



## РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 2008 ГОД И КВАРТАЛ

Основные показатели (неаудированные)	2008 год	
	Товарооборот (в миллионах евро)	40 523
Операционная прибыль (в миллионах евро)	7 167	+ 37%
Чистая прибыль (в миллионах евро)	5 285	+ 28%
Доход на одну акцию (в евро)	1.79	+ 32%
Базовый рост объема продаж		+ 7.4%
Изменения маржи операционной прибыли (процентные пункты)		+ 0.1 п.п.

IV квартал 2008	
10 151	+ 3%
1 458	+ 33%
1 189	+ 51%
0.41	+ 61%
	+ 7.3%
	-0.7 п.п.

\* по текущему обменному курсу

Дивиденды	Номинальная стоимость (в евро)	рост	ОАО (в %)	рост
Конечные (планируемые)	0.51	+ 2%	40.19	+ 18%
Общие (промежуточные+конечные)	0.77	+ 3%	60.74	+ 19%

### ГОД УВЕРЕННОГО ПРОГРЕССА. БОЛЕЕ СИЛЬНЫЙ БИЗНЕС, ЛУЧШЕ ОТВЕЧАЮЩИЙ ОТКРЫВАЮЩИМСЯ ВОЗМОЖНОСТЯМ.

#### Основные показатели за весь год.

- Уверенный всесторонний рост на уровне 7.4% по всем категориям, за счет конъюнктуры рынков сбыта в целом и за счет роста цен в сочетании с увеличением маржи операционной прибыли;
- Более конкурентоспособная структура расходов: 1.1 млрд. евро экономии благодаря оптимизации системы производства и наращиванию эффективности организации;
- Рост инвестиций в наши бренды;
- Расходы на закупку сырья выросли на 2.7 млрд евро. Сильные позиции брендов позволили применить ценовую политику, которая покрыла возрастающие расходы. Остальное покрыла экономия.
- Портфель активов изменился в связи с продажей бизнеса мощных средств в Северной Америке, бизнесов оливкового масла Bourcin, Lawry's и Bertolli, а также приобретением бизнеса мороженого Inmarko;
- Доход от продажи бизнесов составил 2 190 млн. евро до уплаты налогов и 1 612 млн. евро после уплаты налогов. Доход на одну акцию составил 1.79 евро, в т.ч. 0.36 евро чистой прибыли от реструктуризации, продажи бизнесов и других статей.
- Устойчивый баланс. Выплаты акционерам в 2008 году составили 3.6 млрд. евро. Дивиденды будут расти, предполагается, что, начиная с 2010 года, они будут выплачиваться поквартально.

#### Ключевые показатели 4 квартала

- Базовый рост объема продаж составил 7,3%. Повышение цен достигло максимального уровня в квартале (свыше 9%). Все это, наряду с замедлением темпов роста экономики и снижением товарных запасов у розничных предприятий, привело к снижению объемов до 1.6 %.
- Снижение объемов, распределение дохода от продажи бизнесов, а также исключительный рост производственной себестоимости оказали влияние на маржу. Ослабление влияние производственных издержек ожидается после первого квартала 2009 года.
- Снижение объемов рекламы и промоакций в ответ на отпущенные цены на медианосители и сокращение расходов на эти статьи у конкурентов.

**Пол Полман, Главное должностное лицо:** «В 2008 году наш бизнес продолжал уверенно прогрессировать. Мы достигли роста оборота выше намеченных планов и, столкнувшись с беспрецедентным давлением производственных издержек, смогли сохранить нашу прибыль, быстро отреагировав на ситуацию ценовой политикой и программой снижения расходов. Изменения, которые были внедрены в течение последних нескольких лет, успели укрепить наш бизнес и создать хороший задел для того, чтобы мы могли справиться со всевозможными вызовами. До тех пор, пока это в нашей власти, нашим приоритетом будет ориентация, в первую очередь, на рост объемов. В то же время, мы постараемся сберечь нашу наличность и маржу, еще более активизируя наши программы снижения расходов. Делая это, мы верим, что сумеем выйти из текущего мирового кризиса еще более сильными и конкурентоспособными, чем были раньше.

Учитывая экономическую нестабильность, было бы неуместно на данном этапе говорить о какой-либо перспективе, в особенности в отношении ранее заявленных целей на 2009 или 2010 годы. Произнося это, я уверен в базовой силе нашего бизнеса и, в долгосрочной перспективе, ожидаю, что мы достигнем весьма высоких темпов конкурентоспособного роста и увеличения маржи».

05 февраля 2009 года