

# Givaudan<sup>®</sup> Leading Sensory Innovation



Geschäftsbericht 2006



## Kennzahlen

<i>in Millionen CHF, ausser dem Gewinn pro Aktie</i>	2006	2005
Verkäufe Konzern	2'909	2'778
Bruttogewinn	1'436	1'359
<i>in % der Verkäufe</i>	49.4%	48.9%
EBITDA auf vergleichbarer Basis <sup>a c</sup>	660	640
<i>in % der Verkäufe</i>	22.7%	23.0%
EBITDA <sup>a</sup>	628	640
<i>in % der Verkäufe</i>	21.6%	23.0%
Betriebsgewinn auf vergleichbarer Basis <sup>b</sup>	550	534
<i>in % der Verkäufe</i>	18.9%	19.2%
Betriebsgewinn	514	513
<i>in % der Verkäufe</i>	17.7%	18.5%
Konzerngewinn	412	406
<i>in % der Verkäufe</i>	14.2%	14.6%
Gewinn pro Aktie – unverwässert (CHF)	58.62	56.57
Gewinn pro Aktie – verwässert (CHF)	58.22	56.17
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	449	502
<i>in % der Verkäufe</i>	15.4%	18.1%

a) EBITDA: **Earnings Before Interest (and other financial income), Tax, Depreciation and Amortisation**. Entspricht dem Betriebsgewinn vor Abschreibungen auf Sachanlagen und immateriellen Anlagen sowie Wertverminderungen von langlebigen Vermögenswerten.

b) Der auf vergleichbarer Basis ausgewiesene Betriebsgewinn 2006 schliesst folgende Posten aus: Restrukturierungskosten, Wertverminderungen von langlebigen Vermögenswerten, einen einmaligen Gewinn aus Landverkauf und den Nettoaufwand für die Butteraromen-Gerichtsfälle. Der auf vergleichbarer Basis ausgewiesene Betriebsgewinn 2005 schliesst die Wertverminderungen von langlebigen Vermögenswerten aus.

c) Der auf vergleichbarer Basis ausgewiesene EBITDA 2006 schliesst folgende Posten aus: Restrukturierungskosten, einen einmaligen Gewinn aus Landverkauf und den Nettoaufwand für die Butteraromen-Gerichtsfälle.

## Effektive Verkäufe nach Divisionen

### Verkäufe Aromen 58%

CHF 1'686 Millionen

+2.4% in Schweizer Franken

+1.2% in Lokalwährungen

### Verkäufe Riechstoffe 42%

CHF 1'223 Millionen

+8.2% in Schweizer Franken

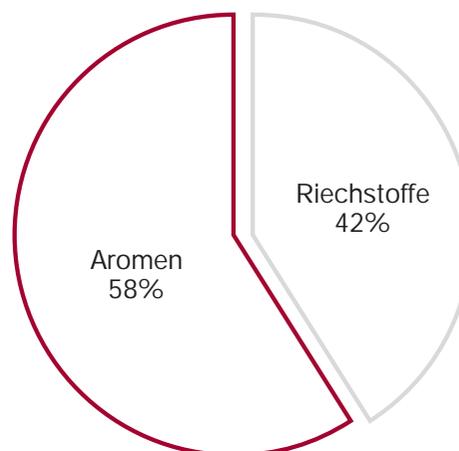
+6.9% in Lokalwährungen

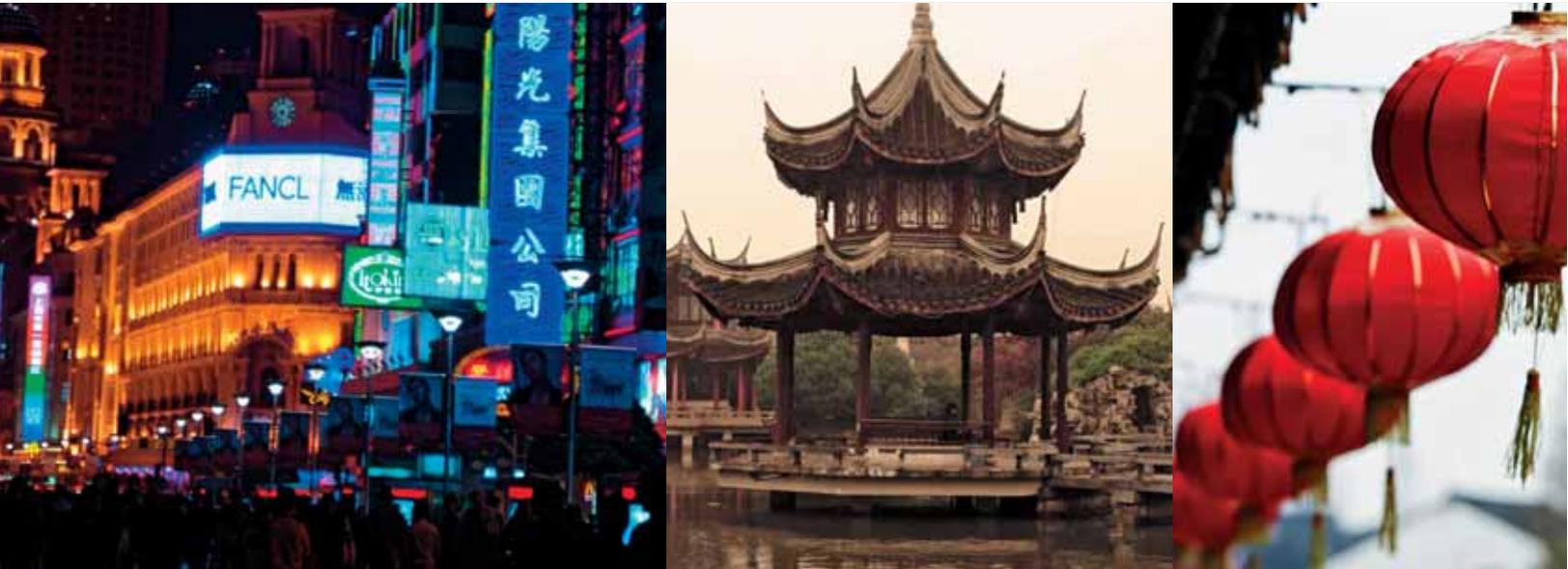
### Total Verkäufe

CHF 2'909 Millionen

+4.7% in Schweizer Franken

+3.5% in Lokalwährungen





In den letzten 25 Jahren durchlief China auf vielen Ebenen eine rasante Entwicklung. Neue marktbezogene Wirtschaftsreformen halfen, die Armut vieler Hundertmillionen Menschen zu beenden und die Armutsrate von 53% im Jahre 1981 auf weit unter 10% zu verringern. (Quelle: Weltbank). China ist heute der grösste Stahl- und Betonproduzent der Welt. Es verbraucht ein Drittel allen Weltstahls und mehr als die Hälfte des Weltbetons und ist der zweitgrösste Importeur und Konsument von Weltöl. Allein die Stadt Shanghai verbraucht genauso viel Beton wie Deutschland. Das verfügbare Einkommen ist im Laufe der Jahre immer weiter angestiegen und Millionen von Chinesen geniessen heute den gleichen Lebensstandard, der auch in den anderen entwickelten Ländern herrscht. Parallel dazu durchläuft auch der Lebensstil in China eine Transformation. Die Nachfrage der Endverbraucher nach industriell gefertigten Gütern steigt, weshalb Aromen und Duftstoffe immer wichtiger werden.

Der chinesische Markt für Aromen und Duftstoffe entwickelte sich fast genauso schnell wie die gesamte Wirtschaft. Die Wachstumsraten von 4-7% sind doppelt so hoch wie die der gesättigten westlichen Märkte. In den Achtzigerjahren war dieser Markt in China noch immer von staatseigenen Aromen- und Riechstoffehäusern dominiert, die vorwiegend Einzelchemikalien statt Chemikaliengemische verwendeten. In den Neunzigerjahren dagegen etablierten sich auch ausländische Aromen- und Riechstoffehäuser in China.

Givaudan arbeitete zunächst von Hongkong aus, gründete dann aber 1995 ein Joint Venture in Shanghai. Heute drängen immer mehr chinesische Privatunternehmen in den schnell wachsenden Aromen- und Riechstoffesektor.

Trotz seiner rasanten Entwicklung bleibt China ein Land der Gegensätze. Alt und neu, ländlich und städtisch, arm und reich, einfach und fortschrittlich: Alles existiert Seite an Seite. Diese Kontraste haben auch Auswirkungen auf die Entwicklung von Gewohnheiten und Vorlieben für verschiedene Produkte. Orte, an denen Kleider noch mit Seifenstücken von Hand gewaschen werden, liegen direkt neben Gebieten, in denen Waschmaschinen, Waschpulver, Weichspüler und Wäschetrockner zum normalen Leben gehören. Diese stetige Veränderung des Lebensstils bringt es mit sich, dass immer mehr Fastfood- und Fertiggerichte konsumiert und verlangt werden. Das Leben und die Wirtschaft in den urbanen Metropolen haben einen zunehmend verwestlichten Charakter, der aber trotzdem noch ein chinesisches Herz und Gesicht besitzt. Dies möchten wir im Jahresbericht 2006 veranschaulichen. 2006 war ein Jahr, in dem Givaudan mit der Eröffnung eines brandneuen, hypermodernen Aromazentrums einen weiteren Quantensprung im Chinageschäft vollzogen hat.

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort des Verwaltungsratspräsidenten und des CEO	2
<hr/>	
<b>Division Riechstoffe</b>	<b>7</b>
Luxusparfümerie	9
Konsumgüter	10
Riechstoff-Ingredienzien	11
<b>Division Aromen</b>	<b>13</b>
Asien-Pazifik	15
Europa, Afrika, Mittlerer Osten	16
Nordamerika	16
Lateinamerika	17
<b>Forschung und Entwicklung</b>	<b>19</b>
Riechstoffe	21
Aromen	25
<b>Nachhaltiges Geschäftsmodell</b>	<b>29</b>
<b>Corporate Governance</b>	<b>41</b>
<hr/>	
<b>Finanzteil</b>	<b>55</b>
Zusammenfassung der Finanzdaten	56
<b>Givaudan weltweit</b>	<b>58</b>
<hr/>	
Kontaktadresse/Impressum	60

## Vorwort des Verwaltungsratspräsidenten und des CEO



Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Aktionäre,

2006 war für Givaudan ein entscheidendes Jahr. Ungeachtet des anhaltend starken Wettbewerbs konnte das Unternehmen dank des starken organischen Umsatzwachstums weitere Marktanteile hinzugewinnen und seinen Aktionären wiederum eine höhere Dividende auszahlen. Darüber hinaus hat Givaudan die Konsolidierung der Branche aktiv vorangetrieben und gab im November 2006 die geplante Übernahme von Quest International, einer Division von ICI Plc, bekannt.

Mit dieser in der Geschichte Givaudans grössten Übernahme eines Unternehmens baut Givaudan seine starke Position in der internationalen Riechstoff- und Aromenindustrie weiter aus. Sobald die behördlichen Genehmigungen vorliegen, wird dies die Präsenz Givaudans in allen strategischen Segmenten des Marktes zusätzlich festigen.

Mit einem Gesamtumsatz von CHF 2'909 Millionen lagen die Zuwachsraten gegenüber 2005 bei 4.7% in Schweizer Franken und 3.5% in Lokalwährungen. Trotz der anhaltenden Rationalisierungs-Aktivitäten Givaudans in Form der Streichung von Standard-Ingredienzien aus dem Produkt-Portfolio lagen die Wachstumsergebnisse des Unternehmens im sechsten Jahr in Folge über dem Marktdurchschnitt. Diese Rationalisierung schlug sich auf das Gesamtjahresergebnis mit CHF 33 Millionen nieder. Abzüglich dieses Streamlining-Effekts läge das Wachstum in Lokalwährungen bei 4.9%.

Die Division Riechstoffe verbuchte einen Umsatz von CHF 1'223 Millionen; dies entspricht einem Zuwachs um 8.2% in Schweizer Franken und 6.9% in Lokalwährungen. Ursache hierfür war die gute Leistung in den Kerngeschäften Luxusparfümerie, Konsumgüter und Riechstoffspezialitäten.

Nach der flachen Entwicklung letzten Jahres, wuchs die Luxusparfümerie zweistellig. Konsumgüter wuchsen erneut signifikant über dem Markt. Bei den Riechstoff-Ingredienzien wurde die Produkterationalisierung fortgesetzt und die Spezialitäten verzeichneten wiederum ein zweistelliges Wachstum.

Der Umsatz der Aromen-Division stieg um 2.4% in Schweizer Franken und 1.2% in Lokalwährungen auf CHF 1'686 Millionen. Die starke Nachfrage in den Schwellenmärkten in Asien-Pazifik, Lateinamerika und Osteuropa konnte die niedrigeren Verkaufszahlen in den reiferen Märkten Japans und Nordamerikas nicht vollständig ausgleichen. Auch die Streichung zusätzlicher Standard-Ingredienzien wirkte sich auf das Ergebnis der Aroma-Division aus. Der Umsatz in dieser Division ging hierdurch um CHF 16 Millionen zurück.

Die Bruttomarge von Givaudan konnte 2006 erneut gesteigert werden; sie stieg von 48.9% im Vorjahr auf 49.4%. Diese solide Leistung unterstreicht erneut die Fähigkeit des Unternehmens, die Kosten durch die Erhöhung der Produktivität und der Effizienz in der Versorgungskette zu reduzieren den zunehmenden Preisdruck bei verschiedenen Rohstoffen erfolgreich zu kompensieren. Der Nettogewinn der Gruppe nach Steuern stieg im Vergleich zum sehr starken Vorjahresergebnis noch einmal um 1.5% auf CHF 412 Millionen. Der Gewinn pro Aktie stieg aufgrund der niedrigeren Zahl ausstehender Aktien und des höheren Nettogewinns von CHF 56.57 auf CHF 58.62. Mit einem Cashflow von CHF 449 Millionen erwirtschaftete Givaudan 2006 erneut ein solides Ergebnis. Dank rückläufiger Verschuldung stieg der Eigenkapitalanteil weiter auf 59%.

Anlässlich der Generalversammlung am 7. April 2006 in Genf genehmigten die Aktionäre die Annullierung von 200'000 im Rahmen des zweiten Aktien-Rückkaufprogramms erworbenen Aktien, wodurch das Aktienkapital von CHF 74'000'000 um

2.7% auf CHF 72'000'000 reduzierte. Darüber hinaus stimmten die Aktionäre der Verlängerung des genehmigten Aktienkapitals von CHF 10'000'000 bis zum 7. April 2008 zu. Der Verwaltungsrat wird an der nächsten Generalversammlung am 30. März 2007 in Genf den Antrag unterbreiten, die ordentliche Dividende für das Geschäftsjahr 2006 auf CHF 18.80 anzuheben von CHF 17.60 im Vorjahr. Damit kann das Unternehmen seine Dividende seit seinem Börsengang im Jahr 2000 zum sechsten Mal in Folge erhöhen.

2006 wurden mehrere neue Initiativen und Projekte gestartet, um die Marktposition von Givaudan weiter zu stärken. Im Juli wurde nach mehrmonatiger Prüfung ein Programm zur Beschleunigung des Umsatzwachstums (Accelerated Sales Growth Strategies) für beide Divisionen verabschiedet. Die Geschäftsleitung hat in zentralen strategischen Bereichen spezifische Wachstumsmöglichkeiten definiert und in der Zwischenzeit bereits entsprechende Initiativen gestartet, um diese zusätzlichen Chancen zu nutzen. Darüber hinaus hat der Verwaltungsrat im Jahr 2006 verschiedene Optionen analysiert und diskutiert, wie die auf rentables organisches Wachstum ausgerichtete Strategie Givaudans durch wertsteigernde Akquisitionen ergänzt werden kann. Eines der Ergebnisse ist die Übernahme von Quest International, einer Division von ICI Plc., die am 22. November 2006 bekannt gegeben wurde. Diese Übernahme steht in Übereinstimmung mit unserem auf organisches Wachstum ausgerichteten Konzept und bietet dem Unternehmen zusätzliche Möglichkeiten, diese Wachstumspläne noch schneller umzusetzen.

Darüber hinaus hat Givaudan 2006 ein ambitioniertes strategisches Projekt gestartet, dessen Ziel es ist, die Unternehmensabläufe weltweit zu harmonisieren. Schwerpunkte des gemeinsamen Projekts der beiden Divisionen und der IT-Gruppe von Givaudan sind die Bereiche Finanzen, Supply

Chain Management, Registrierung und Produktsicherheit. Als Basis der mit dem Projekt angestrebten strukturellen Neuerungen ist die Implementierung einer einheitlichen, integrierten, auf SAP basierten Informationssystem-Plattform vorgesehen. Dieses Projekt gewährleistet, dass wir unseren Kunden auch in Zukunft erstklassige Produkte und Dienstleistungen in kürzestmöglicher Zeit anbieten können. Nach der Entwicklungs- und Pilotphase in den Jahren 2006 und 2007 soll das Projekt 2008 auf alle Givaudan-Standorte weltweit ausgedehnt werden.

Im Rahmen der Optimierung der Produktionsabläufe in der Division Aromen wurde 2006 auch die Erweiterung unseres US-Aromenproduktionsstandortes in Devon (Kentucky) fertig gestellt. Die damit verbundene Schliessung unserer Produktionsstätten in New Milford (Connecticut) und Oconomowoc (Wisconsin) wird in Kürze abgeschlossen. In den USA wurde die Produktionskapazität der Riechstoff-Division in unserem Werk in Mount Olive (New Jersey) weiter ausgebaut. In Vernier (Schweiz) ist seit Herbst 2006 ein weiterer Riechstoff-Mischbehälter im Einsatz, dessen Fassungsvermögen zu den grössten der gesamten Branche gehört. In Dübendorf (Schweiz) wurde mit dem Bau eines vollautomatisierten Lagers begonnen, das die Effizienz unseres Transport- und Lagersystems weiter steigern wird.

Das seit einigen Jahren anhaltende starke Umsatzwachstum in den Schwellenmärkten erfordert kontinuierliche Investitionen in den betreffenden Regionen. Dass Givaudan konsequent daran arbeitet, ihren lokalen, regionalen und internationalen Kunden in aller Welt erstklassige Produkte, Dienstleistungen und Produktionstechnologien anzubieten, zeigt unter anderem die Eröffnung eines neuen Kreations-, Technologie- und Produktionszentrums für Aromen in Shanghai (China) im November 2006.

Zu den seit dem Börsengang im Jahr 2000 geltenden Grundsätzen Givaudans gehört eine umsichtige Nachfolgeplanung. Im Juli 2006 fand erneut ein erfolgreicher Wechsel in der Geschäftsleitung statt: zum neuen Leiter der Division Aromen wurde Mauricio Graber ernannt. M. Graber ist seit über 11 Jahren für Givaudan tätig. Er nimmt die Stelle von Michael Davis ein, der, nach 30jährigem erfolgreichem Engagement in der Aromenindustrie, in den Ruhestand trat. M. Davis hat entscheidend zu Givaudans heutiger Marktführung in der Aromenindustrie beigetragen. Wir danken ihm für seinen hervorragenden Beitrag zum Erfolg von Givaudan.

Eines der Kernanliegen Givaudans ist die Weiterentwicklung und Erweiterung der Nachhaltigkeit unseres Geschäftsmodells. Wir sind überzeugt, dass der Einsatz für ein nachhaltiges Geschäftsmodell kein Hindernis für kurzfristige Performance ist. Givaudan ist davon überzeugt, dass ein nachhaltiger Geschäftsansatz ein entscheidender Faktor für langfristige Wertschöpfung ist. Das Unternehmen ist bestrebt, potenzielle geschäftliche Herausforderungen, die aus wirtschaftlichen, umweltpolitischen und gesellschaftlichen Entwicklungen resultieren, so früh wie möglich anzusprechen und zu entschärfen. Givaudan hat auch 2006 neue Initiativen zur Unterstützung der Nachhaltigkeit ihres Geschäftsmodells gestartet; diese reichten von Aktivitäten zur Unterstützung des fairen Handels bis zur Installation energieeffizienterer Technologien an diversen Standorten in aller Welt. Sie ergänzen die bereits zahlreichen Initiativen zur Stärkung des Rufes von Givaudan als verantwortungsbewusste Partnerin für ihre Aktionäre, Kunden, Beschäftigten, Lieferpartner und die Umwelt.

Innovation ist in unserer Branche der wichtigste, kritische Erfolgsfaktor, um sensorische Lösungen zu entwickeln, die es unseren Kunden ermöglichen, auf den für sie relevanten Märkten konsequent erfolgreich und wettbewerbsfähig zu

bleiben. Auch 2006 galt daher unser Fokus der Entwicklung innovativer Geschmacks- und Geruchslösungen. In der Riechstoffdivision erweitern drei neu patentierte Moleküle die Angebotspalette unserer Parfümeure. In der Aromendivision zeigte die Initiative für Gesundheit und Wohlbefinden mit dem eigens zu diesem Thema eingeführten Programm Taste Solutions™ weitere Fortschritte. Es wurden mehrere Möglichkeiten identifiziert, den Salz- und Zuckergehalt bei einer Vielzahl von Produkten zu reduzieren, ohne deren Geschmack zu beeinträchtigen. Gesundheit und Wohlbefinden sind mehr als ein Trend; immer mehr Verbraucher ändern ihre Lebens- und Ernährungsgewohnheiten, und die Nachfrage nach gesünderen Produkten steigt beständig.

Die Übernahme unseres Mitbewerbers Quest ist Teil der Strategie Givaudans, in jedem strategisch wichtigen Geschäftsbereich der Branche die Führungsrolle zu übernehmen. Die Einbindung der Talente, Kreativität und Erfahrung von Quest bestärkt die Fähigkeit unseres Unternehmens, auch künftige Herausforderungen erfolgreich zu meistern und den Unternehmenswert langfristig und nachhaltig zu steigern. Durch die Integration von Quest wird Givaudan über den branchenweit mit Abstand grössten Pool von sensorischen Experten verfügen, ein entscheidender Erfolgsfaktor, um unseren Kunden und Verbrauchern erstklassige, innovative Produkte zu bieten. Givaudan profitiert dabei nicht nur von der Stärkung ihres Technologie-, Forschungs- und Entwicklungsportfolios, sondern auch von der Möglichkeit, die Kenntnisse über das Konsumverhalten der Endkunden weiter zu vertiefen. Die Stärken von Quest und Givaudan ergänzen sich, insbesondere im Luxusparfümerie-Segment, hervorragend – optimale Voraussetzungen also, uns als marktführender Anbieter hochwertiger Erzeugnisse in diesem Segment noch vermehrt zu positionieren. In der Aromendivision bietet die Übernahme auch die Möglichkeit, unsere starke Präsenz, insbesondere in

den Schwellenmärkten, zu festigen und auszubauen. Darüber hinaus gestattet sie Givaudan, die Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen langfristig deutlich zu erhöhen. Alles in allem also eine einzigartige Gelegenheit für Givaudan, eine für die Aromen- und Riechstoffindustrie herausragende Innovationsplattform zu schaffen.

