

LAPORAN TAHUNAN 2010 ANNUAL REPORT
PT UNILEVER INDONESIA Tbk



Unilever

Small Actions Big Difference



Small Actions Big Difference

Langkah Kecil untuk Perubahan Besar

Sebagai pemimpin dalam industri *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG), kami berupaya untuk menciptakan masa depan yang lebih baik. Hal itulah yang mendorong seluruh inovasi, pertumbuhan, dan komitmen kami untuk mewujudkan perubahan. Setiap hari, melalui produk-produk yang berkualitas tinggi, misi sosial *brand*, dan program tanggung jawab sosial perusahaan, kami berupaya menginspirasi masyarakat untuk melakukan langkah-langkah kecil yang bisa mewujudkan perubahan besar bagi dunia.

As a leader in the Fast Moving Consumer Goods (FMCG) industry, our goal is to create a better future every day. This is what drives our innovation, our growth and our commitment to making a difference. Every day, by delivering value through our high quality products, our brand social missions and our social responsibility programmes, we aim to inspire more people to take small actions that add up to make a big difference to our world.

Kinerja yang Terus Meningkat

Continually Growing Performance

Di tahun 2010 kami tetap terus tumbuh dan berhasil memperkokoh pangsa pasar korporasi kami. Kombinasi dari disiplin keuangan, kekuatan inovasi, dan efektivitas pengembangan bisnis telah membuat kami lebih kompetitif sekaligus memperkokoh landasan untuk tumbuh secara berkelanjutan.

In 2010 we continued to grow and strengthened our corporate market share. A combination of financial discipline, strong innovation and an effective business development strategy has strengthened our competitive advantages and reinforced the foundation for sustainable growth.

**Rp19,7
triliun
trillion**

Penjualan Bersih
Net Sales

**Rp3,4
triliun
trillion**

Laba Bersih
Net Income

**Rp3,6
triliun
trillion**

Arus Kas dari
Aktivitas Operasi
Net Operating
Cash Flow

**Rp1,3
triliun
trillion**

Belanja Modal
Capital Expenditure

Home & Personal Care
Penjualan Bersih Net Sales

Rp14,7
triliun/trillion

Foods & Ice Cream
Penjualan Bersih Net Sales

Rp5,0
triliun/trillion



Tanggung Jawab Sosial yang Berkesinambungan

Ongoing Social Responsibility

Di tahun 2010, kami melanjutkan momentum kesuksesan program *Community Engagement* dan Misi Sosial *Brand* yang membawa *Corporate Social Responsibility (CSR)* Unilever Indonesia selangkah di depan dan semakin aktif dalam kiprah membangun kemitraan dan berbagi bersama masyarakat di berbagai penjuru Nusantara.

The strong momentum of our *Community Engagement* and *Brand Social Mission* programmes in 2010 brought us one step ahead with an increasingly active role, through our *Corporate Social Responsibility (CSR)* programmes, in developing partnerships for health and economic growth and empowering communities throughout the Archipelago.





- Program Desa Sehat telah sukses diimplementasikan di 1.171 sekolah di Yogyakarta, Jawa Timur, Jawa Barat, Medan dan Makassar yang mencakup 1.186 Posyandu, melibatkan sekitar 11.000 kader kesehatan dan 11.000 dokter kecil. Kami memperkirakan bahwa program tersebut memberikan manfaat bagi 500.000 orang.
- Aktivitas Misi Sosial *Brand* (Makanan, Higiene, Pemberdayaan Perempuan, dan Aktivitas Pengembangan Masyarakat lainnya).
- Program Aksi Penanggulangan HIV/AIDS telah direplikasi di Jawa Timur (Surabaya, Madiun dan Pasuruan) menyusul pelaksanaan program perdana di Jakarta. Pada 2010, kami memiliki 277 kader kesehatan dan 5.987 Duta HIV/AIDS.
- Pelaksanaan Program Higiene dan Kesehatan di 43 kecamatan.
- The Healthy Village programme was successfully implemented in 1,171 schools in Yogyakarta, East Java, West Java, Medan and Makassar which covered 1,186 Posyandu(s), involving approximately 11,000 health cadres and 11,000 little doctors. We estimate that the impact of the programme benefits 500,000 people.
- Brand Social Mission activities (Foods, Hygiene, Empowering Women, and other Community Development Activities)
- The HIV/AIDS Preventive Action Programme has been replicated in East Java (Surabaya, Madiun and Pasuruan) following the first introduction in Jakarta. As of 2010, we have 277 health cadres and 5,987 HIV/AIDS ambassadors.
- Hygiene and Health Programmes implemented in 43 sub districts.

Membina Lingkungan Yang Lestari

Fostering Sustainable Environment

Keberhasilan dari misi program pelestarian lingkungan kami tercermin dari direplikasikannya program yang sama di sejumlah daerah lain. Melalui program Green & Clean yang berfokus pada pengelolaan sampah, kami telah berhasil membina ribuan relawan lingkungan yang menyebarkan kesadaran dan kegiatan lingkungan dalam komunitas mereka. Program tersebut kini telah diadopsi di sejumlah kota di pulau Jawa, Sumatra, Sulawesi, dan Kalimantan. Sementara itu Program Trashion dan Koperasi Bank Sampah, terus memberikan solusi terhadap kebutuhan untuk pengelolaan sampah plastik di tahun 2010.

The success of our sustainable environment mission is reflected in its replication in many areas in Indonesia. Through the Green and Clean programme, focusing on community empowerment in waste management, we have successfully recruited thousands of environmental volunteers who are spreading environmental awareness and action in their communities. The programme has now been adopted by cities in Java, Sumatra, Sulawesi, and Kalimantan. The Trashion and Waste Bank Cooperative programmes, meanwhile, continued to provide the solution manage plastic waste in 2010.

Penanaman 10.000 bibit pohon kelapa dalam Program Pertanian Berkelanjutan.

10,000 coconut seedlings planted in the Sustainable Agriculture Programme.



Program Green & Clean dilaksanakan di 8 kota besar (Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Medan, Balikpapan, Banjarmasin, Makassar dan Surabaya). Pada 2010 program tersebut melibatkan 134.000 kader lingkungan.

Green and Clean Programme implemented in 8 major cities (Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Medan, Balikpapan, Banjarmasin, Makassar and Surabaya). In 2010 the programme involved 134,000 environmental cadres.



Penganugerahan International Stevie Award kepada Program Pemberdayaan Perempuan yang menjadi bagian dari Pengembangan Petani Kedelai Hitam.

International Stevie Award presented to the Black Soybean Women's Empowerment Programme.



Pengembangan 730 wiraswastawan dan penyerapan 32.000 kg sampah melalui program Trashion.

730 social entrepreneurs empowered and 32,000 kg of waste absorbed through the Trashion programme.



Pengembangan 19 Koperasi Bank Sampah yang menyerap 14.000 kg sampah.

19 waste bank cooperatives established. These were able to absorb 14,000 kg of waste.





Ikhtisar Data Keuangan Penting

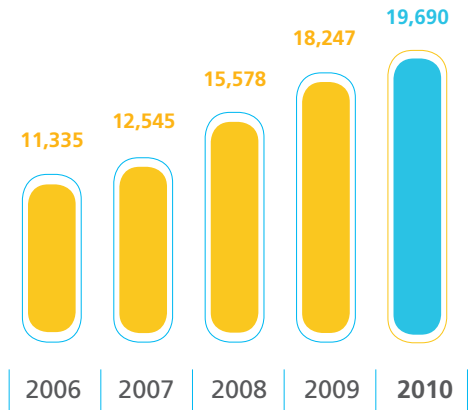
Summary of Salient Financial Data

Tabel di bawah ini menampilkan ikhtisar data keuangan penting dari Perseroan untuk lima tahun yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2006, 2007, 2008, 2009, dan 2010 dikutip dari Laporan Keuangan Konsolidasian Perseroan yang diaudit oleh KAP Haryanto Sahari & Rekan (firma anggota jaringan global PwC) untuk tahun 2006, 2007, 2008 dan KAP Tanudiredja, Wibisana & Rekan (firma anggota jaringan global PwC) untuk tahun 2009 dan 2010. Efektif tanggal 8 Maret 2010, KAP Haryanto Sahari & Rekan telah berubah nama menjadi KAP Tanudiredja, Wibisana & Rekan.

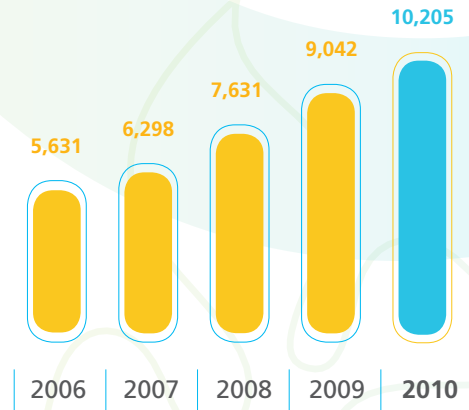
Presented below is the summary of salient financial data of the company for five years ended 31 December 2006, 2007, 2008, 2009, and 2010 derived from the Company's Consolidated Financial Statements which have been audited by KAP Haryanto Sahari & Rekan (a member firm of PwC's global network) for the years 2006, 2007, 2008 and by KAP Tanudiredja, Wibisana & Rekan (a member firm of PwC's global network) for the years 2009 and 2010. With effect of 8 March 2010, KAP Haryanto Sahari & Rekan has changed its name to KAP Tanudiredja, Wibisana & Rekan.

Laporan Laba Rugi & Neraca (Statements of Income & Balance Sheets)						
Deskripsi (Dalam Miliar Rupiah kecuali disebutkan lain)	2010	2009	2008	2007	2006	Description (In Billion Rupiah unless otherwise stated)
UNTUK TAHUN BERJALAN						FOR THE YEAR ENDING
Penjualan Bersih	19,690	18,247	15,578	12,545	11,335	Net Sales
Harga Pokok Penjualan	(9,485)	(9,205)	(7,947)	(6,247)	(5,704)	Cost of Goods Sold
Laba Kotor	10,205	9,042	7,631	6,298	5,631	Gross Profit
Beban Usaha	(5,662)	(4,827)	(4,200)	(3,520)	(3,195)	Operating Expenses
Laba Usaha	4,543	4,215	3,431	2,778	2,435	Operating Income
Laba sebelum Pajak Penghasilan	4,539	4,249	3,448	2,821	2,465	Profit before Income Tax
Laba Bersih	3,387	3,044	2,407	1,965	1,722	Net Income
EBITDA	4,828	4,474	3,574	2,907	2,525	EBITDA
PADA AKHIR TAHUN						AT THE END OF YEAR
Aset Lancar	3,748	3,602	3,103	2,695	2,605	Current Assets
Jumlah Aset	8,701	7,485	6,505	5,333	4,626	Total Assets
Kewajiban Lancar	4,403	3,589	3,091	2,428	2,057	Current Liabilities
Jumlah Kewajiban	4,652	3,776	3,398	2,639	2,249	Total Liabilities
Ekuitas	4,045	3,703	3,100	2,692	2,369	Equity
Modal Kerja Bersih	(655)	13	12	267	548	Net Working Capital
Marjin Laba Kotor	51.8%	49.6%	49.0%	50.2%	49.7%	Gross Margin
Marjin Laba Usaha	23.1%	23.3%	22.0%	22.1%	21.5%	Operating Margin
Marjin Laba Bersih	17.2%	16.7%	15.5%	15.7%	15.2%	Net Margin
Marjin EBITDA	24.5%	24.5%	22.9%	23.2%	22.3%	EBITDA Margin
Jumlah Saham Beredar (dalam jutaan lembar saham)	7,630	7,630	7,630	7,630	7,630	Number of Outstanding Shares (in millions of shares)
Laba Bersih per saham (dalam Rupiah)	444	399	315	257	226	Basic Earnings per share (in Rupiah)
Pembayaran dividen per saham (dalam Rupiah)	399	320	262	215	200	Dividend paid per share (in Rupiah)
Jumlah pembayaran dividen	3,044	2,442	1,999	1,640	1,526	Total Dividend Paid
RASIO USAHA						OPERATING RATIOS
Laba Usaha terhadap Ekuitas	112.3%	113.8%	110.7%	103.2%	102.8%	Operating Income to Equity
Laba Bersih terhadap Ekuitas	83.7%	82.2%	77.6%	73.0%	72.7%	Net Income to Equity
Laba Usaha terhadap Jumlah Aset	52.2%	56.3%	52.7%	52.1%	52.6%	Operating Income to Total Assets
Laba Bersih terhadap Jumlah Aset	38.9%	40.7%	37.0%	36.8%	37.2%	Net Income to Total Assets
RASIO KEUANGAN						FINANCIAL RATIOS
Aset Lancar terhadap Kewajiban Lancar	85.1%	100.3%	100.4%	111.0%	126.6%	Current Assets to Current Liabilities
Jumlah Kewajiban terhadap Ekuitas	115.0%	102.0%	109.6%	98.0%	95.0%	Total Liabilities to Equity
Jumlah Kewajiban terhadap Jumlah Aset	53.5%	50.5%	52.2%	49.5%	48.6%	Total Liabilities to Total Assets

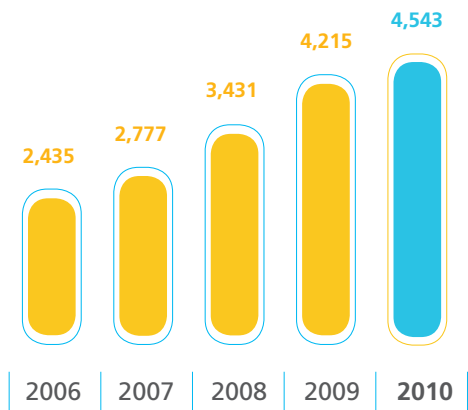
Penjualan Bersih (Miliar Rupiah)
Net Sales (Billion Rupiah)



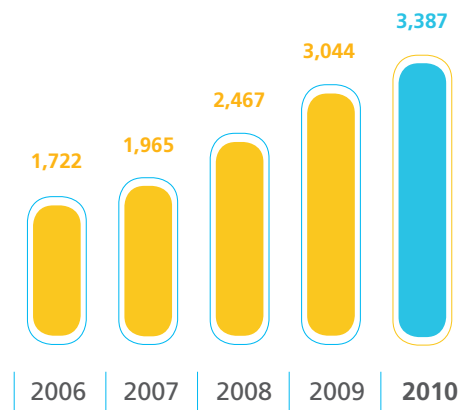
Laba Kotor (Miliar Rupiah)
Gross Profit (Billion Rupiah)



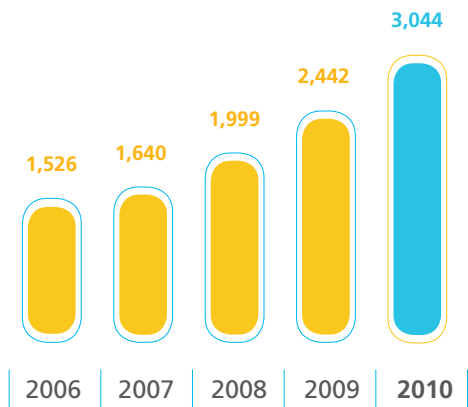
Laba Usaha (Miliar Rupiah)
Operating Income (Billion Rupiah)



Laba Bersih (Miliar Rupiah)
Net Income (Billion Rupiah)

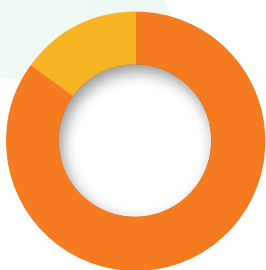
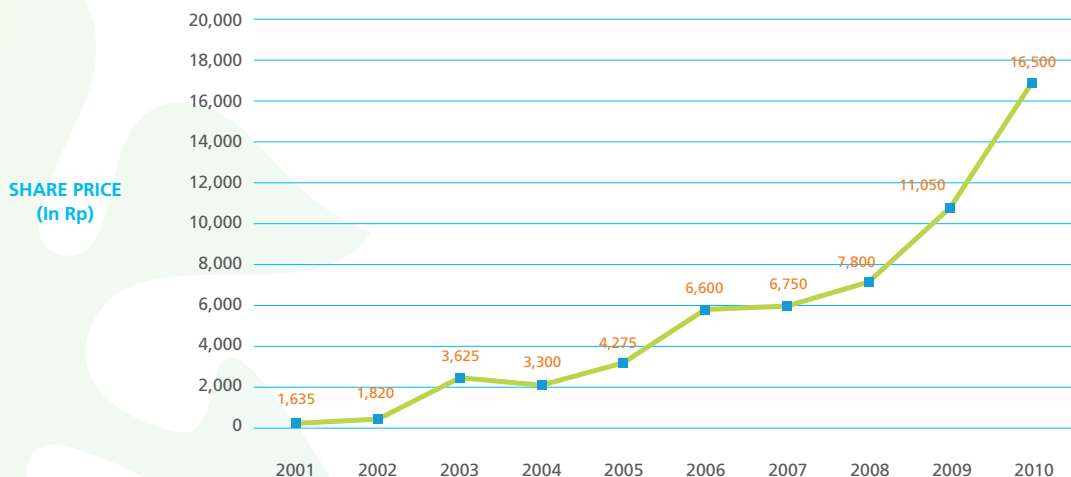


Dividen Dibayar (Miliar Rupiah)
Dividend Paid (Billion Rupiah)



Perihal Modal Saham Share Capital Matters

HARGA SAHAM SELAMA 10 TAHUN (PADA AKHIR TAHUN)
10 YEARS SHARE PRICE (END OF YEAR)



85%

**UNILEVER INDONESIA
HOLDING B.V., THE
NETHERLANDS**
6,484,877,500 jumlah
saham/number of shares
Rp64,848,775 nilai nominal
dalam ribuan/nominal
values in thousand

15%

**MASYARAKAT/
PUBLIC**
1,145,122,500 jumlah
saham/number of shares
Rp11,451,225 nilai
nominal dalam ribuan/
nominal values in
thousand

Per tanggal 31 Desember 2010, satu-satunya Direktur yang memiliki saham publik Perseroan adalah Bapak Joseph Bataona, dengan jumlah kepemilikan tidak lebih dari 0,001% dari jumlah modal dasar, yang ditempatkan dan disetor penuh Perseroan.

