



Givaudan[®]

Rapport semestriel 2001

*Creating
Sensory
Advantage[®]*

Bonne croissance des ventes et du bénéfice net

Givaudan a maintenu un bon rythme de croissance durant le premier semestre 2001 tout en continuant à améliorer sa marge d'exploitation et sa marge nette. Les ventes ont augmenté de 5% en francs suisses et en monnaies locales. Les facteurs clés de cette croissance ont été la bonne performance générale de la Division Arômes, ainsi que celle du segment des parfums utilisés dans les produits de consommation.

Nos efforts pour satisfaire nos clients-clés, tout en améliorant sans cesse notre efficacité opérationnelle, ont été fructueux. Notre nouvelle offre de produits par Internet, GivaudanAccess™, lancée mi-juillet en Amérique du Nord, nous permettra de servir

efficacement une plus large base de clients et ainsi générer une hausse des ventes. GivaudanAccess™ fonctionne comme un segment autonome.

En dépit des conditions de marché hautement compétitives, la marge brute a progressé à base comparable de 0.2 point à 17.6% des ventes. Grâce à un bon résultat opérationnel et aux résultats financiers, le bénéfice net a augmenté de 16% pour s'établir à 149 millions de francs suisses. En excluant tout événement imprévisible, Givaudan se montre confiant quant aux résultats de l'exercice de l'année 2001.

Chiffres clés

Six mois jusqu'au 30 juin

en millions de francs suisses	2001	2000 ¹	Evolution en %
Chiffre d'affaires	1'259	1'203	5
Bénéfice d'exploitation	222	209	6
Marge d'exploitation	17.6%	17.4%	
Bénéfice net	149	129	16
EBITDA ²	295	276	7
Bénéfice net par action – de base et dilué (CHF) ³	17.91	14.99	

	30 juin 2001	31 décembre 2000	
Total de l'actif	4'624	4'114	
Total du passif exigible	1'734	1'432	
Total des fonds propres et intérêts minoritaires	2'890	2'682	
Nombre d'employés au 30 juin	5'168	4'996	

1) Le 8 juin 2000, la division Parfumerie et Arômes du Groupe Roche a été séparée de la Maison-Mère pour créer une société indépendante sous le nom de Givaudan. Les chiffres 2000, ci-dessus, sont des informations pro forma et correspondent aux états financiers consolidés dans l'hypothèse où le spin-off aurait pris effet au 1^{er} janvier 1999.

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) Le nombre pro forma moyen pondéré d'actions pour l'exercice 2000 supposait un capital-actions inchangé de 8'605'327 actions pour le premier semestre 2000. Le nombre moyen pondéré d'actions en circulation en 2001 est de 8'320'990 (cf note 6 des annexes aux états financiers consolidés intermédiaires et résumés).

Marche des affaires

Au cours du premier semestre 2001, Givaudan a enregistré des ventes de CHF 1'259 millions par rapport à CHF 1'203 millions en 2000. Ceci reflète une bonne croissance en francs suisses comme en monnaies locales dans les deux divisions. Sur le plan régional, l'Asie-Pacifique a surpassé les autres régions, affichant une croissance à deux chiffres dans les deux divisions, suivie de l'Amérique latine. Les marchés d'Amérique du Nord et d'Europe ont aussi connu une croissance positive dans les deux divisions.

A la mi-juillet, GivaudanAccess™, le nouveau site Internet de Givaudan, visant à accroître sa base de clientèle, a été lancé avec succès en Amérique du Nord. Plus de 1'000 clients potentiels sont déjà venus enrichir notre base de données. Givaudan prévoit une croissance rapide des ventes, qui devraient atteindre une part de 10% du marché des clients de petite et moyenne taille, représentant CHF 5 milliards.

En capitalisant sur notre force globale d'achat et une maîtrise efficace de nos installations, notre marge brute a été pratiquement maintenue à 47.9%. D'importants investissements opérationnels et dans nos systèmes informatiques au cours des dernières années ont permis des améliorations durables de la chaîne d'approvisionnement. Grâce à la qualité de notre outil de production et notre solidité financière, aucun nouveau projet d'investissement majeur n'a été initié.

