

РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА IV КВАРТАЛ И ВЕСЬ 2011 ГОД

УВЕРЕННЫЙ РОСТ ВОПРЕКИ СЛОЖНОЙ СИТУАЦИИ НА РЫНКАХ

Основные показатели 2011 года

- Опережающий темпы рынка базовый рост объема продаж составил 6,5%, базовый рост цен – 4,8%, рост продаж - 1,6%. 11,5% пришлось на развивающиеся рынки.
- Товарооборот вырос на 5,0% и составил 46,5 млрд. евро, несмотря на отрицательное влияние обменного курса валют (2,5%). Мероприятия по приобретению и отчуждению бизнесов оказали положительное влияние на рост товарооборота (1,2%).
- Затраты на рекламу и промо-акции составили 6,2 млрд. евро, из них около 150 млн. евро пришлось на продвижение сделок по приобретениям.
- Операционная маржа до учета мероприятий по реструктуризации, продаже бизнесов и других одновременных сделок снизилась на 10 базисных пунктов при одновременном сокращении непроизводительных издержек, за счет чего наблюдается снижение давления, которое испытывает валовая прибыль под влиянием роста на сырьевых рынках.
- Чистая прибыль на акцию возросла на 4%, объем свободного денежного потока составил 3,1 млрд. евро.

Основные показатели IV квартала 2011 года

- Базовый рост объема продаж составил 6,6%, базовый рост цен – 6,5%, рост продаж – 0,1%. В целом рост продаж примерно на 1% был достигнут благодаря опережающему росту объемов продаж в III квартале, предварившему успешное обновление системы SAP в регионе Северная Америка.

ГЛАВНОЕ ДОЛЖНОСТНОЕ ЛИЦО

«В 2011 году нам удалось достичь значительного прогресса на пути трансформирования Unilever в компанию, демонстрирующую устойчивый рост, несмотря на сложную ситуацию на рынках и беспрецедентное количество серьезных внешних вызовов. Мы продолжаем последовательную реализацию нашей стратегии, принимая правильные решения на долгосрочную перспективу, какими бы непростыми они ни казались в краткосрочной перспективе. Во всей нашей деятельности, будь то План устойчивого развития и улучшения качества жизни, запуск наших брендов на новых рынках, сопровождаемый соответствующим объемом инвестиций, или действия по снижению обременительных издержек в рамках нашей структуры, мы принимаем правильные решения с целью укрепления компании Unilever в долгосрочной перспективе.

Сейчас мы наблюдаем становление новой организации, и она уже приносит выгоду с точки зрения более четкой системы подотчетности, сосредоточенности на действии и более высокой скорости перехода к нему. Мы наблюдаем положительные результаты наших последних сделок по приобретению бизнесов, которые были оперативно интегрированы в нашу структуру. Речь идет о запуске продукции под брендом TRESemmé в Бразилии и под брендом Simple в США, что удалось сделать в течение 9 месяцев после закрытия сделки по приобретению Alberto Culver.

В целом положительные результаты нашей деятельности были достигнуты за счет выдающегося роста на развивающихся рынках и роста в категориях товаров по уходу за собой и товаров по уходу за домом. Мы осуществили масштабные инвестиции в наши бренды и завершили год с

позитивной инерцией. В категории продуктов питания, несмотря на то, что рост цен повлиял на объемы продаж, мы демонстрировали рост в соответствии с темпами рынка, и нам удалось получить долю на рынках во многих ключевых категориях нашего бизнеса.

Мы ожидаем, что внешние макроэкономические условия в 2012 году останутся сложными, производственные издержки будут расти, хотя и более медленными темпами, нежели в 2011 году. На фоне этих вызовов наша главная задача заключается в управлении нашими брендами в целях достижения долгосрочной стабильности нашего бизнеса, одновременно с этим достигая прибыльного роста объема продаж, опережая рост рынков в целом, стабильного и устойчивого повышения уровня операционной маржи и уверенный рост выручки».

Основные показатели (неаудированные) (по текущему обменному курсу)	Весь 2011 год	
Базовый рост объема продаж(*)	6,5%	
Товарооборот	46,467 млрд. евро	+5%
Операционная прибыль	6,433 млрд. евро	+1%
Чистая прибыль	4,623 млрд. евро	+1%
Чистая прибыль на акцию(*)	1,41 евро	+4%
Прибыль на обыкновенную акцию	1,46 евро	0%
Квартальные дивиденды, выплачиваемые в марте 2012 года - 0,225 евро за акцию		

(*)базовый рост объема продаж и чистая прибыль на акцию не являются терминами, относящимися к стандартам отчетности GAAP.