



## Résultats annuels 2008 - Givaudan affiche de solides résultats dans un environnement économique difficile

- Croissance des ventes de 6,7 % en monnaies locales
- Croissance des ventes de 2,5 % pro forma en monnaies locales, hors effet de rationalisation
- Intégration en avance sur son plan, CHF 140 millions d'économies à fin 2008
- Marge EBITDA comparable à 20,6 % (20,9 % en 2007)
- Augmentation du bénéfice net à CHF 111 millions
- Bénéfice net réel par action en augmentation : CHF 15,61 contre CHF 13,12
- Dividende proposé de CHF 20,00, versé en liquidités et fonds propres

Genève, le 17 février 2009. En 2008, les ventes du groupe Givaudan se sont élevées à CHF 4087 millions, soit une augmentation de 6,7 % en monnaies locales et une diminution de 1,1 % en francs suisses par rapport à l'année précédente. En termes pro forma, et, hors impact de la rationalisation du portefeuille, les ventes ont augmenté de 2,5 % en monnaies locales. Compte tenu de cet effet, les ventes pro forma ont augmenté de 1,0 % en monnaies locales et diminué de 6,4 % en francs suisses.

La division Parfumerie a enregistré des ventes de CHF 1898 millions, soit une augmentation de 7,9 % en monnaies locales et une diminution de 0,1 % en francs suisses par rapport à 2007. En termes pro forma, et, hors effet de l'abandon de certains ingrédients, les ventes ont progressé de 1,7 % en monnaies locales.

Les ventes de la division Arômes ont atteint CHF 2189 millions, en augmentation de 5,8 % en monnaies locales et en diminution de 2,0% en francs suisses par rapport à l'année précédente. En termes pro forma, hors impact de la rationalisation d'ingrédients de commodités et de la vente du site de St Louis, les ventes ont augmenté de 3,1 % en monnaies locales.

### **Marge brute**

La marge brute en termes pro forma a baissé de 47,1 % à 45,6 % du fait de l'augmentation exceptionnelle du coût des matières premières, de l'énergie et des transports. Le prix des matières de base et de l'énergie a fini par baisser en fin d'année. Cependant l'impact de cette baisse ne se répercutera sur les coûts des produits de Givaudan qu'une fois que ces réductions auront migré à travers l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement.

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

En 2008, l'EBITDA a augmenté de 12,5 % à CHF 765 millions contre CHF 680 millions en 2007. Sur une base comparable, la marge EBITDA était de 20,6 % en 2008, contre 20,9 % en termes pro forma l'année précédente. Les CHF 90 millions d'économies d'intégration incrémentales en 2008 ont compensé en partie l'érosion de la marge brute. Sur une base comparable, l'EBITDA s'élevait à CHF 842 millions en 2008, en dessous des CHF 911 millions en termes pro forma de l'année précédente. Cette baisse est principalement liée à l'évolution des taux de change.

## **Résultat d'exploitation**

Le résultat d'exploitation a augmenté à CHF 379 millions contre CHF 322 millions l'année précédente, soit une progression de 17,7 %. Sur une base comparable, la marge d'exploitation était de 11,9 % en 2008, maintenue à un niveau stable par rapport à 2007. Sur une base comparable, le revenu d'exploitation s'élevait à CHF 486 millions en 2008, en dessous des CHF 521 millions en termes pro forma de l'année précédente. Cette baisse est principalement liée à l'évolution des taux de change.

## **Performance financière**

Les coûts de financement se sont élevés à CHF 153 millions en 2008, soit une augmentation de CHF 12 millions par rapport à 2007. Cette hausse est principalement due aux intérêts de la dette contractée par le Groupe pour l'achat de Quest International qui portent sur la totalité des douze mois. Les autres charges financières, nettes de revenus, se sont élevées à 71 millions CHF en 2008, contre 16 millions en 2007. En 2008, Givaudan a engagé des frais de couverture importants et enregistré des pertes de taux de change du fait de l'extrême volatilité des monnaies.