As of 31 December 2010, the only Director who held the Company's public shares was Mr. Joseph Bataona, with the ownership of not more than 0.001% of the authorised, issued, and fully paid-up shares of the Company.

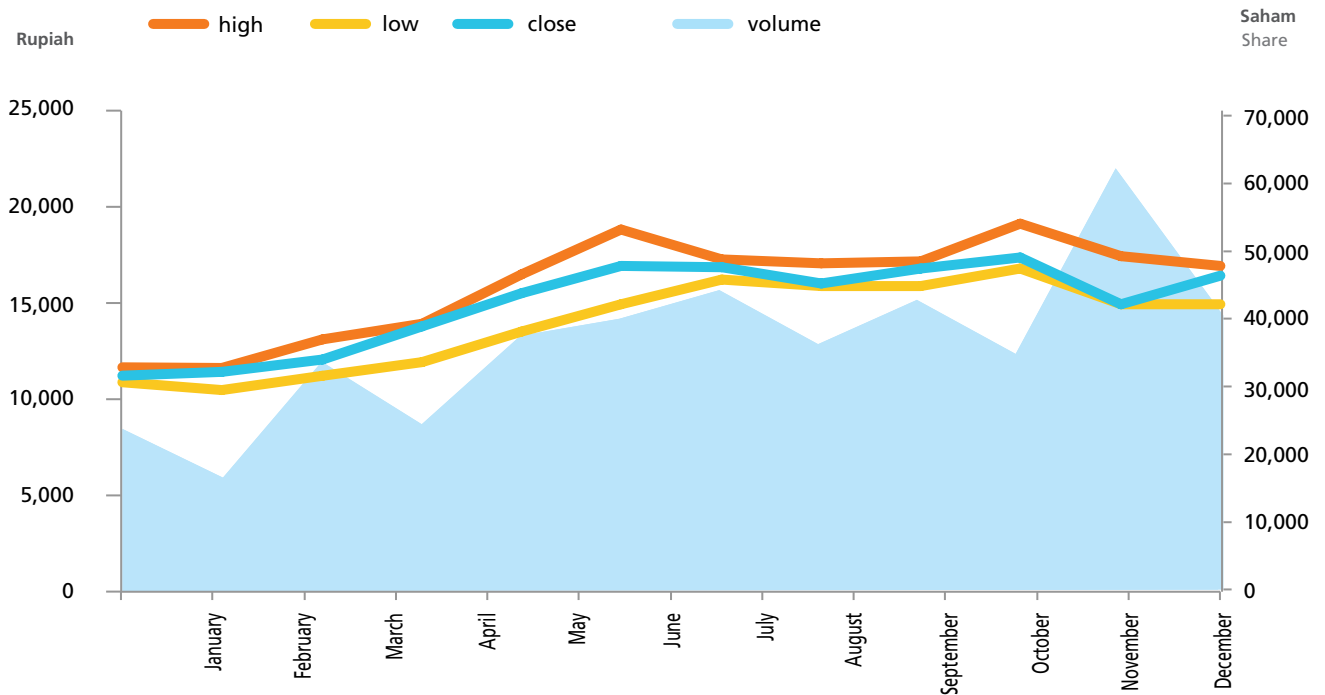
PENCATATAN SAHAM DI BURSA EFEK INDONESIA
REGISTRATION OF SHARES ON INDONESIA STOCK EXCHANGE

Tanggal Date	Tindakan Korporasi Corporate Action	Penambahan saham Share Addition
11 Januari / January 1982	Penawaran Umum / Initial Public Offering	9,200,000
15 Desember / December 1989	Saham bonus / Bonus shares (Kapitalisasi dari selisih penilaian kembali aset tetap) (Capitalisation of fixed assets revaluation reserve)	1,533,334
22 September / September 1993	Saham bonus / Bonus shares (Kapitalisasi dari agio saham) (Capitalisation of capital paid in excess of par value)	717,891
2 Januari / January 1998	Saham Pendiri / Company Listing	64,848,775
6 November / November 2000	Pemecahan saham / Stock split Nilai nominal Rp 1.000 menjadi Rp 100 / Par value Rp 1,000 to Rp 100	686,700,000
3 September / September 2003	Pemecahan saham / Stock split Nilai nominal Rp 100 menjadi Rp 10 / Par value Rp 100 to Rp 10	6,867,000,000
12 November / November 2008	Pengalihan kepemilikan saham dari Mavibel (Maatschappij voor Internationale Beleggingen) kepada Unilever Indonesia Holding B.V., the Netherlands Transfer of share ownership from Mavibel (Maatschappij voor Internationale Beleggingen) to Unilever Indonesia Holding B.V., the Netherlands	6,484,877,500

HARGA SAHAM
SHARE PRICE

	2010				2009			
	Tertinggi Highest	Terendah Lowest	Penutupan Closing	Volume dalam ribu In Thousands	Tertinggi Highest	Terendah Lowest	Penutupan Closing	Volume dalam ribu In Thousands
Q1	13,200	10,550	12,150	72,556	8,800	7,750	7,950	69,938
Q2	18,900	12,000	17,000	100,293	9,750	7,500	9,250	173,680
Q3	17,350	15,950	16,850	121,305	12,100	9,200	10,700	101,363
Q4	19,200	15,000	16,500	135,424	11,950	9,350	11,050	76,549
Kurs Akhir Closing Price	19,200	10,550	16,500		12,100	7,500	11,050	
Jumlah / Total				429,578				421,530

KINERJA SAHAM 2010
2010 SHARE PERFORMANCE



PEMBAYARAN DIVIDEN DI TAHUN 2010 DAN 2009 ADALAH SEBAGAI BERIKUT:
DETAILS OF DIVIDENS PAID IN THE YEARS 2010 AND 2009 WERE AS FOLLOWS:

Tahun Year	Tanggal Pembayaran Payment Date	Tahun Buku Book Year	Dividen / Saham Dividend / Share	Jumlah Dividen dalam juta Rp Total Dividend in million Rp
2010	13 Juli/July	2009 2010	299	2,281,370
	15 Desember/December		100	763,000
Jumlah / Total			399	3,044,370
2009	14 Juli/July	2008 2009	220	1,678,600
	15 Desember/ December		100	763,000
Jumlah / Total			320	2,441,600

Sejarah Perseroan

Company Milestones



1



2



3



4



5



6

1933

- 1 Unilever didirikan dengan nama Lever's Zeepfabrieken N.V. di Angke, Jakarta
Unilever was established under the name Lever's Zeepfabrieken N.V. in Angke, Jakarta

1941

- 2 Mendirikan pabrik kosmetik di Surabaya
Established a cosmetic factory in Surabaya

1967

- 3 Setelah dikuasai oleh Pemerintah selama 4 tahun, Unilever kembali beroperasi dibawah UU Penanaman Modal Asing.
After being under government control for 4 years, Unilever resumed operations under the Foreign Investment Law

1980

- 4 Nama Perseroan diubah menjadi PT Unilever Indonesia
Company name was changed to PT Unilever Indonesia

1981

- 5 Melepas saham ke publik dan mendaftarkan 15% sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Surabaya
Went public and listed 15% of shares on the Jakarta and Surabaya Stock Exchanges

1990

- 6 Mendirikan pabrik Personal Care di Rungkut, Surabaya dan memasuki bisnis teh dengan mengakuisisi Sariwangi
Established the Personal Care Factory in Rungkut, Surabaya and entered the tea business by acquiring Sariwangi

1992

- 7 Memasuki bisnis es krim, membuka pabrik Wall's Ice Cream di Cikarang
Entered the ice cream business, opening the Wall's Ice Cream Factory in Cikarang

1995

- 8 Memindahkan semua pabrik dari daerah Angke Jakarta ke Cikarang, Bekasi
Relocated all factories from Angke Jakarta to Cikarang, Bekasi



7



8



9



10



11



12

2000

- 9 Memasuki bisnis kecap, berpatungan dengan PT Anugrah Indah Pelangi untuk mendirikan PT Anugrah Lever, yang bergerak di bidang manufaktur dan penjualan kecap Bango. Mendirikan perusahaan patungan dengan Kimberly Clark dan membuka pabrik deterjen cair

Entered the soy sauce business, setting up a joint venture with PT Anugrah Indah Pelangi as PT Anugrah Lever to manufacture and sell Bango soy sauce. Established a joint venture with Kimberly Clark and opened the liquid detergent factory

2002

- Mendirikan pusat distribusi baru di Jakarta. Berpatungan dengan Texchem Resources Berhad untuk mendirikan PT Technopia Lever yang menjual dan mendistribusikan produk pembasmi serangga dengan merek Domestos Nomos
- Opened a new central distribution centre in Jakarta. Set up a joint venture with Texchem Resources Berhad as PT Technopia Lever to sell and distribute insecticide products under the Domestos Nomos trademark

2004

- 10 Mengakuisisi Knorr Indonesia dari Unilever Overseas Holdings Limited dan menggabungkannya dengan Unilever Indonesia. Memindahkan pabrik produk perawatan rambut dari Rungkut ke Cikarang

Acquired Knorr Indonesia from Unilever Overseas Holdings Limited and merged it with Unilever Indonesia. Relocated hair products manufacturing from Rungkut to Cikarang

2008

- 11 Membangun pabrik perawatan kulit terbesar se-Asia di Cikarang. Mengakuisisi merek Buavita dan Gogo untuk memasuki bisnis minuman sari buah

Opened Asia's biggest skin care factory in Cikarang. Acquired the Buavita and Gogo brands to enter the fruit-based vitality drinks business

2010

- 12 Memasuki bisnis pemurnian air dengan meluncurkan Pureit, alat pemurnian air tanpa gas atau listrik yang menghasilkan air minum yang aman dikonsumsi

Entered the water purifier business with the launch of Pureit, a safe drinking water solution that needs no electricity or gas

Profil Kami

Our Profile

PT Unilever Indonesia Tbk merupakan salah satu perusahaan FMCG terkemuka di Indonesia. Rangkaian produk Perseroan mencakup produk Home & Personal Care serta Foods & Ice Cream ditandai dengan *brand-brand* terpercaya dan ternama di dunia, antara lain Wall's, Lifebuoy, Vaseline, Pepsodent, Lux, Pond's, Sunlight, Rinso, Blue Band, Royco, Dove, Rexona, Clear, dan lain-lain.

PT Unilever Indonesia Tbk is one of Indonesia's leading FMCG companies. The Company's portfolio of Home & Personal Care, as well as Foods & Ice Cream products is distinguished by many of the world's best known and most trusted brands, including Wall's, Lifebuoy, Vaseline, Pepsodent, Lux, Pond's, Sunlight, Rinso, Blue Band, Royco, Dove, Rexona, Clear, and others.

<p>NAMA</p> <p>PT Unilever Indonesia Tbk</p>	<p>NAME</p> <p>PT Unilever Indonesia Tbk</p>
<p>BIDANG USAHA</p> <p>Produksi, pemasaran dan distribusi barang-barang konsumsi yang meliputi sabun, deterjen, margarin, makanan berinti susu, es krim, produk-produk kosmetik, minuman dengan bahan pokok teh dan minuman dengan sari buah</p>	<p>LINE OF BUSINESS</p> <p>Manufacturing, marketing and distribution of consumer goods including soaps, detergents, margarine, dairy based foods, ice cream, cosmetic products, tea based beverages and fruit juice</p>
<p>KEPEMILIKAN</p> <p>Penanaman Modal Asing</p>	<p>OWNERSHIP</p> <p>Foreign Direct Investment</p>
<p>TANGGAL PENDIRIAN</p> <p>5 Desember 1933</p>	<p>DATE OF ESTABLISHMENT</p> <p>5 Desember 1933</p>
<p>DASAR HUKUM PENDIRIAN</p> <p>Akta pendirian dan perubahannya:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Notaris Mr. Andriaan Hendrik Van Ophuijsen No. 23 tanggal 05 Desember 1933 • Notaris H. Syarif Siangan Tanudjaja, SH. No.16 tanggal 18 Juni 2008 	<p>LEGAL BASIS</p> <p>Deed of Establishment and amendments:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Notary Mr. Andriaan Hendrik Van Ophuijsen No. 23 dated 05 December 1933 • Notaris H. Syarif Siangan Tanudjaja, SH. No.16 dated 18 June 2008
<p>PENCATATAN DI BURSA</p> <p>11 Januari 1982</p>	<p>STOCK EXCHANGE REGISTRATION</p> <p>11 January 1982</p>
<p>KANTOR PUSAT</p> <p>Graha Unilever Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 15 Jakarta 12930, Indonesia Telepon: (62-21) 526 2112 (hunting) Faksimili: (62-21) 526 4020 Website: www.unilever.co.id</p>	<p>HEAD OFFICE</p> <p>Graha Unilever Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 15 Jakarta 12930, Indonesia Telephone: (62-21) 526 2112 (hunting) Facsimile: (62-21) 526 4020 Website: www.unilever.co.id</p>



Fakta Penting
Key Facts

8

Pabrik yang dimiliki
Owned Factories

40

Brand produk
Product Brands

95

Penghargaan di 2010
Awards in 2010

4,796

Karyawan
per akhir 2010
Employees at
the end of 2010

77

Tahun Unilever di
Indonesia
Years of Unilever in
Indonesia

385

Distributor
Distributors

Misi dan Nilai-nilai Kami

Our Mission and Values

Menciptakan masa depan yang lebih baik setiap hari

Creating a better future every day

- Kami bekerja untuk menciptakan masa depan yang lebih baik setiap hari.

We work to create a better future every day.

- Kami membantu konsumen merasa nyaman, berpenampilan baik dan lebih menikmati hidup dengan menggunakan brand dan layanan yang baik bagi mereka dan orang lain.

We help people feel good, look good and get more out of life with brands and services that are good for them and good for others.

- Kami menginspirasi masyarakat untuk melakukan langkah kecil setiap harinya yang bila digabungkan bisa mewujudkan perubahan besar bagi dunia.

We will inspire people to take small every day actions that can add up to a big difference for the world.

- Kami senantiasa mengembangkan cara baru dalam berbisnis yang memungkinkan kami tumbuh dua kali lipat serta mengurangi dampak terhadap lingkungan.

We will develop new ways of doing business that will allow us to double the size of our company while reducing our environmental impact.

Nilai-Nilai Kami

Our Values

- **Fokus pada pelanggan, konsumen dan masyarakat**
Customer, consumer and community focus
- **Kerja sama**
Teamwork
- **Integritas**
Integrity
- **Mewujudkan sesuatu terjadi**
Making things happen
- **Berbagi kebahagiaan**
Sharing of joy
- **Kesempurnaan**
Excellence



Brand-brand Kami

Our Brands



Home & Personal Care (HPC)

Home & Personal Care (HPC)

Berkontribusi 75%
terhadap total penjualan di 2010
Contributed 75%
of total turnover in 2010

Portofolio produk Home & Personal Care kami terdiri atas 23 brand ternama yang menjadi unggulan dalam kategori masing-masing berkat inovasi yang dinamis, serta kualitas dan nilai yang optimal. *Brand-brand* ini membantu konsumen merasa nyaman, berpenampilan baik, dan lebih menikmati kehidupannya.

Our Home & Personal Care portfolio comprises 23 well-known brands that are leading in their respective categories with the of dynamic innovation and uncompromising quality and value. These brands are helping consumers to feel good, look good, and get more out of life.

- Axe
- Cif
- Citra
- Clear
- Close-Up
- Domestos
- Dove
- Lifebuoy
- Lux
- Molto
- Pepsodent
- Pond's
- Pureit
- Rexona
- Rinso
- Sunlight
- Sunsilk
- Super Pell
- Surf
- Vaseline
- Viso
- Vixal
- Wipol

Brand-brand Kami

Our Brands



Foods & Ice Cream (FIC)

Foods & Ice Cream (FIC)

Berkontribusi 25%
terhadap total penjualan di 2010
Contributed 25%
of total turnover in 2010

Dengan 17 brand unggulan dari berbagai kategori, portofolio Foods & Ice Cream tumbuh pesat berkat inovasi dan keberhasilan peluncuran dan peluncuran kembali produk, serta didukung oleh iklan yang efektif dan jaringan distribusi yang kuat.