Wir sind uns bewusst, dass die Ergebnisse des vergangenen Jahres wiederum nur dank der Hingabe und des hohen Engagements unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in aller Welt erreicht werden konnten. Wir möchten daher an dieser Stelle allen Mitgliedern unseres weltweiten Teams für ihren Einsatz auch im Namen des Verwaltungsrates ausdrücklich danken und ihnen unsere Wertschätzung für diese Leistungen ausdrücken.

Es ist weiterhin unser erklärtes Ziel, unseren Kunden als Schlüsselpartner für sensorische Innovation zur Seite zu stehen und ihnen unser grosses, durch die zusätzlichen Fähigkeiten und Talente von Quest gestärktes Potenzial zur Verfügung zu stellen. Mit der Übernahme von Quest und unserem anspruchsvollen Programm zur Beschleunigung des Umsatzwachstums haben wir uns für das Jahr 2007 hohe Ziele gesteckt. Wir sind überzeugt, dass Givaudan ihren Aktionären auch in Zukunft Ergebnisse liefern kann, die deutlich über dem Marktdurchschnitt liegen.

Dr Jürg Witmer  
Verwaltungsratspräsident

Gilles Andrier  
CEO



## Division Riechstoffe



In den meisten Gebieten Chinas werden die Kleider noch nach der traditionellen Methode von Hand gewaschen und anschließend unter freiem Himmel oder im Haus zum Trocknen aufgehängt. Seit ein paar Jahren werden auch zunehmend Waschmaschinen benutzt, jedoch hauptsächlich in den städtischen Gebieten. Waschpulver ist heute für die meisten das bevorzugte Waschprodukt, obwohl in den Ballungsgebieten für die Vor- und Feinwäsche von Hand immer noch Waschseife benutzt wird. Letztere ist in den ländlichen Gebieten nach wie vor am gebräuchlichsten. Die Wäsche wird in der Regel nachts gewaschen, da in einer chinesischen Durchschnittsfamilie sowohl der Mann als auch die Frau arbeiten und tagsüber nur wenig Zeit für Hausarbeit bleibt.

In den Achtzigerjahren, als Waschmaschinen in den Haushalten noch nicht so verbreitet waren, verwendete man Waschpulver mit einfachen, unkomplizierten Düften wie Zitrone oder Jasmin. Diese wurden in erster Linie von chinesischen

Unternehmen hergestellt und dienten hauptsächlich dazu, den Basisgeruch der Seife zu überdecken.

In den Neunzigerjahren begannen die Unternehmen, parfümierte Waschpulver herzustellen. Um den Bedürfnissen der Konsumenten nach andersartigen "Aromen" nachzukommen, erforschten sie neue olfaktorische Dimensionen und kreierten zitronige, blumig-fruchtige, holzige und moschusartige Duftnoten. Die Intensität der Düfte war jedoch immer noch zurückhaltend.

Heute tendieren die chinesischen Verbraucher dazu, dem Duft als ausschlaggebendem Faktor bei der Wahl von Waschmitteln und Weichspülern mehr Bedeutung beizumessen. Manchmal fügt man dem Waschwasser sogar Florida-Wasser bei, das einmal als eines der beliebtesten und luxuriösesten Parfüms Chinas galt (Erläuterung siehe Rückseite).

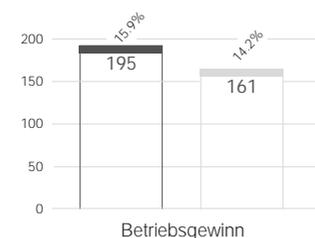
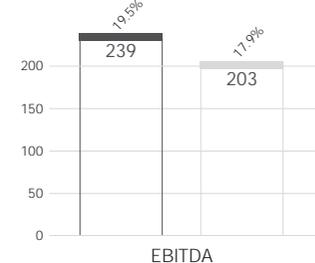
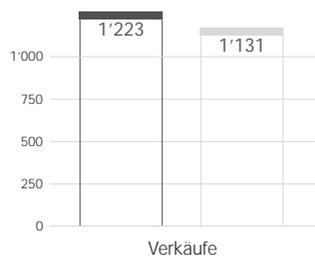


Ein weiteres Beispiel ist der Geruch von sonnengetrockneter Wäsche, der bei den Chinesen aufgrund ihrer Gewohnheiten und Duftpräferenzen starken Anklang findet. Sie hängen ihre Wäsche gewöhnlich zum Trocknen nach draussen, wenn das Wetter schön ist. Sonnenlicht gilt als Bakterienvernichter und

der Geruch von sonnengetrockneter Wäsche wird als ultimatives Frische- und Reinheitserlebnis empfunden.

Washseife ist in den ländlichen Gebieten Chinas immer noch das hauptsächliche Waschmittel. Früher enthielten Seifen keine Duftstoffe.

■ Jahr 2006 ■ Jahr 2005  
In Millionen CHF und in Prozent der Verkäufe



EBITDA: "Earnings Before Interest (and other financial income), Tax, Depreciation and Amortisation" entspricht dem Betriebsgewinn vor Abschreibungen auf Sachanlagen und immateriellen Anlagen und Wertminderungen von langfristigen Vermögenswerten.

2006 verbuchte die Division Riechstoffe einen Umsatz von CHF 1'223 Millionen; dies entspricht einem Zuwachs von 6.9% in Lokalwährungen und 8.2% in Schweizer Franken. Dieses Ergebnis ist auf die guten Leistungen aller drei Hauptgeschäftsbereiche zurückzuführen: Luxusparfümerie, Konsumgüter und Riechstoff-Ingredienzien.

Nach der schwachen Entwicklung im letzten Jahr, wuchs die Luxusparfümerie zweistellig. Konsumgüter wuchsen erneut signifikant über dem Markt. Bei den Riechstoff-Ingredienzien wurde die Produkterationalisierung fortgesetzt und die Spezialitäten verzeichneten wiederum ein zweistelliges Wachstum.

Der Betriebsgewinn der Division stieg auf CHF 195 Millionen, so dass die operative Marge von 14.2% im Jahr 2005 auf 15.9% stieg. Der günstige Produktmix wirkte sich dank des gestiegenen Umsatzanteils der Bereiche Luxusparfümerie und

Riechstoff-Ingredienzien positiv auf die operative Marge aus. Darüber hinaus konnte durch das gestiegene Volumen ein grösserer Anteil der festen Produktionskosten kompensiert werden. Diese positiven Ergebnisse kompensierten zum Teil die weiter gestiegenen Rohstoffpreise, den Preisdruck durch die Kunden sowie die zur Sicherung des exzellenten Wachstumskurses getätigten höheren Investitionen in die Bereiche Marketing und Produktentwicklung.

2006 wurden erhebliche Investitionen getätigt, um den Automatisierungsgrad und die Kapazitäten der Mischanlagen weiter zu erhöhen. Dies wird es Givaudan ermöglichen, ihre in der Industrie einzigartige Servicequalität aufrechtzuerhalten. Die Produktionsanlagen in Mount Olive (USA) wurden ausgebaut und zusätzliche Mischroboter installiert. In Vernier (Schweiz) wurde ein Mischbehälter mit dem branchenweit grössten Fassungsvermögen installiert.



Mit Beginn der Neunzigerjahre gewannen die Verpackung von Produkten und damit auch deren Farbe und Design an Bedeutung. Vor allem der Duft wurde zu einem immer wichtigeren Kauffaktor. Chinesen lieben fruchtige, blumige und frische Duftnoten wie Zitronella, dem auch heute noch unverkennbaren Waschseifenduft, während

individuelle Blumendüfte wie Jasmin schon als altmodisch gelten.

Bei Weichspülern geht der Trend hin zu süßen, fruchtigen Duftnoten, die strahlende Frische suggerieren, und zu subtileren, zarteren Parfüms mit einem Hauch von Natürlichkeit.

Das Parfüm-Kreativteam erhielt Verstärkung von Studierenden, die die Parfümerieschule von Givaudan absolviert haben. Im Herbst startete ein neues Drei-Jahres-Programm mit viel versprechenden jungen Talenten, einem der Grundsteine für den anhaltenden zukünftigen Erfolg.

### Luxusparfümerie

Die Luxusparfümerie legte das beste Jahr seit ihrem Bestehen hin. In allen Regionen – Europa, Nord- und Lateinamerika – wurden zweistellige Zuwächse verzeichnet. Treibender Faktor für das positive Ergebnis war die Kombination aus verschiedenen erfolgreichen neuen Markteinführungen und einem geringeren Absatzrückgang beim bestehenden Portfolio, ergänzt durch gute Ergebnisse des Spezialitäten-Detailhandels in Nordamerika. Auch auf dem für die Luxusparfümerie immer noch kleinen Asien-Pazifik-Markt entwickelte sich das Wachstum 2006 positiv.

Diese hervorragenden Ergebnisse und neu hinzugewonnene Luxusparfümerieaufträge wurden trotz eines Umfelds erzielt, in dem das zugrunde liegende Wachstum der beiden reifen Märkte Europa und Nordamerika nach wie vor stagniert. Vor allem in den Kernmärkten

wie Italien und Frankreich war der Luxusparfümeriemarkt 2006 rückläufig. Im nordamerikanischen Detailhandel ist bei den Männerparfümen ein sehr geringes Wachstum zu erkennen, während der Markt für Frauenparfüme zurückgeht.

Bei der jährlichen Verleihung der FiFi-Awards der Fragrance Foundation in New York und Paris zählten erneut einige von Givaudan kreierte Parfüme zu den Preisträgern. Die Armani-Privé-Kollektion, einschliesslich Pierre de Lune und Eau de Jade, wurde in Paris als bestes Luxusparfüm und in New York als bester Nouveau-Niche-Duft für Männer ausgezeichnet. Der äusserst erfolgreiche Duft Armani Code wurde als bestes Herren-Luxusparfüm in New York gekürt.

2006 baute Givaudan die firmeneigenen Kapazitäten für ihre Kunden auf dem Luxusparfümerie-Markt weiter aus. Im Kreationzentrum in New York



Da der chinesische Markt kulturell und historisch gesehen eher einfache und dezente Parfüms gewohnt ist, empfiehlt sich hier ein Ansatz, der sich an "natürlichen, von Erinnerungen geprägten Düften" orientiert. Die Verwendung weisser Blüten wie Jasmin, Osmanthus und, seltener, *Michelin alba* (einer Magnolienart), wurde mit Hilfe der

ScentTrek®-Methode rekonstituiert. Diese Düfte veredeln heutzutage zahlreiche Produkte wie Lufterfrischer, Duschgels, Shampoos, Seifen und Weichmacher. Ein weiteres, weit verbreitetes Duftkonzept ist Lavendel, obwohl dieser olfaktorisch gesehen für viele Chinesen immer noch eine Art "Fantasieduft" darstellt.

wurde eine neue Etage für den schnell wachsenden Spezialitäten-Detailhandel eingeweiht.

Zu den neuen, 2006 von Givaudan kreierten Parfümen zählen:

#### Damen

- *Midnight Fantasy* von Britney Spears  
Elizabeth Arden
- *Black Orchid* von Tom Ford  
Estee Lauder
- *Enchanted* von Celine Dion  
Coty
- *Shine*  
Avon
- *Sexy Little Thing*  
Victoria's Secret
- *Kaiak Aventura*  
Natura
- *Vintage Soul*  
Liz Claiborne
- *Sunrise*  
Liz Claiborne
- *Winterkiss* von Naomi Campbell  
Procter & Gamble

- *Marc O'Polo Woman*  
Procter & Gamble
- *Old Spice Signature*  
Procter & Gamble
- *Reflets d'Eau*, Rochas  
Procter & Gamble
- *Touch of Sun*, Lacoste  
Procter & Gamble
- *Mexx Ice Touch Woman*  
Procter & Gamble
- *Ralph Lauren Hot*  
L'Oréal
- *S* von Sherrer  
Sherrer
- *L'orchidée*  
Léonard
- *Young Sexy Lovely*  
Yves Saint Laurent Parfums

#### Herren

- *Roots for men*  
Coty
- *Prada Man*  
Puig
- *Comme des garçons*, *Guerilla 1 & 2*  
Puig

- *Red Delicious*, DKNY  
Estée Lauder
- *Polo Double Black*, *Ralph Lauren*  
L'Oréal
- *Boss Selection*  
Procter & Gamble
- *Burberry London*  
Interparfums
- *Story*, *Paul Smith*  
Interparfums

#### Konsumgüter

Die Sparte Konsumgüter überzeugte mit einem deutlich über dem Markt liegenden starken, einstelligen Wachstum. Auch im sechsten Jahre in Folge konnte die Sparte das durchschnittliche Marktwachstum um das Zwei- bis Dreifache übertreffen. Erreicht wurde dieses Ergebnis durch das Angebot effizienter, kreativer, einzigartiger und innovativer Lösungen im Sinne der Kunden. Dank der anhaltenden Investitionen in die Nachwuchsförderung und Kapazitäten



Die Verbraucher in Südchina blicken auf eine längere Duft- und Parfümgeschichte zurück und können diese daher in der Regel auch besser unterscheiden. Die Verbraucher in Shanghai sind markenbewusster, während die Nordchinesen funktionale Düfte bevorzugen.

Der Bedarf an Riechstoffen steigt in China rapide an. Seit Givaudan im Jahr 1997 eine eigene Filiale in Shanghai eröffnet hat, weist der Riechstoffumsatz des Unternehmens eine jährliche Wachstumsrate von über 16% auf.

Givaudan hat sich das Unternehmen wie kein anderes so positionieren können, dass sie ihren Kunden hochgradige Effizienz bietet. Die Kreationszentren aller Regionen investierten in Prüfungs- und Laboreinrichtungen, um den wachsenden Bedarf der Kunden decken zu können. Die guten Ergebnisse der Riechstoffsparte 2006 spiegeln Givaudans Fähigkeit wider, sich bei ihren internationalen und regionalen Kunden als Partner der Wahl sowie als Experte für spezielle Lösungen für lokale Kunden auf Märkten behaupten zu können.

Die Umsatzzuwächse in Nordamerika gingen hauptsächlich auf internationale Kunden zurück. In Asien-Pazifik wurde bei allen Kundengruppen und insbesondere in den Kernmärkten China und Indien ein starkes Wachstum erreicht. Die zweistelligen Wachstumszahlen in Lateinamerika verteilten sich auf alle Kunden und wurden von den guten Ergebnissen auf dem argentinischen und dem mexikanischen Markt unterstützt.

In Europa, Afrika und dem Nahen Osten war das gute Wachstum den lokalen und regionalen Kunden zu verdanken.

Alle Kategorien lieferten ein gutes Wachstum. Das beste Ergebnis wurde in den Bereichen Haushalt- und Luftpflege erzielt, gefolgt von Textilwaschmitteln, Wasch- und Duschartikeln.

#### Riechstoff-Ingredienzien

Givaudans Strategie, sich auf höherwertige Riechstoff-Moleküle zu konzentrieren, bescherte dem Unternehmen ein weiteres Jahr mit zweistelligen Zuwächsen bei den Riechstoff-Ingredienzien. Das Sandelholz-molekül Javanol, seit 2004 auf dem Markt, erfreut sich bei den Parfümeuren der ganzen Industrie nach wie vor wachsender Beliebtheit und wird bald in die Top Ten der am häufigsten verkauften Produkte aufsteigen. Derzeit sind fünf Spezialitäten unter den zehn meistver-

kauften Ingredienzien.

Das Standardingredienzien-Portfolio wurde 2006 weiter rationalisiert. Die Einstellung der Produktion verschiedener Produkte manifestierte sich in einem Betrag von CHF 17 Millionen, was im Vergleich zum Vorjahr etwas niedrigere Umsatzzahlen im gesamten Ingredienzien-Bereich zur Folge hatte.

Die Kosten konnten dank verbesserter Produktionsverfahren und besserer Rohstoffbeschaffung weiterhin gesenkt werden; dies ermöglicht es Givaudan, ihren Marktanteil auf dem zunehmend umkämpften Feld der Riechstoff-Ingredienzien zu verteidigen.



## Division Aromen



Chinesen essen leidenschaftlich gern. Wie sehr sie gutes Essen lieben, erkennt man an der traditionellen Begrüßungsformel "Chi Le Ma?" (Hast du schon gegessen?). Eine Mahlzeit unter Freunden muss mindestens acht Gänge haben, denn diese Zahl wird in der chinesischen Sprache genau so ausgesprochen wie das Wort für "reich werden". Es gibt noch zahlreiche andere Regeln und Sprichwörter, die mit Essen zu tun haben. Viele Feiern und Traditionen, wie das

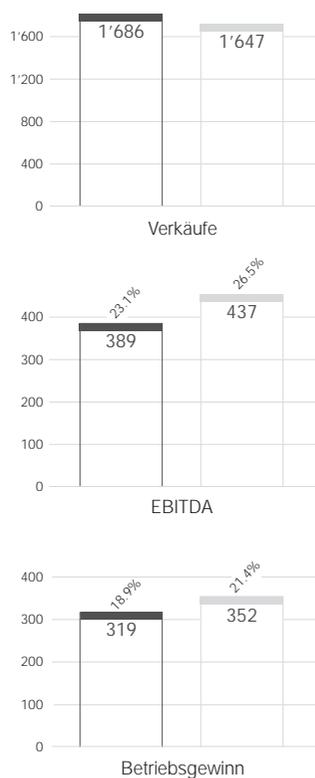
Frühlingsfest und das Mondfest, werden mit speziellen Gerichten wie Frühlingsrollen und Mondkuchen assoziiert. So ist es zum Beispiel ausserst wichtig, dass während des Frühlingsfestes und auch an Geburtstagen Fisch gegessen wird, denn das Wort Yu (Fisch) klingt ähnlich wie das Wort "Fülle". So sorgt man dafür, dass das neue Jahr voller guter Dinge sein wird.



Traditionellerweise gibt es in China vier grosse Kochstile: Lu – die Küche des Nordens, Chuan – die Sichuan-Küche, Su – die Küche nördlich von Shanghai und Yue – die kantonesische Küche. Diese Stile haben sich jedoch weiterentwickelt. Der Lu-Stil entwickelte sich zur Jin-Küche, die in der Hauptstadt Peking zu finden ist. Eines der

wichtigsten Gerichte dieser Kochtradition ist die Pekingente. Am vielfältigsten ist heutzutage die Küche von Shanghai, auch Hu genannt. Hu entwickelte sich aus dem nördlichen Su-Stil und den Zhejiang-Traditionen. Die Hu-Küche ist berühmt für ihre in der Pfanne gebratenen oder gedämpften Teigtaschen und ihre

■ Jahr 2006 ■ Jahr 2005  
In Millionen CHF und in Prozent der Verkäufe



EBITDA: "Earnings Before Interest (and other financial income), Tax, Depreciation and Amortisation" entspricht dem Betriebsgewinn vor Abschreibungen auf Sachanlagen und immateriellen Anlagen und Wertminderungen von langfristigen Vermögenswerten.

2006 verbuchte die Division Aromen einen Umsatz von CHF 1'686 Millionen; dies entspricht einem Zuwachs von 1.2% in Lokalwährungen und 2.4% in Schweizer Franken. Die Rationalisierung der Standard-Ingredienzen wirkte sich mit CHF 16 Millionen auf die Aromaverkäufe aus, hauptsächlich in Nordamerika und in Europa, Afrika und im Nahen Osten (EAME). Ohne diesen Effekt hätte das zugrunde liegende Umsatzwachstum bei 2.3% in Lokalwährungen gelegen. Lateinamerika, EAME und China verzeichneten auch weiterhin ein starkes Wachstum, während die Umsätze in den gesättigten Märkten Nordamerika und Japan zurückgingen. Die Segmente Süßwaren, Milchprodukte und kulinarische Aromen wiesen ein solides Wachstum aus, während das Getränke-segment vor allem in Nordamerika und Japan unter einem Rückgang litt.

Der Betriebsgewinn belief sich auf CHF 319 Millionen; dies entspricht einem Rückgang der operativen Marge von 21.4% auf 18.9%. Auf vergleichbarer Basis, ohne Berücksichtigung von Restrukturierungskosten, der Wertverminderung von langfristigen Vermögenswerten, einer einmaligen Einnahme durch Landverkauf und der Nettokosten für die Butteraromen-Gerichtsfälle, verminderte sich die operative Marge von 22.6% auf 21.1%. Ursache für diese Entwicklung waren zusätzliche Ausgaben zur Finanzierung der Wachstumsstrategien der Division sowie steigende Rohstoffpreise.

Bedeutende Investitionen festigten Givaudans klare Führungsposition in der Branche. Die Einweihung des Kreative-, Technologie- und Produktionszentrums in Shanghai im November war für Givaudan ein wichtiger Meilenstein in Asien, insbesondere in dem sich rasch entwickelnden Chinesischen Markt.



Geschmacksrichtungen. Es ist eine leichte Küche, in der viel Sojasosse verwendet wird, die als Gewürz und Zutat eine wichtige Rolle spielt. Die Chuan-Küche, in der viel mit Sichuan-Pfeffer gewürzt wird, ist dagegen sehr scharf – Sichuan Hot Pot, ein Gericht, das ursprünglich aus der Mongolei stammt, ist ein beliebtes Festtagsessen.

Die kantonesische Küche, Yue, ist für ihre leichte Bekömmlichkeit bekannt. Bekannte Yue-Gerichte sind Ha Cao (Xia Jiao – Krabbenklösschen), in Honig gebratenes Schweinefleisch und viele Varianten gebratenen Geflügels.

