

Givaudan[®]

Rapport semestriel 2003



*Creating
Sensory
Advantage™*

Chiffres clés

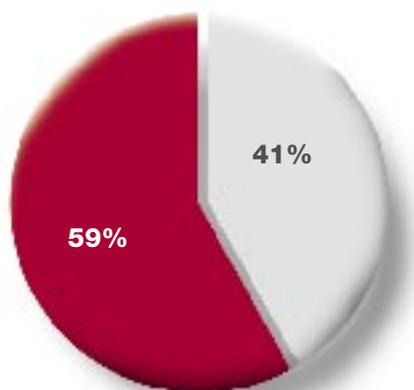
Six mois jusqu'au 30 juin en millions de francs suisses, sauf pour le bénéfice par action	Historique	Pro forma	
	2003	2002 ¹	Evolution en %
Chiffre d'affaires	1'379	1'490	-7
Bénéfice d'exploitation	216	250	-14
Marge d'exploitation (%)	15,7%	16,8%	
Bénéfice net	130	160	-19
EBITDA ²	305	346	-12
Bénéfice net par action – de base (CHF)	16,09	18,41	
Bénéfice net par action – dilué (CHF)	16,03	18,40	
	30 juin 2003	31 décembre 2002	
Total de l'actif	4'759	4'561	
Total du passif exigible	2'193	1'795	
Total des fonds propres et intérêts minoritaires	2'566	2'766	
Nombre d'employés	6'145	5'844	

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 indiqué dans la note 12.

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.

Ventes historiques par Divisions

Ventes Arômes CHF 816 millions +4,4% en francs suisses +17,2% en monnaies locales	Ventes Parfumerie CHF 563 millions -3,3% en francs suisses +5,5% en monnaies locales
---	--



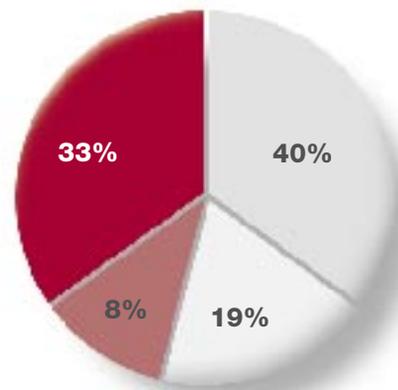
Total des ventes

CHF 1'379 millions
+1,1% en francs suisses, +12,2% en monnaies locales

La variation des pourcentages est calculée sur la base du chiffre d'affaires du premier semestre 2002

Ventes historiques par Régions

Amérique du Nord	Europe, Afrique et Moyen-Orient
-------------------------	--



Amérique latine

Asie-Pacifique

Valeurs établies selon leur destination finale

Givaudan dépasse la croissance du marché et accroît le flux de trésorerie

Croissance des ventes

Durant le premier semestre 2003, Givaudan a poursuivi sa croissance supérieure à celle du marché. Les ventes du Groupe ont augmenté de 12,2% en monnaies locales et de 1,1% en francs suisses. Les ventes totales de la Division Parfumerie ont augmenté de 5,5% en monnaies locales. Les segments de la Parfumerie fine et des parfums pour les produits de consommation ont ensemble connu une croissance à deux chiffres et les ventes de spécialités en ingrédients de parfumerie ont connu à nouveau une bonne performance. Les ventes de la Division Arômes ont progressé de 17,2% en monnaies locales (incluant l'acquisition de FIS); les ventes de tous les segments de la division, excepté les produits laitiers, ont augmenté, avec une hausse particulière dans le segment de la restauration rapide. Toutes les régions ont montré une bonne croissance, à l'exception des arômes aux Etats-Unis qui ont connu, l'année dernière, une très forte progression au cours du deuxième trimestre.

Durant les six derniers mois, Givaudan a continué de gagner des parts de marché. Les taux de succès de nouveaux contrats ont fortement augmenté et la société a aligné ses ressources par rapport à une stratégie orientée clients et s'est concentrée sur les projets-clés. Givaudan a renforcé sa présence dans des régions à très forte croissance telles que l'Asie-Pacifique.

Les investissements en Parfumerie fine ont commencé à porter leurs fruits et ont permis d'enrichir substantiellement le portefeuille des contrats gagnés et des soumissions. En tant que leader du marché mondial des arômes pour les entremets salés, Givaudan est maintenant en mesure de fournir à ses clients un large portefeuille de produits et de solutions de très haute qualité. La position dominante dans les boissons a été maintenue et les contrats gagnés l'année passée dans ce segment ont été commercialisés à travers l'Europe, augmentant ainsi les ventes dans cette région.

