



## Résultats annuels 2009 - Givaudan renforce sa position de leader

- Croissance de 1,6 % en monnaies locales sur une base comparable
- Marge EBITDA soutenue à 20,7 %
- Hausse de 79 % du bénéfice net à CHF 199 millions
- Multiplication par trois du flux de trésorerie disponible à CHF 459 millions
- Renforcement du bilan, réduction de la dette nette de CHF 939 millions
- Proposition d'un dividende en numéraire de CHF 20.60

Genève, le 16 février 2010. « Malgré un contexte économique défavorable, Givaudan a enregistré en 2009 des résultats très satisfaisants. Ils témoignent de notre capacité à être à la pointe de l'innovation pour nos clients, et d'autre part de notre connaissance approfondie des marchés sur lesquels nous opérons. Givaudan a surperformé par rapport à l'ensemble du marché grâce à la plateforme mise en place depuis l'intégration de Quest International ainsi qu'aux efforts et au dévouement de nos collaborateurs. », explique Gilles Andrier, Directeur Général de Givaudan.

En 2009, le chiffre d'affaires du groupe Givaudan a totalisé CHF 3 959 millions, soit une hausse de 1,4 % en monnaies locales et un recul de 3,1 % en francs suisses par rapport à l'année dernière. Sur une base comparable (en monnaies locales hors effet de la cession d'activité), le chiffre d'affaires a progressé de 1,6 % par rapport à 2008.

La division Parfumerie a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 1 824 millions, soit une hausse de 0,9 % en monnaies locales et un recul de 3,9 % en francs suisses par rapport à 2008.

Le chiffre d'affaires de la division Arômes s'établissait à CHF 2 135 millions, soit une hausse de 1,9 % en monnaies locales et un recul de 2,5 % en francs suisses par rapport à l'année dernière. Sur une base comparable, le chiffre d'affaires a augmenté de 2,2 % par rapport à 2008.

### **Marge brute**

La marge brute a baissé de 45,6 % à 45,0 % du fait de la forte augmentation du coût des matières premières, de l'énergie et des transports. Le prix des matières premières de base et de l'énergie a certes baissé par rapport au pic atteint au premier trimestre 2009, mais l'impact de ce recul sur les marges de Givaudan ne s'est pas entièrement réalisé en 2009. En 2009, les volumes de production ont été beaucoup moins élevés qu'en 2008, érodés par la baisse du chiffre d'affaires et la réduction des stocks. Les coûts de production n'ayant pas pu être réduits proportionnellement, ils ont pesé sur la marge brute.

## **EBITDA (bénéfice avant intérêts, impôts et amortissements des immobilisations corporelles et incorporelles)**

L'EBITDA a baissé, passant de CHF 765 millions l'année dernière à CHF 758 millions en 2009. Sur une base comparable, l'EBITDA s'établit à CHF 820 millions, en dessous des CHF 842 millions de l'année dernière. Sur une base comparable, la marge EBITDA était de 20,7 % en 2009, contre 20,6 % en 2008. La baisse de la marge brute a été largement compensée par les importantes mesures de contrôle des coûts et les économies liées à l'intégration. Sur une base comparable, l'EBITDA a augmenté de 1,7 % en monnaies locales.

## **Résultat d'exploitation**

Le résultat d'exploitation a augmenté à CHF 460 millions en 2009, contre CHF 379 millions en 2008. Sur une base comparable, hors les CHF 65 millions de coûts d'intégration, le résultat d'exploitation est passé à CHF 525 millions en 2009, contre CHF 486 millions en 2008. Sur une base comparable, la marge d'exploitation a progressé à 13,3 % en 2009, contre 11,9 % en 2008, essentiellement du fait de la réduction de l'amortissement des immobilisations incorporelles, des économies d'intégration et d'autres importantes mesures de contrôle des coûts, partiellement compensée par la baisse de la marge brute. Sur une base comparable, le résultat d'exploitation a augmenté de 14,4 % en monnaies locales.

