



RÉSULTATS ANNUELS 2010

tous les objectifs d'intégration atteints – entrée dans une nouvelle ère de croissance rentable

? ? ?

- Chiffre d'affaires de CHF 4,2 milliards, soit une croissance de 8,9% en monnaies locales
- Amélioration de l'EBITDA sur une base comparable à CHF 963 millions, en hausse de 18,4% en monnaies locales
- Amélioration de la marge EBITDA sur une base comparable de 22,7%, équivalant aux niveaux atteints avant l'acquisition
- Bénéfice net de CHF 340 millions, en hausse de 71%
- Flux de trésorerie disponible de CHF 437 millions, soit 10,3% du chiffre d'affaires
- Renforcement du bilan, réduction de la dette nette de CHF 1 353 millions
- Proposition d'un dividende en numéraire non imposable de CHF 21.50

Gilles Andrier, Directeur général, se félicite de ces résultats : « Je suis fier de pouvoir annoncer que nous sommes parvenus à atteindre tous nos objectifs d'intégration et avons réalisé d'excellents résultats en 2010. En tant que leader incontesté du marché, nous entrons désormais sereinement dans une nouvelle ère de croissance rentable. Comme toujours, nous aspirons à rester des partenaires incontournables auprès de nos clients pour la création de nouveaux parfums et arômes qui s'imposent dans la durée. »

Genève, le 8 février 2010 – En 2010, le chiffre d'affaires du groupe Givaudan a totalisé CHF 4 239 millions, soit une hausse de 8,9% en monnaies locales et de 7,1% en francs suisses par rapport à l'année dernière. La division Parfumerie a enregistré un chiffre d'affaires de CHF 1 988 millions, soit une hausse de 10,5% en monnaies locales et de 9,0% en francs suisses. Le chiffre d'affaires de la division Arômes s'est établi à CHF 2 251 millions, soit une hausse de 7,5% en monnaies locales et de 5,4 % en francs suisses par rapport à l'année dernière.

Marge brute

La marge brute est passée de 45,0% à 46,1%, grâce à la hausse des volumes, à un mix produits favorable et à la relative stabilité des coûts de production.

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

L'EBITDA a augmenté en 2010 à CHF 887 millions, contre CHF 758 millions en 2009. Sur une base comparable, hors coûts d'intégration et de restructuration, l'EBITDA a atteint CHF 963 millions contre CHF 820 millions l'année précédente. Sur une base comparable, la marge EBITDA était de 22,7% en 2010, contre 20,7% en 2009. La hausse du chiffre d'affaires, l'amélioration de la marge brute, ainsi qu'une stricte maîtrise des dépenses d'exploitation ont contribué à ce résultat. Sur une base comparable, l'EBITDA a progressé de 18,4% en monnaies locales.

Résultat d'exploitation

Le résultat d'exploitation a augmenté à CHF 556 millions contre CHF 460 millions en 2009. Sur une base comparable, compte non tenu des CHF 99 millions de coûts d'intégration et de restructuration,

le résultat d'exploitation est passé à CHF 655 millions en 2010, contre CHF 525 millions en 2009. Sur une base comparable, la marge d'exploitation a progressé à 15,5% en 2010, contre 13,3% en 2009, essentiellement du fait de l'accroissement des ventes et de la réduction proportionnelle des charges d'exploitation. Sur une base comparable, le résultat d'exploitation a augmenté de 25,5% en monnaies locales.

Performance financière

Les coûts de financement se sont élevés à CHF 93 millions en 2010, contre CHF 142 millions en 2009. Les autres charges financières, nettes de revenus, se sont élevées à CHF 26 millions en 2010, contre CHF 51 millions en 2009. En particulier, les charges pour pertes de valeur des actifs comptabilisées au premier semestre 2009 n'ont pas été réitérées en 2010.

Les impôts sur les bénéfices du Groupe, mesurés en pourcentage du bénéfice brut, s'élevaient à 22 % en 2010 contre 25 % en 2009.

Bénéfice net

Le bénéfice net a progressé de 70,9 % à CHF 340 millions, contre CHF 199 millions en 2009, soit 8,0 % du chiffre d'affaires en 2010, contre 5,0 % en 2009. Le bénéfice par action non dilué a augmenté à CHF 37.87, contre CHF 25.07 en 2009.

Flux de trésorerie

Givaudan a dégagé un flux de trésorerie d'exploitation de CHF 730 millions, soit une baisse de CHF 8 millions par rapport à 2009. La vigueur de la croissance du chiffre d'affaires entraîné une hausse du fonds de roulement, qui néanmoins, en pourcentage des ventes, est resté stable.

