

Givaudan<sup>®</sup>

ENGAGING  
THE  
SENSES



Rapport semestriel  
& Financial Report 2011

# Aperçu

Leader de son secteur, Givaudan crée des parfums et des arômes uniques et innovants pour ses clients dans le monde entier. Détenant quelque 25% de part de marché, Givaudan s'est forgé une place de leader grâce à la présence de ses équipes Ventes et Marketing implantées dans les principaux marchés. Nous créons des parfums pour des marques de soins personnels et d'entretien qui vont des parfums de prestige aux produits de lessive. Notre savoir-faire en matière d'arômes s'étend des boissons, aux entremets salés, aux snacks, à la confiserie et aux produits laitiers.



## Vanille: l'essence d'un avenir durable

La vanille, l'un des arômes les plus prisés au monde, est un ingrédient clé des produits de parfumerie et d'arômes. Assurer un approvisionnement durable en vanille est donc essentiel tant à l'activité de nos clients qu'à la nôtre.

Près de 80% de la vanille utilisée dans le monde provient de Madagascar. Grâce à notre programme Vanille, nous contribuons à doter les producteurs malgaches des ressources et des compétences nécessaires pour maximiser la qualité et garantir leurs revenus pour les générations à venir. Nous leur apportons un soutien pour développer des pratiques agricoles durables et soutenons des œuvres caritatives en faveur de l'enfance. Nous nous sommes ainsi engagés à construire 14 écoles d'ici à 2014, ce qui aidera plus de 2000 familles vivant dans des zones rurales où la vanille est cultivée.

Les agronomes de Givaudan ont travaillé avec les producteurs pour améliorer leurs méthodes de production et de récolte de la vanille, en leur montrant notamment comment prévenir l'apparition d'un champignon se fixant sur les racines, entretenir correctement l'arbre hôte sur lequel les lianes de vanille grimpent et mettre en œuvre un nouveau processus de séchage breveté par Givaudan.

Nous visons à nous procurer une quantité toujours croissante de vanille dans le cadre du programme d'approvisionnement éthique, ce qui garantira la pleine traçabilité des gousses de vanille, une qualité constante et le respect des normes de certification biologique Ecocert et Africa Now en matière de protection de l'enfance.

Durant le premier semestre, nous avons créé un microsite pour présenter notre programme Vanille et avons également réalisé un webinar pour sensibiliser encore davantage nos clients à la question de l'approvisionnement durable.

# Chiffres clés

- Chiffre d'affaires de CHF 2 milliards, en hausse de 4,3% en monnaies locales
- Recul à CHF 382 millions de l'EBITDA comparable, du fait de la hausse du coût des matières premières et des effets de change
- Marge EBITDA de 19,1% sur une base comparable, obérée par la hausse du coût des matières premières
- Bénéfice net de CHF 120 millions
- Dette nette de CHF 1 577 millions, ratio d'endettement à 33%

Six mois jusqu'au 30 juin en millions de francs suisses, hors données par action	2011	2010
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>2 005</b>	<b>2 199</b>
<b>Bénéfice brut</b>	<b>862</b>	<b>1 029</b>
en % du chiffre d'affaires	43,0%	46,8%
<b>EBITDA sur une base comparable<sup>a, b</sup></b>	<b>382</b>	<b>529</b>
en % du chiffre d'affaires	19,1%	24,1%
<b>EBITDA<sup>a</sup></b>	<b>368</b>	<b>490</b>
en % du chiffre d'affaires	18,4%	22,3%
<b>Résultat d'exploitation sur une base comparable<sup>b</sup></b>	<b>231</b>	<b>377</b>
en % du chiffre d'affaires	11,5%	17,1%
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>215</b>	<b>330</b>
en % du chiffre d'affaires	10,7%	15,0%
<b>Résultat attribuable aux propriétaires de la société mère</b>	<b>120</b>	<b>200</b>
en % du chiffre d'affaires	6,0%	9,1%
<b>Bénéfice par action – non dilué (CHF)</b>	<b>13.19</b>	<b>22.58</b>
<b>Bénéfice par action – dilué (CHF)</b>	<b>13.12</b>	<b>22.45</b>
<b>Flux de trésorerie opérationnel</b>	<b>50</b>	<b>229</b>
en % du chiffre d'affaires	2,5%	10,4%

a) 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.

b) L'EBITDA sur une base comparable ne tient pas compte des frais de restructuration. Le résultat d'exploitation sur une base comparable exclut les charges de restructuration, la perte de valeur des actifs à long terme et les investissements dans les joint-ventures.

6 798mio.

Total de l'actif (CHF)

3 594mio.

Total du passif (CHF)

3 204mio.

Total des fonds propres (CHF)

# Notre activité

## Divisions

Division Arômes – 54% du chiffre d'affaires du Groupe

Givaudan est le partenaire privilégié des leaders mondiaux de l'industrie agro-alimentaire et des boissons. La division développe des applications produits uniques et conquiert de nouveaux marchés grâce à son savoir-faire international en matière de compréhension et d'analyse sensorielles et à sa capacité d'innover pour répondre aux demandes des consommateurs. En collaboration avec des fabricants de boissons et d'aliments, nous développons des arômes et des saveurs pour les produits leaders du marché sur les cinq continents.

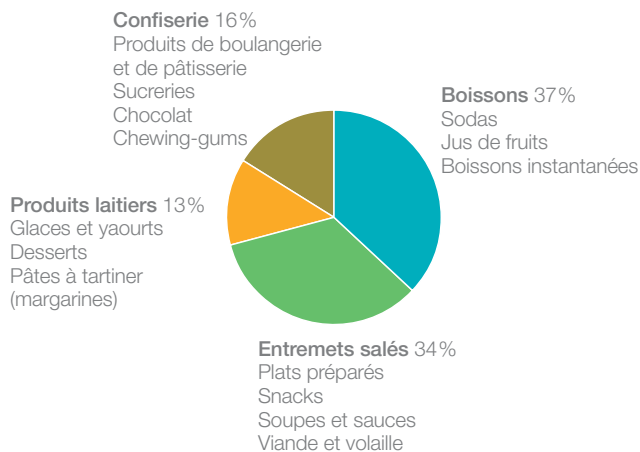


Division Parfums – 46% du chiffre d'affaires du Groupe

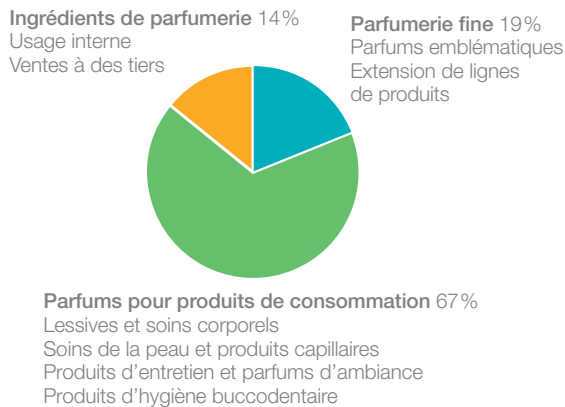
Notre division Parfums est la plus importante de l'industrie. Ses talents couvrent trois segments: la Parfumerie fine, les Parfums pour produits de consommation et les Ingrédients de parfumerie, qui créent tous trois des senteurs pour les plus grandes marques internationales. Une connaissance approfondie des consommateurs, une organisation sophistiquée en matière de recherche et développement et un réseau mondial performant constituent trois de nos atouts majeurs.



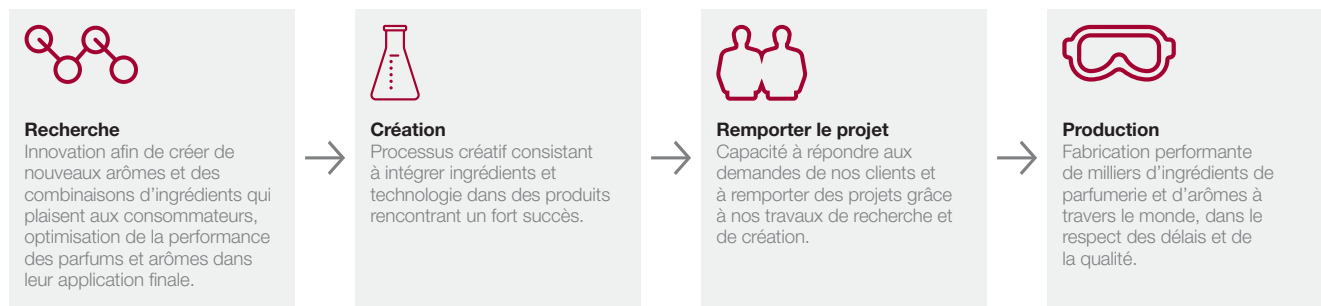
### Chiffre d'affaires de la division Arômes (en %)



### Chiffre d'affaires de la division Parfums (en %)



## Processus d'affaires





## Sites mondiaux

- Marchés développés – 59% du chiffre d'affaires du Groupe

Les marchés développés comme l'Amérique du Nord, l'Europe occidentale et le Japon, qui représentent 59% du chiffre d'affaires annuel, devraient connaître une croissance plus lente que celle des marchés en développement, mais offrent simultanément un potentiel d'expansion dans plusieurs domaines. Citons à titre d'exemple la hausse de la demande de produits liés à la Santé et au Bien-être.

- Marchés en développement – 41% du chiffre d'affaires du Groupe

Les marchés en développement comme l'Asie-Pacifique, l'Amérique latine et l'Europe de l'Est représentent d'ores et déjà 41% du chiffre d'affaires annuel, mais ce pourcentage est appelé à augmenter à 50% d'ici à 2015. La croissance sur ces marchés devrait beaucoup s'accélérer en raison de l'urbanisation, de l'évolution des styles de vie et de l'augmentation des revenus disponibles. Afin d'exploiter pleinement ce potentiel, nous sommes présents dans toutes les régions clés, où nous avons des unités de création et de production.



### Automatisation du stockage

Achevé en juin 2011, notre nouvel entrepôt de Vernier permet à Givaudan de bénéficier d'un système de stockage automatisé de tout premier ordre. Il devrait être pleinement opérationnel d'ici la fin 2011.



### Soutien de notre croissance sur les marchés émergents

La construction du nouveau site de production d'arômes pour entremets salés à Makó en Hongrie (CHF 170 millions) devrait être achevée en décembre 2011. Ce site soutiendra la croissance sur les marchés émergents d'Europe de l'Est et de Russie.



