



## RESULTATEN EERSTE KWARTAAL 2007

### **BELANGRIJKSTE CIJFERS**

(niet door de externe accountants gecontroleerd)

€miljoen

Voortgezette bedrijfsactiviteiten:

Omzet

Bedrijfswinst

Winst vóór belastingen

Nettowinst uit voortgezette bedrijfsactiviteiten

Nettowinst uit totale bedrijfsactiviteiten

Winst per aandeel uit voortgezette bedrijfsactiviteiten (in euro's)

Winst per aandeel uit totale bedrijfsactiviteiten (in euro's)

<b>Eerste kwartaal 2007</b>		
Actuele wissel- koersen	Actuele wissel- koersen	Constante wissel- koersen
9 528	0%	5%
1 302	(8)%	(3)%
1 332	2%	5%
1 052	5%	9%
1 074	1%	5%
0,34	6%	9%
0,35	2%	5%

### **HOOFDPUNTEN**

#### **Financiële hoofdpunten**

- Groei van de onderliggende verkopen van 5,7%, vooral door gestegen volumes.
- Brutowinstmarge van 13,7%, met een verbetering van 0,4 procentpunt vóór verwerking van herstructurering, desinvesteringen en duurzame waardeverminderingen.
- Winst per aandeel uit voortgezette bedrijfsactiviteiten omhoog met 6%, met goede resultaten van joint ventures en geassocieerde maatschappijen, afgenomen financieringslasten en een lager effectief belastingtarief.
- Wisselkoersveranderingen hadden een negatief effect op de omzet van 5% en op de winst per aandeel van 3%.

#### **Operationele hoofdpunten**

- Groei van de verkopen over een brede linie in de regio's en categorieën.
- Verbeterde margeontwikkeling, gestimuleerd door huishoudelijke en persoonlijke verzorging.
- Verbetering in Europa zet door met een groei van de onderliggende verkopen van 3,6%.
- Sterke innovaties in het eerste kwartaal, waarbij omvangrijkere introducties zorgden voor groei bij persoonlijke verzorging en in opkomende markten.
- Goede voortgang met de implementatie van One Unilever en verbeteringsprogramma's in de toeleveringsketen.

## TOELICHTING GROUP CHIEF EXECUTIVE

---

We zijn het jaar 2007 goed begonnen, met groei van de verkopen over een brede linie in de regio's en categorieën en een verbeterde margeontwikkeling die werd gestimuleerd door huishoudelijke en persoonlijke verzorging.

De verkopen hebben geprofiteerd van een sterk innovatieprogramma, vooral bij persoonlijke verzorging, met diverse belangrijke introducties in het kwartaal. Onze Europese activiteiten deden het goed, geholpen door een sterke start in ijs, de timing van prijsverhogingen in enkele belangrijke markten en in vergelijking met een minder goed kwartaal vorig jaar. De groei van de verkopen ging gepaard met een onderliggende verbetering van de brutowinstmarge.

Deze resultaten bouwen voort op de vooruitgang die we hebben geboekt in 2006 en zijn een verder bewijs van de omvang en diepgang van ons veranderingsprogramma. Onze groeistrategie richt de middelen op duidelijke prioriteiten en zorgt voor omvangrijkere en betere innovaties, snellere introductie van producten in meer landen en effectievere marketingmixen. Nieuwe werkwijzen verbeteren onze mogelijkheden om deze innovaties te benutten en onze klanten efficiënter te bedienen.

Vooruitkijkend zien we stijgende kosten van agrarische grondstoffen die voor een forse tegenwind zullen zorgen, waardoor mogelijk aanvullende prijsverhogingen nodig zullen zijn. Desalniettemin ben ik vol vertrouwen dat de combinatie van organische groei in de aangegeven 3-5% bandbreedte en een verbeterde efficiëntie ons een goede uitgangspositie verschaft om onze margedoelstellingen voor 2007 te behalen.

Ons bedrijf is op grote schaal ingrijpend veranderd en dit wordt nu zichtbaar in onze resultaten. Desalniettemin blijven we alert op mogelijkheden om onze portfolio sneller te transformeren door acquisities en desinvesteringen en om onze margeverbetering sneller naar een hoger niveau te brengen.

Patrick Cescau, Group Chief Executive

3 mei 2007

## INLICHTINGEN

---

**Media:** Media Relations Team

NL +31 10 217 4844

[tanno.massar@unilever.com](mailto:tanno.massar@unilever.com)

[press-office.rotterdam@unilever.com](mailto:press-office.rotterdam@unilever.com)

UK +44 20 7822 6805

[tim.johns@unilever.com](mailto:tim.johns@unilever.com)

**Beleggers:** Investor Relations Team

UK +44 20 7822 6830

[investor.relations@unilever.com](mailto:investor.relations@unilever.com)

US +1 201 894 2615

[investor.relations-NewYork@unilever.com](mailto:investor.relations-NewYork@unilever.com)

Een webcast van de presentatie van de resultaten is beschikbaar op:

[www.unilever.com/ourcompany/investorcentre/results/quarterlyresults/default.asp](http://www.unilever.com/ourcompany/investorcentre/results/quarterlyresults/default.asp)



## **RESULTATEN UNILEVER EERSTE KWARTAAL 2007**

*In de volgende toelichting geven we 'groei van de verkopen' weer tegen constante wisselkoersen, exclusief het effect van acquisities en desinvesteringen. In de 'Omzet' is het effect van wisselkoersen en acquisities en desinvesteringen opgenomen. Unilever hanteert de begrippen 'constante wisselkoersen' en 'onderliggende' voornamelijk voor interne-prestatiemeting en begrotingsdoeleinden. Daarnaast gebruiken we de veranderingen in de 'beschikbare vrije kasstroom' en het 'rendement op het geïnvesteerd vermogen' om de vooruitgang te meten ten opzichte van onze langetermijndoelstellingen. Unilever is van mening dat dergelijke maatstaven aan aandeelhouders aanvullende informatie geven over de onderliggende trends. Deze maatstaven zijn niet gedefinieerd binnen IFRS of algemeen aanvaarde grondslagen voor de financiële verslaggeving in de Verenigde Staten (US GAAP) en zijn ook niet bedoeld als substituuut voor binnen deze grondslagen gedefinieerde maatstaven, zoals omzet, winst en kasstroom. Meer informatie over deze maatstaven is beschikbaar op [www.unilever.com/ourcompany/investorcentre](http://www.unilever.com/ourcompany/investorcentre).*

### **1. SAMENVATTING VAN DE BEDRIJFSRESULTATEN OVER HET EERSTE KWARTAAL**

---

De onderliggende verkopen stegen met 5,7%, vooral door volumes en met 0,8% door prijsverhogingen.

