

Givaudan[®]

ENGAGING
THE
SENSES



Rapport semestriel &
Financial Report 2010

Notre positionnement

Givaudan a considérablement évolué au fil des décennies et continue de conforter sa position de leader, sans pour autant perdre de vue son héritage unique. Notre positionnement nous fournit un cadre solide pour mieux faire connaître notre large gamme de produits et de technologies ainsi que notre incomparable base de talents et d'expertises. Une signature, «Engaging the senses», et quatre piliers : savoir, découverte, talent, performance – tels sont les mots et les concepts qui nous définissent et par lesquels nous faisons entendre notre nouvelle voix.



Savoir. Pas de concept sans savoir. Il enrichit le processus de création par des méthodes de pointe qui permettent d'élaborer des solutions innovantes. Il est le lien vital entre créativité, science et technologie.



Découverte. C'est un chemin parsemé d'intuitions et d'inventions qui aboutit à la découverte. C'est créer, développer et élaborer des parfums et des arômes iconiques, qui signent des produits précurseurs et ouvrent de nouveaux marchés.



Talent. Le talent, c'est la capacité à transformer des idées en succès. C'est utiliser une palette d'ingrédients de pointe pour créer des produits originaux et créatifs qui deviendront des succès commerciaux. C'est trouver des solutions simples et innovantes en partant de situations complexes.



Performance. La performance est notre capacité inégalée à offrir dans le monde entier, des produits de qualité et des services fiables, en respectant les délais. C'est l'assurance d'une expertise sur une réglementation en constante évolution, garantissant la sécurité et la conformité de nos produits.

En bref

Leader de l'industrie des parfums et des arômes avec 25 % de part de marché, Givaudan développe des créations uniques et innovantes pour ses clients dans le monde entier. De la parfumerie fine aux parfums pour produits d'entretien, des arômes pour boissons, snack et confiserie aux arômes pour produits laitiers, Givaudan s'est forgé cette place de leader grâce à la présence d'équipes Ventes et Marketing implantées dans tous les principaux marchés.

Chiffres clés

Six mois jusqu'au 30 juin
en millions de francs suisses, hors données par action

	2010	2009
Chiffre d'affaires	2 199	1 996
Bénéfice brut	1 029	896
En % du chiffre d'affaires	46,8 %	44,9 %
EBITDA sur une base comparable ^{a, b}	529	424
En % du chiffre d'affaires	24,1 %	21,2 %
EBITDA ^a	490	388
En % du chiffre d'affaires	22,3 %	19,4 %
Bénéfice d'exploitation sur une base comparable ^b	377	282
En % du chiffre d'affaires	17,1 %	14,1 %
Résultat d'exploitation	330	245
En % du chiffre d'affaires	15,0 %	12,3 %
Résultat attribuable aux propriétaires de la société mère	200	95
En % du chiffre d'affaires	9,1 %	4,8 %
Bénéfice par action – de base (CHF)	22.58	12.62
Bénéfice par action – corrigé (CHF)	22.45	12.58
Flux de trésorerie opérationnel	229	422
En % du chiffre d'affaires	10,4 %	21,1 %

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.

b) L'EBITDA sur une base comparable ne tient pas compte des frais de restructuration associés à l'acquisition. Le résultat d'exploitation sur une base comparable exclut les frais de restructuration associés à l'acquisition et la perte de valeur des actifs à long terme.

Notre activité

Nos activités sont pilotées par deux divisions, la division Parfums et la division Arômes, elles-mêmes soutenues par des fonctions intégrées telles que Finance, Communication, Ressources Humaines et Informatique.

Divisions

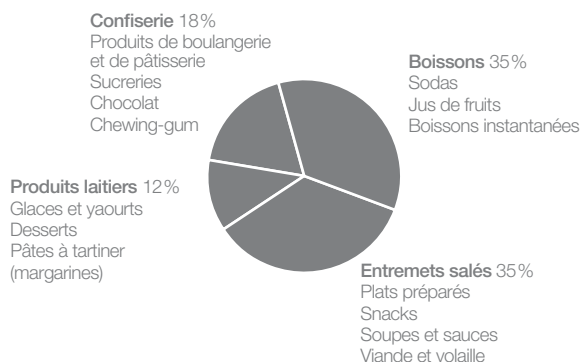


Division Arômes

Givaudan est le partenaire privilégié des leaders mondiaux de l'industrie agroalimentaire 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.

Répartition du chiffre d'affaires de la division Arômes (en %)

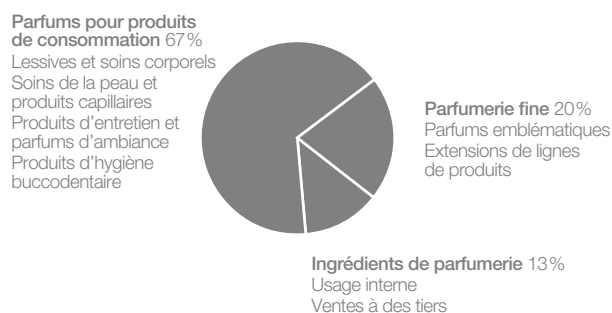


Division Parfums

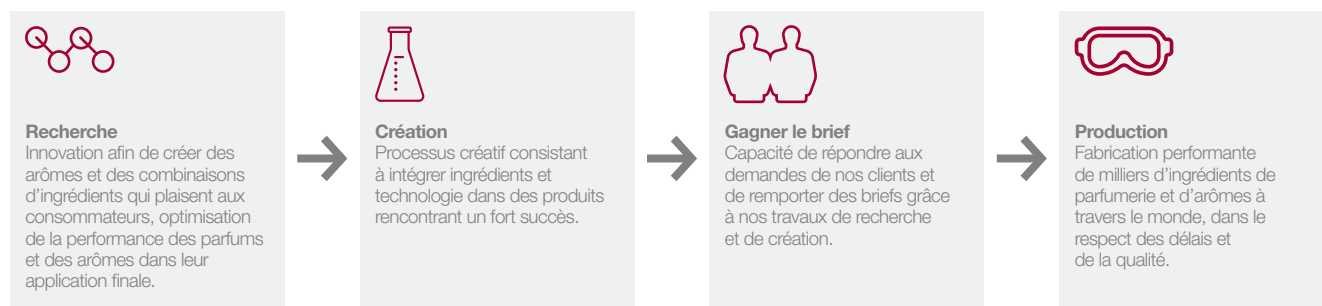
Notre division Parfums est la plus importante de l'industrie. Nos activités se répartissent entre trois segments : Parfumerie fine, Parfums pour produits de consommation et Ingrédients

de parfumerie, qui nous permettent de créer pour les plus grandes marques internationales ainsi que pour les marques locales. 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.

Répartition du chiffre d'affaires de la division Parfums (en %)



Processus d'affaires



Sites internationaux



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 émergents. Toutefois, ils présentent un réel potentiel de croissance dans plusieurs domaines, en raison notamment d'une demande en hausse pour les produits de santé et de bien-être.



ChefsCouncil™ de Givaudan à l'œuvre à Barcelone, Espagne

Marchés émergents

41% du chiffre d'affaires du Groupe

Les marchés émergents 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 l'avenir. La croissance sur ces marchés devrait s'accroître beaucoup 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.



Nouveau centre de création dédié aux parfums pour les produits de consommation sur le site de Jaguaré à São Paulo, au Brésil

8 511

employés

33

sites de production

82

sites dans le monde entier

Part de marché d'environ

25%

Événements clés

Janvier

13 janvier 2010

Givaudan fête le 60^e anniversaire de sa présence sur le marché mexicain. La Société s'est implantée dans ce pays en 1949, en ouvrant un petit bureau dans la rue Chimalpopoca à Mexico; en 1983, elle inaugure son site de production d'arômes à Cuernavaca dans l'État de Morelos.