Bénéfice brut

Malgré une efficacité accrue au niveau de la production, la marge brute a été temporairement affectée par les matières premières acquises pendant les périodes de forte détérioration

des taux de change et eu un impact sur les coûts de production de manière retardée. De plus, des changements dans la composition du portefeuille, la marge encore inférieure des entremets salés acquis de FIS, la pression continue sur les prix et des augmentations exceptionnellement élevées du prix de certaines matières premières naturelles ont eu un effet négatif. L'ensemble de ces éléments se répercutent sur la marge brute de Givaudan qui diminue en termes pro forma de 47,7% à 46,2%, comparé à la même période de 2002.

Bénéfice d'exploitation

Grâce aux synergies initiales issues de nos récentes acquisitions et à une bonne maîtrise des coûts, l'impact de la baisse de la marge brute et de l'augmentation des charges de prévoyance professionnelle relatifs aux régimes à prestations définies – de CHF 23 millions en 2001 à CHF 64 millions estimés pour l'ensemble de l'année 2003 (1,5% de point de diminution au niveau de l'EBIT sur deux ans) – a pu être partiellement compensé au niveau opérationnel. Dès lors que les coûts opérationnels sont demeurés stables, les marges de l'EBIT et l'EBITDA ont seulement diminué de 1,1% de point en termes comparables, de 16,8% à 15,7% respectivement de 23,2% à 22,1%. Dans les prochains mois, Givaudan lancera de nouvelles initiatives afin d'améliorer les marges au-delà des effets temporaires.

Flux de trésorerie élevé

Givaudan reste un grand générateur de flux de trésorerie. Jusqu'à la mi-année 2003, le flux de trésorerie opérationnel avant investissement s'élève à CHF 164 millions contre CHF 94 millions à la même période 2002, soit une augmentation de 74%. Nos investissements se sont élevés à CHF 40 millions par rapport à un coût d'amortissement des actifs immobilisés de CHF 43 millions.

Bénéfice net

Reflétant la diminution de la marge opérationnelle et l'augmentation des coûts financiers nets suite à la réduction du revenu sur les investissements financiers, le bénéfice net a diminué en termes pro forma de

CHF 160 millions à CHF 130 millions par rapport au premier semestre 2002. En conséquence, le bénéfice par action a connu une baisse à CHF 16,09 par rapport à CHF 18,41 pour la même période de 2002.

Rachat d'actions propres

Après la réussite du premier rachat d'actions propres, finalisé en mars 2003, et l'annulation subséquente de 8,3% de son capital-actions, Givaudan a lancé le 30 juin 2003 un second rachat d'actions propres pouvant s'élever jusqu'à 10% des 8 millions restants d'actions enregistrées. La bonne santé financière et les liquidités disponibles permettront à Givaudan de retourner des fonds à ses actionnaires tout en gardant la possibilité de prendre en considération toute opportunité d'acquisition potentielle à forte valeur ajoutée.

Perspective

Notre perspective, en tant que numéro un de l'industrie des parfums et des arômes, démontre une croissance continue, stable et profitable. Cette tendance est soutenue par l'amélioration du portefeuille de produits grâce à de nouvelles molécules et technologies brevetées, par l'accroissement des compétences issues de nos récentes acquisitions et par notre position clairement dominante sur le marché d'Asie. Des améliorations seront apportées par nos investissements dans les segments à forte croissance, tels que celui de la restauration rapide et celui des spécialités chimiques, tout en diminuant celui des substances chimiques de base. Les investissements faits dans les Centres de Création de Parfumerie fine de New York et de Paris, ainsi que dans la recherche continueront à porter leurs fruits. Depuis la finalisation de l'acquisition de FIS en mai 2002, des programmes ont été mis sur pied pour ramener les marges des entremets salés aux niveaux pré-acquisition. Des mesures visant à accroître l'efficacité de la production sont appliquées. Cela assurera la capacité continue de Givaudan à générer un flux de trésorerie élevé. Givaudan demeure confiant et se trouve dans une position très favorable de délivrer de la valeur pour ses clients et ses actionnaires.