Les coûts de recherche, de développement, de marketing, et de distribution ont augmenté à CHF 289 millions. Une partie des dépenses pour l'aménagement de nos centres de création de New York et Paris, dont l'inauguration aura lieu respectivement cet automne et au début 2002, est incluse dans ces coûts. Ces derniers reflètent aussi de nouveaux investissements dans la recherche en nouvelles technologies. Bâti sur l'innovation est vital pour accroître notre compétitivité en tant que leader de l'industrie. Le taux d'innovation de nos deux principaux centres de recherches à Dübendorf (Zurich, Suisse) pour les Parfums, et à Cincinnati (Ohio, USA) pour les Arômes, est resté élevé, totalisant 27 nouvelles applications brevetées durant le premier semestre de cette année.

L'augmentation des dépenses en marketing et en recherche a été partiellement compensée par la diminution d'autres charges d'exploitation. Ainsi, le bénéfice d'exploitation s'est amélioré de 6% pour atteindre CHF 222 millions, ce qui correspond à 17.6% des ventes contre 17.4% en 2000.

Le bénéfice net a progressé de 16% à CHF 149 millions, représentant 11.8% des ventes contre 10.7% en 2000.

Ventes par Divisions

Ventes Arômes

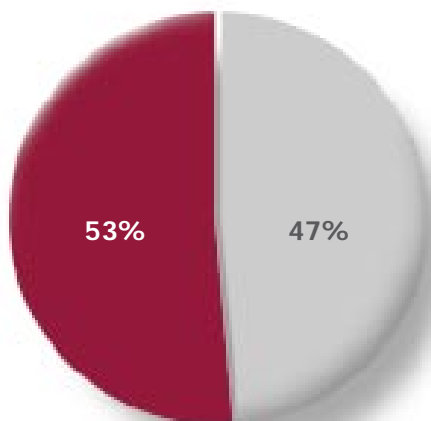
CHF 671 millions

+6% en francs suisses
+7% en monnaies locales

Ventes Parfumerie

CHF 588 millions

+3% en francs suisses
et en monnaies locales



Chiffre d'affaires total

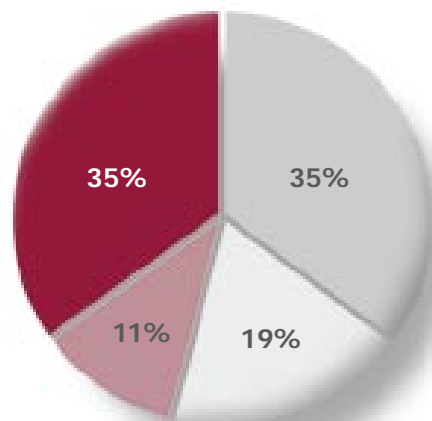
CHF 1'259 millions

+5% en francs suisses et en monnaies locales

Ventes par Régions

Amérique du Nord

Europe, Afrique et Moyen-Orient



Amérique latine

Asie-Pacifique

Ventes établies selon leur destination finale

Division Parfumerie

Six mois jusqu'au 30 juin

en millions de francs suisses

	2001		2000	
	Historique		Pro forma ¹	Historique
Chiffre d'affaires	588		572	572
EBITDA	116		109	99
en % du chiffre d'affaires	19.7%		19.1%	17.3%
Bénéfice d'exploitation	97		93	83
en % du chiffre d'affaires	16.5%		16.3%	14.5%

¹⁾ Le 8 juin 2000, la division Parfumerie et Arômes du Groupe Roche a été séparée de la Maison-Mère pour créer une société indépendante sous le nom de Givaudan. Les chiffres 2000, ci-dessus, sont des informations pro forma et correspondent aux états financiers consolidés dans l'hypothèse où le spin-off aurait pris effet au 1^{er} janvier 1999.

Durant la première moitié de 2001, la Division Parfumerie a enregistré des ventes de CHF 588 millions, ce qui représente une croissance de 3% en francs suisses et en monnaies locales par rapport au premier semestre 2000. L'EBITDA a augmenté de 6% à CHF 116 millions et le bénéfice d'exploitation de 4%, atteignant CHF 97 millions.

Parfumerie fine

Les ventes en monnaies locales de la parfumerie fine ont diminué en raison de l'érosion d'anciens mandats qui n'ont pas été entièrement compensées par de nouveaux mandats gagnés. Cependant, les ventes effectuées auprès des acteurs de marchés spécifiques affichent une bonne augmentation. Plusieurs nouveaux mandats conclus durant les derniers six mois devraient conduire à une croissance des ventes au cours du deuxième semestre 2001.

