



РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА ВЕСЬ 2010 ГОД И ЧЕТВЕРТЫЙ КВАРТАЛ 2010 ГОДА

Год удачных достижений и дальнейших преобразований

Основные показатели 2010 года

- **Товарооборот** вырос на 11,1% и составил 44,3 миллиарда евро, 7,3% пришлось на валюту.
- **Базовый рост объема продаж** составил 5,8%. Базовый рост продаж составил 4,1%, а базовый рост цен (1.6)%; в течение первых девяти месяцев цены оставались на стабильном уровне, и показали позитивную динамику в 4 квартале.
- **Операционная маржа до учета мероприятий по реструктуризации, продаже бизнесов и других единовременных сделок** выросла на 20 базовых пунктов на фоне увеличения затрат на рекламу и промо-акции до 30 базовых пунктов, за счет более высокой валовой прибыли и снижения косвенных издержек. Рост маржи укреплялся за счет сэкономленных средств в 1,4 миллиарда евро.
- Значительный **объем свободного денежного потока** в 3,4 млрд. евро отражает продолжающееся увеличение оборотного капитала.
- **Прибыль на акцию** выросла на 25% и составила 1,46 евро

Основные показатели 4 квартала 2010 года

- **Базовый рост объема продаж** составил 5,1%. Базовый рост продаж составил 5,1% при сохранении базового роста цен на прежнем уровне; отмечена позитивная динамика ценообразования.
- **Операционная маржа до учета мероприятий по реструктуризации, продаже бизнесов и других единовременных сделок** снизилась на 20 базовых пунктов. Снижение валовой маржи определялось в первую очередь увеличением издержек на производство. Снизились затраты на рекламу и промо-акции, косвенные затраты увеличились из-за поэтапного распределения в течение квартала.

Пол Полман, главное должностное лицо:

"Мы довольны результатами еще одного успешного года, в котором мы достигли всех поставленных целей и продолжили процесс преобразования компании Unilever. Мы обеспечили высокие темпы роста объема продаж, особенно на развивающихся рынках, которые по-прежнему являются двигателем экономического роста. Мы увеличили присутствие во всех регионах за счет внедрения инноваций, значительного увеличения маркетинговых инвестиций и выводу наших брендов на новые рынки. В то же время мы обеспечили увеличение прибыли за счет серьезной программы сбережений, снижения косвенных затрат и увеличению эффективности. Все это, в сочетании с отличным управлением оборотным капиталом, позволило нам обеспечить устойчивый объем свободного денежного потока.

Сегодня компания Unilever является более гибкой, уверенной в себе и более конкурентоспособной. Нашим приоритетом остается оказание услуг нашим потребителям и клиентам и долгосрочное процветание наших брендов. Несмотря на острую конкуренцию и возобновившиеся изменения товарной стоимости, наши цели остаются прежними: прибыльный рост объема продаж, показатели которого будут превышать среднерыночные, неуклонное и устойчивое увеличение базовой операционной прибыли и устойчивость денежного потока".

Четвертый квартал 2010		Основные показатели (неаудированные) (по текущему обменному курсу)	Весь 2010 год	
10,819	+12.0%		Товарооборот (млн. евро)	44,262
5.1%		Базовый рост объема продаж *	4.1%	
1,461	+50%	Операционная прибыль (млн. евро)	6,339	+26%
1,042	+15%	Чистая прибыль (млн. евро)	4,598	+26%
0.33	+14%	Доход на одну акцию (евро)	1.46	+25%

Квартальные дивиденды, выплачиваемые в марте 2011, - 0,208 евро за акцию

(*) базовый рост объема продаж и базовая операционная прибыль не являются терминами, относящимися к стандартам отчетности GAAP
3-е февраля 2011 г.