Les impôts sur les bénéfices du Groupe mesurés en pourcentage du bénéfice s'élevaient à 28 % en 2008 contre 43 % en 2007. En 2007, un ajustement fiscal unique, sans contrepartie en trésorerie, d'un montant de CHF 28 millions a modifié le taux d'imposition des bénéfices. Sans cet ajustement, le taux d'imposition des bénéfices aurait été de 26 %. L'augmentation du taux d'imposition sous-jacent résulte de l'évolution d'une année sur l'autre, de la répartition des charges d'intégration entre les différentes juridictions fiscales.

## **Bénéfice net**

En termes réels, le bénéfice net a augmenté de 19,4 %, de CHF 93 millions en 2007 à CHF 111 millions en 2008. Cela représente un pourcentage de 2,7 % des ventes en 2008, contre 2,3 % en 2007. Le bénéfice par action non dilué a augmenté, passant à CHF 15,61 en 2008 contre 13,12 l'année précédente. Corrigé des coûts d'intégration et de l'amortissement des immobilisations incorporelles en 2008, le BPA aurait été de CHF 51,20.

## **Flux de trésorerie**

Givaudan a affiché un flux de trésorerie d'exploitation de CHF 541 millions, en augmentation de CHF 9 millions par rapport à l'année 2007. L'ensemble des investissements en actifs incorporels (immobilier, usines et équipement) s'est élevé à CHF 194 millions, un niveau égal à celui de 2007. Ces investissements sont essentiellement dus à l'intégration des activités de Quest. La société a terminé le centre de création de produits de consommation aux États-Unis et a acheté le site de Paris, France dont elle était locataire. Les autres apports aux immobilisations incorporelles s'élevaient à CHF 76 millions en 2008, dont une partie importante de ce montant a été investie dans le projet ERP, basé sur le système SAP. La mise en œuvre a été achevée dans trois pays, à savoir en France, en Suisse et en Allemagne, totalisant environ 35 % des utilisateurs finaux. Les flux de trésorerie d'exploitation après investissements s'élevaient à CHF 271 millions en 2008.

La gestion de la trésorerie tout au long de l'année a permis à la société de réduire sa dette nette de CHF 2621 millions en 2007 à CHF 2438 millions en 2008.

### **Dividende**

Le Conseil d'Administration recommandera à l'Assemblée Générale Ordinaire qui aura lieu le 26 mars, 2009, de procéder à une distribution d'un montant total envisagé de CHF 20.00 pour chaque action détenue. Cette distribution consistera en un dividende en cash de CHF 10.00 et l'émission d'un warrant d'actionnaire pour chaque action détenue. Un certain nombre de warrants (ratio restant à déterminer) permettra de recevoir une action de Givaudan SA en payant le prix d'exercice, qui sera d'au moins 50% du prix de marché de l'action prévalant au moment de l'émission du warrant. Les warrants seront cotés à la bourse Suisse (SIX Swiss Exchange) pour une durée limitée. Des informations supplémentaires seront fournies avec l'invitation à l'Assemblée Générale Ordinaire

### **Intégration de Quest International**

Après la première phase d'intégration, principalement axée sur l'intégration commerciale, Givaudan a continué de progresser dans le domaine plus complexe de la consolidation de ses sites d'exploitation. De nombreux projets nécessaires aux stratégies de croissance, ont été terminés en 2008 avec succès.

Dans la division Parfumerie, le Centre de Création du continent Nord Américain a été transféré vers un nouveau site plus grand qui offre davantage d'installations pour les tests auprès des consommateurs. Ce site se trouve à East Hanover, dans l'État du New Jersey (États-Unis). En Europe, nous avons agrandi notre Centre de Création d'Argenteuil (France) où toutes les activités de création de la région y seront consolidées en 2009.

Aux Etats-Unis, Givaudan a consolidé toutes ses activités de composition dans le site existant, situé à Mount Olive (New Jersey), dont la capacité a été augmentée. La première phase d'expansion de l'usine de production d'ingrédients chimiques de Pedro Escobedo (Mexique) s'est achevée avec succès. Le site de production d'ingrédients de parfumerie de Lyon (France) sera fermé fin mars 2009.

Dans la division Arômes, le site de production d'arômes de Pedro Escobedo au Mexique a été fermé et la production a été transférée dans le site plus grand de Cuernavaca. Poursuivant la mise en œuvre de son plan d'intégration, Givaudan a annoncé la fermeture du site de production d'arômes de Owings Mills (États-Unis). Cela fait suite à l'expansion des sites de Devon et de East Hanover. Dans les marchés en développement, la capacité de production a été accrue en Indonésie et Givaudan a investi pour agrandir ses laboratoires de science et technologie à Shanghai.