With 17 strong brands covering a broad spread of categories, growth in our Foods & Ice Cream portfolio has been driven by innovation and highly successful product launches and relauches, with compelling advertising and a powerful distribution network.

- Bango
- Blue Band
- Buavita
- Cornetto
- Feast
- Populaire
- Lipton
- Moo
- Magnum
- Paddle Pop
- Royco
- Sariwangi
- Sarimurni
- Skippy
- Taro
- Wall's
- Vienetta

Peristiwa Penting 2010

2010 Key Events



Januari January

Kami meluncurkan *safety campaign* bertajuk "From Zero to Hero" untuk meningkatkan kesadaran karyawan tentang pentingnya keselamatan di tempat kerja maupun aktivitas sehari-hari. Kampanye tersebut berfokus pada keselamatan kerja di pabrik, saat berkendara, dan saat kerja di kantor.

We launched our 'From Zero to Hero' safety campaign to raise employees' awareness of the importance of maintaining safety at work and in their day-to-day activities. The campaign focuses on safety in the factories, when driving, and when working in offices.

Februari February

Untuk meningkatkan kualitas Tim *Sales Push* kami, mereka ditransformasikan menjadi "Sahabat Belanja Anda". Dengan lebih mendekati diri kepada pengunjung toko, para "Sahabat Belanja Anda" diharapkan dapat lebih membantu konsumen memenuhi aspirasi mereka.

To take the quality of our Sales Push Teams to the next level, we transformed them into "Your Shopping Soulmates". Being more visitor-oriented, "Your Shopping Soulmates" are expected to be better able to help consumers fulfil their aspirations.

Maret March

Kami memulai kampanye "Fun Vitality" kami, yang dirancang untuk meningkatkan kesehatan fisik maupun mental seluruh karyawan. Kampanye tersebut melibatkan serangkaian aktivitas, termasuk pemeriksaan kesehatan, konsultasi dan seminar gizi, serta aneka lomba untuk memotivasi para karyawan agar lebih giat berolahraga.

We kicked off our Fun Vitality campaign, which is designed to improve the physical and mental health of all our employees. The campaign involved a series of activities, including medical check-ups, consultations and seminars on nutrition, as well as competitions to encourage employees to do more exercise.

Maret March

Vaseline meluncurkan Vaseline Men, serangkaian produk perawatan kulit untuk pria yang melindungi ketahanan kulit. Rangkaian produk perawatan kulit Vaseline Men mencakup pembersih wajah, pembersih badan, dan *body lotion*, masing-masing tampil dalam dua formula, seri *whitening* dan seri *fresh hydrating*.

Vaseline launched Vaseline Men, a range of skin care products for men that protects the resilience of their skin. The Vaseline Men product range consists of face wash, body wash, and body lotion, each of which comes in two formulations, the whitening series and the fresh hydrating series.

Menandai ulang tahun ke 10, Yayasan Unilever Indonesia secara resmi memperkenalkan Unilever Indonesia Volunteers. Melalui program tersebut, karyawan Perseroan diseluruh tanah air didorong untuk mengambil bagian dalam berbagai aktivitas yang berdampak positif terhadap masyarakat dan lingkungan.

Marking its 10th anniversary, the Unilever Indonesia Foundation formally launched Unilever Indonesia Volunteers. Through this programme, the Company's employees throughout the country are encouraged to take part in various activities that have a positive impact on the community and the environment.

Salah satu hasil keputusan Rapat Umum Pemegang Saham tahun 2010 adalah pembayaran dividen final untuk tahun 2009, yang berjumlah Rp2.281.370.000.000 kepada pemegang saham.

One of the resolutions made at the 2010 General Meeting of Shareholders was to distribute a final dividend for 2009 amounting to Rp 2,281,370,000,000 to shareholders.

Sunsilk berkolaborasi dengan 7 ahli perawatan rambut kelas dunia untuk peluncuran Sunsilk Co-Creations dengan formula khusus untuk berbagai jenis rambut.

Sunsilk collaborated with 7 world-class hair experts to launch Sunsilk Co-Creations with specific formulas for different hair types.

Unilever memenangkan penghargaan Best Issuer untuk segmen *consumer goods*, sedangkan Bapak Maurits Lalisang memperoleh gelar CEO of the Year 2010 dalam Bisnis Indonesia Awards.

Unilever won the Best Issuer award for the consumer goods sector and Mr Maurits Lalisang was named CEO of the Year 2010 at the Bisnis Indonesia Awards.



Mei |
May

Mei |
May

Juni |
June

Juli |
July



Peristiwa Penting 2010

2010 Key Events



Agustus August

Kami memainkan peran proaktif dalam upaya memerangi pemalsuan undian berhadiah, dengan berpartisipasi dalam kampanye "Waspada: Undian Berhadiah Palsu", bekerjasama dengan Kementerian Sosial dan 11 perusahaan lain.

We played a proactive role in combating promotion scams by taking part in the national "Beware Prize Draw Scams" campaign, in partnership with the Ministry of Social Affairs and 11 other companies.

September September

Kami memperkenalkan Cif, produk pembersih serbaguna yang efektif menghilangkan noda yang membandel.

We launched Cif, a multi-purpose cleaner that effectively gets rid of persistent stains.

Oktober October

Kami memperkenalkan Pureit, sebuah teknologi pemurnian air inovatif yang menghasilkan air minum bebas-bakteri tanpa listrik maupun gas. Mempertimbangkan bahwa di Indonesia, khususnya di kawasan Jabodetabek, 48% air masih terkontaminasi bakteri coliform, inovasi ini diluncurkan untuk membantu banyak orang memperoleh pasokan air yang sepenuhnya aman untuk diminum.

We introduced Pureit, an innovative water purifying technology that produces bacteria-free drinking water without using electricity or gas. Given that in Indonesia, and particularly in the Jabodetabek area, 48% of water is still contaminated by coliform bacteria, this innovation was launched to help more people secure water supply that is completely safe to drink.

November November

Pond's, brand beauty care kami, meluncurkan Gold Radiance, sebuah produk anti-aging inovatif yang mengandung partikel mikro emas, serta meningkatkan layanan pelanggan dengan membuka Pond's Institute, dimana para ahli kecantikan terlatih memberikan perawatan kecantikan mutakhir dengan teknologi tercanggih, dalam suasana yang santai dan nyaman.

Our beauty care brand, Pond's, launched Gold Radiance, an innovative anti-aging product that contains micro particles of real gold, and enhanced customer service by opening the Pond's Institute, where trained beauticians provide the latest beauty treatments using the most advanced technology, in a relaxing and comfortable atmosphere.



November

November

Brand Ice Cream kami, Magnum, meluncurkan tiga varian baru yaitu: Magnum Classic, Almond, dan Chocolate Truffle. Dengan varian-varian baru ini, para konsumen di Indonesia dapat menikmati es krim premium berlapis cokelat Belgia tebal yang lezat.

Our Ice Cream brand, Magnum, launched three new variants: Magnum Classic, Almond, and Chocolate Truffle. With these new variants, consumers in Indonesia can now enjoy premium ice cream with a thick coating of delicious Belgian chocolate.

Desember

December

Yayasan Unilever Indonesia merayakan 10 tahun kegiatan kemitraan dan pembangunan masyarakat

Unilever Indonesia Foundation celebrated 10 years of partnering and developing communities.



Penghargaan Awards



Indonesia Most Trusted Company
(SWA Indonesia)



Asia's Best Companies 2010
(Finance Asia)



Indonesia Most Admired
Company (IMAC)
(Frontier Consulting Group &
Business Week Indonesia)

Unilever meraih 95 penghargaan di tahun 2010 (89 lokal, 5 internasional dan 1 Unilever Global), termasuk di antaranya:

- > **Overall Best Managed Company in Indonesia - Large Cap**, dari Asiamoney.
- > **Asia's Best Companies 2010 Award**, dari Finance Asia.
- > **Stevie Award 2010 as a Distinguished Honoree for Rural Women's Empowerment (Program Pengembangan Petani Kacang Kedelai Hitam)**, dari the American Business Awards.
- > **ASIAN MAKE (Most Admired Knowledge Enterprise) Award**, dari Teleos.
- > **Indonesia's Most Admired Company (IMAC) Award for Best in the Toiletries category**, dari Frontier Consulting Group dan Business Week Indonesia.
- > **Indonesian MAKE (Most Admired Knowledge Enterprise) Award 2010 sebagai Juara Tahun 2010 Indonesia Make Study**, dari Dunamis Consulting.
- > **Indonesia Best Brand Awards 2010**, dari Majalah SWA, MARS, Metro TV, dan SWANETWORK.
- > **Indonesia Customer Satisfaction Award (ICSA) 2010**, dari majalah SWA Sembada, Frontiers-Marketing Research Consulting, dan SWANETWORK-Corporate event Management.
- > **The Most Impactful Brand Activation Award 2010**, dari Majalah Komunikasi Pemasaran MIX.
- > **Indonesia's Most Trusted Company Award**, dari majalah SWA Indonesia.
- > **Indonesia Consumer Packaging Award 2010**, dari majalah komunikasi pemasaran MIX & Indonesia Brand Summit.
- > **Metro TV MDGs Award untuk Perlawanan terhadap HIV/AIDS dan penyakit menular lainnya**, dari Metro TV.
- > **Indonesia's Most Favorite Women's Brand 2010 Award**, dari majalah Marketers.
- > **Manggala Karya Bakti Husada Arutala Award**, dari Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.
- > **Asia's Best Employer Brand Award**, dari Employer Branding Institute, CMO Asia.

Unilever received a total of 95 awards in 2010 (89 local, 5 international and 1 Unilever Global), including the following:

- > **Overall Best Managed Company in Indonesia - Large Cap**, from Asiamoney.
- > **Asia's Best Companies 2010 Award**, from Finance Asia.
- > **Stevie Award 2010 as a Distinguished Honoree for Rural Women's Empowerment (Black Soybean Farmers Development Programme)**, from the American Business Awards.
- > **ASIAN MAKE (Most Admired knowledge Enterprise) Award**, from Teleos.
- > **Indonesia Most Admired Company (IMAC) Award for Best in the Toiletries category**, from the Frontier Consulting Group and Business Week Indonesia.
- > **Indonesian MAKE (Most Admired Knowledge Enterprise) Award 2010 as Winner of the 2010 Indonesia MAKE Study**, from Dunamis Consulting.
- > **Indonesia's Best Brand Award 2010**, from SWA Magazine, MARS, Metro TV and SWANETWORK.
- > **Indonesia Customer Satisfaction Award (ICSA) 2010**, from SWA Sembada Magazine, Frontiers-Marketing Research Consulting, and SWANETWORK-Corporate Event Management.
- > **The Most Impactful Brand Activation Award 2010**, from MIX Marketing Communications Magazine.
- > **Indonesia's Most Trusted Company Award**, from SWA Indonesia Magazine.
- > **Indonesia Consumer Packaging Award 2010**, from MIX Marketing Communication & Indonesia Brand Summit.
- > **Metro TV MDGs Award for Fighting against HIV/AIDS and Other Infectious Disease**, from Metro TV.
- > **Indonesia's Most Favorite Women's Brand 2010 Award**, from Marketeers Magazine.
- > **Manggala Karya Bakti Husada Arutala Award**, from the Ministry of Health of the Republic of Indonesia.
- > **Asia's Best Employer Brand Award**, from the Employer Branding Institute, CMO Asia.



Metro TV MDGs Award (Metro TV)



ASIAN MAKE Awards (Teleos)



Indonesian MAKE Award 2010 (Dunamis Consulting)



The Asia's Best Employer Brand Award (Employer Branding Institute, CMO Asia)

Daftar Isi

Table of Contents



Ikhtisar

Highlights

- 1** Preface Pengantar
- 2** Ikhtisar Kinerja
Performance Highlights
- 4** Ikhtisar CSR CSR Highlights
- 6** Ikhtisar Sustainable
Sustainable Highlights
- 8** Ikhtisar Data Keuangan Penting
Summary of Salient Financial Data
- 10** Ikhtisar Saham Share Highlights
- 12** Sejarah Perseroan Company Milestones
- 14** Profil Kami Our Profile
- 16** Misi dan Nilai-nilai Kami Our Mission and Values
- 18** Brand-brand Kami Our Brands
- 22** Peristiwa Penting 2010 Key Events 2010
- 26** Penghargaan Awards

28 Daftar Isi Table of Contents

Laporan Manajemen

Management Report

- 32** Laporan Dewan Komisaris
Board of Commissioners' Report
- 36** Profil Dewan Komisaris
Board of Commissioners' Profile
- 40** Laporan Dewan Direksi
Board of Directors' Report
- 48** Profil Direksi
Board of Directors' Profile

Analisis dan Pembahasan Manajemen

Management's Discussion & Analysis

- 54** Tinjauan Operasional Operational Review
 - 54** Home & Personal Care
Home & Personal Care
 - 60** Foods & Ice Cream Foods & Ice Cream
 - 64** Supply Chain Supply Chain

68 Customer Development

Customer Development

72 Corporate Relations

Corporate Relations

76 Tinjauan Keuangan Financial Review

77 Penjualan Bersih Net Sales

77 Harga Pokok Penjualan

Cost of Good Sales

78 Laba Kotor Gross Profit

78 Beban Usaha Operating Expense

78 Penghasilan (beban) lain-lain

Others Income (expense)

79 Laba Sebelum Pajak

Income Before Tax

79 Beban Pajak Tax Expense

79 Laba Bersih Net Income

80 Aset Assets

82 Kewajiban Liabilities

82 Ekuitas Equity

83 Solvabilitas Solvency

83 Kolektabilitas Collectability

83 Komitmen Material

Material Commitment

83 Arus Kas Cash Flow

84 Transaksi yang mengandung benturan kepentingan dan transaksi dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa

Transactions containing a Conflict of Interest and Transactions with Related Parties

85 Struktur Modal dan Likuiditas

Capital Structure and Liquidity

85 Transaksi Lindung Nilai

Hedging Transaction

85 Peristiwa Sesudah Tanggal

Pelaporan Akuntan

Subsequent Event to The Accountants' Report Date

85 Kebijakan Dividen

Dividen Policy

86 Penggunaan Dana IPO

Use of IPO Proceeds

86 Kebijakan Akuntansi dan

Informasi Keuangan Tambahan

Accounting Policy and Additional Financial Information

86 Pemutakhiran Standar Akuntansi dan Ketentuan Lainnya

Update of Accounting Standards and Other Regulations



Tata Kelola Perusahaan

Corporate Governance

- 91 Tujuan Penerapan GCG**
GCG Goals
- 91 Struktur Tata Kelola Perusahaan**
Company GCG Structure
- 92 Rapat Umum Pemegang Saham**
Annual General Meeting Shareholders
- 93 Hubungan Direksi dan Dewan Komisaris**
Relationship Between The BoC and BoD
- 93 Dewan Komisaris**
Board of Commissioners
- 94 Direksi** Board of Directors
- 96 Komite-Komite** Committees
 - 96 Komite Audit** Audit Committee
 - 97 Laporan Komite Audit**
Audit Committee Report
 - 100 Komite Nominasi dan Remunerasi**
Nomination and Remuneration Committee
- 101 Sekretaris Perusahaan**
Corporate Secretary
- 102 Kode Etik Perusahaan** Corporate Ethics
- 107 Unit Audit Internal** Internal Audit Unit
- 108 Audit Eksternal** External Audit
- 109 Implementasi Sistem Manajemen Mutu**
Implementation of a Quality Management System
- 109 Pengadaan Barang dan Jasa**
Procurement of Goods and Services
- 110 Manajemen Risiko** Risk Management
- 113 Asuransi** Insurance
- 114 Perkara Hukum** Litigation
- 115 Akses Informasi** Access to Information

Pengelolaan Perusahaan

Company Management

- 118 Pengelolaan dan Pengembangan SDM**
HR Management and Development
- 124 Strategi Perusahaan** Corporate Strategy
- 125 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**
Corporate Social Responsibility
- 132 Misi Sosial Brand** Brand Social Mission

133 Pengesahan Laporan Tahunan

Ratification of the Annual Report

134 Laporan Keuangan Konsolidasian

Consolidated Financial Statements

Informasi Perusahaan

Company Information

- 208 Struktur Organisasi**
Organisation Structure
- 209 Perusahaan Afiliasi**
Affiliated Company
- 210 Profil Komite Audit**
Audit Committee Profile
- 212 Profil Sekretaris Perusahaan**
Corporate Secretary Profile
- 212 Profil Manajer Internal Audit Grup**
Internal Audit Group Manager Profile
- 213 Lembaga atau profesi penunjang pasar modal**
Capital Market Supporting Institutions and Professionals
- 213 Biro Administrasi Efek**
Share Registrar
- 213 Akuntan Publik Perseroan**
External Auditor
- 214 Alamat Kantor Pusat dan Pabrik**
Head Office and Factory Addresses



Laporan Manajemen

Management Report

Integritas merupakan salah satu nilai korporasi dan Perseroan mewujudkannya dengan berupaya untuk menjalankan usaha seraya mematuhi standar perilaku dan akuntabilitas yang ketat.