## **Performance financière**

Les coûts de financement se sont élevés à CHF 142 millions en 2009, contre CHF 153 millions en 2008. Les autres charges financières, nettes de revenus, se sont élevées à CHF 51 millions en 2009, contre CHF 71 millions en 2008. En 2009, Givaudan a de nouveau enregistré des pertes de change bien que celles-ci se soient avérées inférieures à celles de 2008. Le Groupe a continué d'engager des frais de couverture importants comme protection contre la volatilité continue des monnaies.

Les impôts sur les bénéfices du Groupe, mesurés en pourcentage du bénéfice brut, s'élevaient à 25 % en 2009, contre 28 % en 2008.

## **Bénéfice net**

En termes réels, le bénéfice net a augmenté de 79,3 % à CHF 199 millions, contre CHF 111 millions en 2008, soit 5,0 % du chiffre d'affaires en 2009, contre 2,7 % en 2008. Le bénéfice par action non dilué a augmenté à CHF 25,07, contre 14,98 % en 2008.

## **Flux de trésorerie**

Givaudan a dégagé un flux de trésorerie d'exploitation de CHF 738 millions, soit une hausse de CHF 197 millions par rapport à 2008. La gestion efficace du fonds de roulement a permis de réduire les stocks de CHF 126 millions, soit une baisse de 16,7 % par rapport à 2008. Les créances n'ont pas changé par rapport à 2008, malgré une forte hausse du chiffre d'affaires au dernier trimestre par rapport à 2008.

Le total des investissements nets en immobilisations incorporelles (immobilier, usines et équipement) s'élevait à CHF 95 millions, contre CHF 194 millions en 2008, le Groupe ayant redéfini ses priorités d'investissement. Les autres immobilisations incorporelles s'inscrivaient à CHF 64 millions en 2009, dont une partie importante a été allouée au projet ERP basé sur le système SAP. La mise en œuvre a été achevée aux Pays-Bas et au Royaume-Uni, et le projet se consacre maintenant à l'Amérique du Nord et du Sud. Le flux de trésorerie d'exploitation après investissement s'élevait à CHF 589 millions, soit une hausse de 113,4 % par rapport aux CHF

276 millions enregistrés en 2008. Le flux de trésorerie disponible, c'est-à-dire le flux de trésorerie d'exploitation après investissements et intérêts, s'établissait à CHF 459 millions en 2009, soit trois fois plus qu'en 2008.

En juin 2009, Givaudan a achevé avec succès une émission de droits de CHF 420 millions, avec 99,7 % des droits exercés.

### **Position financière**

La position financière de Givaudan s'est significativement renforcée en 2009. Grâce à l'effort porté sur la génération de trésorerie, à la baisse des dépenses d'investissements et au produit de l'émission de droits, la dette nette s'établissait à CHF 2 248 millions fin décembre 2009, en dessous des CHF 3 182 millions affichés en décembre 2008. Hors les obligations remboursables en actions (*Mandatory Convertible Securities*, MCS), la dette nette s'élevait à CHF 1 499 millions fin décembre 2009, contre CHF 2 438 millions en décembre 2008. Fin 2009, le ratio d'endettement était de 30 %, contre 46 % fin 2008.

### **Dividendes**

À l'occasion de l'Assemblée générale des actionnaires qui se tiendra le 25 mars 2010, le Conseil d'administration recommandera de verser aux actionnaires un dividende en numéraire de CHF 20,60 par action, soit une hausse de 3,0 % par rapport à 2008.

### **Perspectives**

Pour l'ensemble de l'exercice 2010, Givaudan devrait continuer de dépasser la croissance du marché sous-jacent grâce à un portefeuille croissant de briefs et à de nouveaux contrats remportés. Les progrès réalisés lors de l'intégration ont renforcé la plateforme unique de Givaudan pour permettre une croissance accélérée et une amélioration de sa performance. Le Groupe est en bonne voie d'atteindre l'objectif annoncé de CHF 200 millions d'économies en 2010 et, de ce fait, de retrouver en 2010 la marge EBITDA de 22,7 % qu'il dégagait avant l'acquisition. Sur fond d'embellie des conditions économiques, Givaudan poursuit ses initiatives de croissance afin d'augmenter sa part de marché dans les pays émergents et les segments de marché clés.

