



Communiqué

Publicité événementielle au sens de l'art. 53 RC
Genève, le 22 juillet 2021

Résultats semestriels 2021

Bonne dynamique commerciale – Solide performance financière

- Chiffre d'affaires de CHF 3 373 millions, en hausse de 7,9 % sur une base comparable¹ et de 4,7 % en francs suisses
- Excellent chiffre d'affaires réalisé sur tous les marchés et segments avec une forte contribution des secteurs stratégiques de croissance à 2025
- Solide performance des marchés à forte croissance, avec une progression de 10,4 % sur une base comparable
- Marge EBITDA comparable³ de 24,2 %, contre 23,7 % en 2020
- Bénéfice net de CHF 481 millions, en hausse de 16,3 % par rapport à l'an dernier
- Flux de trésorerie disponible⁴ de 5,5 % du chiffre d'affaires, soit CHF 186 millions

Performance commerciale

Au premier semestre, le chiffre d'affaires du groupe Givaudan s'est établi à CHF 3 373 millions, en hausse de 7,9 % sur une base comparable et de 4,7 % en francs suisses.

Givaudan Parfums et Beauté a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 1 564 millions, en hausse de 10,1 % sur une base comparable et de 7,4 % en francs suisses.

Givaudan Goût et Bien-être a dégagé un chiffre d'affaires de CHF 1 809 millions, en hausse de 6,1 % sur une base comparable et de 2,5 % en francs suisses.

Alors que l'impact de la pandémie de COVID-19 persistait au niveau mondial, Givaudan a conservé une bonne dynamique commerciale et est parvenue à maintenir ses activités et sa chaîne d'approvisionnement à un niveau très satisfaisant. La plupart des segments de produits et des zones géographiques ont contribué à cette solide croissance, les marchés matures progressant de 6,1 % et les marchés à forte croissance de 10,4 % sur une base comparable.

Au sein de Givaudan Parfums et Beauté, les segments de produits les plus affectés par la pandémie de COVID-19, c'est-à-dire la Parfumerie fine et, dans une moindre mesure, Active Beauty, ont montré une forte amélioration au premier semestre 2021, grâce à la reprise des activités de commerce de détail et aux clients et consommateurs, qui ont eu fortement recours à d'autres canaux d'achats tels que la vente directe et la vente en ligne. Pour Givaudan Goût et Bien-être, le segment de la restauration rapide a encore subi les conséquences de la pandémie de COVID-19, mais a néanmoins enregistré une forte reprise au deuxième trimestre, car les restrictions qui affectant la consommation d'aliments et de boissons ont commencé à être levées sur certains marchés.





Publicité événementielle au sens de l'art. 53 RC
Genève, le 22 juillet 2021

Gilles Andrier, Directeur général, a commenté ces résultats : « Je suis vraiment ravi de la solide performance de l'ensemble de nos activités au premier semestre 2021, contribuant à ces excellent résultats financiers et soutenus par une forte contribution des secteurs prioritaires dans le cadre de notre stratégie 2025. Dans un environnement encore empreint de nombreuses incertitudes sur le plan de la pandémie de COVID-19, nous avons montré notre résilience, notre détermination à soutenir nos clients et notre capacité à saisir les opportunités de conforter notre leadership commercial. »

Depuis le début de la pandémie de COVID-19 et conformément à la raison d'être de la Société, Givaudan reste pleinement engagée à :

- Protéger et soutenir ses collaborateurs, qu'ils travaillent sur les sites ou toujours à leur domicile ;
- Satisfaire aux exigences de ses clients, en particulier en ce qui concerne les produits dont les consommateurs du monde entier ont besoin pendant la pandémie ;
- Soutenir les communautés dans lesquelles elle exerce ses activités.

Bénéfice brut

Le bénéfice brut a augmenté de 8,9 %, passant de CHF 1 359 millions en 2020 à CHF 1 480 millions en 2021. En raison d'un levier opérationnel élevé lié à la solide croissance du volume des ventes et à une bonne discipline des coûts, la marge brute a augmenté pour atteindre 43,9 % en 2021, contre 42,2 % en 2020.

