

COMMUNIQUÉ AUX MÉDIAS

Chiffre d'affaires des neuf premiers mois de 2014

Croissance des volumes soutenue dans tous les marchés

Genève, le 10 octobre 2014 – Au cours des neuf premiers mois de l'exercice 2014, Givaudan a enregistré un chiffre d'affaires de CHF 3 313 millions, en augmentation de 4,5 % sur une base comparable et en baisse de 0,2 % en francs suisses par rapport à l'année dernière. Givaudan témoigne d'une dynamique commerciale toujours solide, avec un portefeuille de projets rempli et un taux de conclusion de nouveaux contrats qui se maintient à un niveau élevé.

A moyen terme, la Société se fixe pour objectif de dégager une croissance organique comprise entre 4,5 % et 5,5 % par an, avec pour hypothèse une croissance du marché estimée entre 2 % et 3 %. Elle entend par ailleurs continuer à gagner des parts de marché. En déployant sa stratégie de croissance axée sur cinq piliers – marchés émergents, Santé et Bien-être, gains de parts de marché sur des segments et auprès de clients ciblés, recherche et approvisionnement durable – Givaudan devrait dépasser la croissance du marché sous-jacent et continuer à réaliser la marge EBITDA la plus élevée du secteur, tout en ciblant un flux de trésorerie disponible annuel compris entre 14 % et 16 % du chiffre d'affaires d'ici à 2015.

La Société réitère son intention de reverser aux actionnaires plus de 60 % du flux de trésorerie disponible tout en maintenant un objectif de ratio d'endettement à moyen terme inférieur à 25 %.

Chiffre d'affaires de janvier à septembre 2014

en millions de CHF	2014	2013	Variation en %	
			En CHF	SBC*
Chiffre d'affaires total du Groupe	3 313	3 318	(0,2)	4,5
Division Parfums	1 587	1 579	0,5	4,8
Division Arômes	1 726	1 739	(0,8)	4,2
Marchés matures	1 820	1 839	(1,0)	1,4
Marchés émergents	1 493	1 479	0,9	8,3



Chiffre d'affaires de juillet à septembre 2014

en millions de CHF	2014	2013	Variation en %	
			En CHF	SBC*
Chiffre d'affaires total du Groupe	1 122	1 093	2,6	4,3
Division Parfums	553	532	3,8	4,8
Division Arômes	569	561	1,5	3,9

*SBC : sur une base comparable

Division Parfums

La Division Parfums a enregistré un chiffre d'affaires de CHF 1 587 millions durant les neuf premiers mois de 2014, en hausse de 4,8 % sur une base comparable et de 0,5 % en francs suisses. La société Soliance a contribué à ce résultat à hauteur de CHF 8 millions depuis son acquisition par Givaudan le 2 juin 2014.

Le chiffre d'affaires total de la division Parfums (Parfumerie fine et Parfumerie fonctionnelle) a progressé de 4,2 % sur une base comparable et a baissé de 0,9 % en francs suisses, à CHF 1 386 millions contre CHF 1 399 millions en 2013.

Le chiffre d'affaires de la Parfumerie fine a augmenté de 3,4 % sur une base comparable grâce à la vigueur de la croissance sur les marchés émergents, où les nouvelles affaires conclues et les gains en volume sur l'activité existante ont favorablement impacté la performance. Ces gains ont largement compensé le repli du chiffre d'affaires en Europe et en Amérique du Nord, où les nouvelles affaires ne sont pas parvenues à contrebalancer l'érosion.

Le segment de la Parfumerie fonctionnelle a progressé de 4,5 % sur une base comparable face à la solide progression de l'exercice précédent. La performance a été réalisée dans tous les groupes de clients. Les ventes dans les pays émergents ont été le principal moteur de la croissance, tandis que celles enregistrées dans les marchés matures ont continué de s'améliorer. En Amérique latine, la croissance à deux chiffres du chiffre d'affaires a été stimulée par la bonne progression avec les clients internationaux, répartis entre les segments des parfums pour lessives et produits d'hygiène. En Asie, les ventes ont signé une belle avancée, tous types de clients confondus. La performance robuste a été alimentée par une progression à deux chiffres des produits d'hygiène personnelle, déodorants et après-shampoings.