### Asien-Pazifik

Das Jahr 2006 war geprägt von gegensätzlichen Wachstumszahlen zwischen den Schwellen- und den gesättigten Märkten. An der Spitze des Wachstums der Schwellenmärkte standen zweistellige Ergebnisse in China und auf dem indischen Subkontinent. Anhaltende Investitionen in diesen wichtigen wachstumsstarken Gebieten generierten neue Gewinne und einen starken Zuwachs bei den bestehenden Geschäften. Die Umsatzentwicklungen in den gesättigten Märkten blieben mit einer dem starken Wachstum in Korea gegenläufigen, enttäuschenden Leistung des japanischen Getränke-segments hinter den Wachstumserwartungen zurück.

Insgesamt zeigten sämtliche Segmente in Asien-Pazifik, mit Ausnahme des Getränkesegments, eine positive

Leistung. Die Foodservice-Verkäufe erreichten hohe zweistellige Wachstumsraten, da die Region ihr Produkt- und Dienstleistungsangebot für Schlüsselkunden in diesem strategischen Segment erfolgreich ausbauen konnte.

Die Einweihung des Kurations-, Technologie- und Produktionszentrums in Shanghai im November hat Givaudans Position in China gefestigt. Givaudan hat ihre Kapazitäten in allen Segmenten erweitert, um ihren Kunden in diesem wichtigen Wachstumsmarkt innovative Aromalösungen zu liefern.



“Pasta”, wie die Italiener sie nennen, kommt eigentlich aus China, wo man häufig gebratene Nudeln, Nudelsuppe oder Wonton-Suppe (chinesische Ravioli-Suppe) verspeist. Diese äusserst populäre Suppe gibt es in China in Hunderten von Variationen – vegetarisch,

mit Schweinefleisch, Rindfleisch oder Meeresfrüchten – der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt. Der neue Lebensstil mit seinen kürzeren Mittagspausen und dem Mangel an Zeit für ausgiebiges Kochen führte allerdings dazu, dass die Chinesen heute mehr und mehr zu

### Europa, Afrika, Naher Osten

Die Umsatzzahlen in dieser Region waren gut. Sowohl in den Schwellen- als auch in den reifen Märkten konnte Givaudan ihre Marktanteile weiter ausbauen. Die Schwellenmärkte überzeugten durch starkes Wachstum im zweistelligen Bereich. Sämtliche Hauptsegmente haben zu diesem Ergebnis beigetragen. Die anhaltenden Investitionen Givaudans in lokale Entwicklungszentren wie z. B. in Wien (Österreich) für Osteuropa ermöglichen es dem Unternehmen, den Kunden in diesen Ländern marktspezifische Aromalösungen anzubieten.

Das Süswarensegment erzielte ein zweistelliges Wachstum und auch das Milchwarensegment zeigte eine gute Leistung. Die kulinarischen Aromen profitierten in einem zunehmend von regulatorischen Anforderungen geprägten Umfeld von Givaudans Engagement

im Bereich Clean-Label-Aromen.

Das Getränkesegment hat den starken Trend zu gesünderen Produkten genutzt und profitierte von der Einführung verschiedener neuer Ingredienzien. Die Bereitstellung von Geschmackslösungen im Bereich Gesundheit und Wohlbefinden war nach wie vor ein zentrales Anliegen. 2006 war diese Innovationsplattform die Grundlage für diverse wichtige neue Aufträge.

In Dübendorf (Schweiz) wird derzeit ein modernes, vollautomatisiertes Lagerhaus errichtet. Es wird die Effizienz der Belieferung unserer Kunden erheblich verbessern.

### Nordamerika

Die Umsätze in den Vereinigten Staaten und Kanada waren sowohl bei den Getränken als auch bei den Nahrungsmitteln rückläufig. 2006 sank die Nachfrage im Getränkesegment, da es nur wenig Produktneueinführungen gab. Das Süswarensegment konnte seine gute Performance vom Vorjahr fortsetzen, während die Umsätze im Milchproduktsegment zurückgingen. Das Segment kulinarische Aromen schnitt schlechter ab; Ursache hierfür waren die niedrige Nachfrage des Detailhandels und die andauernde Rationalisierung bei den Standard-Ingredienzien. Das Wachstum bei den Käse- und Milcharomen für kulinarische Anwendungen fiel dank Givaudans einzigartigen Technologien sehr stark aus.



Fertignudelsuppen greifen. 2005 wurden in China unglaubliche 45 Milliarden Suppenpäckchen konsumiert. Mittlerweile gibt es bei den Fertignudelsuppen fast genau so viele Varianten wie bei den frisch zubereiteten. In Lebensmittelgeschäften und Supermärkten füllen sie endlose Regale und

Givaudan sorgt dafür, dass sie auch wirklich authentisch schmecken. Dabei ist es sehr wichtig, die geschmacklichen Präferenzen der Endverbraucher zu kennen. Was ein Kantonese mag, muss einem Chinesen aus Shanghai noch lange nicht schmecken.

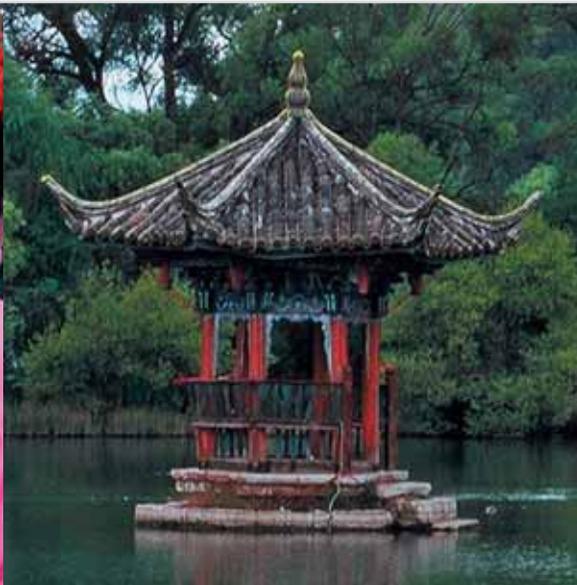
Die Erweiterung der Anlage in Devon (Kentucky) wurde abgeschlossen. Die Anlagen in New Milford (Connecticut) und Oconomowoc (Wisconsin) wurden wie geplant geschlossen und ein Teil der Produktion wurde nach Devon verlegt.

#### Lateinamerika

Die Verkäufe in Lateinamerika überzeugten mit einem hohen, deutlich über dem Marktdurchschnitt liegenden Wachstum im einstelligen Bereich. Die Umsatzzuwächse waren teilweise der Vergrößerung des Kundenstamms zu verdanken. Das stärkste Wachstum der Region verzeichneten die Märkte in Argentinien, Brasilien, Kolumbien und Chile. Die Umsätze in Mexiko waren rückläufig, insgesamt aber konnte Mittelamerika sein solides Wachstum vom Vorjahr fortsetzen.

Das Getränkesegment verbuchte ein einstelliges Wachstum, während die Segmente Süßwaren, Milchprodukte und kulinarische Aromen dank neuer Aufträge zweistellige Zuwächse erzielten.

In Argentinien und Ecuador wurden weitere Investitionen zur Steigerung der Produktions- und Vertriebskapazitäten getätigt, um das weitere Wachstum zu unterstützen.



## Forschung und Entwicklung



ScentTrek® ist der gesetzlich geschützte Begriff für die Technologie, die Givaudan einsetzt, um in der Natur innovative Duftkonzepte zu finden. Die Suche nach neuen Konzepten und Molekülen in der Natur begann mit eher bescheidenen Reisen an die Ligurische Küste in Italien, in die Schweizer Berge oder nach Indonesien, und gipfelte in spektakulären Erforschungen der Baumkronen, des Unterholzes und Waldbodens der Regenwälder von

Französisch-Guiana, Gabon und Madagaskar. Es folgten weitere Expeditionen nach Südindien und Afrika, eine Reise in das kalifornische Death Valley während des Jahrhundertfrühlings im Jahr 2005 und auf die entlegenen hawaiianischen Inseln Kauai and Molokai, wo Givaudan mit Hilfe seiner zerstörungsfreien ScentTrek®-Methode die Düfte von Blumenarten studierte, die unmittelbar vom Aussterben bedroht sind.



Eine dieser ScentTrek®-Reisen führte auch nach China, genauer gesagt in das nordwestliche Hochland von Yunnan, in die Regionen Dali, Lijiang, Zhongdian und Deqen, die man auch Shangri-La nennt. Das tibetische Wort Shangri-La bedeutet

Land der Heiligkeit und des Friedens. Die Region zeichnet sich nicht nur durch eine hohe Biodiversität aus, sondern ist auch für ihre vielen historischen Kulturpflanzen bekannt, die dort in Gärten, Parks und Tempeln zu finden sind – ein wahres Duftparadies!

Im Jahr 2006 setzten die Givaudan-Forschungsteams in Zürich und in Cincinnati ihren Erfolgsweg im Verständnis der Geruchs- und Geschmacksmechanismen und in der Entwicklung innovativer sensorischer Konzepte weiter fort.

Die führende Rolle in der Entwicklung innovativer sensorischer Konzepte ist für Hunderte von Givaudan-Mitarbeitern in der täglichen Arbeit im Bereich Forschung und Entwicklung bereits Realität, vom Verständnis der Endverbraucherpräferenzen bis zur Kreation der gewünschten Geruchs- und Geschmacksprofile für eine Vielzahl von Konsumgütern. Es wurden einzigartige und völlig neue Ingredienzen entdeckt, mit denen erfolgreiche, ansprechende und innovative Parfüms und Aromen kreiert werden. Mit Tonkarose hat Givaudan das erste lichtaktivierte Vorläufermolekül entwickelt. Dies ist ein geruchloses Ingredienz, das unter Lichteinwirkung zwei charakteristische Duftmoleküle freisetzt.

Die Fähigkeit, viele Technologien gleichzeitig zu erforschen und die neuen sich entwickelnden Möglichkeiten der Technologien zu identifizieren, ist von grundlegender Bedeutung, um die Innovationsgeschwindigkeit zu beschleunigen. Um diesen Prozess effizient zu verwirklichen hat Givaudan eine ausgewogene Kombination aus interner und externer Expertise geschaffen. Das neue Forschungsteam in Schanghai, das aktiv an der Suche nach neuen Moleküle beteiligt ist, hat bereits die ersten vielversprechenden Ergebnisse erzielt.

Die Gesundheits- und Wellness-Initiative zur Erforschung von Substituten für Salz und Zucker hat weitere Fortschritte gemacht. Mittlerweile gibt es eine Reihe von TasteEssentials™-Bausteinen zur Verstärkung des Salzgeschmacks in Produkten mit reduziertem Kochsalzgehalt. Daneben wurden auch mehrere Substanzen zur Maskierung von Bitterstoffen identifiziert.

Methoden zur Verkapselung und zur besseren Hervorhebung bzw. Verstärkung sind jetzt in beiden Bereichen, Aromen und Riechstoffe weit verbreitet. Diese ermöglichen es unseren Kunden, Produkte zu erzeugen, die einen akkuraten Geruch und Geschmack zur gewollten Zeit bieten.

Unsere ScentTrek®-Expeditionen haben weitere neuartige Düfte für die Parfümerie erschlossen. Gleichermassen haben unsere TasteTrek®-Expeditionen neue Aromen in der Natur und in den authentischen Küchen der Welt entdeckt.

Das Schützen von geistigem Eigentum ist nach wie vor ein wichtiger strategischer Bestandteil in der Forschung bei Givaudan. Im letzten Jahr wurden 43 Prioritätspatente in den Bereichen neuer Moleküle, Vorläufermoleküle Formulierungen, Verfahren und Geräte angemeldet: 25 im Bereich der Riechstoffe und 18 für Aromen.



Lijiang ist das Zentrum der Naxi-Kultur, eine der kleinen Minderheitsgemeinschaften Chinas. Eine typische Postkarte von Lijiang zeigt den Teich des Schwarzen Drachens, den "den Mond umarmenden" Pavillon und im Hintergrund das

Yulong Shan ("Jade Dragon Mountains"). In Lijiang befinden sich viele berühmte Tempel. Einer von ihnen, der Jade Summit Temple, beherbergt ein Naturwunder – den ältesten bisher bekannten Magnolienbaum. Diese

## Riechstoffe

Im Jahr 2006 wurden drei neue patentierte Moleküle in Givaudans Ingredienzen- Palette der Parfümeure aufgenommen.

### ■ Tanaisone®:

- Eine starke, kräftige und diffusive grüne Note, begleitet von einem Hauch von Fruchtigkeit, deutlich gekennzeichnet von natürlichen Noten wie Armoise (Beifuss), Tanaisie (Rainfarn) und Wermut, mit einem Hauch von Thymian und Frische.
- Ein biologisch abbaubares Ingredienz mit einmaligem Charakter, das der Kopfnote Wirkung verleiht und dem Parfüm Volumen gibt, während es fein natürlich bleibt.

### ■ Pepperwood:

- Ein frisch natürlich, angenehm riechendes Molekül mit einer würzig-pfefferigen Kopfnote.
- Dieses biologisch abbaubare Molekül verleiht den fruchtig-würzigen, blumigen und moschusartigen Noten Frische und trägt zu einer stärkeren Wirkung und Lebendigkeit des Parfüms bei.

### ■ Tonkarose:

- Das ist das erste Molekül seiner Art auf dem Markt: ein geruchloses Vorläufermolekül, das bei Lichteinwirkung zwei Duftmoleküle freisetzt.
- Dieses biologisch abbaubare Molekül hat erhöhte Langlebigkeit auf Textilien und anderen Oberflächen im Vergleich zur konventionellen Methode des separaten Auftragens der beiden Moleküle. Daher wird es bei allen Arten von Anwendungen, wie der Textilpflege, Haarpflege oder Luxusparfüms, breite Verwendung finden.



Magnolia delavayi dürfte um die 1200 Jahre alt sein. Im Mai trägt sie Tausende von grossen, weissen, lieblich duftenden Blüten, die den Tempel in eine wohlriechende Wolke hüllen, und die mit dem Duft der brennenden

Räucherstäbchen wetteifert. Im Tempelgarten ist noch eine weitere botanische Rarität zuhause: eine 1000 Jahre alte Kamelie, die von Ende Februar bis Anfang März von unzähligen roten Blüten bedeckt ist.

Unsere Aktivitäten im Bereich von Systemen zur besseren Freisetzung bzw. der Verstärkung von Geruchsstoffen wurden in Argenteuil (Paris) in der Nähe des Zentrums für die Kreation von Parfüms zusammengelegt, um die Markteinführung von Duftfreisetzungssystemen zu beschleunigen. Mehrere Systeme dieser Art wurden bereits erfolgreich auf dem Markt eingeführt:

- Permascent, ein sprühgetrocknetes Pulver zur Verstärkung des Duftes in Pulverwaschmitteln;
- Granuscent®, ein Granulat zur Kontrolle der Parfümfreisetzung in Katzenstreu;
- SmartScent, ein Parfümgemisch aus Salz, Ton und Kieselerde zur Verbesserung der Duftnote in Produkten für die Textilauffrischung.

Unsere ausgedehnte Forschungstätigkeit in verschiedenen Bereichen der Geruchskontrolle und -verhinderung hat zu einem biotechnologischen Ansatz zur Messung der Effizienz von Aromastoffen geführt, mit denen Mundgeruch (Halitosis) reduziert werden kann. Mundgeruch ist die Folge bakterieller Zersetzungsprozesse. Der Eingriff in diesen bakteriellen Katabolismus stellt einen eleganten Ansatz zur Verhinderung der Bildung dieses "Mundgeruch-Cocktails" dar. Die bakteriellen Enzyme, die für die Bildung von Mundgeruch verantwortlich sind, wurden detailliert untersucht. Es wurden Tests entwickelt, mit welchen die Wirkung von Aromamolekülen als Blocker der erwähnten Enzyme bestimmt werden können. Mit den so gewonnenen Erkenntnissen konnten Prototyparomen kreiert werden, welche positive Ergebnisse in Anwendungen wie z.B. Kaugummi ergaben.

Die Wahrnehmung von Gerüchen ist ein komplexer Prozess, in dem die Nase quasi als Schnittstelle fungiert, die einen Eindruck der uns umgebenden Gerüche vermittelt. Von den fünf Sinnen ist der Geruchssinn bis heute am wenigsten erforscht, trotz diesbezüglich starker Bemühungen in den letzten Jahren. Neue Erkenntnisse in diesem Forschungsbereich wurden mit der Entdeckung einer Gruppe von olfaktorischen Rezeptorproteinen gewonnen. Diese Entdeckung geht auf das Jahr 1991 zurück und wurde 2004 mit dem Nobelpreis ausgezeichnet.

Sei es der Duft eines Parfüms, der Geruch einer Blume oder das Aroma eines reifen Cheddar-Käses, die Rezeptorproteine setzen die chemischen Eigenschaften der wahrgenommenen Moleküle in elektrische Signale um, die entlang der Nervenzellen in verschiedene Bereiche des Gehirns wandern, um einen



Etwas ausserhalb von Lijang, der Strasse Richtung Yulong-Shan-Gebrige entlang, wird das Landschaftsbild stark durch einheimische Rosenarten dominiert, wobei die rosafarbenen Blüten der Rosa lichiangensis einen besonderen Augengang bilden. Ihr Duft erinnert

an die alte Bourbon-Rose "Souvenir de la Malmaison" mit ihrem charakteristischen sinnlichen Geruch nach feuchten Rosenblütenblättern. Chinesische Rosen leisteten einen wichtigen Beitrag zur europäischen Rosenkultur. Die alten Chinarosen sind in erster Linie

sensorischen Eindruck hervorzurufen. Jede chemische Verbindung kann durch das Aktivieren eines oder mehrerer Rezeptorproteine ein eindeutiges neuronales Muster hervorrufen, und aufgrund solcher Aktivierungsmuster können wir den Geruch identifizieren.

Die Gemeinschaft der Wissenschaftler war erstaunt, als sie von der grossen Anzahl von 350 verschiedenen Rezeptoren in der Nasenhöhle erfuhr. Es ist weitgehend unbekannt, auf welche Substanzen die einzelnen Rezeptorenproteine ansprechen. Im ersten Schritt geht es darum, den olfaktorischen Code auf Rezeptorebene zu entziffern und uns diese Kenntnis zunutze zu machen, um neuartige Aroma- und Riechstoffe zu konzipieren und zu entwickeln.

Die Rezeptoren in der Nase spielen in der Geruchswahrnehmung eine entscheidende Rolle. Die jüngsten Forschungsarbeiten unserer Wissenschaftler haben gezeigt, dass es noch einen anderen interessanten Mechanismus gibt, der hier beteiligt ist und durch den das Bild noch komplexer wird als man ursprünglich angenommen hatte.

Schon länger haben die Wissenschaftler spekuliert, ob eine andere Gruppe von Proteinen in der menschlichen Nase den Geruch bzw. die Intensität von Molekülen beeinflussen könnte. Bei den Proteinen, die in diesem Zusammenhang untersucht wurden, handelt es sich um P450-Enzyme, die als Katalysatoren biochemischer Reaktionen in der Leber bekannt sind. Erstaunlicherweise sind diese Enzyme auch in der Nase vorhanden zu sein.

Givaudan hat sich der Herausforderung gestellt, die Enzyme in der menschlichen Nase in Zusammenarbeit mit einem externen Experten in diesem Bereich zu identifizieren. Tests mit ersten identifizierten Enzymen zeigten, dass eine grosse Zahl von Riechstoff Molekülen metabolisiert werden kann. Erstaunlicherweise haben gewisse Metaboliten selber interessante Geruchseigenschaften. Die Bedeutung dieser Befunde für die Duftwahrnehmung werden weiter untersucht.

Unser etabliertes ScentTrek®-Programm wurde weiter fortgesetzt. Für das derzeitige Projekt mit dem Titel "The Scent of the Vanishing Flora" wurden über dreissig Duftproben von sehr seltenen und gefährdeten Pflanzenarten am Naturstandort oder in botanischen Gärten gesammelt.



Kreuzungen zwischen der *Rosa gigantea* und der *Rosa chinensis*, die beide sehr viele von Carotinoiden abgeleitete Duftkomponenten enthalten. Letztere hatten einen bedeutenden Einfluss auf den charakteristischen Duft der Teehybrid-Rosen. Welch

wichtige Rolle Rosendüfte in der Parfümwelt spielen, brauchen wir hier wohl nicht näher zu erläutern.

Pfingstrosen, die von vielen Chinesen als Nationalblumen angesehen werden, sind in China und auch

Die ScentTrek®-Rekonstruktionen wurden in einem breiten Spektrum erfolgreicher Markteinführungen von Luxusparfüms verwendet, darunter auch Black Orchid ("Schwarze Orchidee"), das erste Parfüm von Tom Ford.

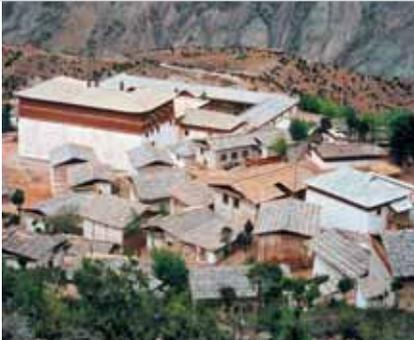
Im August wurde das neue Buch von Roman Kaiser, "Meaningful Scents around the World", mit Erfolg der Öffentlichkeit vorgestellt. Dieses Buch entführt den Leser auf eine faszinierende Reise der Düfte um die ganze Welt, an einige der interessantesten Orte, die der Autor während seiner dreissigjährigen olfaktorischen Forschungsarbeit bereist hat. Roman Kaiser kommentiert einige der einprägsamsten Düfte in exotischen Teilen der Welt wie Unteramazonien, Papua-Neuguinea, Indien und zahlreichen Regenwaldbiotopen, die ihm auf seiner Suche nach neuen Molekülen und neuen Duftkonzepten begegnet sind.

Im Zusammenhang mit dem bereits erwähnten Projekt "The Scent of the Vanishing Flora" wurden in Kooperation mit dem "National Botanical Garden" auf den Hawaii Inseln Kauai und Molokai die gefährdetsten Duftpflanzen auf zerstörungsfreie Art untersucht. Diese Resultate werden ein wichtiger Bestandteil eines geplanten Buches mit demselben Titel sein.

Auch im Jahr 2006 waren gemeinsame Projekte mit führenden Universitäten und Forschungsinstituten ein wichtiger Bestandteil unserer Riechstoff-Forschung. Diese Aktivitäten wurden mit neuen Partnerschaften in Indien und China, hauptsächlich im Bereich der chemischen Synthese, weiter ausgebaut. Die Erweiterung der Forschungseinrichtungen in Schanghai wurde erfolgreich abgeschlossen, und unsere lokalen Aktivitäten im Bereich der Duftmoleküle wurden auf verschiedenen

regionalen Konferenzen und in chinesischen Fachzeitschriften veröffentlicht.