8 857  
employés

33  
sites de production

82  
sites dans le monde entier

part de marché d'environ  
25%

# Evénements clés

## Janvier

### 1<sup>er</sup> janvier

En Chine l'équipe Parfums reçoit confirmation de l'obtention du certificat « Cleaner Production » (CP), délivré par le Bureau de protection de l'environnement de Shanghai Pudong et le Comité municipal de l'économie et de l'information de Shanghai.

### 26 janvier (ci-dessous)

Le CFO de Givaudan, Matthias Währen, remet le premier « Leadership Board Green Team Sustainability Award » à nos collègues de Pedro Escobedo qui ont découvert une source d'énergie alternative pour la production de vapeur dans le bâtiment des chaudières du site.



## Février

### 8 février

Résultats annuels 2010 : tous les objectifs d'intégration ont été atteints ; Givaudan entre dans une nouvelle ère de croissance rentable.

### 14 février

L'équipe Confiserie et Produits laitiers de Givaudan lance GivaudanCollections™ Strawberry qui rencontre un grand succès auprès des consommateurs. Cette nouvelle collection d'arômes offre de multiples opportunités d'utilisation de nouveaux produits répondant aux goûts des consommateurs d'aujourd'hui.

### 16 février (ci-dessous)

La division Arômes de Givaudan parraine une conférence sur la réduction de la teneur en sel à Londres au cours de laquelle elle intervient en tant qu'orateur clé pour démontrer son expertise en matière de goût dans la fabrication de produits alimentaires plus sains.



## Mars

### 13 mars

Célébration officielle par Givaudan Hongrie pour la pose de la première pierre du nouveau site de production d'arômes pour entremets salés près de Makó. L'investissement s'élève à CHF 170 millions.

### 18 mars

La saison Fifi débute en Italie avec la remise des prix de l'Accademia del Profumo à Bologne ; les créations de Givaudan sont récompensées dans les trois catégories de la parfumerie fine féminine.

### 24 mars (ci-dessous)

Lors de l'Assemblée générale annuelle, Lilian Fossum Biner est élue au Conseil d'administration. 306 actionnaires de Givaudan participent à l'AG cette année, ce qui constitue un record. Le programme TasteSolutions™ de la division Arômes et les travaux sur l'humeur en sciences sensorielles de la division Parfums sont à l'honneur.



## Avril

### 4 avril

Publication du Rapport sur le développement durable 2010. Il respecte les Directives G3 de la Global Reporting Initiative (GRI), ce qui fait de Givaudan la première société de parfumerie et d'arômes à présenter les progrès réalisés dans le domaine du développement durable en utilisant ce cadre de référence.

### 8 avril

Chiffre d'affaires du premier trimestre 2011 : un début d'année prometteur.

### 14 avril (ci-dessous)

Les créations de Givaudan Tom Ford Private Blend Azure Lime, Gucci Guilty et Boss Bottled Night sont récompensées lors de la cérémonie de remise des UK Fifi Awards de la Fragrance Foundation à Londres.



## Mai

### 15 - 18 mai

Givaudan présente des travaux importants sur la biodégradabilité en chimie et toxicologie environnementales lors de la réunion annuelle de la Society of Environmental Toxicology and Chemistry à Milan.

### 17 mai

Givaudan remporte neuf des quinze prix lors des Germany DUFTSTAR Awards de la Fragrance Foundation à Berlin.

### 20 mai (ci-dessous)

Lors des CEW Beauty Awards aux Etats-Unis, les finalistes de Givaudan dans la catégorie parfumerie fine remportent deux des trois prix, et Givaudan parraine le premier CEW Eco Award.

### 25 mai

Les créations de Givaudan remportent huit des treize prix dans la catégorie de la parfumerie fine aux Fifi américains, dont le « Consumers' Choice Award » avec Bombshell de Victoria's Secret, créé par Adriana Medina, et le prix du « Perfume Extraordinaire de the Year » décerné à (untitled) de Maison Martin Margiela, créé par Daniela Andrier.



## Juin

### 1<sup>er</sup> juin (ci-dessous)

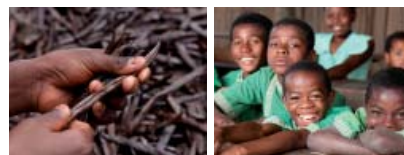
La division Arômes de Givaudan organise son premier webinar sur l'approvisionnement durable en vanille. Les clients apprennent comment ce programme d'approvisionnement éthique et de développement durable en vanille garantit le sourcing durable en ingrédients pour les produits alimentaires et encadre les producteurs de vanille et leurs familles dans leur développement.

### 28 juin

Les parfumeurs de Givaudan, l'école de parfumerie et l'équipe de Parfumerie fine de São Paulo apparaissent dans l'émission en trois parties de la BBC 4 « Perfume » au Royaume-Uni.

### 30 juin

La division Arômes de Givaudan organise un webinar Santé et Bien-être sur TasteSolutions™ pour présenter aux clients ses plateformes d'ingrédients et de technologie du goût.



# Le mot du Directeur général



## Bonne dynamique des ventes – impact négatif des effets de taux de change et du coût et des matières premières

### Chers actionnaires,

La dynamique commerciale de Givaudan reste solide, la signature de nouveaux contrats ne cesse d'augmenter, tout comme le pourcentage de gain de nouveaux projets. Dans un environnement économique difficile, le chiffre d'affaires de Givaudan au premier semestre a progressé de 4,3 % en monnaies locales pour atteindre CHF 2 005 millions grâce à la solide croissance des marchés émergents qui ont enregistré une hausse des ventes en monnaies locales de près de 6 %.

Depuis le premier semestre 2008, la croissance annuelle globale de notre chiffre d'affaires s'élève à 5,2 %, ce qui confirme que nous sommes sur la bonne voie pour atteindre nos objectifs à moyen terme.

Durant les six premiers mois de cette année, Givaudan a également pu négocier avec nos clients des augmentations de prix, qui sont entrées en vigueur au deuxième trimestre. Leur impact ne se fera toutefois pleinement sentir que vers la fin 2011.

### Un défi à relever

Des agrumes à l'Ylang Ylang, les matières premières constituent la force vitale de notre activité. Nous achetons plus de

10 000 ingrédients chaque année. Ils représentent plus des trois quarts des coûts de nos parfums et arômes. Les prix de ces matières premières, tant naturelles que synthétiques, ont atteint des niveaux sans précédent ces six derniers mois. Selon nos estimations, le renchérissement des matières premières devrait être de l'ordre de 15 % en 2011 par rapport à l'année dernière.

Cette évolution a eu une incidence négative sur notre rentabilité. L'EBITDA est passé de 22,7 % à la fin de l'année dernière à 19,1 % au premier semestre 2011. Si nous ne pouvons influencer sur les coûts eux-mêmes, nous nous efforçons néanmoins d'en atténuer l'impact. Parallèlement à la poursuite des augmentations de prix, nous examinons d'autres moyens pour compenser la volatilité des cours des matières premières. Nous poursuivons notre programme d'approvisionnement durable en matières premières naturelles. Celui portant sur la vanille de Madagascar est présenté dans ce rapport.

Dans le même temps, nous recherchons d'autres moyens d'accroître notre efficacité. Si nous sommes réticents à mettre en œuvre des mesures qui entraveraient notre capacité de croissance, nous avons toutefois identifié plusieurs domaines où des économies sont possibles. Des mesures de contrôle des coûts ont été introduites et d'autres suivront durant l'année.

### Mise en place de notre stratégie

Depuis 2010, nous avons bien avancé dans la mise en place de notre stratégie sur cinq ans. Parmi les points forts de la période sous revue, citons le développement de notre programme TasteSolutions™ et le lancement de la construction de notre nouveau site de production d'arômes pour entremets salés en Hongrie, qui desservira les marchés émergents d'Europe de l'Est.

Le développement durable fait partie intégrante de notre activité et sous-tend tous les aspects de cette stratégie.

Durant le premier semestre, nous avons publié notre deuxième rapport sur le développement durable qui peut être téléchargé sur notre site Internet.

Le développement durable revêt une importance croissante pour Givaudan qui est confrontée à toute une série de défis allant de la gestion des eaux usées, à la santé et la sécurité de nos collaborateurs, en passant par la disponibilité de matières premières essentielles. Nous collaborons également avec de grands clients pour les aider à atteindre leurs propres objectifs en la matière.

### Les collaborateurs: le cœur de notre activité

Après une période d'intégration qui a duré trois ans et a demandé d'importants efforts de la part de nos collaborateurs, la Société se trouve désormais dans un environnement en mutation encore plus rapide et doit faire face aux défis que constituent la hausse des prix des matières premières et les programmes de réduction des coûts. Nos collaborateurs sont parvenus à surmonter de telles situations dans le passé et font preuve d'une énergie et d'un dévouement formidables. C'est un véritable privilège que de travailler aux côtés de tant de personnes si talentueuses, et mon équipe de direction et moi-même tenons à les remercier de leur engagement.

A long terme, nous continuerons à promouvoir notre stratégie. Nous avons toujours pour objectifs de dégager une croissance du chiffre d'affaires organique de 4,5 % à 5,5 % dans l'hypothèse d'une croissance du marché de 2 % à 3 %, et d'accroître nos parts de marché.

Je suis convaincu que nous sommes bien positionnés pour réussir et voudrais remercier tous nos partenaires de leur soutien constant.

Gilles Andrier  
Directeur général

# Stratégie sur cinq ans

Nous avons dévoilé notre nouvelle stratégie de croissance dans le Rapport annuel 2010. Elle définit quelques objectifs ambitieux ainsi que cinq piliers clés qui constitueront notre feuille de route pour assurer notre succès. Au terme des six premiers mois de l'exercice, nous voudrions vous présenter les progrès que nous avons accomplis dans la mise en œuvre de nos plans de croissance.