### **Chiffres clés**

En millions de CHF	2009	2008
hors données par action		
Chiffre d'affaires du Groupe	3 959	4 087
dont division Parfumerie	1 824	1 898
dont division Arômes	2 135	2 189
Bénéfice brut	1 780	1 862
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>45,0 %</i>	<i>45,6 %</i>
EBITDA sur une base comparable 1) 2)	820	842
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>20,7 %</i>	<i>20,6 %</i>
EBITDA 1)	758	765
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>19,1 %</i>	<i>18,7 %</i>
Résultat d'exploitation sur une base comparable 2)	525	486
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>13,3 %</i>	<i>11,9 %</i>
Résultat d'exploitation	460	379
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>11,6 %</i>	<i>9,3 %</i>
Bénéfice net	199	111
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>5,0 %</i>	<i>2,7 %</i>
Bénéfice par action non dilué 3) 4)	25,07	14,98

En millions de CHF	31 décembre 2009	31 décembre 2008
<i>Actif circulant</i>	2 389	2 180
<i>Actifs immobilisés</i>	4 694	4 817
<b>Total des actifs</b>	<b>7 083</b>	<b>6 997</b>
<i>Dettes à court terme</i>	1 466	1 052
<i>Dettes à long terme</i>	2 805	3 852
<i>Fonds propres</i>	2 812	2 093
<b>Total des passifs et des fonds propres</b>	<b>7 083</b>	<b>6 997</b>

1) EBITDA : **E**arnings **B**efore **I**nterest (and other financial income (expense), net), **T**ax, **D**epreciation and **A**mortisation. Bénéfice avant intérêts (et autres produits financiers), impôts et amortissements des immobilisations corporelles et incorporelles.

2) L'EBITDA sur une base comparable ne tient pas compte des charges de restructurations associées à l'acquisition. Le résultat d'exploitation sur une base comparable exclut les charges de restructuration associées à l'acquisition et la dépréciation des actifs à long terme.

3) *Le nombre moyen pondéré d'actions en circulation a été relevé rétrospectivement après l'augmentation du capital-actions pour toutes les périodes précédant la capitalisation, afin de prendre en compte la prime de l'émission de droits.*

4) *La conversion des obligations remboursables en actions (Mandatory Convertible Securities, MCS) en mars 2010 influera sur le calcul des futurs bénéfices par action.*

## **Division Parfumerie**

La division Parfumerie a enregistré un chiffre d'affaires de CHF 1 824 millions, soit une hausse de 0,9 % en monnaies locales et un recul de 3,9 % en francs suisses. Après un premier trimestre difficile, la dynamique commerciale a été en constante amélioration au cours des trois trimestres suivants. Au quatrième trimestre, le chiffre d'affaires de la division Parfumerie a progressé de 5,3 % en monnaies locales.

Le chiffre d'affaires total des compositions de Parfumerie (Parfumerie fine + Parfums pour produits de consommation) a augmenté de 0,8 % en monnaies locales mais a reculé de 4,3 % en francs suisses, à CHF 1 576 millions contre CHF 1 647 millions.

Les excellents résultats de l'activité Parfums pour produits de consommation, dont le chiffre d'affaires a progressé de 3,6 % en monnaies locales, ont permis d'enregistrer des ventes solides et réussi à compenser le recul de 7,6 % du chiffre d'affaires en monnaies locales du segment Parfumerie fine. La Parfumerie fine a particulièrement souffert de la réduction des stocks dans l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement au premier semestre de l'année et de la contraction des ventes au détail sur les marchés matures. Le chiffre d'affaires des Ingrédients de parfumerie a progressé de 2,2 % en monnaies locales, ce qui constitue une excellente performance compte tenu de la forte contraction du chiffre d'affaires enregistrée au début de l'année et qui a été compensée par une croissance à deux chiffres au second semestre 2009.

