100% des Aromageschäftes der Nestlé, Vevey-Schweiz, das unter dem Namen Food Ingredients Specialities (FIS) operiert. Die in der obenstehenden Aufstellung aufgeführten Zahlen der Erfolgsrechnung stammen aus der ungeprüften pro forma konsolidierten Erfolgsrechnung, die so erstellt wurde, als ob die Übernahme bereits auf den 1. Januar 2001 stattgefunden hätte. Detaillierte Angaben zu den pro forma Anpassungen sind im Anhang unter Anmerkung 12 aufgeführt.

2) EBITDA: "Earnings Before Interest (and other financial income), Tax, Depreciation and Amortisation" entspricht dem Betriebsgewinn vor Abschreibungen auf Sachanlagen und immateriellen Anlagen.

Effektive Verkäufe nach Divisionen

Verkäufe Aromen
CHF 816 Millionen
+4.4% in Schweizer Franken
+17.2% in Lokalwährungen

Verkäufe Riechstoffe
CHF 563 Millionen
-3.3% in Schweizer Franken
+5.5% in Lokalwährungen



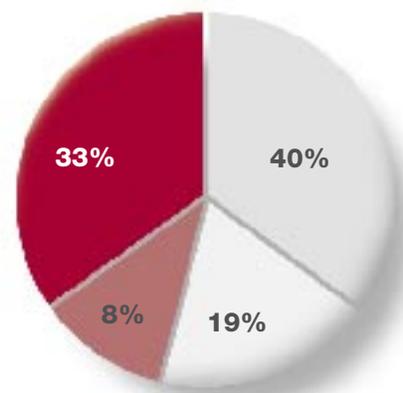
Total Verkäufe
CHF 1'379 Millionen
+1.1% in Schweizer Franken, +12.2% in Lokalwährungen

Die prozentualen Veränderungen beziehen sich auf die effektiven Verkäufe des Halbjahres 2002

Effektive Verkäufe nach Regionen

Nordamerika

Europa, Afrika und Mittlerer Osten



Lateinamerika **Asien-Pazifik**

Die Verkäufe werden nach Absatzgebieten gezeigt.

Givaudan baut Marktführung aus und steigert den Cashflow

Verkaufswachstum

Im ersten Halbjahr 2003 wuchs Givaudan erneut schneller als der Markt. Der Gruppenumsatz wuchs 12.2% in Lokalwährungen und 1.1% in Schweizer Franken. Der Gesamtumsatz der Riechstoffe-Division wuchs 5,5% in Lokalwährungen. Luxusparfümerie und Konsumgüter wuchsen gesamthaft zweistellig und die Riechstoff-Spezialitäten zeigten wiederum gute Zuwachsraten. Die Aromenverkäufe wuchsen um 17,2% (inkl. FIS-Akquisition). Die Verkäufe aller Segmente zeigten mit Ausnahme der Milchprodukte eine positive Entwicklung, besonders starkes Wachstum wies der Bereich Foodservice auf. Alle Regionen zeigten gutes Wachstum, mit Ausnahme der Aromen in den USA, die letztes Jahr ein sehr starkes zweites Quartal hatten.

In den vergangenen sechs Monaten gewann Givaudan erneut Marktanteile. Die Erfolgsquote wurde substantiell verbessert, die Ressourcen den Kundenstrategien angepasst und das Geschäft auf Schlüsselprojekte fokussiert. Givaudan verstärkte ihre regionale Präsenz in Gebieten mit starkem Wachstum, wie Asien-Pazifik. Die Investitionen in die Luxusparfümerie beginnen sich auszuzahlen und schlagen sich in einem vergrößerten Portfolio neuer Abschlüsse und Ausschreibungsbeteiligungen nieder. Als das führende Unternehmen im Bereich kulinarischer Aromen ist Givaudan nun in der Lage ihren Kunden ein breites und qualitativ hochstehendes Produkteportfolio sowie ausgereifte Aromen-Lösungen anzubieten. Die Spitzenstellung im Bereich Getränke konnte gehalten werden. Wichtige Projekte in diesem Segment wurden in den letzten sechs Monaten in Europa auf den Markt gebracht, was die Verkäufe in dieser Region verbesserte.

Bruttogewinn

Trotz einer weiteren Verbesserung der Produktivität geriet die Bruttomarge vorübergehend unter Druck, dies als Folge von Rohstoffeinkäufen, die vor den erodierenden Wechselkursen erfolgt waren, und die – mit einer gewissen Verzögerung durch die Lagerung – einen Einfluss auf die Kosten der verkauften Produkte hatten. Im weiteren hatten der

veränderte Produktemix, die nach wie vor niedrigeren Margen des Geschäfts mit kulinarischen Aromen, erworben durch die FIS Akquisition, der kontinuierliche Preisdruck und der Preisanstieg einiger natürlicher Rohstoffe einen negativen Einfluss. Aus diesen Faktoren resultierte eine von 47,7% auf 46,2% verringerte Bruttomarge.

Betriebsgewinn

Auf Grund des Synergieeffekts aus den kürzlich getätigten Akquisitionen und einer straffen Kostenkontrolle konnte der Einfluss der tieferen Bruttomarge und der substantiell höheren Beträge an die Vorsorgeeinrichtungen mit Leistungsprimat – die von CHF 23 Millionen im 2001 auf rund 64 Millionen im 2003 stiegen (1,5%-Punkte des EBIT) – auf Vorjahresniveau gehalten werden. Da die Betriebskosten stabil blieben, verringerten sich die EBIT- und EBITDA-Marge auf vergleichbarer Basis nur um je 1,1%-Punkte von 16,8% auf 15,7% respektive von 23,2% auf 22,1%. In den kommenden Monaten wird Givaudan aggressiv neue Initiativen lancieren, um ihre Margen über den zeitlichen Effekt hinaus zu verbessern.

