



Операционные результаты компании Unilever за третий квартал 2014 года

РОСТ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА СЛАБЕЮЩЕМ РЫНКЕ

За 9 месяцев 2014 года:

- Базовый рост продаж составил 3,2%, рост на развивающихся рынках составил 6.2%
- Базовый рост объемов продаж на 1,4% выше рынка, рост цен составил 1.8%
- Товарооборот снизился на 4.3% до €36,3 млрд, в том числе из-за негативного воздействия валютных курсов (6.6%)

Ключевые показатели третьего квартала 2014 года:

- Базовый рост продаж составил 2,1%
- Базовый рост объемов продаж составил 0,3%, рост цен составил 1.8%
- Оборот снизился на 2.0% до €12,2 млрд, в том числе из-за негативного воздействия валютных курсов (2.6)%
- Товарооборот снизился на 1,5% по причине сделок по приобретению и отчуждению.

ПОЛ ПОЛМАН, ГЛАВНОЕ ДОЛЖНОСТНОЕ ЛИЦО

«Базовый рост продаж на 3,2% за 9 месяцев – это конкурентоспособная позиция с учетом того, что рынок ослабевал, а макроэкономические условия продолжали оказывать влияние на потребителей. Рост рынка замедлился в развивающихся странах, особенно в Китае, где мы также заметили значительное сокращение темпов торговли. Европа столкнулась с дефляцией и плохими погодными условиями летом, по сравнению с прошлым годом, в то время как в Северной Америке условия начали улучшаться.

И хотя в целом это привело к более низким темпам роста в третьем квартале, мы по-прежнему росли с опережением рынка. Мы продолжили инвестировать в наши бренды и инновации. Таким образом, у нас есть хорошие перспективы для долгосрочного роста возможностей, которые остаются неизменными. Мы ожидаем, что условия на рынках останутся жесткими, по крайней мере, до конца года. Мы намерены внедрять новые инициативы, чтобы исключить ненужные расходы, упростить наши бизнес-процессы. Это в очередной раз доказывает, что Unilever является гибкой и одновременно устойчивой компанией. Мы уверены, что по итогам года у нас получится добиться роста прибыли и объемов продаж с опережением рынка, устойчивой операционной маржи и улучшения денежного потока».