L'EBITDA a baissé de CHF 348 millions à CHF 333 millions. Sur une base comparable, l'EBITDA a reculé à CHF 370 millions, contre CHF 400 millions en 2008. Le mix produits défavorable provoqué par la baisse du chiffre d'affaires de la Parfumerie fine et la sous-utilisation des capacités de production liée à l'érosion des volumes, notamment des Ingrédients de parfumerie, ont pesé sur la marge brute. La baisse des dépenses d'exploitation, consécutive à la mise en place de nouvelles économies d'intégration et de mesures de contrôle des coûts, a compensé une partie du recul de la marge brute. Sur une base comparable, la marge EBITDA a reculé à 20,3 %, contre 21,1 % l'année dernière.

Le résultat d'exploitation a augmenté de 24,8 % à CHF 191 millions, contre CHF 153 millions l'année dernière, principalement grâce à la baisse des coûts d'intégration et d'amortissement en 2009. Sur une base comparable, la marge d'exploitation a augmenté à 12,5 %, contre 12,1 % l'année dernière, essentiellement du fait de la réduction de l'amortissement des immobilisations incorporelles, partiellement compensée par la baisse de la marge brute. Sur une base comparable, le résultat d'exploitation s'élevait à CHF 228 millions contre des CHF 230 millions l'année précédente.

En 2009, l'intégration de notre chaîne d'approvisionnement a continué de progresser. Dans le cadre de la stratégie de la Division consistant à disposer d'une palette d'ingrédients compétitive pour les parfumeurs, le site de production d'ingrédients de commodités de Lyon (France) a été fermé à la fin du mois de mars 2009. La deuxième phase d'agrandissement du site de production de Mount Olive (États-Unis) a été achevée à la mi-2009, permettant la consolidation complète de l'ensemble des activités de composition de Givaudan en Amérique du Nord. La première phase d'agrandissement de l'usine de production d'ingrédients chimiques de Pedro Escobedo (Mexique) a été achevée en novembre. L'installation d'une unité de production polyvalente permettra la fabrication d'ingrédients de spécialités à des coûts compétitifs. En vue d'améliorer le service auprès de nos clients sur les marchés émergents, l'agrandissement de nos bureaux

commerciaux à Moscou et Dubaï a également été terminé.

Du fait de sa présence globale, la division Parfumerie possède une connaissance approfondie des consommateurs. En plus des informations qui sont recueillies par les dernières recherches menées par le programme Miriad 2.0<sup>TM</sup>, les équipes sont en contact permanent avec les marchés locaux. Elles étudient les réactions et les évocations associées aux parfums, elles observent le comportement des consommateurs lorsqu'ils achètent et utilisent les produits. Ces informations, qui constituent la source de nos bases de données, assurent le succès commercial des parfums que nous concevons. Les outils clés de Miriad 2.0<sup>TM</sup> ont été optimisés pour intégrer les informations en provenance des marchés émergents. De même, BlogTrek, un autre outil Miriad 2.0<sup>TM</sup>, est connecté avec les communautés en ligne pour recueillir l'opinion des consommateurs sur les lancements de parfums.

Un nouveau système dérivé de SAP a été installé avec succès sur le site Givaudan d'Ashford (Royaume-Uni).

### **Parfumerie fine**

Pénalisé par la faiblesse de la consommation et les effets du déstockage, le chiffre d'affaires de la Parfumerie fine a chuté de 7,6 % en monnaies locales, notamment en Europe et en Amérique du Nord.

Malgré la baisse du chiffre d'affaires sur l'ensemble de l'année, les résultats de la Parfumerie fine se sont sensiblement améliorés au second semestre 2009 sur fond de repli du marché. Cette bonne performance s'explique par la capacité de Givaudan à gagner de nouveaux parfums qui ont été lancés avec succès sur le marché et à continuer de dégager une croissance à deux chiffres en Amérique latine.