Le total des investissements nets en immobilisations incorporelles (immobilier, usines et équipement) s'élevait à CHF 105 millions, contre CHF 85 millions en 2009, essentiellement en raison des investissements destinés à la nouvelle usine de production d'arômes pour entremets salés en Hongrie. Les autres immobilisations incorporelles se sont établies à CHF 72 millions en 2010, dont une partie importante a été allouée au projet Enterprise Resource Planning (ERP) basé sur le système SAP. La mise en œuvre a été achevée dans le reste de l'Europe, en Amérique du Nord et du Sud (Parfums), le projet s'orientant désormais vers l'Amérique du Nord (Arômes) et l'Asie. Le flux de trésorerie d'exploitation après investissement s'élevait à CHF 553 millions, soit une baisse de 6,1 % par rapport aux CHF 589 millions enregistrés en 2009. Le flux de trésorerie disponible, c'est-à-dire le flux de trésorerie d'exploitation après investissements et intérêts, s'établissait à CHF 437 millions en 2010, soit une baisse par rapport aux CHF 459 millions en 2009, essentiellement due à l'accroissement des besoins en fonds de roulement et à la hausse des investissements en 2010. Le flux de trésorerie disponible en pourcentage des ventes était de 10,3 % contre 11,6 % en 2009.

Position financière

La position financière de Givaudan était toujours solide à la fin décembre 2010. Les bons résultats d'exploitation n'ont été atténués que par les pressions exercées sur le fonds de roulement, bien que ce dernier soit resté constant en pourcentage du chiffre d'affaires. La dette nette s'établissait à CHF 1 353 millions fin décembre 2010, en dessous des CHF 1 499 millions affichés (Hors les obligations remboursables en actions, Mandatory Convertible Securities, MCS) en décembre 2009. En mars 2010, des obligations remboursables d'une valeur de CHF 750 millions sont arrivées à échéance et les actions Givaudan ont été remises aux détenteurs de titres. Au total, 736 785 nouvelles actions ont été livrées aux détenteurs de MCS, portant le nombre total des actions en circulation à 9 233 586. A la fin décembre 2010, le ratio d'endettement (défini comme la dette nette divisée par la dette nette plus les capitaux propres) était de 28%, contre 30% fin 2009.

Intégration et restructuration

En 2010, Givaudan a mené à bien l'intégration de Quest International, amorcée en 2007. Le processus d'intégration s'est déroulé comme prévu et a permis d'atteindre les objectifs financiers communiqués au préalable, faisant de Givaudan le leader de son secteur. La mise en commun des opérations des deux sociétés se traduit par des économies annuelles de CHF 230 millions, permettant ainsi au Groupe de retrouver ses niveaux de rentabilité d'avant l'acquisition, et en particulier de réaliser une marge EBITDA de 22,7% en 2010. Le total des coûts de l'intégration s'est élevé à CHF 440 millions.

En 2010, Givaudan a annoncé la rationalisation de sa production d'entremets salés au Royaume-Uni et en Suisse, ainsi que d'autres programmes d'amélioration de son efficacité. La même année, les coûts de restructuration du Groupe se sont élevés à CHF 27 millions et les pertes de valeur des actifs à CHF 10 millions. Les coûts totaux du programme de restructuration devraient atteindre CHF 75 millions, dont CHF 55 millions en numéraire. Le processus de restructuration devrait s'achever en 2011.

Dividende proposé

À l'occasion de l'Assemblée générale des actionnaires qui se tiendra le 24 mars 2011, le Conseil d'administration proposera un dividende en numéraire de CHF 21.50 par action au titre de l'exercice 2010. Il s'agira de la dixième hausse consécutive en dix ans, depuis la première cotation de Givaudan à la Bourse suisse en 2000. Le montant total de cette distribution de dividendes sera prélevé sur les réserves en capital libéré additionnel apparaissant au bilan de Givaudan à la clôture de l'exercice 2010. Conformément à la nouvelle législation fiscale suisse, le versement de ce dividende ne sera pas soumis à l'impôt anticipé suisse et ne sera pas non plus imposable au titre de l'impôt sur le revenu pour les actionnaires qui détiennent des actions au sein de leur patrimoine privé et qui sont fiscalement résidents en Suisse.