Division Parfumerie

Six mois jusqu'au 30 juin en millions de francs suisses - Historique	2003	2002
Chiffre d'affaires	563	582
EBITDA	112	113
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	<i>19,9%</i>	<i>19,4%</i>
Bénéfice d'exploitation	90	91
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	<i>16,0%</i>	<i>15,6%</i>

La Division Parfumerie a enregistré des ventes de CHF 563 millions représentant 5,5% de croissance en monnaies locales (-3,3% en CHF), nettement au-dessus du marché sous-jacent. L'augmentation en monnaies locales découle en particulier de la forte croissance à deux chiffres de la Parfumerie fine et de celle à un chiffre des parfums pour les produits de consommation. En adéquation avec notre stratégie d'évoluer vers des spécialités à plus forte valeur ajoutée, le segment des Ingrédients de parfumerie poursuit son déclin, et ce en raison des ventes de substances chimiques de base qui ont commencé à peser moins lourd dans notre portefeuille.

Avec une croissance à deux chiffres de l'activité de mélange, la performance de la division doit être prise dans le contexte général du marché de la parfumerie. Plusieurs clients font face à d'importants défis pour atteindre leurs objectifs de croissance. Cela est valable tant pour les produits de consommation que pour la Parfumerie fine. Comme conséquence logique, le marché des Ingrédients de parfumerie continue lui aussi à atteindre des niveaux inférieurs à ceux de l'année passée.

La forte croissance des ventes en Parfumerie a été atteinte dans un environnement de pression accrue sur les prix. Cette situation a été particulièrement ressentie pour les

substances chimiques de base, domaine duquel Givaudan est en train d'éliminer progressivement les filtres solaires et quelques autres produits. En dépit d'une marge brute légèrement en recul, la bonne maîtrise des coûts a permis d'augmenter la marge de l'EBITDA durant le premier semestre de 19,4% à 19,9%. D'une manière similaire, la marge opérationnelle a augmenté de 15,6% à 16,0%.

Les principaux investissements durant le premier semestre 2003 incluent les nouvelles expansions de la production et des capacités marketing en Chine et à Singapour, ainsi qu'un important investissement dans une installation multifonctions pour les spécialités à Vernier (Genève, Suisse) qui sera opérationnelle durant le troisième trimestre 2003.

Parfumerie fine

Le marché de la Parfumerie fine continue d'être affecté par le manque de demande des consommateurs, en dépit d'un nombre accru de lancements de nouveaux produits. Malgré les conditions actuelles du marché, Givaudan maintient sa stratégie visant à augmenter sa part de marché. Les Centres de Création de New York et de Paris ont contribué à la croissance à deux chiffres des ventes en monnaies locales. Givaudan a aussi enregistré plusieurs importants succès qui vont être lancés au cours de la

seconde moitié de 2003. De plus, plusieurs nouveaux importants contrats gagnés ont été enregistrés dans le segment à croissance rapide des ventes au détail et dans les canaux de vente en direct.

Parfums pour les produits de consommation

Le segment des parfums pour les produits de consommation a continué à croître plus vite que le marché durant le premier semestre. La connaissance spécifique du marché du consommateur final combinée à un accent marqué mis sur les besoins des clients a conduit à cette augmentation du taux de nouveaux contrats gagnés.

Toutes les régions ont montré une saine croissance en monnaies locales. L'Amérique latine a connu un premier semestre nettement plus fort que celui de 2002. L'Europe et l'Amérique du Nord ont poursuivi leur croissance en dépit d'une base 2002 déjà forte. L'Asie a connu un début plus difficile mais a récemment gagné à nouveau en force avec une bonne croissance générale durant le premier semestre.

Le segment des produits de toilette a été le principal vecteur de la croissance dans la première moitié de l'année. Ce succès repose sur de nombreux nouveaux contrats gagnés

auprès de marques-clés. Les produits de soins corporels et les produits pour textiles ont affiché une croissance saine, suivis par le segment des produits d'entretien qui continue à montrer de fortes progressions suite au renforcement de nos ressources en personnel et de technologies dans ce segment.

Ingrédients de parfumerie

Les spécialités chimiques brevetées, issues du Centre global de Recherche en Parfumerie de Givaudan à Dübendorf (Zurich, Suisse), ont poursuivi leur croissance à deux chiffres, augmentant leur part au sein du segment des Ingrédients de parfumerie. Les ventes globales de ce segment ont diminué en toute logique suite à la décision d'éliminer progressivement les filtres solaires et quelques substances chimiques de base. En excluant ces produits, les ventes d'Ingrédients de parfumerie sont restées stables en comparaison à celles de l'année précédente, malgré une surcapacité de l'industrie et une très forte pression générale sur les prix.

