



РЕЗУЛЬТАТИ ТРЕТЬОГО КВАРТАЛУ І ПЕРШИХ ДЕВ'ЯТИ МІСЯЦІВ 2009 р.

ПРОДОВЖУЄТЬСЯ ЗРОСТАННЯ ОБ'ЄМІВ, ПРИБУТКУ І ГРОШОВОГО ПРИТОКУ

Основні відомості третього кварталу

- **Загальне зростання об'ємів продаж** склало 3,4%. Зростання об'ємів на 3,6%, всі регіони показали позитивні результати.
- Валова маржа зросла на 290 базових пунктів за рахунок підвищення ефективності і зниження витрат.
- Витрати на рекламу і промо-акції зросли на 130 базових пунктів, в основному, за рахунок додаткових рекламних акцій, направлених на підтримку нових і існуючих брендів. Накладні витрати зросли на 90 базових пунктів, в основному, за рахунок встановлення фазового графіка виведення на ринок нових видів продукції – при цьому, очікується зниження накладних витрат за результатами року в цілому.
- Операційна маржа до врахування заходів щодо реструктуризації, продажу бізнесів і інших одноразових операцій зросла на 70 базових пунктів.
- Стратегічні ініціативи продовжують демонструвати позитивну динаміку:
 - Відкриття нового Центру досліджень і розробок у Шанхаї
 - Оголошення про досягнення домовленості по покупці компанії Sara Lee, виробника засобів особистої гігієни
 - Продаж плантацій в Конго, а також оголошення про продаж частки в компанії JohnsonDiversey.

Основні відомості дев'яти місяців

- Загальне зростання об'єму продажів склало 4,1%, а зростання об'ємів – 1,4%. Товарообіг знизився на 0,7% – з урахуванням змін валютного курсу (-1,7%) і продажів/придбань бізнесів (-3,0%).
- Операційна маржа до обліку заходів щодо реструктуризації, продажу бізнесів і інших одноразових операцій знизилася на 10 базових пунктів (включаючи 30 базових пунктів, що припадають на продажі бізнесів).
- Операційний прибуток за перші дев'ять місяців 2009 року включає доходи від продажу бізнесів у розмірі 1 579 мільйонів євро (до сплати податків).
- Чистий приплив грошових коштів від діяльності склав 1,6 мільярда євро, що випереджає показники минулого року, чому сприяло поліпшення оборотного капіталу.

Пол Полман, Головна посадова особа: «Ми побачили продовження хорошого зростання по всіх регіонах, а також в більшості країн і категорій. Наша частка ринку показує позитивну динаміку, завдяки виведення на ринок нових сильних брендів, підвищенню споживчої цінності, активним маркетинговим програмам і підвищенню якості виконання. Умови на ринках продовжують залишатися складними, і у цій ситуації ми продовжимо нарощувати інвестиції в наші бренди і збільшувати наш потенціал в області досліджень і розробок. Ми знаходимося на вірному шляху до досягнення нашої мети по відновленню зростання об'ємів, при цьому, впродовж всього року, ми будемо прагнути зберегти маржу і притік грошових коштів».

Третій квартал 2009		Основні показники (ще не пройшли не аудит, за поточним обмінним курсом)	Дев'ять місяців 2009	
10 201	-2% +3%		Товарообіг (млн. євро) Загальне зростання об'ємів продаж	30 164
1 494	-41%	Операційний прибуток (млн. євро)	4 048	-29%
1 715	+2%	Операційний прибуток, до врахування заходів по реструктуризації, продажу бізнесів та інших одноразових операцій (млн. євро)	4 630	-1%
1 117	-35%	Чистий прибуток (млн. євро)	2 753	-33%
1 270	+4%	Чистий прибуток, до врахування заходів по реструктуризації, продажу бізнесів та інших одноразових операцій (млн. євро)	3 184	-7%
0,38	-36%	Прибуток на одну акцію (євро)	0,91	-34%
0,43	+5%	Прибуток на одну акцію, до врахування заходів по реструктуризації, продажу бізнесів та інших одноразових операцій (євро)	1,06	-6%

5 листопада 2009