Les piliers clés de notre stratégie sur cinq ans sont les suivants :

Marchés en développement
Recherche et développement
Santé et Bien-être
Approvisionnement durable en matières premières
Clients et segments cibles

En mettant notre stratégie en œuvre avec succès, nous pourrions atteindre nos objectifs à moyen terme :

**EBITDA**

Best-in-class

**14-16%**

de flux de trésorerie disponible sur les ventes d'ici à 2015

**4,5-5,5%**

de croissance organique du chiffre d'affaires

Dans l'hypothèse d'une croissance du marché de 2% à 3%

Plus de  
**60%**

de rendement des flux de trésorerie disponibles

Une fois que l'objectif de taux d'endettement de 25% aura été atteint



# Nos avancées

Des histoires des six premiers mois :



#### Marchés en développement:

Nous entendons renforcer notre position de leader sur les marchés émergents en forte croissance. A cet effet, un de nos objectifs clés est que le chiffre d'affaires généré par ces marchés importants représente 50 % de notre chiffre d'affaires total d'ici 2015. Au premier semestre 2011, nous avons réalisé sur les marchés émergents 41% de notre chiffre d'affaires.



#### Recherche et développement:

Notre Société dispose d'une plateforme d'innovation unique, qui bénéficie des investissements en recherche et développement les plus importants du secteur (CHF 336 millions en 2010) ainsi que d'une équipe de parfumeurs et d'aromaticiens aux talents exceptionnels. Parmi les événements phares du semestre, on retiendra le lancement de Karmaflor™, qui vient ajouter une note verte florale fleurs blanches (type lys) à notre palette de parfums, ainsi que le développement constant de nouveaux ingrédients naturels d'origines botanique et biologique pour les applications à teneur réduite en sucre.



#### Santé et Bien-être:

On assiste dans le monde entier à une nette évolution de la demande des consommateurs, qui privilégient désormais des produits plus sains sans transiger sur le goût. Nos équipes de recherche ont continué d'aider les clients à relever ce défi au premier semestre 2011. Nous avons étendu notre programme TasteSolutions™ dans le domaine de la santé et du bien-être en augmentant les investissements et les ressources consacrés au remplacement et à la réduction du sucre et du sel. De grandes sociétés de boissons manifestent d'ores et déjà un intérêt marqué pour un nouvel édulcorant très puissant qui devrait être commercialisé vers la fin de cette année.



#### Approvisionnement durable en matières premières:

Chaque année, nous nous procurons quelque 10 400 ingrédients différents dans une centaine de pays. Nous avons une responsabilité éthique envers les communautés qui nous fournissent ces ingrédients, ainsi qu'une responsabilité commerciale envers nos clients pour leur assurer un approvisionnement durable. Au premier semestre 2011, afin de promouvoir des pratiques durables, nos équipes ont continué de travailler en étroite collaboration avec les producteurs dans le cadre de diverses initiatives, notamment le programme Vanille à Madagascar présenté en deuxième page de couverture du présent rapport.



#### Clients et segments cibles:

Nos clients comptent sur nous pour être des partenaires fiables, capables d'innover, d'affiner leur connaissance du consommateur et des marchés et de développer leur expertise commerciale. Ces derniers mois, notre équipe de création s'est attachée à créer de nouveaux classiques de la parfumerie fine féminine et a remporté aux FIFI américains le prix du « Perfume Extraordinaire of the Year », décerné à (untitled) de Maison Martin Margiela. Dans le domaine des arômes, des initiatives comme le Mini Virtual Aroma Synthesiser™ SmartSniff permettent à nos clients de porter le processus de test des arômes à des niveaux inégalés en termes de vitesse, d'exactitude et de rapport coût/efficacité.

# Revue des opérations

«Au premier semestre 2011, nous avons enregistré une croissance de 4,3% en monnaies locales, conforme à nos objectifs à moyen terme. Les hausses du coût des matières premières ont pesé sur notre rentabilité. Givaudan est parvenue, en coopération avec ses clients, à mettre en œuvre des hausses de prix, qui ont commencé à prendre effet dans le courant du deuxième trimestre. La dynamique des ventes de Givaudan reste solide, soutenue par un portefeuille bien rempli de projets et une nouvelle progression du taux de conclusion de contrats. Nous sommes donc en bonne voie pour atteindre nos ambitieux objectifs à moyen terme», a déclaré Gilles Andrier, Directeur général.

Au premier semestre, le chiffre d'affaires du Groupe s'est établi à CHF 2 005 millions, soit une hausse de 4,3% en monnaies locales<sup>1</sup> et un recul de 8,8% en francs suisses par rapport à l'année précédente.

La division Parfums a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 927 millions, soit une hausse de 3,9% en monnaies locales et un recul de 8,8% en francs suisses par rapport à la même période en 2010.

Le chiffre d'affaires de la division Arômes s'est établi à CHF 1 078 millions, en progression de 4,7% en monnaies locales et en recul de 8,8% en francs suisses par rapport à l'année dernière.

## Marge brute

La marge brute a reculé, passant de 46,8% à 43,0%, 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 et amortissements des immobilisations corporelles et incorporelles)

L'EBITDA a baissé, passant de CHF 490 millions l'année dernière à CHF 368 millions en 2011. Sur une base comparable, l'EBITDA a reculé à

CHF 382 millions, contre CHF 529 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 19,6%. En termes comparables, la marge EBITDA s'est établie à 19,1% en 2011, en net repli par rapport aux 24,1% 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 215 millions, contre CHF 330 millions l'an dernier. Sur une base comparable, en excluant CHF 16 millions de coûts de restructuration, le résultat d'exploitation est passé de CHF 377 millions pour la même période en 2010 à CHF 231 millions en 2011. Mesuré en monnaies locales, le résultat d'exploitation sur une base comparable a accusé un repli de 28,9%. Sur une base comparable, la marge d'exploitation a reculé à 11,5% en 2011, contre 17,1% pour la même période en 2010. La baisse du résultat d'exploitation est plus forte que le recul de l'EBITDA car l'amortissement des immobilisations incorporelles n'a pas bénéficié des effets de change.

## Performance financière

Les coûts de financement se sont élevés à CHF 39 millions au premier semestre 2011, en baisse par rapport à CHF 54 millions pour la même période en 2010. Les autres charges financières, nettes de revenus, se sont montées à CHF 22 millions en 2011, contre CHF 13 millions en 2010, une hausse principalement attribuable à la volatilité persistante des taux de change.

### Ventes

En millions de francs suisses

2011 – 2 005

2010 – 2 199

2009 – 1 996

### EBITDA\*

En millions de francs suisses et en % du chiffre d'affaires

2011 – 382

19,1%

2010 – 529

24,1%

2009 – 424

21,2%

### Bénéfice d'exploitation\*

En millions de francs suisses et en % du chiffre d'affaires

2011 – 231

11,5%

2010 – 377

17,1%

2009 – 282

14,1%

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.

\* Sur une base comparable.

2 005mio.

Chiffre d'affaires du Groupe  
(CHF)

927mio.

Chiffre d'affaires de  
la division Parfums (CHF)

1 078mio.

Chiffre d'affaires de  
la division Arômes (CHF)

Les impôts sur les bénéfices du Groupe, mesurés en pourcentage du bénéfice brut, se sont élevés à 22 % en 2011 contre 24 % en 2010.

### Bénéfice net

Pour les six premiers mois de 2011, le bénéfice net s'établit à CHF 120 millions, contre CHF 200 millions en 2010. Cela représente une marge nette de 6,0%, contre 9,1% en 2010. Le bénéfice par action non dilué a diminué, passant à CHF 13,19, contre CHF 22,58 pour la même période en 2010.

### Flux de trésorerie

Au premier semestre 2011, Givaudan a dégagé un flux de trésorerie d'exploitation de CHF 50 millions, en baisse par rapport aux CHF 229 millions pour la même période en 2010, du fait de la baisse de l'EBITDA et de l'augmentation des stocks. En pourcentage du chiffre d'affaires, le fonds de roulement a légèrement augmenté, notamment du fait des niveaux de stocks plus élevés.

Le total des investissements en immobilisations corporelles (immobilier, usines et équipement) s'est établi à CHF 68 millions, contre CHF 33 millions en 2010, augmentation qui est principalement due à l'investissement dans le nouveau site de production d'arômes en Hongrie. La hausse des immobilisations incorporelles s'est établie à CHF 40 millions en 2011, dont une part importante correspond au projet ERP basé sur le système SAP. Le démarrage de SAP dans la dernière région concernée par ce projet,

l'Asie, tient ses délais et la transition devrait être achevée en juin 2012.

Le flux de trésorerie d'exploitation après investissements s'est élevé à CHF (51) millions, contre CHF 163 millions 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 (95) millions au premier semestre 2011, contre CHF 82 millions pour la même période en 2010.

### Position financière

La position financière de Givaudan était toujours solide fin juin 2011. La dette nette à la fin juin 2011 s'établissait à CHF 1 577 millions, en hausse par rapport aux CHF 1 353 millions affichés en décembre 2010. Cette augmentation s'explique principalement par les CHF 196 millions versés au deuxième trimestre au titre des dividendes. Le ratio d'endettement était de 33 %, contre 28 % fin 2010.

### Perspectives à court terme

Givaudan table sur une hausse des coûts de production d'environ 15 % en 2011 par rapport à 2010. La Société continuera de répercuter cette hausse sur ses clients, et prévoit que l'impact en sera compensé à moitié en 2011.

### Objectifs à moyen terme

A moyen terme, l'objectif global de la Société 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 %) ainsi qu'une

hausse continue de ses parts de marché au cours des cinq prochaines années. En déployant sa stratégie de croissance axée sur cinq piliers (marchés émergents, santé et bien-être ainsi que les gains de parts de marché sur des segments et auprès de clients ciblés), 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.

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.

<sup>1</sup> Le Groupe établit ses factures à ses clients dans des devises qui peuvent être différentes de la monnaie dans laquelle sont établis les comptes de l'entité juridique qui enregistre les ventes concernées. Dans le passé, du fait de la stabilité relative des changes, cette pratique n'avait pas d'impact significatif sur les fluctuations des ventes du Groupe en monnaies locales. L'appréciation notable du franc suisse par rapport à toutes les grandes devises a toutefois un effet sensible sur les « monnaies locales » telles que les définissait le Groupe auparavant. Avec le déploiement de SAP, le Groupe peut maintenant faire preuve d'une plus grande transparence concernant les transactions sous-jacentes qui reflètent la performance réelle de l'activité et, de ce fait, définit désormais les « monnaies locales » sur la base de la devise dans laquelle sont effectuées les transactions individuelles. Si le Groupe avait utilisé cette définition au premier trimestre 2011, la croissance des ventes en monnaies locales aurait été de 5,1 % par rapport au premier trimestre 2010 (Parfums : 4,1 % et Arômes : 6,0 %). Aux termes de la nouvelle définition, la croissance des ventes au seul deuxième trimestre est ressortie à 3,6 % en monnaies locales (Parfums : 3,7 % et Arômes : 3,4 %). Cette modification n'a pas d'effet sur les comptes annuels consolidés du Groupe.