Im Verlauf des letzten Jahres hat der Konzern in bedeutende, neue analytische Techniken investiert, die für komplexe Forschungsprojekte eine wichtige Rolle spielen. Mit diesen Techniken können neue Grössenordnungen in der Auflösung erreicht werden, so dass bisher versteckte Spurenchemikalien entdeckt und identifiziert werden können. Diese neue Errungenschaft als Ergänzung der bereits vorhandenen leistungsstarken analytischen Methoden hat ihren Wert bei der Analyse komplexer natürlicher Substanzen bzw. bei der Durchführung detaillierter Qualitätsuntersuchungen synthetischer Rohstoffe bereits unter Beweis gestellt.



in anderen Ländern als Gartenblumen äusserst beliebt. Eine Reihe seltener Arten kann man im nördlichsten Teil Yunnans, in der Region um Deqin und Zhongdian an den Oberläufen der zwei berühmten Flüsse Yangtze und Mekong bewundern.

Die schwefelgelb *Paeonia lutea* verströmt einen zartes Blumenaroma mit einem Hauch von Cassis. Eng mit ihr verwandt sind die blutrote *Paeonia delavayi* sowie eine Kreuzung der beiden, die durch attraktive, orange gefärbte Blüten, auf sich aufmerksam macht.

## Aromen

Im Jahr 2006 ergaben sich aus dem erweiterten Schwerpunkt im Bereich Gesundheit und Wellness eine Anzahl wichtiger Themen für unsere Arbeit in Wissenschaft und Technologie. Die Ressourcen wurden entsprechend angepasst, um diese neuen Chancen in vollem Umfang zu nutzen und echte sensorische Innovationen zu schaffen.

Die Einbeziehung der Verbraucherpräferenzen in den Aromaentwicklungsprozess ist zunehmend bedeutender geworden. Daher wurde von der Wissenschaft im Bereich der Sensorik eine Reihe quantitativer und qualitativer sensorischer Messmethoden konzipiert, um das spezifische Aroma, den spezifischen Geschmack und die trigeminale Komponente aus der Verbraucherperspektive akkurat zu bestimmen. Die Methodik der voraussagenden

Modellierung, die Flavour Preference Research™-Methodik, stellt eine solche Messmethode dar. Hierbei wird das Quantitative Flavour Profiling (QFP), eine quantitative Geschmacksprofilierung, zusammen mit anderen proprietären Verbrauchersegmentierungselementen genutzt, um die Verbraucherpräferenzen zu antizipieren. Durch diese Methode wird eine Verbindung zwischen den sensorischen Profilierungsdaten und der für Aromatiker spezifischen Sprache (Aromakomponenten) hergestellt. Das erleichtert die Erzeugung ganzer Kollektionen von Aromen, die vom Verbraucher bevorzugt werden.

Es wurden verschiedene Modellierungsmodelle entwickelt, um Attribute zu identifizieren, die die Vorliebe für ein Produkt erhöhen. Eine besondere wertvolle sensorische Innovation ist die Anwendung eines zeitlichen Ansatzes bei der QFP, wodurch es möglich ist,

Änderungen mehrerer Geschmacksmerkmale im Zeitverlauf gleichzeitig aufzuzeichnen. Diese Technik hat sich als besonders nützlich für die Analyse negativer Attribute wie den bitteren Nachgeschmack in hochintensiven Süsstoffen erwiesen. Die Sensibilität gegenüber bestimmten Attributen wie Bitterkeit kann die Verbraucherpräferenzen für gewisse Lebensmittel und Getränke beeinflussen. Daher wurde ein sensorisches Forschungsprogramm gestartet, um die genetischen Voraussetzungen besser zu verstehen, die die Sensibilität gegenüber Süsstoffen, salzigem Geschmack, Bitterkeit und dem Umami-Geschmack bestimmen.

Die Anwendung des miniaturisierten Virtual Aroma Synthesiser™ (VAS) zum Studium des Konsumverhaltens ergaben wertvolle Erkenntnisse über die Präferenzen der Konsumenten. Ebenso wird die Sensorik und die Erforschung



Wenn man das Hochland von Yunnan verlässt und sich Richtung Süden begibt, wird das Klima zunehmend tropischer und ein weiterer berühmter Duft Chinas zum ständigen Begleiter: Michelia alba, ein Baum aus der Magnoliacea-Familie.

Ein anderer Vertreter dieser Familie, Magnolia denudata, ist als Stadtblume von Shanghai bekannt. Unter den ersten warmen Frühlingssonnenstrahlen erblühen entlang der Strassen der Stadt Tausende von

einer grösseren Geschmacksvielfalt gefördert. Ausserdem wurde eine zehnfache Reduzierung der Produktentwicklungszeit erreicht und gleichzeitig die ausführliche Erforschung von Geschmacksprofilen des Verbrauchers ermöglicht. Dieses Gerät maximiert die Flexibilität, ermöglicht das Modellieren von Prototypen auf der Grundlage der Verbraucherreaktionen in diesem Bereich und macht die typische Vorbereitung und den Transport von grossen Mengen von Versuchsmaterialien überflüssig.

Die Forschungstätigkeit im Bereich neuer Geschmacksingredienzen für gesunde Lebensmittel und Getränke zielt in erster Linie auf die Veränderung von Geschmacksmerkmalen ab, ohne die Leistung des Aromas einzuschränken. Fortschritte in der Geschmacksforschung sowie neue Ergebnisse der Sinnes- und Rezeptorenwissenschaft haben zu neuen Erkenntnissen geführt, um die Herausforderungen im Zusammenhang mit der Salz- und Zuckerreduzierung

sowie der Maskierung negativer Attribute wie beispielsweise dem bitteren Nachgeschmack intensiver künstlicher Süsstoffe anzugehen.

Dank unserer proprietären Bioverarbeitungstechnologie verfügen wir heute über eine Reihe von Taste Essentials™-Bausteinen als Alternativen zu Clean-Label-Produkten, die die Wahrnehmung des Salzgeschmacks in salzreduzierten Produkten intensivieren.

Eine reduzierte Kalorienaufnahme ist bei der Gewichtskontrolle von entscheidender Bedeutung. Derzeit wird ein biochemischer Ansatz entwickelt, um Süsstverstärker zu entwickeln, die trotz erheblichen Zuckerreduzierung im Endprodukt einen gleichbleibenden süssen Eindruck vermitteln. Konventionelle, hochintensive Süsststoffe haben im Allgemeinen eine Anzahl sensorischer Defekte, durch die sie von Teilen der Bevölkerung als unangenehm empfunden werden. Aus den Untersuchungen von

Givaudan geht hervor, dass der Sensibilität gegenüber einem dieser negativen Attribute, nämlich dem bitteren Nachgeschmack in vielen hochintensiven Süsststoffen, eine genetische Variabilität zugrunde liegt. Diese beeinflusst die Entscheidungen im Verhalten des Verbrauchers. Es wurden mehrere Bitterrezeptoren identifiziert, die durch eine Anzahl künstlicher Süsststoffe aktiviert werden. Aus dem Screening einer umfangreichen chemischen Substanzbibliothek wurden eine Reihe von Ingredienzen herausgefiltert, die die Fähigkeit besitzen, diese bitteren Eigenschaft zu hemmen. Mittlerweile werden Optimierungsstudien ausgeführt, um die Chance zu nutzen, die Maskierung der Bitterkeit in künstlichen Süsstmitteln zu maximieren. Dies eröffnet neue Wege zu künstlich gesüssten Lebensmitteln mit Geschmacksmerkmalen, die natürlich gesüssten Produkten wesentlich ähnlicher sein werden.



Magnolienbäumen und verströmen einen zarten und doch erfrischenden Blütenduft mit herrlich fruchtigen Nuancen. Dieser inspirierte Givaudans Parfümeure dazu, Düfte für unzählige Kosmetik- und Haushaltsprodukte zu kreieren.

Unsere Wissenschaftler haben ihre Kenntnisse über die strukturellen Anforderungen für die Aktivierung von Thermorezeptoren im Mund kontinuierlich erweitert.

Computerunterstütztes, rationales Design von neuen chemischen Strukturen hat zu einer erweiterten Reihe neuartiger Substanzen mit kühlenden Eigenschaften geführt. Diese Ergänzungen der vorhandenen Evercool™-Reihe sind wesentlich intensiver und von längerer Dauer als konventionelle Kühlmittel. Sie bieten einzigartige Geschmacksmerkmale für Mundpflegeprodukte und Süßwaren.

Die aus den TasteTrek®-Expeditionen gewonnenen Kenntnisse gehen weiterhin in den Prozess der Erforschung neuer Ingredienzen ein. Dieses Jahr unternahm das Natural Products-Team eine Expedition nach Xishungbanna in der

chinesischen Provinz Yunnan. Die Artenvielfalt dieses Ökosystems, von üppigen subtropischen Regenwäldern bis hin zu trockenen Flusstälern, ist sehr interessant. Die Identifizierungsarbeit, die derzeit im Gange ist, hat sich die Geschmacksverdünnungsanalyse zunutze gemacht, um hochpotente natürliche, geschmacksaktive Bestandteile zu identifizieren, isolieren und zu charakterisieren. Diese können dann Taste Essentials™-Bausteinprogramm verwendet werden.

Darüber hinaus wird auch eine neue Verkapselungstechnologie entwickelt, um einige der schwierigeren Herausforderungen in der Aromaentfaltung anzugehen. Mit der kommerziellen Einführung der patentierten TasteSaver™-Matrixtechnologie wurde der nächste Schritt in der Kontrolle der Aromafreisetzung realisiert. Durch eine Kombination von Verarbeitungstechnologie und einem tieferehenden

Verständnis der physikalischen Eigenschaften der Matrixbausteine, einschliesslich der Oberflächenmaterialien und der Vernetzungstechniken, können jetzt Freigabepprofile von spezifischen Aromen antizipiert werden. Die Verwendung der OPUS™-Aromaleistungsalgorithmen bietet eine Methode für die Entwicklung von Aromakompositionen, die für die gewünschten verkapselten Leistungsmerkmale optimiert sind. Die Anwendung dieser Technologie bei einer Zahnpasta, in der die verkapselten Aromen üblicherweise durch Feuchtigkeit und oberflächenaktive Substanzen destabilisiert werden können, hat zu einer hervorragenden Geschmackserhaltung über die geforderte Haltbarkeitsdauer beigetragen.



## Nachhaltiges Geschäftsmodell



Die zwei bedeutendsten traditionellen Feste in China sind das Frühlingsfest und das Mondfest. Beiden werden berühmte Speisen zugeordnet: Frühlingsrollen und Mondkuchen.

Das Frühlingsfest ist das wichtigste Fest der Chinesen.

Sämtliche Mitglieder der Familie kommen zu diesem Anlass zusammen, wie es auch an Weihnachten oder Neujahr in der westlichen Welt der Fall ist. Das Frühlingsfest oder Neujahrsfest findet am ersten Tag des ersten Mondkalendermonats statt, also oft einen ganzen Monat später als der Jahresanfang im westlichen Kalender.



Es hat seinen Ursprung in den Opferzeremonien für Götter und Ahnen, die in der Shang-Dynastie (ca. 1600-1100 v. Chr.) am Ende eines Jahres

und zu Beginn des nächsten durchgeführt wurden. Das Frühlingsfest beginnt am Anfang des zwölften Monats des Mondjahres und

Ein nachhaltiges Geschäftsmodell zu verfolgen steht in keiner Weise im Widerspruch zu einer kurzfristigen deutlichen Steigerung der Unternehmensleistung. Im Gegenteil: Givaudan ist überzeugt, dass ein nachhaltiger Geschäftsansatz ein entscheidender Faktor für die langfristige Wertschöpfung ist. Unser Unternehmen setzt sich bereits in einem Frühstadium mit den potenziellen geschäftlichen Herausforderungen der jeweiligen wirtschaftlichen, umweltbezogenen und sozialen Entwicklungen auseinander, um deren Auswirkungen einschätzen zu können.

Unser nachhaltiges Geschäftsmodell, die Erfüllung der Erwartungen unserer Aktionäre, Kunden, Mitarbeitende, Lieferanten sowie der Umwelt und breiten Öffentlichkeit, nebst unseren einzigartigen Fähigkeiten, wenn es um sensorische Innovationen geht, ermöglichen es unserem Unternehmen darüber hinaus, seine führende Position in der Branche kontinuierlich auszubauen.

### Corporate Compliance

Die Einhaltung von Unternehmensrichtlinien, Best Practices sowie der Gesetze und Bestimmungen sämtlicher Staaten, in denen Givaudan aktiv ist, ist für die Umsetzung eines nachhaltigen Geschäftsmodells von entscheidender Bedeutung. Givaudans Prinzipien der Unternehmensführung gelten für sämtliche Unternehmensaktivitäten und die weltweiten Beziehungen zu Kunden, Lieferanten, Aktionären, Mitarbeitenden, Behörden und der Öffentlichkeit. Givaudan unterzieht seine Richtlinien einer regelmässigen Überprüfung und Aktualisierung, um diesbezügliche neue Entwicklungen einzubeziehen.

Compliance setzt aber auch eine Managementstruktur und Kontrollsysteme voraus, die Verstösse gegen die Prinzipien der Unternehmensführung verhindern und erkennen. In sämtlichen Givaudan-Gesellschaften sorgt ein zuständiger Richtlinienbeauftragter

dafür, dass die Prinzipien der Unternehmensführung für die Mitarbeitende verfügbar sind und diese mit ihnen vertraut sind. Die Einhaltung der geltenden Gesetze und Vorschriften durch Givaudan und seine Mitarbeiter hat für die Unternehmensführung Priorität.

Givaudan-Mitarbeitende verpflichten sich, in ihrem Geschäftsgebaren hohe ethische Standards einzuhalten. Durch diesen Ansatz wird die Marke Givaudan und ihre Reputation gewahrt, die auf einem reichen Erbe gründet – geprägt von der Kompetenz, dem Verhalten und Engagement aller Givaudan-Mitarbeitende über mehr als zweihundert Jahre. Alle Mitarbeitende können die Compliance-Richtlinien des Unternehmens im Intranet abrufen. Informationen über spezifische Compliance-Bereiche werden je nach Bedarf in Schulungen vermittelt.



endet in der Mitte des ersten Monats des nächsten Mondjahres. Die wichtigsten Frühlingsfesttage sind der Silvesterabend und die ersten

drei Tage des neuen Jahres, an denen die Chinesen ihre Zimmer dekorieren und Neujahrspruchrollen an alle Türen kleben, die in

Die Prinzipien der Givaudan-Unternehmensführung finden sich auf unserer Website:  
[www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) –  
 [ our company ] –  
 [ corporate responsibility ] –  
 [ corporate publications ]

### Aktionäre

Zwischen dem Spin-off im Jahr 2000 und dem Jahresende 2006 hat Givaudan über Dividendenausschüttungen und den gestiegenen Aktienkurs für seine Aktionäre einen Wert in Höhe von CHF 4.46 Milliarden geschaffen.

Givaudan ist den Prinzipien guter Unternehmensführung verpflichtet und befolgt bewährte Praktiken, die denen der meisten Industrieländer entsprechen. Sämtliche in unserem Jahresbericht veröffentlichten Informationen richten sich nach dem Schweizer Code für Corporate Governance und den SWX Corporate

Governance Guidelines (Näheres hierzu finden Sie im Abschnitt Corporate Governance).

Die unterschiedlichen Interessengruppen des Unternehmens zeitgerecht und verantwortungsbewusst zu informieren ist eine wesentliche Voraussetzung zur Gewährleistung von Transparenz und Gleichbehandlung. In regelmässigen Pressemitteilungen, Telefonkonferenzen und Veröffentlichungen unter [www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) informiert das Unternehmen in Erfüllung des Art. 72 der revidierten Kotierungsvorschriften (Ad-hoc-Publizität) der Richtlinien der SWX Swiss Exchange gleichzeitig und umfassend über seine Performance und Aktivitäten. Die Prinzipien der Offenlegungs- und Informationspolitik von Givaudan finden sich unter:  
[www.givaudan.com](http://www.givaudan.com). –  
 [ our company ] –  
 [ corporate responsibility ] –  
 [ corporate publications ]

Zum Jahresabschluss 2006 führte Givaudan 16'571 Aktionäre im Aktionärsregister, die insgesamt 62.6% des Aktienkapitals besaßen. Zum Jahresende waren 51.7% aller Aktien stimmberechtigt. Die zwanzig grössten Aktionäre, einschliesslich Treuhandgesellschaften und Fonds, repräsentierten ca. 60% des Aktienkapitals. Gegenüber dem Vorjahr kaum verändert sind etwa 40% der Aktionäre in Nordamerika ansässig.

Im Jahr 2006 veranstaltete das Givaudan-Managementteam in 24 Städten 21 Roadshows für Aktionäre und Interessenten (Genf, Zürich, Lugano, Mailand, Paris, München, Frankfurt, Köln, Düsseldorf, Amsterdam, Stockholm, Kopenhagen, London, New York, Boston, Chicago, Montreal, Toronto, San Francisco, Los Angeles, San Diego, Santa Fe, Miami und Denver). Es fanden 27 Givaudan-Präsentationen und Konferenzen mit insgesamt 840 Teilnehmern statt. Über 200 weltweit mit Fondsmanagern



chinesischen Kalligraphiezeichen mit schwarzer Tinte auf rotes Papier geschrieben wurden. Ihr Inhalt bringt meistens den Wunsch des

Hausherren nach einer guten Zukunft oder nach Glück im neuen Jahr zum Ausdruck.

geführte Einzelgespräche trugen zu einer stärkeren Wahrnehmung des Unternehmens Givaudan bei. Wir veranstalteten drei Telefonkonferenzen, um die Finanzwelt aus erster Hand über das Gesamt- und Halbjahresergebnis sowie die Übernahme von Quest zu informieren. An diesen Veranstaltungen nahmen insgesamt mehr als 300 Interessierte teil. Im Rahmen von 11 Besuchen von Givaudan-Standorten wurden 86 Teilnehmer, zu denen vor allem Fondsmanager und Sell-Side-Analysten gehörten, detailliert über die Aktivitäten von Givaudan informiert. Den Abschluss des Besichtigungsprogramms 2006 bildete eine Reise zu den Standorten in Schanghai, Tokio und Fukuroi (Japan) im November. An dieser Veranstaltung nahmen 24 hauptsächlich der Sell-Side angehörende Analysten teil, um sich über die verheissungsvolle Zukunft dieser Märkte und die fortschrittliche Aufstellung von Givaudan in der rasant wachsenden Region zu informieren. Aufgrund der immer grösseren

Nachfrage nach Besuchen unserer wichtigen Luxusparfümerie-Kreationszentren in New York organisierte Givaudan dort erstmalig eine Jahresendpräsentation.

Das vollständige Programm der kommenden Anleger- und Aktionärsveranstaltungen finden Sie unter [www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) - [ investors ] – [ calendar ]

### Kunden

Givaudans Bestreben ist es, seine Kunden mit erstklassigen Produkten zu beliefern, die diese in die Lage versetzen, auf ihren jeweiligen Märkten erfolgreich zu sein. Hohe Innovationsfähigkeit und eine exakte Kenntnis der Kundenanforderungen tragen entscheidend dazu bei, die derzeit starke Kundenbasis zu bedienen und weiter zu vergrössern. Unser Geschäftsmodell basiert auf dem Prinzip der Fertigung auf Abruf (Make-to-order) in einer Business-to-Business-Umgebung.

Givaudan versorgt internationale, regionale und lokale Kunden. Die zehn grössten Kunden machen bei den Riechstoffen ca. 70% und bei den Aromen ca. 40% aus. Diese Kunden gehören zu den erfolgreichsten Konsumgüter- und Nahrungsmittelunternehmen weltweit. Grundlage für unseren Erfolg als zuverlässiger Geschäftspartner sind unsere langfristigen Kundenbeziehungen und die Gewährleistung hoher Berufsstandards. 2006 startete das Unternehmen eine Initiative zur weiteren Integrierung seiner weltweiten Lieferkette über eine einheitliche, SAP-basierte IT-Plattform. Dies wird es uns ermöglichen, die Beziehungen zu unseren Kunden noch weiter zu intensivieren.

Einer der wichtigsten Aspekte unserer internen Richtlinien und Verfahrensweisen ist die Verpflichtung zu strikter Vertraulichkeit aller Kundendaten und -projekte sowie die uneingeschränkte Wahrung ihrer geistigen Eigentumsrechte.



Am Silvesterabend verstecken Eltern und Verwandte Geld unter den Kissens der Kinder, damit diese darauf einschlafen.

Dieser Ya Sui Qian-Brauch soll ein Jahr der Fülle versprechen. Aus ähnlichem Grund ist auch Fisch (Yu) stets auf dem Speiseplan zu finden,

Aufgrund unserer hohen Innovationsfähigkeit sind wir in der Lage, kundenspezifische sensorische Profile zu erstellen, dank derer die Kundenmarken einen höheren Marktanteil erzielen. Sensorische Innovation stellt einen Schlüsselfaktor unserer Forschungs-, Entwicklungs- und Kurationsprozesse dar und ist ein entscheidendes Merkmal, durch das wir uns differenzieren. Um unsere starke Innovationsfähigkeit und unser hohes Kreativitätspotenzial zu wahren, werden wir auch weiterhin mehr als 8% des Gesamtumsatzes in den Bereich Forschung und Entwicklung investieren.

### Mitarbeitende

Givaudans Erfolg im Markt wird auch weiterhin auf dem Engagement, Wissen und Talent seiner Mitarbeitende basieren. Aus diesem Grund konzentriert sich Givaudans Human Resources-Bereich auf die Ausarbeitung und Umsetzung von Programmen und Initiativen, die

die Besten der Branche gewinnen, weiterentwickeln und in unserem Unternehmen halten.

Im Jahr 2006 setzte die HR-Abteilung die Anpassung ihrer Struktur an Givaudans Geschäfts- und Wachstumspläne weiter fort. Unternehmensübergreifend wurden Best Practice-Programme und -instrumentarien für die Erfordernisse in den Bereichen Vergütung, Nebenleistungen und Talentmanagement ausgearbeitet. Die HR-Teams der einzelnen Unternehmenssparten unterstützen ihre Geschäftsbereiche und Funktionen direkt und auf globaler Ebene mittels Talentmanagement-Initiativen, Rekrutierungsmassnahmen auf Führungsebene, Gesamtvergütungsmanagement und der Vereinfachung der internationalen Mobilität wichtiger Mitarbeitende. In Kürze wird eine globale Überprüfung der HR-Prozesse abgeschlossen sein, die eine einheitliche Anwendung der HR-Richtlinien und -Verfahrensweisen gewährleistet.

