



## РЕЗУЛЬТАТИ ЗА УВЕСЬ 2009 РІК І ЧЕТВЕРТИЙ КВАРТАЛ 2009 РОКУ ВПЕВНЕНЕ ЗРОСТАННЯ У СКЛАДНИХ УМОВАХ

### Основні показники за увесь рік

- **Загальне зростання об'єму продажів склало 3,5%.** Протягом року відбувалося прискорення темпів загального зростання об'єму продажів, що складало 2,3%, і в четвертому кварталі цей показник досяг 5,0%. Зростання об'єму продажів було відмічено у більшості наших основних категорій і на ринках більшості країн, що сприяло поступовому збільшенню частки ринку компанії у всіх регіонах.
- **Операційна маржа до врахування заходів по реструктуризації, продажу бізнесів та інших одноразових угод зросла на 20 базових пунктів.** Витрати на рекламу і промо-акції зросли на 80 базових пунктів. Зросту маржі сприяло підвищення ефективності і зниження витрат на 1,4 млрд. євро, як за рахунок зниження витрат у ряді поставок, так і за рахунок оптимізації організаційної структури.
- **Приплив грошових коштів від діяльності** виріс на 1,4 млрд. євро за рахунок значного покращення обігового капіталу, а також після збільшення на 0,5 млрд. євро відрахувань у пенсійні фонди.

### Основні показники четвертого кварталу

- **Загальне зростання об'єму продажів склало 1,8%,** а загальне зростання об'єму продажів, відзначений у багатьох категоріях і країнах, склав 5%. Негативна зміна показника базового зростання цін на -3.1% відображає зниження цін на сировину після різкого їх підвищення у 2008 році.
- **Операційна маржа до врахування заходів по реструктуризації, продажу бізнесів та інших одноразових угод виросла на 100 базових пунктів.** Витрати на рекламу і промо-акції зросли на 240 базових пунктів.
- **Операційний прибуток** у четвертому кварталі 2009 року враховує дохід від продажу бізнесів у розмірі 611 мільйонів євро до виплати податків.
- **Впевнене зростання виручки** продовжилось і в четвертому кварталі.

**Пол Полман, Головний посадовець:** «Нам вдалося досягти гарних результатів, незважаючи на складні умови на ринках. Упродовж усього року відбувалося зростання нашої частки у багатьох категоріях і на багатьох ринках. Завдяки якісним інноваціям і змінам у структурі затрат на рекламу і промо-акції, наші бренди стали сильнішими. Нам вдалося ще більше закріпити свої лідерські позиції на ринках, що розвиваються, і домогтися вражаючих результатів відновлення зростання об'єму продажів у Західній Європі. Наша компанія швидко розвивається у напрямку культури високих досягнень. Кожного дня ми оперативнo задовольняємо потреби 2 мільйонів споживачів.

Ми вважаємо, що тиск на купівельну спроможність споживачів збережеться, а конкуренція в 2010 посилиться. Ми продовжуємо приділяти ретельну увагу збільшенню об'єму продажів, що є головним двигуном стабільного створення цінностей, при збереженні щорічного стійкого зростання операційної маржі та виручки».

Четвертий квартал 2009 р.		<b>Основні показники (без аудиту)</b> (за поточним обмінним курсом, враховуючи GAAP міри, що не відносяться до поточних стандартів звітності, (відмічені*), див. пояснення на стор. 2)	Увесь 2009 р.	
9,659 972	(4.8)% 1.8 %	Товарообіг (млн. євро) Загальне зростання об'єму продажів *	39,823	(1.7)% 3.5 %
1,258 906	(33)% 4 %	Операційний прибуток (млн. євро) Операційний прибуток, до врахування заходів по реструктуризації, продажу бізнесів та інших одноразових угод (млн. євро)	5,020 5,888	(30)% 0 %
830 0.30	(24)% (3)%	Чистий прибуток (млн. євро) Чистий прибуток, до врахування заходів по реструктуризації, продажу бізнесів та інших одноразових угод * (млн. євро)	3,659 4,014	(31)% (6)%
0.27	(27)% (6)%	Дохід на одну акцію (євро) Дохід на одну акцію, до врахування заходів по реструктуризації, продажу бізнесів та інших одноразових угод * (євро)	1.21 1.33	(33)% (7)%

**Дивіденди:** Проміжний дивіденд за перший квартал 0,195 євро

4 лютого 2010 р.