Planification de la relève au sein du Conseil d'administration

Afin de faciliter la relève des administrateurs dans les années à venir, le Conseil d'administration proposera, à l'occasion de l'Assemblée générale, deux amendements aux Statuts prévoyant des mandats flexibles allant de un à trois ans et un accroissement du nombre de membres du Conseil de sept à neuf au maximum.

Le Conseil d'administration proposera par ailleurs la réélection de M. Henner Shierenbeck pour un mandat d'un an. À l'issue de cet ultime mandat, il aura siégé douze ans au Conseil d'administration et ne se représentera plus à sa réélection. De plus, Mme Lilian Fossum Biner, de nationalité suédoise, sera proposée comme nouveau membre pour un mandat de trois ans. Mme Biner est membre des conseils d'administration de deux sociétés suédoises cotées en bourse : Oriflame Cosmetics SA et RNB, Retail and Brands AB.

Perspectives à court terme

Eu égard à la récente hausse des prix de certaines matières premières de base fin 2010, la Société s'attend à une forte augmentation des prix des matières premières en 2011. Givaudan travaillera en étroite collaboration avec ses clients en vue de procéder aux ajustements de prix nécessaires.

Perspectives à moyen terme

À moyen terme, la Société vise à atteindre une croissance organique de 4,5% à 5,5% par an sur la base d'une croissance du marché estimée à 2%-3% et à acquérir de nouvelles parts de marché au cours des cinq prochaines années.

En déployant sa stratégie de croissance axée sur trois piliers (marchés en développement, Santé et Bien-être ainsi que gains de parts de marché sur des segments et auprès de clients ciblés), Givaudan entend réaliser une croissance supérieure à celle du marché sous-jacent et continuer de dégager la marge EBITDA la plus élevée du secteur, tout en augmentant son flux de trésorerie annuel disponible à 14%-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 une fois que le ratio d'endettement visé (défini comme la dette nette divisée par la dette nette plus les capitaux propres) de 25% aura été atteint.

Chiffres clés

En millions de CHF	2010	2009
hors données par action		
Chiffre d'affaires du Groupe	4 239	3 959
dont division Parfumerie	1 988	1 824
dont division Arômes	2 251	2 135
Bénéfice brut	1 956	1 780
En % du chiffre d'affaires	46,1 %	45,0 %
EBITDA sur une base comparable 1) 2)	963	820
En % du chiffre d'affaires	22,7 %	20,7 %
EBITDA 1)	887	758
En % du chiffre d'affaires	20,9 %	19,1 %
Résultat d'exploitation sur une base comparable 2)	655	525
En % du chiffre d'affaires	15,5 %	13,3 %
Résultat d'exploitation	556	460
En % du chiffre d'affaires	13,1 %	11,6 %
Bénéfice net	340	199
En % du chiffre d'affaires	8,0 %	5,0 %
Bénéfice par action non dilué	37,87	25,07

En millions de CHF	31 décembre 2010	31 décembre 2009
Actif circulant	2 609	2 389
Actifs immobilisés	4 314	4 694
Total des actifs	6 923	7 083
Dettes à court terme	1 107	1 466
Dettes à long terme	2 370	2 805
Fonds propres	3 446	2 812
Total des passifs et des fonds propres	6 923	7 083

1) EBITDA : *Earnings Before Interest (and other financial income (expense), net), Tax, Depreciation and Amortisation. Bénéfice avant intérêts (et autres produits financiers), impôts et amortissements des immobilisations corporelles et incorporelles.*

2) L'EBITDA sur une base comparable ne tient pas compte des charges de restructurations associées à l'acquisition. Le résultat d'exploitation sur une base comparable exclut les charges de restructuration associées à l'acquisition et la dépréciation des actifs à long terme.

Division Parfumerie

La division Parfumerie a enregistré un chiffre d'affaires de CHF 1 988 millions, soit une hausse de

10,5 % en monnaies locales et de 9,0 % en francs suisses. Après une croissance à deux chiffres au premier semestre, les ventes ont poursuivi leur solide progression au second semestre, par rapport à une base de comparaison déjà élevée.

Le chiffre d'affaires total de la division Parfumerie (Parfumerie fine et Parfums pour produits de consommation) a augmenté de 10,5% en monnaies locales et de 9,0% en francs suisses, à CHF 1 719 millions contre CHF 1 576 millions. Le chiffre d'affaires du segment Ingrédients de parfumerie a progressé de 10,7% en monnaies locales, grâce à une demande globale importante, en particulier pour les ingrédients de spécialité.