Recherche en Parfumerie

Le Centre global de recherche en Parfumerie de Givaudan a gardé un excellent momentum avec un riche réservoir de molécules, d'outils de création et de technologies en parfumerie. Trois nouvelles molécules ont été brevetées durant le premier semestre: Pharaone, note de tête épicée verte très diffusive, Floridile, note chaude de caractère fruité pêche, et Belambre, nouvelle senteur de caractère boisé ambré à fort impact odorant.

Un projet stratégique original a été lancé dans le domaine de la neutralisation des mauvaises odeurs. Les composants malodorants du sulfure et de l'amine sentent mauvais même en faibles concentrations. Les exemples pour de tels composants sont l'odeur de la cigarette froide et les odeurs corporelles. Des premiers résultats prometteurs d'une nouvelle technologie d'inhibiteur d'enzyme sont étudiés plus

profondément pour neutraliser les mauvaises odeurs et même éviter le problème en prévenant la formation de tels composants.

Les poudres détergentes et les matériaux absorbant l'humidité exigent une diffusion contrôlée du parfum afin de créer une senteur agréable sur une longue durée. Granuscent^o est la nouvelle solution de Givaudan pour cette technologie très demandée. Le développement de Granuscent^o montre aussi la coopération actuelle avec le Centre de Recherche en Arômes, puisque la technologie de l'encapsulation est déjà utilisée dans le monde des arômes. Ce nouveau système de diffusion est sur le point d'être commercialisé et les premières commandes d'échantillons ont été livrées aux clients.

Le réseau de création en temps réel de Givaudan est unique dans l'industrie des parfums et des arômes. Comme nouvel outil original et hautement efficace, Givaudan a tenu ses premières vidéo conférences olfactives. Durant ces conférences, des parfumeurs et des aromaticiens peuvent à distance se connecter dans une salle de conférence via la technologie d'Internet.

Ils sont ainsi capables de mélanger directement diverses fragrances ou arômes basés sur la technologie du VAS (Virtual Aroma SynthesizerTM), propriété de Givaudan, et avoir les senteurs et arômes appréciés et évalués en temps réel par leur client dans la salle de conférence.

Au cours de la première moitié de 2003, de nouvelles expéditions ScentTrekTM ont été menées en Afrique du Sud et en Inde. Le principal but de l'expédition en Afrique du Sud consistait à découvrir et analyser la flore en voie de disparition, les glaieuls indigènes de cette région. Les chercheurs de Givaudan sont revenus du Sud de l'Inde avec plus de trente odeurs totalement nouvelles et fascinantes, les plus prometteuses étant déjà entre les mains des parfumeurs de Givaudan.

Division Arômes

Six mois jusqu'au 30 juin en millions de francs suisses	Historique	Pro forma ¹	Historique
	2003	2002	2002
Chiffre d'affaires	816	908	782
EBITDA	193	233	209
en % du chiffre d'affaires	23,7%	25,7%	26,7%
Bénéfice d'exploitation	126	159	149
en % du chiffre d'affaires	15,4%	17,5%	19,1%

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 indiqué dans la note 12.

La Division Arômes a enregistré des ventes de CHF 816 millions pour le premier semestre, soit une croissance de 17,2% en monnaies locales et de 4,4% en francs suisses comparé à la même période de l'année précédente.

En termes pro forma, en considérant que FIS aurait été consolidée au 1er janvier 2001, la croissance a atteint 1,0% en monnaies locales.

Toutes les régions et tous les segments, exceptés l'Amérique du Nord et le segment des produits laitiers, ont affiché une bonne croissance. La Chine, le Japon, l'Inde et l'Europe de l'Est ont rapporté une croissance à deux chiffres, soulignant les investissements de Givaudan dans ces marchés. Cela s'applique aussi à la forte progression du segment de la restauration rapide.