Europa begon het jaar goed met een groei van 3,6%, geholpen door hoge ijsverkopen vooruitlopend op het nieuwe ijsseizoen en in vergelijking met een minder goed kwartaal een jaar geleden. De groei in Noord- en Zuid-Amerika bedroeg 3,2%. In de Verenigde Staten waren de verkopen 3,7% hoger en in Latijns-Amerika lieten de meeste landen goede prestaties zien. Hier viel Mexico echter iets terug in vergelijking met een sterk kwartaal vorig jaar en in Brazilië zorgde lokale concurrentie voor stagnatie van de groei. Azië Afrika groeide met 11,8%, geholpen door een sterk innovatieprogramma in persoonlijke verzorging.

Al onze categorieën groeiden in het kwartaal, vooral persoonlijke verzorging dat met 8,4% steeg. Ook wasmiddelen, huishoudelijke reiniging, culinaire producten en thee leverden een opmerkelijke bijdrage.

De productiviteit is aanzienlijk verbeterd als gevolg van onze besparingsprogramma's, met name de overgang naar een One Unilever-organisatie in elk land wereldwijd, en het voordeel van gestegen volumes. Deze voordelen hebben de aanhoudend sterke stijging van de grondstofkosten ruimschoots gecompenseerd, vooral in Voedingsmiddelen.

De investeringen in reclame en promoties liggen op hetzelfde niveau en zijn onverminderd gericht op onze groeiprioriteiten.

### **2. FINANCIËLE TOELICHTING**

---

#### **2.1 Omzet**

De groei van de onderliggende verkopen met 5,7% werd volledig tenietgedaan door nadelige wisselkoersschommelingen van 4,5% en nettodesinvesteringen van 1,0%. Als gevolg daarvan is de omzet vrijwel gelijk aan die van vorig jaar.

#### **2.2 Bedrijfswinst**

De bedrijfswinst was 8% lager dan het eerste kwartaal vorig jaar, met een brutowinstmarge van 13,7% die 1,1 procentpunt lager is. In de cijfers van vorig jaar zijn aanzienlijke winsten met betrekking tot desinvesteringen opgenomen; in de cijfers van dit jaar zijn meer lasten voor herstructurering en minder winsten met betrekking tot desinvesteringen opgenomen. Vóór verwerking van deze posten was de brutowinstmarge 0,4 procentpunt hoger.

Investeringen in reclame en promoties waren in lijn met vorig jaar.

Onze besparingsprogramma's leveren in een onverminderd hoog tempo voordelen op. In combinatie met positieve prijsacties, verbetering van het assortiment en het voordeel van gestegen volumes werden de kostenstijgingen in het kwartaal hierdoor ruimschoots gecompenseerd.

### **2.3 Financieringslasten en belastingen**

De kosten met betrekking tot de financiering van nettoleningen waren 19% lager dan vorig jaar dankzij een lager niveau van de nettoschuld. Tegen het eind van het kwartaal bedroeg deze €7,7 miljard.

De bate met betrekking tot de financiering van pensioenen is gestegen van €8 miljoen naar €34 miljoen als gevolg van een betere dekkingsgraad van onze regelingen en hogere verwachte beleggingsrendementen.

De belastinglast was lager dan vorig jaar als gevolg van een betere landenmix. We verwachten nog steeds een effectief belastingpercentage voor het jaar van ongeveer 24%, met een bijzonder laag tarief in het tweede kwartaal als gevolg van de gunstige afronding van belastingcontroles, en hogere tarieven in de tweede helft van het jaar.

### **2.4 Joint ventures, geassocieerde maatschappijen en overige inkomsten uit vaste activa**

De nettowinst uit joint ventures is gestegen van €18 miljoen naar €27 miljoen, vooral door goede groei van de joint venture tussen *Lipton* en Pepsi op het gebied van ijsthee. Deze winst omvat nu ook ons aandeel in de volledige resultaten van Portugal, waar ons bedrijf is geherstructureerd tot één vennootschap waarin we gezamenlijk zeggenschap hebben.

Het aandeel in de nettowinst van geassocieerde maatschappijen bedroeg €48 miljoen, voornamelijk door verhoging van het aandelenkapitaal door een van onze deelnemingen in 'venture capital'-fondsen.

De winst van €25 miljoen uit investeringen in overige vaste activa omvat een eenmalige bate in Indonesië.

### **2.5 Nettowinst en winst per aandeel**

De nettowinst uit voortgezette bedrijfsactiviteiten steeg met 5%, terwijl de winst per aandeel op dezelfde basis omhoog ging met 6%.

De resultaten uit beëindigde bedrijfsactiviteiten hebben vooral betrekking op de resultaten van de diepvriesactiviteiten (die in het vierde kwartaal van 2006 zijn verkocht). Daarnaast omvat het eerste kwartaal in beide jaren resultaatafhankelijke bijdragen uit de verkoop van UCI in 2005.

### **2.6 Inkoop van eigen aandelen**

Op 12 maart 2007 zijn we gestart met het voor 2007 geplande inkoopprogramma voor eigen aandelen ten bedrage van €1,5 miljard. Eind april hadden we aandelen ingekocht voor een bedrag van €265 miljoen.

### **2.7 Kasstromen**

De nettokasstroom uit bedrijfsactiviteiten was €0,1 miljard lager dan vorig jaar, voornamelijk door hogere uitgaven voor herstructureringen. Uitgaven met betrekking tot investeringen in vaste activa lagen op hetzelfde niveau als in het eerste kwartaal van 2006.

Geldmiddelen en kasequivalenten zijn gestegen van €0,7 miljard aan het begin van het jaar tot €1,2 miljard aan het eind van het kwartaal, terwijl leningen zijn gestegen met een soortgelijk bedrag.

### **2.8 Balans**

We hebben beoordeeld welk effect marktbevingen hebben op de waarde van de activa en op de verplichtingen van onze grootste pensioenregelingen en verwerken dit nu, overeenkomstig algemeen gebruik, ieder kwartaal in de balans. Er was een verbetering van €0,8 miljard in het kwartaal.

Stijgingen in het werkkapitaal volgen de normale seizoenspatronen, waarbij een gedeelte van de stijging van de voorraden wordt veroorzaakt door ijs.

De veranderingen in latente belastingen zijn grotendeels het gevolg van mutaties met betrekking tot pensioenregelingen.