Integrity is one of the corporate values and the Company exemplifies this by striving to run the business by adhering to rigorous standards of conduct and accountability.



Laporan Dewan Komisaris

Board of Commissioners' Report

Dewan Komisaris bangga bahwa Perseroan terus tumbuh dan mampu memperkokoh pangsa pasar korporasi di tahun 2010, kendati menghadapi keadaan ekonomi yang menantang dan pasar yang semakin kompetitif. Kami percaya bahwa strategi yang diterapkan Dewan Direksi menghadapi keadaan tersebut sudah tepat dan memberikan landasan yang kuat bagi Perseroan di tahun-tahun mendatang.

Manajemen Perseroan telah berhasil meningkatkan pertumbuhan *brand-brand* yang ada, membuatnya semakin unggul dengan pengenalan rangkaian dan format produk baru, serta peluncuran produk-produk inovatif yang memberikan peningkatan nilai bagi konsumen. Kami bangga menyaksikan pertumbuhan yang kuat dalam produk-produk yang diperkenalkan Perseroan selama tahun 2010 – suatu pertanda yang jelas akan kepercayaan konsumen terhadap produk-produk Perseroan dan daya tariknya yang kuat bagi konsumen dengan berbagai kebutuhan dan tingkat harga. Hal ini membuktikan kekuatan eksekusi strategi Perseroan dan kemampuannya untuk menumbuhkan *brand* meskipun dalam kondisi yang kurang kondusif.

Dalam melaksanakan tanggung jawab pengawasan kami terhadap manajemen Perseroan, Dewan Komisaris telah mengadakan pertemuan resmi setiap kuartal untuk meninjau kinerja Perseroan dan telah membahas dengan Dewan Direksi dan manajemen senior tentang permasalahan ekonomi, lingkungan, sosial dan peristiwa lain yang relevan secara berkala.

Kami telah memeriksa dan menerima laporan Dewan Direksi, beserta laporan-laporan keuangan terkait untuk tahun yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2010 yang telah diaudit oleh KAP Tanudiredja, Wibisana & Rekan (firma anggota jaringan global PwC), serta menyetujui usulan Dewan Direksi mengenai penggunaan laba Perseroan.

Ketua Komite Audit secara berkala memberikan informasi terkini kepada Dewan Komisaris atas tinjauannya terhadap bisnis yang

The Board was pleased that the Company continued to grow and was able to strengthen its corporate market share in 2010, despite the challenging economic and competitive environments. We are convinced that the strategies implemented by the Board of Directors (BoD) were appropriate under the circumstances and provided the Company with a strong foundation for the years ahead.

The Company's management has successfully grown existing brands, making them even more competitive with the introduction of new product lines and formats, and launches of innovative products to enhance value proposition to consumers. We are pleased to see strong growth in the products the Company introduced during 2010 – a clear sign of consumers' trust in Unilever's products and the depth of their appeal to customers and consumers across all needs and price points. This demonstrates the strength of execution of the Company's strategies and its ability to grow brands even under less conducive conditions.

In performing our responsibility for oversight of the Company's management, the Board of Commissioners (BoC) has convened formally every quarter to review the company performance and has discussed with the BoD and senior management about the economic, environment, social and other events of relevance on a regular basis.

We have examined and accepted the report of the BoD, together with the corresponding financial statements for the year ended 31 December 2010, which have been audited by KAP Tanudiredja, Wibisana & Rekan (a member firm of PwC global network), and are in agreement with the BoDs' proposal on the distribution of profit.

The Chairman of the Audit Committee regularly updated the BoC on their review of the business covering quality of earnings,



Jan Zijderveld
Presiden Komisaris
President Commissioner

mencakup kualitas dari pendapatan, temuan audit internal, rencana kerja audit eksternal, kepatuhan dengan regulasi mengenai tata kelola perusahaan dan pengendalian internal seperti Sarbanes-Oxley Act, Peraturan Bapepam-LK dan Bursa Efek Indonesia serta Prinsip Bisnis kami. Kami yakin untuk menyampaikan bahwa seluruh masalah yang dikemukakan telah dilaporkan dan diselesaikan secara memuaskan, dan berterima kasih atas kerja Komite Audit.

internal audit findings, external audit work plans, compliance with regulations regarding corporate governance and internal controls such as the Sarbanes-Oxley Act, Bapepam and Stock Exchange Regulations, and Code of Business Principles. We are confident to report that all issues raised have been addressed and resolved satisfactorily, and would like to thank the Audit Committee for their work.



DARI KIRI / FROM LEFT:

Bambang Subianto | **Komisaris Independen / Independent Commissioner**

Cyrellus Harinowo | **Komisaris Independen / Independent Commissioner**

Ery Firmansyah | **Komisaris Independen / Independent Commissioner**

Jan Zijderveld | **Presiden Komisaris / President Commissioner**

Integritas merupakan salah satu nilai korporasi dan Perseroan mewujudkannya dengan berupaya untuk menjalankan usaha seraya mematuhi standar perilaku dan akuntabilitas yang ketat. Upaya yang dilakukan dalam bidang tersebut telah memperoleh pengakuan dari para analis dan investor di tahun 2010, dengan dinominasikannya Perseroan sebagai salah satu dari Indonesia's Most Trusted Companies dalam sebuah penelitian oleh Indonesian Institute of Corporate Governance dan majalah SWA Indonesia.

Komitmen Perseroan untuk menjunjung tinggi tanggung jawab sosial perusahaan dilaksanakan dalam inti organisasi kami dan lebih dari sekedar perwujudan nilai-nilai korporasi. CSR melekat pada *brand-brand* Perseroan dan dalam cara Perseroan mengelola usahanya, sehingga memberikan manfaat bagi konsumen maupun para pemangku kepentingan pada umumnya. Program-program CSR Perseroan memperoleh dukungan sepenuhnya dari Dewan Komisaris.

Sebagai penutup, kami ingin menyampaikan apresiasi kami terhadap Direksi, manajemen dan staf Perseroan atas kinerja yang solid sepanjang tahun 2010 dan atas komitmen mereka dalam melanjutkan kesinambungan usaha dan landasan yang semakin kokoh untuk menghadapi tantangan di tahun 2011.

Integrity is one of the corporate values and the Company exemplifies this by striving to run the business by adhering to rigorous standards of conduct and accountability. The efforts in this regard have won recognition from the analysts and investors in 2010, as the Company was nominated as one of Indonesia's Most Trusted Companies in a research done by Indonesian Institute of Corporate Governance and SWA Indonesia magazine.

The Company's commitment to upholding its CSR runs through the core of our organisation and is more than just a tangible expression of the corporate values. CSR is embedded in Unilever Indonesia's brands and in the way it does business, bringing benefits to consumers as well as stakeholders at large. The Company's CSR programmes have the full support of the BoC.

In closing, we would like to record our appreciation to the BoD, management and staff of the Company for a solid performance in 2010 and for their commitment to sustaining the business and even stronger platform to face the challenges in 2011.

Untuk dan atas nama Dewan Komisaris
For and on behalf of the Board of Commissioners

Jakarta, 23 Maret/March 2011



Jan Zijderveld
Presiden Komisaris
President Commissioner

Profil Dewan Komisaris

Board of Commissioners' Profile

1. Jan Zijderveld

Presiden Komisaris | President Commissioner
Warga Negara Belanda | Dutch citizen

Warga negara Belanda, lahir di Belanda. Komisaris Utama Perseroan, Bapak Jan Zijderveld menjabat sebagai Presiden Unilever untuk Eropa Barat sejak Februari 2011 dan sebelumnya menjabat Executive Vice President Unilever untuk South East Asia-Australasia sejak 2008. Bergabung dengan Unilever tahun 1988, dengan jabatan senior di Perseroan termasuk Chairman of Nordic Ice-Cream (GB Glace), Chairman of Arabia (GCC & Iran), Chairman of Arabia & Mashreq (Egypt), Chairman of the Middle East & North Africa, dan Chairman of GCC Advertisers Business Group. Meraih gelar Sarjana Marketing dari University of Waikato, Hamilton, New Zealand.



Dutch citizen, born in the Netherlands. The Company's President Commissioner, Jan Zijderveld is the Unilever's President for Western Europe since February 2011 and was previously the Unilever's Executive Vice President for South East Asia-Australasia since 2008. Having joined Unilever in 1988, his previous senior posts at the Company include Chairman of Nordic Ice-Cream (GB Glace), Chairman of Arabia (GCC & Iran), Chairman of Arabia & Mashreq (Egypt), Chairman of the Middle East & North Africa, and Chairman of GCC Advertisers Business Group. He graduated from the University of Waikato, Hamilton, New Zealand, with a degree in Marketing.



2. Bambang Subianto

Komisaris Independen | Independent Commissioner
Warga Negara Indonesia | Indonesian citizen

Warga negara Indonesia, lahir di Madiun. Komisaris Independen Unilever Indonesia sejak 2005. Saat ini juga menjabat sebagai Komisaris Utama PT Jamsostek dan PT Apexindo Pratama Duta Tbk. Beliau menjabat Menteri Keuangan RI dari 1998-1999, setelah menjadi Direktur Jenderal Lembaga Keuangan pada Kementerian Keuangan dari 1992 hingga 1998. Sebelumnya telah menduduki posisi utama di sejumlah perusahaan terkemuka, termasuk Komisaris Utama PT Telkom Tbk (1997-1998), Bank Bapindo (1996-1998), PT Bursa Efek Surabaya (1993-1998), PT Kliring Deposit Efek Indonesia (1991-1993), PT Bursa Parallel (1990-1993) dan PT Persero Asuransi Jasa Indonesia (1998-1992); dan menjabat Komisaris Pertamina (1998-1999), Bank Bapindo (1992-1996) dan Bank Bumi Daya (1989-1992). Beliau memberi kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia dari 1974 hingga 2005 dan menjadi Direktur Fakultas Institut Manajemen dari 1986 hingga 1988. Saat ini juga menjadi partner di Arghajata Consulting. Meraih gelar Insinyur dari Institut Teknologi Bandung, serta gelar MBA dan PhD dari Catholic University of Leuven, Belgium.

Indonesian citizen, born in Madiun. Independent Commissioner of Unilever Indonesia since 2005. He currently also serves as the President Commissioner of both PT Jamsostek and PT Apexindo Pratama Duta Tbk. He served as Indonesia's Minister of Finance from 1998 to 1999, having been Director General of Financial Institutions at the Ministry of Finance from 1992 to 1998. He has served on the Boards of several leading companies, including as President Commissioner of PT Telkom Tbk (1997-1998), Bank Bapindo (1996-1998), PT Bursa Efek Surabaya (1993-1998), PT Kliring Deposit Efek Indonesia (1991-1993), PT Bursa Parallel (1990-1993) and PT Persero Asuransi Jasa Indonesia (1988-1992); and as a Commissioner of Pertamina (1998-1999), Bank Bapindo (1992-1996) and Bank Bumi Daya (1989-1992). He lectured at the University of Indonesia's Faculty of Economics from 1974 to 2005 and was a Director of the Faculty's Management Institute from 1986 to 1988. He is currently a partner in Arghajata Consulting. He holds a Bachelor's degree from the Bandung Institute of Technology, and an MBA and PhD from the Catholic University of Leuven, Belgium.

Profil Dewan Komisaris Board of Commissioners' Profile



3. Cyrilus Harinowo

Komisaris Independen | Independent Commissioner
Warga Negara Indonesia | Indonesian citizen

Warga negara Indonesia, lahir di Yogyakarta. Komisaris Independen Unilever Indonesia sejak 2004 dan Ketua Komite Audit sejak 2005. Beliau juga menjabat Komisaris Independen di PT Bank Central Asia Tbk, posisi yang diembannya sejak 2003. Beliau berkarir selama 25 tahun di Bank Indonesia, termasuk menjadi Direktur - Departemen Pasar Uang dan Lembaga Moneter dari 1994 hingga 1998, dan menjabat sebagai Alternate Executive Director and Technical Assistance Advisor untuk Monetary and Exchange Affairs Department, International Monetary Fund (IMF) di Washington dari 1998-2003. Beliau telah menduduki sejumlah posisi manajerial baik di lingkungan pemerintahan maupun institusi swasta, dan menjadi Asisten Menteri Perdagangan antara 1988 dan 1989. Beliau menjadi dosen di berbagai universitas terkemuka di Jakarta, termasuk menjadi pembicara dan narasumber untuk seminar dan media dalam negeri maupun internasional. Beliau memperoleh gelar Drs Akuntansi dari Universitas Gadjah Mada tahun 1977, serta gelar Master dalam bidang Ekonomi Pembangunan dari the Centre for Development Economics, Williams College, Massachusetts (1981), dan PhD dalam Kebijakan Moneter dan Internasional dari Vanderbilt University, Tennessee, Amerika Serikat (1985).

Indonesian citizen, born in Yogyakarta. Independent Commissioner of Unilever Indonesia since 2004, and Chairman of the Audit Committee since 2005. He is also an Independent Commissioner of PT Bank Central Asia Tbk, a position he has held since 2003. He spent 25 years with Bank Indonesia, including a term as Director of the Money Market and Monetary Management Department from 1994 until 1998, and served as an Alternate Executive Director and Technical Assistance Advisor for the Monetary and Exchange Affairs Department, International Monetary Fund (IMF) in Washington from 1998-2003. He has held several managerial positions in both governmental and non-governmental institutions, and was Assistant to the Minister of Trade between 1988 and 1989. He is currently a lecturer at several major universities in Jakarta, as well as a speaker and writer for domestic and international seminars and media. He graduated in Accounting from Gadjah Mada University in 1977, and holds a Master Degree in Development Economics from the Centre for Development Economics, Williams College, Massachusetts (1981), and a PhD in Monetary and International Policy from Vanderbilt University, Tennessee, USA (1985).



4. Erry Firmansyah

Komisaris Independen | Independent Commissioner
Warga Negara Indonesia | Indonesian citizen

Warga negara Indonesia, lahir di Bandung. Komisaris Independen Unilever Indonesia sejak 2009. Beliau juga menjabat Komisaris Independen pada PT Perusahaan Pengelola Aset (PPA) sejak 2009, PT Astra International Tbk sejak 2010, dan PT Pefindo (Persero) sejak 2010, serta Komisaris Utama pada PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) sejak 2009. Sebelumnya bekerja di kantor Drs. Hadi Sutanto (koresponden dari Price Waterhouse) dari 1982 hingga 1984 dan PT Sumarno Pabottinggi Management, sebuah perusahaan konsultan, hingga 1990, kemudian bergabung dengan Lippo Group sebagai Executive Director. Pada 1998 diangkat menjadi Direktur Utama PT Bursa Efek Indonesia (BEI), hingga bulan Juli 2009, dan menjabat Direktur Utama PT Kustodian Sentral Efek Indonesia dari 1998 hingga 2002. Aktif di berbagai organisasi, termasuk Kamar Dagang Indonesia (KADIN) sebagai Wakil Ketua Komite Keuangan, dan anggota Dewan Penasehat IAI, IAMI dan CWMA. Beliau meraih gelar Sarjana Akuntansi dari Universitas Indonesia pada 1975.

Indonesian citizen, born in Bandung. Independent Commissioner of Unilever Indonesia since 2009. He has also served as an Independent Commissioner for PT Perusahaan Pengelola Aset (PPA) since 2009, PT Astra International Tbk since 2010, and PT Pefindo (Persero) since 2010, and has been President Commissioner of PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) since 2009. He worked for Drs. Hadi Sutanto (a Price Waterhouse Correspondent) from 1982 to 1984 and PT Sumarno Pabottinggi Management, a consulting firm, until 1990, when he joined Lippo Group as an Executive Director. In 1998 he was appointed President Director of the Indonesia Stock Exchange (IDX), where he served until July 2009, and was President Director of PT Kustodian Sentral Efek Indonesia from 1998 to 2002. He actively contributes to several organisations, including the Indonesian Chamber of Trade (KADIN) as Vice Chief of the Finance Committee, and as a Member of the Advisory Councils of IAI, IAMI and CWMA. He graduated in Accounting from the University of Indonesia in 1975.

Laporan Direksi

Board of Directors' Report

Dalam tahun yang penuh tantangan ini, kami terus tumbuh dan berhasil meningkatkan pangsa pasar korporasi kami dan tetap menjadi yang terdepan di pasar. Kami memperluas aliran pendapatan kami dengan peluncuran beberapa produk baru dan *brand-brand* yang memperkuat landasan Perseroan untuk tumbuh di masa depan.

Secara keseluruhan, penjualan kami meningkat 7,9% terutama didukung oleh pertumbuhan volume. Laba usaha mencapai Rp4,5 triliun, dengan margin usaha 23,1%. Arus kas bersih dari aktivitas usaha sebesar Rp3,6 triliun di 2010, meningkat 10,3%.