La performance du marché nord américain, affectée par le ralentissement des boissons dû à un printemps relativement frais et à l'effet de base du fort deuxième trimestre 2002, a eu un impact important sur le développement de la marge brute de la Division. L'ensemble du segment des mets salés s'est développé favorablement suite aux acquisitions stratégiques de FIS et de IBF. Givaudan garde pour objectif d'amener d'ici 2004 les marges des arômes à des niveaux comparables à ceux connus pré-acquisitions. La consolidation de sites, telle que le transfert annoncé des activités de mélanges d'arômes de Milton Keynes

au Royaume-Uni sur d'autres sites européens, et d'autres initiatives pour améliorer constamment l'efficacité au niveau de la production contribueront à améliorer les marges.

Asie-Pacifique

L'Asie-Pacifique a une fois encore enregistré une croissance saine en monnaies locales. Tous les principaux marchés ont rapporté une forte performance, menée par le Japon, la Chine et l'Inde. Sur le plus grand marché, le Japon, Givaudan a connu une croissance à deux chiffres grâce à d'importants nouveaux contrats gagnés auprès de clients-clés dans l'industrie des boissons. La Chine a eu de fortes ventes au cours du premier semestre en dépit d'un certain ralentissement durant le deuxième trimestre lié à l'activité réduite en raison de la crise du SARS. Les ventes en Inde ont progressé significativement grâce aux principaux contrats gagnés auprès de clients internationaux dans tous les segments principaux.

De fortes ventes dans les deux plus grands segments, la confiserie et les boissons, ont généré une solide croissance pour l'ensemble de la région, soutenue par de bonnes augmentations générales dans les autres segments.

Amérique latine

L'Amérique latine a enregistré une bonne croissance en monnaies locales avec d'importants gains provenant du marché le plus important, le Mexique. Partie d'un niveau relativement bas, une forte croissance a été constatée en Argentine qui a vu se stabiliser son environnement économique extrêmement difficile l'année passée.

Les ventes du Brésil ont reculé en raison de la volatilité du taux de change et d'une économie affaiblie. La bonne croissance générale de l'Amérique latine a été poussée par la forte performance de tous les segments dans cette région.

Amérique du Nord

Les ventes en Amérique du Nord ont reculé comparé à la performance exceptionnellement bonne de l'année précédente. L'an dernier, plusieurs gros clients avaient passé des commandes pour d'importants lancements de nouveaux produits. Cet effet de base, combiné à un début d'été relativement frais, a conduit à un niveau de ventes substantiellement plus bas dans le segment des boissons durant le second trimestre.

Nos investissements dans le segment de la restauration rapide continuent à porter leurs fruits. Les ventes de ce segment ont progressé

continuellement en raison de nouveaux contrats gagnés. Les segments des entremets salés et de la confiserie ont eux aussi enregistré des gains.

Europe, Afrique et Moyen-Orient (EAMO)

La région d'Europe a poursuivi sa performance du premier trimestre en délivrant une croissance à un chiffre en monnaies constantes pour la première moitié de 2003. Ce succès a été guidé par les segments des boissons, des produits laitiers et des entremets salés. Les marchés-clés d'Allemagne et du Royaume-Uni ont enregistré une croissance à deux chiffres alors que le Bénélux, la péninsule ibérique et les régions centrales ont connu des taux de croissance à un chiffre.

Les ventes d'Europe de l'Est ont augmenté, la Russie montrant la voie avec une croissance à deux chiffres. Les principaux facteurs de croissance furent les volumes plus importants de nouveaux contrats gagnés dans les segments les plus porteurs, particulièrement dans les boissons et l'activité des essences d'agrumes. La croissance du segment des entremets salés a été accentuée d'une façon substantielle par la récente acquisition du portefeuille de produits de FIS. Des taux de croissance spécialement bons ont été enregistrés dans le segment de la restauration rapide.

La mise à niveau du Centre de Technologie culinaire de Paris a été menée à bien et le transfert de la production de Milton Keynes à Dortmund est en cours comme prévu et devrait s'achever d'ici la fin de l'année.

Recherche en arômes

La Recherche globale de Givaudan en arômes a amélioré d'une manière significative sa force dans les domaines de la recherche en modification des goûts, en ingrédients originaux, en diffusion de l'arôme, en SMART Systems™ et nouvelles technologies et produits. La capacité de changer effectivement les attributs du goût est devenue un différenciateur-clé dans le

processus de développement des arômes. Givaudan a commencé à exploiter des avancées récentes en biologie des récepteurs pour aider à la découverte d'ingrédients originaux. Des applications brevetées ont été enregistrées pour des ingrédients novateurs, s'avérant essentiels à la réussite de l'application de cette technologie pour la création de compositions aromatiques innovatrices. Le programme devrait livrer une connaissance nouvelle, des ingrédients uniques et des outils sensoriels qui changeront la manière dont les arômes sont développés.

