



RÉSULTATS ANNUELS 2011

Une solide dynamique de croissance des ventes dans un contexte économique difficile

- Chiffre d'affaires de CHF 3,9 milliards, en hausse de 5,2 % en monnaies locales
- Augmentation des prix sur la bonne voie pour compenser la hausse du coût des matières premières
- EBITDA sur une base comparable de CHF 790 millions
- Marge EBITDA sur une base comparable de 20,2 %, en progression au second semestre 2011
- Bénéfice net de CHF 252 millions, soit 6,4 % du chiffre d'affaires
- Proposition d'un dividende en numéraire non imposable de CHF 22,00

« Nos résultats pour 2011 sont une démonstration convaincante de la valeur que nous apportons à nos clients. Nos activités ont généré une solide dynamique des ventes dans un environnement difficile et une nette amélioration de la profitabilité au second semestre. Nous sommes bien positionnés pour aborder 2012 et atteindre nos objectifs à moyen terme », a déclaré Gilles Andrier, Directeur général.

Genève, le 16 février 2012 – En 2011, le chiffre d'affaires total du Groupe Givaudan s'est établi à CHF 3 915 millions, soit une hausse de 5,2 % en monnaies locales et un recul de 7,6 % en francs suisses par rapport à 2010. La division Parfums a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 1 833 millions, soit une hausse de 4,7 % en monnaies locales et un recul de 7,8 % en francs suisses. Le chiffre d'affaires de la division Arômes s'est établi à CHF 2 082 millions, en progression de 5,7 % en monnaies locales et en recul de 7,5 % en francs suisses par rapport à 2010.

Marge brute

La marge brute a reculé, passant de 46,1 % à 42,6 % du fait de la hausse brutale et généralisée du coût des matières premières. Givaudan est parvenue, en coopération avec ses clients, à mettre en œuvre des hausses de prix, qui ont pris effet dans le courant du deuxième trimestre.

EBITDA (bénéfice avant intérêts, impôts, dépréciation et amortissements)

L'EBITDA a baissé, passant de CHF 887 millions l'année dernière à CHF 758 millions en 2011. Sur une base comparable, hors coûts d'intégration et de restructuration, l'EBITDA a reculé à CHF 790 millions, contre CHF 963 millions l'an dernier. Le franc suisse, qui n'a cessé de s'apprécier par rapport à toutes les devises, notamment le dollar américain, ainsi que la hausse du coût des matières premières, ont fortement pesé sur l'EBITDA en valeur absolue. Mesuré en monnaies locales, l'EBITDA sur une base comparable a enregistré une baisse de 8,6 %. En termes comparables, la marge EBITDA s'est établie à 20,2 % en 2011, en repli par rapport aux 22,7 % de 2010 du fait de la baisse du taux de marge brute. L'appréciation du franc suisse par rapport à toutes les principales devises n'a pas eu d'impact significatif sur les marges EBITDA.

Résultat d'exploitation

Le résultat d'exploitation a baissé à CHF 443 millions, contre CHF 556 millions l'an dernier. Sur une base comparable, en excluant CHF 37 millions de coûts d'intégration et de restructuration, le

résultat d'exploitation est passé de CHF 655 millions en 2010 à CHF 480 millions en 2011. Sur une base comparable, la marge d'exploitation a reculé à 12,3 % en 2011, contre 15,5 % l'an dernier. Mesuré en monnaies locales, le résultat d'exploitation sur une base comparable a accusé un repli de 14,4 %.

Performance financière

Les coûts de financement sont en baisse à CHF 91 millions en 2011, contre CHF 93 millions en 2010. Les autres charges financières, nettes de revenus, ont été de CHF 34 millions en 2011, contre CHF 26 millions en 2010, une hausse principalement attribuable à la volatilité persistante des taux de change.

Les impôts sur les bénéfices du Groupe, mesurés en pourcentage du bénéfice brut, se sont élevés à 21 % en 2011 contre 22 % en 2010.