In der Sparte Riechstoffe und Aromen wurden für kaufmännisch-betriebswirtschaftliche Arbeitsplätze funktionale Fähigkeiten und Kompetenzen ausgearbeitet. Diese Kompetenzmodelle werden Karriereplanungsgesprächen, der Entwicklung und Rekrutierung von Mitarbeitenden sowie auch der Nachfolgeplanung als Grundlage dienen. Auch für technische, betriebliche und Support-Funktionen werden zurzeit funktionale Kompetenzen erstellt. Diese sollen ab Mitte 2007 zur Verfügung stehen. Ausserdem wurde im vierten Quartal 2006 die Entwicklung eines Mitarbeitendemanagement-Programms zum Abschluss gebracht, das 2007 weltweit präsentiert werden soll.

Unser Unternehmen wird sich weiterhin auf die Nachfolgeplanung und die Managemententwicklung interner Kandidaten konzentrieren. In beiden Sparten werden von den einzelnen Management Committee-Mitgliedern jährlich Talententwicklungsgespräche



da er genau so ausgesprochen wird, wie das chinesische Wort für "Fülle".

Das chinesische Mondfest oder Mittherbstfest findet am 15. Tag des achten Mondkalendermonats statt, der 2007 auf den 25. September fällt. Das Fest hat

abgehalten, in denen Nachfolgekandidaten für die Schlüsselpositionen ihrer jeweiligen Organisationen identifiziert werden sollen. Die Initiative hat Manager und Führungskräfte hervorgebracht, die das Potenzial besitzen, künftig Führungsrollen zu übernehmen und Rekrutierungsmöglichkeiten unseres Unternehmens für neue Talente aufgezeigt. Das im Jahr 2005 in der Sparte Riechstoffe gestartete Integrationsprogramm für neue Mitarbeitende "Givaudan Experience" wurde im Jahr 2006 weiterentwickelt und in der Sparte Aromen eingeführt. Die Plattform, auf welcher Givaudan Experience entwickelt

wurde, wird derzeit auf ein breit ausgelegtes Weiterbildungsprogramm für Mitarbeitende erweitert.

Ein weiteres wichtiges Element, mit welchem Givaudan die weltweit besten Arbeitskräfte rekrutieren, im Unternehmen halten und herausragende Leistungen belohnen will, ist seine Gesamtvergütungsphilosophie. 2006 wurde eine umfassende Benchmark-Analyse für obere Führungskräfte und wichtige branchenspezifische Funktionen entwickelt, um eine weiterhin konkurrenzfähige Gesamtvergütung zu gewährleisten. Zusätzlich wurde eine

grössere Initiative gestartet, um Funktionsebenen global dahingehend zu harmonisieren, dass die Mobilität von Talenten sowie die Entwicklung von Kompetenzmodellen und Karriereplanungen verbessert werden kann. Givaudans langfristiger Incentive-Plan (LTIP) wird die Belohnung von Führungskräften auch weiterhin erfolgreich mit der Schaffung von Unternehmenswert in Einklang bringen.

Givaudan wird seine Mitarbeitendevergütungsprogramme auf zahlreichen Märkten auch künftig mittels Initiativen wie der internationalen

### Geografische Entwicklung der Mitarbeitendenzahl

Region	Anzahl Mitarbeiter 31.12.2005	%	Anzahl Mitarbeiter 31.12.2006	%	Veränderung 2005-2006
Schweiz	1'404	23.7	1'447	23.9	43
Europa, Afrika, Mittlerer Osten	1'187	20.0	1'179	19.4	(8)
Nordamerika	1'638	27.7	1'610	26.6	(28)
Lateinamerika	579	9.8	605	10.0	26
Asien-Pazifik	1'116	18.8	1'215	20.1	99
Total	5'924	100.0	6'056	100.0	132



seinen Ursprung in der Tang-Dynastie (ca. 618 n. Chr.) und wird zu Ehren des Herbstmonds, des grössten und hellsten Vollmonds im Jahr, zelebriert.

Wie bei vielen chinesischen Festen, rankt sich auch um diesen Feiertag eine Legende. China war damals – und ist grösstenteils auch heute noch – eine

Poolbildung und dem Übergang zu bestimmten beitrags- und leistungsorientierten Pensionsvorsorgeeinrichtungen für neue Mitarbeitende optimieren.

Durch diese Optimierung konnten bei gleichzeitiger Wahrung unserer Wettbewerbsposition und des Sicherheitsbedürfnisses unserer Mitarbeiter erhebliche Einsparungen erzielt werden. Noch wichtiger ist aber, dass diese Massnahmen Givaudan dabei unterstützen werden, die langfristige Nachhaltigkeit dieser Programme zu gewährleisten.

Das neue auf der SAP-Plattform basierende Human Resource Information System wurde gerade in allen Ländern implementiert, in denen Givaudan aktiv ist. Diese Plattform bildet die Grundlage für die Verwaltung sämtlicher weltweiten mitarbeiterbezogenen Daten. Dank der Fähigkeiten des Systems können die derzeit von HR-Mitarbeitenden ausgeführten administrativen Tätigkeiten

langfristig reduziert und Givaudans Talentmanagement-, Vergütungs- und Mitarbeiterförderungsinitiativen unterstützt werden. Auf diese Weise können wir verstärkt Personal in Bereichen einsetzen, die einen höheren Mehrwert generieren.

#### Lieferanten

Unser Unternehmen verwendet zur Herstellung seiner breiten Palette an kundenspezifisch angefertigten Riechstoff- und Aromakomponenten nahezu zehntausend natürliche und synthetische Rohstoffe.

Ein grosser Teil dieser Rohstoffe wird bei Drittanbietern eingekauft, der Rest wird unternehmensintern hergestellt.

Die zugekauften natürlichen und synthetischen Rohstoffe werden von Givaudan in den unterschiedlichsten Mengen rund um den Globus beschafft – ihr Volumen

kann von wenigen Gramm einzigartiger Naturprodukte bis hin zu Containerladungen wesentlicher Materialien für die Produktion reichen. Aus diesem Grunde bilden gute Beziehungen zu unseren zahlreichen Lieferanten den Mittelpunkt unseres Geschäftsmodells. Darüber hinaus bemüht sich das Unternehmen stets, die Auswirkungen seiner Aktivitäten auf die Umwelt so gering wie möglich zu halten.

Die Preise der verschiedenen Ingredienzen unserer breit ausgelegten Palette an Rohstoffen können starken Schwankungen unterliegen. In der Regel gleichen sich die Preisfluktuationen der einzelnen Ingredienzen aber gegenseitig aus und sichern so das Gesamtportfolio auf natürliche Weise ab. Dank der Innovationsfähigkeit des Unternehmens können darüber hinaus alternative Lösungen geschaffen werden, die die Abhängigkeit von Rohmaterialien mit hoch volatiler Preisentwicklung reduzieren.



Agrargesellschaft. In vergangenen Zeiten pflanzte und erntete man nach dem Lunarkalender und der Mond galt als wichtiger Führer und Zeitmesser.

Eine der Legenden des Mondfests erzählt von einem Architekten namens Hou Yih, der für die Göttin des westlichen Himmels einen wunderschönen

Givaudan verfolgt das Ziel einer langfristigen Partnerschaft mit seinen Lieferanten, damit knappe Lieferfristen eingehalten und Produkte von gleichbleibender Qualität erzeugt werden können.

Zur Steuerung dieses hohen Komplexitätsgrades hat Givaudan eine moderne Lieferkette geschaffen, die branchenweit Massstäbe setzt. Die Einkaufsteams der Sparten gewährleisten, dass die globale Einkaufskraft von Givaudan gestärkt wird und die richtigen Entscheidungen in Bezug auf eigene Herstellung versus Einkauf getroffen werden. Ausschliesslich anerkannte Ingredienzen werden in die Rohstoffbasis der Sparten aufgenommen. Spezielle Auswahlprozesse gewährleisten, dass alle Lieferanten den Givaudan-Standards entsprechen.

Wir haben unsere Initiativen einer direkten, fairen und nachhaltigen Zusammenarbeit mit lokalen Herstellern

noch weiter verstärkt. Im Jahr 2006 wurden mehrere zusätzliche Massnahmenprogramme identifiziert, die im Jahr 2007 zum Abschluss gebracht werden. In einigen Fällen unterstützen wir lokale Hersteller in Form von finanziellen Anbauhilfen und technischem Support. Diese Lieferantenbeziehungen haben für uns den Vorteil, die Produktqualität genau überwachen und Geschäftsrisiken aufgrund von Materialengpässen bei knapper Lieferterminplanung besser einschätzen zu können.

Wir haben die Kontrolle lokaler Lieferanten fortgesetzt, um die Einhaltung von Qualitätsstandards sowie sozialer, ethischer und umweltspezifischer Vorgaben zu gewährleisten. Dieser seit Jahren erfolgreich durchgeführte Audit-Prozess kann auch bei der Aufnahme neuer Ingredienzen in das Rohstoffangebot oder im Falle neuer Lieferanten eingesetzt werden.

## Umwelt

Auch im Jahr 2006 hat Givaudan die Umweltauswirkungen seiner Geschäftsaktivitäten genauestens überwacht. Das Unternehmen konnte seinen Energie- und Ressourcenverbrauch weiterhin senken und gleichzeitig unternehmensweit Recyclingprozesse fördern.

Die zur Herstellung von Aroma- und Riechstoffingredienzen eingesetzten Produktionsprozesse wurden 2006 optimiert, so dass der Energie-, Rohmaterial- und Wasserverbrauch gegenüber 2005 gesenkt werden konnte. Sowohl die Luftemissionen als auch das Abfallaufkommen reduzierten sich im Jahresverlauf. Neue Technologien wie Solarzellen kommen bei neuen Gebäuden immer häufiger zum Einsatz und tragen dazu bei, dass Givaudan den heiz- und klimaanlagenbedingten Stromverbrauch senken kann.



Jadepalast errichtete. Die Göttin war darüber so glücklich, dass sie Hou Yih zum Dank eine besondere Pille schenkte, die das magische Elixier

der Unsterblichkeit enthielt. Hou Yih wiederum hatte eine bildhübsche Frau mit Namen Chang-O. Chang-O war ebenso neugierig wie schön. Eines Tages fand

Biologische Abbaubarkeit wird weiterhin eines der wichtigsten Kriterien bei der Entwicklung neuer Riechstoffgenredienzen sein. In der Herstellung von Riechstoffen eingesetzte neue Moleküle werden demzufolge von Givaudans toxikologischer Abteilung getestet, um eine etwaige Umweltbelastung schon in einem frühen Stadium des Entwicklungsprozesses feststellen zu können.

Auch im Jahr 2006 rüstete das Unternehmen mehrere Standorte mit Kontrollsystemen für Geruchsemissionen aus, um die Freisetzung nicht umweltschädigender Gerüche weiter zu reduzieren, die bei der Produktion grosser Mengen von Riechstoff- und Aromakomponenten entstehen. Die neuesten Kontrollsysteme für Geruchsemissionen sind zudem energiesparender als frühere Technologien.

Darüber hinaus hat Givaudan die potenziellen geschäftlichen Auswirkungen einer Pandemie sorgfältig untersucht.

Eine eigens eingerichtete Task Force erstellte eine unternehmensweite Richtlinie mit Vorgehensweisen im Krisenfall, die einen höchstmöglichen Schutz der Mitarbeiter bei gleichzeitiger Fortsetzung des Geschäftsbetriebs gewährleisten soll.

Nähere Informationen zu Givaudans Engagement für Sicherheit und Umweltschutz finden Sie im gesondert veröffentlichten Sicherheits- und Umweltbericht. Siehe auch [www.givaudan.com](http://www.givaudan.com). –  
[ our company ] –  
[ corporate responsibility ] –  
[ environment, health & safety ]

### Informationstechnologie

Der Erhalt und Ausbau einer führenden Position in der Riechstoff- und Aromaindustrie erfordert eine kontinuierliche Aufrüstung unserer hochmodernen

IT-Systeme, um kosteneffektive Geschäftsprozesse und die nahtlose Kommunikation aller Unternehmenseinheiten sicherzustellen.

Im Jahr 2006 startete Givaudan die ehrgeizige strategische Initiative Outlook, die zum Ziel hatte, die unternehmensübergreifenden Geschäftsprozesse und Datenströme weltweit noch stärker zu harmonisieren. Diese gemeinsamen Anstrengungen der Sparten Aromen und Riechstoffe sowie Givaudans Information Technology Group konzentrieren sich auf die Bereiche Finanzwesen, Lieferkettenmanagement, Regulatory Affairs und Produktsicherheit. Die betriebliche Transformation wird mit der Implementierung einer einheitlichen integrierten und SAP-basierten IT-Plattform einhergehen.

Das Outlook-Projekt wird Givaudan in die Lage versetzen, weitere Schritte zu unternehmen, um dem immer stärkeren



sie die Pille und schluckte sie, ohne ihrem Mann etwas davon zu sagen. Die Göttin des westlichen Himmels wurde sehr böse und verbannte Chang-O

zur Strafe auf den Mond, wo sie laut Legende noch heute in der Nacht des hellen Herbstmonds in ihrer ganzen Schönheit zu sehen ist.

Erfordernis einer engeren Partnerschaft und einem Datenaustausch mit Kunden gerecht zu werden. Die globale Integration der Lieferkette und die kontinuierliche Ausarbeitung von Best Practices wird Givaudans derzeitige Führungsposition im Bereich Kundenservice und Lieferkettenmanagement weiter stärken.

Im September 2006 nahm ein in Genf eigens hierfür eingerichtetes Team die Planung, Entwicklung und Implementierung dieses Projekts auf.

### Risikomanagement

Givaudans Ziel ist es, die Nachhaltigkeit seiner Aktivitäten durch das richtige Management der dem Unternehmen eigenen Risiken zu gewährleisten. Givaudan veranlasst regelmässig Risikobewertungen, um Situationen, die seine Geschäfte potenziell beeinträchtigen könnten, richtig einzuschätzen.

Diese Bewertungen werden vom Internen Audit, den Managementteams der Sparten und den Konzernfunktionen durchgeführt. Die Ergebnisse werden von der Konzernleitung und dem Verwaltungsrat regelmässig überprüft.

Auch 2006 setzte Givaudan die Bewertung potenzieller Gesundheits- und Sicherheitsrisiken, Sachschäden und Beeinträchtigungen der Unternehmenskontinuität fort. Das Unternehmen führte wie in den Vorjahren an allen grösseren Produktionsstandorten ein Risk-Engineering-Programm durch. Das Unternehmens-Audit erfolgte in enger Zusammenarbeit mit einem externen Versicherungsunternehmen. Nach einem dreijährigen Auditverfahren wurden nun sämtliche Givaudan-Produktionsstandorte in Bezug auf die Risikominimierung und Betriebsunterbrechungen mit der Note "gut" und "sehr gut" eingestuft.

Weitere Ziele des Risikomanagementprogramms von Givaudan sind Investitionen in neue Technologien zur Reduzierung und Vermeidung potenzieller Risiken. Zur Eindämmung der Brandgefahr wurde das neue Aromenlager in Dübendorf (Schweiz) so konzipiert, dass Brennstoffe in sauerstoffarmer Umgebung gelagert werden.

Seitens des Unternehmensmanagements wurde in Bezug auf das Risk Management Framework ein umfassender Prüf- und Validierungsprozess eingeleitet. Darüber hinaus unterzieht Givaudan die Effektivität des Risikomanagements und dessen interner Kontrollmechanismen einer regelmässigen Überprüfung.



Das Mondfest ist ein grosser Feiertag, an dem sich die ganze Familie zu opulenten Mahlzeiten trifft. Zum Dessert werden Unmengen von "Mondkuchen" verspeist – runde Gebäckstücke,

die mit roter Bohnenpaste und Lotussamenpaste gefüllt sind. Eine luxuriösere Variante enthält auch noch ein oder zwei Eidotter, die den Herbstmond symbolisieren.

## Regulatory Affairs

Givaudans Abteilungen für globale Produktsicherheit und regulatorische Angelegenheiten haben die Funktion eines Frühwarnsystems und Kompetenzzentrums zur Gewährleistung, dass Givaudan sämtliche behördlichen Vorgaben erfüllt. Die Organisationseinheit arbeitet bei der Umsetzung der erforderlichen Kontrollen und Audits zur Gewährleistung der Compliance und gleichzeitiger Branchenführerschaft in diesen wichtigen Bereichen eng mit den Unternehmenseinheiten zusammen.

Die Riechstoff- und Aromenbranche muss sich derzeit mit den Konsequenzen verschiedener neuer Gesetze und Richtlinien auseinandersetzen. Die Annahme bzw. Einschränkung bestehender und kürzlich verabschiedeter Regelungen in Bezug auf die Produktion und den Einsatz von Chemikalien, wie z. B. der High Production Volume Requirements in den USA

und der neuen regulatorischen EU-Bestimmungen für Chemikalien, REACH (Registrierung, Evaluierung und Autorisierung von Chemikalien), erfordert einen höheren Test- und Dokumentationsaufwand in Bezug auf die Sicherheit und Umweltverträglichkeit jedes einzelnen Produktes. Eine Task Force befasst sich derzeit in Zusammenarbeit mit dem US-amerikanischen Research Institute for Fragrance Materials und den europäischen Verbänden für Aromen und Riechstoffe mit diesen Aspekten.

Die neuesten wissenschaftlichen Erkenntnisse in Bezug auf allergenbedingte Gefahren haben sich auf die Beschaffungsprozesse von Riechstoffen und Aromen sowie deren Etikettierung und den Umgang mit diesen ausgewirkt.

Die Bestimmungen bezüglich der Positivlistung von Aromen in der EU und vielen anderen Staaten stellen die Branche und

ihre Kunden in Bezug auf die Fähigkeit, Produkte global vermarkten zu können, vor neue Herausforderungen.

Givaudans Organisationseinheit für globale Sicherheit und regulatorische Angelegenheiten verfügt über Toxikologen und Wissenschaftler mit Fachkenntnis der regulatorischen Anforderungen, deren Aufgabe es ist, hier Lösungen zu finden und das Unternehmen zu einem Branchenführer in diesem Bereich zu machen. Givaudans Ziel ist es, seine Kunden diesbezüglich mit einem Höchstmass an Service und Beratung zu unterstützen.



## Corporate Governance



Innerhalb von nur zehn Jahren hat Givaudan sein Chinageschäft beträchtlich erweitert – aus einem kleinen Verkaufsbüro in Hongkong wurden zwei hochmoderne Aromen- und Riechstoffzentren in Shanghais neuer Entwicklungszone Pudong. Dort, wo 1997 noch chinesische Bauern ihren Reis von Hand ernteten, steht heute das Riechstoffzentrum in Zhang Jiang und das im November 2006 eröffnete neue Aromenzentrum in Jin Qiao. Was mit ein paar engagierten Verkaufsmitarbeitern begann, ist heute ein umfangreiches Unternehmen mit über 350 Angestellten – Givaudan hat sich in weniger als zehn Jahren ebenso rasant entwickelt wie China selbst.

Die ersten Kontakte mit China wurden von Hongkong aus geschlossen, wo Givaudan 1970 ein Verkaufsbüro eröffnete, das in den darauf folgenden Jahren Schritt für Schritt ausgebaut und durch einen Kreationbereich ergänzt wurde. Die Produktion der Aromen und Riechstoffe erfolgte aber immer noch hauptsächlich in Vernier und Dübendorf. Dies änderte sich jedoch, als Givaudan, das damals noch zur Roche-Gruppe gehörte, im Jahre 1995 ein 85:15-Joint Venture mit Sunve Pharmaceuticals, einem der größten pharmazeutischen Unternehmen in Shanghai, unterzeichnete. Sunve, das 1958 gegründet wurde, beschäftigte zum Zeitpunkt des Joint Venture-Abkommens rund 3000 Mitarbeitende. Zwei Jahre

später, unmittelbar nach der Übernahme der Firma Tastemaker, eröffnete das Joint Venture-Unternehmen seine erste Produktionsanlage für Riechstoffe und Aromen in der Zhang Jiang Hitech-Zone in Pudong.

2000, nur drei Jahre später, erweiterte Givaudan seinen Betrieb um ein Sensorik- und Technologiezentrum und baute seine Produktionskapazität aus.

2003 begann Givaudan mit der Planung eines neuen Aromenzentrums. Bei Verhandlungen zwischen den Joint Venture-Partnern wurde entschieden, dass Givaudan den 15%-igen Firmenanteil von Sunve Pharmaceuticals erwerben und so 100%-iger Unternehmenseigner werden sollte.

2004 wurden die Produktionsanlagen für Riechstoffe noch weiter ausgebaut. Im November des selben Jahres erfolgte der erste Spatenstich für das neue Aromenzentrum in Jin Qiao. Nach einer intensiven zweijährigen Bauphase konnte Givaudan im Mai 2006 mit dem Umzug in die neue Anlage beginnen, der im Oktober abgeschlossen war. Die offizielle Einweihungsfeier fand am 22. November 2006 statt, der Tag, an dem Givaudan auch die Übernahme von Quest bekannt gab.

## Konzernstruktur und Aktionariat

### Konzernstruktur

Givaudan AG, 5 Chemin de la Parfumerie, 1214 Vernier, Schweiz, die Muttergesellschaft des Givaudan-Gruppe, ist an der Schweizer Börse (SWX) unter der Wertpapiernummer 1064593 gelistet. Das Unternehmen hat keine börsennotierten Tochtergesellschaften. Am 31. Dezember 2006 belief sich die Marktkapitalisierung des Unternehmens auf CHF 8.2 Milliarden.

Die operative Struktur des Konzerns ist in der Anmerkung 1 bis 5 der konsolidierten Jahresrechnung dargelegt. Die Liste der wichtigsten konsolidierten Konzerngesellschaften ist in Anhang 27 der konsolidierten Konzernrechnung des Finanzberichts 2006 dargelegt.

### Bedeutende Aktionäre

Am 31. Dezember 2006 waren Nestlé SA mit 11.93% und Chase Nominees Ltd. mit 6.89% die einzigen eingetragenen stimmberechtigten Aktionäre mit mehr als 5% des gesamten Aktienkapitals.