Cashflow

Givaudan generiert weiterhin einen hohen Cashflow. Im ersten Halbjahr 2003 erwirtschaftete das Unternehmen einen operativen Cashflow vor Investitionen von CHF 164 Millionen im Vergleich zu CHF 94 Millionen im Vorjahr, ein Wachstum von 74%. Die Investitionen betragen CHF 40 Millionen gegenüber Abschreibungen von CHF 43 Millionen.

Konzerngewinn

Auf Grund des niedrigeren operationellen Gewinns und der höheren Nettofinanzierungskosten – vorwiegend auf Grund geringerer Erträge auf Finanz-Investitionen – verringerte sich der Pro-Forma-Konzerngewinn von CHF 160 Millionen auf CHF 130 Millionen und der Gewinn pro Aktie von CHF 18,41 auf CHF 16,09.

Aktienrückkauf

Nach dem ersten Aktienrückkaufprogramm, welches mit der Annullierung von 8,3% der ausstehenden Aktien erfolgreich abgeschlossen wurde, lancierte Givaudan am 30. Juni 2003 ein zweites Programm für den Rückkauf von bis zu 10% der verbleibenden 8 Millionen Namenaktien. Die starke Bilanz und die reichlich vorhandenen flüssigen Mittel werden es Givaudan erlauben, den Aktionären flüssige Mittel zurückzugeben und dennoch in der Lage zu bleiben, sich bietende Gelegenheiten für wertsteigernde Akquisitionen wahrzunehmen.

Ausblick

In Zukunft wird Givaudan, die Nummer eins im Riechstoffe und Aromen-Markt, weiterhin stabiles und profitables Wachstum generieren. Dies ist möglich dank eines sich stets verbessernden Produkteportfolios, dank neuer, patentierter Moleküle und Technologien. Ihren Beitrag dazu leisten auch das verbesserte Know-how aus den kürzlichen erfolgten Akquisitionen und die klare Marktführerschaft in Asien-Pazifik. Die Investitionen in schnell wachsende Segmente wie Foodservice wirken sich ebenso positiv aus wie die Konzentration auf Riechstoff-Spezialitäten und das Auslaufen von Standard-Ingredienzien. Die Investitionen in die Kreationszentren für die Luxusparfümerie in New York und Paris werden weiterhin Früchte tragen. Programme zur Verbesserung der Marge der kulinarischen Aromen laufen seit Abschluss der FIS-Transaktion. Initiativen zur Verringerung der Herstellungskosten sind im Gange und neue Programme zur Margenverbesserung werden folgen. Dies wird Givaudan erlauben, erheblichen freien Cashflow zu generieren. Givaudan bleibt zuversichtlich und ist in einer starken Position, Wert für ihre Kunden und Aktionäre zu schaffen.

Division Riechstoffe

Per 30. Juni abgeschlossenes Halbjahr in Millionen CHF - Effektiv	2003	2002
Verkäufe an Dritte	563	582
EBITDA	112	113
<i>in % der Verkäufe</i>	19.9%	19.4%
Betriebsgewinn	90	91
<i>in % der Verkäufe</i>	16.0%	15.6%

Die Riechstoffe-Division erzielte Verkäufe von CHF 563 Millionen, was einem Wachstum von 5,5% in Lokalwährungen (-3,3% in CHF) entspricht - ein Resultat klar über dem Marktwachstum. Dies war möglich dank eines guten, zweistelligen Wachstums in der Luxusparfümerie und eines hohen einstelligen Wachstums bei Konsumgütern. Entsprechend unserer Strategie das Produkteportfolio bei den Riechstoff-Ingredienzen in Richtung Spezialitäten zu verschieben, verringerte sich der Verkauf von Standard-Aromachemikalien und ihr Gewicht im Gesamtportfolio weiter.

Die Leistung der Division mit einem gesamt-haft zweistellig wachsenden Geschäft in der Luxusparfümerie und bei den Konsumgütern ist vor dem Hintergrund des erholenden Gesamtmarktes sehr eindrücklich. Zahlreiche Kunden haben Mühe mit dem Erreichen Ihrer Wachstumsziele, dies gilt für die Luxusparfümerie gleichermaßen wie für Konsumgütern. Als Folge davon entwickelte sich der Ingredienzienmarkt schlechter als im Vorjahr.

Das ausgezeichnete Wachstum bei den Riechstoffverkäufen wurde in einem Umfeld steigenden Preisdruckes erzielt. Dies wurde vor allem bei den Standard-Aromachemikalien spürbar, bei welchen Givaudan Sonnenschutzfilter und weitere Produkte auslaufen

lässt. Trotz niedriger Bruttomargen konnte durch eine rigorose Kostenkontrolle die EBITDA-Marge von 19,4% auf 19,9% verbessert werden. Die operative Gewinnmarge stieg von 15,6% auf 16,0%.

Bei den Investitionen sind vor allem die Erweiterung der Produktion und der kommerziellen Infrastruktur in China und in Singapur nennenswert. In Vernier (Genf, Schweiz) wird im dritten Quartal 2003 eine Mehrzweckanlage für die Produktion von Riechstoff-Spezialitäten den Betrieb aufnehmen.