Bénéfice avant intérêts, impôts et amortissements des immobilisations corporelles et incorporelles (EBITDA)²

L'EBITDA a augmenté de 10,2 % pour atteindre CHF 809 millions, contre CHF 734 millions pour la même période en 2020, tandis que la marge EBITDA s'est établie à 24,0 % en 2021 contre 22,8 % en 2020. Sur une base comparable, la marge EBITDA est passée de 23,7 % en 2020 à 24,2 % en 2021.

en millions de francs suisses	2021			2020		
	Groupe	Parfums et Beauté	Goût et Bien-être	Groupe	Parfums et Beauté	Goût et Bien-être
EBITDA tel que publié	809	375	434	734	333	401
EBITDA tel que publié en %	24,0	24,0	24,0	22,8	22,9	22,7
Coûts relatifs à Givaudan Business Solutions (GBS)	-1	-1		-4	-4	
Frais d'acquisition et de restructuration ^a	-7	-2	-5	-24	-4	-20
EBITDA comparable³	817	378	439	762	341	421
EBITDA comparable en %	24,2	24,2	24,3	23,7	23,4	23,8

a. Les frais d'acquisition et de restructuration de CHF 7 millions (2020 : CHF 24 millions) sont liés dans une large mesure aux acquisitions du Groupe et à l'optimisation continue de l'empreinte industrielle.

Résultat d'exploitation

Le résultat d'exploitation est passé de CHF 532 millions en 2020 à CHF 613 millions, ce qui représente une augmentation de 17,3 % en monnaies locales. La marge d'exploitation s'est établie à 18,2 % en 2021, contre 16,5 % en 2020.



Publicité événementielle au sens de l'art. 53 RC
Genève, le 22 juillet 2021

Performance financière

Les coûts de financement se sont élevés à CHF 46 millions au premier semestre 2021, contre CHF 39 millions pour la même période en 2020. Cette hausse s'explique en grande partie par l'augmentation de l'endettement net du Groupe liée aux récentes acquisitions effectuées. Les autres charges financières, nettes de revenus, sont passées de CHF 13 millions en 2020 à CHF 1 million en 2021.

Exprimée en pourcentage du résultat avant impôt, la charge d'impôts pour la période transitoire se monte à 15 % en 2021, contre 14 % sur la même période en 2020.

Bénéfice net

Le bénéfice net pour le premier semestre 2021 s'élève à CHF 481 millions contre CHF 413 millions en 2020, soit une hausse de 16,3 % qui s'est traduite par une marge bénéficiaire nette de 14,3 % contre 12,8 % en 2020. Le bénéfice par action non dilué s'établit à CHF 52,19, contre CHF 44,81 pour la même période en 2020.

Flux de trésorerie

Givaudan a dégagé un flux de trésorerie opérationnel de CHF 415 millions au premier semestre 2021, contre CHF 389 millions en 2020.

Le fonds de roulement net représente 28,3 % du chiffre d'affaires, contre 27,9 % en 2020, avec une augmentation temporaire des comptes débiteurs et des niveaux de stocks liée à la bonne dynamique commerciale et à la poursuite du contexte de pandémie de COVID-19.

Le total des investissements nets en immobilisations corporelles se monte à CHF 79 millions, contre CHF 122 millions en 2020, année d'achèvement de la nouvelle usine de Parfums et Beauté en Chine.

Les ajouts d'immobilisations incorporelles s'élèvent à CHF 41 millions en 2021, contre CHF 17 millions en 2020, la Société continuant d'investir dans ses plateformes informatiques et numériques ainsi que dans l'intégration de toutes les entités acquises sur les plateformes opérationnelles de Givaudan.

Le total des investissements nets en immobilisations corporelles et incorporelles s'élève à 3,6 % du chiffre d'affaires, contre 4,3 % en 2020.

Le flux de trésorerie opérationnel après investissements nets a augmenté de 18,0 %, passant de CHF 250 millions en 2020 à CHF 295 millions. Le flux de trésorerie disponible⁴ a atteint CHF 186 millions au premier semestre 2021, contre CHF 178 millions pour la même période en 2020, soit une hausse de 4,5 %. En pourcentage du chiffre d'affaires, le flux de trésorerie disponible s'établit à 5,5 % au premier semestre 2021, contre 5,5 % en 2020.