Le succès de Givaudan a également été remarqué lors des cérémonies de remises de récompenses Fifi 2009, aux États-Unis, au Royaume-Uni, en Allemagne et en France avec un total de douze prix décernés à ses parfums.

### **Parfums pour produits de consommation**

Stimulé par les bons résultats des marchés émergents, le chiffre d'affaires de l'activité Parfums pour produits de consommation a progressé de 3,6 % en monnaies locales sous l'impulsion conjointe des clients régionaux et internationaux. Sur les marchés matures, le chiffre d'affaires n'a pas changé par rapport à l'année dernière.

L'Asie-Pacifique a enregistré une belle progression de son chiffre d'affaires avec tous ses clients grâce à la signature de nouveaux contrats et à la croissance des activités existantes. Cette hausse a été particulièrement soutenue en Chine, en Inde et en Indonésie.

En Amérique latine, le chiffre d'affaires a affiché une croissance à deux chiffres suite aux excellents résultats de tous les groupes de clients. La progression a été particulièrement forte au Brésil et en Argentine.

Dans la région Europe, Afrique, Moyen-Orient, le chiffre d'affaires a légèrement progressé sous l'effet d'une forte dynamique de croissance sur les marchés émergents d'Europe centrale et orientale, d'Afrique et du Moyen-Orient. Les ventes ont augmenté auprès des clients locaux et régionaux sur les marchés émergents et matures de la région.

Bien qu'ayant renoué avec la croissance au quatrième trimestre, le chiffre d'affaires en Amérique du Nord a globalement reculé, en raison de la faiblesse du segment des parfums d'ambiance.

À l'échelle internationale, les segments des parfums pour lessives et produits d'hygiène buccodentaire ont enregistré la performance la plus forte en termes de chiffre d'affaires, suivis par les parfums pour soins corporels. Le chiffre d'affaires de la catégorie des parfums pour produits d'entretien et notamment du segment des parfums d'ambiance s'est inscrit en-deçà du niveau de l'an passé.

### **Ingrédients de parfumerie**

Le chiffre d'affaires des Ingrédients de parfumerie a progressé de 2,2 % en monnaies locales, ce qui constitue une excellente performance compte tenu de la contraction du marché sous-jacent qui a fait suite à un mouvement de déstockage massif des clients au premier semestre 2009.

Un ingrédient innovant baptisé Cosmone, un musc poudré à fort impact olfactif, a été lancé sur le marché en 2009. Cet ingrédient, qui peut être utilisé aussi bien dans la parfumerie fine que dans les parfums pour lessives et produits d'hygiène, a rapidement trouvé une large acceptation sur le marché.

La seconde phase d'agrandissement et de modernisation de notre usine de production d'ingrédients de Pedro Escobedo (Mexique) a été achevée en novembre. La production des spécialités sera également transférée vers le site courant 2010.

### **Division Arômes**

Le chiffre d'affaires de la division Arômes a atteint CHF 2 135 millions, soit une hausse de 1,9 % en monnaies locales et un recul de 2,5 % en francs suisses, ce qui constitue une excellente performance au vu des conditions économiques défavorables. Hors effet de la cession d'activité, la croissance s'est élevée à 2,2 % en monnaies locales.

Au quatrième trimestre de l'année, le chiffre d'affaires de la division a progressé de 4,3 % en monnaies locales.

Le contexte économique toujours défavorable a pesé sur les résultats en Amérique du Nord ainsi qu'en Europe centrale et orientale. La division a en revanche affiché une solide progression en Asie-Pacifique et en Amérique latine, le chiffre d'affaires y progressant de 8,2 % et 14,1 % respectivement, en monnaies locales. Dans l'ensemble des régions, le chiffre d'affaires a souffert de la réduction des stocks entreprise par nos clients. L'innovation produits est toutefois restée un moteur clé des activités. L'augmentation des opportunités, combinée à une plus grande capacité de Givaudan à gagner ces nouveaux projets, s'est donc traduite par une forte hausse du nombre de contrats remportés, notamment dans les domaines stratégiques de la Santé et du Bien-être. L'analyse par segments de produits montre que les Produits laitiers et les Boissons ont fortement progressé, principalement grâce aux applications Santé et Bien-être.