### **2.9 Pensioenen**

De totale pensioenverplichting, gesaldeerd met de pensioenactiva en vóór belastingen, is verder afgenomen van €3,1 miljard aan het begin van het jaar tot €2,3 miljard aan het eind van het eerste kwartaal. Dit is het gevolg van hogere rentetarieven. Over het geheel genomen is er nu in totaal een overschot van €1,0 miljard bij regelingen die zijn ondergebracht bij fondsen, en een licht gedaalde verplichting van €3,3 miljard bij regelingen die niet bij fondsen zijn ondergebracht.

### 3. OPERATIONEEL VERSLAG

#### 3.1 Europa

	Eerste kwartaal 2007			% Groei van de onderliggende verkoppen
	2007	2006	% verandering	
Omzet (€ miljoen)	3 544	3 471	2,1	3,6
Brutowinstmarge (%)	14,4	16,8		
Na verwerking van:				
- Herstructurering, desinvesteringen en duurzame waardeverminderingen	(1,3)	1,0		

#### Groei

Europa begon het jaar goed, voortbouwend op de vooruitgang die is geboekt in 2006. We zijn nu concurrerender en onze uitvoering is verbeterd als gevolg van de veranderingen die we de afgelopen twee jaar hebben doorgevoerd. Vorig jaar begon de consumentenvraag weer aan te trekken en dat heeft in het eerste kwartaal doorgezet.

De onderliggende verkopen namen toe met 3,6%, met volumes die stegen met meer dan 4% en een prijsdaling van 0,7%. De verkopen waren hoger in alle categorieën. We groeiden het meest in ijs, waar we inspeelden op een vroege start van het seizoen met hoge ijsverkoppen aan onze afnemers, en in persoonlijke verzorging waar we profiteerden van een uitgebreid innovatieprogramma in het eerste kwartaal.

De terugkeer naar groei in het Verenigd Koninkrijk is vastgehouden met een stijging van marktaandeelen in thee en dressings en goede resultaten in huishoudelijke reiniging en in persoonlijke verzorging door innovaties. Hierdoor werden minder goede prestaties in spreads, wasmiddelen en haarverzorging ruimschoots gecompenseerd. Duitsland had een goed kwartaal, vooral in persoonlijke verzorging, ijs en spreads; de verkopen kregen daarnaast een impuls doordat vroegtijdig werd ingekocht, vooruitlopend op prijsstijgingen aan het eind van het kwartaal. Nederland groeit nog steeds sterk en laat de voordelen zien van een goed uitgevoerde One Unilever-benadering.

De verkopen in Frankrijk waren enigszins hoger dan vorig jaar ten opzichte van een minder goed kwartaal in 2006. Dit blijft voor ons een moeilijke markt met een gelijkblijvende consumentenvraag en druk op de prijzen, en we werken nog steeds aan het oplossen van enkele operationele kwesties.

De groei van 10% in Rusland werd gevoed door uitstekende prestaties in huishoudelijke reiniging en persoonlijke verzorging.

#### Innovatie

Het huidige innovatieprogramma laat duidelijk zien hoe Vitaliteit onze portfolio transformeert.

*Blue Band/Rama Idee!*, een spread met extra voedingsstoffen voor de hersenen, heeft voortgebouwd op de introductie eind 2006 in de meeste landen en *Knorr Vie* groente-en-fruitshots zijn in het eerste kwartaal geïntroduceerd in Duitsland. *Flora/Becel* spreads versterkt met Omega 3 werden in de hele regio gelanceerd, terwijl de Omega 3-minidrinken in Frankrijk, Griekenland en Nederland op de markt werden gebracht. In dressings is er nu *Hellmann's* 'light' mayonaise met citrusvezel, met dezelfde smaak maar in een nog calorieerdere versie. Het ijsassortiment omvat dit jaar onder meer '*Milk-time*', rijk aan calcium – gebaseerd op een soortgelijk succesvol concept in Azië – *Solero exotic*, en *Frusi*, een gezonde ijssnack met yoghurt en fruit.

In persoonlijke verzorging is *Dove* er opnieuw in geslaagd z'n aantrekkingskracht verder te vergroten. *Dove pro-age*, een onlangs gelanceerd assortiment producten voor huidverzorging, deodorants en shampoos, is speciaal ontwikkeld voor 50-plussers, en de reeks *Dove*-bodylotions met toegevoegd glans- en zelfbruinings-effect is uitgebreid. De nieuwste deodorants van *Axe* hebben een modernere verpakking en er is een nieuwe geur geïntroduceerd. De geconcentreerde vloeibare wasmiddelen '*Small and Mighty*' die in de markt in de Verenigde Staten hebben geleid tot de overgang naar effectievere en meer milieuvriendelijke varianten, zijn nu onder de merken *Persil* en *Surf* gelanceerd in het Verenigd Koninkrijk en als *Skip* in Frankrijk.

## **Winstgevendheid**

De brutowinstmarge van 14,4% was 2,4 procentpunt lager dan een jaar geleden, als gevolg van een hoger niveau van herstructureringen en lagere baten uit desinvesteringen. Vóór verwerking van deze posten was de marge 0,1 procentpunt lager dan een jaar geleden. De negatieve effecten van prijsverlagingen en hogere grondstofkosten werden grotendeels gecompenseerd door kostenbesparingen.

## 3.2 Noord- en Zuid-Amerika

Eerste kwartaal 2007				
	2007	2006	% verandering	% Groei van de onderliggende verkoppen
Omzet (€ miljoen)	3 231	3 418	(5,5)	3,2
Brutowinstmarge (%)	14,4	14,6		
Na verwerking van:				
- Herstructurering, desinvesteringen en duurzame waardeverminderingen	(0,6)	(0,5)		

### Groei

De onderliggende verkopen stegen met 3,2%, vooral door gestegen volumes en met goede prestaties in de Verenigde Staten. De groei in Latijns-Amerika bleef echter achter door Brazilië en Mexico. Het handelsklimaat heeft zich grotendeels ontwikkeld op dezelfde voet als in 2006, met in zijn algemeenheid een gezonde marktgroei maar een lichte afname van de consumentenvraag in Voedingsmiddelen in delen van de regio.

De Verenigde Staten is gegroeid met 3,7% en marktaandeelen zijn in het algemeen stabiel. De groei kreeg een impuls door een uitgebreid innovatieprogramma in persoonlijke verzorging en gunstige vergelijkende cijfers in het eerste kwartaal van vorig jaar, toen handelsvoorraden werden afgebouwd. Vooral diepvriesmaaltijden van *Bertolli* en innovaties in thee hebben het goed gedaan. De verkopen van ijs waren echter lager, met een verdere verlaging van de voorraden nu de markt zich aanpast aan een lager niveau van promotionele activiteiten. We hebben ook licht marktaandeel verloren in ijs en ons marketingplan is erop gericht dit te herstellen.

