



## Ventes du premier trimestre: Givaudan, une croissance saine et continue

Genève, 11 avril 2003 – Durant le premier trimestre 2003, Givaudan a enregistré des ventes de CHF 685 millions, soit une croissance de 21.1% en monnaies locales et de 7.9% en francs suisses par rapport à la même période de l'exercice précédent. En termes comparables, les ventes de Givaudan ont augmenté de 5.6% en monnaies locales, affichant clairement une croissance supérieure à celle du marché.

### Ventes de janvier à mars en termes historiques

CHF millions	2003	2002	Var. %	
			CHF	Monnaies locales
Parfumerie	283.7	291.3	(2.6)	6.9
Arômes	401.6	343.6	16.9	33.1
<b>Total</b>	<b>685.3</b>	<b>634.9</b>	<b>7.9</b>	<b>21.1</b>

### Ventes de janvier à mars en termes pro forma<sup>1)</sup>

CHF millions	2003	2002	Var. %	
			CHF	Monnaies locales
Parfumerie	283.7	291.3	(2.6)	6.9
Arômes	401.6	436.6	(8.0)	4.8
<b>Total</b>	<b>685.3</b>	<b>727.9</b>	<b>(5.8)</b>	<b>5.6</b>

### **Croissance forte et continue des ventes de parfums pour les produits de consommation et amélioration des ventes en parfumerie fine**

Les ventes globales pour la Division Parfumerie ont connu une croissance de 6.9% en monnaies locales et un déclin de 2.6% en francs suisses grâce aux trois segments d'activité et aux quatre régions.. La tendance positive connue durant la deuxième moitié 2002 a perduré jusqu'au premier trimestre 2003.

Le segment des **parfums pour les produits de consommation** a débuté sa troisième année consécutive de croissance positive avec une augmentation en monnaies locales à chiffre unique élevé. Le gain de nouveaux contrats et une bonne croissance des produits existants sont tous deux à l'origine de ce développement positif.

Toutes les régions affichent des taux de croissance positive en monnaies locales, particulièrement en Europe, Asie-Pacifique et en Amérique du Nord. Bien que la situation économique continue à être une source de difficultés en Amérique latine, la région a atteint une croissance satisfaisante en

monnaies locales.

Suite à presque deux années de conditions commerciales difficiles, le segment de la **Parfumerie fine** montre des signes de reprise avec une croissance à deux chiffres en monnaies locales durant le premier trimestre 2003. Bien que ce résultat soit comparé à un premier trimestre 2002 particulièrement faible, il n'en reflète pas moins l'introduction réussie de nouvelles affaires qui sont la clé d'une croissance continue. L'investissement fait dans les Centres de Création de New York et Paris commencent à porter leurs fruits, avec plusieurs contrats gagnés à la fin de l'année passée et au début 2003, ce qui aura un effet positif sur les résultats de l'ensemble de l'année courante. Le climat économique et géopolitique, combiné au bas niveau de confiance des consommateurs et du nombre de voyages en forte régression ont influencé les ventes de parfumerie fine et pourraient continuer à exercer un effet négatif.

Les ventes globales du segment des **Ingrédients de Parfumerie** ont connu une légère croissance grâce aux ventes de spécialités qui ont été capables de compenser l'abandon de certains ingrédients de base. La transition d'ingrédients de base aux spécialités se poursuivra et la production de filtres solaires va être éliminée progressivement, ce qui diminuera les ventes dans les prochains mois.

### **La croissance des arômes dépasse une fois de plus celle du marché**

La Division Arômes a enregistré au premier trimestre des ventes de CHF 401.6 million, soit une croissance de 33.1% en monnaies locales et de 16.9% en francs suisses par rapport à 2002. Sur une base comparable – dans l'hypothèse où l'acquisition aurait pris effet au 1er janvier 2001 – les ventes de la Division Arômes ont augmenté de 4.8% en monnaies locales. Toutes les régions et les principaux segments ont connu une croissance pour le trimestre avec de très bons résultats en Europe et en Asie-Pacifique. Les segments des mets salés, des produits laitiers et des boissons ont affiché des revenus importants et ce, grâce aux efforts fournis pour gagner des projets majeurs.

**L'Asie-Pacifique** montre une forte croissance à deux chiffres pour le premier trimestre en monnaies locales en Chine, au Japon et en Australie. De fortes ventes dans le segment des produits laitiers et des boissons ont permis une solide croissance dans la région.

Les ventes en **Amérique du Nord** ont poursuivi leur développement positif. Les revenus générés par le segment de la restauration rapide montrent une progression particulièrement bonne. Le segment des mets salés a connu un taux de croissance à deux chiffres alors que les segments des produits laitiers et confiserie ont tous deux affiché de bons résultats trimestriels comparé à la même période de 2002.

Les ventes en **Europe** ont fortement progressé par rapport à l'année passée dans les principaux marchés et dans tous les segments. Les facteurs déterminants ont été les nouveaux contrats gagnés l'année passée dans tous les segments, particulièrement dans celui des boissons.

En **Amérique latine**, on a noté une bonne croissance en termes de monnaies locales, soutenue par la très bonne performance du Mexique. La croissance de la région a été principalement le résultat des bonnes ventes dans le segment des boissons.

Cette après-midi, 11 avril 2003, après la fermeture de la bourse suisse, virt-x, à 17h30 CET, Givaudan rendra public les résultats de son Assemblée générale 2003 qui aura lieu à 11h00 CET à Genève.

Le rapport annuel est disponible sur le site de Givaudan <http://www.givaudan.com>, y compris en format PDF téléchargeable.

Pour plus d'informations 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)