Position financière

La position financière de Givaudan restait solide à fin juin 2021. En juin 2021, la dette nette était de CHF 4 727 millions, contre CHF 4 040 millions fin décembre 2020 et CHF 4 631 en juin 2020. Le ratio d'endettement⁵ était de 54 %, contre 50 % fin 2020 et 56 % en juin 2020.



Publicité événementielle au sens de l'art. 53 RC
Genève, le 22 juillet 2021

Objectif 2025 : La croissance pour objectif, guidée par notre raison d'être

L'ambition du Groupe pour 2025 est de créer de la valeur à long terme pour toutes les parties prenantes.

La stratégie de Givaudan pour 2025 est parfaitement conforme à sa raison d'être et place ses clients au cœur de ses activités, leur apportant son soutien pour leur développement et dans la création de produits appréciés des consommateurs.

Centrée sur trois moteurs de croissance, à savoir : « Elargir le portefeuille », « Elargir la clientèle » et « Stratégies commerciales ciblées », la stratégie pour 2025 s'appuie aussi sur quatre catalyseurs de croissance qui correspondent aux domaines de la raison d'être de la Société : les créations, la nature, les collaborateurs et les communautés. Ces trois moteurs de croissance et ces quatre catalyseurs s'appuient sur un engagement à faire preuve « d'excellence, d'innovation et de simplicité dans toutes nos activités ».

Des objectifs ambitieux font partie intégrante de la stratégie de Givaudan pour 2025, la Société visant à atteindre une croissance organique de son chiffre d'affaires de 4 % à 5 % sur une base comparable et un flux de trésorerie disponible d'au moins 12 %, ces données représentant des moyennes sur la période de cinq ans de notre cycle stratégique. Givaudan vise en outre à atteindre des objectifs non financiers clés en matière de développement durable, de diversité et de sécurité, en lien avec sa raison d'être.

Raison d'être de Givaudan

La raison d'être de la Société est au cœur de sa stratégie : « Des créations pour des vies plus heureuses et plus saines, avec l'amour de la nature. Imaginons-les ensemble ». Dans le cadre de cette raison d'être, Givaudan a défini des objectifs audacieux et ambitieux dans quatre domaines, à savoir, les créations, la nature, les collaborateurs et les communautés. Ces ambitions consistent notamment à doubler ses activités en réalisant des créations capables de contribuer à des vies plus heureuses et plus saines d'ici 2030, à devenir une entreprise à impact climat positif avant 2050, à faire partie des meilleurs employeurs mondiaux en matière d'inclusion avant 2025 et à privilégier d'ici 2030, pour toutes les matières premières et tous les services, un approvisionnement qui respecte l'être humain et l'environnement.



Publicité événementielle au sens de l'art. 53 RC
Genève, le 22 juillet 2021

Chiffres clés

Sur les six mois se terminant le 30 juin, en millions de francs suisses, hors données sur le bénéfice par action	2021	2020
Chiffre d'affaires du Groupe	3 373	3 221
Chiffre d'affaires de Parfums et Beauté	1 564	1 456
Chiffre d'affaires de Goût et Bien-être	1 809	1 765
Bénéfice brut	1 480	1 359
en % du chiffre d'affaires	43,9 %	42,2 %
EBITDA²	809	734
en % du chiffre d'affaires	24,0 %	22,8 %
Résultat d'exploitation	613	532
en % du chiffre d'affaires	18,2 %	16,5 %
Bénéfice net part du Groupe	481	413
en % du chiffre d'affaires	14,3 %	12,8 %
Bénéfice par action – non dilué (en CHF)	52,19	44,81
Flux de trésorerie opérationnel^a	415	389
en % du chiffre d'affaires	12,3 %	12,1 %
Flux de trésorerie disponible	186	178
en % du chiffre d'affaires	5,5 %	5,5 %

a. Après un examen approfondi avec les commissaires aux comptes, le Groupe a établi que l'achat et la vente de ses propres instruments de fonds propres s'apparentaient à des activités de financement. Ces opérations, classées jusqu'alors dans les flux de trésorerie provenant (pour) des activités opérationnelles, ont donc été reclassées dans les flux de trésorerie provenant (pour) des activités de financement.