Lors de la remise des 29^{ème} "Annual Fragrance Foundation Awards" le 5 juin 2001 à New York, le synthétiseur d'arômes virtuels (VAS) a remporté le prix du Progrès Technologique. Le VAS est un instrument de création qui assiste nos parfumeurs et aromaticiens dans leur travail et permet une création interactive avec nos clients. En outre, "Rush for Men" de Gucci, créé par Givaudan, s'est vu récompensé par un FiFi Award.

Les travaux de préparation des deux nouveaux centres de création au cœur de Paris et de New York, ont débuté. Ce rapprochement de nos clients en parfumerie fine nous permettra d'encre mieux les servir.

Produits de consommation

Le segment des produits de consommation s'est remis de son faible développement de l'an dernier et a affiché une bonne croissance, particulièrement en Asie-Pacifique, avec une croissance à deux chiffres, ainsi qu'en Europe. En Amérique latine, son développement est resté faible alors que l'Amérique du Nord a montré des signes de relance.

Cette bonne croissance est le résultat de mandats gagnés dans les articles de toilette, les lessives et les soins corporels. Le segment des produits d'entretien ménager a stagné. Le portefeuille des nouveaux mandats gagnés au cours de la première moitié de 2001, joint au riche réservoir de projets en cours devrait permettre de maintenir la croissance dans le deuxième semestre.

Ingrédients de parfumerie

Les ventes dans le segment des ingrédients de parfumerie sont restées faibles en dépit d'une augmentation à deux chiffres des ventes de matières premières de parfumerie. Cette dernière n'a pas pu compenser la diminution des ventes des ingrédients cosmétiques et pharmaceutiques.

Dans le segment des matières premières de parfumerie, la surcapacité a encore un impact négatif sur les prix. La stratégie de promouvoir les ventes de spécialités a été récompensée par une bonne augmentation des ventes de nouvelles molécules telles que la Peonile ou la Labienoxime. Le riche réservoir de nouveaux ingrédients brevetés permettra de poursuivre dans cette voie. L'expansion de notre réseau de distribution, en Asie-Pacifique et en Amérique latine, a eu un effet positif sur les ventes dans ces régions.

Recherche en parfumerie

La recherche en parfumerie a maintenu un taux d'innovation comparable à celui de l'année passée. Ces six derniers mois, 16 nouvelles applications brevetées ont été déposées alors que durant la même période 17 brevets furent délivrés à Givaudan.

Avec l'installation d'un granulateur, l'investissement d'une salle-pilote pour le développement des parfums encapsulés a été mené à terme, représentant un pas important dans l'expansion de notre expertise dans les systèmes de diffusion des parfums. La première mission ScentTrek™ 2001 a été effectuée en Papouasie Nouvelle Guinée et a ramené avec elle de nombreuses senteurs nouvelles et originales. Beaucoup d'entre elles sont déjà à la disposition de nos parfumeurs.

Division Arômes

Six mois jusqu'au 30 juin

en millions de franc suisses

	2001		2000	
	Historique		Pro forma ¹	Historique
Chiffre d'affaires	671		631	631
EBITDA	179		167	156
en % du chiffre d'affaires	26.7%		26.5%	24.7%
Bénéfice d'exploitation	125		116	105
en % du chiffre d'affaires	18.6%		18.4%	16.6%

¹) Le 8 juin 2000, la division Parfumerie et Arômes du Groupe Roche a été séparée de la Maison-Mère pour créer une société indépendante sous le nom de Givaudan. Les chiffres 2000, ci-dessus, sont des informations pro forma et correspondent aux états financiers consolidés dans l'hypothèse où le spin-off aurait pris effet au 1^{er} janvier 1999.

Au cours du premier semestre 2001, les ventes de la Division Arômes se sont élevées à CHF 671 millions, représentant une croissance de 6% en francs suisses et de 7% en monnaies locales par rapport au premier semestre 2000. L'EBITDA a augmenté de 7% à CHF 179 millions et le bénéfice d'exploitation de 8% pour atteindre CHF 125 millions.

Toutes les régions ont enregistré une bonne croissance, l'Asie-Pacifique montrant la voie par son augmentation à deux chiffres. Les principaux mandats gagnés dans tous les segments, boissons, confiserie, produits salés et produits laitiers, ainsi que les nouvelles affaires dans le domaine de la restauration rapide ont contribué à ce succès.