Février

1^{er} au 6 février

Une équipe de Givaudan Arômes parcourt le nord et l'ouest de l'Inde dans le cadre du programme CulinaryTrek™, à la recherche de sources d'inspiration et de saveurs authentiques. L'objectif est de créer, à partir de nouveaux ingrédients et de recettes traditionnelles, des arômes inédits à intégrer dans des snacks et des plats préparés.

16 février

Résultats annuels 2009: Givaudan renforce sa position de leader et affiche de solides performances dans un contexte difficile.



Mars

5 mars

L'implémentation du nouveau système basé sur SAP se poursuit en Amérique du Nord, avec une mise en exploitation réussie sur trois sites: Mount Olive (New Jersey), Ridgedale (New Jersey) et New York (New York).

25 mars

L'Assemblée générale annuelle élit Irina du Bois et réélit Peter Kappeler aux fonctions de membres du Conseil d'administration, tous deux pour des mandats de trois ans. La participation des actionnaires à cette AG du 10^e anniversaire s'est inscrite en hausse de 34%, ce qui en a fait la plus grande AG jamais tenue.

25 mars

Publication du premier Rapport sur le développement durable de Givaudan. La brochure «Givaudan Facts» présente de nombreuses initiatives prises ces 12 derniers mois en matière de développement durable, ainsi que les ambitions de la Société à long terme.



Avril

9 avril

Publication des résultats du premier trimestre: un début 2010 en forte croissance.

28 avril

La Fragrance Foundation de New York décerne à Miriad 2.0™ de Givaudan le FiFi® Technological Breakthrough of the Year for Fragrance Creation & Formulation 2010.



Mai

21 mai

Givaudan est à l'honneur au salon Cosmetic Executive Women (CEW) Beauty Awards de New York, en présence de 1800 professionnels de l'industrie. Givaudan a signé les fragrances qui ont permis aux gagnants des trois catégories de parfums de l'emporter.

27 mai

Des équipes Arômes des États-Unis et d'Europe participent à la conférence The DrinksIngredients 2010 et présentent des informations sur TasteEssentials™ Agrumes, TasteSolutions™ «Sweetness», TasteEssentials™ Thé, TasteEssentials™ Café et ByNature™ pour les boissons.

28 mai

Lancement de la nouvelle identité «Engaging the Senses», qui positionne la marque Givaudan de façon plus forte et différenciée face à ses partenaires.

Givaudan[®]
ENGAGING
THE
SENSES

Juin

8 juin

Givaudan fête le 10^e anniversaire de son introduction à la SIX Swiss Exchange.

9 juin

Givaudan lance iPerfumer, la première application pour iPhone destinée à aider les consommateurs à s'orienter sur le marché du parfum. Un véritable «consultant personnel en parfums» de poche.

23 au 30 juin

L'équipe CulinaryTrek Chine de Givaudan se rend dans la province du Sichuan pour sentir, goûter et analyser la cuisine épicée dont raffolent les consommateurs chinois. Nous avons exploré les marchés et les restaurants locaux, à la recherche d'ingrédients authentiques, de saveurs et de plats populaires afin de les transposer à l'attention de nos clients, dans des plats de viande et de nouilles préparés prêts à être consommés, dans des snacks et des mets destinés à la restauration rapide pour nos clients.



Revue des opérations

Au premier semestre 2010, Givaudan a enregistré une progression à deux chiffres de son chiffre d'affaires ainsi qu'une forte amélioration de sa rentabilité.

«Givaudan bénéficie de sa position de leader, résultat de l'intégration réussie de Quest. Nous avons ainsi pu signer de nombreux nouveaux contrats et accroître fortement nos ventes partout dans le monde et avec tous les groupes de clients, tout en améliorant notre rentabilité de manière significative. Nous sommes sur la bonne voie pour atteindre nos objectifs», a indiqué Gilles Andrier, Directeur général de Givaudan.

Au premier semestre 2010, le chiffre d'affaires du Groupe s'est établi à CHF 2 199 millions, soit une hausse de 10,5 % en monnaies locales et de 10,2 % en francs suisses par rapport à 2009. La solide performance enregistrée au premier trimestre se poursuit au deuxième trimestre.

Les ventes des marchés émergents sont restées sur leur forte dynamique de 2009 et leur contribution au chiffre d'affaires du Groupe a franchi pour la première fois la barre des 40 %.

La division Parfums a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 1 017 millions, soit une hausse de 13,3 % en monnaies locales et de 13,1 % en francs suisses par rapport à la même période en 2009.

Le chiffre d'affaires de la division Arômes s'est établi à CHF 1 182 millions, soit une hausse de 8,1 % en monnaies locales et de 7,8 % en francs suisses par rapport à l'année dernière.

Marge brute

La marge brute est passée de 44,9 % à 46,8 % du fait de la solidité des ventes, des nouvelles économies découlant de l'intégration et d'une meilleure absorption des coûts de production fixes par rapport à 2009.

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

L'EBITDA est passé de CHF 388 millions en 2009 à CHF 490 millions en 2010.

Sur une base comparable, il s'établit à CHF 529 millions, en hausse par rapport aux CHF 424 millions publiés l'an dernier. Sur une base comparable, l'EBITDA a augmenté de 25,9 % en monnaies locales. Sur une base comparable, la marge EBITDA était de 24,1 % en 2010, soit en nette hausse par rapport aux 21,2 % du niveau de 2009. La solidité des ventes, le strict contrôle des coûts, la poursuite des économies découlant de l'intégration et la stabilité des prix des matières premières sont autant de facteurs qui ont contribué à cette excellente progression.

Résultat d'exploitation

Le résultat d'exploitation a augmenté à CHF 330 millions, contre CHF 245 millions en 2009. Sur une base comparable, hors les CHF 47 millions de coûts d'intégration, le résultat d'exploitation est passé à CHF 377 millions en 2010 contre CHF 282 millions en 2009. Mesuré en monnaies locales, le résultat d'exploitation sur une base comparable a enregistré une progression de 35,1 %. Sur une base comparable, la marge d'exploitation a augmenté à 17,1 % en 2010, contre 14,1 % pour la même période en 2009.

Performance financière

Les coûts de financement se sont élevés à CHF 54 millions au premier semestre 2010, en baisse par rapport aux CHF 75 millions pour la même période en 2009. Les autres charges financières, nettes de revenus, se sont élevées à CHF 13 millions en 2010, contre CHF 40 millions en 2009. En particulier, les charges pour pertes de valeur des actifs comptabilisées au premier semestre 2009 n'ont pas été réitérées.

Les impôts sur les bénéfices du Groupe, mesurés en pourcentage du bénéfice brut, se sont élevés à 24 % en 2010 contre 26 % en 2009.



Bénéfice net

En termes réels, le bénéfice net a progressé de 108,3% à CHF 200 millions en 2010, contre CHF 96 millions en 2009, ce qui représente une marge nette de 9,1% contre 4,8% en 2009. Le bénéfice par action non dilué a augmenté, passant à CHF 22,58 contre CHF 12,62 pour la même période en 2009.

Flux de trésorerie

Au premier semestre 2010, Givaudan a dégagé un flux de trésorerie d'exploitation de CHF 229 millions, en baisse par rapport aux CHF 422 millions pour la même période en 2009. La forte croissance des ventes s'est traduite par une augmentation du fonds de roulement, les stocks et les créances s'inscrivant tous deux en hausse. En pourcentage du chiffre d'affaires, le fonds de roulement est resté stable.

