



Communiqué aux médias

Genève, le 10 octobre 2017

Chiffre d'affaires des neuf premiers mois de l'année 2017 **Maintien de la bonne dynamique commerciale**

Performance commerciale

Au cours des neuf premiers mois de l'exercice 2017, Givaudan a enregistré un chiffre d'affaires de CHF 3 757 millions, soit une augmentation de 3,5 % sur une base comparable¹ et de 6,8 % en francs suisses par rapport à 2016.

La Division Parfums a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 1 740 millions, en progression de 2,2 % sur une base comparable et de 2,5 % en francs suisses.

La Division Arômes a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 2 017 millions, en progression de 4,7 % sur une base comparable et de 10,9 % en francs suisses.

Givaudan a poursuivi l'année avec une bonne dynamique commerciale ainsi qu'un portefeuille de projets et un taux de conclusion de nouveaux contrats maintenus à un niveau élevé. Cette bonne performance a été réalisée par rapport à une base de comparaison élevée pour la même période de 2016, en particulier au cours des six premiers mois et dans la Division Parfums. Le Groupe continue de mettre en œuvre avec succès des augmentations de prix en collaboration avec ses clients, afin de compenser la hausse du coût des matières premières.

Le Groupe réaffirme son ambition de créer de la valeur supplémentaire à l'horizon 2020, grâce à une croissance rentable et responsable. La stratégie 2020 de Givaudan s'appuie sur la première année de son cycle – l'année 2016 – et repose sur les trois piliers suivants : enregistrer une croissance commune avec ses clients, fournir des produits et prestations de premier ordre, et nouer des partenariats pour une réussite partagée. Au cours du troisième trimestre 2017, Givaudan a finalisé l'acquisition de Vika B.V. et annoncé celle de la Division Nutrition du groupe Centroflora (Centroflora Nutra), deux achats qui sont en ligne avec la stratégie 2020.

Les objectifs financiers ambitieux constituent un élément essentiel de la stratégie de Givaudan. Nous visons à dépasser la performance du marché avec une croissance du chiffre d'affaires de 4 à 5 % et un flux de trésorerie disponible de 12 à 17 % du chiffre d'affaires. Ces données représentent des moyennes sur la période quinquennale de notre cycle stratégique. Givaudan entend, par ailleurs, maintenir ses pratiques actuelles en matière de dividendes.





Chiffre d'affaires de janvier à septembre 2017

en millions de francs suisses	Chiffre d'affaires 2016	SBC ¹	Impact des acquisitions	Monnaie	Chiffre d'affaires 2017	Variation en %	
						SBC ¹	En CHF
Groupe	3 518	121	142	(24)	3 757	3,5 %	6,8 %
Division Parfums	1 699	36		5	1 740	2,2 %	2,5 %
Division Arômes	1 819	85	142	(29)	2 017	4,7 %	10,9 %

Chiffre d'affaires de juillet à septembre 2017

en millions de francs suisses	Chiffre d'affaires 2016	SBC ¹	Impact des acquisitions	Monnaie	Chiffre d'affaires 2017	Variation en %	
						SBC ¹	En CHF
Groupe	1 184	67	31	(8)	1 274	5,7 %	7,7 %
Division Parfums	567	35		1	603	6,2 %	6,5 %
Division Arômes	617	32	31	(9)	671	5,2 %	8,7 %

Evolution du chiffre d'affaires par marché

de janvier à septembre 2017

en millions de francs suisses	2017	2016	Variation en %	
			en CHF	SBC ¹
Marchés matures	2 143	1 928	11,1 %	4,5 %
Marchés à forte croissance	1 614	1 590	1,6 %	2,2 %

Division Parfums

La Division Parfums a enregistré un chiffre d'affaires de CHF 1 740 millions durant les neuf premiers mois de 2017, en hausse de 2,2 % sur une base comparable et de 2,5 % en francs suisses.

Le chiffre d'affaires total des Compositions de Parfumerie (Parfumerie fine et Parfumerie fonctionnelle) a progressé de 2,6 % sur une base comparable et de 3,0 % en francs suisses, à CHF 1 515 millions contre CHF 1 472 millions en 2016.

Parfumerie fine

Le chiffre d'affaires de la Parfumerie fine a augmenté de 4,8 % sur une base comparable, grâce à la conclusion de nouveaux contrats pour l'ensemble des clients.