En Europe, en Afrique et au Moyen-Orient, la croissance du chiffre d'affaires a été soutenue par tous les types de clients, à travers tous les segments de produits. En Amérique du Nord, le chiffre d'affaires est resté inférieur à celui de l'année dernière en raison des clients internationaux, tandis que les clients locaux et régionaux ont enregistré une progression solide par rapport à la hausse à deux chiffres déjà réalisée l'année précédente.

Si on analyse par segments de produits, l'essor du chiffre d'affaires a été porté par la vigueur des parfums pour lessives et produits d'hygiène, suivis par les parfums pour produits d'entretien des sols, alors que les ventes des produits d'hygiène bucco-dentaire ont reculé par rapport aux chiffres solides de l'année dernière.

Le chiffre d'affaires des Ingrédients de parfumerie a augmenté de 8,9 % sur une base comparable au cours des neuf premiers mois de l'année. Les Spécialités ont enregistré une croissance solide à deux chiffres et les autres groupes de produits ont montré une solide augmentation des ventes. Sur les marchés d'Europe, d'Asie et d'Amérique du Nord, les résultats ont largement dépassé le chiffre d'affaires 2013, alors que l'Amérique latine a stagné par rapport à l'année dernière. Le chiffre d'affaires s'est envolé, toutes catégories de clients confondues.

Division Arômes

La Division Arômes a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 1 726 millions au cours des neuf premiers mois 2014 – soit une hausse de 4,2 % sur une base comparable et une diminution de 0,8% en francs suisses – grâce à une performance qui est restée solide sur les marchés émergents.

Tous les principaux segments ont gagné du terrain, les Boissons, les Produits laitiers et les Snacks affichant la plus forte progression. Santé et Bien-être a continué d'évoluer favorablement dans l'optimisation du goût sucré, de réduction du sel et d'atténuation du goût amer. Ce segment a réalisé des gains à deux chiffres élevés en Amérique latine.

Asie-Pacifique

En Asie-Pacifique, le chiffre d'affaires a augmenté de 5,3 % sur une base comparable. Les marchés émergents de Chine, d'Inde, des Philippines et du Vietnam ont contribué à la croissance du chiffre d'affaires grâce aux gains provenant des activités existantes, aux revenus générés par les nouveaux contrats et à l'essor à deux chiffres de l'Inde sur le troisième trimestre. Les marchés matures ont essuyé un léger repli par rapport à l'année dernière, la croissance solide de l'Australie et de Singapour compensant l'atonie économique au Japon. Tous les segments principaux ont progressé, les Boissons, Entremets salés et Snacks affichant chacun une belle performance.



Europe, Afrique et Moyen-Orient

Le chiffre d'affaires a augmenté de 2,9 % sur une base comparable, surtout dopé par les marchés émergents d'Afrique et du Moyen-Orient. Les marchés matures ont enregistré une légère hausse par rapport à 2013. La croissance des segments Boissons, Produits laitiers, Entremets salés et Snacks a été partiellement annulée par la baisse de la Confiserie.

Amérique du Nord

Le chiffre d'affaires a gagné 1,9 % sur une base comparable en Amérique du Nord sur fond de progression des Boissons, Produits laitiers, Snacks et de la Confiserie due aux nouveaux contrats et à la hausse des volumes dans les activités existantes.

Amérique latine

La région a enregistré une croissance de 10,4 % sur une base comparable, grâce avant tout à l'Argentine et au Brésil. Les nouveaux contrats et l'expansion des activités existantes ont contribué à la progression de tous les segments, ceux des Boissons, Produits laitiers et Snacks affichant d'excellents résultats.

Pour en savoir plus, veuillez contacter :

Peter Wullschleger, Givaudan Media and Investor Relations
Chemin de la Parfumerie 5
1214 Vernier
T +41 22 780 90 93
E peter_b.wullschleger@givaudan.com