Le total des investissements nets en immobilisations incorporelles (immobilier, usines et équipement) s'est établi à CHF 33 millions, contre CHF 43 millions en 2009. Les autres immobilisations incorporelles se sont établies à CHF 34 millions en 2010, dont une partie importante a été allouée au projet ERP basé sur le système SAP. SAP a été implémenté avec succès en Amérique du Nord (Parfums) et devrait être en place en Amérique du Sud d'ici la fin de l'année.

Le flux de trésorerie d'exploitation après investissements s'est élevé à CHF 163 millions en 2010, contre CHF 344 millions en 2009. Le flux de trésorerie disponible, c'est-à-dire le flux de trésorerie d'exploitation après investissements et intérêts,

s'est établi à CHF 82 millions au premier semestre 2010, contre CHF 256 millions pour la même période en 2009.

Position financière

La position financière de Givaudan était toujours solide à la fin juin 2010. Les bons résultats d'exploitation n'ont été atténués que par les pressions exercées sur le fonds de roulement, bien que ce dernier soit resté constant en pourcentage du chiffre d'affaires. La dette nette à la fin juin 2010 s'établissait à CHF 1 716 millions, en hausse par rapport aux CHF 1 499 millions affichés en décembre 2009 (hors obligations remboursables). Cette hausse s'explique principalement par les CHF 187 millions versés au titre des dividendes. En mars 2010, les obligations remboursables en actions d'une valeur de CHF 750 millions, sont arrivées à échéance et les actions Givaudan ont été remises aux détenteurs de ces titres. Au total, 736 785 nouvelles actions ont été livrées aux détenteurs de MCS, portant le nombre total des actions en circulation à 9 233 586.

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 projets et à de nouveaux contrats remportés. Malgré la base de comparaison plus élevée du second semestre 2009, le Groupe prévoit une croissance supérieure à 5% en monnaies locales pour l'année complète. Les progrès réalisés lors de l'intégration ont renforcé la plate-forme unique de Givaudan pour permettre une

croissance accélérée et une amélioration de sa performance. La Société est sur la bonne voie pour atteindre l'objectif annoncé de CHF 200 millions d'économies d'ici la fin de l'année et pour retrouver ainsi la marge EBITDA de 22,7% qu'elle 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 sur les segments de marché clés.

Division Parfums

Le chiffre d'affaires de la division Parfums a progressé pour atteindre CHF 1 017 millions sur les six premiers mois de l'année 2010, soit une hausse de 13,1 % en monnaies locales et de 13,2 % en francs suisses.

En résumé

Le chiffre d'affaires de la division Parfums a progressé pour atteindre CHF 1 017 millions sur les six premiers mois de l'année 2010, soit une hausse de 13,3 % en monnaies locales et de 13,1 % en francs suisses. L'excellente performance du premier trimestre s'est confirmée au second, qui a affiché une croissance de 12,4 % en monnaies locales. Ce résultat est attribuable à la hausse des ventes de produits existants ainsi qu'à une série de nouveaux contrats avec des clients-clés. Le chiffre d'affaires total de la division Parfums (Parfumerie fine et Parfums pour produits de consommation) a augmenté de 12,9 % en monnaies locales et en francs suisses, à CHF 884 millions contre CHF 783 millions.

Le chiffre d'affaires de l'activité Parfums pour produits de consommation a augmenté de 9,9 % en monnaies locales. Toutes les régions ont contribué à cette forte progression. La croissance de l'activité Parfumerie fine a atteint 24,2 % en monnaies locales, alimentée par une série de nouveaux contrats avec des clients importants, le succès remarquable de certains lancements récents, le retour des consommateurs à des schémas de commande équivalents à ceux d'avant 2009 et une certaine tendance au restockage du côté des ventes au détail. Les Ingrédients de parfumerie ont également contribué à la vigoureuse performance de la division, affichant une progression de 15,8 % en monnaies locales. Cette croissance a concerné l'ensemble des catégories de produits, notamment grâce à une certaine tendance au restockage.

L'EBITDA a gagné 23,3 %, passant de CHF 159 millions à CHF 196 millions. Sur une base comparable, l'EBITDA s'établit à CHF 226 millions contre CHF 179 millions en 2009, essentiellement du fait de la progression du chiffre d'affaires et de la marge brute. Mesuré en monnaies locales, l'EBITDA sur une base comparable a augmenté de 27,3 %. La marge EBITDA sur une base comparable s'est établie à 22,2 %, contre 19,9 % en 2009.

Le résultat d'exploitation a progressé à CHF 116 millions, contre CHF 92 millions l'année précédente (26,1 %). Sur une base comparable, le résultat d'exploitation s'élevait à CHF 153 millions, en hausse par rapport aux CHF 112 millions publiés l'an dernier. Mesuré en monnaies locales, le résultat d'exploitation sur une base comparable a augmenté de 38,4 %. La marge d'exploitation sur une base comparable est passée quant à elle de 12,5 % en 2009 à 15,0 % en 2010, du fait de la très bonne performance opérationnelle.

Parfumerie fine

La croissance de la Parfumerie fine a atteint 24,2 % en monnaies locales, alimentée par une série de nouveaux contrats avec des clients importants, le succès remarquable de certains lancements récents, le retour des clients à des volumes de commandes équivalents à ceux d'avant 2009 et une certaine tendance au restockage. La comparaison est flagrante avec le déstockage observé au premier semestre 2009 et la faiblesse générale de la demande des consommateurs tout au long de l'année dernière.



Talent

Trophées Fifi

La division Parfums a été récompensée dans de nombreux pays européens et aux États-Unis, où ses parfums se sont vu décerner un nombre exceptionnel de trophées dans le cadre de la Fragrance Foundation Fifi et des CEW Beauty Awards.

Nos talents ont contribué au succès dans toutes les catégories Prestige des Parfums Féminins en 2010. Lola, de Marc Jacob, a remporté le trophée Women's Prestige aux CEW Beauty Awards aux États-Unis, manifestation où des parfums créés par Givaudan ont dominé les trois catégories. Nos parfums ont aussi été récompensés par la Fragrance Foundation Fifi à New York ainsi qu'au Royaume-Uni, en France, en Allemagne et en Italie. En France, Ricci Ricci de Nina Ricci a été élu Meilleur parfum féminin à l'occasion du Grand Prix du Parfum. D'autres catégories comprenaient également des fragrances créées par Givaudan.

Miriad 2.0™ a remporté le Fifi® Technological Breakthrough of the Year for Fragrance Creation & Formulation. Ce trophée, en distinguant l'innovation qui fait progresser l'industrie, récompense aussi la capacité de Givaudan à être à l'écoute du consommateur pendant toutes les étapes de la création d'un parfum.

Cette excellente performance a concerné tant les marchés émergents que les marchés développés, sur l'ensemble des segments-clés.

En termes régionaux, tant l'Europe que l'Amérique du Nord ont enregistré de fortes croissances à deux chiffres. Le portefeuille de nouvelles affaires reste solide grâce à un nombre important de nouveaux projets ayant été enregistrés au cours du premier semestre.

