



УВЕРЕННОЕ НАЧАЛО 2009 Г., ОРГАНИЧЕСКИЙ РОСТ НА УРОВНЕ 4,8%

Основные показатели (неаудированные, по текущему обменному курсу)	Первый квартал 2009 года	
	млн. евро	изм. к 2008 г.
Товарооборот (млн. евро)	9 505	-1%
Операционная прибыль (млн. евро)	1 234	-32%
Операционная прибыль, до учета мероприятий по реструктуризации, продаже бизнесов и других одновременных сделок (млн. евро)	1 392	-2%
Чистая прибыль (в миллионах евро)	803	-43%
Чистая прибыль, до мероприятий по реструктуризации, продаже бизнесов и других одноразовых сделок (в миллионах евро)	917	-13%
Доход на одну акцию (евро)	0,26	-44%
Доход на одну акцию, до учета мероприятий по реструктуризации, продаже бизнесов и других одновременных сделок (млн. евро)	0,30	-13%

Примечание: операционная прибыль в первом квартале 2008 г. включала доход от продажи бизнесов в размере 517 млн. евро (до уплаты налогов)

Основные показатели

- Базовый рост объема продаж составил 4,8%. При этом 6,8% было получено за счет ценовой политики отсроченного характера, объемы снизились на 1,8%. Товарооборот снизился на 0,7% по сравнению с прошлым годом, с учетом изменений валютного курса (-2,0%) и продаж/приобретений бизнесов (-3,3%).
- Все товарные категории продемонстрировали рост; при этом, продажи 13 основных брендов, с объемом продаж в один миллиард евро и выше, росли гораздо быстрее, благодаря повышенному вниманию к ним со стороны клиентов и потребителей.
- Развивающиеся рынки сумели противостоять негативным тенденциям – они продемонстрировали двузначный рост. Улучшились показатели в США. Произошло базовое снижение объема продаж в Западной Европе – в связи с сохраняющимися трудными условиями на рынке.
- Операционная прибыль до учета мероприятий по реструктуризации, продаже бизнесов и других одновременных сделок снизилась на 30 базовых пунктов, вследствие прекращения влияния произведенной ранее продажи бизнесов. Валовая прибыль снизилась на 190 базовых пунктов, вследствие роста цен на сырье и с учетом влияния изменений валютных курсов. Затраты на рекламу и промоакции снизились на 110 базовых пунктов, чему способствовало повышение эффективности и, в особенности, установление фазового графика вывода на рынок новых видов продукции. Накладные расходы снизились на 50 базовых пунктов, благодаря активному внедрению программ экономии.
- Доход на акцию до учета мероприятий по реструктуризации, продаже бизнесов и других одновременных сделок, снизился на 13%, что было, в основном, связано с прекращением влияния произведенной ранее продажи бизнесов, пенсионными выплатами и более высоким уровнем налогообложения – в особенности, в сравнении с низким уровнем налогов в прошлом году.

- Финансовый рейтинг A+ позволил компании произвести выпуск облигаций на 1,5 млрд. долл. США и 0,35 млрд. фунтов стерлингов с высоко конкурентными процентными ставками.

Пол Полман, Главное должностное лицо: «Принимая во внимание текущую ситуацию на рынке, результаты первого квартала были уверенными – мы показали рост на уровне 4,8%, нам удалось сохранить базовую маржу (с учетом влияния продаж бизнесов). Нам удалось добиться хороших результатов при реализации планов по восстановлению роста объемов, чему способствовало использование уже существующих у нас сильных сторон и заполнение пробелов в сфере конкуренции. Во втором квартале мы продолжим выводить на рынок новую продукцию, мы также будем оказывать поддержку существующим брендам, что, на наш взгляд, должно помочь нам добиться улучшения показателей роста объемов. При этом на протяжении всего года мы будем сохранять на необходимом уровне резервы наличности и маржу»

07 мая 2009 года