In Mexico waren de verkopen aanzienlijk lager in vergelijking met een zeer sterk kwartaal vorig jaar, toen meer werd ingekocht, in afwachting van de implementatie van nieuwe informatiesystemen aan het eind van het eerste kwartaal. Dit effect zou zich in het tweede kwartaal moeten herstellen. Afgezien van dit faseringseffect zette de terugkeer naar groei in consumentenverkoppen gedurende de tweede helft van vorig jaar door, met goede groei van op soja gebaseerde dranken van *AdeS* en bouillons van *Knorr*.

De verkopen in Brazilië zijn slechts licht gestegen, waarbij hogere volumes werden tenietgedaan door prijsverlagingen doordat we onze wasmiddelenmerken hebben geherpositioneerd ten opzichte van lokale concurrenten. Elders in Latijns-Amerika hebben we de sterke groei in alle categorieën vastgehouden.

### Innovatie

De innovaties in het eerste kwartaal in Voedingsmiddelen bouwden voort op het programma van vorig jaar. Het premiumassortiment diepvriesmaaltijden is verder uitgebreid met nieuwe maaltijden van *Bertolli* in de Verenigde Staten en van *Knorr* in Canada. In Latijns-Amerika heeft *Knorr* zijn reputatie wat betreft Vitaliteit versterkt met nieuwe bouillonvarianten en verbeterde soepen. De 'real'-campagne van *Hellmann's* legt de nadruk op de simpele ingrediënten, die van nature veel Omega 3 bevatten. In ijs hebben we het assortiment van *Breyers* 'double churn' in de Verenigde Staten uitgebreid met vetvrije en 'light'-varianten en varianten waaraan geen suiker is toegevoegd; innovaties in Latijns-Amerika zijn zowel gericht op Vitaliteit als op producten voor consumenten met een laag inkomen.

Innovaties in persoonlijke verzorging benadrukken de nieuwe, meer mondiale aanpak. *Axe* heeft in de Verenigde Staten dezelfde nieuwe uitstraling gekregen als elders in de wereld, terwijl nieuwe varianten zijn geïntroduceerd van *Degree/Rexona* 'die geen witte vlekken achterlaten', inclusief een variant voor mannen. Het *Dove pro-age*-assortiment in huidverzorging, deodorants en shampoos is in de Verenigde Staten op hetzelfde moment geïntroduceerd als in Europa en de nieuwe wereldwijde producten van *Clear* antiroosshampoo werden aan het eind van het kwartaal in Brazilië geïntroduceerd.

### Winstgevendheid

De brutowinstmarge van 14,4% was 0,2 procentpunt lager dan een jaar geleden, als gevolg van een scherpe stijging van de kosten voor agrarische grondstoffen. Investerings in reclame en promoties zijn in absolute bedragen op het niveau van afgelopen jaar gehouden en waren enigszins lager als percentage van de omzet.

### 3.3 Azië Afrika

Eerste kwartaal 2007				
	2007	2006	% verandering	% Groei van de onderliggende verkoppen
Omzet (€ miljoen)	2 753	2 646	4,0	11,8
Brutowinstmarge (%)	11,9	12,4		
Na verwerking van:				
- Herstructurering, desinvesteringen en duurzame waardeverminderingen	(0,7)	1,5		

#### Groei

De regio is nog steeds een belangrijke motor voor groei, met onderliggende verkopen die met 11,8% zijn gestegen in markten die over het algemeen sterk blijven groeien. We groeien over een brede linie in alle categorieën en alle belangrijke landen. Het eerste kwartaal weerspiegelt tevens de inkoop van initiële voorraden door een aantal van onze afnemers in het kader van ons uitgebreid innovatieprogramma in persoonlijke verzorging, waaronder de introducties van *Clear* in China en *Axe* in Japan.

India keerde terug naar sterke groei na een relatief zwakker kwartaal eind 2006. Hoogtepunten waren goede prestaties in wasmiddelen aangevoerd door *Surf* en *Wheel*, in producten voor huidverzorging vooral door *Lux* en in haarverzorging door bijdragen van alle belangrijke merken. Ook thee liet verbeterde verkopen zien.

In China groeiden de meeste categorieën goed, met name haarverzorging. Indonesië liet een aanhoudend sterke groei zien en Thailand presteerde veel beter.

De verkopen in Japan waren hoger in het kwartaal, gedreven door innovaties in persoonlijke verzorging. Australië had een goede start van het jaar, hoewel de individuele prestaties van de categorieën nog steeds wisselend waren, waarbij ijs, thee en deodorants het goed deden, maar de verkopen van haarverzorging werden gedrukt door lagere prijzen.

In Zuid-Afrika waren *Flora*, *Knorr* en onze merken op het gebied van persoonlijke verzorging de motor achter een verbeterde groei. In Turkije hebben we prijsverhogingen doorgevoerd, waardoor in enkele categorieën de volumes achterbleven.

#### Innovatie

Het sterke innovatieprogramma op het gebied van persoonlijke verzorging in het eerste kwartaal weerspiegelt onze wereldwijde prioriteiten.

De nieuwe wereldwijde mix van *Clear* antiroosshampoo wordt wereldwijd geïntroduceerd in een aantal belangrijke markten, waarbij het merk in het eerste kwartaal voor het eerst op de markt werd gebracht in China en in een aantal Arabische landen. In Turkije werd het merk uitgebreid met nieuwe producten, inclusief een premiumassortiment voor mannen.

Een ander omvangrijk initiatief was de lancering van *Axe* als een nieuw merk in Japan, waar we tevens nieuwe producten op de markt brachten in het *Dove*-assortiment met een 'self-foaming facial wash' en in het *Lux*-hairstyling-assortiment.

De gezichtsverzorgingsproducten van *Pond's* tegen huidveroudering zijn geïntroduceerd in een aantal landen en in Indonesië hebben we twee nieuwe haarverzorgingsproducten gelanceerd: *Dove* antiroos en *Clear* 'scalp oil control'.

Het programma in Voedingsmiddelen richtte zich op initiatieven op het gebied van Vitaliteit. Zo hebben we in Turkije snacks geïntroduceerd van *Amaze* die goed zijn voor de hersenen, en een cholesterolverlagende margarine met plantensterolen onder het merk *Becel*. Tegelijkertijd hebben we in Azië het ijsassortiment van het merk *Moo* uitgebreid; dit zijn ijsjes die een beter opneembare vorm van calcium bevatten voor de fysieke ontwikkeling van kinderen.

