



VERKÄUFE ERSTES QUARTAL 2012 Starker Jahresbeginn

Genf, 11. April 2012 – In den ersten drei Monaten des Jahres 2012 erzielte Givaudan Gesamtverkäufe von CHF 1'060.3 Millionen, was gegenüber dem Vorjahr einem Anstieg von 8.4% in Lokalwährungen und von 4.7% in Schweizer Franken entspricht.

Für Givaudan begann das Jahr mit einer anhaltend starken Geschäftsdynamik, einer gut gefüllten Projektpipeline und Geschäftsabschlussraten auf anhaltend hohem Niveau. Das Unternehmen setzt nach wie vor in Zusammenarbeit mit seinen Kunden erfolgreich Preiserhöhungen durch, um den Anstieg der Rohmaterialkosten auszugleichen.

Mittelfristig sind die Hauptziele für die nächsten fünf Jahre ein organisches Wachstum von 4.5-5.5% pro Jahr - bei einem erwarteten Marktwachstum von 2-3% – sowie weitere Gewinne von Marktanteilen. Durch die konsequente Umsetzung der 5-Säulen-Wachstumsstrategie - Schwellenmärkte, Gesundheit und Wellness, Gewinn von Marktanteilen bei ausgewählten Kunden und Segmenten, Forschung und nachhaltige Beschaffung – will Givaudan den Gesamtmarkt übertreffen, ihre branchenführende EBITDA-Marge dauerhaft sichern und gleichzeitig den freien Cashflow bis 2015 auf 14-16% des Umsatzes steigern.

Givaudan bekräftigt ihre Absicht, mehr als 60% des freien Cashflows an ihre Aktionäre auszuschütten, sobald der angestrebte Verschuldungsgrad von 25%, der sich aus den Nettoschulden dividiert durch die Nettoschulden plus das gesamte Eigenkapital errechnet, erreicht ist.

Verkäufe Januar - März 2012

in Mio. CHF	2012	2011	Veränderung in %	
			in CHF	in Lokalwährungen
Division Riechstoffe	499.1	467.4	6.8	10.7
Division Aromen	561.2	544.9	3.0	6.4
Total	1'060.3	1'012.3	4.7	8.4

Division Riechstoffe

Die Division Riechstoffe verzeichnete ein Verkaufsvolumen von CHF 499.1 Millionen, was einem Plus von 10.7% in Lokalwährungen und 6.8% in Schweizer Franken entspricht. Alle drei Geschäftsbereiche konnten einen Verkaufsanstieg in Lokalwährungen verzeichnen, allen voran Konsumgüter mit einem zweistelligen Wachstumsplus sowie Luxusparfümerie mit einem ebenfalls starken Zuwachs. Ein starkes Volumenwachstum verbunden mit den Auswirkungen der Preiserhöhungen hatte im Parfümgeschäft (Luxusparfümerie und Konsumgüter) ein Wachstum in

Lokalwährungen von 12.2% zur Folge.

Im Geschäftsbereich **Luxusparfümerie** stiegen die Verkäufe dank neuer Geschäftsabschlüsse und erfolgreicher Produkteinführungen in der zweiten Jahreshälfte 2011 um 9.0% in Lokalwährungen. Die weiterhin starke Leistung des bestehenden Produktportfolios hatte eine unterdurchschnittliche Verkaufserosion zur Folge. Der Bereich verzeichnete aufgrund neuer Geschäfte ein starkes Wachstum in Lateinamerika und Europa, das deutlich über dem letztjährigen Niveau lag. In Nordamerika lagen die Verkäufe leicht unter denen des letzten Jahres, da die Verkäufe neuer Produkte die Auswirkungen der Verkaufserosion bestehender Produkte nicht aufwiegen konnten.