Bénéfice net

Le bénéfice net a reculé à CHF 252 millions en 2011, contre CHF 340 millions en 2010, principalement du fait de l'appréciation du franc suisse. Cela représente 6,4 % du chiffre d'affaires en 2011, contre 8 % en 2010. Le bénéfice par action non dilué a diminué, passant à CHF 27,71 en 2011 contre CHF 37,87 l'an dernier.

Flux de trésorerie

Givaudan a dégagé un flux de trésorerie d'exploitation de CHF 456 millions, en baisse par rapport aux CHF 730 millions générés sur la même période en 2010, principalement du fait de la baisse de l'EBITDA et de l'augmentation des stocks. Cette dernière est due à la hausse du coût des matières premières et au relèvement des stocks de sécurité requis dans le cadre de la mise en œuvre du système SAP en Asie. En pourcentage du chiffre d'affaires, le fonds de roulement a augmenté, principalement du fait des niveaux de stocks plus élevés. Les comptes débiteurs ont également augmenté en fin d'année en raison de la vigueur des ventes enregistrées au dernier trimestre.

Le total des investissements nets en immobilisations corporelles (immobilier, usines et équipement) s'est établi à CHF 176 millions, contre CHF 105 millions en 2010, une augmentation qui est principalement due à l'investissement dans la production centralisée d'arômes en Hongrie. La hausse des immobilisations incorporelles s'est établie à CHF 86 millions en 2011, dont une part importante correspond au projet d' Enterprise Resource Planning (ERP) basé sur le système SAP. La mise en œuvre est terminée en Amérique du Nord et progresse en Asie, le projet étant en bonne voie pour être achevé en juin 2012. Le flux de trésorerie d'exploitation après investissements est en recul à CHF 194 millions, contre CHF 553 millions enregistrés en 2010. Le flux de trésorerie disponible, c'est-à-dire le flux de trésorerie d'exploitation après investissements et intérêts, s'est établi à CHF 117 millions en 2011, contre CHF 437 millions en 2010, un recul principalement dû à la baisse de l'EBITDA, au renforcement des exigences en matière de fonds de roulement et à la hausse des investissements en 2011. Le flux de trésorerie disponible en pourcentage du chiffre d'affaires s'est élevé à 3 %, contre 10,3 % en 2010.

Position financière

La position financière de Givaudan est demeurée solide fin décembre 2011. À cette date, la dette nette s'établissait à CHF 1 453 millions, en hausse par rapport aux CHF 1 353 millions affichés en décembre 2010. Fin décembre 2011, le ratio d'endettement (défini comme la dette nette divisée par la dette nette plus les capitaux propres) était de 29 %, contre 28 % fin 2010.

Proposition de Dividende

Le Conseil d'administration de Givaudan proposera, à l'occasion de l'Assemblée générale annuelle du 22 mars 2012, un dividende en numéraire de CHF 22,00 par action pour l'exercice 2011, ce qui constitue la onzième hausse consécutive de dividende depuis l'entrée 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 2011. Conformément à la 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.

Conseil d'administration

Lors de l'Assemblée générale annuelle du 24 mars 2011, M. Henner Schierenbeck a été réélu pour un mandat d'un an. Il quittera le Conseil à l'occasion de l'Assemblée générale annuelle en 2012 car il aura alors siégé douze ans au Conseil d'administration tout en étant Président du Comité d'audit. En 2011, l'Assemblée a élu un nouveau membre du Conseil d'administration pour un mandat de trois ans en la personne de Mme Lilian Biner, de nationalité suédoise.

Perspectives à court terme

En 2012, la société continuera de travailler en étroite collaboration avec ses clients pour mettre en œuvre les adaptations de prix nécessaires en vue de répercuter la forte hausse des coûts de production. Lorsque le système SAP sera intégralement déployé, la société continuera d'exploiter cet investissement en lançant des initiatives en matière de services partagés par exemple, tout en veillant à l'efficacité de sa chaîne d'approvisionnement et à la réduction des besoins en fonds de roulement.