## Winstgevendheid

De brutowinstmarge van 11,9% was 0,5 procentpunt lager dan een jaar geleden met hogere herstructureringslasten en geen baten uit desinvesteringen. Vóór verwerking van deze posten zou er een verbetering zijn geweest van 1,7 procentpunt. Dit weerspiegelt de voordelen van volumegroei, besparingsprogramma's en prijsverhogingen om gestegen grondstofkosten te compenseren. Investerings in reclame en promoties zijn verhoogd om belangrijke innovatieactiviteiten te ondersteunen.

**WAARSCHUWING:** Dit document kan toekomstgerichte uitspraken bevatten, waaronder 'toekomstgerichte uitspraken' zoals bedoeld in de 'Private Securities Litigation Reform Act 1995' in de Verenigde Staten. Uitspraken met termen als 'verwacht', 'voorziet', 'heeft het voornemen' of de negatieve equivalenten van deze termen en andere gelijksoortige uitdrukkingen over toekomstige ontwikkelingen en resultaten, inclusief financiële doelstellingen tot 2010, en hun negatieve equivalenten zijn bedoeld om dergelijke toekomstgerichte uitspraken aan te duiden. Dergelijke toekomstgerichte uitspraken zijn gebaseerd op actuele verwachtingen en aannames over verwachte ontwikkelingen en andere factoren die van invloed kunnen zijn op de Groep. Het zijn geen historische feiten, noch zijn het garanties voor toekomstige prestaties. Doordat deze toekomstgerichte uitspraken risico's en onzekerheden bevatten, zijn er belangrijke factoren die de uiteindelijke resultaten wezenlijk kunnen doen afwijken van de resultaten zoals weergegeven of gesuggereerd door deze toekomstgerichte uitspraken. Deze zijn onder andere: prijs- en andere vormen van concurrentie; consumptieniveaus; kosten; ons vermogen goede contacten te onderhouden met belangrijke afnemers en leveranciers; valutakoersen; rentetarieven; ons vermogen acquisities te integreren en geplande desinvesteringen af te ronden; fysieke risico's; milieurisico's; ons vermogen fiscale, juridische en andere zaken op het gebied van regelgeving te beheersen en uitstaande zaken af te handelen zonder schattingen te overschrijden; wetgevings-, fiscale en andere ontwikkelingen op het gebied van regelgeving, alsmede politieke, economische en sociale omstandigheden in de geografische markten waarin de Groep opereert en nieuwe of gewijzigde prioriteiten van de raden van bestuur. Nadere bijzonderheden omtrent mogelijke risico's en onzekerheden die van invloed zouden kunnen zijn op de Groep, zijn vermeld in de documenten die de Groep bij de London Stock Exchange, Euronext Amsterdam en de Securities and Exchange Commission in de Verenigde Staten heeft gedeponereerd, waaronder het Jaarverslag en de Jaarrekening op Form 20-F. Deze toekomstgerichte uitspraken gelden alleen op de datum van dit document. Met uitzondering van verplichtingen op basis van wet- en regelgeving, wijst de Groep uitdrukkelijk enige verplichting of verbintenis af om publiekelijk enige herziening of aanpassing bekend te maken ten aanzien van toekomstgerichte uitspraken die hierin zijn opgenomen teneinde tot uitdrukking te brengen dat er sprake is van enige wijziging in de verwachtingen van de Groep met betrekking tot deze uitspraken of enige wijziging in de gebeurtenissen, condities of omstandigheden waarop deze uitspraken zijn gebaseerd.

## VERKORTE FINANCIËLE OVERZICHTEN

### WINST-EN-VERLIESREKENING

(niet door de externe accountants gecontroleerd)

€ miljoen

	Eerste kwartaal			
	2007	2006	Stijging/ (daling)	
			Actuele wissel- koersen	Constate wissel- koersen
<b>Voortgezette bedrijfsactiviteiten:</b>				
<b>Omzet</b>	9 528	9 535	0%	5%
<b>Bedrijfswinst</b>	1 302	1 410	(8)%	(3)%
Na verwerking van:				
Herstructurering	(121)	(61)		
Desinvesteringen en duurzame waardeverminderingen	35	119		
Nettofinancieringslasten	(70)	(121)		
Financieringsbaten	27	87		
Financieringslasten	(131)	(216)		
Pensioenen en soortgelijke verplichtingen	34	8		
Aandeel in de nettowinst/(verlies) van joint ventures	27	18		
Aandeel in de nettowinst/(verlies) van geassocieerde maatschappijen	48	–		
Overige inkomsten uit vaste activa	25	3		
<b>Winst vóór belastingen</b>	1 332	1 310	2%	5%
Belastingen	(280)	(309)		
<b>Nettowinst uit voortgezette bedrijfsactiviteiten</b>	1 052	1 001	5%	9%
Nettowinst uit beëindigde bedrijfsactiviteiten	22	58		
<b>Nettowinst voor de periode</b>	1 074	1 059	1%	5%
<b>Waarvan toekomstend aan:</b>				
Minderheidsaandeelhouders	61	69		
Houders van gewoon aandelenkapitaal	1 013	990	2%	5%
<b>Samengevoegde winst per aandeel (in euro's)</b>				
Voortgezette bedrijfsactiviteiten	0,34	0,32	6%	9%
Voortgezette bedrijfsactiviteiten – verwaterd	0,33	0,31	7%	10%
Beëindigde bedrijfsactiviteiten	0,01	0,02		
Beëindigde bedrijfsactiviteiten – verwaterd	0,01	0,02		
Totale bedrijfsactiviteiten	0,35	0,34	2%	5%
Totale bedrijfsactiviteiten – verwaterd	0,34	0,33	3%	6%

## **OVERZICHT VAN ALLE VERWERKTE RESULTATEN**

(niet door de externe accountants gecontroleerd)

€ miljoen

	<b>Eerste kwartaal</b>	
	<b>2007</b>	<b>2006</b>
Winsten/(verliezen) op reële waardeveranderingen van financiële instrumenten na belastingen	1	(191)
Actuariële winsten/(verliezen) op pensioenen na belastingen	450	10
Winsten/(verliezen) op wisselkoersen na belastingen	(13)	183
<b>Direct in het eigen vermogen verwerkte resultaten</b>	<b>438</b>	<b>2</b>
Nettowinst voor de periode	1 074	1 059
<b>Totaal verwerkte resultaten voor de periode</b>	<b>1 512</b>	<b>1 061</b>
<b>Waarvan toekomend aan:</b>		
Minderheidsaandeelhouders	61	69
Houders van gewoon aandelenkapitaal	1 451	992

## **MUTATIES IN HET EIGEN VERMOGEN**

(niet door de externe accountants gecontroleerd)