# Division Parfums

La division Parfums a enregistré des ventes satisfaisantes sur les six premiers mois de l'année, avec un chiffre d'affaires en hausse de 3,9% en monnaies locales. L'augmentation des coûts de production s'est traduite par une baisse de la rentabilité, mais la division continue de travailler avec ses clients afin d'atténuer cet impact en négociant des augmentations de prix. L'effet positif de ces dernières devrait se déployer pleinement au second semestre 2011.

## Résumé

La division Parfums a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 927 millions au premier semestre 2011, soit une hausse de 3,9% en monnaies locales mais un recul de 8,8% en francs suisses par rapport à la même période en 2010. Cette croissance est attribuable à la performance solide du segment Parfums pour produits de consommation, notamment dans les marchés en développement de l'Amérique latine et de l'Asie-Pacifique, ainsi qu'à celle des Ingrédients de parfumerie. La hausse constante du coût des matières premières a lourdement pesé sur la rentabilité, mais la division collabore avec ses clients afin de compenser cet impact par une augmentation des prix.

Le chiffre d'affaires total de la division Parfums (Parfumerie fine et Parfums pour produits de consommation) a augmenté de 3,5% en monnaies locales mais a reculé en francs suisses, à CHF 799 millions, contre CHF 884 millions.

Le chiffre d'affaires de la Parfumerie fine a baissé de 0,4% en monnaies locales. Cette légère baisse de revenus, par rapport aux chiffres solides enregistrés l'an dernier sur une base comparable, s'explique par le fait que la forte performance réalisée en Amérique latine n'a pas permis de compenser le déclin des ventes en Amérique du Nord. Les ventes des Parfums pour produits de consommation ont progressé de 4,7% en monnaies locales grâce aux bons résultats

obtenus en Asie-Pacifique et en Amérique latine, notamment auprès des grands clients internationaux.

L'EBITDA a baissé de 18,9%, passant de CHF 196 millions à CHF 159 millions. L'EBITDA sur une base comparable est passé de CHF 226 millions à CHF 166 millions. En monnaies locales et sur une base comparable, l'EBITDA a baissé de 19,9%. La marge EBITDA sur une base comparable a diminué à 17,9%, contre 22,2% l'année précédente.

Le résultat d'exploitation a diminué à CHF 87 millions, contre CHF 116 millions l'année précédente (-25%). Sur une base comparable, la marge d'exploitation a reculé de 15,0% à 10,1%, impactée par la hausse du coût des matières premières. Quant au résultat d'exploitation, sur une base comparable, il ressort à CHF 94 millions, contre CHF 153 millions l'année dernière.

## Parfumerie fine

Le chiffre d'affaires de la Parfumerie fine a baissé de 0,4% en monnaies locales. Ce léger repli s'explique par la solidité des chiffres comparables au premier semestre de l'an dernier, période où les ventes avaient enregistré une croissance à deux chiffres.

Soutenue par la conclusion de nouveaux contrats et la croissance du portefeuille existant, la forte performance enregistrée en Amérique latine n'a pas réussi à compenser le recul des ventes en

Amérique du Nord. Globalement, les ventes sur les marchés matures sont ressorties en baisse par rapport à l'an dernier. La signature de nouveaux contrats n'est pas parvenue à contrebalancer entièrement l'érosion des activités existantes.

Les cérémonies de remise de récompenses de l'industrie, en Europe comme aux Etats-Unis, ont été exceptionnelles pour Givaudan qui s'est vu décerner plus de prix que jamais auparavant. La reconnaissance, par le secteur entier, des accomplissements de la Société est particulièrement gratifiante.

Lors des FiFi Awards au Royaume-Uni, Gucci Guilty by Gucci a remporté le prix «Best New Prestige Fragrance», ainsi que le «Perfume Shop People's Choice Award», tandis que Private Blend Azure Lime, de Tom Ford, repartait avec le prix «Best New Fragrance in Limited Distribution». Gucci Guilty a également été récompensé aux Etats-Unis, où il a remporté le prix «Best Women's Scent Prestige» lors des CEW Beauty Awards, et le prix «Women's Luxe» lors des FiFi à New York, parachevant son triomphe avec les prix DUFTSTAR, équivalent allemand des FiFi, où il a été nommé «Best New Women's Prestige Fragrance».

Givaudan a reçu d'autres honneurs aux FiFi américains, en remportant sept des 12 récompenses restantes, parmi lesquelles le «Consumer's Choice Award» avec Bombshell de Victoria's Secret, et



Six mois jusqu'au 30 juin en millions de francs suisses, hors données par action	2011	2010
<b>Ventes à des tiers</b>	<b>927</b>	<b>1 017</b>
<b>EBITDA sur une base comparable<sup>a</sup></b>	<b>166</b>	<b>226</b>
En % du chiffre d'affaires	17,9%	22,2%
<b>EBITDA<sup>a</sup></b>	<b>159</b>	<b>196</b>
En % du chiffre d'affaires	17,2%	19,3%
<b>Bénéfice d'exploitation sur une base comparable<sup>b</sup></b>	<b>94</b>	<b>153</b>
En % du chiffre d'affaires	10,1%	15,0%
<b>Bénéfice d'exploitation</b>	<b>87</b>	<b>116</b>
En % du chiffre d'affaires	9,4%	11,4%

a) 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.

b) L'EBITDA sur une base comparable ne tient pas compte des frais de restructuration. Le résultat d'exploitation sur une base comparable exclut les charges de restructuration, la perte de valeur des actifs à long terme et les investissements dans les joint-ventures.

le prix du «Perfume Extraordinaire of the Year», décerné à (untitled) de Maison Martin Margiela. La saison des récompenses s'est achevée avec la cérémonie des DUFTSTAR, en Allemagne, au cours de laquelle Givaudan a gagné la majorité des prix, y compris le «People's Choice Award for Men», avec Boss Bottled Night.

## Parfums pour produits de consommation

En monnaies locales, les ventes des Parfums pour produits de consommation ont augmenté de 4,7% par rapport à une base de comparaison déjà solide l'an dernier, grâce à la bonne performance de l'Asie-Pacifique et de l'Amérique latine, notamment auprès des grands clients internationaux.

Cette bonne progression a également été soutenue par une augmentation des ventes dans le segment des parfums pour lessives, notamment les adoucissants, dans lequel les nouveaux systèmes d'encapsulation mis au point par l'équipe Recherche et Technologie ont permis de conclure plusieurs contrats d'importance. Le segment des déodorants a également réalisé une performance très satisfaisante.

La région Asie-Pacifique est à l'origine de la croissance la plus forte, dopée par une hausse des ventes dans tous les segments de clients: internationaux, régionaux et locaux.

En Amérique latine, les ventes ont progressé par rapport à une base de comparaison déjà solide, notamment grâce à la bonne croissance au Mexique.

En Europe, en Afrique et au Moyen-Orient, les ventes ont augmenté grâce à une croissance très solide en Afrique centrale et au Moyen-Orient, et à une croissance satisfaisante dans les marchés européens matures.

En Amérique du Nord, les ventes ont été supérieures aux chiffres comparables déjà élevés de l'an dernier, principalement grâce à la conclusion de nouveaux contrats auprès de tous les groupes de clientèle de la région.

A l'international, c'est le segment des parfums pour lessives qui a affiché la plus forte croissance.

## Ingrédients de parfumerie

Les ventes d'ingrédients de parfumerie ont augmenté de 6,8% en monnaies locales, les segments des ingrédients de spécialités et de commodités ayant tous deux enregistré une bonne performance.

Au cours des six derniers mois, l'événement particulièrement important dans cette activité a été le lancement d'un autre ingrédient innovant, baptisé Paradisamide™, qui sera promu tout au long de l'année. Cet ingrédient caractérisé par une note fraîche et persistante de fruit tropical, a déjà été très bien accueilli par les clients.



### (untitled): un succès sans réserve

(untitled) de Maison Martin Margiela, créé par Daniela Andrier, s'est vu décerner aux FIFI américains 2011 le prix du «Perfume Extraordinaire of the Year». Ce trophée, qui récompense des créations olfactives particulièrement visionnaires, originales et innovantes en termes de concept et de créativité, est pour Givaudan une prestigieuse reconnaissance.

## Recherche – Division Parfums

La division continue d'investir dans les domaines qui permettent à nos équipes de développement créatif d'apporter leur aide aux clients soucieux de traduire leur identité de marque en senteurs et d'atteindre ainsi leur public cible.

L'objectif majeur de l'équipe Recherche et Technologie de la division Parfums est de développer des molécules à la fois innovantes et durables en termes d'empreinte carbone, de biodégradabilité et de sécurité. Grâce aux avancées réalisées en 2010, le premier semestre 2011 a vu se concrétiser quelques succès notables.

### Inspirer des talents créatifs

Découvert pour la première fois en 2003 par une équipe en tournée au sud de l'Inde dans le cadre du programme ScenTrek™, Karmaflor™ est un nouveau salicylate qui a été intégré au cardex Givaudan (liste des ingrédients à la disposition des parfumeurs) en mai 2011.

Karmaflor™ a été identifié dans la fleur de Saraca Asoca (Fabaceae), un arbre sacré pour les hindous et les bouddhistes. Sa note verte florale fleurs blanches (type lys), associée à la fraîcheur fruitée typique des fleurs tropicales se marie bien avec le salicylate de cis-3 hexenyle, dont il renforce la dimension florale en même temps que la stabilité.

Karmaflor™ a d'ores et déjà été bien accueilli par les parfumeurs, tant sur le segment de la Parfumerie fine que sur celui des Parfums pour produits de consommation : ils ont relevé son caractère floral « sensationnel » de frangipanier et de belle-de-nuit, qui lui confère selon eux une « vraie signature naturelle ».