Hampir seluruh produk kami saat ini adalah yang terbaik dalam kategorinya. Kesempatan untuk bertumbuh yang paling menjanjikan, adalah dengan memperluas pasar itu sendiri. Sebagai salah satu negara terbesar di kawasan dengan pertumbuhan ekonomi yang pesat, Indonesia memiliki potensi besar untuk bertumbuh pada pasar dimana kami beroperasi. Strategi kami untuk meraih potensi tersebut dapat diringkas dalam enam kata: *more users, more usage, more benefit*. Kami telah meluncurkan produk-produk inovatif, sebagian besar dikembangkan khusus untuk pasar setempat, untuk meningkatkan penetrasi dan membawa produk-produk kami kepada lebih banyak pemakai. Kami telah mengedukasi konsumen untuk mendapatkan manfaat terbaik dari produk-produk kami yang mereka gunakan, yang pada gilirannya akan mendorong peningkatan konsumsi mereka. Dan kami terus berinovasi untuk memberikan kepada konsumen produk-produk premium yang memberikan manfaat dan nilai yang lebih tinggi.

Pasar kami kini menjadi makin luas dengan portofolio produk yang lebih kuat, namun demikian, tiga faktor utama telah mempengaruhi pasar serta kinerja kami di tahun 2010.

In what was a very challenging year, we continued to grow and successfully increased our market share and stayed at the forefront of the market. We expanded our revenue streams with the launch of several new products and brands that strengthened the foundation for the future growth of our company.

Overall, our sales grew 7.9% mainly driven by underlying volume growth. Operating Income reached Rp4.5 trillion, with our operating margin up 23.1%. Net cash flow from operating activities was Rp3.6 trillion in 2010, an increase of 10.3%.

Almost all our products are now at the top of their categories. Our most promising avenue for growth, therefore, is to expand the markets. As one of the largest countries in this region of rapidly emerging economies, Indonesia has vast potential for growth in the markets that we are in. Our strategy to capture this potential can be summed up in six words: *More users, more usage, more benefit*. We have launched innovative products, many of them developed specifically for the local market, to increase penetration and bring our products to more users. We have educated customers on getting the most out of our products, which in turn encouraged them to increase the consumption. And we have continued to innovate to bring to our consumers premium products that deliver higher benefits and better value.

Our market is becoming broader and our product portfolio stronger than ever, however, three key factors impacted the market and our performance in 2010.



Maurits Daniel Rudolf Lalisang
Presiden Direktur
President Director

Yang paling signifikan adalah inflasi. Selama ini, Indonesia menikmati iklim ekonomi yang kondusif, dengan pertumbuhan yang kuat, tingkat bunga yang stabil dan tingkat inflasi di bawah kendali sekitar 5-6%. Inflasi harga bahan makanan yang, mencapai dua-digit, mendorong kekhawatiran akan inflasi yang berujung pada kepercayaan konsumen yang turun tajam. Sementara para konsumen level atas bereaksi dengan menjadi makin selektif dalam pola pembelian mereka, konsumen pada level bawah sangat

The most significant of these was inflation. Over the years, Indonesia enjoyed a generally conducive economic climate, with strong growth, stable interest rates and headline inflation under control at 5-6%. Food inflation, however, was in the double digits, fuelling inflation fears that led to one of steepest drops in consumer confidence in recent years. While higher end consumers reacted by becoming more selective in their purchasing choices, consumers at the lower end of the

terpengaruh oleh kenaikan harga yang tinggi, karena penghasilan yang dapat mereka belanjakan sangat terbebani oleh kenaikan harga makanan. Karena kami melayani seluruh spektrum pasar, maka kami pun merasakan dampaknya.

Dengan kondisi ekonomi yang berjalan baik memasuki tahun 2010 dan prediksi positif untuk beberapa tahun mendatang, dampak yang parah dari tekanan inflasi tersebut mengejutkan industri. Kami segera bertindak dengan menawarkan *value propositions* yang lebih kuat, melalui percepatan inovasi dan peningkatan investasi kami dalam periklanan dan promosi yang efektif.

Inovasi memacu sebagian besar pertumbuhan kami di tahun 2010. Kami memperkenalkan produk-produk terobosan ke pasar, termasuk Rinso Cair, deterjen cair pertama di Indonesia, dan beberapa inovasi dalam produk *ice cream*. Kami merevitalisasi dan meluncurkan kembali brand-brand terkemuka kami seperti produk perawatan rambut Sunsilk, dan Magnum *ice cream*, serta memperkuat sebagian dari brand-brand terkuat kami dengan rangkaian produk baru yang menarik seperti Vaseline Men dan Pond's Gold Radiance. Produk-produk baru tersebut, bahkan brand premium kami seperti Magnum, memperoleh sambutan hangat dari konsumen meskipun di tengah iklim inflasi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun konsumen telah membatasi keseluruhan belanja mereka, dan menjadi makin selektif dalam membeli, namun mereka bersedia membayar untuk kualitas dan nilai tambah-dua hal yang kami berikan.

Luas dan dalamnya saluran produk kami serta kemampuan untuk membawa hasil inovasi secara cepat ke pasar menjadi keunggulan kompetitif utama yang mengukuhkan posisi kami untuk menghadapi tantangan utama kedua di tahun 2010, yaitu pasar yang semakin kompetitif dan ketat. Karena masuknya investasi ke pasar yang sedang tumbuh di kawasan kami meningkat, khususnya dalam industri FMCG, kami yakin iklim kompetisi akan berlangsung lebih ketat lagi, suatu tantangan yang kami terima dengan baik. Persaingan tersebut memotivasi kami

market were profoundly affected by the substantial price increases as they found their disposable income severely stretched by rising food prices. As we service the whole spectrum of the market, we too felt the impact.

Given the robust state of the economy going into 2010 and the positive forecasts for the next few years, the severe impact of these inflationary pressures took the industry by surprise. Our immediate response was to offer stronger value propositions by ramping up our investment in more compelling advertising and promotions, and by accelerating innovations.

Innovation drove much of our growth in 2010. We introduced breakthrough products to the market, including Rinso Liquid, Indonesia's first liquid detergent, and several innovative ice cream products. We re-energised and relaunched leading brands such as Sunsilk hair products and Magnum ice cream, and strengthened some of our strongest brands with exciting new product lines such as Vaseline Men and Ponds Gold Radiance. These new products, even the premium brands like Magnum, were received enthusiastically by consumers in spite of the inflationary climate. This suggests to us that although consumers have curtailed their overall spending and are being more selective about their purchases, they are nevertheless willing to pay for quality and value—both of which we deliver.

The breadth and depth of our product pipeline and ability to bring innovation rapidly to the market are our key competitive advantages that positioned us strongly to face the second key challenge of the year—the increasingly tough competitive environment. As the volume of investment flowing into the emerging markets in our region increases, particularly in the FMCG industry, we can only expect the competition to heat up even further, but this is a challenge we welcome. It motivates us to be more efficient

untuk menjadi lebih efisien dan menginspirasi kami untuk meningkatkan investasi pada brand-brand kami serta senantiasa memacu inovasi dan menawarkan nilai terbaik kepada konsumen.

Inilah cara kami untuk semakin memperkuat pangsa pasar kami di tahun 2010. Pada saat-saat sulit konsumen akan mencari brand yang mereka kenal dan percayai. Dengan banyaknya brand kami yang sudah akrab dengan konsumen Indonesia, kami telah berhasil bukan saja meyakinkan konsumen untuk tetap setia bersama produk-produk kami tetapi juga menarik para konsumen baru ke dalam berbagai kategori produk kami yang luas. Contoh penerapan strategi ini adalah Citra. Sebuah *brand body lotion* yang telah menjadi favorit konsumen Indonesia selama beberapa dasawarsa. Di tahun 2010 kami memperkenalkan Citra dalam bentuk sabun batangan dan dengan segera meraih pangsa pasar yang signifikan. Kami memperoleh hasil yang serupa dengan produk-produk trendi seperti Vaseline Men, Sunsilk Co-Creations, Rinso Liquid serta Pond's Gold Radiance dan Pure White, sedangkan di Foods & Ice Cream, Buavita 2 Go telah merevitalisasi merek jus ternama ini dengan bentuk yang praktis dan mudah dibawa. Kesemua hal tersebut dan sejumlah inovasi lainnya mendukung keunggulan kompetitif kami di tahun 2010 dan menghasilkan perolehan yang berarti di pangsa pasar kami.

Faktor ketiga yang mempengaruhi industri kami di tahun 2010 adalah bahwa kami mulai merasakan dampak dari pemanasan global. Anomali kondisi cuaca di seluruh dunia berakibat pada panjangnya musim penghujan di Indonesia. Pengaruhnya terhadap pertanian, transportasi dan kegiatan lainnya telah dirasakan di seluruh sektor ekonomi nasional, sekaligus dirasakan juga oleh para konsumen. Hal itu juga memengaruhi pola musiman dari sebagian produk kami. Kami akan terus mempersiapkan diri menghadapi fenomena ini, guna memahami dan mengatasi potensi pengaruhnya terhadap bisnis kami di masa depan.

and inspires us to intensify our investment in our brands and to keep pushing the innovation and offering the best value to consumers.

This is how we were able to further strengthen our market share in 2010. In times of hardship, consumers look to the brands they know and trust. With so many brands that are household names in Indonesia, we have succeeded not only in convincing customers to stay with our products but also in drawing new customers into our categories across the entire span of our product range. A good example of this strategy is Citra. This is the brand name of a body lotion that has been a favourite of Indonesian consumers for decades. In 2010 we introduced Citra in a bar soap format and immediately captured a significant share of this market. We made similar gains with on-trend products such as Vaseline Men, Sunsilk Co-Creations, Rinso Liquid and the new Ponds Gold Radiance and Pure White lines, while in Foods & Ice Cream, Buavita 2 Go has revitalised this top juice brand with a convenient, easy-to-carry format. These and other innovations drove our competitiveness in 2010 and won us substantial gains in the market.

The third factor that influenced our industry in 2010 was that we are now beginning to experience the impact of global warming. Unusual weather patterns worldwide manifested themselves in a prolonged wet season in Indonesia. The effect on agriculture, transportation and other activities has reverberated throughout the national economy, and consumers are feeling the impact. It also affects the seasonal relevance of some of our products. We will continue to engage with this phenomenon in order to understand and mitigate its potential impacts on our business in future.

Tiga tantangan utama yang telah diuraikan di atas kemungkinan besar akan berlanjut di tahun depan. Namun demikian kami percaya sepenuhnya terhadap potensi pasar Indonesia. Meskipun dalam tahun yang didominasi oleh melemahnya kepercayaan konsumen, pertumbuhan kami di tahun 2010 ditunjang oleh volume. Hal tersebut memberi kami keyakinan dalam menghadapi masa depan, dimana kami meningkatkan pembelanjaan modal sebesar hampir dua kali lipat pada tahun 2010 dibanding tahun 2009, khususnya diperuntukkan bagi peningkatan kapasitas kami.

Pada tahun 2010 kami menambah portofolio HPC kami melalui akuisisi global Unilever terhadap poduk Sara Lee, yang menjadikan Sara Lee Body Care sebagai perusahaan afiliasi kami di Indonesia. Langkah ini membawa serangkaian *brand* terkenal seperti Zwitsal, Purol, She, dan Brylcreem kedalam portofolio Unilever—produk yang berkualitas tinggi dengan nama utama. Kami akan memaksimalkan potensi dari *brand-brand* tersebut melalui keunggulan kompetitif kami dalam bidang pemasaran, penjualan dan distribusi, serta biaya produksi yang rendah.

Kami terus melaksanakan pemenuhan terhadap ketentuan tata kelola perusahaan dan integritas finansial secara serius. Kami telah memastikan bahwa kami menjalankan kepatuhan sepenuhnya terhadap ketentuan Bapepam-LK, Bursa Efek Indonesia, dan Sarbanes-Oxley Act, dan kami juga selalu berupaya untuk memperkuat efektivitas kontrol internal dan prosedur manajemen risiko kami guna memberikan jaminan kepada para pemangku kepentingan tentang keberlanjutan usaha kami. Serangkaian upaya kami tersebut telah memperoleh pengakuan dari para analis dan investor di tahun 2010, dengan dinominasikannya Perseroan sebagai salah satu dari Indonesia's Most Trusted Companies dalam sebuah penelitian yang diadakan oleh Indonesian Institute for Corporate Governance dan majalah SWA Indonesia.

The three key challenges I have outlined above will likely continue to feature in the coming year. Nevertheless, we firmly believe in the potential of the Indonesian market. Even in a year dominated by slipping consumer confidence, our growth in 2010 was volume-driven. This gives us confidence for the future, which we backed up by nearly doubling capital expenditure in 2010 compared to 2009, primarily to expand our capacity.

In 2010 we added further depth to our HPC portfolio through Unilever's global acquisition of Sara Lee products, which made Sara Lee Body Care as our affiliate company in Indonesia. This action brings a roster of well known brands such as Zwitsal, Purol, She, and Brylcreem into the Unilever portfolio—quality products with outstanding name recognition. We plan to maximise the considerable potential of these brands by leveraging our competitive advantage in marketing, sales and distribution, and low-cost manufacturing.

We continue to take our corporate governance and financial integrity very seriously. While we have ensured that we are fully compliant with the relevant Bapepam-LK, Indonesian Stock Exchange, and Sarbanes-Oxley requirements, we also constantly seek to strengthen the effectiveness of our internal controls and risk management procedures in order to provide assurance to our stakeholders of the sustainability of our business. Our efforts in this regard have won recognition from the analysts and investors in 2010, as the Company was nominated as one of Indonesia's Most Trusted Companies in a research conducted by the Indonesian Institute for Corporate Governance and SWA Indonesia magazine.

Perlu kami sampaikan bahwa Bapak Surya Dharma Mandala telah pensiun dari jabatan Direksi sejak 1 November 2010. Sebagai Direktur Ice Cream & Marketing Services, beliau berperan penting dalam menghadirkan berbagai produk favorit dan inovatif kami kepada konsumen Indonesia. Mewakili Direksi, saya ingin menyampaikan terima kasih kepada beliau atas kontribusi selama ini terhadap Perseroan. Ibu Ira Noviarti, yang sebelumnya menjabat Marketing Manager untuk Face & Body Care, akan diusulkan untuk menggantikan Bapak Surya Dharma Mandala pada RUPST tahun 2011.

Untuk tahun 2011, kami akan tetap berfokus pada upaya menumbuhkan pasar. Kami melihat sejumlah potensi dan peluang yang muncul. Tingkat konsumsi masih tetap rendah, dan hal tersebut membuka ruang yang besar untuk penetrasi lebih jauh dalam beberapa kategori. Namun demikian, banyak ketidakpastian yang masih harus dihadapi dalam usaha kami. Makin ketatnya kompetisi, inflasi yang melambung, kenaikan harga komoditas, dampak dari kondisi cuaca ekstrim yang berkepanjangan, dan makin meningkatnya tuntutan konsumen Indonesia menghadirkan tantangan-tantangan yang lebih rumit di masa depan; suatu tantangan yang menuntut kami untuk bekerja lebih keras untuk memanfaatkan peluang-peluang tersebut. Para kompetitor kami akan berhadapan dengan masalah yang sama. Kami sepenuhnya meyakini bahwa dalam industri ini, kami berada pada posisi terbaik untuk memetik hasil dari peluang ini. Kami percaya bahwa dengan keragaman produk/portofolio brand kami, kualitas yang tinggi dengan biaya kompetitif, kekuatan inovasi kami, program pengembangan pasar, basis biaya ekonomis, keunggulan eksekusi dalam penjualan dan distribusi yang didukung oleh orang-orang terbaik dengan semangat juara, kami siap untuk mengatasi tantangan-tantangan yang ada di hadapan kami. Kami berkomitmen untuk memanfaatkan kekuatan-kekuatan kami tersebut untuk menciptakan nilai tambah dan pertumbuhan laba yang berkelanjutan.

Of particular note, Mr Surya Dharma Mandala retired from the Board as of 1 November 2010. As Ice Cream and Marketing Services Director, he was instrumental in bringing many of our best loved and most innovative products to Indonesia's consumers. On behalf of the Board, I would like to thank him for his contribution to the Company. Mrs Ira Noviarti, formerly Marketing Manager for Face & Body Care, will be proposed to replace Mr. Surya Dharma Mandala during the 2011 AGMS.

Looking ahead to 2011, our focus will remain vigorously on growing the markets. We see that potential and opportunities abound. Consumption is still low, and there is considerable scope for further penetration in some categories. However, much uncertainty remains in our business. Strengthening competition, an inflationary environment, increases in commodity prices, the impact of ongoing extreme weather patterns and the growing sophistication of Indonesian consumers will potentially pose challenges for our performance in the coming year and beyond—which mean that we shall have to work much harder to capitalise on these opportunities. Our competitors, will also be confronted with the same issues. We firmly believe that in our industry, we are in the best position to harvest the potential we see ahead. We believe that with our range of product/brand portfolio, high quality yet cost competitive, our strong innovation, Market Development programme, low cost base, superior execution in sales and distribution supported by the best people with winning spirit, we are ready to face the challenges ahead. We are committed to leveraging these strengths to deliver sustainable value and profit growth.



DUDUK DARI KIRI / SEAT FROM LEFT:

Debora Herawati Sadrach | **Direktur / Director**

Maurits Daniel Rudolf Lalisang | **Presiden Direktur / President Director**

Okty Damayanti | **Direktur / Director**

Ira Noviarti | **Direktur (Calon) / Director (Designate)**

BERDIRI DARI KIRI / STAND FROM LEFT:

Biswaranjan Sen | **Direktur / Director**

Joseph Bataona | **Direktur / Director**

Hadrianus Setiawan | **Direktur / Director**

Franklin Chan Gomez | **Direktur / Director**

Sebagai penutup, kami ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pemangku kepentingan – para pelanggan, mitra usaha dan pemegang saham – atas dukungan dan kepercayaan yang diberikan selama ini. Bersama-sama, kami akan mengantarkan bisnis kita ke jenjang berikutnya di tahun mendatang.