Dans le domaine des ingrédients originaux, un certain nombre de processus de compositions aromatiques ont été étudiés pour être utilisés en tant qu'élément composant dans les produits alimentaires végétariens. Plusieurs composants naturels à haut impact ont été synthétisés pour développer des notes de tête de viande renforcées et un programme de développement de la prochaine génération de biohydrolysate est en route.

La capacité de convertir rapidement des descriptions sensorielles d'arôme en compositions d'arôme réelles continue de représenter un défi. Givaudan s'attaque à ce problème avec ses SMART Systems™ de pointe qui facilitent la communication entre clients et scientifiques. La technologie du Virtual Aroma Synthesiser™ (VAS) est maintenant présente dans tous les principaux centres de création d'arômes au niveau mondial. Un avantage unique de cette technologie est le lien électronique global récemment installé sur ces unités.

Cela donne à Givaudan une aptitude à impliquer des aromaticiens du monde entier dans le développement d'un arôme qui exige des compétences spéciales pour les projets de clients. Une équipe dans différents sites a ainsi la possibilité d'utiliser le VAS pour contribuer collectivement au processus de création tout en évaluant les compositions en temps réel.

Un important programme de développement technologique pour la vanille a été entrepris en réponse à la pénurie du marché. Des composants originaux de vanille ont été ainsi créés afin de fournir aux équipes de développement d'arômes une meilleure opportunité de créer la haute qualité d'extraits exigée par nos clients. Dans le domaine des compositions rafraîchissantes, la nouvelle ligne de produits Evercool™ a été lancée avec succès.

Givaudan continue à organiser et à investir dans ses expéditions TasteTrek™. Un des domaines privilégiés du récent TasteTrek™ en Amérique latine était d'étudier les composants volatiles d'une série de types de piments uniques du Mexique. Les données tirées de cette collection ont été utilisées pour créer quelques arômes uniques et authentiques de piments pour des applications d'assaisonnement et de snack. Une série d'arômes pour des sauces asiatiques authentiques a été créée et récemment commercialisée sur la base des résultats obtenus lors du TasteTrek™ en Asie.



Etats financiers consolidés intermédiaires et résumés (non audités)

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

<i>en millions de francs suisses, sauf pour le bénéfice par action</i>	Note	Historique	Pro forma ¹	Historique
		2003	2002	2002
Chiffre d'affaires	5	1'379	1'490	1'364
Prix de revient des marchandises vendues		(742)	(779)	(705)
Bénéfice brut		637	711	659
<i>en % du chiffre d'affaires</i>		46,2%	47,7%	48,3%
Frais de marketing, de développement et de distribution	6	(321)	(336)	(309)
Frais d'administration		(48)	(60)	(48)
Amortissement des immobilisations incorporelles		(46)	(50)	(39)
Autres produits (charges) d'exploitation, nets		(6)	(15)	(23)
Bénéfice d'exploitation		216	250	240
<i>en % du chiffre d'affaires</i>		15,7%	16,8%	17,6%
Produits (charges) financiers, nets		(30)	(17)	(13)
Résultat net avant impôts		186	233	227
Impôts sur le bénéfice		(54)	(72)	(69)
Résultat net après impôts		132	161	158
Part des intérêts minoritaires		(2)	(1)	(1)
Bénéfice net		130	160	157
<i>en % du chiffre d'affaires</i>		9,4%	10,7%	11,5%
Bénéfice par action – de base (CHF)		16,09	18,41	18,67
Bénéfice par action – dilué (CHF)	7	16,03	18,40	18,66

1) Le détail des ajustements pro forma est indiqué dans la note 12.