Les parfums Givaudan ont permis aux produits de nos clients de remporter de nombreux prix. Dans la catégorie Prestige Féminin, des parfums créés par Givaudan Lola, de Marc Jacobs, et Ricci Ricci, de Nina Ricci, ont remporté tous les prix aux États-Unis et dans tous les pays d'Europe. Dans la catégorie Prestige Masculin, 1 Million, de Paco Rabanne, et Artisan, de John Varvatos, se sont également vu décerner de nombreux prix. Au total, 19 produits de parfumerie fine composés de parfums créés par Givaudan ont été récompensés au cours de diverses cérémonies en Europe et aux États-Unis.

De plus, le programme Miriad® 2.0 de Givaudan dédié à la compréhension des consommateurs a remporté le prix FiFi® aux États-Unis dans la catégorie « Technological Breakthrough of the Year for Fragrance Creation & Formulation ». Miriad® 2.0 est un outil interactif de gestion des connaissances qui regroupe des connaissances approfondies sur les ingrédients, les consommateurs et les marchés dans un système unique accessible partout à travers le monde.

Par cette récompense, c'est la capacité de Givaudan à faire entendre la voix

du consommateur à chaque étape du processus de développement des parfums qui a été reconnue.

Parfums pour produits de consommation

Le chiffre d'affaires de l'activité Parfums pour produits de consommation a augmenté de 9,9 % en monnaies locales. Les marchés émergents ont confirmé leur croissance à deux chiffres. Quant aux marchés développés, ils ont marqué une reprise et enregistré une solide croissance par rapport à 2009.

Le chiffre d'affaires du premier semestre a été le plus élevé jamais enregistré depuis l'acquisition de Quest. Cette progression a concerné les groupes de clients tant internationaux que régionaux.

Le chiffre d'affaires de l'Asie-Pacifique a enregistré une croissance à deux chiffres pour tous les groupes de clients et sur tous les segments de produits. La hausse a été particulièrement soutenue en Inde, en Thaïlande et en Chine.

L'Amérique latine a enregistré une forte croissance, en particulier au Mexique, en Argentine et au Venezuela. Les ventes aux clients locaux et régionaux ont affiché des progressions à deux chiffres.

L'Europe, l'Afrique et le Moyen-Orient se sont inscrits en solide hausse par rapport à 2009, et ce pour tous les groupes de clients. Cette progression du chiffre d'affaires a été alimentée par une croissance à deux chiffres des marchés émergents d'Europe centrale et de l'Est, d'Afrique et du Moyen-Orient, ainsi que par la croissance des marchés développés.



Savoir

iPerfumer

Téléchargeable gratuitement à partir de l'App Store d'Apple, iPerfumer est une application pour iPhone destinée à aider les consommateurs à s'orienter sur le marché des parfums.

Intégrant les évolutions de ce marché, Givaudan a mis les développements technologiques, notamment l'usage croissant du téléphone portable comme outil d'information, au service du consommateur lorsqu'il veut acheter un parfum.

iPerfumer propose les parfums les mieux adaptés à l'utilisateur, sur la base d'un calcul algorithmique effectué à partir de ses préférences olfactives.

iPerfumer permet également à l'utilisateur de découvrir quels sont les parfums préférés des autres acheteurs.

Six mois jusqu'au 30 juin
en millions de francs suisses

	2010	2009
Ventes à des tiers	1 017	899
EBITDA sur une base comparable ^a	226	179
En % du chiffre d'affaires	22,2 %	19,9 %
EBITDA ^a	196	159
En % du chiffre d'affaires	19,3 %	17,7 %
Bénéfice d'exploitation sur une base comparable ^b	153	112
En % du chiffre d'affaires	15,0 %	12,5 %
Bénéfice d'exploitation	116	92
En % du chiffre d'affaires	11,4 %	10,2 %

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. L'EBITDA sur une base comparable ne tient pas compte des frais de restructuration associés à l'acquisition.

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

L'Amérique du Nord a affiché une croissance à deux chiffres, alimentée par la performance vigoureuse de la catégorie des parfums d'ambiance et les résultats solides enregistrés auprès des clients internationaux.

Globalement, tous les segments de produits ont vu leur chiffre d'affaires augmenter par rapport à 2009. Les chiffres d'affaires des catégories de produits d'entretien, pour textiles et d'hygiène affichent des croissances à deux chiffres. En particulier, la catégorie des parfums d'ambiance, dont le chiffre d'affaires était en baisse au premier semestre 2009, a confirmé sa croissance solide à deux chiffres au deuxième trimestre.

Ingrédients de parfumerie

Le chiffre d'affaires des Ingrédients de parfumerie a augmenté de 15,8 % en monnaies locales par rapport à 2009. Les volumes des ventes sont restés à de bons niveaux au cours des deux premiers trimestres 2010. Toutes les catégories de produits ont affiché une croissance à deux chiffres, alimentée par le restockage chez des clients-clés.

Recherche – division Parfums

Au cours des six premiers mois de l'année, le travail des équipes Recherche et Technologie de la division Parfums de Givaudan a permis de commercialiser plusieurs systèmes de diffusion de parfums innovants, ainsi qu'un nouvel ingrédient de parfumerie.

Toujours soucieux de proposer des parfums de haute qualité, nous avons lancé une nouvelle capsule de parfum qui est stable dans les détergents liquides. Cette technologie de pointe permet aux parfumeurs de Givaudan spécialisés dans les lessives de créer un système associant une composition de parfumerie liquide (huile non encapsulée) et une composition de parfumerie encapsulée. Elle apporte une fraîcheur inégalée aux tissus, même après séchage, et ce durablement.

L'usage de détergents liquides enregistrant une progression significative, cette innovation ouvre la porte à de nouveaux lancements de produits plus performants, susceptibles d'accroître encore la satisfaction du consommateur final.

La gamme Givaudan des systèmes de diffusion contrôlée de parfums qui comprend désormais Bloomtech™, Scentburst™ et Mechacaps™, répond aux principaux critères de préférence des consommateurs dans le domaine des

lessives. Mechacaps™ est une nouvelle technologie qui assure une fraîcheur de longue durée et combat les mauvaises odeurs sur les tissus. Bloomtech™ apporte de la fraîcheur en cas d'utilisation de lessives pour lavage à la main.

Givaudan a introduit cette gamme de technologies avec succès dans diverses catégories de produits d'entretien et de parfums pour produits d'hygiène. La Société a aussi fait la démonstration que ses systèmes de diffusion contrôlée de parfums, Bloomtech™ et Scentburst™, peuvent être utilisés et combinés entre eux pour prolonger la rémanence olfactive à l'usage et améliorer l'effet désodorisant des parfums.

Dans la droite ligne de nos efforts visant à faire en sorte que nos parfumeurs aient la meilleure palette de création de l'industrie, nous avons lancé une senteur inédite, fruitée, naturelle, qui rappelle le cassis et le fruit de l'eucalyptus. Ce nouveau parfum exclusif, Cassyrane™, s'intégrera parfaitement dans des créations allant des eaux de Cologne et gels douches pour hommes aux produits capillaires. Son seuil olfactif très bas le rend efficace même à de faibles dosages.

Dans le cadre du programme « Innovative Naturals » de Givaudan, un nouvel ouvrage de notre scientifique Roman Kaiser, « The Scent of the Vanishing Flora », (à paraître en novembre 2010), bénéficiera du soutien de la Convention sur la diversité biologique. C'est la reconnaissance de quarante ans de travail, mais aussi de la passion de Roman Kaiser pour la recherche sur les parfums naturels et la reconstitution des espèces florales menacées.



Division Arômes

Le chiffre d'affaires de la division Arômes s'est établi à CHF 1 182 millions, soit une croissance de 8,1 % en monnaies locales et de 7,8 % en francs suisses.