In closing, we would like to thank all our stakeholders—our customers, business partners and shareholders—for the continued support and trust during the year. Together, we look forward to taking our business to the next level in the year ahead.

Untuk dan atas nama Direksi
For and on behalf of the Board of Directors

Jakarta, 23 Maret/March 2011



Maurits Daniel Rudolf Lalisang
Presiden Direktur
President Director

Profil Direksi

Board of Directors' Profile

1. Maurits Daniel Rudolf Lalisang

Presiden Direktur | President Director
Warga Negara Indonesia | Indonesian citizen

Warga negara Indonesia, lahir di Makassar. Direktur Utama Unilever Indonesia sejak tahun 2004. Bergabung dengan Unilever Indonesia pada tahun 1980. Sejumlah posisi senior yang pernah dijabatnya termasuk Direktur Corporate Relations, Direktur Foods, Direktur Home Care, dan Direktur Sales. Beliau memperoleh gelar Sarjana Administrasi Niaga dari Universitas Indonesia, dan mengikuti Advanced Executive Programme di Kellogg Graduate School of Management, University of Chicago, tahun 2001.



Indonesian citizen, born in Makassar. President Director of Unilever Indonesia since 2004. Joined Unilever Indonesia in 1980. Previous senior posts include Corporate Relations Director, Foods Director, Home Care Director, and Sales Director. He graduated from the University of Indonesia with a degree in Business Administration, and attended the Advanced Executive Programme at the Kellogg Graduate School of Management of the University of Chicago, USA, in 2001.

2. Franklin Chan Gomez

Direktur Keuangan | Chief Financial Officer
Warga Negara Filipina | Philippines citizen

Warga negara Filipina, lahir di Kota Bacolod, Filipina. Direktur Keuangan dan Chief Financial Officer Unilever Indonesia sejak Mei 2009. Bergabung dengan Unilever pada tahun 1991. Jabatan senior sebelumnya termasuk National Finance Director, Unilever Philippines; Innovation and Learning Director – Finance Excellence Centre, London; dan Finance Director of Selecta Wall's Ice Cream, Filipina. Beliau memiliki gelar Bachelor of Arts di bidang Ekonomi dan BSc di bidang Akuntansi dari De La Salle University, Manila.



Philippines citizen, born in Bacolod City, Philippines. Finance Director and Chief Financial Officer of Unilever Indonesia since May 2009. Joined Unilever in 1991. Previous senior posts include National Finance Director, Unilever Philippines; Innovation and Learning Director Finance Excellence Centre, London; and Finance – Director of Selecta Wall's Ice Cream, Philippines. He holds a Bachelor of Arts in Economics and BSc in Accounting from De La Salle University, Manila.

3. Joseph Bataona

Direktur | Director

Warga Negara Indonesia | Indonesian citizen

Warga negara Indonesia, lahir di Flores. Direktur Human Resources sejak tahun 2000. Bergabung dengan Unilever Indonesia pada tahun 1980 dan diangkat sebagai Direktur pada tahun 2000. Berbagai posisi senior yang pernah dijabatnya meliputi Direktur HR dan CR, Deputy direktur Personalia, dan Manajer Personalia Asia Pacific of Quest International. Beliau memperoleh gelar Sarjana Manajemen Sumber Daya Manusia dari Universitas Atma Jaya.



Indonesian citizen, born in Flores. Human Resources Director since 2000. Joined Unilever Indonesia in 1980 and was appointed as a Director in 2000. Previous senior posts include HR and CR Director, Deputy Personnel Director, and Personnel Manager Asia Pacific of Quest International. He graduated from Atma Jaya University majoring in Human Resource Management.

4. Debora Herawati Sadrach

Direktur | Director

Warga Negara Indonesia | Indonesian citizen

Warga negara Indonesia, lahir di Sukabumi. Direktur Home & Personal Care sejak 2007. Bergabung dengan Unilever Indonesia pada tahun 1988. Serangkaian posisi senior yang pernah dijabatnya meliputi Direktur Personal Care, General Manager, Marketing Services Department, Marketing Controller - Personal Care Division, Marketing Manager - Hair Care, dan Marketing Manager - Oral Care. Beliau memperoleh gelar Dokter Gigi dari Universitas Trisakti, dan gelar Master dari Boston University School of Education.



Indonesian citizen, born in Sukabumi. Home & Personal Care Director since 2007. Joined Unilever Indonesia in 1988. Previous senior posts include Personal Care Director, General Manager, Marketing Services Department, Marketing Controller - Personal Care Division, Marketing Manager - Hair Care, and Marketing Manager - Oral Care. She holds a bachelor's degree in Dentistry from Trisakti University and a postgraduate degree from Boston University School of Education.

Profil Direksi

Board of Directors' Profile

5. Biswaranjan Sen

Direktur | Director

Warga Negara India | Indian citizen

Warga negara India, lahir di Calcutta, India. Direktur Supply Chain sejak 2010. Bergabung dengan Unilever's Indian Operations pada tahun 1991. Berbagai jabatan senior sebelumnya mencakup VP Operations - Hindustan Unilever Limited (HUL), GM Planning & Logistics - HUL, GM Operations - HUL, dan Regional SC Manager - HC Asia. Beliau memperoleh gelar Sarjana Teknik Kimia dari Jadavpur University, Calcutta.

Indian citizen, born in Calcutta, India. Supply Chain Director since 2010. Joined Unilever's Indian Operations in 1991. Previous senior assignments include VP Operations - Hindustan Unilever Limited (HUL), GM Planning & Logistics - HUL, GM Operations - HUL, and Regional SC Manager - HC Asia. He has a degree in Chemical Engineering from Jadavpur University, Calcutta.



6. Okty Damayanti

Direktur | Director

Warga Negara Indonesia | Indonesian citizen

Warga negara Indonesia, lahir di Jakarta. Direktur Foods sejak 2010. Bergabung dengan Unilever Indonesia pada tahun 1989 dan diangkat sebagai Direktur tahun 2007. Berbagai posisi senior yang pernah dijabatnya mencakup, Direktur Customer Development, Direktur Foods, General Manager YUI, General Manager – Domestos Nomos, Consumer Experience Activation Manager, Key Account Manager, Senior Brand Manager, Category Sales Manager untuk Personal Care, dan Sales Operation Manager – Supermarkets. Beliau memperoleh gelar Sarjana Pertanian dari Institut Pertanian Bogor.

Indonesian citizen, born in Jakarta. Foods Director since 2010. Joined Unilever Indonesia in 1989 and was appointed as Director in 2007. Previous senior posts include Customer Development Director, Foods Director, General Manager YUI, General Manager – Domestos Nomos, Consumer Experience Activation Manager, Key Account Manager, Senior Brand Manager, Category Sales Manager for Personal Care, and Sales Operation Manager – Supermarkets. She holds a degree in Agriculture from the Bogor Institute of Agriculture.



7. Hadrianus Setiawan

Direktur | Director

Warga Negara Indonesia | Indonesian citizen

Warga negara Indonesia, lahir di Jakarta. Direktur Customer Development sejak 2010. Bergabung dengan Unilever Indonesia tahun 2000. Sejumlah posisi senior yang pernah diembannya mencakup Direktur Foods - Unilever Indonesia, Marketing Director - Campbell's Arnott's Indonesia, dan SVP & Head of Marketing - HSBC Indonesia. Beliau meraih gelar PhD dari University of London, Inggris.



Indonesian citizen, born in Jakarta. Customer Development Director since 2010. Joined Unilever Indonesia in 2000. Previous senior posts include Foods Director - Unilever Indonesia, Marketing Director - Campbell's Arnott's Indonesia, and SVP & Head of Marketing - HSBC Indonesia. He holds a PhD from the University of London, United Kingdom.

8. Ira Noviarti

Direktur (Calon) | Director (Designate)

Warga Negara Indonesia | Indonesian citizen

Warga negara Indonesia, lahir di Jakarta. Direktur Ice Cream & Marketing Services sejak November 2010 dan akan diangkat pada RUPST 2010. Bergabung dengan Unilever Indonesia sejak tahun 1995. Berbagai jabatan senior sebelumnya mencakup Marketing Manager untuk Face & Body Care, Marketing Manager untuk Foods, Marketing Manager untuk Ice Cream, SEAA & NEA Regional Senior Brand Manager untuk Pond's. Beliau memperoleh gelar Sarjana Akuntansi Keuangan dari Universitas Indonesia pada tahun 1995.



Indonesian citizen, born in Jakarta. Designate Ice Cream & Marketing Services Director since November 2010 and will be elected at the 2011 AGMS. Joined Unilever Indonesia in 1995. Previous senior posts include Marketing Manager for Face & Body Care, Marketing Manager for Foods, Marketing Manager for Ice Cream, SEAA & NEA Regional Senior Brand Manager for Pond's. She graduated from the University of Indonesia in 1995 majoring in Financial Accounting.





Analisis dan Pembahasan Manajemen

Management's Discussion and Analysis

Konsistensi pertumbuhan kami seperti yang ditunjukkan oleh *Compounded Annual Growth Rate (CAGR)* sebesar 14% selama sepuluh tahun terakhir telah menempatkan Unilever Indonesia sebagai pionir dalam pertumbuhan berkelanjutan.

Our consistent growth, demonstrated by our *Compounded Annual Growth Rate (CAGR)* of 14% over the last ten years, has positioned Unilever Indonesia as pioneer of sustainable development.



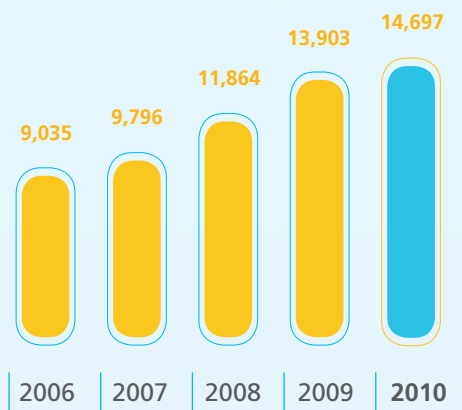
Tinjauan Usaha

Operational Review



Penjualan Home & Personal Care (Miliar Rupiah)

Sales Home & Personal Care (Billion Rupiah)



Home & Personal Care

Home & Personal Care



Kecemerlangan inovasi yang tiada-henti telah membuahkan penerimaan pasar yang positif sehingga memungkinkan Unilever Indonesia mempertahankan posisinya yang unggul di hampir seluruh kategori.

Continuous brilliant innovation has led to favourable market acceptance, enabling Unilever Indonesia to maintain a leading position across almost all categories.

Divisi Home & Personal Care melanjutkan prestasi kinerjanya di tahun 2010. Pertumbuhan penjualan terus didorong oleh volume, sedangkan kekuatan portofolio dan ekuitas kami yang unggul dari banyak *brand* kami memastikan bahwa kami berhasil mempertahankan profitabilitas, membukukan margin kotor yang meningkat 277 bps.

Unilever Indonesia berkomitmen untuk memenuhi kebutuhan dan aspirasi konsumen dengan membantu masyarakat merasa nyaman, berpenampilan baik, dan lebih menikmati hidup. Home & Personal Care berada di jantung komitmen ini, dan menjadi bagian terbesar dari Unilever Indonesia. Kami memiliki kombinasi yang kuat dari kategori-kategori utama seperti Fabric Cleaning, Oral Care dan Skin Cleansing, yang menjadi sumber skala dan pengaruh kami di pasar, berjalan seiring dengan kategori yang menggerakkan pertumbuhan serta profitabilitas seperti Hair, Skin Care dan Deodorant. Keseimbangan ini memberi kami landasan yang kuat untuk pertumbuhan di masa depan.

The Home & Personal Care Division continued to perform in 2010. Sales growth continued to be driven by volume, and the depth of our portfolio and the outstanding equity of many of our brands ensured that we maintained profitability, delivering gross margin that improved by 277 bps.

Unilever Indonesia is committed to meeting consumers' needs and aspirations by helping people feel good, look good, and get more out of life. Home & Personal Care is at the heart of this commitment, and forms the largest part of Unilever Indonesia. We have a strong mix of major categories such as Fabric Cleaning, Oral Care and Skin Cleansing from which we derive our scale and influence in the market, alongside highly profitable growth drivers such as Hair, Skin Care and Deodorants. This balance gives us a strong platform for future growth.

Di tahun 2010 kami memperkuat portofolio unggulan kami dengan akuisisi PT Sara Lee Body Care Indonesia Tbk oleh Unilever Indonesia Holding B.V., merangkaikannya dalam sebuah kumpulan *brand* dengan ekuitas istimewa. Dengan keunggulan kompetitif kami dalam pemasaran, penjualan dan distribusi dan manufaktur berbiaya ekonomis, kami bertujuan untuk mengangkat *brand-brand* tersebut ke jenjang baru.

Keseluruhan *brand-brand* kami tumbuh di tahun 2010, dan dua diantara pendorong utama kinerja kami adalah Rinso dan Sunlight, melalui kekuatan inovasi peluncuran produk baru dan aktivasi *brand*: Rinso Liquid, sebuah cairan pembersih noda yang efektif, dan aktivasi Agen 1.000 Sunlight, yang menggerakkan konsumen untuk beralih dari menggunakan pencuci piring berbentuk pasta ke bentuk cair.

Kami sepenuhnya percaya bahwa membantu masyarakat untuk berpenampilan baik dan merasa nyaman menambah kegairahan dalam menikmati hidup. Kami menindak-lanjutnya tahun ini dengan meningkatkan *efficacy* dari produk, mengoptimalkan harga seraya menambah varian-varian baru pada *brand-brand* populer. Dengan peluncuran Citra Whitening Soap di bulan April 2010, kami meningkatkan ekuitas merek yang kuat dari Citra, sebuah *hand & body lotion* yang sudah menjadi favorit sejak lama. Citra Soap segera disambut baik oleh konsumen, begitu juga dengan Citra Hazeline *face moisturiser*.

Pada *deodorant*, pengurangan harga Axe telah meningkatkan jumlah pengguna dan mendorong pertumbuhan dua-digit untuk keseluruhan produk *deodorant*, sedangkan penetrasi pasar yang makin meningkat ditunjang oleh pertumbuhan jumlah konsumen yang beralih dari *deodorant powder* ke Rexona Deo Lotion.

Kami meluncurkan dua inovasi cemerlang dalam pasta gigi, Pepsodent Complete 8, yang bekerja seperti daftar periksa dokter gigi untuk memberikan perlindungan menyeluruh terhadap delapan problem mulut yang utama; dan Pepsodent White Now, yang memberikan efek pemutih secara instan pada gigi. Dengan keberhasilan kedua produk ini, Oral Care

In 2010 we strengthened this outstanding portfolio with the acquisition of PT Sara Lee Body Care Indonesia Tbk by Unilever Indonesia Holding B.V., bringing in a collection of brands with excellent equity. With our competitive advantages in marketing, sales and distribution, and low-cost manufacturing, we aim to take these brands to a new level.

While all our brands growing in 2010, among our key performance drivers were Rinso and Sunlight, on the strength of innovative new product launches and activation: Rinso Liquid, a highly effective anti-stain removal solution, and Sunlight Agent 1,000 activation that encouraged consumers to upgrade from paste to liquid dish wash.

We firmly believe that helping people to look good and feel good adds vitality to life. We followed through on that belief this year by improving product efficacy, optimising pricing and adding new variants to popular brands. With the launch of Citra Whitening Soap in April 2010, we leveraged the strong equity of Citra, a long-time hand and body lotion favourite. Citra Soap was immediately embraced by consumers, as was Citra Hazeline face moisturiser.

In *deodorants*, a price reduction in Axe recruited more users and drove double digit growth for *deodorants* overall, while the increasing penetration of this market was supported by growing numbers of consumers switching from *deodorant powders* to Rexona Deo Lotion.

We launched two great innovations in toothpaste, Pepsodent Complete 8, which works like a dentist check list to give complete protection against eight key oral problems; and Pepsodent White Now, which gives teeth an instant whitening effect. With the success of these products, Oral

telah melanjutkan perannya sebagai pemacu pertumbuhan yang mantap untuk divisinya.

Dua inovasi dalam Pond's facial care diperkenalkan selama tahun 2010. Pond's Gold Radiance yang mengandung partikel-partikel emas untuk memancarkan keremajaan yang berkilau pada wajah, dan Pure White Facial Foam dengan Activated Carbon yang secara efektif melenyapkan noda. Kedua varian ini membantu peningkatan pertumbuhan face cleanser hingga dua digit.

Care has continued to be a steady growth driver for the division.

Two innovations in Pond's facial care were introduced during 2010. Pond's Gold Radiance contains gold particles to bring youthful glow to the face, while Pure White Facial Foam with Activated Carbon effectively removes impurities. These two variants helped to drive face cleanser growth to double digits.