## Relever le défi de l'évolution législative

Alors que l'interdiction de l'expérimentation animale en vertu du 7e amendement de la Directive Cosmétiques de l'UE doit entrer en vigueur dès 2013, le premier essai biologique in vitro de sensibilisation de la peau, Keratinosent™, a été mené avec succès. Grâce à Keratinosent™, le groupe de recherche sera en mesure d'évaluer le profil d'une molécule en termes de sécurité à un stade précoce de son processus de développement.

Notre secteur s'engage pleinement en faveur de la sécurité des produits, secteur où les technologies alternatives peuvent jouer un rôle important. Givaudan s'attache à élaborer le cadre de référence dans ce domaine et croit fermement aux avantages commerciaux qu'il générera, notamment des coûts et des délais de mise sur le marché réduits pour les futures molécules.

## Exploiter les avantages de la coopération

La capacité d'optimiser au bon moment la rémanence des Parfums pour produits de consommation est un critère clé de satisfaction des consommateurs : un parfum déposé pendant le cycle de lavage restera-t-il présent sur les vêtements et à la bonne intensité, lorsqu'ils seront portés ?

Givaudan poursuit le développement de ses technologies sophistiquées en matière de contrôle de la diffusion des parfums. Des experts spécialisés dans la chimie des polymères, dans le développement de parfums et dans la connaissance des consommateurs se sont réunis au sein d'une équipe pluridisciplinaire pour mettre en commun leur savoir et créer des solutions qui accroissent la performance des parfums.

Optimiser l'expérience olfactive au bon moment est particulièrement important dans le domaine des parfums pour lessives. La collaboration entre experts des parfums et techniciens favorise la conception de fragrances qui feront le bonheur des consommateurs.



### Travailler aux côtés de jeunes talents

C'est la volonté de nouer des relations avec de jeunes talents prometteurs qui sous-tend l'association avec le Festival International des Arts de la Mode à Hyères. A la fois observatoire des tendances et rampe de lancement internationale, cet événement annuel réunit les travaux de dix créateurs de mode et dix photographes. Les parfumeurs de Givaudan collaborent avec chacun de ces espoirs de la mode pour traduire leur travail dans un parfum.

*Photo illustrant une création d'une des lauréates : Céline Métel*

© Festival international des Arts de la Mode à Hyères

# Division Arômes

La division Arômes est restée sur sa lancée et a réalisé une bonne performance semestrielle, avec un chiffre d'affaires en progression de 4,7% en monnaies locales et en recul de 8,8% en francs suisses. La hausse des coûts de production a fortement pesé sur la rentabilité. La division continue de collaborer avec ses clients pour atténuer cet impact négatif par des augmentations de prix. L'effet positif de ces dernières devrait se faire sentir au second semestre 2011.

## Résumé

Les ventes de la division Arômes se sont établies à CHF 1 078 millions, soit une progression de 4,7% en monnaies locales, et un recul de 8,8% en francs suisses. La hausse persistante du coût d'ingrédients naturels majeurs tels que les agrumes et les dérivés d'huiles essentielles a pesé sur la rentabilité de l'activité Arômes au premier semestre 2011. La division continue de collaborer avec ses clients pour compenser cet impact négatif par le biais de hausse des prix et de gains de productivité. L'effet positif des hausses de prix devrait être ressenti au second semestre 2011.

L'augmentation des ventes au premier semestre est attribuable à la croissance des activités existantes et aux nouvelles affaires en Asie-Pacifique, ainsi qu'à la bonne performance enregistrée en Amérique du Nord et sur les marchés en développement d'Europe, d'Afrique et du Moyen-Orient, grâce aux nouveaux contrats conclus. Tous les segments se sont développés à l'international, grâce à la forte progression des segments Boissons et Snacks.

Parmi les événements opérationnels marquants sur la période, il faut citer l'expansion du programme TasteSolutions™ dans le domaine de la santé et du bien-être. Le programme a fait l'objet d'une hausse des investissements et des ressources pour cibler des opportunités en matière d'amélioration du goût sucré, de réduction du sel et d'atténuation de l'amertume. Les consommateurs des

marchés matures comme des marchés en développement exigent des produits qui soient plus sains sans être moins savoureux pour autant. Les équipes de recherche de cette division aident les clients à répondre aux attentes des consommateurs.

La construction, pour CHF 170 millions, d'une usine à Makó, en Hongrie, devrait être achevée comme prévu d'ici à décembre 2011. Les divers essais commenceront au premier trimestre 2012. Ce site de production d'arômes pour entremets salés, à la pointe de la modernité, fera partie intégrante de la chaîne d'approvisionnement perfectionnée qui sous-tend notre stratégie de croissance dans les marchés en développement d'Europe de l'Est et de Russie.

L'EBITDA a baissé de 28,9%, passant de CHF 294 millions à CHF 209 millions. Sur une base comparable, l'EBITDA a reculé de 28,7%, à CHF 216 millions, contre CHF 303 millions auparavant. En monnaies locales, l'EBITDA a perdu 19,4%. La marge EBITDA a baissé, passant de 25,6% pour la même période en 2010 à 20,0% au premier semestre de 2011.

Le résultat d'exploitation ressort à CHF 137 millions sur une base comparable, en baisse de 38,8% par rapport aux CHF 224 millions enregistrés l'an dernier. En monnaies locales, le résultat d'exploitation a reculé de 28,1%. Quant à la marge d'exploitation, sur une base comparable, elle est passée de 19,0% à 12,7%.

## Asie-Pacifique

En Asie-Pacifique, les ventes ont progressé de 9,6% en monnaies locales. La croissance des marchés matures et en développement a contribué à ce bon résultat, avec un volume de ventes en hausse pour les produits existants et de nouvelles conclusions de contrats.

Les marchés clés que sont la Chine, l'Inde et l'Indonésie, ont signé la plus forte augmentation des ventes dans les marchés en développement, tandis que les marchés matures de l'Australie et du Japon sont ressortis en forte croissance, malgré les catastrophes naturelles.

Tous les segments ont enregistré une performance positive: les Boissons, les Produits laitiers et les Snacks en particulier ont affiché une croissance à deux chiffres grâce à de nouveaux contrats importants.

## Europe, Afrique et Moyen-Orient

Les ventes de la région ont progressé de 4,2% en monnaies locales, malgré les difficultés économiques et politiques en Afrique du Nord et au Moyen-Orient et le ralentissement de la conjoncture en Europe occidentale.

La performance des ventes a été alimentée par la conclusion de nouveaux contrats et les gains en volumes dans les marchés en développement du Moyen-Orient et d'Europe de l'Est, la Russie et la Turquie

affichant la plus forte croissance en Europe de l'Est. La division a poursuivi son développement de l'activité Arômes vers le centre de l'Asie.

Au premier semestre 2011, l'Europe, l'Afrique et le Moyen-Orient ont continué à dégager de bonnes performances sur les segments Entremets salés, Produits laitiers et Snacks.

### **Amérique du Nord**

Les ventes ont augmenté de 3,1% en monnaies locales, soutenues par la belle croissance des segments Entremets salés, Snacks et Boissons. Le pilier stratégique de la restauration rapide a fortement contribué à la croissance régionale, grâce aux nouveaux contrats conclus dans la catégorie Boissons.

### **Amérique latine**

En Amérique latine, les ventes en monnaies locales sont restées au même niveau qu'au premier semestre 2010, période marquée par une très bonne performance. L'Argentine a poursuivi sur sa lancée, les conclusions de contrats et les gains en volumes réalisés dans le pays permettant de compenser la performance plus faible enregistrée au Mexique et en Colombie.

Les nouveaux contrats et la croissance des produits existants ont permis de générer une performance particulièrement bonne sur les segments Snacks, Produits laitiers et Confiserie dans la région.

### **Recherche – Division Arômes**

L'équipe Science et Technologie est un facteur clé de succès pour la division Arômes. Elle a continué d'alimenter le pipeline de produits en fournissant des technologies et des ingrédients qui stimulent l'imagination des aromaticiens. Plus spécifiquement, elle a apporté sa contribution par le biais de quatre plateformes : découverte d'ingrédients, science sensorielle, conception d'arômes et diffusion d'arômes.

### **Découvertes d'ingrédients**

Les produits de la gamme Santé et Bien-être restent prépondérants dans la demande des consommateurs, et l'on a assisté au cours des six derniers mois à d'importantes avancées dans les systèmes de remplacement du sucre et du sel grâce à la plateforme TasteSolutions™. En particulier, un nouvel exhausteur du goût hautement performant a été lancé.

Le filtrage à haut débit, qui repose sur des essais biologiques brevetés basés sur les récepteurs, permet aux scientifiques d'analyser le potentiel des molécules bien plus rapidement qu'auparavant. La banque de données existante est utilisée pour évaluer de nouveaux exhausteurs du goût d'origine naturelle et découvrir des molécules ayant les mêmes propriétés et caractéristiques que celles que l'on connaît déjà.

A l'international, les consommateurs étant de plus en plus intéressés par des arômes et des goûts naturels, on constate une forte demande en faveur des ingrédients naturels. Dès lors, les travaux de recherche visent désormais pour l'essentiel à renforcer la position prédominante de Givaudan dans ce domaine. Par exemple, nous recourons à l'ethnobotanique pour analyser la manière dont différentes cultures utilisent les produits alimentaires. Dans le cadre des activités TasteTrek™, nous nous efforçons d'avoir une meilleure connaissance des ingrédients et de la cuisine des communautés locales tout en recherchant de nouveaux ingrédients.

Le premier semestre 2011 a vu aussi des progrès notables dans nos efforts pour masquer l'amertume persistante du rebaudioside-A, un édulcorant naturel extrait de la stévia. De grandes sociétés de boissons se sont déjà montrées très intéressées par les recherches de pointe de Givaudan en matière d'atténuation et d'intensification du profil gustatif naturel d'édulcorants hypocaloriques.

Les ingrédients du segment des Produits laitiers ont été évalués pour aider les clients à réduire leurs coûts. Un défi majeur



### **Les tendances des consommateurs en ligne de mire**

Dans le monde entier, les consommateurs privilégient désormais les produits alimentaires et les boissons perçus comme plus sains, mais sans compromis sur le goût. Au premier semestre 2011, Givaudan a encore investi davantage dans son programme TasteSolutions™ dans le domaine de la santé et du bien-être. La Société développe de nouveaux ingrédients naturels à partir de sources botaniques et biologiques et les intègre dans des applications à teneur réduite en sucre – boissons, produits laitiers et produits pour boulangerie et pour pâtisserie notamment.