En résumé

Le chiffre d'affaires de la division Arômes a atteint CHF 1 182 millions, soit une croissance de 8,1 % en monnaies locales et de 7,8 % en francs suisses. L'excellente performance du premier trimestre s'est accélérée au deuxième, avec une croissance de 8,7 % en monnaies locales.

Sur fond d'embellie de la conjoncture économique, la division Arômes a progressé dans les quatre régions. Cette augmentation s'explique notamment par la signature d'importants contrats sur les segments Confiserie, Boissons et Snacks. Tous les marchés émergents ont enregistré de solides croissances à deux chiffres, confirmant ainsi les fortes tendances haussières observées au premier trimestre. Les marchés développés ont enregistré une croissance accélérée au premier trimestre, alimentée par la progression des volumes et la signature de nouveaux contrats, en particulier en Amérique du Nord.

L'EBITDA a gagné 28,4 % à CHF 294 millions contre CHF 229 millions. Sur une base comparable, l'EBITDA s'est établi à CHF 303 millions contre CHF 245 millions en 2009, essentiellement grâce à la progression du chiffre d'affaires et du bénéfice brut et grâce à une maîtrise serrée des dépenses. Mesuré en monnaies locales, l'EBITDA sur une base comparable a augmenté de 24,9 %. La marge EBITDA sur une base comparable s'est établie à 25,6 %, contre 22,3 % en 2009.

Le résultat d'exploitation a progressé de 39,9 % à CHF 214 millions, contre CHF 153 millions en 2009. Sur une base comparable, le résultat d'exploitation s'est établi à CHF 224 millions, en hausse par rapport aux CHF 170 millions publiés l'an dernier. Mesuré en monnaies locales, le résultat d'exploitation sur une base comparable a augmenté de 33,5 %. La marge d'exploitation sur une base comparable est passée quant à elle de 15,5 % en 2009 à 19,0 % en 2010.

Les stratégies de croissance de la division Arômes ont continué de soutenir la performance, ainsi qu'en témoigne la croissance à deux chiffres affichée par les marchés émergents, les solutions de santé et bien-être et les clients-clés.

Asie-Pacifique

En Asie-Pacifique, le chiffre d'affaires a progressé de 10,6 % en monnaies locales par rapport au premier semestre 2009. Les marchés émergents chinois, indien et thaïlandais ont enregistré de fortes croissances grâce à la signature d'importants nouveaux contrats sur les segments Boissons, Snacks et Confiserie. La croissance des marchés développés au premier semestre 2010 a été alimentée par de meilleurs résultats au Japon, en Asie du Sud-Est et en Corée du Sud. Tous les segments majeurs ont contribué à ce résultat.

Découverte

TasteTrek™ Umami

Le programme de recherche mondiale de la division Arômes Givaudan, spécialisé dans les nouvelles technologies du goût, s'est lancé dans le TasteTrek™ Umami.

Ce groupe de travail consistait en une équipe mixte composée d'aromatiseurs, de grands chefs et d'analystes scientifiques venus d'Europe et du Japon.

Le but du TasteTrek™ Umami est de découvrir de nouvelles molécules gustatives, en mettant l'accent sur l'umami et sur la valorisation gustative des ingrédients utilisés dans la cuisine japonaise. Il y a 2000 ans, les Japonais ne consommaient pas de viande en raison de leurs convictions religieuses, et c'est seulement au cours des 300 dernières années qu'ils ont commencé à cuisiner la viande et les produits laitiers. Aussi la gastronomie japonaise a-t-elle développé une série d'ingrédients originaux visant à améliorer le goût des aliments et à procurer les sensations gustatives apportées normalement par la viande, les matières grasses et les produits laitiers.

L'exercice a permis d'identifier plus de 70 ingrédients et ces découvertes jettent les bases de nos compétences futures en matière d'optimisation du goût pour les snacks et les plats cuisinés.

Six mois jusqu'au 30 juin
en millions de francs suisses

	2010	2009
Ventes à des tiers	1 182	1 097
EBITDA sur une base comparable ^a	303	245
En % du chiffre d'affaires	25,6%	22,3%
EBITDA ^a	294	229
En % du chiffre d'affaires	24,9%	20,9%
Bénéfice d'exploitation sur une base comparable ^b	224	170
En % du chiffre d'affaires	19,0%	15,5%
Bénéfice d'exploitation	214	153
En % du chiffre d'affaires	18,1%	13,9%

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. L'EBITDA sur une base comparable ne tient pas compte des frais de restructuration associés à l'acquisition.

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

Performance

TasteSolutions™ Sweetness

En collaboration avec l'Institut allemand de la nutrition et l'Université du Nouveau-Mexique, Jay Slack, de Givaudan Arômes, publie ses découvertes sur la première micro-molécule inhibitrice des récepteurs de l'amertume dans la revue *Current Biology*. Cette substance a été découverte dans le cadre d'études cellulaires, en recherchant des molécules qui empêcheraient les récepteurs de l'amertume d'être activés par deux édulcorants artificiels largement répandus, l'acésulfame K et la saccharine. Des tests effectués sur l'appareil sensoriel humain ont montré qu'en réduisant l'activation des récepteurs, on diminuait de façon significative l'amertume perçue de ces édulcorants, sans pour autant nuire à leur pouvoir sucrant. Ces propriétés font de cette molécule un candidat idéal pour améliorer le profil gustatif des produits contenant de l'acésulfame K et de la saccharine, comme les boissons sucrées.



Europe, Afrique et Moyen-Orient

En Europe, tant sur les marchés développés que sur les marchés émergents, les ventes ont maintenu leur progression à 5,8% en monnaies locales. La croissance des marchés développés a été tirée par l'Europe de l'Ouest et L'Europe centrale, grâce à la signature de nouveaux contrats dans des catégories clés. Les marchés émergents ont affiché une croissance à deux chiffres au premier semestre 2010, soutenus par la forte progression de l'Afrique et du Moyen-Orient et le rebond de la Pologne et de la Russie, sur fond d'embellie conjoncturelle par rapport à 2009. La signature de nouveaux contrats importants sur les segments Boissons, Confiserie et Snacks a contribué à ce résultat.

Amérique du Nord

L'amélioration de la situation économique, la progression des volumes et la signature de nouveaux contrats importants sur les segments Boissons, Produits laitiers et Confiserie ont permis d'enregistrer une croissance du chiffre d'affaires de 3,4% en monnaies locales. La vitalité des ventes s'est fortement accentuée au deuxième trimestre et le portefeuille de nouveaux clients s'est étoffé par rapport au premier semestre 2009, en particulier sur les segments Entremets salés, Boissons, Snacks et Confiserie.

Amérique latine

En Amérique latine, le chiffre d'affaires a affiché à nouveau une croissance forte à 26,1% par rapport à une base de comparaison élevée. La croissance organique et la signature de nouveaux contrats importants concernant tous les segments majeurs ont contribué à cet excellent résultat, en particulier sur les segments Boissons, Confiserie et Snacks.

Recherche – division Arômes

Un solide programme scientifique et technologique est essentiel pour saisir toutes les opportunités qui s'offrent à Givaudan auprès de ses clients. Les sociétés agroalimentaires et de boissons recourent de plus en plus à nos capacités pour accélérer l'innovation.

Compte tenu de l'intérêt soutenu que suscite le segment Santé et Bien-être, il n'est pas surprenant de constater une demande accrue pour des systèmes de remplacement du sucre et du sel qui soient à la fois économiques et plus performants. Givaudan a continué d'innover dans le domaine de la modulation du goût sucré et a mis au point plusieurs nouvelles substances qui devraient être commercialisées cette année. Une préférence pour les agents de sapidité naturels s'est fait jour et le programme de recherche a été adapté pour tenir compte de cette évolution dans les priorités des consommateurs. Un processus breveté d'extraction de la trilobatine, un exhausteur naturel du goût sucré que l'on trouve dans le « sweet tea », sera commercialisé cette année.

