



ТОВ "Юнілівер Україна"
Україна 03038 Київ, вул. М. Грінченка, 4
Телефон +380 44 490 58 46, Факс +380 44 490 5854

ПРЕС-РЕЛІЗ

РЕЗУЛЬТАТИ ТРЕТЬОГО КВАРТАЛУ І ДЕВ'ЯТИ МІСЯЦІВ 2010 РОКУ ЩЕ ОДИН КВАРТАЛ СТАБІЛЬНОГО ЗРОСТАННЯ

Лондон, 4 листопада 2010 року – Компанія Unilever публікує фінансову звітність за результатами діяльності у третьому кварталі і за дев'ять місяців 2010 року.

Основні показники третього кварталу 2010 року

- **Загальне зростання об'єму продажів у грошовому вираженні склало 4,8%.** Загальне зростання продажів склало 3,6%, у той час як загальне зростання цін склало 1,2%. Протягом періоду ціни залишалися на стабільному рівні.
- **Витрати на рекламу та промо-акції** залишилися на колишньому рівні при стабільному курсі валют.
- **Операційна маржа до врахування заходів з реструктуризації, продажу бізнесів та інших одноразових угод виросла на 20 базових пунктів.** Валова маржа знизилася, перш за все, через збільшення виробничих витрат. Непрямі витрати істотно знизилися, на що частково вплинув фазовий графік виведення на ринок нових видів продукції, який спричинить підвищення витрат у четвертому кварталі поточного року.

Основні показники дев'яти місяців 2010 року

- **Товарообіг зріс на 10,9% і склав 33,4 млрд. євро.**
- **Загальне зростання об'єму продажів у грошовому вираженні склало 6,0%.** Загальне зростання продажів склало 3,8% при базовому зростанні цін на 2,1%.
- **Операційна маржа до врахування заходів з реструктуризації, продажу бізнесів та інших одноразових угод виросла на 30 базових пунктів –** цьому сприяло зростання валової маржі. При цьому відбулося значне зростання витрат на рекламу і промо-акції – на 100 базових пунктів.
- **Операційний прибуток виріс на 21%** завдяки збільшенню операційного прибутку, меншим витратам на реструктуризацію та позитивним змінам курсу валют.
- **Прибуток на акцію виріс на 29% і склав 1,13 євро.**

Пол Полман, Головний посадовець: «Компанія Unilever продемонструвала стабільне зростання у ще одному кварталі завдяки високому рівню обсягу продажів на ринках, що розвиваються. Це відображає сильні позиції компанії на даних висококонкурентних ринках. Загальне збільшення обсягу продажів залишилося стабільно високим завдяки успішним інноваціям та просуванню брендів компанії на нових ринках. Ціни протягом третього кварталу в цілому залишалися стабільними. Підвищення цін у деяких категоріях було компенсовано за рахунок коригування цін в інших категоріях, необхідного для підтримки конкурентоспроможності. У ході перших дев'яти місяців компанія суттєво збільшила обсяг інвестицій в свої бренди, при цьому витрати компанії відповідають графікам активностей на кожному з ринків.

Ці результати підтверджують успішність стратегії компанії, орієнтованої на споживача та зростання бізнесу. Пріоритетом Unilever залишається забезпечення прибуткового зростання обсягу продажів і стабільного грошового обороту при стійкому рості базової операційної маржі в рамках усього року. Компанія, як і раніше, прогнозує позитивну динаміку щодо базового зростання цін до кінця року».



Третій квартал 2010		Основні показники (неаудовані) (за поточним обмінним курсом)	Дев'ять місяців 2010	
11 548	+13,2%	Товарообіг (млн. євро)	33 443	+10,9%
+3,6%		Загальне зростання об'єму продажів*	+3,8%	
1 812	+21%	Операційний прибуток (млн. євро)	4 878	+21%
1 347	+21%	Чистий прибуток (млн. євро)	3 556	+29%
0,43	+19%	Дохід на одну акцію (євро)	1,13	+29%
Проміжний дивіденд за четвертий квартал - 0,208 євро на акцію				

(*) Загальне зростання об'єму продажів та загальний операційний прибуток не є термінами, що відносяться до стандартів звітності GAAP.

Про компанію Unilever

Компанія "Unilever", один зі світових лідерів з виробництва товарів щоденного вжитку, традиційно утримує сильні позиції в понад 100 країнах світу. Щодня її продукцією користуються 2 мільярди людей. Завдяки своїм 400 брендам, які належать до 14 категорій продуктів харчування, товарів для дому й засобів особистої гігієни, компанія "Unilever" має такий тісний зв'язок з життям багатьох людей і такий значний вплив на найрізноманітніші аспекти їхнього життя, як жодна інша.

Асортимент нашої продукції – це товари одних з найвідоміших і найпопулярніших торгових марок у світі, зокрема 11 брендів вартістю понад 1 млрд євро кожен. У багатьох сегментах ринку, де присутня наша продукція, компанія посідає перші місця на глобальному рівні. Серед торгових марок "Unilever" є, наприклад, такі легендарні бренди, як "Lipton", "Dove", "Axe/Lynx", "Knorr", "Hellmann's", "Omo", морозиво "Wall's", "Flora/Becel", "Vaseline", "Surf" і "Cif".

Мета компанії "Unilever" – подвоїти обсяги бізнесу, одночасно зменшивши негативний вплив на навколишнє середовище. Щодня ми працюємо задля ліпшого майбутнього, допомагаючи людям добре почуватися, чудово виглядати й отримувати більше задоволення від життя. І все це завдяки нашим торговим маркам і послугам, які приносять користь не лише тим, хто користується ними, але й їхнім ближнім. У представництвах компанії в 100 країнах світу працюють близько 163-х тисяч співробітників, які 2009 року забезпечили "Unilever" загальний обіг у розмірі 40 млрд євро.

З додатковою інформацією про компанію "Unilever" і наші торгові марки можна ознайомитися на сайті www.unilever.com.

Про компанію "Unilever" в Україні

Перше представництво "Unilever" в Україні було відкрито 1993 року. Через п'ять років, 1998 року, внаслідок того, що за цей час відбувся стрімкий розвиток компанії в нашій країні, керівництво "Unilever" прийняло рішення про реєстрацію Товариства з обмеженою відповідальністю "Юнілівер Україна" з центральним офісом у м. Києві. Сьогодні компанія також має представництва в Одесі, Львові, Харкові, Донецьку й Дніпропетровську. Кількість співробітників в Україні налічує близько двохсот осіб.

До переліку торгових марок "Unilever" в Україні належать такі добре відомі бренди харчових продуктів, як майонез, кетчупи й соуси "Calve", майонез "Hellmann's", спреди "Rama", сирні креми "Crème Bonjour", супи й приправи "Knorr", чай "Бесіда", "Brooke Bond" і "Lipton", а також популярні торгові марки засобів особистої гігієни та побутової хімії: шампуні й косметичні засоби "Dove", шампуні та засоби догляду за волоссям "Clear vita ABE", "Sunsilk" і "Timotei", дезодоранти "Rexona" й "Axe", засоби для чищення та дезінфекції "Domestos" і "Cif".

З додатковою інформацією про бізнес і торгові марки "Unilever" в Україні можна ознайомитися на сайті www.unilever.ua.

Прес-служба Unilever в Україні:

Інна Деркач, керівник відділу корпоративних комунікацій