Perspectives à moyen terme

A moyen terme, l'objectif global est une croissance organique comprise entre 4,5 % et 5,5 % par an, sur la base d'une croissance du marché estimée entre 2 % et 3 % et de continuer à gagner des parts de marché au cours des cinq prochaines années. En déployant sa stratégie de croissance reposant sur cinq piliers – marchés émergents, Santé et bien-être, gains de parts de marché sur des segments et auprès de clients ciblés, recherche et développement et stratégies d'approvisionnement durable des matières premières, Givaudan entend dépasser la croissance du marché sous-jacent et continuer de dégager la marge EBITDA la plus élevée du secteur, tout en augmentant son flux de trésorerie disponible annuel dans une fourchette comprise entre 14 % et 16 % du chiffre d'affaires d'ici à 2015. Givaudan réitère son intention de reverser aux actionnaires plus de 60 % du flux de trésorerie disponible de la Société une fois que le ratio d'endettement visé de 25 %, défini comme la dette nette divisée par la dette nette plus les capitaux propres, aura été atteint.

Chiffres clés

En millions de CHF	2011	2010
hors données par action		
Chiffre d'affaires du Groupe	3 915	4 239
dont division Parfumerie	1 833	1 988
dont division Arômes	2 082	2 251
Bénéfice brut	1 666	1 956
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>42,6 %</i>	<i>46,1 %</i>
EBITDA sur une base comparable 1) 2)	790	963
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>20,2 %</i>	<i>22,7 %</i>
EBITDA 1)	758	887
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>19,4 %</i>	<i>20,9 %</i>
Résultat d'exploitation sur une base comparable 2)	480	655
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>12,3 %</i>	<i>15,5 %</i>
Résultat d'exploitation	443	556
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>11,3 %</i>	<i>13,1 %</i>
Bénéfice net	252	340
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>6,4 %</i>	<i>8,0 %</i>
Bénéfice par action non dilué	27,71	37,87

En millions de CHF	31 décembre 2011	31 décembre 2010
<i>Actif circulant</i>	2 469	2 609
<i>Actifs immobilisés</i>	4 247	4 314
Total des actifs	6 716	6 923
<i>Dettes à court terme</i>	1 192	1 107
<i>Dettes à long terme</i>	2 029	2 370
<i>Fonds propres</i>	3 495	3 446
Total des passifs et des fonds propres	6 716	6 923

1) EBITDA : bénéfice avant intérêts (et autres produits (charges) financiers nets), impôts, dépréciation et amortissements. Il correspond au résultat d'exploitation avant déductions pour dépréciations, amortissements et perte de valeur des actifs à long terme et investissements dans les joint-ventures.

2) L'EBITDA sur une base comparable exclut les charges d'intégration et de restructuration. Le résultat d'exploitation sur une base comparable exclut les charges d'intégration et de restructuration, ainsi que la perte de valeur des actifs à long terme et investissements dans les joint-ventures.

Division Parfums

La division Parfums a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 1 833 millions, soit une hausse de 4,7 % en monnaies locales et une baisse de 7,8 % en francs suisses. Après la bonne performance enregistrée sur les six premiers mois de l'année, les ventes ont continué leur solide croissance au second semestre, soutenue par des augmentations de prix. La croissance est tirée par la bonne performance du segment Parfums pour produits de consommation, notamment dans les marchés en développement des régions Amérique latine et Asie-Pacifique.

Le chiffre d'affaires total de la division Parfums (Parfumerie fine et Parfums pour produits de consommation) a augmenté de 5,3 % en monnaies locales mais a reculé de 7,7 % en francs suisses, à CHF 1 587 millions contre CHF 1 719 millions. Le chiffre d'affaires des Ingrédients de parfumerie a progressé de 0,7% en monnaies locales.