Plusieurs édulcorants naturels à fort impact (le rebaudioside A par exemple, extrait de la feuille de stévia) sont aussi plus couramment utilisés, mais ils présentent des facettes gustatives négatives, notamment l'amertume. Divers systèmes extrêmement performants de masquage de l'amertume ont été développés afin de faciliter l'utilisation des édulcorants issus de la stévia dans les produits alimentaires et les boissons.

Axé sur la substitution du sel et sur une meilleure connaissance des interactions synergiques de multiples ingrédients dans l'équation gustative, le programme consacré aux bio-ingrédients permet de progresser dans la restitution intégrale du goût. L'expertise acquise au cours de la dernière décennie en matière de chémo-informatique et de chimie computationnelle est désormais mise à profit efficacement dans la recherche de nouveaux ingrédients naturels susceptibles d'améliorer l'umami et la perception du goût salé dans des produits importants.

Nous continuons d'utiliser les techniques TasteTrek™ d'enquête sur le terrain pour explorer de nouveaux espaces sensoriels. Des produits issus du thé vert, très séduisants et offrant une note de tête et des sensations gustatives intéressantes, ont été commercialisés pour des boissons. Nos relations avec l'Université de Californie nous permettent de mener des recherches sur les variétés d'agrumes : nous avons ainsi abouti à quelques fractions prometteuses, dont la dernière en date fait partie de la famille des pamplemousses.

Le Virtual Aroma Synthesizer™ (VAS), une technologie exclusive de Givaudan, continue d'apporter des solutions

fructueuses pour optimiser les interactions à tous les niveaux dans les domaines de l'analyse sensorielle et du développement des arômes. La version portable de ce système a ouvert de multiples opportunités, de sorte que nous poursuivons sans relâche nos travaux de miniaturisation. En juillet, un nouveau prototype à douze canaux, plus facile encore à transporter que le miniVAS™, a été mis à disposition en vue de tests. Ce nouvel outil de développement devrait permettre de multiplier les interactions avec nos clients.

Connaître les préférences des consommateurs, puis faire le lien entre ces préférences et les composants aromatiques qui emportent l'adhésion, peut avoir un impact majeur sur le succès de nouveaux produits. Le groupe Science sensorielle a continué de développer de nouveaux outils de mesure et de communication. Beaucoup d'entre eux mettent en œuvre des outils sensoriels exclusifs susceptibles de faciliter la création d'une base de données plus complète sur les préférences. L'accent a été mis récemment sur la mise au point d'une méthodologie de recherche impartiale en matière de consommation. En mesurant des paramètres non verbaux tels que la respiration ou le pouls, il a été possible de développer une base de données cohérente permettant de mesurer les préférences. L'exploration de l'espace émotionnel est en cours, à l'aide de ces techniques utilisées à titre expérimental.

Les systèmes de diffusion d'arômes proposent souvent des solutions d'une efficacité inégalée, mais le coût peut constituer un frein important à leur utilisation.



La technologie Everfresh™ a été explorée plus avant afin de développer un processus de fabrication moins coûteux. Il en a résulté une réduction de 30 % des coûts de fabrication et cette technologie devrait pouvoir être utilisée plus largement dans le cadre de solutions aromatiques. Un des aspects majeurs de la technologie d'encapsulation PureDelivery™ a été l'amélioration continue de la dynamique de diffusion contrôlée. Des avancées récentes dans ce domaine ont permis à Givaudan de proposer des produits à diffusion séquencée, c'est-à-dire avec un délai entre la diffusion de deux profils d'arôme spécifiques, par exemple agrumes et menthe.

Parallèlement aux innovations techniques réalisées en interne, Givaudan développe des collaborations universitaires et industrielles de très haut niveau pour atteindre ses objectifs ambitieux en matière d'innovation externe. Avec ses partenaires, la Société a tissé un solide réseau technologique qui valorise les avancées scientifiques récentes et favorise l'accélération de la recherche pour développer des solutions de nouvelle génération pour ses clients.

Half Year Financial Report 2010

ASE 345-F CS

87963
60210225

827

ASE 345-F CS



L23

GEORGYV

8753413
605021058

L22

RB28

GEORGYWOOD



8753413



Performance

Dans une salle de mélange automatisée conçue spécialement, des robots sont utilisés pour verser et mélanger les composants liquides destinés à la composition des parfums.

Ce processus hautement automatisé nous permet d'être les leaders du secteur en termes de délais de fabrication.

Interim Condensed Consolidated Financial Statements (unaudited)

Condensed consolidated income statement for the Six Months Ended 30 June

in millions of Swiss francs, except for per share data	Note	2010	2009
Sales		2,199	1,996
Cost of sales		(1,170)	(1,100)
Gross profit		1,029	896
as % of sales		46.8%	44.9%
Marketing and distribution expenses		(305)	(294)
Research and product development expenses		(171)	(164)
Administration expenses		(72)	(71)
Amortisation of intangible assets		(94)	(82)
Share of loss of jointly controlled entities		-	(1)
Other operating income	5	6	5
Other operating expense	6	(63)	(44)
Operating income		330	245
as % of sales		15.0%	12.3%
Financing costs	7	(54)	(75)
Other financial income (expense), net	8	(13)	(40)
Income before taxes		263	130
Income taxes		(63)	(34)
Income for the period		200	96
Attribution			
Income attributable to non-controlling interests		-	1
Income attributable to equity holders of the parent		200	95
as % of sales		9.1%	4.8%
Earnings per share – basic (CHF)	9	22.58	12.62
Earnings per share – diluted (CHF)	9	22.45	12.58

The notes on pages 21 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	2010	2009
Income for the period		200	96
Available-for-sale financial assets			
Movement on fair value for available-for-sale financial assets, net		(2)	17
Movement on deferred taxes on fair value adjustments		1	1
(Gain) loss on available-for-sale financial assets removed from equity and recognised in the consolidated income statement		-	2
Cash flow hedges			
Fair value adjustments in year		(16)	(4)
Removed from equity			
- and recognised in the consolidated income statement		4	13
- and recognised in non-financial assets (inventories)		-	5
Exchange differences arising on translation of foreign operations			
Change in currency translation		1	143
Other comprehensive income for the period		(12)	177
Total comprehensive income for the period		188	273
Attribution			
Total comprehensive income attributable to non-controlling interests		-	1
Total comprehensive income attributable to equity holders of the parent		188	272

The notes on pages 21 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 2010	31 December 2009
Cash and cash equivalents		486	825
Derivative financial instruments		84	35
Derivatives on own equity instruments		18	14
Available-for-sale financial assets		48	18
Accounts receivable – trade		844	685
Inventories		727	633
Current income tax assets		69	73
Assets held for sale		16	12
Other current assets		119	94
Current assets		2,411	2,389
Property, plant and equipment		1,388	1,437
Intangible assets		2,950	3,014
Deferred income tax assets		95	47
Assets for post-employment benefits		82	71
Jointly controlled entities		7	6
Other long-term assets		122	119
Non-current assets		4,644	4,694
Total assets		7,055	7,083
Short-term debt	10	42	791
Derivative financial instruments		56	29
Accounts payable – trade and others		304	322
Accrued payroll & payroll taxes		118	92
Current income tax liabilities		90	69
Financial liability: own equity instruments		30	30
Provisions		36	25
Other current liabilities		98	108
Current liabilities		774	1,466
Derivative financial instruments		65	54
Long-term debt	10	2,160	2,282
Provisions		79	100
Liabilities for post-employment benefits		142	130
Deferred income tax liabilities		218	186
Other non-current liabilities		57	53
Non-current liabilities		2,721	2,805
Total liabilities		3,495	4,271
Share capital	11	92	85
Retained earnings and reserves	11	4,495	3,741
Hedging reserve		(57)	(45)
Own equity instruments	12	(131)	(132)
Fair value reserve for available-for-sale financial assets		7	8
Cumulative translation differences		(851)	(852)
Equity attributable to equity holders of the parent		3,555	2,805
Non-controlling interests		5	7
Total equity		3,560	2,812
Total liabilities and equity		7,055	7,083