En millions de francs suisses, sauf pour les données relatives aux employés	30 juin 2021	31 décembre 2020
- Actif circulant	3 606	3 299
- Actif immobilisé	7 736	7 359
Total de l'actif	11 342	10 658
- Dettes à court terme	2 414	1 796
- Dettes à long terme	5 262	5 354
- Fonds propres	3 666	3 508
Total des passifs et des fonds propres	11 342	10 658
Nombre de collaborateurs	16 130	15 852



Publicité événementielle au sens de l'art. 53 RC
Genève, le 22 juillet 2021

Evolution du chiffre d'affaires – de janvier à juin

en millions de francs suisses	2020 Chiffre d'affaires publié	Evolution sur une base comparable ¹	2021 Chiffre d'affaires sur une base comparable ¹	Variation en % sur une base comparable ¹	Influence des acquisitions (nette) ^a	Effets de change	2021 Chiffre d'affaires publié	Variation en % en francs suisses
Groupe	3 221	255	3 476	7,9 %	(9)	(94)	3 373	4,7 %
- Parfums et Beauté	1 456	147	1 603	10,1 %	8	(47)	1 564	7,4 %
- Goût et Bien-être	1 765	108	1 873	6,1 %	(17)	(47)	1 809	2,5 %

a. Impact des acquisitions (net)

en millions de francs suisses

Société acquise	Chiffre d'affaires inclus à partir de	Groupe	Parfums et Beauté	Goût et Bien-être
Ungerer	Février 2020	13	4	9
Activité de cosmétiques d'Indena	Mai 2020	4	4	
Myrissi	Avril 2021	-	-	
Activité Arrêtée et cédée		(26)		(26)
Total		(9)	8	(17)

Evolution du chiffre d'affaires – d'avril à juin (trimestre uniquement)

en millions de francs suisses	2020 Chiffre d'affaires publié	Evolution sur une base comparable ¹	2021 Chiffre d'affaires sur une base comparable ¹	Variation en % sur une base comparable ¹	Impact des acquisitions (net)	Effets de change	2021 Chiffre d'affaires publié	Variation en % en francs suisses
Groupe	1 602	130	1 732	8,1 %	(11)	(22)	1 699	6,1 %
Parfums et Beauté	711	73	784	10,2 %	2	(10)	776	9,1 %
Goût et Bien-être	891	57	948	6,4 %	(13)	(12)	923	3,6 %

Evolution du chiffre d'affaires par marché – de janvier à juin

en millions de francs suisses	2020 Chiffre d'affaires publié	Evolution sur une base comparable ¹	2021 Chiffre d'affaires sur une base comparable ¹	Variation en % sur une base comparable ¹	Impact des acquisitions (net)	Effets de change	2021 Chiffre d'affaires publié	Variation en % en francs suisses
Marchés matures	1 868	115	1 983	6,1 %	(6)	(39)	1 938	3,7 %
Marchés à forte croissance	1 353	140	1 493	10,4 %	(3)	(55)	1 435	6,1 %



Publicité événementielle au sens de l'art. 53 RC
Genève, le 22 juillet 2021

Evolution du chiffre d'affaires par région – de janvier à juin

en millions de francs suisses	2020 Chiffre d'affaires publié	2021 Chiffre d'affaires publié	Variation en % sur une base comparable ¹	Variation en % en francs suisses
Amérique latine	338	365	21,2 %	8,0 %
APAC	816	851	6,3 %	4,3 %
Amérique du Nord	901	924	7,5 %	2,5 %
EAME	1 166	1 233	5,5 %	5,7 %

Givaudan Parfums et Beauté

Parfums et beauté a enregistré un chiffre d'affaires de CHF 1 564 millions, en hausse de 10,1 % sur une base comparable et de 7,4 % en francs suisses par rapport à 2020. Cette croissance à deux chiffres du chiffre d'affaires a été portée principalement par le solide rebond des segments Parfumerie fine et Active Beauty, qui avaient été particulièrement affectés par la pandémie de COVID-19 au premier semestre 2020.