### **Perspectives**

En 2009, Givaudan devrait sans aucun doute dépasser la croissance du marché sous-jacent, grâce à un portefeuille solide de projets et de nouveaux contrats gagnés.

Les progrès réalisés lors de l'intégration ont renforcé la plateforme unique de Givaudan pour permettre une croissance accélérée et une amélioration de sa performance. La société est en bonne voie d'atteindre l'objectif annoncé de CHF 200 millions d'économies et de ce fait, de retrouver d'ici 2010, le niveau de marge EBITDA de 22,7% qu'elle avait atteint avant l'acquisition.

Dans le difficile contexte économique actuel, Givaudan poursuit ses initiatives de croissance afin d'augmenter sa part de marché dans les pays en développement et sur des segments de marché clés au cours des cinq prochaines années.

#### Chiffres clés en termes réels

En millions de francs suisses	2008	2007
Hors mis les données par action		
Chiffre d'affaires du groupe	4 087	4 132
de la division Parfumerie	1 898	1 899
de la division Arômes	2 189	2 233
Bénéfice brut	1 862	1 941
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	45,6 %	47,0%
EBITDA 1)	765	680
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	18,7 %	16,5 %
Bénéfice d'exploitation	379	322
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	9,3 %	7,8 %
Bénéfice net	111	93
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	2,7 %	2,3 %
Bénéfice par action (non dilué)	15,61	13,12

En millions de francs suisses	31 décembre 2008	31 décembre 2007
<i>Actifs circulant</i>	2 180	2 242
<i>Actifs immobilisés</i>	4 817	5 655
<b>Total des actifs</b>	<b>6 997</b>	<b>7 897</b>
<i>Dettes à court terme</i>	1 109	1 013
<i>Dettes à long terme</i>	3 795	4 202
<i>Fonds propres</i>	2 093	2 682
<b>Total des passifs et des fonds propres</b>	<b>6 997</b>	<b>7 897</b>

1) EBITDA: Bénéfice avant intérêts (et autres revenus financiers), impôts et amortissements des immobilisations corporelles et incorporelles. Ce chiffre correspond au bénéfice d'exploitation avant déductions pour amortissements corporels et incorporels et dépréciation des actifs à long terme.

**Chiffres clés comparés aux chiffres de 2007 en termes pro forma <sup>1)</sup>**

En millions de francs suisses	2008	2007 <sup>1)</sup>
Chiffre d'affaires du groupe	4 087	4 366
de la division Parfumerie	1 898	2 027
de la division Arômes	2 189	2 339
Bénéfice brut	1 862	2 057
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	45,6 %	47,1 %
EBITDA sur une base comparable 2) 3)	842	911
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	20,6 %	20,9 %
EBITDA 2)	765	911
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	18,7 %	20,9 %
Bénéfice d'exploitation sur une base comparable 3)	486	521
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	11,9 %	11,9 %
Bénéfice d'exploitation	379	521
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	9,3 %	11,9 %

1) Préparés sur une base pro forma ajustée, illustrant les activités combinées de Givaudan et Quest International sur les exercices se clôturant le 31 décembre 2007, à l'exception des dépenses ponctuelles associées à l'acquisition de Quest International, aux frais de réorganisation et aux dépenses issues du traitement comptable de cette transaction, supposant que cette acquisition a eu lieu le 1<sup>er</sup> janvier 2007.

2) EBITDA: Bénéfice avant intérêts (et autres revenus financiers), impôts et amortissements des immobilisations corporelles et incorporelles. Ce chiffre correspond au bénéfice d'exploitation avant déductions pour amortissements corporels et incorporels et dépréciation des actifs à long terme.

3) L'EBITDA et le bénéfice d'exploitation comparables pour 2008 et 2007 excluent les charges de restructuration en relation avec l'acquisition (en 2007 il existe également des charges de restructuration non liées à l'acquisition).