The notes on pages 21 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

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
Balance as at 1 January 2010		85	3,741	(132)	(45)	8	(852)	2,805	7	2,812
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
Total comprehensive income for the period			200		(12)	(1)	1	188	-	188
Issuance of shares	11	7	741					748		748
Dividends paid	11		(187)					(187)		(187)
Changes in non-controlling interests									(2)	(2)
Movement on own equity instruments, net	12			1				1		1
Net change in other equity items		7	554	1				562	(2)	560
Balance as at 30 June 2010		92	4,495	(131)	(57)	7	(851)	3,555	5	3,560
Balance as at 1 January 2009		73	3,153	(157)	(51)	(28)	(903)	2,087	6	2,093
Income for the period			95					95	1	96
Available-for-sale financial assets						20		20		20
Cash flow hedges					14			14		14
Exchange differences arising on translation of foreign operations							143	143	-	143
Total comprehensive income for the period			95		14	20	143	272	1	273
Issuance of shares	11	12	460					472		472
Dividends paid	11		(71)					(71)		(71)
Movement on own equity instruments, net	12			10				10		10
Net change in other equity items		12	389	10				411		411
Balance as at 30 June 2009		85	3,637	(147)	(37)	(8)	(760)	2,770	7	2,777

The notes on pages 21 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	2010	2009
Income for the period		200	96
Income tax expense		63	34
Interest expense		43	64
Non-operating income and expense		24	51
Operating income		330	245
Depreciation of property, plant and equipment		58	60
Amortisation of intangible assets		94	82
Impairment of long-lived assets		8	1
Other non-cash items			
- share-based payments		6	6
- additional and unused provisions, net		31	29
- other non-cash items		1	(11)
Adjustments for non-cash items		198	167
(Increase) decrease in inventories		(90)	85
(Increase) decrease in accounts receivable		(155)	(61)
(Increase) decrease in other current assets		(27)	(36)
Increase (decrease) in accounts payable		26	37
Increase (decrease) in other current liabilities		18	21
(Increase) decrease in working capital		(228)	46
Income taxes paid		(44)	(9)
Other operating cash flows, net ^a		(27)	(27)
Cash flows from (for) operating activities		229	422
Increase in long-term debt	10	99	297
(Decrease) in long-term debt	10	(198)	(150)
Increase in short-term debt		-	-
(Decrease) in short-term debt	10	(32)	(202)
Interest paid		(81)	(88)
Dividends paid	11	(187)	(71)
Issuance of shares	11		480
Purchase and sale of own equity instruments, net	12	1	4
Others, net		3	(4)
Cash flows from (for) financing activities		(395)	266
Acquisition of property, plant and equipment		(33)	(43)
Acquisition of intangible assets		(34)	(35)
Proceeds from the disposal of property, plant and equipment		1	-
Interest received		2	3
Purchase and sale of available-for-sale financial assets, net		(29)	83
Purchase and sale of derivative financial instruments, net		(2)	4
Others, net		(36)	(18)
Cash flows from (for) investing activities		(131)	(6)
Net increase (decrease) in cash and cash equivalents		(297)	682
Net effect of currency translation on cash and cash equivalents		(42)	9
Cash and cash equivalents at the beginning of the period		825	419
Cash and cash equivalents at the end of the period		486	1,110

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

The notes on pages 21 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 8,511 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 2010 (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 2009 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 2009 statement of financial position has been derived from the audited 2009 consolidated financial statements. Givaudan SA's Board of Directors approved these interim financial statements on 4 August 2010.

3. Accounting Policies

The accounting policies adopted are consistent with those of the annual financial statements for the year ended 31 December 2009, as described in the 2009 consolidated financial statements for the year ended 31 December 2009, with the exception of the adoption as of 1 January 2010 of the standards and interpretations described below and a voluntary change in accounting policy regarding the own equity instruments classified as derivatives.

IFRS 3 Business Combinations (revised) continues to apply the acquisition method to business combinations, with some significant changes. This standard applies prospectively to all future business combinations.

Amendments to IAS 27 Consolidated and Separate Financial Statements requires the effects of all transactions with a non-controlling interest to be recognised in equity if there is no change in control and these transactions will no longer result in adjustments to goodwill or recognition of gains and losses. The standard also specifies the accounting when control is lost. These amendments apply prospectively and affect future acquisitions or loss of control of subsidiaries and transactions with non-controlling interests.

Amendment to IAS 39 Financial Instruments Recognition and Measurement. Eligible Hedged Items clarifies whether a hedged risk or portion of cash flows is eligible for hedge accounting. The adoption of this amendment did not have any impact on the consolidated financial statements of the Group but will be considered prospectively to relevant hedging relationships.

Improvements to IFRSs (May 2008) clarifies disclosure requirements when the entity is committed to a sale plan involving loss of control of a subsidiary when criteria and definitions are met in accordance with IFRS 5 Non-current Assets Held for Sale and Discontinued Operations.

Improvements to IFRSs (April 2009) set out amendments across 12 different standards, related basis for conclusions and guidance. They relate to IFRS 2 Share-based Payment, IFRS 5 Non-current Assets Held for Sale and Discontinued Operations, IFRS 8 Operating Segments, IAS 1 Presentation of Financial Statements, IAS 7 Statement of Cash Flows, IAS 17 Leases, IAS 18 Revenue, IAS 36 Impairment of Assets, IAS 38 Intangible Assets, IAS 39 Financial Instruments: Recognition and Measurement, IFRIC 9 Reassessment of Embedded Derivatives, and IFRIC 16 Hedges of a Net Investment in a Foreign Operation. The adoption of these improvements did not have any impact on the consolidated financial statements of the Group.

Amendments to IFRS 1: Additional Exemptions for First-time Adopters provides further exemptions for the use of deemed costs for oil and gas assets, arrangement containing a lease, and decommissioning liabilities included in the costs of property, plant and equipment. The adoption of these amendments did not have any impact on the consolidated financial statements of the Group.

Amendments to IFRS 2: Group Cash-settled Share-based Payment Transactions clarifies the scope and the accounting for such transactions in the separate or individual financial statements of the entity receiving the goods or services when that entity has no obligation to settle the share-based payment transaction. The adoption of this amendment did not have any impact on the consolidated financial statements of the Group.

IFRIC 17 Distribution of non-cash assets to owners provides guidance on accounting for arrangements whereby an entity distributes non-cash assets to shareholders either as a distribution of reserves or as dividends. This interpretation had no effect on the consolidated financial statements of the Group.

