

24 January 2013

Bonus 2012

Chers tous,

En ligne avec les années précédentes, la croissance des ventes, des volumes et de notre marge sont les curseurs de notre bonus annuel. Des buts sont fixes chaque année afin que nous atteignons le projet ambitieux de doubler notre chiffre d'affaires tout en améliorant notre impact environnemental et social.

Ainsi, sur tous les plans, les résultats de 2012 sont forts et nous devrions tous nous réjouir des progrès que nous avons faits. Avec une croissance de 6.9%, couplée avec une augmentation des volumes de 3.4%, nous avons dépassé les cibles à atteindre, ce qui signifie que nous avons dépassé nos marchés et survolé la compétition. Nous avons augmenté nos parts de marché sur près de 60% de nos secteurs, avec Magnum et Sunsilks qui ont rejoint le club des 1 milliard d'€ de chiffre d'affaire, club qui compte à ce jour 14 marques.

Malgré un environnement difficile, dans lequel la compétition s'intensifie et des coûts d'entrée qui ont une fois de plus augmenté, la croissance est au rendez-vous. Nos marges ont augmenté de 30 points, nous mettant ainsi juste au-dessus de la moyenne. La discipline du capital a continué à être forte.

Si l'on regarde la qualité globale de nos produits, nous avons encore de la marge pour nous améliorer dans certains secteurs clés. Certains secteurs sont toujours en sous-performance. De même, notre marge, même si elle montre des progrès, durant le second semestre, n'a augmenté que très légèrement. En fait, si nous analysons cette marge, les 2/3 ont été générés par une réduction des charges et pas encore par des moteurs de plus grande qualité. Traduire notre croissance de ventes et de volume en une croissance durable reste notre défi principal – se baser simplement sur la croissance du chiffre sans la croissance de profit n'est pas un modèle durable.

Ayant analysé nos performances, le Bureau d'Unilever a établi les bonus 2012 à un très gratifiant 140%. C'est un résultat conforme à nos chiffres et, dans un environnement très compétitif, ce résultat tient compte de la qualité des résultats analysés.

Plan de co-investissement managérial Les salariés travaillant entre le niveau 3 et 5 et qui se voient gratifiés d'un bonus pour 2012 auront aussi l'opportunité de participer au plan de co-investissement managérial (MCIP), dans lequel ils peuvent investir jusqu'à 60% de leur bonus annuel sous forme d'actions Unilever. C'est une opportunité d'investissement significative ; basé sur les résultats d'Unilever durant les 3 prochaines années, votre investissement peut être doublé par autant de parts de marchés additionnelles du groupe.

Je vous encourage fortement de bénéficier de cette opportunité et de renforcer votre capital.

Bonus pour la période 2010-2012

Pour ceux qui travaillent en niveau 3 et 4 et qui se sont vus gratifiés d'un bonus en 2010, les résultats du groupe pour la période 2010-2012 ont permis une augmentation de 115% du niveau d'acquisition de parts de marché (116% pour les niveaux 5 et 109% pour les employés). Rappelons que la valeur actuelle ne dépend pas seulement du niveau d'acquisition mais aussi du prix de l'action au moment de l'acquisition. Ce système récompense les investissements à long terme. Le bonus que vous recevrez a considérablement augmenté grâce à la valeur des actions et des dividendes et c'est une récompense de tous les efforts que vous faites pour

construire ce groupe sur le long terme.

2012 a été une année de défi et de la part du Bureau d'Unilever, je vous vous remercie pour le dur labeur que vous avez fourni et pour votre engagement. Cette année a été une année de réel progrès avec le projet Compass et par le fait que notre compagnie est passée de "faite pour la compétition" à "faite pour gagner". Je suis persuadé, alors que nous commençons cette année 2013, que nous sommes bien placés pour connaître, sans aucun doute, une autre année de défi.

Lors d'une récente conférence des leaders du changement, je suis intervenu sur le VUCA World (Monde Incertain, Complexe et Ambigu) que nous connaissons aujourd'hui et j'ai déclaré que ce serait désormais la "nouvelle norme". Tout ceci s'avère et c'est dans cet environnement que nous devons continuer, non seulement à grandir sur les marchés mais aussi à faire de réels progrès pour augmenter nos marges. Pour le faire, nous devons être rapides et agiles mais aussi extrêmement disciplinés et rigoureux dans tout ce que nous faisons. Cette année doit être celle de la discipline où nous devons d'une main de fer maîtriser les coûts et le management financier, où nous devons nous assurer que nos innovations génèrent de la marge et attaquer sans merci tous les éléments qui nous font plafonner.

Avec votre appui, je sais que nous pouvons le faire et je suis impatient de travailler avec vous pour faire de 2013 un succès encore plus grand.

Chaleureusement,

Paul Polman