### **Une activité saine**

Givaudan a profité de son Assemblée générale 2010 pour présenter sa technologie de pointe TasteSolutions™ à plus de 300 investisseurs : ils ont pu constater par eux-mêmes, en goûtant des chips à teneur réduite en sel, des boissons à teneur réduite en sucre et des glaces allégées, combien l'expertise de Givaudan permet de proposer des produits plus sains tout en préservant le goût.



consiste à remplacer les ingrédients laitiers les plus onéreux par d'autres éléments apportant à la fois plus de valeur et une sensation gustative satisfaisante. Parmi les progrès réalisés à cet égard, citons le développement d'une molécule qui permet de créer des compositions proches du babeurre, mais sans babeurre. L'accent est mis aussi sur l'optimisation de nos capacités biotechnologiques afin de développer des arômes enzymatiques uniques de fromage.

Des travaux sur les interactions entre l'umami et le goût salé ont permis de nouvelles découvertes au niveau moléculaire, ainsi que des avancées majeures pour la palette d'arômes de poulet et de bœuf. Des aspects de rétro-ingénierie du processus de Maillard ont été développés. Ils conditionnent la façon dont les sucres et les acides aminés réagissent au processus de grillade pour créer des saveurs intenses. Il en résulte, pour les clients et les consommateurs, un produit plus authentique en goût et à moindre coût.

Nous avons poursuivi l'étude de nombreuses variétés d'agrumes, en collaboration avec l'Université de Californie Riverside. La connaissance de ces variétés, ainsi que les recherches approfondies menées à l'université, permettent aux aromaticiens de Givaudan de créer des compositions de citron et d'orange extrêmement nuancées et de nature à séduire le marché.

## Science sensorielle

Mesurer les expériences sensorielles est un défi permanent. Les édulcorants artificiels ont tendance à s'accompagner de caractéristiques gustatives désagréables, comme l'amertume, et nous multiplions les efforts pour y remédier.

Récemment, les déclencheurs émotionnels et la mesure des paramètres sensoriels non verbaux ont fait l'objet de recherches innovantes. Divers marqueurs physiologiques, comme la manifestation d'une émotion, se révèlent être des indicateurs d'humeurs très prometteurs. Ils fournissent de précieux indices sur les préférences des consommateurs en matière d'arômes.

## Conception d'arômes

Nous utilisons des outils et des technologies sophistiqués pour créer de nouveaux arômes de manière plus ciblée. Au semestre dernier, nous avons lancé SmartSniff, la nouvelle version du Mini Virtual Aroma Synthesiser™ (MiniVAS), qui offre au système VAS déjà performant de nouvelles perspectives passionnantes.

Créée par Givaudan, la technologie VAS associe la perception humaine (l'odorat) à une instrumentation précise pour créer les arômes de prédilection pour les consommateurs et les clients. Elle simplifie le processus de test des arômes en éliminant le langage subjectif utilisé pour

décrire l'odeur et le goût, comme « fruité » ou « frais ». Elle permet de réaliser des centaines d'itérations en quelques heures – alors que les méthodes plus traditionnelles de formulation et d'échantillonnage nécessitent des semaines, voire des mois. Désormais, grâce au système MiniVAS, à la fois léger et portable, on peut apporter la technologie chez le client, ce qui réduit les coûts et accélère le développement des produits. Une connexion en vidéoconférence permet au client de communiquer ses réactions aux aromaticiens en temps réel.

## Diffusion d'arômes

Un des aspects sur lesquels se sont focalisés nos récents travaux est l'amélioration constante de la dynamique de diffusion contrôlée des arômes, grâce à la technologie d'encapsulation PureDelivery™. Une nouvelle technologie de séchage en plusieurs étapes, combinée à une formulation modifiée du support, a permis de développer un glaçage granulé qui préserve les arômes quelles que soient les techniques de traitement thermique.

Parallèlement à un travail innovant sur les émulsions claires qui suppriment le besoin d'un extrait lavé, des avancées dans le domaine de la diffusion pulsée et de la diffusion différée étendue ont ouvert des perspectives intéressantes pour les aromaticiens. En particulier, ils peuvent désormais intégrer dans un même produit deux arômes différents diffusés successivement.

Six mois jusqu'au 30 juin en millions de francs suisses	2011	2010
<b>Ventes à des tiers</b>	<b>1 078</b>	<b>1 182</b>
<b>EBITDA sur une base comparable<sup>a</sup></b>	<b>216</b>	<b>303</b>
En % du chiffre d'affaires	20,0%	25,6%
<b>EBITDA<sup>a</sup></b>	<b>209</b>	<b>294</b>
En % du chiffre d'affaires	19,4%	24,9%
<b>Bénéfice d'exploitation sur une base comparable<sup>b</sup></b>	<b>137</b>	<b>224</b>
En % du chiffre d'affaires	12,7%	19,0%
<b>Bénéfice d'exploitation</b>	<b>128</b>	<b>214</b>
En % du chiffre d'affaires	11,9%	18,1%

a) 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

b) Le résultat d'exploitation sur une base comparable exclut les frais de restructuration et la perte de valeur des actifs à long terme.

# Half Year Financial Report 2011



# Condensed consolidated income statement

For the six months ended 30 June

in millions of Swiss francs, except for per share data	Note	2011	2010
Sales		2,005	2,199
Cost of sales		(1,143)	(1,170)
<b>Gross profit</b>		<b>862</b>	<b>1,029</b>
as % of sales		43.0%	46.8%
Marketing and distribution expenses		(285)	(305)
Research and product development expenses		(156)	(171)
Administration expenses		(69)	(72)
Amortisation of intangible assets		(99)	(94)
Share of loss of jointly controlled entities		(1)	-
Other operating income	6	3	6
Other operating expense	7	(40)	(63)
<b>Operating income</b>		<b>215</b>	<b>330</b>
as % of sales		10.7%	15.0%
Financing costs	8	(39)	(54)
Other financial income (expense), net	9	(22)	(13)
<b>Income before taxes</b>		<b>154</b>	<b>263</b>
Income taxes		(34)	(63)
<b>Income for the period</b>		<b>120</b>	<b>200</b>
<b>Attribution</b>			
Income attributable to non-controlling interests			-
Income attributable to equity holders of the parent		120	200
as % of sales		6.0%	9.1%
<b>Earnings per share – basic (CHF)</b>	10	<b>13.19</b>	<b>22.58</b>
<b>Earnings per share – diluted (CHF)</b>	10	<b>13.12</b>	<b>22.45</b>

The notes on pages 22 to 27 form an integral part of these interim condensed consolidated financial statements (unaudited).

# Condensed consolidated statement of comprehensive income

For the six months ended 30 June

in millions of Swiss francs	Note	2011	2010
<b>Income for the period</b>		<b>120</b>	<b>200</b>
<b>Available-for-sale financial assets</b>			
Movement in fair value for available-for-sale financial assets, net		1	(2)
Movement in deferred taxes on fair value adjustments		-	1
(Gain) loss on available-for-sale financial assets removed from equity and recognised in the consolidated income statement		(1)	-
<b>Cash flow hedges</b>			
Fair value adjustments in year		-	(16)
Removed from equity - and recognised in the consolidated income statement		-	4
<b>Exchange differences arising on translation of foreign operations</b>			
Change in currency translation		(196)	1
<b>Other comprehensive income for the period</b>		<b>(196)</b>	<b>(12)</b>
<b>Total comprehensive income for the period</b>		<b>(76)</b>	<b>188</b>
<b>Attribution</b>			
Total comprehensive income attributable to non-controlling interests			-
Total comprehensive income attributable to equity holders of the parent		(76)	188

The notes on pages 22 to 27 form an integral part of these interim condensed consolidated financial statements (unaudited).



# Condensed consolidated statement of financial position

At period ended

in millions of Swiss francs	Note	30 June 2011	31 December 2010
Cash and cash equivalents		823	805
Derivative financial instruments		50	91
Derivatives on own equity instruments		9	26
Available-for-sale financial assets		54	54
Accounts receivable – trade		780	717
Inventories		797	735
Current income tax assets		36	44
Assets held for sale		3	10
Other current assets		160	127
<b>Current assets</b>		<b>2,712</b>	<b>2,609</b>
Property, plant and equipment		1,264	1,312
Intangible assets		2,523	2,705
Deferred income tax assets		100	91
Assets for post-employment benefits		111	98
Financial assets at fair value through income statement		23	24
Jointly controlled entities		2	3
Other long-term assets		63	81
<b>Non-current assets</b>		<b>4,086</b>	<b>4,314</b>
<b>Total assets</b>		<b>6,798</b>	<b>6,923</b>
Short-term debt	11	1,411	314
Derivative financial instruments		44	40
Accounts payable – trade and others		325	344
Accrued payroll & payroll taxes		80	121
Current income tax liabilities		86	83
Financial liability: own equity instruments		9	30
Provisions		69	35
Other current liabilities		126	140
<b>Current liabilities</b>		<b>2,150</b>	<b>1,107</b>
Derivative financial instruments		34	55
Long-term debt	11	989	1,844
Provisions		78	90
Liabilities for post-employment benefits		106	120
Deferred income tax liabilities		188	202
Other non-current liabilities		49	59
<b>Non-current liabilities</b>		<b>1,444</b>	<b>2,370</b>
<b>Total liabilities</b>		<b>3,594</b>	<b>3,477</b>
Share capital	12	92	92
Retained earnings and reserves	12	4,556	4,632
Hedging reserve		(47)	(47)
Own equity instruments	13	(82)	(112)
Fair value reserve for available-for-sale financial assets		9	9
Cumulative translation differences		(1,324)	(1,128)
<b>Equity attributable to equity holders of the parent</b>		<b>3,204</b>	<b>3,446</b>
Non-controlling interests			
<b>Total equity</b>		<b>3,204</b>	<b>3,446</b>
<b>Total liabilities and equity</b>		<b>6,798</b>	<b>6,923</b>

The notes on pages 22 to 27 form an integral part of these interim condensed consolidated financial statements (unaudited).