Weitere Informationen sind der SWX-Website unter [www.swx.com](http://www.swx.com) – [ Emittenten ] – [ Offenlegung von Beteiligungen ] – [ Bedeutende Aktionäre ] zu entnehmen.

## Aktienkapitalstruktur

### Aktienkapital

Am 31. Dezember 2006 belief sich das Aktienkapital der Givaudan AG auf CHF 72'321'600, voll einbezahlt und unterteilt in 7'232'160 eingetragene Aktien mit einem Nennwert von jeweils CHF 10, einschliesslich 32'160 Aktien, die aus dem bedingten Kapital ausgegeben, aber noch nicht eingetragen wurden.

### Bedingtes Aktienkapital

Das Aktienkapital von Givaudan AG kann erhöht werden durch

- Ausgabe von höchstens 100'000 Aktien durch die Ausübung von Optionsrechten, die Mitarbeitern und Verwaltungsratsmitgliedern des Konzerns eingeräumt wurden; diese Anzahl verringert sich nach der Eintragung von 32'160 aus dem bedingten Kapital ausgegebenen Aktien auf 67'840 Aktien;
- Ausgabe von höchstens 900'000 Aktien durch die Ausübung von Options- oder Wandelrechten im Zusammenhang mit der Ausgabe von Anleihen durch Givaudan AG oder einem Konzernunternehmen. Der Verwaltungsrat ist berechtigt, die Vorzugsrechte der Aktionäre zur Subskription derartiger Anleihen auszuschliessen, wenn diese zur Finanzierung von Akquisitionen oder zur Ausgabe von Wandelanleihen oder Optionsanleihen am internationalen Kapitalmarkt vorgesehen sind. In diesem Fall müssen die Anleihen oder Optionsanleihen der Öffentlichkeit zu Marktbedingungen angeboten werden, wobei die Frist zur Ausübung der Optionsrechte nicht mehr als sechs Jahre und die Frist für die Ausübung der Wandelrechte nicht mehr als fünfzehn Jahre betragen darf, gerechnet ab dem Ausgabedatum der Anleihen oder Optionsanleihen. Der Ausübungs- oder Umwandlungspreis für die neuen Aktien muss dann auf einem Niveau liegen, das mindestens den Marktbedingungen zum Ausgabedatum entspricht.

Für das bedingte Aktienkapital sind die Vorzugsrechte der Aktionäre zum Kauf von Aktien ausgeschlossen. Der Erwerb von Aktien durch Ausübung von Options- oder Wandelrechten und die Übertragung solcher Aktien unterliegen den untenstehenden Beschränkungen.

### Genehmigtes Aktienkapital

Gemäss dem Beschluss der jährlichen Hauptversammlung der Aktionäre vom 7. April 2006 ist der Verwaltungsrat berechtigt, das Aktienkapital bis zum 7. April 2008 durch Ausgabe von

höchstens 1'000'000 voll einbezahlten eingetragenen Aktien mit einem Nennwert von CHF 10 je Aktie um höchstens CHF 10'000'000 zu erhöhen.

#### Kapitalveränderungen

Informationen betreffend das Jahr 2004 sind in der Anmerkung 5 der Konzernrechnung im Finanzbericht 2005 aufgeführt. Einzelheiten zu den Änderungen im Beteiligungskapital für die Jahre 2005 und 2006 sind in der Anmerkung 5 der Konzernrechnung im Finanzbericht 2006 aufgeführt.

#### Aktien

Das Unternehmen hat nur eine Aktienkategorie. Vorbehaltlich der nachstehenden Beschränkungen sind alle Aktien in jeder Hinsicht gleichberechtigt. Jede Aktie berechtigt zu einer Stimme und zu einer Dividende in gleicher Höhe.

#### Beschränkungen von Übertragbarkeit und Nominee-Eintragungen

Voraussetzung für die Eintragung von stimmberechtigten Aktionären ins Aktienregister von Givaudan AG ist die Erklärung der Aktionäre, die Aktien im eigenen Namen und für eigene Rechnung erworben zu haben. Gemäss einer vom Verwaltungsrat am 22. September 2004 beschlossenen Regelung können Nominees mit Stimmrechten für höchstens zwei Prozent des Aktienkapitals ohne weitere Bedingungen ins Aktienregister des Unternehmens eingetragen werden und für mehr als zwei Prozent, wenn sie sich verpflichten, dem Unternehmen den Namen, die Anschrift und die Anzahl der von den wirtschaftlichen Eigentümern innegehabten Aktien bekannt machen.

Zudem wird kein Aktionär als Aktionär mit Stimmrechten für mehr als 10% des im Handelsregister eingetragenen Aktienkapitals von Givaudan AG eingetragen. Diese Beschränkung gilt auch in dem Falle, dass Aktien durch juristische Personen erworben werden, die durch Stimmkraft, gemeinsame

Geschäftsführung oder auf andere Weise miteinander verbunden sind oder die auf koordinierte Weise vorgehen, um die 10-Prozent-Regel zu umgehen. Sie gilt nicht bei Erwerbung der Aktien durch Erbfolge, Erbteilung oder eheliches Güterrecht.

Die Beschränkungen der Übertragbarkeit und Nominee-Eintragungen können mit absoluter Mehrheit der auf einer Hauptversammlung vertretenen stimmberechtigten Aktionäre geändert werden.

#### Wandelanleihen

Siehe Anmerkungen 2.22, 8, 19 und 22 der konsolidierten Jahresrechnung im Finanzbericht 2006.

#### Verwaltungsrat

Der Verwaltungsrat ist für die Aufsicht und Kontrolle der Geschäftsführung der Gesellschaft verantwortlich, einschliesslich der Festlegung von allgemeinen Strategien und Richtlinien sowie aller Angelegenheiten, die laut Gesetz in seinen Verantwortungsbereich fallen. Alle anderen Geschäftsbereiche werden in vollem Umfang an den Chief Executive Officer und die Konzernleitung delegiert.

#### Mitglieder des Verwaltungsrats

Dr. Jürg Witmer

*Präsident*

Jurist, Schweizer Staatsbürger, geboren 1948

Nicht-exekutives Mitglied

Erstmals gewählt 1999

Aktuelle Amtsdauer bis 2009

Mitglied der Verwaltungsräte von Syngenta AG, Crucell NV und Bank Sal. Oppenheim jr. & Cie. (Switzerland) AG

Dr. Andres F. Leuenberger

*Vizepräsident*

Geschäftsmann, Schweizer Staatsbürger, geboren 1938

Nicht-exekutives Mitglied

Erstmals gewählt 1994

Aktuelle Amtsdauer bis 2008

Mitglied des International Advisory Council of Chugai  
Pharmaceutical Co. Ltd, einem Mitglied des Roche-Konzerns

Dietrich Fuhrmann

*Verwaltungsratsmitglied*

Geschäftsmann, Deutscher Staatsbürger, geboren 1941

Nicht-exekutives Mitglied

Erstmals gewählt 2004

Aktuelle Amtsdauer bis 2007

Vizepräsident des Verwaltungsrates von Aqua Nova AG,  
Mitglied des Verwaltungsrates von Logistable Ltd.

André Hoffmann

*Verwaltungsratsmitglied*

Geschäftsmann, Schweizer Staatsbürger, geboren 1958

Nicht-exekutives Mitglied

Erstmals gewählt 2000

Aktuelle Amtsdauer bis 2009

Vizepräsident des Verwaltungsrates von Roche Holding Ltd,  
Mitglied des Verwaltungsrates von Glyndebourne Productions Ltd,  
Brunswick Capital Ltd, Verwaltungsratspräsident  
von Nemadi Advisors Ltd und Living Planet Fund  
Management Co. sowie Massellaz SA  
Vizepräsident von WWF International

Peter Kappeler

*Verwaltungsratsmitglied*

Geschäftsmann, Schweizer Staatsbürger, geboren 1947

Nicht-exekutives Mitglied

Erstmals gewählt 2005

Aktuelle Amtsdauer bis 2007

Verwaltungsratspräsident der Berner Kantonalbank,  
Mitglied des Verwaltungsrates von Cendres et Métaux SA,  
Schweizerische Mobiliar Holding AG, Schweizerische Mobiliar  
Genossenschaft, Jungfraubahn Holding AG und Ypsomed AG

Prof. Dr John Marthinsen

*Verwaltungsratsmitglied*

Professor, US-amerikanischer Staatsbürger, geboren 1949

Nicht-exekutives Mitglied

Erstmals gewählt 2000

Aktuelle Amtsdauer bis 2009

“The Distinguished Chair in Swiss Economics” am Babson College,  
Mitglied des Glavin Center for Global Management

Prof. Dr Dr hc Henner Schierenbeck

*Verwaltungsratsmitglied*

Professor, Deutscher Staatsbürger, geboren 1946

Nicht-exekutives Mitglied

Erstmals gewählt 2000

Aktuelle Amtsdauer bis 2008

Professor für Bankmanagement und Controlling an der  
Universität Basel, wissenschaftlicher Berater am “Zentrum für  
ertragsorientiertes Bankmanagement” (Münster/Westfalen),  
Mitglied des Council of the European Centre for Financial  
Services, Aufsichtsratsmitglied der DIA Consult AG

(von links nach rechts):

Peter Kappeler, Dietrich Fuhrmann, Prof. Henner Schierenbeck, Dr Jürg Witmer (Vorsitzender), Dr Andres F. Leuenberger, Prof. John Marthinsen, André Hoffmann



Die Lebensläufe der Verwaltungsratsmitglieder sind auf der Website von Givaudan unter [www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) – [ our company ] – [ leadership ] – [ board of directors ] zu finden.

Die Amtszeit der Verwaltungsratsmitglieder beträgt drei Jahre, sofern sie nicht vorher zurücktreten oder abberufen werden. Verwaltungsratsmitglieder müssen spätestens bei der auf ihren 70. Geburtstag folgenden Hauptversammlung zurücktreten. Der Wahlturnus ist so festgelegt, dass jedes Jahr die Amtszeit von etwa einem Drittel der Verwaltungsratsmitglieder abläuft. Die Wahl erfolgt einzeln. Um eine phasenweise Erneuerung der Zusammensetzung des Verwaltungsrats zu ermöglichen, hat der Verwaltungsrat eine interne Nachfolgeplanung übernommen.

Keines der Verwaltungsratsmitglieder hat bedeutende Geschäftsverbindungen zu Givaudan AG oder anderen Konzerngesellschaften des Givaudan-Konzerns. Dr. Jürg Witmer, Vorsitzender, war bis zum 27. April 2005 CEO von Givaudan. Bis zu diesem Zeitpunkt war er das einzige Exekutivmitglied des Verwaltungsrates. Dietrich Fuhrmann, ein nicht-exekutives Mitglied des Verwaltungsrates, trat am 31. März 2004 als Mitglied der Konzernleitung zurück. Bei der Hauptversammlung am

7. April 2006 wurden Jürg Witmer, André Hoffmann und John Marthinsen für eine weitere Amtszeit von drei Jahren in den Verwaltungsrat wiedergewählt.

#### Ausschüsse des Verwaltungsrats

Der Verwaltungsrat umfasst drei Ausschüsse: einen Prüfungsausschuss, einen Nominierungs- und Governance-Ausschuss und einen Vergütungsausschuss. Jeder Ausschuss wird formell von einem Ausschussvorsitzenden geleitet, der hauptsächlich für Organisation, Leitung und Protokollierung der Sitzungen verantwortlich ist.

Die Sitzungen der Verwaltungsratsausschüsse finden gewöhnlich vor oder nach den Verwaltungsratssitzungen statt. Ausserdem hat der Verwaltungsrat spezielle Aufgaben an andere Ausschüsse delegiert, die aus dem CEO und Geschäftsführern mit einschlägigen Fachkompetenzen bestehen: dem Sicherheits- und Umwelt-Ausschuss sowie dem Corporate Compliance-Ausschuss.

Die Funktionen der Ausschüsse sind auf der Website von Givaudan beschrieben unter [www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) – [ our company ] – [ leadership ] – [ board of directors ] – [ committees of the board ].

Ausschüsse des Verwaltungsrats	Jürg Witmer	Andres F. Leuenberger	Dietrich Fuhrmann	André Hoffmann	Peter Kappeler	John Marthinsen	Henner Schierenbeck
Prüfungsausschuss			■		■		■
Nominierung & Governance	■		■			■	
Vergütungsausschuss		■		■	■		

■ = Ausschussvorsitzender

### Sitzungen des Verwaltungsrats

Im Jahr 2006 trat der Verwaltungsrat von Givaudan fünfmal zu einer ordentlichen Sitzung und fünfmal zu einer ausserordentlichen Sitzung zusammen. Auf allen Verwaltungsrats-sitzungen wurde die operative Performance der Gesellschaft von der Geschäftsleitung präsentiert und vom Verwaltungsrat überprüft. Ausgewählte Mitglieder der Geschäftsleitung wurden eingeladen, über spezielle Projekte zu referieren.

Alle Verwaltungsratsmitglieder haben direkten Zugang zum Intranet von Givaudan, in dem alle internen Informationen zu wichtigen Anlässen, Präsentationen und organisatorischen Änderungen verfügbar sind. Ausserdem erhalten die Verwaltungsratsmitglieder per E-Mail sämtliche Pressemitteilungen und Informationen, die an Investoren und Finanzanalysten versendet werden.

Zur Vorbereitung auf die Verwaltungsratssitzungen benötigte Informationen werden den Verwaltungsratsmitgliedern per E-Mail und per Post zugestellt. Vor jeder Sitzung wird ein Datenraum mit weiterführenden Informationen und historischen Daten eingerichtet, in dem die Verwaltungsratsmitglieder relevante Unterlagen einsehen können.

### Konzernleitung

Die Konzernleitung ist unter der Führung des CEO für alle Bereiche der Unternehmensleitung verantwortlich, die nicht spezifisch dem Verwaltungsrat vorbehalten sind. Die Konzernleitung tritt regelmässig an einem der weltweiten Standorte von Givaudan zusammen oder hält Telefonkonferenzen ab.

### Mitglieder der Konzernleitung

**Gilles Andrier**  
*Chief Executive Officer*  
seit 1993 bei Givaudan, geboren 1961  
Französischer Staatsbürger

**Mauricio Graber**  
*Leiter Division Aromen*  
seit 1995 bei Givaudan, geboren 1963  
Mexikanischer Staatsbürger

**Michael Carlos**  
*Leiter Division Riechstoffe*  
seit 1984 bei Givaudan, geboren 1950  
Indischer Staatsbürger

**Matthias Währen**  
*Chief Financial Officer*  
seit 2004 bei Givaudan, geboren 1953  
Schweizer Staatsbürger

**Adrien Gonckel**  
*Leiter Informationstechnologie*  
seit 1982 bei Givaudan, geboren 1952  
Französischer Staatsbürger

**Bruce Bachmeier**  
*Leiter Personal*  
seit 1995 bei Givaudan, geboren 1957  
US-amerikanischer Staatsbürger

Die Lebensläufe der Mitglieder der Konzernleitung können auf der Website von Givaudan eingesehen werden unter:  
[www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) – [ our company ] – [ leadership ] – [ management team ]

(von links nach rechts):

Adrien Gonckel, Matthias Währen, Mauricio Graber, Gilles Andrier, Bruce Bachmeier, Michael Carlos



## Entlohnungen, Beteiligungen und Darlehen

### Entlohnung

Givaudan hat einen Vergütungsplan eingeführt, mit dem einerseits wichtige Exekutivmitglieder gewonnen und motiviert werden sollen, und mit dem andererseits das Erreichen der hoch gesteckten Ziele honoriert werden soll, die eine Voraussetzung für künftiges Wachstum, Rentabilität und die Schaffung von Unternehmenswerten bilden. Die Entlohnung für die obersten Führungskräfte besteht in der Regel aus einem Grundgehalt, einem jährlichen leistungsabhängigen Bonus sowie einer langfristigen Anreizkomponente in Form von Call Options. Der jährliche Leistungsbonus bestimmt sich in Abhängigkeit davon, inwieweit die vereinbarten Ziele erreicht und die vereinbarten Parameter erfüllt wurden. Die Hauptkriterien zur Leistungsbeurteilung für obere Führungskräfte sind Umsatzwachstum, operative Performance und Gesamtkapitalrendite. Der Leistungsbonus wird im ersten Quartal

eines Jahres ausgezahlt und auf der Grundlage der operativen Performance des Vorjahres berechnet.

Der *Entlohnungsausschuss* des Verwaltungsrates genehmigt die Vergütungspolitik des Konzerns und die Vergütung der Mitglieder der Konzernleitung. Er bewilligt die Aktienoptionspläne und andere leistungsbezogene Vergütungsbestandteile sowie die Pensionsfondsregelung.

### Entlohnung der Verwaltungsratsmitglieder

Die Entlohnung der Verwaltungsratsmitglieder besteht aus Verwaltungsrats honoraren und Ausschusshonoraren. Diese Honorare werden kurz nach der Hauptversammlung für das vollendete Amtsjahr ausbezahlt. Zusätzlich hat jedes Verwaltungsratsmitglied Anspruch auf Teilnahme am Aktienoptionsprogramm der Gesellschaft. Mit Ausnahme des Vorsitzenden erhält jedes Verwaltungsratsmitglied eine Pauschale für Spesen. Dieser Betrag wird für das kommende Amtsjahr vorausbezahlt.

### Entlohnung der Mitglieder des Verwaltungsrats

Entlohnung 2006	Jürg Wiltmer	Andres F. Leuenberger	Dietrich Fuhrmann	André Hoffmann	Peter Kappeler	John Marthinsen	Henner Schierenbeck	Total
Verwaltungsrats honorare	210'000	70'000	70'000	70'000	70'000	70'000	70'000	630'000
Sonstige Barentlohnung <sup>1</sup>	280'000							280'000
Ausschusshonorare	80'000	60'000	40'000	40'000	40'000	40'000	40'000	340'000
Summe, bar in CHF	570'000	130'000	110'000	110'000	110'000	110'000	110'000	1'250'000
Anzahl der zugeteilten Optionen <sup>2</sup>	20'100	6'700	6'700	6'700	6'700	6'700	6'700	60'300
Wert der Zuteilung in CHF	242'607	80'869	80'869	80'869	80'869	80'869	80'869	727'821

Zahlungen an Verwaltungsratsmitglieder für Spesen beliefen sich auf CHF 60'000

1) Entlohnungen für zusätzliche Pflichten wie im Jahresbericht 2006 aufgeführt

2) Optionen werden am 6. März 2008 freigegeben

### **Entlohnung des Verwaltungsratsmitglieds mit der höchsten Gesamtentlohnung**

Das Verwaltungsratsmitglied mit der höchsten Gesamtentlohnung im Jahr 2006 war Dr. Jürg Witmer, Verwaltungsratsvorsitzender seit 28. April 2005. Einzelheiten zur Entlohnung sind der Tabelle auf der vorigen Seite zu entnehmen.

### **Entlohnung von Mitgliedern des Verwaltungsrats und der Konzernleitung, die im Berichtszeitraum ausschieden.**

Der Gesamtbetrag der Barentlohnungen ist untenstehender Tabelle zu entnehmen, welche auch Aufwendungen enthält, die einem Mitglied der Konzernleitung ab Juli 2006 bis zum Jahresende bezahlt wurden.

### **Entlohnung der Konzernleitung**

Entlohnung 2006	Gilles Andrier CEO	Konzernleitung (exkl. CEO) <sup>1</sup>	Summe
Grundgehalt <sup>2</sup>	655'150	2'549'686	3'204'836
Leistungsabhängiger Bonus <sup>3</sup>	418'789	1'648'953	2'067'742
Sonstige Sachleistungen	26'699	365'574	392'273
Summe, bar in CHF	1'100'638	4'564'213	5'664'851
Annualisierte angefallene Aufwendungen für zusätzliche Pensionsleistungen, in CHF	129'049	495'885	624'934
Zugeteilte Optionen <sup>4</sup>	60'000	187'500	247'500
Wert der Zuteilung in CHF	724'200	2'263'125	2'987'325

1) Stellt die Gesamtentlohnungen der Mitglieder der Konzernleitung dar, da ein Mitglied im Juni 2006 in den Ruhestand ging und ein Mitglied der Konzernleitung im Juli 2006 beirat.

2) Stellt einen Zuwachs von 3.3 % in der Landeswährung dar im Vergleich zu der Entlohnung der Konzernleitung für 2005 (ausser CEO).

3) Der leistungsabhängige Bonus wird nach der Performance für 2005 bezahlt.

4) Optionen werden am 6. März 2008 freigegeben.

### **Entlohnung ehemaliger Mitglieder des Verwaltungsrats und der Konzernleitung**

Im Berichtszeitraum wurden keine derartigen Entlohnungen gezahlt.

### **Zusätzliche Honorare und Darlehen**

Im Berichtszeitraum wurde keinem Mitglied des Verwaltungsrats, der Konzernleitung oder ihnen nahe stehenden Person zusätzliche Honorare und/oder Entlohnungen gezahlt und keine dieser Personen hatte zum 31. Dezember 2006 ausstehende Darlehen.

### **Aktienbesitz**

Im Berichtszeitraum wurden keinem Mitglied des Verwaltungsrats, der Konzernleitung oder ihnen nahe stehenden Personen Aktien zugeteilt.

Per 31. Dezember 2006 hielten die Mitglieder der Konzernleitung oder ihnen nahe stehende Personen 20 Givaudan-Aktien. Insgesamt hielten die Verwaltungsratsmitglieder sowie ihnen nahe stehende Personen 137'000 Givaudan-Aktien.

### Besitz von Aktienoptionen

Die Aktienoptionen von Givaudan sind nach ihrer Freigabe frei handelbar. Einzelheiten über den Givaudan-Aktienoptionsplan sind in der Anmerkung 8 der Konzernrechnung im Finanzbericht 2006 aufgeführt.

Der Gesellschaft sind per 31. Dezember 2006 keine im Besitz von dem Verwaltungsrat nahe stehenden Personen befindlichen Aktienoptionen bekannt.

Folgende Aktienoptionen wurden den Verwaltungsratsmitgliedern in den entsprechenden Berichtszeiträumen zugeteilt und befanden sich per 31. Dezember 2006 noch in ihrem Besitz.