Le chiffre d'affaires total des Compositions de Parfumerie (Parfumerie fine et Parfumerie fonctionnelle) a progressé de 9,4 % sur une base comparable. En francs suisses, il a augmenté pour atteindre CHF 1 335 millions en 2021, contre CHF 1 252 millions en 2020.

Le chiffre d'affaires de la Parfumerie fine a augmenté de 34,5 % sur une base comparable, à la faveur d'un rebond significatif de la vente au détail de parfums de prestige et de spécialités. Au deuxième trimestre de 2021 en particulier, le chiffre d'affaires a connu une évolution très positive, par rapport à une période en 2020 où la demande s'était fortement réduite alors que la pandémie de COVID-19 imposait d'importantes restrictions aux canaux de vente au détail traditionnels dans les principaux marchés de la parfumerie fine.

Le chiffre d'affaires de la Parfumerie fonctionnelle a progressé de 4,1 % sur une base comparable, par rapport à une croissance déjà élevée de 11,8 % l'année précédente, qui a vu une forte demande pour les produits d'entretien, de santé et d'hygiène liée à l'apparition de la pandémie de COVID-19. Au premier semestre 2021, la croissance était portée par les activités existantes et la contribution des nouveaux contrats.

Les ventes d'Ingrédients de parfumerie et d'Active Beauty ont généré une croissance de 14,4 % sur une base comparable, contre un léger recul de 0,1 % au premier semestre 2020.



Publicité événementielle au sens de l'art. 53 RC
Genève, le 22 juillet 2021

L'EBITDA de Parfums et Beauté s'inscrit en hausse, atteignant CHF 375 millions en 2021, contre CHF 333 millions au premier semestre 2020. Cette augmentation s'explique principalement par des ventes accrues et la contribution des récentes acquisitions en termes de croissance et de synergies. La marge EBITDA est passée de 22,9 % en 2020 à 24,0 % en 2021. Sur une base comparable, la marge EBITDA de Parfums et Beauté s'établit à 24,2 % en 2021, contre 23,4 % en 2020.

Le résultat d'exploitation a gagné 13,7 % à CHF 301 millions en 2021, contre CHF 264 millions sur la même période en 2020. La marge d'exploitation a augmenté pour atteindre 19,2 % en 2021, contre 18,2 % en 2020.

Parfumerie fine

Le chiffre d'affaires de la Parfumerie fine a bondi de 34,5 % sur une base comparable par rapport au premier semestre 2020, où le chiffre d'affaires avait chuté de 16,4 % en raison de l'impact de la pandémie de COVID-19. Au premier semestre 2021, les activités existantes ont enregistré un rebond important pour l'ensemble des types de clients. En outre, la signature de nouveaux contrats a contribué à cette solide performance, portant le chiffre d'affaires global à des niveaux supérieurs à ceux enregistrés avant la pandémie.

Toutes les régions affichent une solide croissance à deux chiffres de leur chiffre d'affaires. En Europe de l'Ouest, les clients des marques de prestige affichent un très solide rebond après avoir fortement souffert de la pandémie de COVID-19, en particulier au premier semestre 2020. L'Amérique du Nord et les marchés à forte croissance ont eux aussi enregistré une solide croissance à deux chiffres du chiffre d'affaires.

Parfumerie fonctionnelle

Le chiffre d'affaires de la Parfumerie fonctionnelle a progressé de 4,1 % sur une base comparable, par rapport à une croissance déjà solide de 11,8 % l'année précédente, qui avait été dopée par une hausse de la demande pour les produits d'entretien, de santé et d'hygiène liée à l'apparition de la pandémie de COVID-19. La croissance au premier semestre 2021 a été enregistrée aussi bien sur les marchés à forte croissance que sur les marchés matures, et pour l'ensemble des types de clients.

