



Communiqué aux médias

Genève, le 8 avril 2020

Chiffre d'affaires du premier trimestre 2020

Un bon début d'année

Performance commerciale

Au cours des trois premiers mois de l'année 2020, Givaudan a enregistré un chiffre d'affaires de CHF 1 619 millions, en progression de 5,4 % sur une base comparable¹ et de 6,1 % en francs suisses.

La Division Parfums a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 745 millions, en hausse de 6,3 % sur une base comparable¹ et de 9,9 % en francs suisses.

La Division Arômes a dégagé quant à elle un chiffre d'affaires de CHF 874 millions, en progression de 4,6 % sur une base comparable¹ et de 3,1 % en francs suisses.

Alors que les conséquences du COVID-19 continuent à se faire sentir à l'échelle mondiale, Givaudan a débuté l'année avec une belle dynamique commerciale et est parvenu à maintenir ses activités et sa chaîne d'approvisionnement à l'échelle mondiale avec le moins de perturbations possible. La plupart des segments et des régions ont contribué à cette bonne croissance, les segments affichant une performance particulièrement solide étant les produits d'entretien et les produits d'hygiène au sein de la Division Parfums, ainsi que les segments des aliments conditionnés, des entremets salés, des snacks et des nutraceutiques au sein de la Division Arômes.

« Ce bon début d'année 2020 témoigne du rôle important que nous jouons dans le maintien de la chaîne d'approvisionnement mondiale dans le domaine de l'alimentation et des boissons, ainsi que des produits d'entretien, de santé et d'hygiène, a déclaré le Directeur général Gilles Andrier. Je suis très fier de l'ensemble de l'organisation Givaudan pour le dévouement dont elle fait preuve dans cette période difficile, qui nous permet de continuer à servir nos clients et faire en sorte que des produits indispensables restent disponibles pour les consommateurs tout au long de cette crise du COVID-19. »





Genève, le 8 avril 2020

Dans la situation actuelle et conformément à la raison d'être de la Société, Givaudan se concentre pleinement sur :

- la protection et le soutien de ses collaborateurs, qu'ils travaillent sur nos sites ou à leur domicile ;
- la satisfaction des exigences de ses clients, en particulier en ce qui concerne les produits qui accompagnent les consommateurs pendant la pandémie ;
- l'attention portée aux communautés dans lesquelles nous opérons. La Société a créé un fonds solidaire COVID-19 (Givaudan COVID-19 Communities Fund) afin de permettre à ses sites de soutenir les communautés locales affectées, partout dans le monde. Givaudan fait don d'au moins un million de francs suisses à ce fonds.

L'ambition de la Société pour 2020 est de créer toujours plus de valeur grâce à une croissance rentable et responsable. La stratégie 2020 de Givaudan sur la base des quatre premières années de son cycle repose sur les trois piliers suivants : « Accompagner la croissance de ses clients », « Fournir des produits et prestations de premier ordre » et « Des partenariats pour une réussite partagée ».

Dans le cadre de sa stratégie 2020, Givaudan cherche également à créer de la valeur grâce à des acquisitions ciblées, qui complètent ses capacités existantes en fournissant les meilleures solutions à ses clients. Depuis 2014, Givaudan a procédé à quatorze acquisitions, qui s'inscrivent pleinement dans le cadre des piliers de croissance de sa stratégie 2020.

Les objectifs financiers ambitieux constituent un élément essentiel de la stratégie de Givaudan. La Société a pour objectif de faire mieux que le marché avec une croissance du chiffre d'affaires de 4 % à 5 % et un flux de trésorerie disponible² de 12 % à 17 % du chiffre d'affaires, ces données représentant des moyennes sur la période de cinq ans de notre cycle stratégique. Givaudan entend par ailleurs maintenir ses pratiques actuelles en matière de dividende.

La raison d'être récemment définie de Givaudan, « Des créations pour des vies plus heureuses et plus saines, avec l'amour de la nature. Imaginons-les ensemble. », est au cœur de sa stratégie. Dans ce cadre, Givaudan a défini des objectifs audacieux et ambitieux dans quatre domaines, à savoir : les créations, la nature, ses employées 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 l'impact climat positif avant 2050, à faire partie des meilleurs employeurs mondiaux en termes d'inclusion avant 2025 et à privilégier un approvisionnement en services et en matières premières qui respecte l'être humain et l'environnement d'ici 2030.



