

COMMUNIQUE AUX MEDIAS

Chiffre d'affaires au premier trimestre 2013

Démarrage solide sur une base de comparaison élevée

Genève, le 16 avril 2013 – Au cours des trois premiers mois de l'exercice 2013, Givaudan a enregistré un chiffre d'affaires de CHF 1 088,9 millions, en augmentation de 3,9 % sur une base comparable et de 2,7 % en francs suisses par rapport à l'année dernière.

Givaudan a débuté l'année avec une dynamique commerciale toujours solide, un portefeuille de projets bien rempli, un taux de conclusion de nouveaux contrats qui se maintient à un niveau élevé et des taux de croissance conformes aux objectifs de chiffre d'affaires à moyen terme.

A moyen terme, la Société se fixe pour objectifs une croissance organique comprise entre 4,5 % et 5,5 % par an, avec pour hypothèse une croissance du marché estimée entre 2 % et 3 %, et en continuant de 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 améliorant son flux de trésorerie disponible annuel dans une fourchette comprise 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 %. Le ratio d'endettement est la dette nette divisée par la dette nette plus les fonds propres. La Société a décidé de ne pas tenir compte des modifications apportées à l'IAS 19 (Avantages au personnel) dans le calcul de ce ratio.



Chiffre d'affaires de janvier à mars 2013

en millions de CHF	2013	2012	Variation en %	
			en CHF	sur une base comparable*
Chiffre d'affaires total du Groupe	1 088,9	1 060,3	2,7	3,9
Division Parfumerie	517,1	499,1	3,6	4,2
Division Arômes	571,8	561,2	1,9	3,7

**Les montants indiqués sur une base comparable excluent les effets de change, les acquisitions et les cessions*

Division Parfumerie

La Division Parfumerie a enregistré un chiffre d'affaires de CHF 517,1 millions, soit une augmentation de 4,2 % sur une base comparable et de 3,6 % en francs suisses. Le chiffre d'affaires a été porté par la croissance solide du segment des Parfums pour produits de consommation, tandis que le chiffre d'affaires de la Parfumerie fine et des Ingrédients de parfumerie était en recul par rapport au premier trimestre 2012.

La confirmation de l'excellente performance du segment Produits de consommation a donné lieu à une croissance de 5,7 % sur une base comparable des activités de composition (Parfumerie fine et Parfums pour produits de consommation).

Le chiffre d'affaires de la Parfumerie fine a reculé de 5,5 % sur une base comparable par rapport à un premier trimestre 2012 particulièrement solide. La vigueur soutenue des nouveaux contrats conclus n'a pas permis de contrebalancer la forte érosion des marchés européens et nord-américains, dont les ventes ont reculé par rapport à l'année précédente. En Amérique latine, les ventes de parfumerie fine ont continué d'afficher une forte croissance grâce à de nouveaux contrats et à des gains en volume auprès d'un certain nombre de clients.

Le chiffre d'affaires des Parfums pour produits de consommation a augmenté de 8,8 % sur une base comparable par rapport à la progression à deux chiffres enregistrée l'année dernière à la même période. La croissance de ce trimestre s'est répartie entre tous les groupes de clients. Les marchés en développement ont affiché une croissance à deux chiffres, les marchés matures enregistrant également une progression significative.

En Amérique latine, le chiffre d'affaires a affiché une croissance élevée à deux chiffres dans tous les groupes de clients.

En Asie, la solide performance a été fortement stimulée par les clients internationaux. En Europe, Afrique et Moyen-Orient, la croissance du chiffre d'affaires a été portée par une



progression à deux chiffres du segment des produits d'hygiène dans tous les groupes de clients. En Amérique du Nord, la hausse du chiffre d'affaires a été soutenue par les clients locaux et régionaux.

Sur la base des segments de produits, la croissance a été soutenue par la bonne tenue des produits d'hygiène et parfums pour textiles, suivis par les produits d'hygiène bucco-dentaire qui ont affiché une progression solide. Le chiffre d'affaires des Produits d'entretien a également augmenté, alimenté par la catégorie des parfums d'ambiance et d'intérieur chez les clients locaux et régionaux.

Le chiffre d'affaires du segment Ingrédients de parfumerie a baissé de 5,6 % sur une base comparable. L'excellente croissance enregistrée en Europe n'a pas permis de compenser la baisse du chiffre d'affaires des ingrédients de commodités dans les autres régions.

Dans le cadre de la stratégie consistant à promouvoir les produits de spécialités, Ambermax, une molécule aux notes d'ambre puissantes et fusantes, a été lancée sur le marché, où elle a été bien accueillie par les clients.

Division Arômes

La Division Arômes a enregistré un chiffre d'affaires de CHF 571,8 millions, soit une augmentation de 3,7 % sur une base comparable et de 1,9 % en francs suisses.

Le chiffre d'affaires a augmenté sur les marchés en développement d'Afrique, de Chine, d'Inde, d'Indonésie et d'Europe de l'Est, suite à la progression du portefeuille de produits existants et aux nouveaux contrats conclus. De plus, la croissance enregistrée par les marchés matures d'Amérique du Nord et d'Europe de l'Ouest a été contrebalancée par des baisses en Australie, au Japon et en Corée. Au niveau des segments de produits, les bons résultats sont attribuables à une progression à deux chiffres des Snacks et à la solide performance des Produits laitiers et des Boissons.

Le chiffre d'affaires de la région Asie-Pacifique a gagné 3,7 % sur une base comparable, grâce notamment à la bonne performance affichée par les marchés en développement de Chine, d'Inde et d'Indonésie. Les marchés matures du Japon et de la Corée du Sud se sont inscrits en repli par rapport à l'année précédente sur une base de comparaison très élevée. Les Boissons, les Produits laitiers, les Snacks et la Confiserie ont progressé grâce à de nouveaux contrats conclus et à la croissance des activités existantes.

En Europe, en Afrique et au Moyen-Orient, le chiffre d'affaires a augmenté de 4,0 % sur une base comparable. Les marchés émergents d'Afrique, du Moyen-Orient et d'Europe



de l'Est ont enregistré de solides progressions à un chiffre. Les marchés matures ont affiché une performance robuste dans un contexte économique incertain grâce à de nouveaux contrats et à l'expansion de produits existants. Les Snacks ont réalisé une croissance à deux chiffres et les Boissons ont dégagé de bons résultats.

L'Amérique latine a enregistré une croissance de 6,3 % sur une base comparable, confirmant le succès de l'année dernière. Ce beau résultat est attribuable à la progression à deux chiffres au Brésil et en Argentine, ainsi qu'à la solide performance du Mexique. Cette évolution positive s'explique par la signature de nouveaux contrats et par l'expansion des produits existants dans les Boissons, les Produits laitiers et les Snacks.

Le chiffre d'affaires a augmenté de 1,9 % sur une base comparable en Amérique du Nord. Les Snacks y ont contribué avec une croissance à deux chiffres, ainsi que les Produits laitiers, les Entremets salés et la Confiserie. Cette progression a été alimentée par la signature de nouveaux contrats et par le développement des activités existantes.

Pour de plus amples informations, veuillez contacter :

Peter Wullschleger, Givaudan Media Relations
Chemin de la Parfumerie 5
1214 Vernier
Suisse
T +41 22 780 9093
F +41 22 780 9090
E peter_b.wullschleger@givaudan.com