€ miljoen

	<b>Eerste kwartaal</b>	
	<b>2007</b>	<b>2006</b>
Eigen vermogen op 1 januari	11 672	8 765
Totaal verwerkte resultaten voor de periode	1 512	1 061
(Aan-)/verkoop van ingekochte eigen aandelen	(494)	(21)
Tegenboeking aandelenopties	30	28
Dividenden betaald aan minderheidsaandeelhouders	(6)	(11)
Winsten/(verliezen) op wisselkoersen na belastingen	(3)	(4)
Overige mutaties in het eigen vermogen	94	7
<b>Eigen vermogen aan het eind van de periode</b>	<b>12 805</b>	<b>9 825</b>

**BALANS**

(niet door de externe accountants gecontroleerd)

€ miljoen	Op 31 maart 2007	Op 31 december 2006	Op 1 april 2006
<u>Vaste activa</u>			
Goodwill en immateriële vaste activa	17 137	17 206	17 892
Materiële vaste activa	6 165	6 276	6 428
Pensioenactiva voor fondsen met een overschot	1 779	1 697	1 026
Latente belastingvorderingen	1 164	1 266	1 602
Overige vaste activa	1 240	1 126	1 043
<b>Totaal vaste activa</b>	<b>27 485</b>	<b>27 571</b>	<b>27 991</b>
<u>Vlottende activa</u>			
Voorraden	4 140	3 796	4 217
Handels- en overige kortlopende vorderingen	4 833	4 254	4 962
Kortlopende belastingvorderingen	160	125	144
Overige financiële activa	266	273	759
Geldmiddelen en kasequivalenten	1 535	1 039	1 969
Activa aangehouden voor verkoop	17	14	403
<b>Totaal vlottende activa</b>	<b>10 951</b>	<b>9 501</b>	<b>12 454</b>
<u>Kortlopende verplichtingen</u>			
Financiële verplichtingen (ten hoogste één jaar)	(5 102)	(4 458)	(6 575)
Handelscrediteuren en overige kortlopende verplichtingen	(8 096)	(7 838)	(7 776)
Kortlopende belastingverplichtingen	(664)	(579)	(544)
Voorzieningen	(874)	(1 009)	(562)
Verplichtingen verband houdend met activa aangehouden voor verkoop	-	-	(183)
<b>Totaal kortlopende verplichtingen</b>	<b>(14 736)</b>	<b>(13 884)</b>	<b>(15 640)</b>
<b>Netto vlottende activa/(kortlopende verplichtingen)</b>	<b>(3 785)</b>	<b>(4 383)</b>	<b>(3 186)</b>
<b>Totaal activa na aftrek van kortlopende verplichtingen</b>	<b>23 700</b>	<b>23 188</b>	<b>24 805</b>
<u>Langlopende verplichtingen</u>			
Financiële verplichtingen (meer dan één jaar)	4 353	4 377	6 402
Pensioen- en soortgelijke verplichtingen:			
Fondsen met een tekort	785	1 379	2 342
Regelingen niet ondergebracht bij fondsen	3 305	3 398	4 096
Voorzieningen	881	826	787
Latente belastingverplichtingen	1 108	1 003	931
Overige langlopende verplichtingen	463	533	422
<b>Totaal langlopende verplichtingen</b>	<b>10 895</b>	<b>11 516</b>	<b>14 980</b>
<u>Eigen vermogen</u>			
Houders van gewoon aandelenkapitaal	12 234	11 230	9 365
Minderheidsaandeelhouders	571	442	460
<b>Totaal eigen vermogen</b>	<b>12 805</b>	<b>11 672</b>	<b>9 825</b>
<b>Totaal geïnvesteerd vermogen</b>	<b>23 700</b>	<b>23 188</b>	<b>24 805</b>

## KASSTROOMOVERZICHT

(niet door de externe accountants gecontroleerd)

€ miljoen

	Eerste kwartaal	
	2007	2006
<u>Bedrijfsactiviteiten</u>		
Kasstroom uit bedrijfsactiviteiten	451	540
Betaalde vennootschapsbelasting	(249)	(237)
<b>Nettokasstroom uit bedrijfsactiviteiten</b>	<b>202</b>	<b>303</b>
<u>Investeringsactiviteiten</u>		
Ontvangen rente	11	76
Netto-investeringen	(194)	(190)
Acquisities en desinvesteringen	14	143
Overige investeringsactiviteiten	64	(36)
<b>Nettokasstroom uit/(gebruikt voor) investeringsactiviteiten</b>	<b>(105)</b>	<b>(7)</b>
<u>Financieringsactiviteiten</u>		
Dividenden op gewone aandelen	(157)	(70)
Betaalde rente en preferente dividenden	(85)	(152)
Mutaties in financiële verplichtingen	647	275
Inkoop van eigen aandelen	(79)	(19)
Overige financieringsactiviteiten	(36)	(9)
<b>Nettokasstroom gebruikt voor financieringsactiviteiten</b>	<b>290</b>	<b>25</b>
<b>Nettostijging/(-daling) van geldmiddelen en kasequivalenten</b>	<b>387</b>	<b>321</b>
<b>Geldmiddelen en kasequivalenten aan het begin van het jaar</b>	<b>710</b>	<b>1 265</b>
Effect van wisselkoersverschillen	63	(16)
<b>Geldmiddelen en kasequivalenten aan het eind van de periode</b>	<b>1 160</b>	<b>1 570</b>

## AANSLUITING NETTOWINST MET DE KASSTROOM UIT BEDRIJFSACTIVITEITEN

(niet door de externe accountants gecontroleerd)

€ miljoen

	Eerste kwartaal	
	2007	2006
Nettowinst	1 074	1 059
Belastingen	282	331
Aandeel in nettowinst van joint ventures en geassocieerde maatschappijen en overige inkomsten uit vaste activa	(100)	(22)
Nettofinancieringslasten	70	123
<b>Bedrijfswinst (voortgezette en beëindigde bedrijfsactiviteiten)</b>	<b>1 326</b>	<b>1 491</b>
Afschrijvingen en duurzame waardeverminderingen	242	220
Mutaties in werkkapitaal	(956)	(967)
Pensioen- en soortgelijke verplichtingen verminderd met uitkeringen	(78)	(42)
Herstructurerings- en overige voorzieningen verminderd met betalingen	(63)	(51)
Eliminatie van (winsten)/verliezen op verkochte activiteiten	(55)	(149)
Aanpassing voor economische kosten van beloningsregelingen op basis van aandelen (anders dan in geld)	37	28
Overige aanpassingen	(2)	10
<b>Kasstroom uit bedrijfsactiviteiten</b>	<b>451</b>	<b>540</b>