Luxusparfümerie

Der Luxusparfümerie-Markt ist weiterhin von der geringen Nachfrage betroffen, trotz der wachsenden Anzahl von Neueinführungen. Trotz der aktuellen Marktlage hält Givaudan an ihrem Ziel fest, Ihren Marktanteil in diesem Bereich zu steigern. Die neuen Kreationszentren in New York und Paris haben massgeblich zum zweistelligen Wachstum beigetragen. Givaudan hat mehrere, wichtige, neue Parfums gewonnen, die im zweiten Halbjahr 2003 auf den Markt kommen werden. Zusätzlich wurden auch in den Segmenten Spezialitäten-Detailhandel und Direktverkauf neue Geschäfte gewonnen.

Konsumgüter

Auch der Bereich Konsumgüter wuchs erneut schneller als der Markt. Die kreativen Fähigkeiten, neue Technologien, die Investitionen in spezifisches Wissen über Endkonsumentenmärkte und Trends erlaubten es, den Kunden Zusatznutzen zu vermitteln und dadurch die Gewinnrate zu verbessern.

Alle Regionen zeigten gutes Wachstum in Lokalwährungen. Lateinamerika verzeichnete ein weitaus stärkeres Halbjahr als 2002. Nordamerika und Europa wuchsen weiter sehr gut, trotz starker Vorgaben aus dem Vorjahr. Asien-Pazifik verzeichnete einen harzigen Start ins 2003, hat aber wieder an Dynamik gewonnen und verzeichnete ein insgesamt gutes Wachstum im ersten Halbjahr.

Der Bereich Körperpflegemittel trug mit zahlreichen Geschäftsabschlüssen bei Schlüsselmarken massgeblich zum guten Verkaufsergebnis des ersten Halbjahres bei. Wasch- und Duschartikel zeigten gesundes Wachstum, gefolgt vom Haushaltartikel-Segment, welches dank Investitionen in Know-how und Technologien erfreuliche Zuwachsraten zeigt.

Riechstoff-Ingredienzien

Die Verkäufe von patentierten Riechstoff-Ingredienzien, entdeckt und entwickelt von Givaudans globaler Riechstoffe-Forschung in Dübendorf (Zürich, Schweiz), zeigten wiederum zweistellige Zuwachsraten und beginnen, einen substantiellen Anteil am Gesamtportfolio zu haben. Die Gesamtverkäufe der Geschäftseinheit verringerten sich als Folge des Auslaufens der Sonnenschutzfilter und anderer Standard-Ingredienzien. Von diesen Produkten abgesehen, blieben die Ingredienzienverkäufe trotz Industrieüberkapazitäten und starken Preisdrucks stabil.

Riechstoffe-Forschung

Givaudans globale Riechstoffe-Forschung konnte Ihren Schwung mit einer vollen Pipeline von neuen Molekülen, Kreationsinstrumenten und Technologien beibehalten. Als Höhepunkt in diesem ersten Halbjahr wurden drei neue, patentierte Moleküle in die Palette der Parfümeure aufgenommen: Pharaone, eine hochdiffusive, würzige Grünnote, Floridile, eine fruchtige, warme Pfirsichnote und Belambre, ein starker, neuer, holzig-ambrierter Duft.

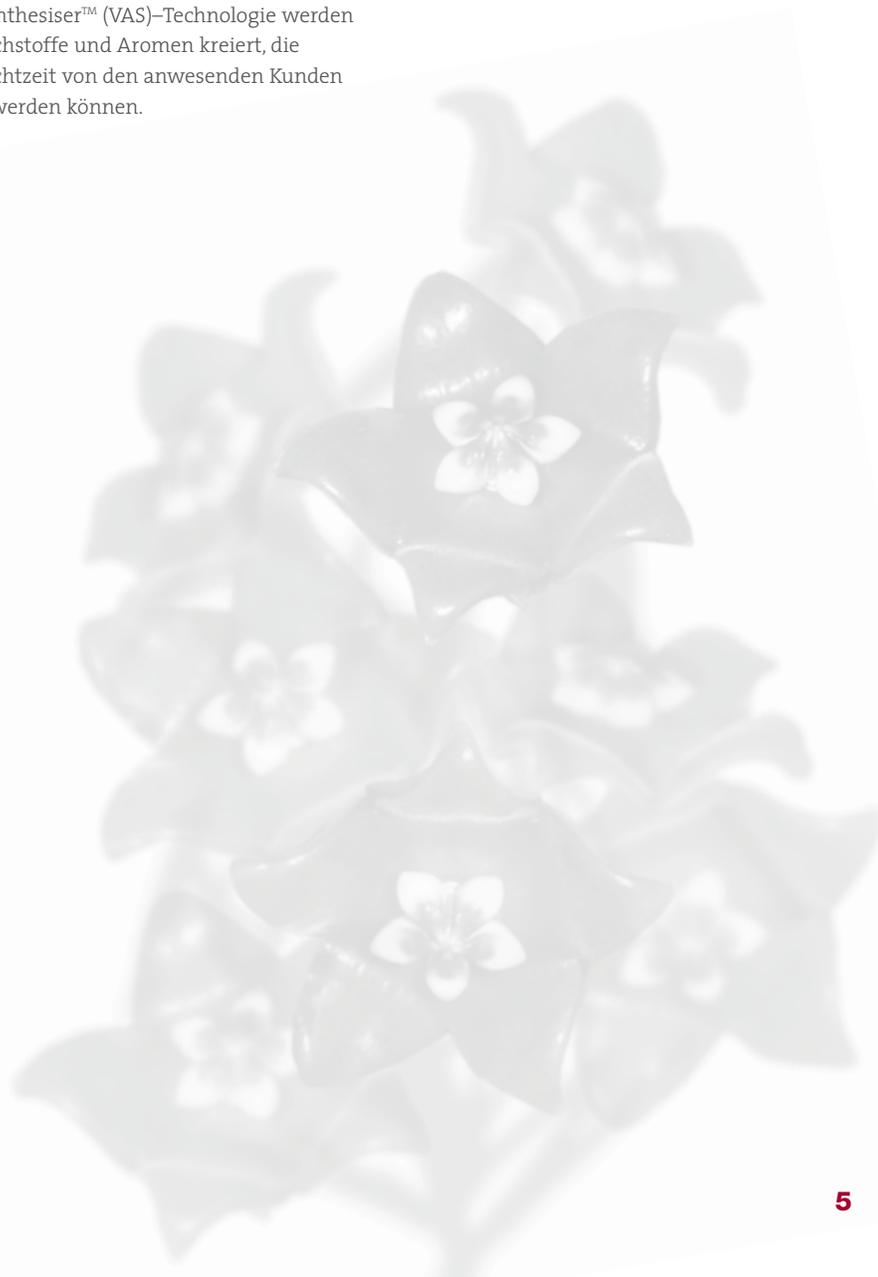
Im Bereich der Bekämpfung schlechter Gerüche wurde ein neuartiges Projekt gestartet. Schweflige oder aminosäurehaltige Gerüche riechen schon in niedrigsten Konzentrationen schlecht. Beispiele dafür sind kalter Zigarettenrauch und schlechter Körpergeruch. Erste, erfolgversprechende Resultate mit einem neuartigen Enzyminhibitor wurden weiterverfolgt, um schlechte Gerüche bereits bei der Entstehung zu verhindern.