Jahr d. Zutlg.	Verfallsdatum	Freigabedatum	Ticker	Basispreis <sup>1</sup> (CHF)	Verh. (Option: Aktie)	Wert je Option zum Zutlgtsdat. (CHF)	Anz. der Optionen
2002	29 Jan 2007	28 Jan 2005	GIVBB	575.0	10:1	8.120	-
2003	17 März 2008	17 März 2005	GIVMS	509.7	10:1	5.670	10'600
2004	18 März 2009	18 März 2006	GIVOV	656.4	10:1	10.870	18'000
2005	21 März 2010	21 März 2007	GIVAB	805.0	10:1	10.740	89'000
2006	07 März 2011	06 März 2008	GIVLP	1'050.0	10:1	12.070	60'300

1) Der Basispreis der Optionen wurde nach der Genehmigung der Aktionäre auf der Hauptversammlung vom 27. April 2004 und 7. April 2005 zur Ausschüttung von ausserordentlichen Dividenden angepasst.

Per 31. Dezember 2006 befanden sich die folgenden Aktienoptionen im Besitz des CEO, der anderen Mitglieder der Konzernleitung und ihnen nahe stehenden Personen.

Jahr d. Zutlg.	Verfallsdatum	Freigabedatum	Ticker	Basispreis <sup>1</sup> (CHF)	Verh. (Option: Aktie)	Wert je Option zum Zutlgtsdat. (CHF)	Anz. der Optionen
2002	29 Jan 2007	28 Jan 2005	GIVBB	575.0	10:1	8.120	-
2003	17 März 2008	17 März 2005	GIVMS	509.7	10:1	5.670	15'000
2004	18 März 2009	18 März 2006	GIVOV	656.4	10:1	10.870	40'000
2005	21 März 2010	21 März 2007	GIVAB	805.0	10:1	10.740	202'000
2006	07 März 2011	06 März 2008	GIVLP	1'050.0	10:1	12.070	229'500

1) Der Basispreis der Optionen wurde nach der Genehmigung der Aktionäre auf der Hauptversammlung vom 27. April 2004 und 7. April 2005 zur Ausschüttung von ausserordentlichen Dividenden angepasst.

## Mitwirkungsrechte der Aktionäre

Kein Aktionär kann bei der Ausübung der Stimmrechte für eigene und vertretene Aktien zusammen mehr als 10% des gesamten Aktienkapitals auf sich vereinigen. Körperschaften, die durch Stimmkraft, gemeinsame Leitung oder auf andere Weise miteinander verbunden sind oder im Hinblick auf eine Umgehung der 10-Prozentklausel koordiniert vorgehen, gelten als ein Aktionär. Diese Beschränkung findet in Bezug auf die Stimmrechtsausübung durch Mitglieder eines Gesellschaftsorgans, unabhängige Vertreter und Inhaber von Depotaktien keine Anwendung, sofern sich daraus keine Umgehung der vorgenannten Beschränkung der Stimmrechte ergibt. Jede Änderung dieser Regel bedarf der absoluten Mehrheit der in einer Hauptversammlung vertretenen Aktienstimmen, wie im Schweizer Gesetz vorgesehen.

Alle an einem vom Verwaltungsrat bestimmten Datum als stimmberechtigt eingetragenen Aktionäre sind zur Teilnahme und Stimmabgabe an der Hauptversammlung berechtigt. Aktionäre können sich mittels schriftlicher Vollmacht durch einen anderen Aktionär, durch einen gesetzlichen Vertreter, durch einen Inhaber von Depotaktien, durch ein Mitglied eines Gesellschaftsorgans oder durch eine von der Gesellschaft bestellte unabhängige Person vertreten lassen.

Die Statuten von Givaudan AG richten sich nach den in der Schweiz gesetzlich vorgeschriebenen Mehrheitsregeln für Beschlussfassungen auf Hauptversammlungen.

Mit Stimmrecht eingetragene Aktionäre werden spätestens 20 Tage vor dem Versammlungsdatum durch Briefpost und durch Publikation im offiziellen Schweizerischen Handelsblatt zur Hauptversammlung eingeladen. Aktionäre, die Aktien im Nennwert von mindestens einer Million Schweizer Franken

vertreten, können spätestens 45 Tage vor der Hauptversammlung ein Begehren zur Aufnahme eines Punktes auf die Tagesordnung einreichen, wobei der begehrte Punkt und die Vorschläge darzulegen sind.

Zur nächsten ordentlichen Hauptversammlung, die am 30. März 2007 stattfindet, werden alle Aktionäre eingeladen, die an dem in der Einladung genannten Datum als stimmberechtigte Aktionäre im Aktienregister eingetragen sind. Das betreffende genannte Datum liegt etwa zwei Wochen vor der Hauptversammlung.

## Kontrollwechsel und Abwehrmassnahmen

Die Statuten der Givaudan AG enthalten keine Bestimmungen zum Opting-out oder Opting-up. Es gelten die gesetzlichen Bestimmungen, nach denen jedermann, der mehr als 33<sup>1/3</sup>% der Stimmrechte einer kotierten Gesellschaft erwirbt, zur Unterbreitung eines öffentlichen Kaufangebots für sämtliche an der Schweizer Börse (SWX) zum Handel zugelassenen Wertpapiere dieser Gesellschaft verpflichtet ist.

Im Falle eines Kontrollwechsels werden alle von der Gesellschaft an Verwaltungsratsmitglieder eingeräumten Aktienoptionen sofort freigegeben. Die an insgesamt 203 Mitarbeiter eingeräumten Optionen gelten als ausgeübt und berechtigen diese Mitarbeiter zum höheren Wert entweder des Betrags in Höhe des vierfachen Werts zum Einräumungsdatum oder des Marktwerts zum Zeitpunkt des Kontrollwechsels. Im Falle eines vom Verwaltungsrat nicht genehmigten Kontrollwechsels haben die Mitglieder der Konzernleitung und einer Gruppe von 23 weiteren Exekutiven zudem Anrecht auf eine Entschädigung in Höhe von zwei Jahresgehältern.

## Interne Revision

Bei der internen Konzernrevision handelt es sich um eine unabhängige und objektive Konzernfunktion, die die Geschäftsleitung bei der Erreichung ihrer Ziele unterstützen soll. Sinn und Zweck der internen Revision ist die Evaluierung und Verbesserung der Risikomanagement- und Kontrollsysteme des Unternehmens. Dies heisst insbesondere Analyse und Bewertung der Effizienz von Geschäftsprozessen und Empfehlungen zu eventuell notwendigen Anpassungen.

Es handelt sich dabei um eine geschäftsprozessorientierte Revision, die sowohl für die Landesgesellschaften als auch für die Geschäftsleitung des Konzerns nutzbringende Ergebnisse liefert. Effiziente Kommunikation und Berichterstattung gewährleisten eine effektive Umsetzung der Revisionsempfehlungen.

Die interne Revision ist dem Prüfungsausschuss des Verwaltungsrates unterstellt. Die interne Revision wird seit dem Jahr 2000 von Jean-Pierre Wirtz geleitet. Bei Sonderprüfungen von Konzerngesellschaften wird die interne Revision von Mitarbeitern von Ernst & Young unterstützt.

Im Jahr 2006 nahm die interne Konzernrevision an vier Sitzungen des Prüfungsausschusses und an einer Sitzung des Verwaltungsrates teil.

## Externe Revision – Revisionstelle

PricewaterhouseCoopers SA (PwC) übt seit der Abspaltung von Roche im Jahr 2000 weltweit das Revisionsmandat für den Givaudan-Konzern aus. Leitender Revisor seit dem Jahr 2000 ist Ralph R. Reinertsen, Partner. Seine Amtszeit endet mit der Revision des Jahres 2006.

Die an PricewaterhouseCoopers SA entrichteten Revisionshonorare für erbrachte Dienstleistungen in Verbindung mit der Prüfung der konsolidierten Jahresrechnung des Konzerns für das Jahr 2006 beliefen sich auf CHF 2.6 Millionen. Dieser Betrag enthält auch Honorare für die Prüfung der Abschlüsse von Givaudan AG und ihrer Tochtergesellschaften sowie für die Prüfung der konsolidierten Jahresrechnung.

Ausserdem erbrachte PricewaterhouseCoopers SA im Jahr 2006 weitere Dienstleistungen in Höhe von CHF 0.4 Millionen (hauptsächlich in Verbindung mit Steuerfragen).

Der Revisor legt das Prüfungsergebnis am Ende jedes Berichtsjahres dem Prüfungsausschuss unmittelbar vor. Der Prüfungsausschuss ist auch für die Evaluierung der Leistung von PricewaterhouseCoopers als externer Revisor verantwortlich. Ausserdem überprüft und genehmigt der Ausschuss die Entlohnung von PwC, und er bewertet und genehmigt sonstige vom externen Revisor erbrachte Leistungen. Im Jahr 2006 nahm PricewaterhouseCoopers an drei Sitzungen des Prüfungsausschusses des Verwaltungsrates teil. Der Prüfungsumfang ist in einem vom gesamten Verwaltungsrat genehmigten Auftragsbestätigungsschreiben vorgegeben.

## Informationspolitik

Givaudans Grundsätze der Offenlegung und Transparenz sind auf der Website von Givaudan ausführlich dargelegt unter:  
[www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) – [ investors ] – [ corporate governance ] – [ policies ]

Gedruckte Ausgaben von Unternehmenspublikationen wie Geschäftsbericht, Halbjahresbericht und Umwelt- und Sicherheitsbericht sind auf Anfrage erhältlich. Sie stehen auch zum Herunterladen auf der Website von Givaudan zur Verfügung:  
[www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) – [ investors ] – [ financial results ] und [ full & half year reports ]

### *Weitere wichtige Website-Pfade*

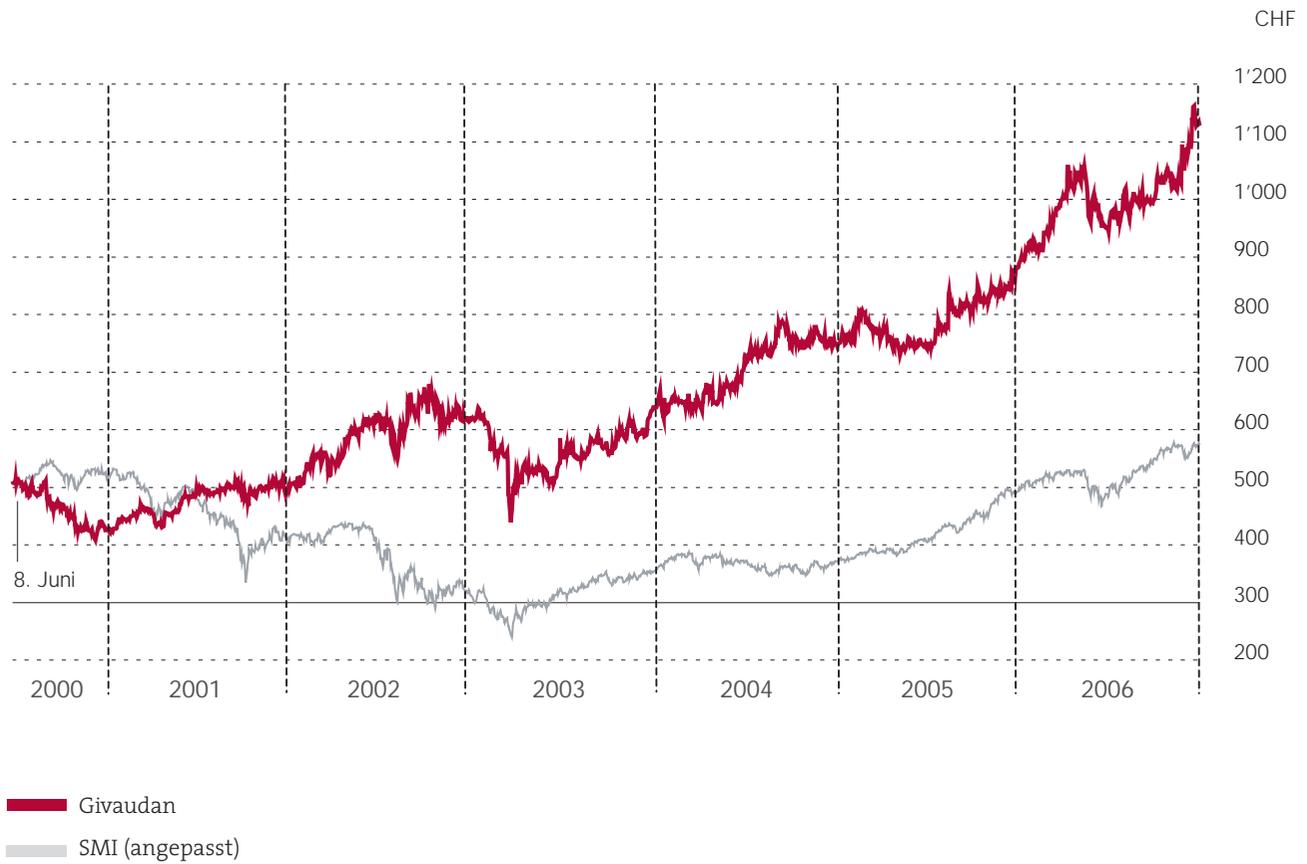
Quartalsumsatzinformationen und andere Pressemitteilungen:  
[www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) – [ media ] – [ media releases ]

Veranstaltungskalender:  
[www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) – [ investors ] – [ investor information ] – [ calendar ]

Statuten:  
[www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) – [ our company ] – [ corporate publications ]

## Givaudan-Namenaktien

Kursentwicklung seit Börsenkotierung



Givaudan Aktien werden an der virt-x gehandelt, Tickersymbol 1064593.



## Finanzteil



Huo Guo heisst auf Chinesisch "Feuertopf". Dieses äusserst beliebte Gericht ist unter dem Namen "Hot Pot" oder "Steamboat" allgemein bekannt. Westliche Sprachen wie Französisch, Deutsch und Englisch bezeichnen es auch als "Chinesisches Fondue". Huo Guo ist, ähnlich wie Fondue, ein geselliges Gericht, das aus der Mongolei stammt und das heute in ganz Ostasien auf die verschiedensten Arten gegessen wird. Dabei wird ein grosser Topf mit heisser Brühe in die Mitte des Tisches gestellt. Während dieser vor sich hin köchelt, tauchen die Umsitzenden typische Hot-Pot-Zutaten wie dünne Fleischscheiben, Blattgemüse, Pilze, Wontons, Eiklösschen und Meeresfrüchte in den Topf, bis sie gar sind. Dazu werden manchmal auch Sossen und Dips gereicht. Am Ende wird auch noch die schmackhafte Brühe verzehrt.

Die chinesische Form des Hot Pot stammt ursprünglich aus Nordchina und der Mongolei. Damals kochten die mongolischen Nomaden ihr Fleisch und Gemüse in einem Topf über der Glut eines Lagerfeuers. Man sagt, sie hätten die Tradition erfunden, Fleisch in dünne Scheiben zu schneiden, da sie es auf diese Weise schneller garen und wertvolles Feuerholz sparen konnten. Dieser Brauch gelangte während der Tang-Dynastie auch nach Südchina. Später ergänzten die Nomaden aus dem Norden, die sich in China niedergelassen

hatten, den Hot Pot noch durch weitere Fleischsorten, während im Süden auch Meeresfrüchte als Zutaten verwendet wurden. In der Qing-Dynastie wurde der Hot Pot fast in ganz China populär. In den heutigen modernen Haushalten, besonders in den Grossstädten, wird der Hot Pot bzw. das Steamboat nicht mehr durch Kohle, sondern durch Elektrizität oder Gas erhitzt.

Besonders berühmt ist die Hot Pot-Tradition in der Provinz Sichuan, wo man eine ganz eigene Version entwickelt hat. Die Städte Chengdu und Chongqing sind dafür besonders berühmt – zur besseren Unterscheidung heisst das beliebte Gericht dort Sichuan Hot Pot oder auch Si Chuan Huo Guo. Eine der populärsten Varianten des Si Chuan Huo Guo ist der Sichuan Ma La Hot Pot. "Ma La" heisst "gefühllos und scharf", was darauf zurückgeht, dass dem Gericht ein spezielles Gewürz beigefügt wird, das die Geschmacksnerven betäuben soll – der Hua Jiao oder auch Sichuan-Pfeffer.

Zu diesem Hot Pot werden üblicherweise viele verschiedene Sorten Fleisch gereicht. Givaudan hat den Sichuan Hot Pot und insbesondere den Sichuan-Pfeffer ausgiebig erforscht und dabei interessante Ingredienzien für die verschiedensten Geschmacksanwendungen herauskristallisiert.

# Finanzübersicht

Dieser Abschnitt enthält lediglich eine Zusammenfassung der Finanzinformationen. Sollten weitere Informationen gewünscht werden, so wird der Leser auf den separaten Finanzbericht verwiesen, der die vollständigen Jahresrechnungen und Offenlegungen enthält.

## Betriebsergebnis

In einem zunehmend anspruchsvolleren Marktumfeld erzielte Givaudan im Jahr 2006 wiederum ein solides Betriebsergebnis, insbesondere im Vergleich zum starken Ergebnis des Vorjahres.

Der Umsatz stieg um 4,7% in Schweizer Franken und um 3,5% in Lokalwährungen. In beiden Divisionen wurden wiederum Standard-Ingredienzien mit niedrigem Mehrwert aus dem jeweiligen Produktportfolio entfernt. Unter Ausklammerung dieses Rationalisierungseffektes stieg der Umsatz um 4,9% in Lokalwährungen.

Der Bruttogewinn verbesserte sich um 5,7% auf CHF 1'436 Millionen, was einer Bruttomarge von 49,4% entspricht, im Vergleich zu 48,9% für das Vorjahr. Trotz gestiegener Kosten für mehrere Rohstoffe konnte das Margenniveau dank einem verbesserten Produktemix, ausgewählter Preiserhöhungen sowie disziplinierter Kostenkontrolle und Effizienzverbesserungen gehalten werden.

Wie am 4. August 2006 mitgeteilt, erzielte Givaudan eine vollständige und rechtsgültige aussergerichtliche Einigung mit 51 Klägern im Zusammenhang mit den Butteraromen-Gerichtsfällen in den USA. Der dafür in der Erfolgsrechnung 2006 ausgewiesene Nettoaufwand belief sich auf CHF 44 Millionen. Über einen Betrag von ungefähr CHF 24 Millionen (USD 20 Millionen) wird zur Zeit noch mit Versicherungsgesellschaften verhandelt, und Givaudan treibt die Einbringung dieser Summe weiter voran.

Der Betriebsergebnis für 2006 blieb auf dem für 2005 verzeichneten Niveau. Auf vergleichbarer Basis (d. h. unter Ausschluss der Wertverminderungen von langlebigen

Vermögenswerten im Zusammenhang mit angekündigten Betriebsschliessungen in 2005 und von Restrukturierungskosten sowie Wertverminderungen von langlebigen Vermögenswerten im Zusammenhang mit Betriebsschliessungen, eines einmaligen Gewinnes aus Landverkauf und des Nettoaufwandes für die Butteraromen-Gerichtsfälle in 2006) stieg der Betriebsergebnis jedoch um 3,0%. Die auf vergleichbarer Basis ausgewiesenen EBIT- und EBITDA-Margen waren leicht rückläufig auf 18,9% bzw. 22,7%.

## Projekt "Outlook"

Das strategische Projekt "Outlook", dessen Ziel es ist, die Unternehmensabläufe mittels einer einheitlichen, integrierten Informationssystem-Plattform in den Bereichen Supply Chain, Registrierung und Finanzen weltweit zu harmonisieren, begann im September 2006 und verläuft planmässig. Damit wird Givaudan in der Lage sein, eine integrierte Betriebsarchitektur aufzubauen, die besten Prozesse weiterzuentwickeln und operative Effizienzgewinne zu erzielen.

## Finanzergebnis und Steuern

Der Nettofinanzaufwand sank 2006 um CHF 20 Millionen auf CHF 6 Millionen, vorwiegend aufgrund des tieferen Zinsaufwands sowie realisierten und nicht realisierten Nettogewinnen bei einigen Derivaten im Zusammenhang mit Absicherungstransaktionen.

Der durchschnittliche erwartete Steuersatz betrug wie im Vorjahr 19,0%. Der effektive Steuersatz betrug 2006 19,0% im Vergleich zu 16,0% für 2005. Letzterer wurde jedoch von einem einmaligen positiven Steuereffekt in Höhe von CHF 13 Millionen beeinflusst.

Der Nettogewinn nach Steuern stieg um 1,5% auf CHF 412 Millionen, was 14,2% des Umsatzes darstellt. Infolge des Nettogewinnanstiegs und der geringeren Durchschnittszahl der sich im Umlauf befindlichen Aktien stieg der Gewinn je Aktie um 3,6% auf CHF 58,62.

## Cashflow

Givaudan erzielte wiederum einen soliden Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit von CHF 449 Millionen, der CHF 53 Millionen niedriger war als 2005, insbesondere aufgrund von geleisteten Zahlungen im Zusammenhang mit den Butteraromen-Gerichtsfällen. Die gesamten Nettoinvestitionen in Sach- und immaterielle Anlagen von CHF 142 Millionen blieben stabil und führten zu einem operativen Cashflow nach Investitionen von CHF 307 Millionen.

Im Jahr 2006 zahlte Givaudan seinen Aktionären CHF 126 Millionen in Form einer Dividende aus.

## Konzernbilanz

Die Konzernbilanz von Givaudan war weiterhin solid. Zum Jahresende 2006 erreichte das Eigenkapital einen Anteil von 59% der Bilanzsumme gegenüber 54% zum Jahresende 2005. Aufgrund von niedrigeren Schulden, insbesondere infolge von Wechselkursänderungen, und erhöhten Barmitteln, insbesondere infolge der Aktienverkäufe aus dem dritten Aktienrückkaufprogramm, verringerten sich die Nettoschulden von CHF 618 Millionen auf CHF 479 Millionen.