## ANALYSE VAN DE NETTOSCHULD

(niet door de externe accountants gecontroleerd)

€ miljoen	Op	Op
	31 maart 2007	31 december 2006
Totale financiële verplichtingen	(9 455)	(8 835)
Financiële verplichtingen (ten hoogste één jaar)	(5 102)	(4 458)
Financiële verplichtingen (meer dan één jaar)	(4 353)	(4 377)
Geldmiddelen en kasequivalenten volgens de balans	1 535	1 039
Geldmiddelen en kasequivalenten volgens het kasstroomoverzicht	1 160	710
Plus: Bankschulden gecorrigeerd in dit bedrag	375	329
Financiële activa	266	273
<b>Nettoschuld</b>	<b>(7 654)</b>	<b>(7 523)</b>

## GEOGRAFISCHE ANALYSE

(niet door de externe accountants gecontroleerd)

### Voortgezette bedrijfsactiviteiten – Eerste kwartaal

€miljoen	Noord- en			Totaal
	Europa	Zuid-Amerika	Azië Afrika	
<b>Omzet</b>				
2006	3 471	3 418	2 646	9 535
2007	3 544	3 231	2 753	9 528
Verandering	2,1%	(5,5)%	4,0%	(0,1)%
<b>Effect van:</b>				
Wisselkoersen	0,4%	(7,9)%	(6,6)%	(4,5)%
Acquisities	0,3%	0,0%	0,2%	0,2%
Desinvesteringen	(2,1)%	(0,6)%	(0,6)%	(1,2)%
<b>Groei van de onderliggende verkopen</b>	3,6%	3,2%	11,8%	5,7%
Prijs	(0,7)%	0,8%	2,9%	0,8%
Volume	4,3%	2,3%	8,6%	4,8%

### Bedrijfswinst

2006	582	500	328	1 410
2007	510	465	327	1 302
Verandering tegen actuele wisselkoersen	(12,5)%	(6,9)%	(0,3)%	(7,7)%
Verandering tegen constante wisselkoersen	(12,8)%	1,3%	7,4%	(3,3)%

### Brutowinstmarge

2006	16,8%	14,6%	12,4%	14,8%
2007	14,4%	14,4%	11,9%	13,7%

*Inclusief herstructurering, desinvesteringen en duurzame waardeverminderingen*

2006	1,0%	(0,5)%	1,5%	0,6%
2007	(1,3)%	(0,6)%	(0,7)%	(0,9)%

### Bedrijfswinst uit beëindigde bedrijfsactiviteiten (exclusief winst/verlies op desinvesteringen) – Eerste kwartaal

€miljoen	Noord- en			Totaal
	Europa	Zuid-Amerika	Azië Afrika	
2006	68	–	–	68
2007	–	–	–	–

**ANALYSE NAAR PRODUCTGROEP**

(niet door de externe accountants gecontroleerd)

**Voortgezette bedrijfsactiviteiten – Eerste kwartaal**

€ miljoen	Culinaire producten, dressings en spreads	IJs en dranken	Voedingsmiddelen	Persoonlijke verzorging	Huishoudelijke verzorging en overige activiteiten	Huishoudelijke en Persoonlijke Verzorging	Totaal
<b>Omzet</b>							
2006	3 399	1 630	5 029	2 702	1 804	4 506	9 535
2007	3 375	1 614	4 989	2 749	1 790	4 539	9 528
Verandering	(0,7)%	(1,0)%	(0,8)%	1,7%	(0,8)%	0,7%	(0,1)%
<b>Effect van:</b>							
Wisselkoersen	(3,7)%	(4,6)%	(4,0)%	(5,3)%	(4,9)%	(5,1)%	(4,5)%
Acquisities	0,0%	0,3%	0,1%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%
Desinvesteringen	(0,8)%	(1,4)%	(1,0)%	(1,2)%	(1,6)%	(1,3)%	(1,2)%
<b>Groei van de onderliggende verkopen</b>	3,8%	4,9%	4,2%	8,4%	5,8%	7,4%	5,7%
<b>Bedrijfswinst</b>							
2006	574	161	735	498	177	675	1 410
2007	457	114	571	542	189	731	1 302
Verandering tegen actuele wisselkoersen	(20,3)%	(29,4)%	(22,3)%	8,7%	7,0%	8,3%	(7,7)%
Verandering tegen constante wisselkoersen	(17,5)%	(24,6)%	(19,1)%	14,3%	13,3%	14,1%	(3,3)%
<b>Brutowinstmarge</b>							
2006	16,9%	9,9%	14,6%	18,4%	9,8%	15,0%	14,8%
2007	13,5%	7,1%	11,4%	19,7%	10,6%	16,1%	13,7%

## TOELICHTING

(niet door de externe accountants gecontroleerd)

### Toegepaste grondslagen

De verkorte tussentijdse financiële overzichten zijn opgesteld in overeenstemming met International Financial Reporting Standards (IFRS) zoals aanvaard binnen de Europese Unie. Deze zijn gelijk aan de toegepaste grondslagen voor het opstellen van het Jaarverslag en de Jaarrekening voor het jaar geëindigd op 31 december 2006, behalve dat:

- Financiële-leasecrediteuren en 'funding related' derivaten zijn gereclassificeerd in de balans om de presentatie van de nettoschuld te verduidelijken. Vergelijkende cijfers voor 31 december 2006 en 1 april 2006 zijn overeenkomstig aangepast; en
- Balansposten met betrekking tot leningen worden nu financiële verplichtingen genoemd om beter aan te sluiten bij de vereisten van IFRS 7 'Financial Instruments – Disclosures', zoals die door Unilever wordt toegepast vanaf 1 januari 2007.

De verkorte tussentijdse financiële overzichten, die zijn opgesteld in overeenstemming met IAS 34, worden tegen actuele wisselkoersen gepresenteerd. De procentuele wijzigingen ten opzichte van dezelfde periode vorig jaar worden tegen zowel actuele als constante wisselkoersen weergegeven om vergelijking te vereenvoudigen.

### Acquisities en desinvesteringen

Op 1 januari 2007 heeft Unilever de herstructurering van haar Portugese activiteiten afgerond. Dit is nu één onderneming waarin Unilever een belang heeft van 55% en Jerónimo Martins een belang van 45%. De samengevoegde onderneming omvat de activiteiten op het gebied van voedingsmiddelen en huishoudelijke en persoonlijke verzorging. De overeenkomst is van dien aard dat er sprake is van gezamenlijke zeggenschap over de samengevoegde onderneming, die daarom door Unilever wordt verantwoord als een joint venture.