Genève, le 8 avril 2020

Chiffre d'affaires de janvier à mars

en millions de francs suisses	2019 Chiffre d'affaires publié	Evolution sur une base comparable ¹	2020 Chiffre d'affaires sur une base comparable ¹	Variation en % sur une base comparable ¹	Influence des acquisitions ^a	Effets de change	2020 Chiffre d'affaires publié	Variation en % en francs suisses
Groupe	1 525	82	1 607	5,4 %	93	(81)	1 619	6,1 %
- Division Parfums	677	43	720	6,3 %	63	(38)	745	9,9 %
- Division Arômes	848	39	887	4,6 %	30	(43)	874	3,1 %

a. Influence des acquisitions
en millions de francs suisses

Société acquise	Chiffre d'affaires inclus à partir de	Groupe	Division Parfums	Division Arômes
Albert Vieille	Mai 2019	4	4	
Golden Frog	Septembre 2019	3		3
Drom	Septembre 2019	31	31	
Fragrance Oils	Septembre 2019	16	16	
Ungerer	Février 2020	39	12	27
Total		93	63	30

Evolution du chiffre d'affaires par marché de janvier à mars

en millions de francs suisses	2019 Chiffre d'affaires publié	Evolution sur une base comparable ¹	2020 Chiffre d'affaires sur une base comparable ¹	Variation en % sur une base comparable ¹	Influence des acquisitions	Effets de change	2020 Chiffre d'affaires publié	Variation en % en francs suisses
Marchés matures	906	19	925	2.1%	54	(33)	946	4.3%
Marchés à forte croissance	619	63	682	10.1%	39	(48)	673	8.9%

Evolution du chiffre d'affaires par région de janvier à mars

en millions de francs suisses	2019 Chiffre d'affaires publié	2020 Chiffre d'affaires publié	Variation en % sur une base comparable ¹	Variation en % en francs suisses
Amérique latine	165	173	17.4%	4.8%
Asie-Pacifique	376	395	4.2%	4.9%
Amérique du Nord	422	452	3.1%	6.8%
EAME	562	599	4.3%	6.8%



Genève, le 8 avril 2020

Division Parfums

La Division Parfums a enregistré un chiffre d'affaires de CHF 745 millions, soit une hausse de 6,3 % sur une base comparable et de 9,9 % en francs suisses.

La croissance du chiffre d'affaires a été portée par la forte hausse des volumes de la Parfumerie fonctionnelle.

Le chiffre d'affaires total des Compositions de Parfumerie (Parfumerie fine et Parfumerie fonctionnelle) s'est inscrit en hausse de 6,6 % sur une base comparable. En francs suisses, il a affiché une progression de 9,6 % à CHF 638 millions en 2020, contre CHF 582 millions en 2019.

Le chiffre d'affaires de la Parfumerie fine a augmenté de 1,9 % sur une base comparable, par rapport à une base de comparaison élevée de 10,3 % en 2019.

L'activité de Parfumerie fine, qui avait commencé l'année sur une note très positive grâce à de nouveaux contrats et aux produits existants, a enregistré un recul important en mars tandis que ses clients faisaient face à une absence d'activité imputable au COVID-19 dans les commerces de détail et le travel retail.

Le chiffre d'affaires du segment de la Parfumerie fonctionnelle a augmenté de 8,0 % sur une base comparable, avec une excellente croissance pour l'ensemble des clients et dans toutes les régions.

Au niveau régional, l'Amérique latine a fait état d'une progression à deux chiffres pour l'ensemble des clients et dans la plupart des sous-régions. L'Asie-Pacifique a affiché de bons résultats, portés par la solide croissance à deux chiffres enregistrée auprès des clients locaux et régionaux. En Europe, en Afrique et au Moyen-Orient, l'augmentation du chiffre d'affaires a été forte pour l'ensemble des clients et dans tous les segments de produits, sous l'impulsion d'une croissance à deux chiffres dans la sous-région d'Afrique et du Moyen-Orient. L'Amérique du Nord a enregistré une bonne croissance, malgré une base de comparaison à deux chiffres élevée en 2019, à la faveur d'une performance vigoureuse réalisée auprès des clients internationaux.