Waschmittel und feuchtigkeitsabsorbierende Materialien verlangen nach einer kontrollierten Abgabe des Riechstoffes, um einen lang anhaltenden Effekt zu gewährleisten. Granuscent[®] ist die neue Lösung von Givaudan für diese stark nachgefragte Technologie. Die Entwicklung von Granuscent[®] zeugt von der effizienten Zusammenarbeit mit der globalen

Aromenforschung, die diese Enkapsulations-Technologie bereits im Bereich der Aromen verwendet. Dieses neue Abgabesystem steht kurz vor der Kommerzialisierung, erste Muster sind bereits an Kunden ausgeliefert worden.

Givaudan's kreatives Echtzeit-Netzwerk ist einzigartig in der Riechstoffe- und Aromen-Industrie. Als neuartiges, effizientes Kreationsinstrument organisiert Givaudan olfaktive Videokonferenzen. Parfümeure und Aromatiker können sich mit Internet-Technologie in diese Konferenzen einwählen. Mit Givaudans Virtual Aroma Synthesiser[™] (VAS)-Technologie werden direkt Riechstoffe und Aromen kreiert, die dann in Echtzeit von den anwesenden Kunden beurteilt werden können.

Im ersten Halbjahr 2003 wurden erneut ScentTrek[™] – Expeditionen nach Südafrika und Indien unternommen. Das Hauptziel der Expedition nach Südafrika war die Erforschung der Düfte der gefährdeten Flora, vorab der heimischen Gladiolen. Aus Südindien brachten die Forscher mehr als dreissig faszinierende, komplett neue Düfte mit. Die vielversprechendsten sind bereits in Evaluation bei Givaudans Parfümeuren.



Division Aromen

Per 30. Juni abgeschlossenes Halbjahr in Millionen CHF	Effektiv 2003	Pro forma ¹ 2002	Effektiv 2002
Verkäufe an Dritte	816	908	782
EBITDA	193	233	209
<i>in % der Verkäufe</i>	<i>23.7%</i>	<i>25.7%</i>	<i>26.7%</i>
Betriebsgewinn	126	159	149
<i>in % der Verkäufe</i>	<i>15.4%</i>	<i>17.5%</i>	<i>19.1%</i>

1) Am 2. Mai 2002 akquirierte die Givaudan SA 100% des Aromageschäftes der Nestlé, Vevey-Schweiz, das unter dem Namen Food Ingredients Specialities (FIS) operiert. Die in der obenstehenden Aufstellung aufgeführten Zahlen der Erfolgsrechnung stammen aus der ungeprüften pro forma konsolidierten Erfolgsrechnung, die so erstellt wurde, als ob die Übernahme bereits auf den 1. Januar 2001 stattgefunden hätte. Detaillierte Angaben zu den pro forma Anpassungen sind im Anhang unter Anmerkung 12 aufgeführt.

Die Division Aromen erzielte im ersten Halbjahr Verkäufe von CHF 816 Millionen, was einem Wachstum von 17.2% in Lokalwährungen und 4.4% in Schweizer Franken entspricht. Auf vergleichbarer Basis – als ob FIS bereits seit dem 1. Januar 2001 konsolidiert wäre – erreichte das Wachstum 1.0% in Lokalwährungen.