### Beëindigde bedrijfsactiviteiten

De nettokasstromen toerekenbaar aan de beëindigde bedrijfsactiviteiten inzake bedrijfsactiviteiten, investeringsactiviteiten en financieringsactiviteiten in het eerste kwartaal waren respectievelijk € (2) miljoen, € 24 miljoen en € 0 miljoen (2006: € (9) miljoen, € 5 miljoen en € (1) miljoen).

### Belastingen

Het effectieve belastingpercentage in het kwartaal bedroeg 22% in vergelijking met 24% in het eerste kwartaal vorig jaar. Het effectieve belastingpercentage wordt berekend door de belastinglast te delen door het resultaat vóór belastingen, exclusief de bijdrage van joint ventures en geassocieerde maatschappijen. In de last voor het kwartaal is een bedrag opgenomen van € 61 miljoen (2006: € 17 miljoen) met betrekking tot belastingen in het Verenigd Koninkrijk.

### Wisselkoersen

De winst-en-verliesrekening op pagina 10, het overzicht van alle verwerkte resultaten op pagina 11, de mutaties in het eigen vermogen op pagina 11 en het kasstroomoverzicht op pagina 13 zijn weergegeven tegen de gemiddelde wisselkoersen in iedere periode.

De balans op pagina 12 en de analyse van de nettoschuld op pagina 13 zijn weergegeven tegen wisselkoersen geldend aan het eind van de periode.

Aanvullende informatie in US dollars en ponden sterling is beschikbaar (in het Engels) op onze website [www.unilever.com/ourcompany/investorcentre](http://www.unilever.com/ourcompany/investorcentre).

*De hierin opgenomen financiële overzichten omvatten niet de volledige jaarrekening zoals gedefinieerd door S240 van de Companies Act 1985 in het Verenigd Koninkrijk. De volledige jaarrekening van Unilever over het jaar geëindigd op 31 december 2006 wordt gedeponereerd bij het Ondernemingsregister in het Verenigd Koninkrijk. De accountants hebben daarbij een goedkeurende verklaring afgegeven en deze bevatte geen uitspraken zoals bedoeld in S237(2) of S237(3) van de Companies Act 1985 in het Verenigd Koninkrijk.*

## WINST PER AANDEEL

(niet door de externe accountants gecontroleerd)

### Samengevoegde winst per aandeel

De hieronder opgenomen informatie omtrent de winst per aandeel, inclusief de vergelijkende cijfers voor 2006, is gebaseerd op de nominale waarde van de aandelen per 22 mei 2006. Op deze datum zijn, na goedkeuring door de jaarlijkse algemene vergaderingen van aandeelhouders in 2006, de NV-aandelen gesplitst en de PLC-aandelen geconsolideerd.

De berekening van de samengevoegde winst per aandeel is gebaseerd op het gemiddelde aantal eenheden van aandelen dat het samengevoegde gewone aandelenkapitaal van NV en PLC, in omloop gedurende de periode, vertegenwoordigt, na aftrek van het gemiddelde aantal aandelen dat intern wordt gehouden.

Voor de berekening van de winst per aandeel op verwaterde basis wordt een aantal correcties gemaakt op het gebruikte aantal aandelen, met name de volgende: (i) uitoefening in 2038 van het recht op conversie in gewone aandelen PLC, toekomend aan de houders van aandelen in een groepsmaatschappij in het kader van de regeling tot wijziging van de Leverhulme Trust, en (ii) de uitoefening van aandelenopties door werknemers.

### Winst per aandeel uit totale bedrijfsactiviteiten in het eerste kwartaal

	2007	2006
<b>Samengevoegde winst per aandeel</b>	Eenheden in duizenden	
Gemiddeld aantal eenheden van aandelen	2 890 542	2 880 783
	€ miljoen	
Nettowinst toekomend aan houders van gewoon aandelenkapitaal	1 013	990
Samengevoegde winst per aandeel (euro)	0,35	0,34
<b>Samengevoegde winst per aandeel – verwaterd</b>	Eenheden in duizenden	
Aangepast gemiddeld aantal eenheden van aandelen	2 984 902	2 996 271
Samengevoegde winst per aandeel – verwaterd (euro)	0,34	0,33
<b>Samengevoegde winst per aandeel in US dollar en pond sterling</b>		
Samengevoegde winst per aandeel (US dollar)	0,46	0,41
Samengevoegde winst per aandeel – verwaterd (US dollar)	0,44	0,40
Samengevoegde winst per aandeel (pond sterling)	0,23	0,24
Samengevoegde winst per aandeel – verwaterd (pond sterling)	0,23	0,23

## ZAKEN AANGAANDE DE JAARLIJKSE ALGEMENE VERGADERINGEN VAN AANDEELHOUDERS

De jaarlijkse algemene vergaderingen van aandeelhouders van Unilever N.V. en Unilever PLC zullen respectievelijk op 15 mei en 16 mei plaatsvinden.

### Benoeming van een nieuwe Chief Financial Officer

Het proces om een nieuwe Chief Financial Officer aan te stellen verloopt voorspoedig. We verwachten echter geen opvolger voor Rudy Markham te hebben gevonden vóór de aankomende jaarlijkse algemene vergaderingen van aandeelhouders. In verband hiermee zal Rudy zoals gepland aftreden in de jaarlijkse algemene vergaderingen van aandeelhouders in 2007; hij heeft er echter in toegestemd zijn rol als Chief Financial Officer van Unilever te blijven uitoefenen tot een opvolger is benoemd.

### **Het Unilever Global Share Incentive Plan 2007**

Een van de voorstellen aan de jaarlijkse algemene vergaderingen van aandeelhouders is de vaststelling van het Unilever Global Share Incentive Plan 2007 ('het plan'). De raden van bestuur van Unilever hebben nu de prestatiecriteria vastgesteld voor 2007-2009 met de volgende doelstellingen voor de drie onderdelen:

- Gemiddelde groei van de onderliggende verkopen: 3,5% tot 5,5% per jaar.
- Beschikbare vrije kasstroom: € 12,2 miljard tot € 13,6 miljard.
- Total Shareholder Return (in vergelijking tot een groep van vergelijkbare ondernemingen): van een middenpositie (positie 11 van 21) tot de top-drie (positie 1-3 van 21).

Verdere bijzonderheden zijn te vinden in de bijlagen bij de uitnodiging voor de jaarlijkse algemene vergaderingen van aandeelhouders. Unilevers financiële doelstellingen voor de lange termijn zijn niet gewijzigd.

### **RESULTATEN TWEEDE KWARTAAL**

---

De resultaten over het tweede kwartaal en het eerste halfjaar van 2007 zullen op donderdag 2 augustus 2007 worden bekendgemaakt.

3 mei 2007