Les trois segments de la division ont enregistré de très bons résultats en 2010. La Parfumerie fine, qui a particulièrement souffert de la réduction des stocks au niveau des ventes de détail l'année dernière, a fortement rebondi, son chiffre d'affaires progressant de 18,3%. Le segment Parfums pour produits de consommation, moins sujet aux variations cycliques, a affiché une croissance de 8,3%. Une certaine composante de restockage a favorisé la croissance tant pour le segment Parfumerie fine que pour le segment Ingrédients de parfumerie.

L'EBITDA a augmenté à CHF 398 millions, contre CHF 333 millions en 2009. Sur une base comparable, l'EBITDA a progressé à CHF 445 millions, contre CHF 370 millions l'année dernière. Le mix produits favorable attribuable à la croissance des ventes du segment Parfumerie fine et l'utilisation adéquate des capacités résultant de volumes de production plus importants sur l'ensemble des segments ont contribué à l'amélioration de la marge brute. Sur une base comparable, la marge EBITDA a progressé à 22,4%, contre 20,3% l'année dernière.

Le résultat d'exploitation a augmenté de 25,1% à CHF 239 millions, contre CHF 191 millions l'année dernière, grâce à la progression du bénéfice brut et à la stabilisation des charges d'exploitation. Sur une base comparable, la marge d'exploitation a augmenté à 14,9% en 2010, contre 12,5% pour la même période en 2009, essentiellement du fait de l'accroissement de la marge brute et de l'absorption globale des coûts. Sur une base comparable, le résultat d'exploitation s'est établi à CHF 297 millions, en hausse par rapport aux CHF 228 millions publiés l'an dernier.

La nouvelle unité de production polyvalente de Pedro Escobedo au Mexique, achevée en novembre 2009, est entièrement opérationnelle depuis début 2010 et a été en mesure de répondre à la hausse récente de la demande dans le domaine des ingrédients de parfumerie. En octobre, notre site de composants d'Argenteuil en France a arrêté définitivement sa production qui est désormais assurée par le site d'Ashford au Royaume-Uni et de Vernier en Suisse. Le site de production d'ingrédients de Naarden, aux Pays-Bas, doit entièrement cesser ses activités en 2012, les premiers transferts de production vers d'autres usines ayant déjà commencé.

Le nouveau centre de création dédié aux parfums de São Paulo, au Brésil, a été inauguré en octobre 2010. Il héberge les équipes régionales Parfumerie fine et Parfums pour produits de consommation au sein de laboratoires dédiés à la parfumerie et aux applications ainsi que les installations de nouvelle génération destinées à l'évaluation de parfums pour produits d'ambiance, d'entretien, lessives et soins corporels. Ce nouveau site double la taille de l'unité actuelle et fournit aux équipes des capacités accrues de création, d'application et de support technologique qui leur permettront de répondre à la demande croissante au Brésil et dans le reste de l'Amérique latine.

SAP a été installé avec succès au Brésil, en Argentine, en Colombie et sur les sites de production d'ingrédients au Mexique et en Espagne.

Parfumerie fine

Le chiffre d'affaires de la Parfumerie fine a affiché une solide dynamique de croissance tout au long de 2010, enregistrant une progression de 18,3% par rapport à 2009. Les clients ont reconstitué leurs stocks en début d'année, puis ont retrouvé un rythme normal de commandes en fin d'année. Cette performance a également été fortement soutenue par une hausse du nombre de contrats remportés sur l'ensemble des segments, y compris sur les marchés de prestige, de masse et de spécialité ainsi que dans la vente directe.

En termes régionaux, l'Europe et l'Amérique du Nord ont affiché une forte croissance à deux chiffres. En Amérique latine, l'activité a enregistré des gains solides grâce à la croissance exceptionnelle observée en 2009. Le portefeuille de projets et de nouveaux contrats remportés s'est étoffé sans discontinuer tout au long de l'année.

Les parfums Givaudan ont permis aux produits de nos clients de remporter de nombreux prix. Dans la catégorie Prestige féminin, les parfums Givaudan créés pour Lola, de Marc Jacobs, et Ricci Ricci, de Nina Ricci, ont remporté tous les prix aux États-Unis et dans tous les pays d'Europe. Dans la catégorie Prestige masculin, 1 Million, de Paco Rabanne, et Artisan, de John Varvatos, se sont également vu décerner plusieurs prix. Au total, 19 produits de parfumerie fine composés de

parfums créés par Givaudan ont été récompensés au cours de diverses cérémonies en Europe et aux Etats-Unis.