Alle Regionen und Segmente, mit der Ausnahme von Nordamerika und den Milchprodukten, zeigten ein gutes Wachstum. China, Japan, Indien und die Osteuropäischen Märkte wiesen zweistelliges Wachstum auf und bestätigten Givaudans Investitionen in diese Regionen. Gleiches ist vom Bereich Foodservice zu berichten. Die rückläufigen Verkaufszahlen von Nordamerika, zurückzuführen auf das Getränke-segment, welches betroffen war vom kühlen Vorsommer und dem Basiseffekt des starken, zweiten Quartals 2002, hatten einen massgeblichen Einfluss auf die Bruttomarge der ganzen Gruppe. Der Bereich kulinarische Aromen entwickelte sich insgesamt vorteilhaft, dies vor allem als Resultat der Akquisitionen von FIS und IBF. Es bleibt Givaudans Ziel, die Aromen-Margen bis 2004 auf Vorakquisitionsniveau zu bringen. Eine weitere Konsolidierung der Standorte, wie der angekündigte Produktionstransfer von Milton Keynes nach Dortmund, und andere Initiativen zur kontinuierlichen Verbesserung der Produktionseffizienz, werden zur Margensteigerung beitragen.

Asien-Pazifik

Asien-Pazifik erzielte ein weiteres Mal ein gesundes Wachstum in Lokalwährungen. Alle Hauptmärkte berichten über starkes Verkaufswachstum, angeführt von Japan, China und Indien. Der grösste Markt, Japan, wies zweistelliges Wachstum auf, vor allem dank neuen Geschäfts mit Schlüsselkunden im Getränke-sektor. China verzeichnete starke Verkäufe im ersten Halbjahr trotz einer gewissen Verlangsamung von Projekten im zweiten Quartal wegen der SARS-Krise. Die Verkäufe in Indien zeigten signifikantes Wachstum dank Aufträgen von global tätigen Kunden in allen Segmenten. Gute Verkäufe in den zwei grössten Segmenten, Süswaren und Getränke, erzeugten solides Wachstum für die ganze Region, unterstützt von guten Zuwachsraten in den anderen Segmenten.

Lateinamerika

Lateinamerika wies ein gutes Wachstum auf, vor allem dank der starken Zuwachsraten aus dem grössten Markt, Mexiko. Argentinien zeigte von einer niedrigen Basis aus solides Wachstum, da die wirtschaftlichen Schwierigkeiten des letzten Jahres teilweise überwunden scheinen. Die Verkäufe in Brasilien entwickelten sich auf Grund volatiler Wechselkurse und einer

schwächer werdenden Wirtschaft negativ. Alle Geschäftssegmente trugen gleichsam zum gesamthaft guten Wachstum in Lateinamerika bei.

Nordamerika

Die Verkäufe in Nordamerika waren vor dem Hintergrund eines ausserordentlich starken Vorjahresergebnisses rückläufig. Zahlreiche grosse Kunden hatten damals im zweiten Quartal Erstbestellungen für wichtige neue Produktelancierungen gemacht. Dieser Basiseffekt, kombiniert mit einem relativ kalten Vorsommer in Nordamerika, führte zu substantiell niedrigeren Verkaufszahlen im zweiten Quartal 2003. Die Investitionen in den Bereich Foodservice zahlen sich weiter aus. Die Verkäufe in diesem Segment wuchsen dank neu gewonnenen Aufträgen. Auch die Segmente kulinarische Aromen und Süswaren zeigten ein positives Wachstum.

Europa, Afrika und Mittlerer Osten (EAMO)

Die Region EAMO setzte das positive Wachstum aus dem ersten Quartal fort und erreichte hohes einstelliges Wachstum. Zum Erfolg trugen vorab die Segmente Getränke,

Milchprodukte und kulinarische Aromen bei. Die Schlüsselmärkte Deutschland und Grossbritannien erzielten zweistelliges Wachstum, während Benelux, Iberien und Zentraleuropa hohes einstelliges Wachstum aufwiesen. Die Verkäufe in Osteuropa wuchsen sehr gut, an der Spitze mit Russland, das zweistelliges Wachstum verzeichnete. Hauptfaktoren waren steigende Volumen bei neuem Geschäft in praktisch allen Segmenten, vor allem Getränke und Zitrusaromen.

Das Geschäft mit kulinarischen Aromen verbesserte sich vor allem durch das Portfolio von FIS. Hohe Zuwachsraten verzeichnete auch das Segment Foodservice. Der Ausbau des Culinary Technology Centre in Paris wurde abgeschlossen und der Transfer der Produktion von Milton Keynes nach Dortmund verläuft nach Plan und dürfte Ende dieses Jahres abgeschlossen sein.

Aromen-Forschung

Givaudans globale Aromen-Forschung machte substantielle Fortschritte auf den Gebieten Geschmacksmodifizierung, neuartige Ingredienzien, Aromenabgabe, intelligente Systeme und neue Technologien und Produkte.

Die Fähigkeit Geschmackskomponenten effizient zu modifizieren ist zu einem Schlüsselfaktor in der Aromenentwicklung geworden. Givaudan hat begonnen, die neuesten Erkenntnisse der Rezeptorbiologie zu nutzen, um neuartige Ingredienzien zu entdecken. Von Givaudan entdeckte Komponenten, die für die erfolgreiche Anwendung dieser Technologien für innovative Aromenkompositionen essentiell sind, wurden zum Patent angemeldet. Von diesem Forschungsprogramm wird erwartet, dass es neues Know-how, einzigartige Ingredienzien und sensorielle Instrumente hervorbringen wird, die die Aromenentwicklung massgeblich ändern werden.