Asie-Pacifique

En Asie-Pacifique et même dans les marchés sans croissance comme celui d'Australie et du Japon, Givaudan a affiché une croissance à deux chiffres en monnaies locales, solidifiant une position déjà forte dans cette région en développement rapide.

Les importants mandats gagnés dans les boissons, le plus grand segment commercial, ont fortement contribué à ce résultat. La croissance a surtout été prononcée au Japon. Le segment de la confiserie a montré une bonne croissance dans toute la région et a connu une forte croissance à deux chiffres en Chine. Le segment des produits salés a augmenté conformément au marché régional allant même au-delà dans le marché chinois en présentant une croissance à deux chiffres. Des efforts sont entrepris pour développer le commerce des produits laitiers, y compris la restauration rapide, et servir ce segment de marché prometteur.

Amérique latine

L'Amérique latine a poursuivi sa solide croissance établie dans la deuxième moitié de 2000 en enregistrant une forte croissance malgré des conditions économiques défavorables au Sud. Le Mexique et le Brésil affichent une croissance à deux chiffres. Ceci relève du fait des nouveaux mandats gagnés dans les segments des boissons, de la confiserie et des produits salés.

Amérique du Nord (USA et Canada)

Les ventes en Amérique du Nord ont encore connu une tendance favorable depuis le premier trimestre en présentant une solide croissance durant le second trimestre et pour le milieu d'année. L'organisation commerciale en Amérique du Nord a été renforcée et l'interaction entre les sites de production nord américains a été améliorée. Les segments de la confiserie, des produits salés et des produits laitiers montrent une forte progression par rapport au premier semestre 2000, générée par des mandats gagnés et de nouvelles ventes dans le segment de la restauration rapide. Un nombre substantiel de projets avec des clients-clés et dans le domaine de la restauration rapide nous rendent confiants en l'avenir.

Europe, Afrique et Moyen-Orient

Les ventes en Europe ont augmenté par rapport à l'année dernière malgré une croissance économique lente. Des importants nouveaux projets gagnés dans les segments des boissons et de la confiserie ont surtout favorisé la croissance dans la région durant le deuxième trimestre. Le portefeuille de projets continue à se développer favorablement. Le fonctionnement de la production dans nos salles de mélange a été optimisé.

Recherche en Arômes

La recherche en Arômes à Cincinnati a étendu ses activités aux domaines des arômes et de la science des sens, ainsi que ceux de la libération des arômes et de la découverte de produits naturels. Durant la période reportée, 11 brevets ont été déposés concernant des processus liés aux arômes, aux applications et aux technologies. Dans le domaine des collaborations externes, Givaudan a resserré ses liens avec le "Monell Chemical Senses Center" à Philadelphie (USA) afin de faire de la recherche en biologie des arômes et du goût. La mission TasteTrek™ Asie a été menée dans le but d'analyser et de recréer différentes cuisines ethniques locales.

Etats financiers consolidés intermédiaires et résumés

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

<i>en millions de francs suisses, sauf pour le bénéfice par action</i>	Note	2001		2000	
		Historique		Pro forma ^{a)}	Historique
Chiffre d'affaires	4	1'259		1,203	1,203
Prix de revient des marchandises vendues		(656)		(626)	(626)
Bénéfice brut		603		577	577
<i>en % du chiffre d'affaires</i>		47.9%		48.0%	48.0%
Frais de marketing, de développement et de distribution	5	(289)		(271)	(271)
Frais d'administration		(44)		(44)	(40)
Amortissement des immobilisations incorporelles		(36)		(35)	(35)
Autres produits (charges) d'exploitation, nets		(12)		(18)	(43)
Bénéfice d'exploitation		222		209	188
<i>en % du chiffre d'affaires</i>		17.6%		17.4%	15.6%
Produits (charges) financiers, nets		(5)		(21)	(71)
Résultat net avant impôts		217		188	117
Impôts sur le bénéfice		(67)		(58)	(42)
Résultat net après impôts		150		130	75
Part des intérêts minoritaires		(1)		(1)	(1)
Bénéfice net		149		129	74
<i>en % du chiffre d'affaires</i>		11.8%		10.7%	6.2%
Bénéfice par action – de base et dilué (CHF)	6	17.91		14.99	25.22