Kampanye peluncuran kembali Sunsilk meraih sukses yang gemilang. Masing-masing varian baru diciptakan bersama dengan pakar-pakar perawatan rambut kelas dunia, sehingga memperkuat kredibilitas serta memberikan keyakinan kepada konsumen bahwa perawatan rambut mereka berada di tangan para pakar rambut terbaik.

Sebuah terobosan inovasi yang melampaui semua ekspektasi adalah pemurni air Pureit, sebuah sistem penyaringan sederhana yang melenyapkan semua bakteri dan kuman di air, memberikan sumber air untuk keluarga yang aman diminum dengan harga terjangkau dan tidak memerlukan listrik maupun gas.

The relaunch of Sunsilk was a tremendous success. Each new variant was co-created with world-class experts, adding to their credibility and giving customers the confidence that their hair care is in the best hands.

One breakthrough innovation that exceeded all expectations was the Pureit water purifier, a simple filtration system that eliminates all bacteria and germs in the water, providing households with a safe source of drinking water at a lower cost and without the need for electricity or gas.

Di Home Care, deterjen bubuk Viso dan Cif pembersih serbaguna keduanya memperoleh tanggapan positif dari konsumen, berkat sifatnya yang efektif, ekonomis dan nyaman dipakai.

Investasi dalam kampanye periklanan yang efektif terbukti kembali membuahkan hasil di tahun 2010. Sebagian dari kampanye periklanan sukses kami bahkan memenangkan penghargaan, namun bukti yang paling nyata dari kualitas dan efektivitasnya adalah tingkat ekuitas dari *brand-brand* kami, yang terus tumbuh menguat dari tahun ke tahun.

Kampanye Pepsodent dan Lifebuoy kami terjalin secara erat dengan misi sosial dari kedua *brand* tersebut. Tema pesan periklanan mengedukasi konsumen, khususnya anak-anak, tentang pentingnya sikat gigi dua kali sehari dengan pasta gigi fluoride dan mencuci tangan sebelum makan dan setelah ke toilet.

Membawa misi tersebut ke masyarakat, Pepsodent telah memperpanjang program kerjasamanya dengan Persatuan Dokter Gigi Indonesia (PDGI) dan 13 Fakultas Kedokteran Gigi di Indonesia untuk melaksanakan pemeriksaan gratis di seluruh Indonesia, sedangkan Lifebuoy melanjutkan kemitraannya dengan Kementerian Kesehatan dalam mengkampanyekan hidup sehat melalui cuci tangan, antara lain melalui partisipasi dalam *event-event* seperti Hari Cuci Tangan Sedunia dan Hari Kesehatan Nasional.

Seluruh "langkah-langkah kecil" tersebut bila digabungkan bisa mewujudkan perubahan besar dalam memenuhi kebutuhan hygiene dan perawatan pribadi konsumen, dengan menghadirkan *brand-brand* yang mampu membantu masyarakat merasa nyaman dan berpenampilan baik, kami membantu mereka untuk lebih menikmati hidup.

Kami memang mengalami sejumlah tantangan di tahun 2010. Kami terkena dampak dari kenaikan harga-harga komoditas. Inflasi harga makanan yang tinggi telah menggerus *disposable income* konsumen, sehingga sisa penghasilan tidak banyak lagi yang tertinggal untuk membeli barang-barang perawatan pribadi yang tergolong "mewah". Namun demikian, produk-produk dalam kategori dasar,

In Home Care, Viso Detergent Powder and Cif multipurpose cleaner both received a positive response from consumers, being effective, economical and pleasant to use.

Investing in effective advertising paid off again in 2010. Some of our successful ad campaigns even won awards, but the most telling test of their quality and effectiveness is the equity scores of our brands, which continue to strengthen from year to year.

Our Pepsodent and Lifebuoy campaigns are closely linked to the social mission of these two brands. The core advertising educates consumers, especially children, on the importance of brushing teeth twice a day with fluoride toothpaste and washing hands with soap before eating and after going to the toilet.

Carrying this mission into the community, Pepsodent has extended its collaboration with the Indonesian Dentists' Association (PDGI) and 13 dental schools in Indonesia to conduct free dental check-ups nationwide, while Lifebuoy continues to partner the Ministry of Health in campaigning for good hygiene through handwashing, among other means by participating in events such as Global Handwashing Day and National Health Day.

All of these "small actions" add up to make a big difference in meeting consumers' hygiene and personal care needs—by delivering brands that help people to feel good and look good, we help them to get more out of life.

We did encounter certain challenges in 2010. We felt the impact of rising commodity prices. High food inflation cut into consumers' disposable income, leaving less to purchase "luxury" personal care items. However, products in basic categories such as fabric cleaning, household care, skin cleansing and

seperti pembersih kain, perawatan keperluan rumah tangga, pembersih kulit dan perawatan mulut relatif tidak terpengaruh dan terus meningkat pertumbuhannya.

Oleh karena itu, memasuki tahun 2011, kami akan memfokuskan diri pada pengembangan relevansi kategori (*category relevance*) dan pemahaman yang lebih baik terhadap nilai kategori (*category value*) dan pada saat yang sama melanjutkan upaya mempertahankan kualitas dari produk-produk kami dan memastikan bahwa ekuitas *brand* kami tetap kuat.

Kami juga terus melanjutkan perwujudan komitmen kami untuk memberikan kepada konsumen kualitas yang tepat untuk harganya. Fokus akan dititik-beratkan pada meringankan beban inflasi bagi para konsumen kami melalui prakarsa-prakarsa penghematan-biaya dan dengan meningkatkan *mix* portofolio kami untuk meraih peningkatan marjin tanpa memberatkan konsumen. Untuk mewujudkan pertumbuhan yang lebih kuat di tahun 2011, kami akan melanjutkan percepatan inovasi, menggali potensi pada pasar dengan meningkatkan penetrasi dan mendorong konsumsi, serta menambah investasi pada portofolio kami untuk memperkuat pangsa pasar.

oral care were relatively unaffected and continued to grow well in volume.

Going into 2011, therefore, we will focus on building stronger category relevance and a better understanding of the category value and at the same time continue to protect the quality of our products and ensure that our brand equities remain strong.

We will also continue to deliver on our commitment to giving consumers the right quality for the price. Our focus will be on easing the inflation burden for our consumers through cost-saving initiatives and by driving our portfolio mix to derive margin improvements without burdening the consumers. To deliver stronger growth in 2011, we will continue to accelerate innovation, realise the considerable potential in the market by driving penetration and consumption, and boost our investment in our portfolio to reinforce our market share.



Foods & Ice Cream

Foods & Ice Cream

Kombinasi kualitas tertinggi dan bahan baku terbaik telah memperkuat posisi *brand* kami seiring dengan perluasan varian-varian baru yang memanjakan selera konsumen.

Combining the highest quality and best raw materials has bolstered our brand position in line with new variants that delight consumers taste.

Tahun 2010 adalah tahun inovasi, yang didukung oleh pendekatan yang tak kenal kompromi terhadap kualitas produk dan kepekaan terhadap kebutuhan konsumen.

Brand-brand Foods & Ice Cream seperti Bango, Taro, Royco, Sarimurni, Magnum dan Walls terus memberikan kinerja yang kuat di tahun 2010, menyumbang terhadap tingkat pertumbuhan dua-digit dan meningkatkan pangsa pasar kendati menghadapi persaingan yang semakin ketat.

Bango kembali memberikan kinerja yang istimewa, didukung oleh peluncuran Bango kemasan mini 85 ml baru, yang membuat produk semakin terjangkau tanpa mengorbankan kualitasnya. Langkah ini mengena pada konsumen di tengah tingginya tingkat inflasi yang menandai perjalanan tahun 2010, dan mencatat perolehan pangsa pasar tertinggi dibanding *brand-brand* mapan kami yang lain, meninggalkan para kompetitornya jauh di belakang. Selain penggunaan bahan-bahan berkualitas tinggi, popularitas Bango memperoleh dukungan kuat dari program aktivasi yang sangat efektif, seperti Festival Jajanan Bango, yang memamerkan cara penggunaannya dalam kuliner favorit di Indonesia.

Inovasi dan peningkatan di Foods, didukung oleh pemasaran yang efektif, terus memacu pertumbuhannya di tahun 2010. Kami meluncurkan

2 010 was all about innovation, backed up by an uncompromising approach to product quality and sensitivity to consumers' needs.

Foods & Ice Cream brands such as Bango, Taro, Royco, Sarimurni, Magnum and Walls continued to perform strongly in 2010, contributing double digit growth and gaining market share despite intensifying competition.

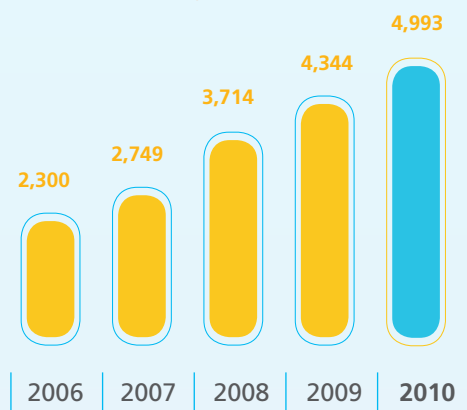
Bango once again contributed outstanding performance, driven by our new launch of the Bango 85 ml mini pouch, which made the product more affordable without sacrificing quality. This struck a chord with consumers amid the high inflation that characterised the year 2010, and it posted the highest market share gain of any of our established brands, leaving its competitors far behind. Apart from the use of high quality ingredients, Bango's popularity is undoubtedly reinforced by highly effective activation programmes, such as the Bango Food Festival, which showcases its use in Indonesia's best-loved dishes.

Innovation and improvement in Foods, supported by effective marketing, continued to drive growth in 2010. We launched Buavita 2



Penjualan Foods & Ice Cream (Miliar Rupiah)

Sales Foods & Ice Cream (Billion Rupiah)



Buavita 2 Go, yang melayani gaya hidup konsumen yang makin dinamis dengan menawarkan dua rasa jus campuran dalam sebuah botol PET yang praktis dan mudah dibawa sehingga konsumen dapat minum maupun menutup botolnya kembali kemana pun mereka pergi – sebuah manfaat yang penting bagi orang-orang sibuk yang lebih menyukai jus ketimbang soft drink. Sementara itu kampanye peluncuran kembali Buavita dengan kadar buah yang lebih tinggi telah memperkuat posisinya sebagai pilihan minuman kaya-vitamin dengan manfaat yang nyata bagi kesehatan konsumen.

Keberhasilan kampanye peluncuran kembali lainnya, yang menghasilkan pertumbuhan yang kuat, adalah varian Royco *beef*. Formula yang disempurnakan mengandung sumsum tulang untuk menambah kemantapan rasa, dan lebih berselera untuk memenuhi cita-rasa konsumen.

Kami memperkuat posisi kami dalam kategori snack dengan meluncurkan dua varian Taro. Cowboy Steak dan Cheese Blast adalah rasa baru yang mengena langsung dengan pilihan selera anak-anak masa kini.

Kami melanjutkan langkah penetrasi lebih jauh pada kategori margarine dengan memperkenalkan Blue Band 17 gr dalam *stick sachet*. Seperti halnya Bango kemasan mungil, kemasan baru tersebut membuka pasar bagi para konsumen yang lebih peka-harga yang tetap mencari kualitas tinggi dan nilai istimewa, di tengah kendala kondisi ekonomi saat ini. Kami juga meluncurkan Blue Band Gold, *refrigerated* margarine dengan kandungan Omega 3 dan 6 yang lebih tinggi dan 9 vitamin utama, yang menasar ke konsumen yang lebih berkecukupan. Keduanya, Blue Band Gold maupun Regular, mengandung sejumlah lemak dan vitamin pokok yang memberikan nilai gizi tinggi yang, sebagai bagian dari diet seimbang, mampu mendukung anak-anak agar tumbuh sehat. Inilah misi Blue Band, dan itulah alasan mengapa kami terus melanjutkan upaya untuk memperkuatnya melalui kerjasama dengan Program Pangan Dunia dalam kampanye untuk memberikan akses gizi yang baik untuk anak-anak di seluruh negeri, yang akan membantu menciptakan masyarakat yang lebih sehat dan lebih cerdas.

Go, catering to increasingly dynamic consumer lifestyles by offering two mixed juice flavours in a convenient, easy to carry PET bottle that consumers can sip from and reseal as they go—an important feature for people on the move who prefer to drink juice over carbonated soft drinks. Meanwhile the relaunch of Buavita with higher fruit content strengthened its position as a vitamin-rich beverage option with real benefits for consumers' health.

Another successful relaunch, which resulted in strong growth, was the Royco beef variant. The improved formulation contains bone marrow to offer a meatier, more flavourful taste to suit consumer palates.

We strengthened our position in the snack category with the launch of two new Taro variants. Cowboy Steak and Cheese Blast are exciting new flavours that tap directly into the current taste preferences of kids.

We continued to penetrate deeper into the margarine category by introducing the new Blue Band 17 gr stick sachet. Like the Bango mini pack, it opened up the market to more price-conscious consumers who, although constrained by the current economic climate, are still seeking high quality and great value. We also launched Blue Band Gold, a refrigerated margarine with a higher Omega 3 and 6 content and 9 important vitamins, which targets more affluent consumers. Both Gold and regular Blue Band contain essential fats and vitamins that provide high nutritional value which, as part of a balanced diet, can help to promote healthy growth in children. This is Blue Band's brand mission, and it is a cause that we have continued to reinforce through our cooperation with the World Food Programme in its campaign to give more children throughout the country access to good nutrition, which will help to create a healthier, smarter society.

Di Ice Cream, kampanye peluncuran kembali Magnum di bulan Oktober 2010 sangat impresif hasilnya, dengan penjualan selama 3 bulan pertama meningkat lebih dari 10 kali lipat dibanding penjualan tahun 2009, dan melonjak hingga lebih dari 20 kali di bulan ke-empat. Prestasi ini menjadikannya sebagai kampanye peluncuran kembali Magnum paling sukses di seluruh operasi global Unilever. Kunci pemacunya adalah distribusi yang kuat, pasokan produk yang lancar dan kampanye periklanan yang sangat memikat, seiring dengan kualitas istimewa dari produk itu sendiri, dengan rasa cokelat Belgia asli menjadikan Magnum sebagai salah satu dari sebagian kecil kemewahan di tengah kondisi dimana sebagian besar masyarakat melakukan penghematan belanja.

Peluncuran kembali Paddle Pop dan Cornetto semakin memperkuat daya tariknya bagi konsumen, sedangkan varian baru kami, Cornetto Disc, yang mengandung saus cokelat di dalam seluruh kerucut dengan cakram cokelat tebal di bagian atas, menjadi wujud keberhasilan lain di tahun 2010. Sebagai pelengkap dari pemasaran yang unggul, kegigihan kami mengupayakan tambahan kabinet guna mendukung ekspansi *coverage* dan *availability*, menjadi pendorong di balik pertumbuhan yang konsisten dalam pasar Ice Cream.

Selama ini Foods & Ice Cream mengalami pertumbuhan yang pesat, kendati menghadapi kompetisi yang ketat dan inflasi harga makanan yang tinggi, dan kami percaya bahwa kedua divisi tersebut berada dalam posisi yang tepat untuk mewujudkan pertumbuhan yang berkelanjutan di masa mendatang. Namun demikian, guna menghadapi tantangan di tahun mendatang, prioritas kami adalah terus melanjutkan upaya menjadikan *brand-brand* kami semakin relevan dan memikat bagi para konsumen, dengan penyajian kualitas tinggi secara konsisten diseluruh tingkat harga maupun ukuran kemasan yang beragam, serta meningkatkan kemampuan inovasi kami sehingga memungkinkan penyediaan produk baru secara lebih cepat ke pasar. Investasi di balik *brand-brand* kami dengan pemasaran strategis serta melanjutkan upaya mendorong penetrasi lebih jauh dan lebih intensif ke pasar-pasar baru untuk mempercepat pertumbuhan dan peningkatan pangsa pasar juga akan menjadi prioritas dalam agenda strategis kami di tahun 2011.

In Ice Cream, our relaunch of Magnum in October 2010 was a huge hit, with sales in the first 3 months increasing more than 10 times compared to sales in 2009 and soaring to more than 20 times in the fourth month. This made it the most successful Magnum relaunch in any of Unilever's global operations. The key driving factors were good distribution and product supply and a highly compelling advertising campaign, as well as the excellent quality of the product itself, with the taste of real Belgian chocolate making Magnum one of the few affordable luxuries in a time where most people were reining in their spending.

The relaunch of Paddle Pop and Cornetto further strengthened their appeal to consumers, while our new variant, Cornetto Disc, which contains chocolate sauce inside the entire cone and thick chocolate disc on top, was another strong success in 2010. In addition to excellent marketing, our persistent efforts to deploy new cabinets to support a considerable expansion in coverage and availability have been a driving force behind our consistent growth in the ice cream market.

Over the year we have seen robust growth in Foods & Ice Cream in spite of vigorous competition and high food inflation, and we believe that the division is well positioned to sustain this growth in the future. However, to meet the challenges of the coming year, our priorities will be to continue making our brands relevant and appealing to consumers by offering consistently high quality across multiple price points and pack sizes, and to leverage our innovation capabilities to get new products to the market more quickly. Investing behind our brands with strategic marketing and continuing to push further and deeper into new markets to accelerate growth and expand market share will also be high on our strategic agenda in 2011.

