



РЕЗУЛЬТАТЫ ТРЕТЬЕГО КВАРТАЛА И ПЕРВЫХ ДЕВЯТИ МЕСЯЦЕВ 2009 Г. ПРОДОЛЖАЕТСЯ РОСТ ОБЪЕМОВ, ПРИБЫЛИ И ПРИТОКА ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ

Основные сведения третьего квартала

- Базовый рост объема продаж составил 3,4%. Рост объемов на 3,6%, все регионы показали положительные результаты.
- Валовая маржа выросла на 290 базовых пунктов за счет повышения эффективности и снижения затрат.
- Затраты на рекламу и промо-акции выросли на 130 базовых пунктов, в основном, за счет дополнительных рекламных акций, направленных на поддержку новых и существующих брендов. Накладные расходы выросли на 90 базовых пунктов, в основном, за счет установления фазового графика вывода на рынок новых видов продукции – при этом, ожидается снижение накладных расходов по результатам года в целом.
- Операционная маржа до учета мероприятий по реструктуризации, продаже бизнесов и других единовременных сделок выросла на 70 базовых пунктов.
- Стратегические инициативы продолжают демонстрировать положительную динамику:
 - Открытие нового Центра исследований и разработок в Шанхае
 - Объявление о достижении договоренности по покупке компании Sara Lee, производителя средств личной гигиены
 - Продажа плантаций в Конго, а также объявление о продаже доли в компании JohnsonDiversey.

Основные сведения девяти месяцев

- Базовый рост объема продаж составил 4,1%, а рост объемов – 1,4%. Товарооборот снизился на 0,7% – с учетом изменений валютного курса (-1,7%) и продаж/приобретений бизнесов (-3,0%).
- Операционная маржа до учета мероприятий по реструктуризации, продаже бизнесов и других единовременных сделок снизилась на 10 базовых пунктов (включая 30 базовых пунктов, приходящихся на продажи бизнесов).
- Операционная прибыль за первые девять месяцев 2009 года включает доходы от продажи бизнесов в размере 1 579 миллиона евро (до уплаты налогов).
- Чистый приток денежных средств от деятельности составил 1,6 миллиарда евро, что опережает показатели прошлого года, чему способствовало улучшение оборотного капитала.

Пол Полман, Главное должностное лицо: «Мы увидели продолжение хорошего роста по всем регионам, а также в большинстве стран и категорий. Наша доля рынка показывает положительную динамику, благодаря выводу на рынок новых сильных брендов, повышению потребительской ценности, активным маркетинговым программам и повышению качества исполнения. Условия на рынках продолжают оставаться сложными, и в данной ситуации мы продолжим наращивать инвестиции в наши бренды и увеличивать наш потенциал в области исследований и разработок. Мы находимся на верном пути к достижению нашей цели восстановления роста объемов, при этом, на протяжении всего года, мы будем стремиться сохранять маржу и приток денежных средств».

Третий квартал 2009		Основные показатели (неаудированные, по текущему обменному курсу)	Девять месяцев 2009	
10 201	-2% +3%		Товарооборот (млн. евро) Базовый рост объема продаж	30 164
1 494	-41%	Операционная прибыль (млн. евро)	4 048	-29%

1 715	+2%	Операционная прибыль, до учета мероприятий по реструктуризации, продаже бизнесов и других единовременных сделок (млн. евро)	4 630	-1%
1 117	-35%	Чистая прибыль (млн. евро)	2 753	-33%
1 270	+4%	Чистая прибыль, до учета мероприятий по реструктуризации, продаже бизнесов и других одnorазовых сделок (млн. евро)	3 184	-7%
0,38	-36%	Доход на одну акцию (евро)	0,91	-34%
0,43	+5%	Доход на одну акцию, до учета мероприятий по реструктуризации, продаже бизнесов и других одnorазовых сделок (евро)	1,06	-6%

5 ноября 2009