Bilan consolidé

<i>en millions de francs suisses</i>	Note	30 juin 2001	31 décembre 2000
Actif circulant		2'100	1'722
Actif immobilisé		2'524	2'392
Total des actifs		4'624	4'114
Dettes à court terme		811	882
Dettes à long terme	10	923	550
Intérêts minoritaires		4	3
<i>Capital-actions</i>		86	86
<i>Bénéfice non distribué, réserves et autres éléments des fonds propres</i>		2'800	2'593
Fonds propres		2'886	2'679
Total des passifs		4'624	4'114

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

en millions de francs suisses	Note	2001	2000	
		Historique	Pro forma ^{a)}	Historique
Capital-actions				
Solde au 1 ^{er} janvier		86	86	6
Emission d'actions		-	-	80
Solde au 30 juin		86	86	86
Bénéfice non distribué, réserves et autres éléments des fonds propres				
Solde au 1 ^{er} janvier		2'593	2'488	725
Effets cumulés de l'introduction de IAS 39	3	15	-	-
Nouveau solde		2'608	2'488	725
Dividendes distribués	7	(54)	-	-
Bénéfice net		149	129	74
Réallocation d'actifs	8	-	-	1'763
Mouvement net des actifs financiers disponibles à la vente		(39)	-	-
Mouvement net des propres instruments de capitaux propres	9	40	(10)	(10)
Part de l'obligation convertible dans les fonds propres	10	11	-	-
Ecart de conversion cumulés		85	(8)	38
Solde au 30 juin		2'800	2'599	2'590
Total des fonds propres au 30 juin		2'886	2'685	2'676

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

en millions de francs suisses	2001	2000	
	Historique	Pro forma ^{a)}	Historique
Flux de trésorerie nets provenant (consacrés à) des activités opérationnelles	215	186	190
Flux de trésorerie provenant (consacrés à) des activités de financement	228	93	189
Flux de trésorerie nets provenant (consacrés à) des activités d'investissement	(315)	(89)	(89)
Effet net de conversion sur les liquidités	2	15	15
Augmentation (diminution) des liquidités	130	205	305
Liquidités au début de la période	280	215	115
Liquidités à la fin de la période	410	420	420

^{a)} Information pro forma

Les chiffres pro forma pour l'année 2000 sont proposés seulement à titre d'information et par leur nature, ne représentent pas de manière complète la situation financière du Groupe. Cette information montre les effets significatifs que la séparation du Groupe Roche aurait eu sur les états financiers intermédiaires s'il avait eu lieu le 1^{er} janvier 1999. Les ajustements aux états financiers 2000 incluent:

- une augmentation des frais d'administration due aux coûts supplémentaires pour la création d'une société cotée indépendante;
- une diminution des charges opérationnelles correspondant à l'impact non récurrent des dépenses engagées pour le spin-off;
- une diminution des charges financières liées aux dépenses de droits de timbres payés suite au spin-off ainsi qu'une diminution des charges d'intérêts suite aux remboursements de certaines dettes envers les sociétés du Groupe Roche;
- une augmentation des charges d'impôts sur le revenu suite aux ajustements décrits ci-dessus; et
- le nombre moyen pondéré d'actions suppose un capital-actions inchangé de 8'605'327 actions.

Annexes aux états financiers consolidés intermédiaires et résumés

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. 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 1^{er} janvier au 30 juin 2001 (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 2000 et le rapport annuel 2000, 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 mêmes principes comptables que ceux du rapport annuel 2000 excepté ceux relatifs à la Norme Comptable Internationale 39, instruments financiers : comptabilisation et évaluation (cf note 3).

En plus de la norme IAS39, le Groupe a terminé la mise en place des nouvelles normes ou des normes révisées du Comité des Normes Comptables Internationales (IASB) qui sont entrées en vigueur dès le 1^{er} janvier 2001. Ces changements n'ont pas donné lieu à des ajustements significatifs.

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 revenu a été calculée en se fondant sur la meilleure estimation du taux moyen pondéré annuel prévu pour l'année fiscale.

3. Modifications des principes comptables

La mise en place de la Norme Comptable Internationale 39, instruments financiers : comptabilisation et évaluation, a eu une incidence sur la comptabilisation de la plupart des instruments financiers détenus par le Groupe.