L'EBITDA a baissé à CHF 351 millions, contre CHF 398 millions l'an dernier. Sur une base comparable, l'EBITDA est passé de CHF 445 millions l'an dernier à CHF 359 millions. La marge EBITDA sur une base comparable a diminué à 19,6 %, contre 22,4 % l'année précédente.

Le résultat d'exploitation a diminué à CHF 204 millions, contre CHF 239 millions l'année précédente, impacté par la hausse du coût des matières premières. Sur une base comparable, la marge d'exploitation a reculé à 11,6%, contre 14,9% l'an dernier. Le résultat d'exploitation sur une base comparable ressort, quant à lui, à CHF 212 millions, en baisse par rapport aux CHF 297 millions affichés l'an dernier.

En 2011, de nouveaux investissements ont été approuvés en vue de développer les infrastructures sur les marchés émergents. Par exemple, à Moscou, les équipes créatives et commerciales ont emménagé dans de nouveaux bureaux plus grands, tandis qu'en Inde, nous avons agrandi les locaux pour développer le centre de création et de développement afin de répondre à la demande de ce marché à forte croissance. Durant l'année, nous avons également continué à développer les capacités du site de production d'ingrédients de parfumerie de Pedro Escobedo, au Mexique. A Singapour, l'investissement pour la construction d'un nouveau centre commercial, de création ultramoderne et une usine de production à grand volume a été approuvé durant l'année et devraient être opérationnels en 2013.

Parfumerie fine

Le chiffre d'affaires de la Parfumerie fine a progressé de 0,2 % par rapport à la très forte base de comparaison de l'an dernier. L'année a commencé avec un chiffre d'affaires du premier semestre inférieur aux niveaux de 2010. La croissance s'est toutefois accélérée au second semestre, soutenue par la conclusion de nouveaux contrats dans tous les segments de clientèle et les principaux réseaux de distribution.

En termes de performance par géographie, l'Amérique latine a dégagé la plus forte croissance, alimentée par la signature de nouveaux contrats et les gains en volume réalisés auprès de la plupart de nos clients. En Europe, en Afrique et au Moyen-Orient, le chiffre d'affaires a baissé, la conclusion de nouveaux contrats n'étant pas parvenue à contrebalancer l'érosion des activités, attribuable en partie à l'impact du restockage auquel nous avons assisté en 2010.

La créativité des parfumeurs de Givaudan a une nouvelle fois été reconnue et récompensée par un nombre sans précédent de prix prestigieux. Givaudan a remporté pas moins de huit des 13 récompenses lors de la cérémonie des FiFi® américains, parmi lesquelles le « Consumer's Choice Award » pour Bombshell de Victoria's Secret. Les honneurs se sont poursuivis en Allemagne où la plupart des prix DUFSTAR ont été décernés à Givaudan. Givaudan s'est également vu décerner de nombreuses récompenses pour Gucci Guilty by Gucci, lors de quatre cérémonies distinctes : les FiFi® à New York et les CEW Beauty Awards, les FiFi® Awards au Royaume-Uni, et les prix DUFSTAR, l'équivalent allemand des FiFi®.

Parfums pour produits de consommation

En monnaies locales, les ventes des Parfums pour produits de consommation ont augmenté de 6,9 % par rapport à une base de comparaison déjà élevée l'an dernier. Cette progression s'est faite avec tous les groupes de clients et dans toutes les régions. Les ventes sur les marchés en développement ont progressé plus rapidement que sur les marchés matures.

La région Asie-Pacifique a dégagé une solide croissance, dopée par les clients internationaux, notamment dans le segment des parfums pour lessives, la Chine, l'Indonésie et le Vietnam enregistrant la plus forte progression. En Amérique latine, tous les groupes de clientèle ont contribué à la croissance, avec d'excellents résultats au Mexique. En Europe, en Afrique et au Moyen-Orient, les ventes ont augmenté dans tous les segments de clientèle, en particulier sur les marchés en développement. En Amérique du Nord, la croissance des ventes a été alimentée par les clients locaux et régionaux, les segments des parfums pour lessives et des produits d'entretien affichant une croissance à deux chiffres.