Par ailleurs, la Fragrance Foundation de New York a décerné à Miriad 2.0® de Givaudan le FiFi® Technological Breakthrough of the Year for Fragrance Creation & Formulation 2010.

Miriad® 2.0 est un outil interactif de gestion des connaissances qui regroupe des connaissances approfondies sur les ingrédients, les consommateurs et les marchés dans un système unique accessible partout à travers le monde.

Par cette récompense, c'est la capacité de Givaudan à faire entendre la voix du consommateur à chaque étape du processus de développement des parfums qui a été reconnue.

Parfums pour produits de consommation

L'activité Parfums pour produits de consommation a progressé de 8,3% en monnaies locales, sous l'impulsion de l'accroissement des ventes observé sur l'ensemble des groupes de clients. Les marchés en développement comme les marchés matures ont contribué à ce résultat. Le chiffre d'affaires de l'Asie-Pacifique a également enregistré une forte croissance à deux chiffres pour tous les groupes de clients et sur tous les segments de produits, en particulier en Inde, en Thaïlande et en Chine.

En Amérique latine, le chiffre d'affaires a affiché une croissance solide grâce aux ventes du segment lessives, avec en tête le Mexique et le Venezuela. Les ventes aux clients locaux et régionaux ont enregistré une croissance à deux chiffres, talonnées par les ventes aux clients internationaux.

Dans la région Europe, Afrique, Moyen-Orient, le chiffre d'affaires a progressé sur l'ensemble des marchés en développement et matures, sous l'impulsion des clients internationaux. Le chiffre d'affaires auprès des clients régionaux et locaux a marqué une forte progression au sein des marchés en développement de la région.

Dans la région Amérique du Nord, le chiffre d'affaires a progressé grâce à la performance de la catégorie parfums d'ambiance et à la solidité des volumes de ventes auprès des clients internationaux.

À l'échelle internationale, tous les segments de produits ont progressé par rapport à l'année dernière. Le chiffre d'affaires du segment de parfums pour lessives a affiché la plus forte hausse, suivi par le segment des parfums pour produits d'entretien, en forte croissance. Sur ce segment, la catégorie des parfums d'ambiance a enregistré une forte progression à deux chiffres, en particulier dans les régions Amérique du Nord et Asie-Pacifique. Le chiffre d'affaires du segment parfums pour soins corporels s'est également inscrit en forte hausse par rapport à l'année précédente dans toutes les régions.

Ingrédients de parfumerie

Le chiffre d'affaires des Ingrédients de parfumerie s'est accru de 10,7% en monnaies locales, l'ensemble des catégories de produits ayant contribué à cette performance. Les ingrédients de spécialité de Givaudan ont enregistré une croissance particulièrement importante grâce à la demande soutenue en ingrédients innovants.

L'unité de production polyvalente de notre site de production d'ingrédients situé à Pedro Escobedo au Mexique était entièrement opérationnelle dès début 2010. Plusieurs produits clés y ont été transférés afin de soutenir la compétitivité de nos ingrédients.

L'unité de production d'ingrédients de parfumerie de Naarden, aux Pays-Bas, doit fermer d'ici 2012. La production de cette unité sera transférée vers d'autres sites de Givaudan. Fin 2010, SAP avait été installé sur tous les sites de production d'ingrédients.

Division Arômes

Le chiffre d'affaires de la division Arômes a atteint CHF 2 251 millions, soit une hausse de 7,5% en monnaies locales et de 5,4 % en francs suisses.

La forte dynamique enregistrée au cours des six premiers mois sur l'ensemble des régions et des segments s'est maintenue au second semestre, par rapport à une base de comparaison élevée. Cette solide progression s'explique par le succès confirmé des stratégies de croissance mises en place au sein de la division, telles que la priorité accordée aux marchés en développement, les initiatives Santé et Bien-être et le ciblage de clients-clés.

La dynamique de croissance de la division Arômes s'est accélérée en Amérique du Nord et en Europe et demeurait solide en Asie-Pacifique et en Amérique latine. Tous les principaux segments ont progressé, notamment les segments Boissons, Confiserie et Snacks qui ont enregistré des

croissances à deux chiffres.

Le portefeuille de projets est resté bien garni tout au long de l'année, grâce à l'intérêt marqué de nos clients pour les produits innovants.

L'EBITDA a augmenté à CHF 489 millions, contre CHF 425 millions en 2009. Sur une base comparable, l'EBITDA a progressé à CHF 518 millions, contre CHF 450 millions l'année dernière. Toujours sur une base comparable, la marge EBITDA a augmenté à 23,0%, contre 21,1% en 2009, essentiellement du fait de l'accroissement des ventes et du bénéfice brut, ainsi que d'une stricte maîtrise des dépenses.