En termes de segments de produits, l'excellente croissance a été stimulée par une augmentation à deux chiffres des Parfums pour soin des textiles et par la solide performance des Produits ménagers et des Produits d'hygiène.

Le chiffre d'affaires des Ingrédients de parfumerie et d'Active Beauty a gagné 4,5 % sur une base comparable. Active Beauty a connu une évolution positive malgré une base de comparaison très solide en 2019. Dans les marchés à forte croissance, sa bonne progression a été partiellement contrebalancée par une croissance plus faible dans les marchés matures. Les Ingrédients de parfumerie ont à nouveau affiché une belle croissance par rapport à une base de comparaison solide en 2019.



Genève, le 8 avril 2020

Division Arômes

La Division Arômes a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 874 millions, en hausse de 4,6 % sur une base comparable et de 3,1 % en francs suisses.

Les ventes ont été stimulées par de nouveaux contrats et une bonne dynamique commerciale dans toutes les régions et pour l'ensemble des clients. Dans nos domaines stratégiques clés liés à la stratégie 2020, à savoir Santé et bien-être et Ingrédients naturels, le chiffre d'affaires a connu une progression à deux chiffres et à un chiffre, respectivement.

Du point de vue des segments, les Boissons, Snacks, Entremets salés et Confiserie ont tous contribué à l'évolution positive, bénéficiant du renforcement de la demande de produits existants émanant des clients.

Asie-Pacifique

Dans la région Asie-Pacifique, le chiffre d'affaires a progressé de 2,5 % sur une base comparable. Dans les marchés à forte croissance, la Thaïlande a enregistré une croissance à deux chiffres, suivie par la Chine qui a affiché une solide performance à un chiffre. Sur les marchés matures, Singapour a dégagé une solide croissance à deux chiffres, suivie par la forte progression à un chiffre du Japon et de la Corée.

Le résultat global de la région pour les trois premiers mois de l'exercice 2020 a été impacté par des difficultés liées à l'épidémie du COVID-19. La région a toutefois connu une reprise vigoureuse en mars. Du point de vue des segments, la croissance a été stimulée par les Entremets salés et les Snacks.

Europe, Afrique et Moyen-Orient

En Europe, en Afrique et au Moyen-Orient, le chiffre d'affaires a augmenté de 5,2 % sur une base comparable. Sur les marchés matures, l'Espagne a enregistré une croissance à deux chiffres, suivis de la France, la Suisse et l'Europe du Nord, qui ont affiché une solide progression à un chiffre. Dans les marchés à forte croissance, l'excellente dynamique des ventes a été stimulée par la croissance à deux chiffres enregistrée en Russie, en Turquie et au Moyen-Orient.

La croissance a été principalement réalisée dans les segments Entremets salés, Snacks, Produits laitiers et Confiserie.

Amérique du Nord

Sur une base comparable, le chiffre d'affaires en Amérique du Nord a augmenté de 1,7 %, grâce à l'amélioration de la performance auprès des clients principaux ainsi qu'à la poursuite de la croissance provenant des clients locaux et régionaux.

Ce résultat est le fruit de nouveaux contrats et du développement des activités existantes dans les segments Boissons et Snacks.

Amérique latine

En Amérique latine, le chiffre d'affaires a augmenté de 18,6 % sur une base comparable, sous l'effet d'une excellente performance dans tous les marchés et segments, portée par une solide croissance à deux chiffres des volumes au Mexique, en Colombie et en Argentine.



Genève, le 8 avril 2020

¹ Sur une base comparable (SBC) 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.

² Le flux de trésorerie disponible fait référence au flux de trésorerie d'exploitation après investissements nets, intérêts payés et paiements de loyers.

Pour tout complément d'information, veuillez contacter :

Pierre Bénaich, Head of Investor and Media Relations

T +41 22 780 90 53

E pierre.benaich@givaudan.com