Im Bereich neuartiger Ingredienzien wurde eine Anzahl Prozessoromen untersucht, die als

Aroma-Bausteine für vegetarische Nahrungsmittel dienen können. Im weiteren wurden zahlreiche, natürliche, stark schmeckende Komponenten synthetisiert, um verbesserte Fleisch-Kopfnoten zu entwickeln. Ein Programm zur Entwicklung der nächsten Generation von Biohydrolysaten wurde gestartet.

Mit intelligenten Systemen, die die Kommunikation zwischen Kunden und Forschern erleichtern, beschleunigt Givaudan die Umwandlung von sensoriiellen Aromenbeschreibungen in reale Aromenkompositionen. Die Virtual Aroma Synthesiser™(VAS) Technologie ist nun in allen Hauptentwicklungszentren weltweit eingeführt. Einer der einzigartigen Vorteile dieser Technologie ist die neu entwickelte, globale elektronische Vernetzung der Einheiten. Dies gibt Givaudan die Möglichkeit, Aromatiker aus aller Welt bei der Entwicklung beizuziehen, wenn für ein Projekt ganz spezifische Kenntnisse erforderlich sind.

Aromatiker, die an verschiedenen Givaudan-Standorten arbeiten, bilden ein virtuelles Entwicklungsteam, das den VAS nützt, um im Team zum Entwicklungsprozess beizutragen und die Ergebnisse in Echtzeit zu evaluieren.

In den vergangenen sechs Monaten hat Givaudan im Hinblick auf das reduzierte Marktangebot an natürlicher Vanille ein bedeutendes Vanille-Entwicklungsprogramm gestartet. Neuartige Vanille-Aromenbausteine wurden entwickelt, um die hohen Ansprüche der Kunden an Vanille-Extrakte zu befriedigen. Im Bereich kühlender Komponenten wurde mit Erfolg die neue Produktlinie Evercool™ auf den Markt gebracht.

Neue TasteTrek™ Expeditionen, die sich in zahlreichen Produkteentwicklungen niederschlugen, wurden durchgeführt. Beim kürzlich durchgeführten TasteTrek™ nach Lateinamerika konzentrierte sich das Team auf die Erforschung der leichtflüchtigen Komponenten in verschiedenen, typischen Chilis von Mexiko. Erkenntnisse dieser Untersuchungen fanden Anwendung bei der Kreation von einzigartigen, authentischen Chili-Aromen für Gewürze und Snacks. Eine Anzahl Aromen für asiatische Saucen konnte auf Grund der Ergebnisse des asiatischen TasteTrek™ entwickelt und kommerzialisiert 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	Effektiv 2003	Pro forma ¹ 2002	Effektiv 2002
Verkäufe	5	1'379	1'490	1'364
Kosten der verkauften Produkte		(742)	(779)	(705)
Bruttogewinn		637	711	659
<i>in % der Verkäufe</i>		46.2%	47.7%	48.3%
Verkaufs-, Entwicklungs- und Vertriebskosten	6	(321)	(336)	(309)
Verwaltungskosten		(48)	(60)	(48)
Abschreibungen auf immateriellen Anlagen		(46)	(50)	(39)
Sonstiger Betriebsertrag (-aufwand), netto		(6)	(15)	(23)
Betriebsgewinn		216	250	240
<i>in % der Verkäufe</i>		15.7%	16.8%	17.6%
Finanzertrag (-aufwand), netto		(30)	(17)	(13)
Gewinn vor Steuern		186	233	227
Ertragssteuern		(54)	(72)	(69)
Konzernergebnis nach Steuern		132	161	158
Minderheitsanteile		(2)	(1)	(1)
Konzerngewinn		130	160	157
<i>in % der Verkäufe</i>		9.4%	10.7%	11.5%
Gewinn pro Aktie – unverwässert (CHF)		16.09	18.41	18.67
Gewinn pro Aktie – verwässert (CHF)	7	16.03	18.40	18.66

1) Detaillierte Angaben zu den pro forma Anpassungen sind im Anhang unter Anmerkung 12 aufgeführt.

Konsolidierte Bilanz

<i>in Millionen CHF - Effektiv</i>	Anmerkung	30. Juni 2003	31. Dezember 2002
Umlaufvermögen		2'071	1'850
Anlagevermögen		2'688	2'711
Total Aktiven		4'759	4'561
Kurzfristiges Fremdkapital		984	882
Langfristiges Fremdkapital	8	1'209	913
Minderheitsanteile		5	5
Aktienkapital	9	80	87
Bilanzgewinn, Reserven und übrige Eigenkapitalposten	10,11	2'481	2'674
Eigenkapital		2'561	2'761
Total Passiven		4'759	4'561

Konsolidierter Eigenkapitalnachweis für das am 30. Juni abgeschlossene Halbjahr

<i>in Millionen CHF - Effektiv</i>	Anmerkung	2003	2002
Aktienkapital			
Stand per 1. Januar		87	86
Erhöhung des Aktienkapitals		-	1
Annullierung von Aktien		(7)	-
Stand per 30. Juni	9	80	87
Bilanzgewinn, Reserven und übrige Eigenkapitalposten			
Stand per 1. Januar		2'674	2'698
Dividendenausüttung	10	(65)	(58)
Konzerngewinn		130	157
Erhöhung des Aktienkapitals		-	49
Nettobewegung der Reserve für Marktwertanpassungen der zum Verkauf verfügbaren Finanzinstrumente		25	(49)
Nettobewegung der eigenen Eigenkapitalinstrumente	11	140	154
Reduktion des Aktienkapitals		(420)	-
Nettobewegung der kumulierten Währungsumrechnungsdifferenzen		(3)	(122)
Stand per 30. Juni		2'481	2'829
Total Eigenkapital per 30. Juni		2'561	2'916