Au niveau régional, l'Amérique latine a fait état d'une progression à deux chiffres, portée par les nouveaux contrats. L'Asie a enregistré une croissance moyenne à un chiffre, la région Grande Chine affichant une solide croissance à deux chiffres, attribuable aux clients locaux et régionaux et répartie sur la plupart des segments de produits. Dans la région Europe, Afrique et Moyen-Orient, le chiffre d'affaires est resté quasiment stable par rapport à une base de comparaison à deux chiffres l'année précédente, emmenée par les clients internationaux et la croissance dans la sous-région d'Afrique et du Moyen-Orient. En Amérique du Nord, la hausse du chiffre d'affaires a été soutenue par une croissance à deux chiffres des clients locaux et régionaux.

En termes de segments de produits, la croissance du chiffre d'affaires a été stimulée par les parfums pour soin des textiles, suivis par les produits d'hygiène et les produits ménagers.



Publicité événementielle au sens de l'art. 53 RC
Genève, le 22 juillet 2021

Ingrédients de parfumerie et Active Beauty

Le chiffre d'affaires des ingrédients de parfumerie et d'Active Beauty s'inscrit en hausse de 14,4 % sur une base comparable, contre un léger recul de 0,1 % l'année précédente. Active Beauty a connu un très fort rebond au premier semestre de l'année et a fait état d'une solide croissance à deux chiffres sur les marchés à forte croissance comme sur les marchés matures. Les ingrédients de parfumerie ont enregistré une solide croissance à un chiffre, portée par les clients internationaux clés ainsi que par les clients locaux et régionaux.

Givaudan Goût et Bien-être

Goût et Bien-être a dégagé un chiffre d'affaires de CHF 1 809 millions, en hausse de 6,1 % sur une base comparable et de 2,5 % en francs suisses.

La forte croissance du chiffre d'affaires s'explique par la signature de nouveaux contrats et une bonne dynamique commerciale dans toutes les régions et principalement auprès des clients locaux et régionaux. Alors que le chiffre d'affaires demeure affecté par l'impact de la pandémie de COVID-19 dans de nombreux pays, des signes de reprise ont été observés sur certains marchés où l'augmentation des taux de vaccination et les réouvertures progressives ont entraîné une hausse de la demande de produits pour la restauration rapide, en particulier au deuxième trimestre 2021.

Dans les domaines stratégiques clés, les protéines végétales affichent une progression à deux chiffres du chiffre d'affaires, tandis que celle de la santé et du bien-être ainsi que des ingrédients naturels se situe dans le haut de la fourchette à un chiffre.

Du point de vue des segments, l'évolution positive du chiffre d'affaires est principalement attribuable aux Boissons, Entremets salés et Snacks.

L'EBITDA de Goût et Bien-être est passé de CHF 401 millions en 2020 à CHF 434 millions, soit une hausse de 8,4 %, les gains de productivité constants et la discipline des coûts ayant contribué à cette augmentation. La marge EBITDA a augmenté pour atteindre 24,0 % en 2021, contre 22,7 % en 2020. Sur une base comparable, la marge EBITDA de Goût et Bien-être s'établit à 24,3 % en 2021, contre 23,8 % en 2020.

Le résultat d'exploitation est passé de CHF 268 millions en 2020 à CHF 312 millions en 2021, ce qui correspond à une hausse de 16,7 %. La marge d'exploitation a progressé, atteignant 17,3 % en 2021, contre 15,2 % en 2020.

Asie-Pacifique

Le chiffre d'affaires de la région Asie-Pacifique s'inscrit en hausse de 5,1 % sur une base comparable. Sur les marchés à forte croissance, la Chine et la Malaisie ont réalisé une solide performance à deux chiffres, suivie d'une solide croissance à un chiffre aux Philippines et au Vietnam, tandis que l'Indonésie et la Thaïlande subissaient toujours les effets de la pandémie de COVID-19. Sur les marchés matures, la croissance a été portée par l'Australie, la Corée et Singapour.



Publicité événementielle au sens de l'art. 53 RC
Genève, le 22 juillet 2021

En termes de segments, la croissance a été principalement le fait des Boissons, des Produits laitiers, des Confiseries et des Entremets salés.

