



## Ventes des neuf mois 2006: Poursuite de la croissance malgré une base de comparaison élevée

Genève, le 6 octobre 2006 –Au cours des neuf premiers mois de 2006, Givaudan a enregistré des ventes de CHF 2'200,5 millions, en croissance de 3,3 % en monnaies locales et de 5,5 % en francs suisses. Malgré la base de comparaison élevée du troisième trimestre de l'année précédente et la réduction en cours des ingrédients de commodités, Givaudan a poursuivi sa dynamique de croissance pendant les neuf premiers mois de l'année.

Pour les résultats annuels de 2006, Givaudan demeure confiant de croître plus vite que le marché tout en maintenant le niveau élevé de sa marge opérationnelle réalisée en 2005.

### Ventes de janvier à septembre 2006

| En millions de CHF  | 2006          | 2005          | Variation en % |                     |
|---------------------|---------------|---------------|----------------|---------------------|
|                     |               |               | En CHF         | En monnaies locales |
| Division Parfumerie | 918.6         | 850.9         | 8.0%           | 5.7%                |
| Division Arômes     | 1281.9        | 1234.7        | 3.8%           | 1.6%                |
| <b>Total</b>        | <b>2200.5</b> | <b>2085.6</b> | <b>5.5%</b>    | <b>3.3%</b>         |

### Division Parfumerie

La division Parfumerie a enregistré au cours des neuf premiers mois des ventes de CHF 918,6 millions, ce qui représente une croissance de 5,7 % en monnaies locales et de 8,0 % en francs suisses.

**Les ventes de Parfumerie fine** ont poursuivi leur croissance à deux chiffres dans toutes les régions, grâce essentiellement à des nouveaux lancements de parfums et une faible érosion du portefeuille existant.

**Les Parfums pour les produits de consommation** ont continué de croître significativement plus vite que le marché, avec en particulier une croissance à deux chiffres en Europe de l'Est, en Asie Pacifique et en Amérique Latine. En Asie, la croissance a été forte dans toutes les catégories de clients et dans les marchés clés de Chine et d'Inde. En Amérique Latine, l'Argentine et le Mexique ont réalisé une bonne croissance des ventes avec en particulier les clients régionaux et locaux.

En Amérique du Nord, la croissance a été bonne avec les clients régionaux. Les segments des parfums pour produits d'entretien et des parfums d'ambiance ont affiché la plus forte croissance, suivi par une bonne performance dans les segments de parfums pour textiles et pour produits de toilette.

Les ventes de spécialités dans les **Ingrédients de parfumerie** continuent de progresser avec une croissance à deux chiffres. Ce bon résultat ne compense que partiellement l'abandon des ingrédients de commodités, tel que prévu dans la stratégie de Givaudan, qui vise à rééquilibrer le portefeuille d'ingrédients. L'impact sur les ventes des neufs mois s'élève à CHF 14 millions (il est estimé à CHF 17 millions pour les résultats de l'année).

### **Division Arômes**

Au cours des neuf premiers mois, la division Arômes a enregistré des ventes de CHF 1'281,9 millions, atteignant une croissance de 1,6 % en monnaies locales et de 3,8 % en francs suisses. Les ventes du troisième trimestre se sont maintenues au niveau de l'année dernière malgré une base de comparaison élevée et une accélération de l'abandon des ingrédients de commodités (l'impact sur les 9 premiers mois est de CHF 15 millions et est estimé à CHF 25 millions pour toute l'année), impactant essentiellement l'Amérique du Nord et l'Europe. Les marchés en voie de développement en Europe, Asie Pacifique et Amérique Latine ont montré une forte croissance.

Les ventes en **Asie Pacifique** ont enregistré un léger déclin essentiellement dû à la baisse des ventes enregistrée au Japon principalement dans le segment des boissons. Celui-ci a commencé à s'améliorer au troisième trimestre grâce au lancement de nouveaux produits. Les marchés émergents de la Chine et d'Inde ont poursuivi leur croissance à deux chiffres grâce à de nouveaux contrats importants et à une croissance solide du portefeuille existant.

**L'Amérique latine** a réalisé une forte croissance à un chiffre, en comparaison de la forte base de l'année précédente. Tous les principaux segments ont contribué à ce résultat, avec en particulier les segments de la confiserie et des entremets salés avec une croissance à deux chiffres réalisée grâce à de nouveaux contrats gagnés. L'Argentine et la Colombie ont également enregistré une croissance à deux chiffres, ainsi que le Brésil qui a montré une bonne croissance.

Les ventes en **Amérique du Nord** sont restées stables malgré l'impact des ingrédients abandonnés dans le segment des entremets salés et une base de comparaison élevée. Les segments des boissons et de la confiserie ont continué sur une bonne progression grâce à de nouveaux contrats et une forte croissance du portefeuille existant du segment de la Confiserie.

Les ventes en **Europe** ont poursuivi leur bonne progression. Tous les segments principaux ont affiché des résultats positifs, avec en tête le segment de la confiserie qui a enregistré une croissance à deux chiffres. Les marchés émergents d'Europe de l'Est ont enregistré une progression à deux chiffres notamment en Pologne, en Turquie et sur les marchés CIS, reflétant nos investissements dans ces marchés à forte croissance économique.

Pour de plus amples informations veuillez 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)