## Zusammengefasste konsolidierte Bilanz per 31. Dezember

<i>in Millionen CHF</i>	2006	2005
Umlaufvermögen	1'920	1'723
Anlagevermögen	2'780	2'793
▶ Total Aktiven	4'700	4'516
Kurzfristiges Fremdkapital	619	763
Langfristiges Fremdkapital	1'285	1'316
▶ Total Verbindlichkeiten	1'904	2'079
Aktienkapital	72	74
Bilanzgewinn, Reserven und übrige Eigenkapitalposten	2'721	2'361
Minderheitsanteile	3	2
▶ Eigenkapital	2'796	2'437
▶ Total Passiven	4'700	4'516

## Zusammengefasste konsolidierte Mittelflussrechnung für das am 31. Dezember abgeschlossene Geschäftsjahr

<i>in Millionen CHF</i>	2006	2005
▶ Geldzufluss (-abfluss) aus Geschäftstätigkeit	449	502
▶ Geldzufluss (-abfluss) aus Finanzierungstätigkeit	(191)	(548)
▶ Geldzufluss (-abfluss) aus Investitionstätigkeit	(122)	(138)
Währungsumrechnungsdifferenzen auf flüssigen Mitteln	(1)	14
Zunahme (Abnahme) der flüssigen Mittel	135	(170)
Flüssige Mittel am Anfang des Jahres	289	459
▶ Flüssige Mittel am Ende des Jahres	424	289

# Givaudan weltweit

## ARGENTINIEN

Givaudan Argentina SA  
San Lorenzo 4759  
Esquina Ave Mitre  
(B1605EIO) Munro Prov.  
Buenos Aires

## AUSTRALIEN

Givaudan Australia Pty Ltd  
9, Carolyn Street  
P.O. Box 6125  
Silverwater N.S.W 2128

Givaudan Australia Pty Ltd  
Unit 36, 5 Inglewood Place  
Baulkham Hills N.S.W 2153

## BERMUDA

Givaudan International Ltd  
Hamilton  
FF Holdings (Bermuda) Ltd  
Hamilton  
FF Insurance Ltd  
Hamilton

## BRASILIEN

Givaudan do Brasil Ltda  
Av. Engenheiro Billings, 2185  
Jaguará, São Paulo  
SP - CEP 05321-010

## CHILE

Givaudan Chile Ltda  
Luis Rodriguez Velasco 4717,  
oficina 212  
Las Condes, Santiago

## CHINA

### Aromen & Riechstoffe - Kreation Verkauf & Produktion

Shanghai Givaudan Ltd  
298 Li Shi Zhen Road  
Zhang Jiang High-Tech Park  
Pu Dong New Area  
Shanghai 201203

Givaudan Flavors (Shanghai) Ltd  
N° 668 Jin Ye Road  
Jin Qiao Export Area  
Pu Dong New Area 201201  
Shanghai

Givaudan Specialties (Shanghai) Ltd  
N° 111 North Lianhe Road,  
Shanghai Chemical Industrial  
Zone Fengxian Sub Zone

### Aromen & Riechstoffe - Verkauf

Shanghai Givaudan Ltd  
Guangzhou Branch  
17/A, Yin Zheng Mansion  
338 Huan Shi East Road  
Guangzhou 510060

Givaudan Flavors (Shanghai) Ltd  
Guangzhou Branch  
17/B, Yin Zheng Mansion  
338 Huan Shi East Road  
Guangzhou 510060

Givaudan Flavors (Shanghai) Ltd  
Beijing Branch  
Unit 1201-1204 Tower A,  
Beijing Kelun Building  
12A Guanghua Road,  
Chaoyang District  
Beijing 100020

Givaudan Hong Kong Ltd  
17A, Lippo Leighton Tower  
103-109 Leighton Road  
Causeway Bay  
Hong Kong

## DÄNEMARK

Givaudan Scandinavia A/S  
Gøngehusvej 280  
2970 Hørsholm

## DEUTSCHLAND

**Aromen**  
Givaudan Deutschland GmbH  
Giselherstrasse 11  
44319 Dortmund

### Riechstoffe

Givaudan Deutschland GmbH  
Lehmweg 17  
20251 Hamburg

## ECUADOR

Givaudan Ecuador SA  
Kennedy Norte, Avenida Francisco de Orellana,  
Oficina N° 605, Piso 6 Torre B  
del Edificio World Trade Center  
Guayaquil

## FINNLAND (ESTLAND, LITAUEN, LETTLAND)

Givaudan Suisse SA Branch in Finland  
Kauppakartanonkatu 7 A 44  
00930 Helsinki

## FRANKREICH

Givaudan Participation SAS  
55, Voie des Bans, B.P. 24  
95102 Argenteuil

### Aromen

Givaudan France Arômes SAS  
55, Voie des Bans, B.P. 24  
95102 Argenteuil

### Riechstoffe - Verkauf & Produktion

Givaudan France Fragrances SAS  
55, Voie des Bans, B.P. 24  
95102 Argenteuil

### Luxusparfümerie - Kreation

Givaudan France Fragrances SAS  
46, avenue Kleber  
75116 Paris

### Riechstoffe - Kreation

Givaudan France Fragrances SAS  
19-23, Voie des Bans, B.P. 98  
95102 Argenteuil

### Riechstoffe - Produktion

Givaudan France Fragrances SAS  
62, rue Paul Cazeneuve, B.P. 8236  
69355 Lyon

## INDIEN

**Aromen & Riechstoffe - Verkauf**  
Givaudan (India) Pvt Ltd  
Bonanza "A" Wing, 402-412  
Sahar Plaza Complex  
M.V. Road  
Andheri East  
Mumbai 400 059

### Riechstoffe - Kreation

Givaudan (India) Pvt Ltd  
13th Floor  
Prestige Meridian 1  
# 29 M. G. Road  
Bangalore 560 001

### Aromen & Riechstoffe - Produktion

Vinarom Pvt Ltd  
Plot No.26, 2nd Cross  
Jigani Industrial Area  
Jigani 562 106  
Anekal Taluk, Karnataka State

## INDONESIEN

PT Givaudan Indonesia  
S. Widjojo Centre 6th Floor  
JI Jendral Sudirman 71  
Jakarta 12190

## ITALIEN

Givaudan Italia SpA  
Via XI Febbraio, 99  
20090 Vimodrone, Mailand

## JAPAN

Givaudan Japan KK  
3-23 Shimomeguro 2-chome  
Meguro-ku  
Tokyo 153-0064

Givaudan Japan KK  
Meguro Toho Building, 3/F  
1-7 Kamiosaki 3-chome  
Shinagawa-ku  
Tokyo 141-0021

### Aromen - Produktion

Givaudan Japan KK  
3056, Kuno  
Fukuroi-Shi  
Shizuoka 437-0061

## KOLUMBIEN

Givaudan Colombia SA  
Carrera 99 No 25G-40  
151196 Bogota DC  
Bogota, Colombia

## KANADA

Givaudan Canada Co.  
2400 Matheson Boulevard, East  
Mississauga, Ontario  
L4W – 5G9

## MALAYSIA

Givaudan Malaysia Sdn Bhd  
A-901 Menara 1, Kelana Brem Towers  
Jalan SS 7/15 (Jalan Stadium)  
47301 Petaling Jaya  
Selangor Darul Ehsan

## MEXIKO

**Aromen**  
Givaudan de Mexico SA de CV  
Eje Norte-Sur N° 11, CIVAC  
62500 Jiutepec, Morelos

### Riechstoffe

Givaudan de Mexico SA de CV  
Avenida Paseo de la Reforma No. 2620, piso 9  
Edificio Reforma Plus Col. Lomas Atlas  
11950, D.F.

## NIEDERLANDE

Givaudan Nederland BV  
Nijverheidsweg 60  
P.O. Box 414  
3770 AK Barneveld

## ÖSTERREICH

Givaudan Austria GmbH  
Twin Tower Vienna  
Wienerbergstrasse 11, 1810 Wien

## PERU

Givaudan Perú SAC  
Av. Victor Andrés Belaunde 147  
Centro Empresarial Real.  
Torre Real 6. Of. 203  
San Isidro Lima

**PHILIPPINEN**  
 Givaudan Singapore Pte Ltd  
 Philippines Regional Headquarters  
 3/F, Roche Building  
 2252 Don Chino Roces Avenue  
 1231 Makati City, Metro Manila

**POLEN**  
 Givaudan Polska Sp z o o  
 Ul Podchorazych 83  
 00-722 Warszawa

**RUSSLAND**  
 Givaudan Schweiz AG  
 Representative Office in Moscow  
 Riverside Towers Business Centre, 8th floor  
 Kosmodamianskaya nab. 52/1  
 115054 Moskau

**SCHWEIZ**  
**Hauptsitz**  
 Givaudan AG  
 Chemin de la Parfumerie 5  
 1214 Vernier

Givaudan International AG  
 Chemin de la Parfumerie 5  
 1214 Vernier

Givaudan Finance AG  
 Chemin de la Parfumerie 5  
 1214 Vernier

**Riechstoffe**  
 Givaudan Suisse AG  
 Chemin de la Parfumerie 5  
 1214 Vernier

**Aromen - Kreation, Verkauf & Produktion**  
 Givaudan Schweiz AG  
 Ueberlandstrasse 138  
 8600 Dübendorf

**Riechstoffe - Forschung**  
 Givaudan Schweiz AG  
 Ueberlandstrasse 138  
 8600 Dübendorf

**Aromen**  
 Givaudan Schweiz AG  
 8310 Kempththal

**SINGAPUR**  
 Givaudan Singapore Pte Ltd  
 1 Woodlands Avenue 8  
 Singapur 738972

**SPANIEN**  
 Givaudan Ibérica, SA  
 Pla d'en Battle s/n,  
 08470 Sant Celoni,  
 Barcelona

Givaudan Ibérica, SA  
 Colquide, 6  
 Edificio Prisma I, 2ª Planta  
 28230 Las Rozas  
 Madrid

**Riechstoffe - Kreation**  
 Givaudan Ibérica, SA  
 Edificio Géminis, Bloque B 1º 2º  
 Parque de Noegocios Mas Blau  
 08820 El Prat de Llobregat, Barcelona

**SÜDAFRIKA**  
 Givaudan South Africa (Pty) Ltd  
 51A Galaxy Avenue  
 Linbro Business Park  
 Frankenwald  
 Sandton 2065

**SÜDKOREA**  
 Givaudan Korea Ltd  
 31/F, The MMAA Bldg  
 467-12 Dogok-Dong  
 Gangnam-Gu, Seul 135-270

**TAIWAN**  
 Givaudan Singapore Pte Ltd  
 Taiwan Branch Office  
 7/F N° 303, Sec. 4  
 Hsin Yi Road, Taipei

**THAILAND**  
 Givaudan (Thailand) Ltd  
 93/1 GPF Witthayu Building  
 8th Floor, Tower B  
 Wireless Road, Lumpini  
 Pathumwan,  
 Bangkok 10330

**TSCHECHISCHE REPUBLIK (und SLOWAKEI)**  
 Givaudan CR, sro  
 Klimentska 10  
 110 00 Praha 7

**TÜRKEI**  
 Givaudan Aroma ve  
 Esans Sanayi ve Ticaret Ltd. Sti.  
 Ebulula Cad. Lale Sok.  
 Park Maya Sitesi Barclay 19A D:6-7  
 Akatlar, Istanbul

**UKRAINE**  
 Givaudan Suisse SA  
 Representative Office in Ukraine  
 Pimonenko Str. 13, 6B/18  
 Kiev Ukraine 04050

**UNGARN**  
 Givaudan Schweiz AG  
 Hungary Commercial Representative Office  
 Frankel Leo út 20.1.2  
 1027 Budapest

**VENEZUELA**  
 Givaudan Venezuela SA  
 Calle Veracruz con calle Cali – Torre ABA  
 Piso 8, oficina 8A  
 Las Mercedes  
 1080 Caracas, Venezuela

**VEREINIGTE ARABISCHE EMIRATE**  
 Givaudan Suisse SA  
 Representative Office in Dubai  
 Gulf Towers - 901-902  
 P.O. Box 33170  
 Dubai

**VEREINIGTES KÖNIGREICH**  
**Aromen**  
 Givaudan UK Ltd  
 Chippenham Drive  
 Kington  
 Milton Keynes, MK10 OAE

**Riechstoffe**  
 Givaudan UK Ltd  
 Magna House  
 76-80 Church Street  
 Staines, Middx. TW18 4XR

**VEREINIGTE STAATEN**  
 Givaudan United States, Inc.  
 Corporation Trust Center  
 1201 Orange Street  
 Wilmington, DE 19801

**Aromen - Kreation & Verkauf**  
 Givaudan Flavors Corporation  
 1199 Edison Drive  
 Cincinnati, OH 45216

**Aromen - Forschung**  
 Givaudan Flavors Corporation  
 1199 Edison Drive  
 Cincinnati, OH 45216

**Aromen - Produktion**  
 Givaudan Flavors Corporation  
 110 E. 69th Street  
 Cincinnati, OH 45216

Givaudan Flavors Corporation  
 9500 Sam Neace Drive  
 Florence, KY 41042

Givaudan Flavors Corporation  
 Merry Lane  
 East Hanover, NJ 07936

Givaudan Flavors Corporation  
 4705 U.S. Highway 92 East  
 Lakeland, FL 33801-3255

Givaudan Flavors, Inc.  
 231 Rock Industrial Park Drive  
 Bridgeton, MO 63044

Givaudan Flavors Corporation  
 63, Boardmann Road  
 New Milford, CT 06776

International Bioflavors, Inc.  
 1730, Executive Drive  
 Oconomowoc, WI 53066

**Riechstoffe - Kreation**  
 Givaudan Fragrances Corporation  
 1775 Windsor Road  
 Teaneck, NJ 07666

**Luxusparfümerie - Kreation**  
 Givaudan Fragrances Corporation  
 40 West 57th St. 11th floor  
 New York, NY 10019

**Riechstoffe - Produktion**  
 Givaudan Fragrances Corporation  
 International Trade Center  
 300 Waterloo Valley Road  
 Mount Olive, NJ 07828

**VIETNAM**  
 Givaudan Singapore Pte Ltd  
 Vietnam Representative Office  
 Glay Viet Plaza, 5th Floor  
 180-182 Ly Chinh Thang St.,  
 District 03,  
 Ho Chi Minh City

Finanzen / Dienstleistungen  
 Verkauf  
 Kreation / Applikation  
 Produktion

# Kontaktadresse

## Givaudan AG

Chemin de la Parfumerie 5  
CH – 1214 Vernier, Schweiz  
T +41 22 780 91 11  
F + 41 22 780 91 50  
www.givaudan.com

# Impressum

## Fotografien

Jiang Shengsheng  
Photographer Shanghai

Peter Marlow  
Magnum

Dr h.c. Roman Kaiser  
Research Director, Givaudan

Willi Grab  
Flavours R&D, Givaudan

Xiaogen Yang  
Flavours R&D, Givaudan

Peter Wullschleger  
Head of Corporate Communications  
& Investor Relations, Givaudan

Magali Dauwalder  
Media Relations,  
Corporate Communications, Givaudan

Getty Images  
LWA

## Design und Satz

Latitudesign  
Nyon / Vaud, Schweiz

## Fotolithos

Scan Graphic snc  
Nyon / Vaud, Schweiz

## Druck

Courvoisier-Attinger  
Biel / Bern, Schweiz

Der Givaudan-Geschäftsbericht wird auf Deutsch, Englisch und Französisch publiziert

Der Givaudan "Financial Report" wird auf Englisch publiziert

Alle Markennamen sind rechtlich geschützt

Chlorfreies Papier – Gedruckt in der Schweiz

© Givaudan AG, 2007

## Florida-Wasser



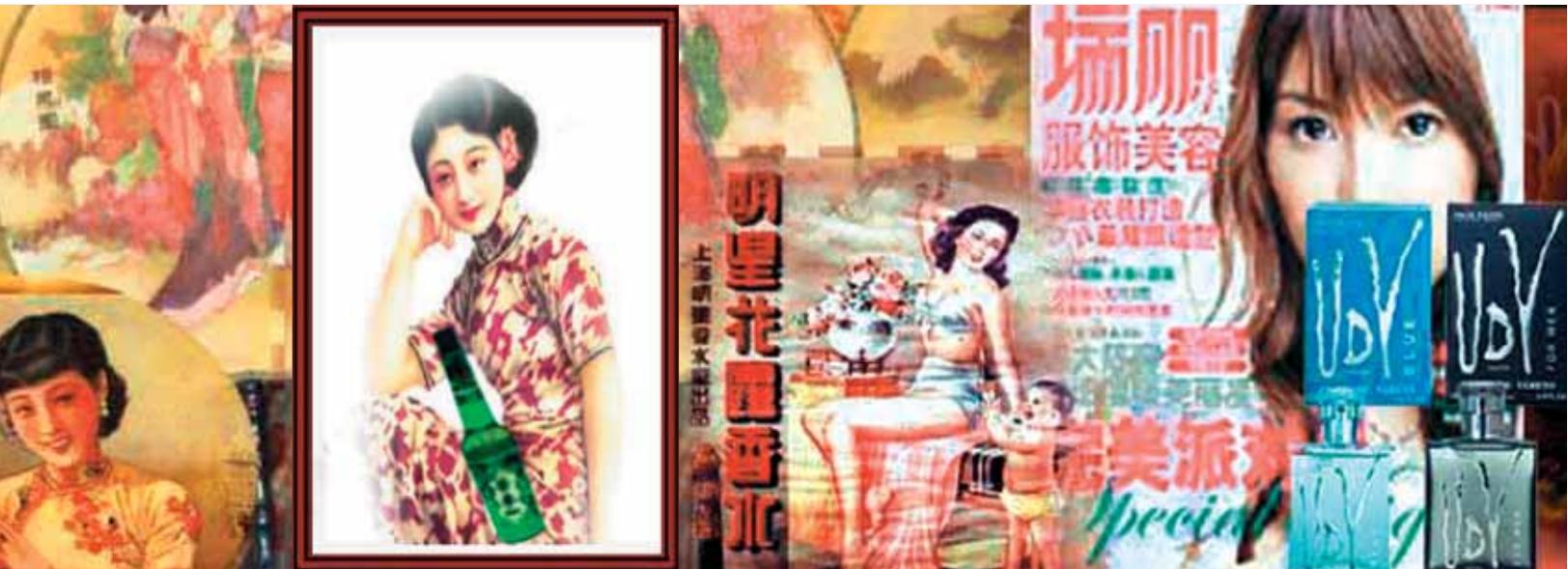
Chinesen bevorzugen eher dezente Düfte. Schon im 19. Jahrhundert benutzten sie auch westliche Parfüms wie zum Beispiel Florida-Wasser, das eines der beliebtesten und luxuriösesten Parfüms der damaligen Zeit darstellte. Es wurde zum charakteristischen Duft Chinas und findet auch heute noch als funktionales Produkt häufig Verwendung.

Der Name "Florida-Wasser" bezieht sich auf einen sagenumwobenen Jungbrunnen, der angeblich in Florida existiert. Tatsächlich stammte eines der ersten nach China importierten Florida-Wasser von Murray & Lanman, die das Eau de Cologne bereits 1808 in den USA auf den Markt brachten. Zwei Marken – "Two Girls" und "Murray & Lanman Florida Water Cologne" – wurden um 1905 in China eingeführt.

In den Zwanzigerjahren erschien dann die chinesische Marke "Ming Xing", was soviel wie "Star" oder "berühmte Persönlichkeit" bedeutet. Sie wurde ein grosser Erfolg.

Im Jahre 1990 kam das "Liushen Florida Water" auf den Markt, dessen kommerzielles Geheimnis auf einer Kombination aus chinesischer Medizin und Florida-Wasser beruht. Das traditionelle chinesische "Liu shen"-Rezept enthält hauptsächlich Perlpudding und Moschus und wird im Sommer als Hautkosmetikum gegen Juckreiz und Hitzebläschen verkauft. Das chinesische Florida-Wasser nennt sich "Hua Lu Shui", was wörtlich "Blütennektar-Wasser" bedeutet.

Seine Zusammensetzung – eine Mischung aus ätherischen Blütenölen auf Wasser-Alkohol-Basis – geht auf das 19. Jahrhundert zurück. Das chinesische Florida-Wasser unterscheidet sich im Geruch von der westlichen Variante, die nach Lavendel duftet. Da Lavendelöl in China nicht zur Verfügung stand und die importierten Öle zu teuer waren, verwendet man dort stattdessen Rosen- und Moschusöl. Die Palette an chinesischen Florida-Wässern wurde später noch durch andere einheimische Düfte erweitert. So ist zum Beispiel das Jasmin-Florida-Wasser noch heute sehr beliebt. Es spielt in dem Film



"Jasmine Women" (2003) mit der berühmten chinesischen Schauspielerin Ziyi Zhang eine entscheidende Rolle.

Florida-Wasser ist historisch und kulturell tief im olfaktorischen Gedächtnis der chinesischen Bevölkerung verankert. Darüber hinaus besitzt es vielfältige Anwendungsmöglichkeiten: Auf die Schläfen aufgetragen, wirkt es erfrischend und vitalisierend; als wohlriechender Badewasserzusatz entfaltet es besonders im Sommer seine antiseptische Wirkung gegen Hitzebläschen; es dient als Reinigungsmittel für die Bambusbettmatte, lindert den Juckreiz nach Mückenstichen, ist ein ausgezeichnete Luffterfrischer und verleiht als Beigabe zum Waschwasser der Wäsche einen angenehmen Duft.

Givaudan hat verschiedene Marktforschungsinstrumente entwickelt, um die Reaktionen der Konsumenten auf Riechstoffe zu erforschen, zu denen auch Parameter wie Erwartungen, Gewohnheiten, Einstellungen und Preisvorstellungen gehören. Diese Instrumente helfen den Parfümeuren dabei,

Veränderungen der Präferenzen im chinesischen Markt besser vorauszusehen und zu identifizieren. Sie gewähren einen sensorischen Einblick, der dazu beiträgt, die Entwicklung von Riechstoffen zu optimieren und so die immer neuen Wünsche der Konsumenten zu erfüllen.

Givaudan hat vor kurzem eine weltweite Umfrage zum olfaktorischen Gedächtnis durchgeführt. Dabei wurden 48 Düfte identifiziert, die für das olfaktorische Gedächtnis einer Nation relevant sind und die tief im Gedächtnis jedes einzelnen Konsumenten gespeichert sind. Florida-Wasser wurde als charakteristischer Duft der modernen Kultur Chinas identifiziert. Sensorische Intelligenz ist eine der vier Säulen von Givaudans Leading Sensory Innovation. Dahinter verbirgt sich ein gründliches Konsumentenverständnis, dem eine einzigartige Testmethodologie und Marktexpertise zugrunde liegt.





Givaudan AG

Chemin de la Parfumerie 5, CH-1214 Vernier, Schweiz

T +41 22 780 91 11 • F +41 22 780 91 50 • [www.givaudan.com](http://www.givaudan.com)