L'EBITDA a augmenté à CHF 425 millions, contre CHF 417 millions en 2008. Sur une base comparable, l'EBITDA a progressé à CHF 450 millions, contre CHF 442 millions l'année dernière. Sur une base comparable, la marge EBITDA a augmenté à 21,1 %, contre 20,2 % en 2008, essentiellement sous l'effet des économies liées à l'intégration et à d'importantes mesures de contrôle des coûts mises en œuvre tout au long de l'année aussi bien pour les dépenses de

production que commerciales.

Le résultat d'exploitation a augmenté à CHF 269 millions, contre CHF 226 millions en 2008. Sur une base comparable, la marge d'exploitation a progressé à 13,9 %, contre 11,7 % l'année dernière, essentiellement en raison de la réduction de l'amortissement des immobilisations incorporelles. Sur une base comparable, le résultat d'exploitation s'élevait à CHF 297 millions, s'inscrivant ainsi en hausse par rapport aux CHF 256 millions de l'année dernière.

Le programme TasteSolutions™ développé par Givaudan pour la réduction du sel, l'amélioration du goût sucré et l'atténuation de l'amertume a affiché une croissance à deux chiffres pour la deuxième année consécutive. Ce programme s'appuie notamment sur une technique de masquage de la saveur amère qui permet à Givaudan d'incorporer la stévia, un nouveau produit édulcorant naturel de haute intensité, dans ses applications et notamment les boissons. Tout au long de l'année, Givaudan a poursuivi ses recherches pour la création et l'utilisation d'ingrédients permettant de réduire la teneur en sel et améliorant la perception du sucré.

Les initiatives déjà lancées en matière d'innovation pour les arômes clés tels que les arômes d'agrumes, de produits laitiers, de thé, de café, de vanille et de volaille – grâce au développement de nouveaux matériaux à l'attention des aromaticiens pour la formulation de profils bénéficiant d'une saveur, d'une authenticité et d'une stabilité améliorées – ont permis de participer à des projets de taille et de remporter de nouveaux contrats.

Givaudan a poursuivi le développement de ses connaissances en termes de compréhension des consommateurs en procédant à d'importants investissements dans nombre d'études de marché aussi bien quantitatives que qualitatives. Le Groupe a par ailleurs renouvelé son alliance stratégique avec l'Université de Californie Riverside (UCR), qui abrite l'une des plus grandes collections de variétés d'agrumes au monde. Tout au long de l'année, Givaudan a continué d'explorer la sphère Mood & Emotions en s'appuyant sur les capacités dont nous disposons en termes d'études de consommation. Grâce à notre technologie VAS, nous pouvons recueillir les informations relatives aux consommateurs de manière plus efficace. Nos investissements continus dans la compréhension des consommateurs ainsi que nos vastes travaux de recherches sensorielles et technologiques nous donnent un avantage concurrentiel évident auprès de nos clients.

### **Asie-Pacifique**

Le chiffre d'affaires de l'Asie-Pacifique a progressé de 8,2 % en monnaies locales, soit une croissance plus rapide que celle du marché sous-jacent. Après un début d'année hésitant, la région a rebondi, affichant de solides taux de croissance pour le reste de l'exercice. Les marchés émergents tels que la Chine, l'Inde et l'Indonésie ont affiché une croissance à deux chiffres grâce à la signature de nouveaux contrats et à l'intensification des activités avec les clients existants. Le chiffre d'affaires des marchés matures est resté pratiquement inchangé du fait d'un environnement économique toujours difficile, notamment au Japon.

La croissance de cette région s'est répartie harmonieusement sur l'ensemble des segments grâce à la signature de nouveaux contrats et à la croissance des activités existantes. Le segment Boissons s'est montré particulièrement vigoureux.