Accounting for own equity instruments classified as derivatives. For the six months ended 30 June 2010 the Group has modified the accounting policy with respect to the presentation of the change in fair value and realised gains or losses on own equity instruments classified as derivatives from the line other financial (income) expense, net to each relevant line of the operating expenses. These own equity instruments are used to hedge the cash-settled share option plans. The Group believes that subsequent measurements of the hedge item (the cash-settled payment liability) and the hedge instruments (the own equity instruments classified as derivatives) shall be both recorded in operating income to provide more relevant information of the hedge activities related to the share options plans and to provide more accurate information on the operating performance. This change in presentation does not affect significantly the operating income and, as such, no adjustment was deemed necessary to prior year comparative information.

4. Segment Information

For the Six Months Ended 30 June, in millions of Swiss francs	Fragrances		Flavours		Group	
	2010	2009	2010	2009	2010	2009
Segment sales	1,017	901	1,183	1,099	2,200	2,000
Less inter segment sales ^a	-	(2)	(1)	(2)	(1)	(4)
Segment sales to third parties	1,017	899	1,182	1,097	2,199	1,996
Operating income at comparable basis	153	112	224	170	377	282
as % of sales	15.0%	12.5%	19.0%	15.5%	17.1%	14.1%
Segment assets ^b	2,484	2,481	3,432	3,608	5,916	6,089

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

b) Segment assets consist of investment in jointly controlled entities, property, plant and equipment, intangibles, inventories and receivables.

Reconciliation Table to Group's Operating Income

For the Six Months Ended 30 June, in millions of Swiss francs	Fragrances		Flavours		Group	
	2010	2009	2010	2009	2010	2009
Operating income at comparable basis	153	112	224	170	377	282
Integration and restructuring costs	(30)	(20)	(9)	(16)	(39)	(36)
Impairment of long-lived assets	(7)		(1)	(1)	(8)	(1)
Operating income	116	92	214	153	330	245
as % of sales	11.4%	10.2%	18.1%	13.9%	15.0%	12.3%
Financing costs					(54)	(75)
Other financial income (expense), net					(13)	(40)
Income before taxes					263	130
as % of sales					12.0%	6.5%

5. Other Operating Income

For the Six Months Ended 30 June, in millions of Swiss francs	2010	2009
Gains on fixed assets disposal	-	-
Interest on accounts receivable-trade	1	1
Royalty income		1
Other income	5	3
Total other operating income	6	5

6. Other Operating Expense

For the Six Months Ended 30 June, in millions of Swiss francs	2010	2009
Impairment of long-lived assets	8	1
Losses on fixed assets disposals	-	1
Business related information management project costs	3	4
Quest integration expense	39	36
Other business taxes	4	4
Other expenses	9	(2)
Total other operating expense	63	44

In 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 (2009: CHF 36 million) and asset impairments of CHF 8 million (2009: CHF 1 million) have been recognised in the other operating expense.

7. Financing Costs

For the Six Months Ended 30 June, in millions of Swiss francs	2010	2009
Interest expense	43	64
Derivative interest (gains) losses	5	-
Mandatory conversion feature of the Mandatory Convertible Securities	4	8
Amortisation of debt discounts	2	3
Total financing costs	54	75

8. Other Financial (Income) Expense, Net

For the Six Months Ended 30 June, in millions of Swiss francs	2010	2009
Fair value and realised (gains) losses from derivatives instruments, net (at fair value through income statement)	(30)	46
Fair value and realised (gains) losses from own equity instruments, net	-	11
Exchange (gains) losses, net	41	(31)
Impairment of available-for-sale financial assets	-	8
Gains from available-for-sale financial assets	-	-
Losses from available-for-sale financial assets	-	1
Realised gains from available-for-sale financial assets removed from equity	(1)	(3)
Realised losses from available-for-sale financial assets removed from equity	-	5
Interest income	(2)	(3)
Capital taxes and other non-business taxes	4	3
Other (income) expense, net	1	3
Total other financial (income) expense, net	13	40

9. 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.

	2010	2009
Income attributable to equity holders of the parent (CHF million)	200	95
Weighted average number of shares outstanding ^a		
Ordinary shares	9,005,630	7,691,930
Treasury shares	(147,580)	(164,684)
Net weighted average number of shares outstanding	8,858,050	7,527,246
Basic earnings per share (CHF)	22.58	12.62

a) The issuance of 736,785 shares in 2010 related to the MCS conversion decreased the EPS.

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.

	2010	2009
Income attributable to equity holders of the parent (CHF million)	200	95
Weighted average number of shares outstanding for diluted earnings per share of 50,371 (2009: 26,406)	8,908,421	7,553,652
Diluted earnings per share (CHF)	22.45	12.58

10. Debt

2010 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
Floating rate debt						
Bank borrowings					1	1
Syndicated loan – unhedged part	25			25		25
Bank overdrafts					3	3
Total floating rate debt	25			25	4	29
Fixed rate debt						
Straight bonds	574	298		872		872
Private placements	119	285	59	463	38	501
Syndicated loan – hedged part	800			800		800
Total fixed rate debt	1,493	583	59	2,135	38	2,173
Balance as at 30 June	1,518	583	59	2,160	42	2,202
2009						
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
Floating rate debt						
Bank borrowings					2	2
Syndicated loan – unhedged part	25			25		25
Bank overdrafts					9	9
Total floating rate debt	25			25	11	36
Fixed rate debt						
Straight bonds	573	297		870		870
Private placements	36	342	109	487	31	518
Syndicated loan – hedged part	900			900		900
Mandatory Convertible Securities (MCS)					749	749
Total fixed rate debt	1,509	639	109	2,257	780	3,037
Balance as at 31 December	1,534	639	109	2,282	791	3,073
Balance as at 31 December (excluding MCS)	1,534	639	109	2,282	42	2,324

In March 2010 the Mandatory Convertible Securities (MCS) with a value of CHF 750 million matured and the Givaudan shares were delivered to holders of these securities. In total 736,785 new shares were delivered to holders of MCS.

Givaudan United States, Inc. redeemed USD 30 million of the private placements in May 2010, the total outstanding at 30 June 2010 being USD 325 million (equivalent to CHF 350 million).

In January 2010, Givaudan SA reimbursed a CHF 100 million portion of the syndicated loan. The outstanding amount of the syndicated loan at 30 June 2010 is CHF 825 million (2009: CHF 1,325 million) of which CHF 800 million (2009: 900 million) is based on a fixed rate.

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 2010.

11. Equity

At the Annual General Meeting held on 25 March 2010 the distribution of an ordinary dividend of CHF 20.60 per share (2009: in the form of cash, CHF 10.00, and one warrant, CHF 10.00) was approved.

On 26 February 2010, the share capital was increased through the issuance of 736,785 fully paid-in registered shares from authorised capital with a nominal value of CHF 10.00 each. These shares were delivered to holders of the MCS in March 2010. This resulted in an increase of CHF 7,367,850 in share capital and an increase of CHF 741,272,021 in reserves.

At the 2010 Annual General Meeting, shareholders also approved the creation of authorised capital for a maximum nominal value of CHF 10,000,000 limited to 26 March 2012.

At 30 June 2010, 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.

12. 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 2010, the Group held 139,136 own shares (2009: 158,245), as well as derivatives on own shares equating to a net short position of 195,987 shares (2009: 215,444).

Contacts

Givaudan SA

Chemin de la Parfumerie 5
CH – 1214 Vernier, Suisse
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
Suisse
T + 41 62 205 36 95
F + 41 62 205 39 66

Le rapport semestriel 2010 de Givaudan est publié en français, en anglais et en allemand.

Le « Givaudan Half Year Financial Report » est publié en anglais.

Toutes les marques citées bénéficient d'une protection juridique.

Imprimé en Suisse

© Givaudan SA, 2010