En termes de segments, les parfums pour lessives et les produits d'hygiène buccodentaire ont enregistré une croissance à deux chiffres. Les ventes de produits d'entretien ont également progressé, notamment dans la région Asie-Pacifique, tandis que les ventes de soins corporels sont restées stables malgré la bonne performance des segments des produits capillaires et des déodorants.

Ingrédients de parfumerie

Les ventes d'ingrédients de parfumerie ont augmenté de 0,7 % en monnaies locales. Les hausses de prix dans toutes les catégories de produits ont compensé les baisses de volumes enregistrées par rapport à l'année précédente. Si les ventes d'ingrédients de spécialités ont affiché une croissance modeste, celles des autres catégories de produits ont accusé un léger recul. La performance a été principalement impactée en fin d'année, en partie sous l'effet du déstockage.

Un ingrédient de parfumerie novateur, le Paradisamide™, caractérisé par une note fraîche et persistante de fruit tropical, a été lancé sur le marché en début d'année et a eu un impact positif sur les ventes.

Le site de production d'ingrédients de parfumerie de Naarden, aux Pays-Bas, a cessé ses activités fin décembre 2011. De nouveaux investissements dans les unités de distillation et de réaction ont été réalisés dans l'usine de production d'ingrédients de Pedro Escobedo, au Mexique, et devraient être pleinement opérationnels début 2012.

Division Arômes

Les ventes de la division Arômes se sont établies à CHF 2 082 millions, soit une progression de 5,7 % en monnaies locales, et un recul de 7,5 % en francs suisses.

Les marchés en développement ont affiché une croissance proche de 10 % en 2010, tandis que les marchés matures enregistraient une progression supérieure à la moyenne malgré les conditions économiques défavorables. Tous les principaux segments ont évolué positivement, les Boissons, Entremets salés et Snacks prenant la tête du mouvement. Les piliers stratégiques de la division Arômes ont dégagé une forte croissance en privilégiant l'expansion des marchés en développement, en mettant en œuvre des programmes clés dans le domaine de la santé et du bien-être, en gagnant des parts de marché auprès de clients cibles et en apportant des solutions stratégiques au secteur de la restauration rapide.

L'EBITDA a baissé à CHF 407 millions, contre CHF 489 millions l'an dernier. Sur une base comparable, l'EBITDA est passé de CHF 518 millions l'an dernier à CHF 431 millions. La marge EBITDA sur une base comparable a diminué, passant à 20,7 % en 2011, contre 23 % en 2010.

Le résultat d'exploitation a baissé à CHF 239 millions, contre CHF 317 millions l'an dernier. Sur une base comparable, la marge d'exploitation a reculé à 12,9%, contre 15,9% l'an dernier. Sur une base comparable, le résultat d'exploitation s'est élevé à CHF 268 millions, soit un recul par rapport aux CHF 358 millions de l'année dernière.

Dans l'ensemble des régions et des segments, la division Arômes a collaboré étroitement avec ses clients en vue de saisir les opportunités de croissance et d'innovation. Dans le cadre 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.

Asie-Pacifique

En Asie-Pacifique, les ventes ont progressé de 10,5 % en monnaies locales, une performance solide par rapport à une base de comparaison à deux chiffres l'année précédente. Les marchés en développement que sont la Chine, l'Inde et le Vietnam ont affiché une progression à deux chiffres, l'Indonésie enregistrant quant à elle une solide croissance à un chiffre. Les ventes sur les marchés matures se sont également inscrites en hausse, avec une forte croissance du Japon et de l'Océanie. Grâce à sa présence mondiale, Givaudan a pu réagir rapidement pour répondre aux besoins des consommateurs japonais suite au séisme et au tsunami qui les ont frappés au mois de mars. La croissance s'est répartie harmonieusement sur l'ensemble des segments, de nouveaux contrats importants venant compléter la croissance du portefeuille existant, notamment dans les Boissons, les Produits laitiers, les Snacks et les Entremets salés. La région a dégagé une croissance à deux chiffres dans le cadre des stratégies de croissance de la division, en donnant la priorité aux ventes de la Restauration rapide et du segment Santé et Bien-être.