Konsolidierte Mittelflussrechnung für das am 30. Juni abgeschlossene Halbjahr

<i>in Millionen CHF - Effektiv</i>	Anmerkung	2003	2002
Geldzufluss (-abfluss) aus Geschäftstätigkeit		164	94
Geldzufluss (-abfluss) aus Finanzierungstätigkeit		(2)	(39)
Geldzufluss (-abfluss) aus Investitionstätigkeit		(40)	(148)
Währungsumrechnungsdifferenzen auf flüssigen Mitteln		(1)	(3)
Zunahme (Abnahme) der flüssigen Mittel		121	(96)
Flüssige Mittel am Anfang des Halbjahres		454	467
Flüssige Mittel am Ende des Halbjahres		575	371

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 2. Mai 2002 akquirierte die Gruppe 100% des Aromageschäftes der Nestlé, Vevey-Schweiz, das unter dem Namen Food Ingredients Specialities (FIS) operiert.

Am 7. Januar 2003 akquirierte die Gruppe 100% der International Bioflavors Inc. (IBF), deren Hauptsitz in Wisconsin (USA) ist. Für diese Übernahme wurden keine pro forma Zahlen erstellt.

2. Grundsätze der Rechnungslegung

Die vorliegende Konzernrechnung umfasst die zusammengefasste konsolidierte Halbjahresrechnung der Gruppe für die am 30. Juni 2003 angeschlossene 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 zum beherrschenden Einfluss der finanziellen und operativen Geschäftstätigkeiten, um daraus entsprechenden Nutzen ziehen zu können.

Die vorliegende Halbjahresrechnung sollte in Verbindung mit der Halbjahresrechnung 2002 und der geprüften Konzernrechnung 2002

gelesen werden, da sie eine Aktualisierung dieser früher publizierten Finanzinformationen darstellt. Die vorliegende Halbjahresrechnung ist nicht geprüft.

Bei der Erstellung dieser Halbjahresrechnung wurden die im Geschäftsbericht 2002 erwähnten Buchführungsgrundsätze unverändert angewendet.

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. Übernahme der FIS

Am 2. Mai 2002 akquirierte die Gruppe 100% des Aromageschäftes der Nestlé, Vevey-Schweiz, das unter dem Namen Food Ingredients Specialities operiert.

Die Übernahme der FIS wurde in der vorliegenden Halbjahresrechnung nach der Purchase Methode verbucht und deren Geschäftstätigkeit ab dem 2. Mai 2002 in der konsolidierten Erfolgsrechnung berücksichtigt.

4. Übernahme der IBF

Am 7. Januar 2003 akquirierte die Gruppe 100% der International Bioflavors Inc. (IBF), deren Hauptsitz in Wisconsin (USA) ist.

Die Übernahme der IBF wurde in der vorliegenden Halbjahresrechnung nach der Purchase Methode verbucht und deren Geschäftstätigkeit ab dem 7. Januar 2003 in der konsolidierten Erfolgsrechnung berücksichtigt. Gemäss Übernahmevertrag beträgt der Transaktionswert USD 21 Millionen (CHF 30 Millionen), der bar

bezahlt wurde. Der Hauptanteil des Kaufpreises betrifft immaterielle Aktiven, bestehend aus CHF 15 Millionen Goodwill und CHF 15 Millionen Technologie und Produktionsprozessen. Der Goodwill wird linear über 20 Jahre und die übrigen immateriellen Aktiven linear über 15 Jahre abgeschrieben; der entsprechende Aufwand wird unter Abschreibungen von immateriellen Anlagen in der Erfolgsrechnung ausgewiesen.

5. Segmentinformationen

Segmentinformationen werden vorne im Halbjahresbericht separat dargestellt.

6. Verkaufs-, Entwicklungs- und Vertriebskosten

Während des am 30. Juni 2003 abgeschlossenen Halbjahres betragen die Kosten für die Entwicklung neuer Produkte und die für Forschung erbrachten Leistungen CHF 107 Millionen (2002: CHF 101 Millionen). Diese Aufwendungen 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

Am 7. Februar 2003 nahm Givaudan SA CHF 50 Millionen in der Form einer Privatplatzierung auf zu einem Zinssatz von 2.9% p.a. und rückzahlbar nach 6 Jahren.

Am 28. Mai 2003 nahm die Gruppe USD 220 Millionen in der Form einer Privatplatzierung auf. Diese Privatplatzierung wurde von Givaudan United States Inc. getätigt. Sie ist rückzahlbar in Raten zwischen 5 und 12 Jahren bei Zinssätzen zwischen 3.65 und 4.86% p.a.

Nach dem Bilanzstichtag des 30. Juni 2003 nahm die Gruppe CHF 100 Millionen in der Form einer Privatplatzierung auf zu einem Zinssatz von 3.3% p.a. und rückzahlbar nach 10 Jahren.

9. Aktienkapital

Am 3. April 2003 beendete die Gruppe ihr Aktienrückkaufsprogramm mit dem Rückkauf von total 725'627 Namenaktien über die zweite Linie der virt-x. An der Generalversammlung vom 11. April 2003 beschlossen die Aktionäre die Annullierung der zurückgekauften Aktien und die entsprechende Aktienkapitalherabsetzung um 8.3%, respektive von CHF 87'256'270 auf CHF 80'000'000. Die Annullierung erfolgte am 27. Juni 2003.