Der Geschäftsbereich **Konsumgüter** wies einen Verkaufsanstieg um 13.2% in Lokalwährungen auf. Zu diesem guten Wachstum trugen alle Kundengruppen bei. Die Schwellenmärkte verzeichneten einen zweistelligen Zuwachs, aber auch die reifen Märkte meldeten einen deutlichen Anstieg.

Das Verkaufswachstum in der Region Asien-Pazifik sowie in Lateinamerika lag über sämtliche Kundengruppen hinweg auf einem zweistelligen Niveau. In Europa, Afrika und dem Nahen Osten wurde das Verkaufswachstum durch die Schwellenländer und besonders stark durch internationale Kunden beeinflusst. Die Verkäufe in Nordamerika wiesen einen zweistelligen Zuwachs auf.

Auf Produktsegmentebene stiegen die Verkäufe in allen Segmenten. Das Segment Textilpflege meldete das stärkste Wachstum, gefolgt von Körperpflege und Haushaltspflege.

Die Verkäufe im Bereich **Riechstoff-Ingredienzien** erhöhten sich um 1.1% in Lokalwährungen. Nach niedrigen Verkäufen im letzten Quartal 2011, was vorrangig auf den Abbau von Lagerbeständen zurückzuführen war, gewannen die Verkäufe im ersten Quartal wieder an Schwung. Das Wachstum im ersten Quartal wird durch einen hohen einstelligen Zuwachs in den Schwellenmärkten und einen starken zweistelligen Anstieg bei Spezialitäten-Ingredienzien unterstützt.

Division Aromen

Die Division Aromen verzeichnete Verkäufe von CHF 561.2 Millionen, was einem Anstieg von 6.4% in Lokalwährungen und von 3.0% in Schweizer Franken entspricht.

Die Verkäufe stiegen dank zweistelliger Zuwächse bei bestehenden Produkten in den Schwellenmärkten Asiens, Lateinamerikas und Afrikas. Zudem wurde das Wachstum durch neue Geschäftsabschlüsse in den Regionen Asien-Pazifik, Lateinamerika und Nordamerika, vorrangig im Bereich Getränke und Snacks, beflügelt.

Die Verkäufe in der Region **Asien-Pazifik** stiegen um 9.4% in Lokalwährungen, wobei die Schwellenmärkte China, Indien, Indonesien und Thailand ein zweistelliges Wachstum beitrugen. Die reifen Märkte Korea und Japan meldeten ebenfalls ein starkes Wachstum. Die Sparte Getränke erzielte ein zweistelliges Wachstum und auch Milchprodukte und kulinarische Aromen entwickelten sich dank neuer Geschäftsabschlüsse und des guten Wachstums bestehender Produkte stark.

Die Verkäufe in **Europa, Afrika und dem Nahen Osten** stiegen um 4.7% in Lokalwährungen. Ein gutes Wachstum verzeichneten Afrika und andere Schwellenmärkte. Insgesamt wurde die Leistung durch neue Geschäftsabschlüsse und das organische Wachstum bestehender Produkte unterstützt, wobei Snacks zweistellige Zuwächse erzielte und auch die Segmente Getränke, Süßwaren und Milchprodukte eine starke Leistung verzeichneten.

Die Verkäufe in **Lateinamerika** wiesen ein Wachstum von 14.0% in Lokalwährungen auf und setzten damit den starken Erfolg des Vorjahres fort. Dieser Zuwachs war einer starken Leistung in Argentinien, Kolumbien und Mexiko zu verdanken. Neue Geschäftsabschlüsse und das Wachstum bestehender Produkte in den Bereichen Getränke, Süßwaren und kulinarische Aromen trugen zu dieser Entwicklung bei.

Die Verkäufe in **Nordamerika** stiegen um 2.9%. Bei Getränken und Snacks konnte ein zweistelliges Wachstum erzielt werden. Dies war neuen Geschäftsabschlüssen für Aromen im Bereich Gesundheit und Wellness zu verdanken, da die Kunden weiterhin nach schmackhafteren und gesünderen Lebensmitteln und Getränken verlangen.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

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