**Division Parfumerie**

La division Parfumerie a enregistré un chiffre d'affaires de CHF 1898 millions, soit une hausse de 7,9 % en monnaies locales et un repli de 0,1 % en francs suisses. En termes pro forma et hors effet de l'abandon de certains ingrédients, la croissance des ventes a marqué une progression de 1,7 % en monnaies locales et un repli de 6,1 % en francs suisses. La rationalisation des ingrédients de parfumerie à faible valeur ajoutée a eu un impact total de CHF 14 millions. Compte tenu de cet

effet, les ventes pro forma ont augmenté de 1,0 % en monnaies locales mais ont baissé de 6,4 % en francs suisses.

Ce résultat positif est dû à la croissance au dessus du marché de la Parfumerie fine, qui a connu un excellent second semestre ainsi qu' à la croissance des ingrédients de spécialité et des Parfums pour les produits de consommation.

En 2008, l'EBITDA a atteint CHF 348 millions contre CHF 288 millions en 2007, soit une augmentation de 20,8%. Sur une base comparable, la marge EBITDA était de 21,1% en 2008, contre 20,7% en termes pro forma l'année précédente. Les économies incrémentales d'intégration en 2008 ont neutralisé l'érosion de la marge brute. Sur une base comparable, l'EBITDA s'élevait à CHF 400 millions en 2008, en dessous des CHF 420 millions en termes pro forma de l'année précédente.

Le résultat d'exploitation a atteint CHF 153 millions contre CHF 118 millions l'année précédente, soit une augmentation de 29,7%. Sur une base comparable, la marge d'exploitation a progressé à 12,1 % en 2008 contre 11,5 % en 2007. Sur une base comparable, le résultat d'exploitation s'élevait à CHF 230 millions en 2008, soit en dessous des CHF 234 millions en termes pro forma de l'année précédente.

À la fin de l'année, la division a terminé la consolidation des activités de création, développement et ventes de Givaudan et de l'ancienne société Quest International dans tous les marchés clés. Des investissements importants ont été réalisés pour poursuivre la rénovation du centre européen de création de produits de consommation d'Argenteuil en France.

Le nouveau centre de création de produits de consommation de East Hanover (New Jersey) était complètement opérationnel fin 2008. Cette nouvelle installation augmente considérablement les capacités de Givaudan en matière d'évaluation, de recherche en laboratoire et scientifique en Amérique du Nord.

La première phase de l'expansion du site de production de Mount Olive aux États-Unis a été achevée en juin et la deuxième phase, prévue pour la mi-2009, permettra la consolidation complète de l'ensemble des activités de mélange de Givaudan en Amérique du Nord. Conformément à la stratégie consistant à disposer d'une palette d'ingrédients compétitive pour les parfumeurs, la fermeture du site de production d'ingrédients de commodités de Lyon (France) a été annoncée en octobre et devrait être achevée d'ici à la fin du mois de mars 2009.

### **Division Arômes**

Le chiffre d'affaires de la division Arômes a atteint CHF 2189 millions, soit une croissance de 5,8 % en monnaies locales et une réduction de 2,0 % en francs suisses. En termes pro forma et en excluant l'impact de la rationalisation d'ingrédients de commodités et de la vente du site de St Louis, les ventes ont augmenté de 3,1 % en monnaies locales. Toutes les régions ont enregistré en 2008, une bonne croissance des ventes, avec la contribution de nouveaux contrats dans tous les segments.

En incluant l'effet de l'abandon des ingrédients de commodités, la croissance des ventes pro forma a enregistré une hausse de 1,0 % mais un repli de 6,4 % en francs suisses. L'impact total de la rationalisation des ingrédients d'arômes à faible valeur ajoutée et la cession du site de production de St Louis (États-Unis) en février 2008, ont eu un impact total évalué à CHF 47 millions.

Malgré un contexte économique difficile, les ventes sur les marchés matures d'Europe et d'Amérique du Nord ont augmenté du fait d'un grand nombre de nouveaux contrats. Les ventes ont augmenté dans tous les segments, soutenues par une augmentation à deux chiffres pour les Snacks et une forte croissance à un chiffre sur les segments Entremets salés et Produits laitiers.

Les catégories Restauration rapide et Santé & Bien-être ont affiché une forte croissance à deux chiffres qui résulte des initiatives de croissance prises par la division.