A partir du 1^{er} janvier 2001, tous les titres de placement sont initialement comptabilisés au coût d'acquisition. D'une manière générale, les titres de placement sont traités comme des actifs financiers disponibles à la vente. A la fin de chaque période comptable, les actifs financiers sont réévalués à la valeur du marché en ajustant les fonds propres. Le gain ou la perte réalisé est comptabilisé dans le compte de résultat lors de la vente de l'actif financier. Auparavant, ces titres de placement étaient enregistrés au cours le plus bas entre le coût d'acquisition et leur valeur de marché.

Les instruments dérivés sont utilisés pour des opérations de couverture financière. Selon les conditions décrites par la norme 39, ils ne peuvent pas suivre une comptabilité de couverture et sont traités comme des actifs financiers détenus à des fins de transactions. Ils sont initialement comptabilisés à leur coût d'acquisition. A la fin de chaque période comptable, les instruments dérivés sont réévalués à la valeur du marché et le gain ou la perte non réalisé est comptabilisé dans le compte de résultat. Le gain ou la perte réalisé est comptabilisé dans le compte de résultat lorsque les droits du Groupe relatifs à ces instruments sont éteints.

Suite à l'adoption de la norme 39, le solde d'ouverture des fonds propres du Groupe a augmenté de CHF 15 millions. Cette nouvelle norme comptable n'affectera pas le flux de trésorerie futur du Groupe.

Le produit net des emprunts assortis d'instruments dérivés est comptabilisé en séparant l'élément de dette reconnu dans les dettes à long terme et l'option de conversion reconnu dans les fonds propres, en proportion de leur valeur de marché le jour de l'émission.

4. Informations par secteur

Le chiffre d'affaires réalisé par activité est inclus dans les commentaires des divisions respectives. Les ventes réalisées avec les sociétés du Groupe Roche sont considérées comme des transactions à des tiers à partir de janvier 2000.

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 98 millions en 2000 et CHF 99 millions en 2001. Elles figurent dans le compte de résultat sous la rubrique "frais de marketing, de développement et de distribution".

6. Bénéfice par action

Le bénéfice par action indiqué est le bénéfice de base par action et le bénéfice dilué par action. Le bénéfice dilué par action est identique au bénéfice de base par action car il n'y a pas d'effet potentiel de dilution ni sur les options, ni sur les actions. Le nombre historique moyen pondéré d'actions en circulation en 2000 est 2'934'679 et tient compte du fractionnement des actions et de l'augmentation de capital. Le nombre moyen pondéré d'actions en circulation en 2001 est 8'320'990.

7. Dividendes distribués

Les actionnaires ont approuvé, lors de l'assemblée générale ordinaire tenue le 18 mai 2001, la distribution d'un dividende ordinaire de CHF 6.50 brut par action. Ce dividende a été payé le 23 mai 2001.

8. Réallocation d'actif

Conformément à l'accord de séparation (spin-off) la société Roche a effectué en 2000 un apport d'environ CHF 1'763 millions à la société Givaudan. Cette contribution a pris la forme d'une réallocation d'actifs constituée par des liquidités et par l'annulation de soldes dûs aux sociétés du Groupe Roche.

9. Actions propres

Le Groupe a acheté ses propres titres afin d'anticiper les obligations liées au plan d'intéressement des cadres et à l'obligation convertible émise le 7 juin 2001. Le 30 juin 2001, le Groupe détenait 222'429 actions propres.

10. Emprunts

Le 7 juin 2001, le Groupe a émis une obligation convertible à 1% pour un montant nominal de USD 200 millions. L'obligation a été émise par Givaudan United States, Inc., et est garantie par Givaudan SA (Holding). Elle est convertible en action nominative ordinaire de Givaudan SA. Cette obligation vient à échéance le 7 juin 2006 avec comme option pour le porteur et l'émetteur de procéder au remboursement avant l'échéance, selon les conditions définies au préalable. Le produit net généré par cette émission a été de USD 195 millions (CHF 339 millions).

Agenda Givaudan

14 septembre 2001	Journée Recherche et Développement
11 octobre 2001	Ventes des neufs premiers mois
6 mars 2002	Résultats annuels
10 avril 2002	Ventes du premier trimestre
26 avril 2002	Assemblée générale
14 août 2002	Rapport semestriel
10 octobre 2002	Ventes des neufs premiers mois

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

Givaudan SA

Chemin de la Parfumerie 5, CH-1214 Vernier, Suisse

T +41 22 780 91 11 • F +41 22 780 91 50 • www.givaudan.com