Am 30. Juni 2003 beschloss die Gruppe ein zweites Aktienrückkaufsprogramm, das bis zum 30. Juni 2004 laufen wird. Die Gruppe beabsichtigt, ihr Aktienkapital von 8'000'000 auf 7'200'000 Namenaktien herabzusetzen und die zurückgekauften Aktien zu vernichten. Der Aktienrückkauf von maximal 800'000 Namenaktien (d.h. 10% des Aktienkapitals) erfolgt über die zweite Linie der virt-x. Die Annullierung der Namenaktien muss von den Aktionären beschlossen werden. Unter diesem Aktienrückkaufsprogramm wurden per 30. Juni 2003 noch keine Aktien zurückgekauft; per 31. Juli 2003 waren es 26'000 Namenaktien.

10. Dividendenausschüttung

Die Aktionäre beschlossen an der Generalversammlung vom 11. April 2003, eine Dividende von CHF 8.10 brutto pro Aktie (2001: CHF 7.00) auszuschütten. Die Dividende wurde am 16. April 2003 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 2003 hielt die Gruppe 64'369 eigene Namenaktien (2002: 8'266 eigene Namenaktien) sowie Derivate auf eigenen Namenaktien mit einer Nettoposition, die 512'405 Namenaktien entspricht (2002: 414'055 Namenaktien).

12. Pro forma Informationen bezüglich Übernahme der FIS

Die pro forma Informationen dienen ausschliesslich dem besseren Verständnis und zeigen, welche wesentlichen Auswirkungen die Akquisition der FIS auf die konsolidierte Erfolgsrechnung für die am 30. Juni 2002 abgeschlossene Geschäftsperiode hätte haben können, wenn diese Übernahme bereits auf den 1. Januar 2001 erfolgt wäre. Die pro forma Informationen versuchen nicht aufzuzeigen, wie die effektive Ertragslage der Gruppe gewesen wäre. Sie wurden nur zu illustrativen Zwecken erstellt und können wegen ihrer Zweckbestimmung kein umfassendes Bild der Ertragslage der Gruppe vermitteln.

Die im Halbjahresbericht 2002 publizierte pro forma konsolidierte Erfolgsrechnung für die am 30. Juni 2002 abgeschlossene Geschäftsperiode stimmt insofern nicht mit den in diesem Halbjahresbericht für die gleiche Geschäftsperiode veröffentlichten Zahlen überein, als der Goodwillbetrag aufgrund der

endgültigen Berechnung der übernommenen Aktiven und Verbindlichkeiten nachträglich angepasst wurde.

Verkäufe

Verkäufe der FIS an Nestlé wurden als Umsätze an Dritte umklassiert, und Verkäufe der FIS an Givaudan und der Givaudan an FIS wurden eliminiert.

Kosten der verkauften Produkte

Die Kosten der verkauften Produkte wurden entsprechend den Korrekturen auf den Verkäufen angepasst.

Abschreibungen auf immateriellen Anlagen

Die Abschreibungen auf dem erworbenen Goodwill und den erworbenen geistigen Eigentumsrechten wurden so berechnet, als ob die Akquisition bereits am 1. Januar 2001 stattgefunden hätte.

Sonstiger Betriebsertrag (-aufwand), netto
Einmaliger, mit der Akquisition zusammenhängender Betriebsaufwand wurde eliminiert.

Finanzertrag (-aufwand), netto

Die Anpassung entspricht dem zusätzlichen Zinsaufwand aus der Finanzierung der operativen Tätigkeit der erworbenen Gesellschaften sowie dem reduzierten Zinsertrag aus den wegen der Akquisition niedrigeren liquiden Mittel.

Ertragssteuern

Um die steuerlichen Konsequenzen der pro forma Anpassungen des Ergebnisses wie oben beschrieben zu berücksichtigen, wurden die Ertragssteuern unter Anwendung der statistischen Steuersätze der jeweils betroffenen Gesellschaften entsprechend korrigiert.

Gewinn pro Aktie

Der unverwässerte und verwässerte Gewinn pro Aktie berücksichtigt die im Rahmen der Übernahme der FIS neu ausgegebenen 100'000 Namenaktien respektive an Nestlé abgegebenen 390'000 eigenen Aktien bereits per 1. Januar 2001

Givaudan Agenda

2003

Halbjahrespräsentation, Zürich	28. August 2003
Verkäufe 9 Monate	9. Oktober 2003
Innovationstag	16. Oktober 2003
Roadshow London	22. Oktober 2003
Roadshow Frankfurt	23. Oktober 2003
Merrill Lynch-Konferenz, London	18. November 2003

2004

Ganzjahresresultate: Telefonkonferenz für Investoren und Analysten	2. März 2004
Ganzjahresresultate: Bilanzmedienkonferenz, Vernier	2. März 2004
Jahreskonferenz für Investoren und Analysten	8. April 2004
Verkäufe 3 Monate	8. April 2004
Generalversammlung	16. April 2004
Halbjahrespräsentation, Zürich	26. August 2004
Verkäufe 9 Monate	7. Oktober 2004

2005

Generalversammlung	8. April 2005
--------------------	---------------

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

Alle Markennamen sind rechtlich geschützt.

© Givaudan SA, 2003

Chlorfreies Papier – Gedruckt in der Schweiz