# Condensed consolidated statement of changes in equity

For the six months ended 30 June

<b>2011</b>										
in millions of Swiss francs	Note	Share Capital	Retained earnings and reserves	Own equity instruments	Hedging reserve	Fair value reserve for available-for-sale financial assets	Currency translation differences	Equity attributable to equity holders of the parent	Non-controlling interests	Total equity
<b>Balance as at 1 January</b>		<b>92</b>	<b>4,632</b>	<b>(112)</b>	<b>(47)</b>	<b>9</b>	<b>(1,128)</b>	<b>3,446</b>		<b>3,446</b>
Income for the period			120					120		120
Available-for-sale financial assets										
Cash flow hedges										
Exchange differences arising on translation of foreign operations							(196)	(196)		(196)
<b>Total comprehensive income for the period</b>			<b>120</b>				<b>(196)</b>	<b>(76)</b>		<b>(76)</b>
Dividends paid	12		(196)					(196)		(196)
Movement on own equity instruments, net	13			30				30		30
<b>Net change in other equity items</b>			<b>(196)</b>	<b>30</b>				<b>(166)</b>		<b>(166)</b>
<b>Balance as at 30 June</b>		<b>92</b>	<b>4,556</b>	<b>(82)</b>	<b>(47)</b>	<b>9</b>	<b>(1,324)</b>	<b>3,204</b>		<b>3,204</b>

<b>2010</b>										
in millions of Swiss francs	Note	Share Capital	Retained earnings and reserves	Own equity instruments	Hedging reserve	Fair value reserve for available-for-sale financial assets	Currency translation differences	Equity attributable to equity holders of the parent	Non-controlling interests	Total equity
<b>Balance as at 1 January</b>		<b>85</b>	<b>3,741</b>	<b>(132)</b>	<b>(45)</b>	<b>8</b>	<b>(852)</b>	<b>2,805</b>	<b>7</b>	<b>2,812</b>
Income for the period			200					200	-	200
Available-for-sale financial assets						(1)		(1)		(1)
Cash flow hedges					(12)			(12)		(12)
Exchange differences arising on translation of foreign operations							1	1	-	1
<b>Total comprehensive income for the period</b>			<b>200</b>		<b>(12)</b>	<b>(1)</b>	<b>1</b>	<b>188</b>	<b>-</b>	<b>188</b>
Issuance of shares	12	7	741					748		748
Dividends paid	12		(187)					(187)		(187)
Changes in non-controlling interests									(2)	(2)
Movement on own equity instruments, net	13			1				1		1
<b>Net change in other equity items</b>		<b>7</b>	<b>554</b>	<b>1</b>				<b>562</b>	<b>(2)</b>	<b>560</b>
<b>Balance as at 30 June</b>		<b>92</b>	<b>4,495</b>	<b>(131)</b>	<b>(57)</b>	<b>7</b>	<b>(851)</b>	<b>3,555</b>	<b>5</b>	<b>3,560</b>

The notes on pages 22 to 27 form an integral part of these interim condensed consolidated financial statements (unaudited).

# Condensed consolidated cash flow statement

For the six months ended 30 June

in millions of Swiss francs	Note	2011	2010
Income for the period		120	200
Income tax expense		34	63
Interest expense		37	43
Non-operating income and expense		24	24
<b>Operating income</b>		<b>215</b>	<b>330</b>
Depreciation of property, plant and equipment		52	58
Amortisation of intangible assets		99	94
Impairment of long lived assets and joint ventures		2	8
Other non-cash items			
- share-based payments		6	6
- additional and unused provisions, net		66	31
- other non-cash items		6	1
<b>Adjustments for non-cash items</b>		<b>231</b>	<b>198</b>
(Increase) decrease in inventories		(116)	(90)
(Increase) decrease in accounts receivable		(114)	(155)
(Increase) decrease in other current assets		(41)	(27)
Increase (decrease) in accounts payable		4	26
Increase (decrease) in other current liabilities		(38)	18
<b>(Increase) decrease in working capital</b>		<b>(305)</b>	<b>(228)</b>
<b>Income taxes paid</b>		<b>(33)</b>	<b>(44)</b>
<b>Other operating cash flows, net<sup>a</sup></b>		<b>(58)</b>	<b>(27)</b>
<b>Cash flows from (for) operating activities</b>		<b>50</b>	<b>229</b>
Increase in long-term debt	11	296	99
(Decrease) in long-term debt			(198)
Increase in short-term debt		-	-
(Decrease) in short-term debt		(26)	(32)
Interest paid		(44)	(81)
Dividends paid	12	(196)	(187)
Purchase and sale of own equity instruments, net	13	3	1
Others, net		(11)	3
<b>Cash flows from (for) financing activities</b>		<b>22</b>	<b>(395)</b>
Acquisition of property, plant and equipment		(68)	(33)
Acquisition of intangible assets		(40)	(34)
Proceeds from the disposal of property, plant and equipment		7	1
Interest received		1	2
Purchase and sale of available-for-sale financial assets, net		1	(29)
Purchase and sale of financial assets at fair value through income statement, net		-	-
Purchase and sale of derivative financial instruments, net		77	(2)
Others, net		(10)	(36)
<b>Cash flows from (for) investing activities</b>		<b>(32)</b>	<b>(131)</b>
<b>Net increase (decrease) in cash and cash equivalents</b>		<b>40</b>	<b>(297)</b>
Net effect of currency translation on cash and cash equivalents		(22)	(42)
Cash and cash equivalents at the beginning of the period		805	825
<b>Cash and cash equivalents at the end of the period</b>		<b>823</b>	<b>486</b>

a) Other operating cash flows, net mainly consist of the utilisation of provisions.

The notes on pages 22 to 27 form an integral part of these interim condensed consolidated financial statements (unaudited).

# Notes to the interim condensed consolidated financial statements (unaudited)

## 1. Group organisation

Givaudan SA and its subsidiaries (hereafter “the Group”) operate under the name Givaudan. Givaudan SA is a limited liability company incorporated and domiciled in Switzerland. The Group is headquartered in Vernier, near Geneva, Switzerland.

Givaudan is a leading supplier of creative fragrance and flavour products to consumer goods industries. It operates in over 100 countries and has subsidiaries and branches in more than 40 countries. Worldwide, it employs 8,857 people.

## 2. Basis of preparation of financial statements

These financial statements are the unaudited interim condensed consolidated financial statements (hereafter “the interim financial statements”) of the Group for the six month period ended 30 June 2011 (hereafter “the interim period”). They have been prepared in accordance with the International Accounting Standard 34 “Interim Financial Reporting”.

The interim financial statements include the operations of Givaudan SA and its controlled subsidiaries where control is defined as the power to govern the financial and operating policies of an enterprise so as to obtain benefits from its activities.

These interim financial statements should be read in conjunction with the 2010 consolidated financial statements as they provide an update of the most recent financial information available.

Income tax expense is recognised based on management’s best estimate of the weighted average annual income tax rate expected for the full financial year.

The Group operates in markets where no significant seasonal or cyclical variations in sales are experienced during the financial year.

These interim financial statements are not audited. The 31 December 2010 statement of financial position has been derived from the audited 2010 consolidated financial statements. Givaudan SA’s Board of Directors approved these interim financial statements on 3 August 2011.

## 3. Accounting policies

The accounting policies adopted are consistent with those of the annual financial statements for the year ended 31 December 2010, as described in the 2010 consolidated financial statements for the year ended 31 December 2010, with the exception of the adoption as of 1 January 2011 of the standards and interpretations described below.

*IAS 24 Related Party Disclosures (revised)* removes the requirement for government-related entities to disclose details of all transactions with the government and other government-related entities, it also clarifies and simplifies the definition of a related party. The Group has no government-related entities and therefore this revision is not applicable for the Group.

*Amendment to IAS 32: Financial Instrument – Presentation: Classification of Rights Issues* eliminates volatility in profit and loss for rights issue denominated in a foreign currency. The Group has not entered into rights issues in 2011 and therefore the amendment has had no effect on the financial position or performance of the Group.

*Amendment to IFRS 1: Limited Exemption from Comparative IFRS 7 Disclosures for First-time Adopters* provides first-time adopters with the same transition provision than existing IFRS preparers who were granted relief from presenting comparative information for the new disclosures requirements. The Group is not a first-time adopter of IFRS and therefore the amendment is not relevant.

*Improvements to IFRSs (May 2010)* sets out amendments across 7 different standards, related basis for conclusions and guidance. They relate to IFRS 1 First-time Adoption of IFRSs, IFRS 3 Business Combinations, IFRS 7 Financial instruments: Disclosures, IAS 1 Presentation of Financial Statements, IAS 27 Consolidated and Separate Financial Statements, IAS 34 Interim Financial Reporting, and IFRIC 13 Customer Loyalty Programmes. The adoption of these improvements resulted in changes to accounting policies, but did not have any impact on the consolidated financial statements of the Group.

*Amendments to IFRIC 14 Prepayments of a Minimum Funding Requirement* remove an unintended consequence of IFRIC 14 where entities are in some circumstances not permitted to recognise as an asset prepayments of minimum funding contributions. The Group did not make prepayments of a minimum funding requirement in its pension plans and therefore these amendments did not have any impact on the consolidated financial statements of the Group.

*IFRIC 19 Extinguishing Financial Liabilities with Equity Instruments* clarifies the accounting when an entity renegotiates the terms of its debt with the result that the liability is extinguished by the debtor issuing its own equity instruments to the creditor. The Group did not enter into a debt for equity swap and consequently this interpretation is not applicable for the Group.



## 4. Change in estimates

With the completion of the integration of the former Quest business into Givaudan, certain inter-company loans have been revised on the basis of the long term balance sheet structure of each subsidiary and considered as part of their net investment. Any exchange differences that are subsequently recognised are recorded in other comprehensive income as cumulative translation differences (see accounting policy in note 2.4 of the 2010 consolidated financial statements). The reclassification of these loans occurred on 1 June 2011. The amount recognised in other comprehensive income as of June 30, 2011 was a loss of CHF 8 million.

