

## Результати 2010 року та четвертого кварталу

Рік успішних змін

Основні показники 2010 року

- Товарообіг зріс на 11,1% і склав 44,4 млрд. євро, 7,3% припало на валюту.
- Базове зростання об'єму продажів склало 5.8%. Базове зростання продажів склало 4.1% при базовому зростанні цін на 1.6%; протягом перших дев'яти місяців ціни залишалися стабільними та показали позитивну динаміку у 4 кварталі.
- Операційна маржа виросла на 20 базових пунктів – зі збільшенням інвестицій в рекламу та промо-заходів на 30 базових пунктів, за рахунок зростання валового доходу та зменшення непрямих витрат. Зростання маржі підкріплювалося за рахунок збережень у обсязі 1,4 млрд. євро.
- Обсяг грошового потоку у розмірі 3,4 млрд. євро відображає покращення динаміки у зростанні оборотного капіталу.
- Прибуток на акцію зріс на 25% і склав 1,46 євро.

Основні показники четвертого кварталу

- Базове зростання об'єму продажів у грошовому вираженні склало 5,1% - при збереженні базового зростання цін на попередньому рівні; позитивній динаміці ціноутворення.
- Операційна маржа до врахування заходів із реструктуризації, продажу бізнесів та інших одноразових угод знизилася на 20 базових пунктів. Зниження валової маржі визначалося, в першу чергу, збільшенням видатків на виробництво. Знизилися затрати на рекламу і промо-акції, непрямі затрати зросли через поетапний розподіл коштів протягом кварталу.

Пол Полман, Головний посадовець:

"Ми задоволені позитивними результатами ще одного успішного року, у якому ми досягли, окрім ключових пріоритетів, подальшої позитивної трансформації компанії Unilever. Ми забезпечили високі темпи зростання обсягу продажів, особливо на ринках, що розвиваються, які, як і раніше, залишаються «двигуном» економічного зростання для компанії. Ми забезпечили присутність у всіх регіонах завдяки впровадженню інновації, значному збільшенню маркетингових інвестицій та виходу наших брендів на нові ринки.

У той же час, ми досягли збільшення маржі операційного прибутку через посилення програми економії, зниження непрямих витрат та посиленню ефективності. Це, у поєднанні з відмінним управлінням оборотним капіталом, дозволило нам зміцнити грошові потоки.

Unilever сьогодні є більш гнучкою та конкурентоздатною компанією. Ми, як і раніше, зосереджені на якнайкращому обслуговуванні наших споживачів та створенню умов для довгострокового розвитку наших брендів. Незважаючи на гостру конкуренцію і

повернення до волатильності товарних цін, наші цілі не змінилися: прибуткове зростання обсягу продажів, показники якого перевищуватимуть середньоринкові, зростання присутності на ринках, стає поліпшення маржі операційного прибутку та сильні грошові потоки".

Четвертий квартал 2010		Основні показники (неаудовані) (за поточним обмінним курсом)	2010 рік	
10 819	+12,0%	Товарообіг (млн. євро)	44 262	+11,1%
+5,1%		Загальне зростання об'єму продажів*	+4,1%	
1 461	+50%	Операційний прибуток (млн. євро)	6 339	+26%
1 042	+15%	Чистий прибуток (млн. євро)	4 598	+26%
0,33	+14%	Дохід на одну акцію (євро)	1,46	+25%
Проміжний дивіденд до оплати у березні 2011 - 0,208 євро на акцію				

(\*). Загальне зростання об'єму продажів та загальний операційний прибуток не є термінами, що відносяться до стандартів звітності GAAP.