Bilan consolidé

<i>en millions de francs suisses - Historique</i>	Note	30 juin 2003	31 décembre 2002
Actif circulant		2'071	1'850
Actif immobilisé		2'688	2'711
Total des actifs		4'759	4'561
Dettes à court terme		984	882
Dettes à long terme	8	1'209	913
Intérêts minoritaires		5	5
Capital-actions	9	80	87
Bénéfice non distribué, réserves et autres éléments des fonds propres	10,11	2'481	2'674
Fonds propres		2'561	2'761
Total des passifs		4'759	4'561

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

<i>en millions de francs suisses - Historique</i>	Note	2003	2002
Capital-actions			
Solde au 1er janvier		87	86
Emission d'actions		-	1
Annulation d'actions		(7)	-
Solde au 30 juin	9	80	87
Bénéfice non distribué, réserves et autres éléments des fonds propres			
Solde au 1er janvier		2'674	2'698
Dividendes versés	10	(65)	(58)
Bénéfice net		130	157
Agio		-	49
Mouvement net de la réserve de juste valeur pour titres de placement disponibles à la vente		25	(49)
Mouvement net des propres instruments de capitaux propres	11	140	154
Réduction du capital-actions		(420)	-
Mouvement net des écarts de conversion cumulés		(3)	(122)
Solde au 30 juin		2'481	2'829
Total des fonds propres au 30 juin		2'561	2'916

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

<i>en millions de francs suisses - Historique</i>	Note	2003	2002
Flux de trésorerie nets provenant (consacrés à) des activités opérationnelles		164	94
Flux de trésorerie nets provenant (consacrés à) des activités de financement		(2)	(39)
Flux de trésorerie nets provenant (consacrés à) des activités d'investissement		(40)	(148)
Effet net de conversion sur les liquidités et placements à court terme		(1)	(3)
Augmentation (diminution) des liquidités et placements à court terme		121	(96)
Liquidités et placements à court terme au début de la période		454	467
Liquidités et placements à court terme à la fin de la période		575	371

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.

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.

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).

Le 7 janvier 2003, le Groupe a acquis 100% de International Bioflavors Inc. (ci-après, IBF), située au Wisconsin (USA). Aucune information financière pro forma relative à l'acquisition de IBF n'est présentée.

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 2003 (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 2002 et le rapport annuel 2002, 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 normes et principes comptables que ceux utilisés dans le rapport annuel 2002.

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

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.

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.

4. Acquisition de IBF

Le 7 janvier 2003, le Groupe a acquis 100% de International Bioflavors Inc. située au Wisconsin (USA).

L'acquisition de IBF a été comptabilisée dans les états financiers intermédiaires selon la méthode de l'acquisition (purchase method). Le résultat des opérations de IBF réalisé depuis le 7 janvier 2003 est inclus dans le compte de résultat consolidé.

Selon le contrat, la transaction est évaluée à USD 21 millions (équivalent à CHF 30 millions) et le paiement a été effectué en espèces.

Le Groupe a acquis des immobilisations incorporelles constituées de goodwill, pour CHF 15 millions, et de technologies et procédés de fabrication, pour CHF 15 millions. Elles sont amorties linéairement sur respectivement 20 et 15 ans.

5. Information par secteur

Ces informations sont données dans les commentaires des secteurs respectifs.

6. Frais 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 107 millions en 2003 (2002: CHF 101 millions). Elles figurent dans le compte de résultat sous la rubrique "frais de marketing, de développement et de distribution".

7. 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.

8. Dettes

Le 7 février 2003, le Groupe a conclu un placement privé pour un montant total de CHF 50 millions. Ce placement privé a été effectué par Givaudan SA. Il est remboursable à 6 ans à un taux d'intérêt annuel de 2,9%.

Le 28 mai 2003, le Groupe a conclu un placement privé pour un montant total de USD 220 millions. Ce placement privé a été effectué par Givaudan United States, Inc. Il est remboursable par acomptes entre 5 et 12 ans à un taux d'intérêt annuel allant de 3,65% à 4,86%.

Après la clôture du bilan du 30 juin 2003, le Groupe a conclu un placement privé pour un montant total de CHF 100 millions. Ce placement privé a été effectué par Givaudan SA. Il est remboursable à 10 ans à un taux d'intérêt annuel de 3,3%.

9. Capital-actions

Le 3 avril 2003, le Groupe a achevé son programme de rachat d'actions par l'acquisition de 725'627 actions propres rachetées sur une deuxième ligne de commerce à la Bourse Suisse, virt-x. Lors de l'Assemblée générale du 11 avril 2003, les actionnaires ont approuvé l'annulation des actions rachetées et la réduction du capital-actions y relative de 8,3%, de CHF 87'256'270 à CHF 80'000'000. L'annulation a été effectuée le 27 juin 2003.