## 5. Segment information

### Business segments

for the six months ended 30 June, in millions of Swiss francs	Fragrances		Flavours		Group	
	2011	2010	2011	2010	2011	2010
Segment sales	927	1,017	1,080	1,183	2,007	2,200
Less inter segment sales <sup>a</sup>		-	(2)	(1)	(2)	(1)
<b>Segment sales to third parties</b>	<b>927</b>	<b>1,017</b>	<b>1,078</b>	<b>1,182</b>	<b>2,005</b>	<b>2,199</b>
<b>Operating income at comparable basis</b>	<b>94</b>	<b>153</b>	<b>137</b>	<b>224</b>	<b>231</b>	<b>377</b>
as % of sales	10.1%	15.0%	12.7%	19.0%	11.5%	17.1%
Depreciation	(25)	(29)	(27)	(29)	(52)	(58)
Amortisation	(47)	(44)	(52)	(50)	(99)	(94)
Impairment of long-lived assets and joint ventures		(7)	(2)	(1)	(2)	(8)
Acquisition of property, plant and equipment	23	16	45	17	68	33
Acquisition of intangible	18	18	22	16	40	34
<b>Capital expenditures</b>	<b>41</b>	<b>34</b>	<b>67</b>	<b>33</b>	<b>108</b>	<b>67</b>

a) Transfer prices for inter-divisional sales are set on an arm's length basis.

The amounts by division provided to the Executive Committee are measured in a consistent manner in terms of accounting policies with the consolidated financial statements. The Group has removed communication on segment assets to align the business segment information with management reporting that is focused mainly on cash flow. The corresponding information of earlier periods has been restated.

### Reconciliation table to Group's operating income

for the six months ended 30 June, in millions of Swiss francs	Fragrances		Flavours		Group	
	2011	2010	2011	2010	2011	2010
<b>Operating income at comparable basis</b>	<b>94</b>	<b>153</b>	<b>137</b>	<b>224</b>	<b>231</b>	<b>377</b>
Integration and restructuring costs	(7)	(30)	(7)	(9)	(14)	(39)
Impairment of long-lived assets and joint ventures		(7)	(2)	(1)	(2)	(8)
<b>Operating income</b>	<b>87</b>	<b>116</b>	<b>128</b>	<b>214</b>	<b>215</b>	<b>330</b>
as % of sales	9.4%	11.4%	11.9%	18.1%	10.7%	15.0%
Financing costs					(39)	(54)
Other financial income (expense), net					(22)	(13)
<b>Income before taxes</b>					<b>154</b>	<b>263</b>
as % of sales					7.7%	12.0%

## 6. Other operating income

for the six months ended 30 June, in millions of Swiss francs	2011	2010
Gains on fixed assets disposal	1	-
Interest on accounts receivable-trade	-	1
Other income	2	5
<b>Total other operating income</b>	<b>3</b>	<b>6</b>

## 7. Other operating expense

for the six months ended 30 June, in millions of Swiss francs	2011	2010
Impairment of long-lived assets and joint ventures	2	8
Losses on fixed assets disposals	1	-
Business related information management project costs	2	3
Integration related expenses and restructuring related expenses <sup>a c</sup>	14	39
Other business taxes	6	4
Other expenses <sup>b</sup>	15	9
<b>Total other operating expense</b>	<b>40</b>	<b>63</b>

- a) For the six months ended 30 June 2011, the Group continued the restructurings and reorganisations announced in 2010, incurring restructuring expenses of CHF 14 million.
- b) The Group achieved a settlement of nearly all the outstanding claims of the plaintiffs involved in the US butter flavour litigation. The net charge recorded in the 2011 income statement was CHF 9 million (see Note 14).
- c) For the six months ended 30 June 2010, the Group incurred significant expenses in connection with the combination with Quest International. Integration related charges of CHF 39 million and asset impairments of CHF 8 million have been recognised in the other operating expense. No expenses were incurred in 2011.

## 8. Financing costs

for the six months ended 30 June, in millions of Swiss francs	2011	2010
Interest expense	37	43
Derivative interest (gains) losses	1	5
Mandatory conversion feature of the Mandatory Convertible Securities		4
Amortisation of debt discounts	1	2
<b>Total financing costs</b>	<b>39</b>	<b>54</b>

## 9. Other financial (income) expense, net

for the six months ended 30 June, in millions of Swiss francs	2011	2010
Fair value and realised (gains) losses from derivatives instruments, net (at fair value through income statement)	(35)	(30)
Exchange (gains) losses, net	52	41
Gains from available-for-sale financial assets		-
Realised gains from available-for-sale financial assets removed from equity	(1)	(1)
Realised losses from available-for-sale financial assets removed from equity		-
Unrealised (gains) from fair value through income statement financial instruments	(1)	
Unrealised losses from fair value through income statement financial instruments	2	
Interest income	(1)	(2)
Capital taxes and other non business taxes	5	4
Other (income) expense, net	1	1
<b>Total other financial (income) expense, net</b>	<b>22</b>	<b>13</b>

## 10. Earnings per share

### Basic earnings per share

Basic earnings per share is calculated by dividing the net income attributable to equity holders by the weighted average number of shares outstanding:

	2011	2010
<b>Income attributable to equity holders of the parent (CHF million)</b>	<b>120</b>	<b>200</b>
<b>Weighted average number of shares outstanding</b>		
Ordinary shares	9,233,586	9,005,630
Treasury shares	(139,136)	(147,580)
<b>Net weighted average number of shares outstanding</b>	<b>9,094,450</b>	<b>8,858,050</b>
<b>Basic earnings per share (CHF)</b>	<b>13.19</b>	<b>22.58</b>

### Diluted earnings per share

For the calculation of diluted earnings per share, the weighted average number of shares outstanding is adjusted to assume conversion of all potentially dilutive shares:

	2011	2010
<b>Income attributable to equity holders of the parent (CHF million)</b>	<b>120</b>	<b>200</b>
<b>Weighted average number of shares outstanding for diluted earnings per share of 48,810 (2010: 50,371)</b>	<b>9,143,260</b>	<b>8,908,421</b>
<b>Diluted earnings per share (CHF)</b>	<b>13.12</b>	<b>22.45</b>

## 11. Debt

<b>2011</b> in millions of Swiss francs	Within 1 to 3 years	Within 3 to 5 years	Thereafter	Total long-term	Short-term within 1 year	Total
<b>Floating rate debt</b>						
Bank borrowings						
Syndicated loan – unhedged part					26	26
Bank overdrafts					11	11
<b>Total floating rate debt</b>					<b>37</b>	<b>37</b>
<b>Fixed rate debt</b>						
Straight bonds	298		297	595	574	1,169
Private placements	306	88		394		394
Syndicated loan – hedged part					800	800
<b>Total fixed rate debt</b>	<b>604</b>	<b>88</b>	<b>297</b>	<b>989</b>	<b>1,374</b>	<b>2,363</b>
<b>Balance as at 30 June</b>	<b>604</b>	<b>88</b>	<b>297</b>	<b>989</b>	<b>1,411</b>	<b>2,400</b>

<b>2010</b> in millions of Swiss francs	Within 1 to 3 years	Within 3 to 5 years	Thereafter	Total long-term	Short-term within 1 year	Total
<b>Floating rate debt</b>						
Bank borrowings						
Syndicated loan – unhedged part	26			26		26
Bank overdrafts					6	6
<b>Total floating rate debt</b>	<b>26</b>			<b>26</b>	<b>6</b>	<b>32</b>
<b>Fixed rate debt</b>						
Straight bonds	299	298		597	275	872
Private placements	203	167	51	421	33	454
Syndicated loan – hedged part	800			800		800
<b>Total fixed rate debt</b>	<b>1,302</b>	<b>465</b>	<b>51</b>	<b>1,818</b>	<b>308</b>	<b>2,126</b>
<b>Balance as at 31 December</b>	<b>1,328</b>	<b>465</b>	<b>51</b>	<b>1,844</b>	<b>314</b>	<b>2,158</b>

Givaudan United States, Inc. redeemed USD 35 million of the private placements in April 2011, the total outstanding at 30 June 2011 being USD 290 million (equivalent to CHF 244 million).

On 15 June 2011, the Group issued a 2.5% 7-year public bond (maturity 15 June 2018) with a nominal value of CHF 300 million. The bond was issued by Givaudan SA. Hence, hedge positions of CHF 200 million related to highly probable issuance of the bond have been closed. The amortisation of the realised loss of CHF 14 million will be recognised in Financing Costs over the next 5 years.

The Group has entered into several private placements and into a syndicated loan which contain various covenants with externally imposed capital requirements. The Group was in compliance with these requirements as at 30 June 2011.



## **12. Equity**

At the Annual General Meeting held on 24 March 2011 the distribution of an ordinary dividend of CHF 21.50 per share (2010: ordinary dividend of CHF 20.60 per share) was approved. The dividend payment has been made out of the additional paid in capital reserve, according to the new Swiss tax legislation.

At 30 June 2011, the share capital amounts to CHF 92,335,860 divided into 9,233,586 fully paid-up registered shares with a nominal value of CHF 10.00 each. Each share gives the right to one vote.

## **13. Own equity instruments**

The Group holds own equity instruments and derivatives on own shares mainly to cover the anticipated obligations related to the executive share option plans. At 30 June 2011, the Group held 139,136 own shares (2010: 139,136), as well as derivatives on own shares equating to a net short position of 280,130 shares (2010: 195,987).

## **14. Contingent liabilities**

Our US subsidiary Givaudan Flavors Corporation was named as a defendant in several lawsuits brought against it and other flavour and raw chemical supply companies. The plaintiffs alleged that they sustained pulmonary injuries due to diacetyl-containing butter flavours manufactured by one or more of the flavour and raw chemical supply company defendants. In June 2011, Givaudan Flavors Corporation settled with nearly all of the plaintiffs all outstanding claims. The Group has already recovered or is pursuing the recovery of amounts it is entitled to under the terms of its insurance policies (see Note 7).

## **15. Subsequent event**

On 25 July 2011, the Group reimbursed the outstanding balance of CHF 826 million of the syndicated loan related to the acquisition of Quest International. At the same date the Group entered into a new 5-year bank facility, with the initial drawdown from that facility of CHF 250 million.



# Contacts

## **Givaudan SA**

Chemin de la Parfumerie 5  
1214 Vernier, Suisse  
[www.givaudan.com](http://www.givaudan.com)

## **Informations générales**

T + 41 22 780 91 11  
F + 41 22 780 91 50

## **Relations avec les médias et les investisseurs**

T + 41 22 780 90 53  
F + 41 22 780 90 90

## **Registre d'actions**

SAG SEGA Aktienregister AG  
Postfach  
CH-4601 Olten  
Switzerland  
T + 41 62 205 36 95  
F + 41 62 205 39 66