Parfumerie fonctionnelle

Le chiffre d'affaires du segment de la Parfumerie fonctionnelle a enregistré une hausse de 2,0 % sur une base comparable, avec une progression à la fois dans les marchés matures et les marchés à forte croissance. L'ensemble des clients des marchés matures ont contribué à ce bon résultat. L'Amérique latine a vu son chiffre d'affaires augmenter par rapport à la croissance à deux chiffres de l'exercice précédent. Cette hausse est portée par la forte performance des clients locaux et régionaux dans toutes les sous-régions. Dans l'ensemble, le chiffre d'affaires en Asie a diminué par rapport à la base de comparaison élevée de l'année dernière. La croissance à deux chiffres en Asie du Sud n'a pas permis de compenser les résultats plus faibles affichés en Asie du Nord et en Asie du Sud-Est.



En Europe, en Afrique et au Moyen-Orient, le chiffre d'affaires a été stimulé par les clients internationaux dans toutes les sous-régions et par les clients locaux et régionaux en Europe. L'Amérique du Nord a gagné du terrain avec l'ensemble de ses clients.

En termes de segments de produits, la croissance a été portée par une forte augmentation dans les produits ménagers et les produits d'hygiène bucco-dentaire.

Ingrédients de parfumerie et Active Beauty

Le chiffre d'affaires des Ingrédients de parfumerie et d'Active Beauty a baissé de 0,7 % sur une base comparable. Le chiffre d'affaires d'Active Beauty a enregistré une progression à deux chiffres, grâce à de solides ventes dans le domaine des ingrédients actifs. En revanche, le chiffre d'affaires des Ingrédients de parfumerie a décliné par rapport à l'année dernière, suite à une baisse des ventes auprès de certains clients clés.

Division Arômes

La Division Arômes a enregistré un chiffre d'affaires de CHF 2 017 millions, soit une progression de 4,7 % sur une base comparable et une augmentation de 10,9 % en francs suisses. Givaudan a finalisé avec succès l'acquisition de Vika B.V., en septembre 2017. En intégrant l'ensemble des acquisitions pour la période comparable, la croissance s'est établie à 12,5 % en monnaies locales.

Les ventes ont été stimulées par de nouveaux contrats et une solide expansion commerciale en Amérique du Nord, en Europe, au Moyen-Orient et en Afrique.

L'Asie-Pacifique a gagné du terrain, tandis que le chiffre d'affaires de l'Amérique latine a diminué par rapport à une base de comparaison élevée en 2016, principalement en raison des conditions difficiles du marché brésilien.

Du point de vue des segments, les Produits laitiers, les Entremets salés et les Boissons ont tous contribué à la bonne évolution des ventes.

Asie-Pacifique

En Asie-Pacifique, le chiffre d'affaires a augmenté de 3,4 % sur une base comparable. Sur les marchés à forte croissance, la signature de nouveaux contrats et l'expansion des activités existantes en Chine, en Inde, en Thaïlande et aux Philippines ont contribué à la croissance, qui a été contrebalancée, en partie seulement par des ventes plus faibles en Indonésie. Les marchés matures au sein de la région ont poursuivi leur croissance, avec des résultats particulièrement bons à Singapour et en Océanie.

Europe, Afrique et Moyen-Orient

En Europe, en Afrique et au Moyen-Orient, le chiffre d'affaires a augmenté de 4,8 % sur une base comparable. La performance dans la région est attribuable à une progression à deux chiffres sur les marchés à forte croissance du Moyen-Orient et d'Afrique du Nord, et à une évolution positive en Europe centrale et orientale. Les marchés matures d'Europe de l'Ouest ont participé à ce développement favorable grâce à de bons résultats au Royaume-Uni, au Benelux, en Italie et dans la péninsule ibérique. Pour ce qui est des résultats par segment, ce sont surtout les Entremets salés et les Boissons qui ont contribué à la forte performance affichée.



Amérique latine

L'Amérique latine a enregistré une baisse de 2,4 % de son chiffre d'affaires sur une base comparable, par rapport à une croissance solide de 17,9 % en 2016. La bonne dynamique des ventes en Argentine et au Mexique a été effacée par l'environnement économique difficile au Brésil.

Amérique du Nord

En Amérique du Nord, le chiffre d'affaires a augmenté de 8,6 % sur une base comparable, en particulier grâce à la conclusion de nouveaux contrats et à la progression des activités existantes dans les segments Produits laitiers, Boissons et Entremets salés.

1. SBC (sur une base comparable) : les montants indiqués sur une base comparable excluent les effets de change, les acquisitions et les cessions.

Pour tout complément d'information, veuillez contacter :

Peter Wullschleger, Givaudan Media and Investor Relations

T +41 22 780 9093

E peter_b.wullschleger@givaudan.com