Le 30 juin 2003, le Groupe a débuté un nouveau programme de rachat d'actions qui durera jusqu'au 30 juin 2004. Le Groupe a l'intention de réduire son capital-actions de 8'000'000 à 7'200'000 actions nominatives après annulation des titres ainsi rachetés. L'achat d'un maximum de 800'000 actions nominatives (représentant 10% du capital-actions) se fait sur une deuxième ligne de commerce sur virt-x. L'annulation des actions doit être approuvée par les actionnaires du Groupe. Au 30 juin 2003, le Groupe n'a racheté aucune action nominative. Au 31 juillet 2003, le Groupe a racheté 26'000 actions nominatives pour son programme de rachat.

10. Dividendes versés

Les actionnaires ont approuvé, lors de l'Assemblée générale ordinaire tenue le 11 avril 2003, la distribution d'un dividende ordinaire de CHF 8,10 (2001: CHF 7,00) brut par action. Ce dividende a été payé le 16 avril 2003.

11. 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 et à l'emprunt convertible émis le 7 juin 2001. Au 30 juin 2003, le Groupe détenait 64'369 actions propres (2002: 8'266) et des dérivés sur actions propres équivalent à un total net de 512'405 actions propres (2002: 414'055).

12. Information pro forma relatives à l'acquisition de FIS

L'information pro forma est présentée à titre indicatif. Elle a été préparée sur la base du compte de résultat consolidé pour la période du 1er janvier au 30 juin 2002, puis modifiée en partant de l'hypothèse que l'acquisition de FIS ait pris effet au 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 a été préparée dans un but purement indicatif et, compte tenu de sa nature, ne peut refléter de manière complète la situation financière du Groupe.

Le compte de résultat consolidé pro forma pour la période du 1er janvier au 30 juin 2002 émis en 2002 diffère des chiffres pro forma publiés en 2003 étant donné que la finalisation de l'affectation du coût d'acquisition a modifié le goodwill initialement estimé.

Chiffre d'affaires

Les ventes de FIS à Nestlé ont été reclassifiées en ventes à des tiers. Les ventes réalisées entre Givaudan et FIS ont été entièrement éliminées.

Prix de revient des marchandises vendues

Le prix de revient des marchandises vendues a été ajusté de la même façon que le chiffre d'affaires.

Amortissement des immobilisations incorporelles

L'amortissement du goodwill et des droits de la propriété intellectuelle est incorporé au résultat comme si l'acquisition avait pris effet au 1er janvier 2001.

Autres charges (produits) d'exploitations, nets

Les charges d'exploitation uniques liées à l'acquisition de FIS ont été exclues du compte de résultat.

Produits (charges) financiers, nets

L'ajustement représente l'augmentation des charges d'intérêts résultant de l'endettement repris et supplémentaire pour financer l'acquisition de FIS, ainsi que la baisse des produits financiers résultant de la réduction de trésorerie entraînée par l'acquisition des sociétés.

Impôt sur le bénéfice

L'ajustement pro forma reflète l'augmentation de l'impôt sur le bénéfice liée aux ajustements mentionnés plus haut, au taux légal des sociétés du Groupe dans lesquelles les positions concernées sont enregistrées.

Bénéfice par action

L'ajustement du bénéfice par action (de base et dilué) est basé sur le principe que l'émission des 100'000 actions nominatives et la vente des 390'000 actions propres ont pris effet au 1er janvier 2001.

Agenda Givaudan

2003

Présentation semestrielle, Zurich	28 août 2003
Ventes 9 mois	9 octobre 2003
Journée de l'Innovation, Cincinnati	16 octobre 2003
Roadshow Londres	22 octobre 2003
Roadshow Francfort	23 octobre 2003
Conférence Merrill Lynch, Londres	18 novembre 2003

2004

Résultat annuel: Conférence téléphonique pour investisseurs et analystes	2 mars 2004
Résultat annuel: Conférence aux médias sur le bilan	2 mars 2004
Conférence annuelle pour investisseurs et analystes	8 avril 2004
Ventes 3 mois	8 avril 2004
Assemblée générale	16 avril 2004
Présentation semestrielle, Zurich	26 août 2004
Ventes 9 mois	7 octobre 2004

2005

Assemblée générale, Genève	8 avril 2005
----------------------------	--------------

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

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

© Givaudan SA, 2003

Papier blanchi sans chlore – Imprimé en Suisse