Le résultat d'exploitation a augmenté à CHF 317 millions contre CHF 269 millions en 2009. Sur une base comparable, la marge d'exploitation a progressé à 15,9% en 2010 contre 13,9% l'année dernière. Sur une base comparable, le résultat d'exploitation s'élevait à CHF 358 millions, s'inscrivant ainsi en hausse par rapport aux CHF 297 millions en 2009.

Sur l'ensemble des régions et des segments, la division Arômes a travaillé en étroite collaboration avec ses clients pour saisir des opportunités d'innovation et de croissance. Au regard des applications Santé et Bien-être, la division a confirmé le succès de la commercialisation de ses solutions de remplacement du sucre et du sel, qui s'est traduit par une croissance à deux chiffres sur ce segment de marché.

Asie-Pacifique

Le chiffre d'affaires de l'Asie-Pacifique a progressé de 8,4% en monnaies locales, une performance solide par rapport à une base de comparaison élevée. Les marchés en développement tels que la Chine, l'Inde et l'Asie du Sud-Est ont enregistré des croissances à deux chiffres, grâce à la signature de nouveaux contrats et à une plus grande pénétration de ces marchés. Les ventes se sont accrues sur les marchés matures, notamment au Japon qui a affiché une croissance solide.

La croissance s'est répartie harmonieusement sur l'ensemble des segments grâce à la signature de nouveaux contrats et à la croissance organique de la clientèle, notamment dans les segments Snacks, Boissons et Confiserie.

Europe, Afrique et Moyen-Orient

Le chiffre d'affaires a progressé de 5,6% sur les marchés en développement d'Afrique et du Moyen-Orient, mais également en Europe de l'Est (particulièrement en Pologne et en Russie), affichant une croissance à deux chiffres tout au long de l'année. Les marchés matures d'Europe de l'Ouest ont également enregistré une solide hausse.

La région a marqué une progression sur l'ensemble des segments, grâce notamment à l'intensification de la collaboration avec les clients qui a permis la signature de nouveaux contrats et la création de solutions aromatiques innovantes. L'étoffement de la gamme de produits Santé et Bien-être dans le domaine du sel, du sucre, des matières grasses et de l'umami a favorisé la croissance des ventes. Le segment Boissons et Snacks a affiché une croissance à deux chiffres.

En août 2010, le Conseil d'administration de Givaudan a approuvé l'investissement dans la construction d'une nouvelle usine de production centralisée d'arômes pour entremets salés. Conformément à notre stratégie, ce nouveau site sera installé à Makó en Hongrie, à proximité des marchés à forte croissance d'Europe de l'Est.

Amérique du Nord

Après un solide début d'année au premier semestre, les ventes ont continué de s'accélérer, enregistrant une progression à deux chiffres au second semestre, ce qui porte la croissance totale de l'année à 7,2%.

La croissance a concerné la plupart des segments, la Confiserie et les Boissons enregistrant une augmentation à deux chiffres. Les segments des Produits laitiers et des Entremets salés ont également affiché une solide performance. Encouragés par la reprise économique, les clients ont privilégié le développement de technologies et de produits innovants.

Amérique latine

Le chiffre d'affaires a enregistré une croissance à deux chiffres de 13,5% en monnaies locales par rapport à une base de comparaison élevée. La croissance organique de certains clients-clés, de même que la signature de nouveaux contrats avec des clients locaux et régionaux ont contribué à ces résultats, avec en tête l'Argentine, le Brésil, le Pérou et le Mexique. L'augmentation des ventes est attribuable aux segments Boissons, Entremets salés et Confiserie. La région a mis en place avec succès le nouveau système d'entreprise mondial reposant sur SAP au cours du second semestre, tout en parvenant à fournir ces excellents résultats.

Disponible documents et liens :

[Annual & Financial Report 2010](#)

[Full Year 2010 Results presentation](#)

Le 8 février 2011 à 15 h00 (CET), une conférence téléphonique sera diffusée sur notre site internet à l'adresse suivante. Pour visionner le webcast veuillez cliquer [ici](#).

Pour plus d'informations, veuillez contacter :

Peter Wullschleger, Givaudan Media and Investor Relations

Chemin de la Parfumerie 5

1214 Vernier

Switzerland

T +41 22 780 9093

F +41 22 780 9090

E peter_b.wullschleger@givaudan.com