Asie du Sud, Afrique et Moyen-Orient (SAMEA)

En Asie du Sud, en Afrique et au Moyen-Orient, le chiffre d'affaires a augmenté de 3,5 % sur une base comparable. L'Inde, l'Algérie et le Nigeria affichent une croissance à deux chiffres qui a été partiellement gommée par l'Afrique du Sud, où l'impact de la pandémie de COVID-19 reste lourd, et le Moyen-Orient. La croissance du chiffre d'affaires dans cette région a été dopée par les segments Boissons et Produits laitiers.

Europe

En Europe, le chiffre d'affaires a progressé de 1,7 % sur une base comparable. Les marchés matures d'Allemagne, d'Italie, d'Espagne et de Suède affichent tous une croissance satisfaisante à un chiffre du chiffre d'affaires, tandis que les marchés à forte croissance ont encore bénéficié d'une excellente dynamique commerciale, stimulée par la progression à deux chiffres en Russie et en Pologne. Tout au long du premier semestre 2021, la région a encore été affectée par les restrictions liées à la pandémie de COVID-19, un certain assouplissement de ces mesures ayant été observé plus récemment dans plusieurs pays. La croissance a été principalement réalisée dans les segments Boissons, Entremets salés et Snacks.

Amérique du Nord

Sur une base comparable, le chiffre d'affaires en Amérique du Nord a gagné 6,1 % dans tous les segments de clientèle. Cette solide performance est le fruit de nouveaux contrats, d'un rebond dans la restauration rapide et de la croissance des activités existantes dans les segments des Boissons, des produits stimulant les défenses immunitaires, des Entremets salés et des Confiseries.

Amérique latine

Le chiffre d'affaires en Amérique latine a augmenté de 23,4 % sur une base comparable, grâce à la solide croissance à deux chiffres des volumes enregistrée au Mexique, au Brésil, en Colombie, au Chili et en Argentine, ainsi que dans tous les segments.

Le Groupe a tenu compte, pour les données de performance régionale de Givaudan Goût et Bien-être, du changement de structure de gestion de l'activité à compter du 1^{er} janvier 2021. A titre d'information, la croissance comparable au titre du premier semestre 2020 de l'Asie du Sud, de l'Afrique et du Moyen-Orient a été de 5,1 % et celle de l'Europe de 2,2 %.



Publicité événementielle au sens de l'art. 53 RC
Genève, le 22 juillet 2021

Le Rapport semestriel 2021 peut être téléchargé à l'adresse www.givaudan.com. Une conférence sera diffusée sur www.givaudan.com le jeudi 22 juillet 2021 à 15 h 00 CEST.

Remarques

1. Sur une base comparable signifie : (a) chiffre d'affaires calculé sur la base des taux de change de facturation de l'exercice précédent, et (b) hors ventes d'activités acquises depuis la date d'acquisition jusqu'à la date de clôture de la période, jusqu'à 12 mois à compter de la date d'acquisition et (c) hors ventes des activités cédées depuis la date de cession jusqu'à la fin de la période comparable précédente.
2. L'EBITDA, défini en tant que Earnings Before Interest (and other financial income (expense), net), Tax, Depreciation and Amortisation, correspond au bénéfice avant intérêts (et autres produits financiers), impôts et amortissements des immobilisations corporelles et incorporelles.
3. L'EBITDA comparable correspond à l'EBITDA publié, ajusté des éléments significatifs de nature non récurrente qui influencent la compréhension des activités d'exploitation normales sous-jacentes.
4. Le flux de trésorerie disponible correspond au flux de trésorerie opérationnel après investissements nets, paiement des intérêts, paiements des loyers et achat et vente des propres instruments de fonds propres.
5. Le ratio d'endettement est la dette nette divisée par la somme de la dette nette et des fonds propres (tels que définis pour le ratio d'endettement).

De plus amples informations et des rapprochements des Mesures alternatives de la performance du Groupe sont disponibles à l'Annexe du Rapport semestriel 2021.

Pour tout complément d'information, veuillez contacter

Pierre Bénaich, Head of Investor and Media Relations

T +41 22 780 9053

E pierre.benaich@givaudan.com