Pour soutenir la dynamique de croissance en Inde, Givaudan entend agrandir le centre technique qui héberge les capacités de création, d'application et d'innovation pour arômes, afin de répondre à l'évolution rapide des goûts et des arômes sur le marché indien, qui génère des opportunités.

Europe, Afrique et Moyen-Orient

Les ventes ont augmenté de 5 % en monnaies locales, malgré la persistance d'un environnement économique difficile dans la région. Les marchés en développement de l'Afrique, du Moyen-Orient et de la Russie ont dégagé une forte croissance à un chiffre. Les marchés matures ont progressé, avec une contribution particulière de l'Allemagne, de l'Irlande, du Royaume-Uni et de l'Espagne.

La région a connu une évolution positive dans tous les segments, avec une mention spéciale pour les Entremets salés et les Snacks. La croissance s'explique par la conclusion de nouveaux contrats ainsi qu'au développement du portefeuille existant. Les piliers stratégiques que sont Santé et Bien-être, Restauration rapide et Clients cibles ont dégagé une croissance à deux chiffres. La recherche de produits de consommation naturels a été un facteur clé du succès du programme d'arômes naturels ByNature™, qui a fortement contribué à la croissance des marchés d'Europe de l'Est et d'Europe occidentale.

La région est dans la dernière phase de construction du nouveau site de production centralisée d'arômes pour entremets salés. Ce site ultramoderne est situé à Makó, en Hongrie, à proximité des marchés émergents d'Europe de l'Est.

Amérique du Nord

Les ventes ont augmenté de 1,4 % en monnaies locales, malgré une base de comparaison élevée et la persistance de l'instabilité économique dans la région. La progression des volumes de ventes est restée faible, les principaux gains provenant de la conclusion de nouveaux contrats dans les Boissons et les Snacks. Le pilier stratégique de la Restauration rapide a fortement contribué à la performance en affichant une croissance à deux chiffres grâce à la signature de nouveaux contrats dans les catégories Boissons et Produits laitiers, tandis que le segment Santé et Bien-être a poursuivi sur sa lancée par rapport à une base de comparaison élevée.

Amérique latine

Les ventes en monnaies locales ont progressé de 7,1 % par rapport à une base de comparaison déjà élevée l'an dernier, la région réalisant une excellente performance au quatrième trimestre. L'Argentine et le Chili ont enregistré une croissance à deux chiffres, soutenue par le renforcement du portefeuille existant et les revenus générés par les nouveaux contrats. Quant au Brésil et au Mexique, ils ont progressé grâce à la signature de nouveaux contrats avec les clients cibles et dans les segments cibles. La bonne performance des Boissons, des Snacks et de la Confiserie a permis de développer tous les segments. Le pilier stratégique Santé et Bien-être a fortement progressé du fait de l'intérêt des clients clés pour l'amélioration du goût sucré.

Un agrandissement du site de production en Argentine est en cours en vue d'accélérer la croissance dans la catégorie des boissons. L'agrandissement de l'usine de séchage par atomisation devrait être achevé à la mi-2012.

Documents et liens disponibles :

[Rapport annuel et financier 2011](#)

[Présentation des résultats annuels 2011](#)

Cet après-midi, 16 février 2012 à 15h00 CET, une téléconférence sera diffusée sur le site Internet de Givaudan. Veuillez cliquer [ici](#).

Pour de plus amples 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