En 2008, l'EBITDA a augmenté de 6,4% à CHF 417 millions contre CHF 392 millions en 2007. Sur une base comparable, la marge EBITDA était de 20,2 % en 2008, contre 21,0 % en termes pro forma l'année précédente. Sur une base comparable, l'EBITDA s'élevait à CHF 442 millions en 2008, soit en dessous des CHF 491 millions en termes pro forma de l'année précédente.

Le résultat d'exploitation a augmenté à CHF 226 millions contre CHF 204 millions l'année précédente, soit une augmentation de 10,8 %. Sur une base comparable, la marge d'exploitation a diminué à 11,7 % en 2008 contre 12,3% en 2007. Sur une base comparable, le résultat d'exploitation s'élevait à CHF 256 millions en 2008, en dessous des CHF 287 millions en termes pro forma de l'année précédente.

En 2008, la division Arômes s'est concentrée sur le lancement d'importants arômes populaires à l'échelle mondiale à travers son programme TasteEssentials™ pour le citron, la vanille et le poulet. Elle y est parvenue grâce à l'introduction de nouveaux ingrédients élaborés en 2008 et à des études de consommation innovantes, démontrant ainsi sa suprématie mondiale dans ces familles d'arômes.

De nouveaux ingrédients inédits ont été développés pour permettre à nos aromaticiens de mettre au point des arômes élaborés pour les produits laitiers, des arômes de thé et de café bénéficiant d'un goût, d'une authenticité, d'une stabilité et d'un rapport coût/efficacité améliorés. La nouvelle ligne de produits SunThesis™ Citrus constitue une alternative économique, authentique et naturelle aux essences de citron dont le prix s'est envolé en 2008 du fait d'une pénurie mondiale.

Les investissements constants réalisés dans pour la famille de produits TasteSolutions™ pour la réduction du sel, le renforcement du sucré, et l'atténuation de l'amertume, ont abouti à l'introduction de systèmes d'arômes inédits. Cela s'est traduit par une croissance des ventes à deux chiffres dans le domaine stratégique des applications Santé et Bien-être.

Le programme CulinaryTrek™ Chicken (poulet) a été conduit dans dix marchés clés matures et en développement sur la base d'une étude ethnographique d'envergure mondiale réalisée en interne. Les enseignements obtenus sur les consommateurs dans le cadre de cette étude, associés à des recherches sensorielles et technologiques, ont permis la mise au point de nouveaux arômes. Grâce à ce programme, Givaudan a encore renforcé son avantage compétitif dans ce domaine.

En 2008, la division Arômes a organisé sa manifestation annuelle mondiale ChefsCouncil™ en Espagne, au centre de développement de El Bulli, l'un des restaurants les plus réputés au monde. Une session de TasteTrek™ Citrus a été conduite en partenariat avec l'université de Californie, Riverside. L'université abrite l'une des plus importantes collections d'essences de citron et constitue un partenaire stratégique pour Givaudan. Au dernier trimestre 2008, la division a lancé sa gamme d'arômes de viande et de volaille ByNature™ en Europe, afin de répondre à une demande croissante des consommateurs. Le lancement du portefeuille de produits EverCool™ (menthe et sensation de fraîcheur), qui repose sur un savoir-faire breveté de développement d'arômes et sur

des recherches en biologie moléculaire, a abouti avec succès à la création d'applications pour chewing-gums. Ces progrès importants renforcent la position de Givaudan en tant que leader dans le domaine des agents rafraîchissants.

Les dispositifs de diffusion jouent un rôle très important dans l'amélioration des arômes tant dans les aliments que les boissons. Exploitant le savoir-faire combiné de Givaudan et de Quest, le portefeuille PureDelivery™ de solutions de diffusion pour l'industrie a été lancé.

Le 17 février 2009 à 15 heures (CET), une conférence téléphonique sera diffusée sur notre site internet à l'adresse suivante: <http://www.givaudan.com>.

Available Documents and Links:

[Annual & Financial Report 2008](#)

[Full Year 2008 Results Presentation](#)

Pour toute information, vous pouvez contacter:

Peter Wullschleger, Givaudan Media Relations  
5, chemin de la Parfumerie, CH-1214 Vernier  
T +41 22 780 90 93, F +41 22 780 90 90  
E-mail: [peter\\_b.wullschleger@givaudan.com](mailto:peter_b.wullschleger@givaudan.com)