### **Europe, Afrique et Moyen-Orient**

Le quatrième trimestre 2009 a été marqué par un retour de la croissance dans ces régions, qui a permis de compenser la majeure partie du repli observé en début d'année. Malgré un contexte économique peu favorable, le chiffre d'affaires est pratiquement resté inchangé par rapport à l'année dernière, ne reculant que de 0,3 % en monnaies locales. La forte croissance des marchés

émergents d'Afrique et du Moyen-Orient a presque suffi à compenser les baisses enregistrées en Europe centrale et orientale. En Europe occidentale, Givaudan a été en mesure de maintenir son chiffre d'affaires au même niveau que l'année dernière malgré un environnement économique défavorable.

Grâce à la signature de nouveaux contrats gagnés avec de nouveaux arômes et à l'intensification de la pénétration des marchés de cette région, le segment Snacks a affiché une croissance à deux chiffres. Le chiffre d'affaires du segment Produits laitiers a été l'autre moteur essentiel de la croissance. Tous les autres segments ont été en baisse en raison des défis économiques majeurs auxquels l'Europe s'est trouvée confrontée.

La mise en place de partenariats étroits avec nos clients dans le cadre de programmes tels que ByNature, la réalisation de promotions sur mesure pour les arômes de volaille, de fromage, de produits laitiers et d'agrumes ainsi qu'un processus d'expansion continue vers de nouveaux marchés ont par ailleurs contribué à la constitution d'un solide portefeuille de projets.

Le nouveau système de Givaudan, dérivé de SAP, a été installé avec succès sur deux sites importants de Givaudan, à Naarden et à Barneveld (Pays-Bas).

### **Amérique du Nord**

Sur une base comparable, hors cession du site de production de St Louis, le chiffre d'affaires a reculé de 3,3 % en monnaies locales du fait de la réduction des stocks et de la faiblesse de la consommation dans un climat économique défavorable aux États-Unis.

Notre focalisation stratégique sur les initiatives majeures en faveur de la croissance ainsi que l'intérêt réitéré de nos clients pour les produits innovants ont permis la constitution d'un solide portefeuille dans ces domaines. En particulier, d'importants contrats ont été remportés dans le domaine Santé et Bien-être, notamment pour l'amélioration du goût sucré et la réduction du sel, dans le cadre de notre programme TasteSolutions™.

La fermeture du site d'Owings Mills a été opérée dans les délais prévus avec un redéploiement de nos capacités de production sur nos autres sites d'Amérique du Nord.

### **Amérique latine**

L'Amérique latine a affiché la meilleure performance régionale avec une progression de 14,1 % en monnaies locales, ce qui lui a permis de surperformer largement par rapport au marché sous-jacent. La vitalité des activités existantes avec les clients clés ainsi que la signature d'importants contrats locaux et régionaux ont provoqué une hausse des résultats de l'ensemble des marchés, l'Argentine, le Brésil et le Mexique en tête avec des taux de croissance à deux chiffres. La hausse du chiffre d'affaires a notamment été le fait des segments Boissons, Produits laitiers et Confiserie ainsi que des nouveaux contrats signés dans le domaine Santé et Bien-être sur la base de la technologie TasteSolutions™. Ces bons résultats témoignent de l'efficacité durable de cette initiative majeure en faveur de la croissance pour la Division.

Le site de Vinhedo (Brésil) a été fermé au quatrième trimestre 2009 et la production a été transférée vers le site de Jaguare.

Disponible Documents et liens:

Annual & Financial Report 2009

Full Year 2009 Results Presentation

Le 16 février 2010 à 15 h00 (CET), une conférence téléphonique sera diffusée sur notre site internet à l'adresse suivante. Pour visionner le webcast veuillez [cliquer ici](#)

Pour plus d'informations, veuillez contacter :

Peter Wullschleger, Givaudan Media Relations  
5, chemin de la Parfumerie, CH-1214 Vernier  
T +41 22 780 90 93, F +41 22 780 90 90  
E-mail: [peter\\_b.wullschleger@givaudan.com](mailto:peter_b.wullschleger@givaudan.com)