Supply Chain

Supply Chain



Fokus yang tak kenal lelah pada peningkatan kualitas adalah prioritas kami pada 2010.

A relentless focus on improving quality was high on our agenda in 2010.

Supply Chain kami merupakan tulang punggung dari usaha kami, yang mencakup perolehan sumber material, proses produksi dan distribusi barang jadi. Supply Chain memberikan landasan bagi inovasi dan pertumbuhan dari portofolio produk-produk kami.

Setelah mengintensifkan upaya mewujudkan komitmen, tahun 2010 menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pelayanan kami terhadap pelanggan. Kami melaksanakan serangkaian investasi modal yang besar dalam pengembangan kapasitas dan fasilitas distribusi untuk mendorong pertumbuhan dan meningkatkan fleksibilitas. Sinergi meningkat seiring dengan kolaborasi dengan fungsi-fungsi lain yang tumbuh semakin kuat, khususnya dalam perencanaan bisnis.

Salah satu dari berbagai tantangan utama yang kami hadapi selama tahun 2010 adalah lonjakan harga bahan mentah, dengan material berbasis minyak mentah (*crude oil*) meningkat 25% dan minyak nabati 40%. Namun demikian, dengan keberhasilan kami mendapatkan bantuan skala dan kepakaran dari organisasi global kami, kami berhasil untuk mengatasinya. Kontrak-kontrak jangka panjang juga melindungi kami dari fluktuasi harga dari bahan kemasan tertentu.

Fokus yang tak kenal lelah pada peningkatan kualitas adalah prioritas kami pada 2010. Serangkaian proyek perbaikan dan peninjauan secara berkala, termasuk penilaian terhadap lebih dari 50.000 produk *on-shelf*, didukung oleh implementasi *Quality Management System* kami dan berkontribusi terhadap 20% penurunan keluhan konsumen terkait dengan proses produksi dibanding tahun 2009.

Pada 2010 kami membangun kapasitas tambahan untuk sebagian besar pabrik kami. Hal tersebut tidak hanya memungkinkan kami untuk mengakomodasi meningkatnya permintaan terhadap produk-produk kami tetapi juga mendorong skala ekonomi yang lebih menguntungkan serta biaya produksi yang lebih rendah, sehingga menyumbang terhadap peningkatan dari seluruh keunggulan daya saing biaya kami. Pola penghematan biaya lain yang signifikan selama tahun pelaporan

Our Supply Chain is the backbone of our operation, covering materials sourcing, the production process and the distribution of finished goods. The supply chain provides the platform for innovation and the growth of our portfolio.

After a committed effort, 2010 saw significant improvements in our service to customers. We made a series of major capital investments in capacity expansion and distribution facilities to drive growth and improve flexibility. Synergies improved as collaborations with other functions, particularly on business planning, got stronger.

One of the key challenges we faced during 2010 was soaring raw material prices, with crude oil-based raw materials up by 25% and vegetable oils by 40%. Nevertheless, by successfully deploying our global expertise and leverage we managed to mitigate the cost impact. Long term contracts also protected us from price fluctuations on certain packaging materials.

A relentless focus on improving quality was high on our agenda in 2010. A series of improvement projects and regular reviews, including more than 50,000 on-shelf product market assessments, supported the implementation of our Quality Management System and contributed to a 20% reduction in manufacturing related consumer complaints compared to 2009.

In 2010 we built additional capacity for most of our factories. This is not only enabling us to accommodate the growing demand for our products but is also driving better economies of scale and lower production costs, thereby contributing to an improvement in our overall cost competitiveness. Other significant cost savings during the year were derived from reductions in energy consumption and repair

bersumber dari penekanan konsumsi energi dan biaya perbaikan, serta otomasi, minimalisasi limbah, dan pengurangan pemborosan kemasan dan bahan baku sebagai bagian dari proyek penghematan biaya kami yang rutin.

Peningkatan distribusi adalah kunci dari strategi kami untuk mengembangkan pasar kami di luar kawasan padat penduduk yang utama di Indonesia. Sebuah pusat distribusi besar sedang dibangun di kawasan Cibitung. Kami juga tengah melakukan modernisasi dan perluasan dari gudang kami di Medan, Makassar, Banjarmasin dan kota-kota lain di Indonesia. Bahkan, dengan pengaturan pengurangan waktu libur selama Lebaran tahun 2010 dari 4 hari menjadi 1 hari, kami mampu mengurangi *stock outs* dan meningkatkan layanan konsumen di saat-saat penting tersebut.

Kami terus melanjutkan pemutakhiran sistem di tahun 2010. Setelah berhasil menyelesaikan beberapa permasalahan yang timbul saat mulai dijalankannya SAP di tahun 2009, sekarang kami melihat hasilnya berupa peningkatan kemampuan perencanaan, pengelolaan data dan layanan pelanggan. Kami juga terus melanjutkan kerjasama dengan para pemasok utama kami melalui program penilaian *Supplier Quality & Management*, yang mendorong peningkatan dalam efisiensi mereka dan memberikan jaminan yang lebih baik terhadap kualitas dari barang-barang yang masuk, sedangkan Program Pembiayaan Pemasok yang dimulai tahun 2010 telah membantu para pemasok untuk memperoleh akses dana dengan bunga yang kompetitif, menjadikan mereka lebih fleksibel dan pada akhirnya memberi manfaat bagi bisnis kami.

Prinsip 3R (*Reduce, Reuse dan Recycle*) merupakan inti dari kegiatan Supply Chain, dan di tahun 2010 kami bekerja keras untuk memenuhi komitmen kinerja lingkungan kami. Kami memasang sejumlah *solar water heater* di pabrik Rungkut untuk menekan konsumsi energi dan mengurangi *carbon footprint* kami. Kami juga memperkenalkan beberapa program penghematan air, seperti daur ulang limbah air untuk *boiler* dan menampung air hujan untuk keperluan pertamanan dan kegunaan lain, yang telah berhasil mengurangi keseluruhan

costs, as well as automation, waste minimisation, and cutting down on packaging and raw material waste as part of our routine cost saving project.

Improving distribution is a key to our strategy for growing our markets outside Indonesia's main population centres. A mega distribution centre is under construction in Cibitung. We are also modernising and expanding warehouses in Medan, Makassar, Banjarmasin and other cities in Indonesia. Moreover, by managing to reduce our down-time during the 2010 Lebaran holiday from 4 days to 1 day, we were able to reduce stock outs and improve customer service at this critical time.

We continued to upgrade systems in 2010. Having resolved some of the issues that arose during SAP start-up in 2009, we are now seeing enhanced planning, data management and customer service capabilities. We have also continued to work very closely with our key suppliers through our supplier quality and management assessment programme, driving improvements in their efficiency and providing better assurance over the quality of incoming goods, while a Supplier Financing Programme initiated in 2010 helped our suppliers to access funds at competitive rates, making them more flexible and thus benefitting our business.

The 3R (*Reduce, Reuse and Recycle*) principle is a cornerstone of our Supply Chain activities, and in 2010 we worked hard to deliver on our environmental performance commitments. We installed solar water heaters in our Rungkut factory to curtail energy consumption and reduce our carbon footprint. We also introduced several water efficiency measures, such as recycling effluent water to feed the boilers and harvesting rainwater to use for gardening and utilities, which have reduced our overall water consumption. Even hazardous and otherwise

jumlah konsumsi air. Bahkan zat-zat yang berbahaya dan tidak terpakai pun didaur-ulang kembali menjadi bahan yang bermanfaat; endapan daur-ulang kami dimanfaatkan untuk industri semen, sedangkan debu dari pabrik teh kami saat ini digunakan untuk menghasilkan pupuk organik yang kemudian kami manfaatkan kembali untuk program penghijauan lahan-lahan industri kami.

Sendiri-sendiri, hal tersebut di atas nampak seperti langkah kecil, namun apabila digabungkan bisa mewujudkan perubahan besar. Khusus tahun 2010 kami berhasil mengurangi tingkat konsumsi air hingga 3% dan limbah 17%. Mengambil langkah untuk penggunaan sumber daya secara lebih efisien pada akhirnya akan mengurangi biaya yang ditanggung Perusahaan, lingkungan dan masyarakat, sekaligus berkontribusi terhadap upaya peningkatan kinerja usaha kami.

Upaya terus menerus dalam menjadikan proses produksi kami lebih berkesinambungan merupakan bagian dari *Total Productive Maintenance* (TPM), pendekatan integral kami terhadap manajemen mutu, keselamatan kerja dan lingkungan, di bawah sistem ISO 14001, OHSAS 18001, ISO 9001, dan ISO 22000. Langkah ini membantu memastikan bahwa seluruh pabrik kami menjalankan kepatuhan dengan kebijakan global dan lokal yang relevan, prosedur dan standar kualitas, keselamatan konsumen dan jaminan halal.

Kampanye komunikasi keselamatan kerja kami yang baru menegaskan misi tingkat kecelakaan nihil kami. Dengan tema "From Zero to Hero", kami menggelar serangkaian kegiatan yang dirancang untuk mengubah persepsi dan kesadaran karyawan tentang bahaya dengan menegaskan bahwa keselamatan adalah urusan setiap individu. Pesan yang relevan yang ditargetkan bagi para pekerja di pabrik, sektor *non-manufacturing* dan distribusi, dan bahkan mencakup karyawan pihak ketiga dan para pengunjung untuk memperlihatkan bagaimana kecelakaan dapat dicegah dengan menerapkan perilaku aman. Hasilnya segera terlihat: sejak pelaksanaan kampanye tersebut, tingkat kecelakaan menurun hingga 70% dibanding tahun sebelumnya.

unusable substances are being recycled into useful materials; our recycled sludge goes to the cement industry, while dust from our tea factory is being used to produce organic fertiliser that we then put back into re-vegetating our industrial estates.

Individually, these might be small actions, but together they make a big difference. In 2010 alone we reduced water consumption by 3% and waste by 17%. Taking steps to make our resource use more efficient ultimately reduces costs to the Company, the environment and society, and contributes to strengthening our business performance.

Ongoing efforts to make our production processes more sustainable are part of Total Productive Maintenance (TPM), our integrated approach to quality, safety and environmental management under the ISO 14001, OHSAS 18001, ISO 9001, and ISO 22000 systems. This helps to ensure that all our factories are compliant with relevant global and local policies, procedures and standards for quality, consumer safety and halal assurance.

Our new safety communication campaign highlighted our zero accidents mission. Under the banner "From Zero to Hero", we launched a series of activities designed to change employees' perception and awareness of hazards by emphasising that safety is everyone's business. Relevant messages targeted workers in the manufacturing, non-manufacturing and distribution sectors, and even reached out to third-party employees and visitors to show how accidents can be prevented by adopting safe behaviours. It is already having an impact: since the campaign went live, accidents have been reduced by 70% compared to previous years.

Customer Development

Customer Development



Tantangan terbesar pada tahun 2010 adalah bagaimana kami dapat mengelola dinamika dari *Modern Trade* dan *General Trade* dengan lebih efektif.

Our principal challenge in 2010 was how to better manage the dynamics of *Modern* and *General Trades*.



2010 adalah tahun dimana kami memusatkan perhatian untuk menyiapkan landasan bagi operasi Customer Development. Empat tugas utama dari Customer Development, adalah *Coverage*, *Distribusi*, *Merchandising* dan *Activation* telah diaktifkan dan dipertajam. Di *General Trade*, sebagai contoh, kami menyusun landasan yang kuat untuk pertumbuhan dengan membuka pasar-pasar baru yang belum-terjamah, dan mempersiapkan infrastruktur melalui pelaksanaan *Area Work Plan* secara ketat. Untuk *Modern Trade*, kami memperkuat jalinan kerjasama dengan pelanggan sekaligus meningkatkan *Joint Business Plan* para mitra bisnis. Kami juga meningkatkan proses perencanaan secara menyeluruh dengan menerapkan prosedur operasi standar (SOP). Dengan demikian, kami berharap mampu memastikan pemenuhan *demand* secara optimal dan operasi interdependen secara penuh, yang berlaku untuk seluruh elemen Perseroan.

Visi Unilever adalah untuk menjadi pilihan utama bagi konsumen, pelanggan dan komunitas. Di tahun 2010 kami menjabarkan visi tersebut ke berbagai program pengembangan pelanggan utama kami. Sebagai contoh, melalui *Customer Call Centre* kami memperkuat jalinan hubungan dengan para pelanggan untuk memastikan setiap masukan dan usulan mereka dapat disalurkan dan ditangani secara tepat. Kami

2010 was a year in which we focused heavily on getting Customer Development fundamentals in place. The four key roles in Customer Development—Coverage, Distribution, Merchandising and Activation—were reignited and sharpened. In the General Trade channel, for example, we put in place a strong foundation for growth by tapping into new, un-served markets, and preparing infrastructure readiness through the execution of a rigorous Area Work Plan. In Modern Trade, we strengthened ties with the customers and enhanced our Joint Business Plans with partners. We also improved the overall planning process by implementing standard operating procedures. In this way we expect to ensure optimum demand fulfilment and a fully interdependent operation across the Company.

Unilever's vision is to be the first choice for consumers, customers and communities. In 2010 we linked this vision to some of our key customer development programmes. For instance, through our Customer Call Centre we strengthened ties with our customers to make sure any inputs and concerns are properly channelled and handled. We also now have Joint Business Plans in place with all our business partners, which have increased

juga membentuk sebuah *Joint Business Plans* bersama para mitra bisnis, yang telah berhasil meningkatkan komitmen dan saling pengertian secara timbal balik. Dan sebagai bagian dari program unggulan *Perfect Stores*, kami membantu masyarakat untuk meningkatkan kualitas lingkungan melalui program air bersih, proyek lingkungan hijau, program daur ulang barang-bekas (termasuk *Trashion*), dan sejumlah prakarsa lainnya.

Program *Perfect Stores* kami merupakan contoh sempurna bagaimana kami mengangkat merchandising kami ke jenjang lebih tinggi. Prakarsa ini dititik-beratkan pada upaya meningkatkan kualitas dan dampak dari merchandising. Melalui *Perfect Stores*, kami meningkatkan kekuatan dan pengaruh pemilik toko untuk menunjang model pengembangan pasar kami. *Perfect Stores*, yang bertujuan untuk menciptakan pengalaman berbelanja yang optimal dengan menjadikan produk-produk Unilever selalu tersedia, tampil menonjol dan terjangkau, yang membantu kami untuk meningkatkan penetrasi, meraih konsumen baru, dan mempertahankan loyalitas konsumen setia kami.

Tantangan terbesar pada tahun 2010 adalah bagaimana kami dapat mengelola dinamika dari *Modern Trade* dan *General Trade* dengan lebih efektif. Kami berupaya untuk meraih keseimbangan antara pertumbuhan yang pesat dari saluran *Modern Trade* (*hypermarket* dan *minimarket*) dan luasnya cakupan *General Trade*. Kuncinya adalah dengan meminimalkan benturan antara kedua saluran dan sebaliknya menciptakan sinergi antara keduanya. Kami saat ini sedang melaksanakan penyelarasan kegiatan di kedua saluran tersebut dan mengaturnya di bawah satu pengelolaan.

Perkembangan *minimarket* dan gerai di wilayah pemukiman merupakan salah satu tren yang menonjol di tahun 2010. Kami akan mendukung tren ini, yang didorong oleh manfaat dari kedekatan lokasi, dengan mengembangkan rencana kegiatan berbasis-pelanggan, baik melalui promosi konsumen maupun *in-store activation*.

mutual commitment and understanding. And as an offshoot of our *Iconic Perfect Stores* programme, we help communities to improve the quality of their environment through clean water programmes, green environment projects, waste recycling programmes (including *Trashion*), and other initiatives.

Our *Perfect Stores* programme is a good example of how we are taking our merchandising to the next level. These initiatives are focused on improving merchandising quality and impact. Through our *Perfect Stores*, we leverage the power and influence of shop owners in support of our market development model. *Perfect Stores*, which aim to create the optimal shopping experience by making Unilever products available, highly visible and affordable, are helping us to increase penetration, gain new consumers, and maintain the loyalty of existing consumers.

Our principal challenge in 2010 was how to better manage the dynamics of *Modern* and *General Trades*. We are striving to achieve a balance between the rapid growth of the *Modern Trade* (*hypermarkets* and *minimarkets*) channel and the broad coverage of *General Trade*. The key is to minimise the conflicts between both channels and instead create synergy. We are now working to align the activities in both channels and bring them under a single set of management guidelines.

The emergence of *minimarkets* and residential outlets was one of the most prominent trends in 2010. We will be supporting this trend, which is driven by proximity benefits, by developing an appropriate, shopper-based activity plan for either consumer promotion or *in-store activation*.

Fenomena pertumbuhan lain, yang terkait dengan peningkatan otonomi daerah, adalah maraknya pertumbuhan diluar kota-kota besar dan di luar pulau utama. Banyak diantara daerah-daerah tersebut yang relatif kebal terhadap resesi ekonomi. Kami telah mulai menangkap potensi tersebut.

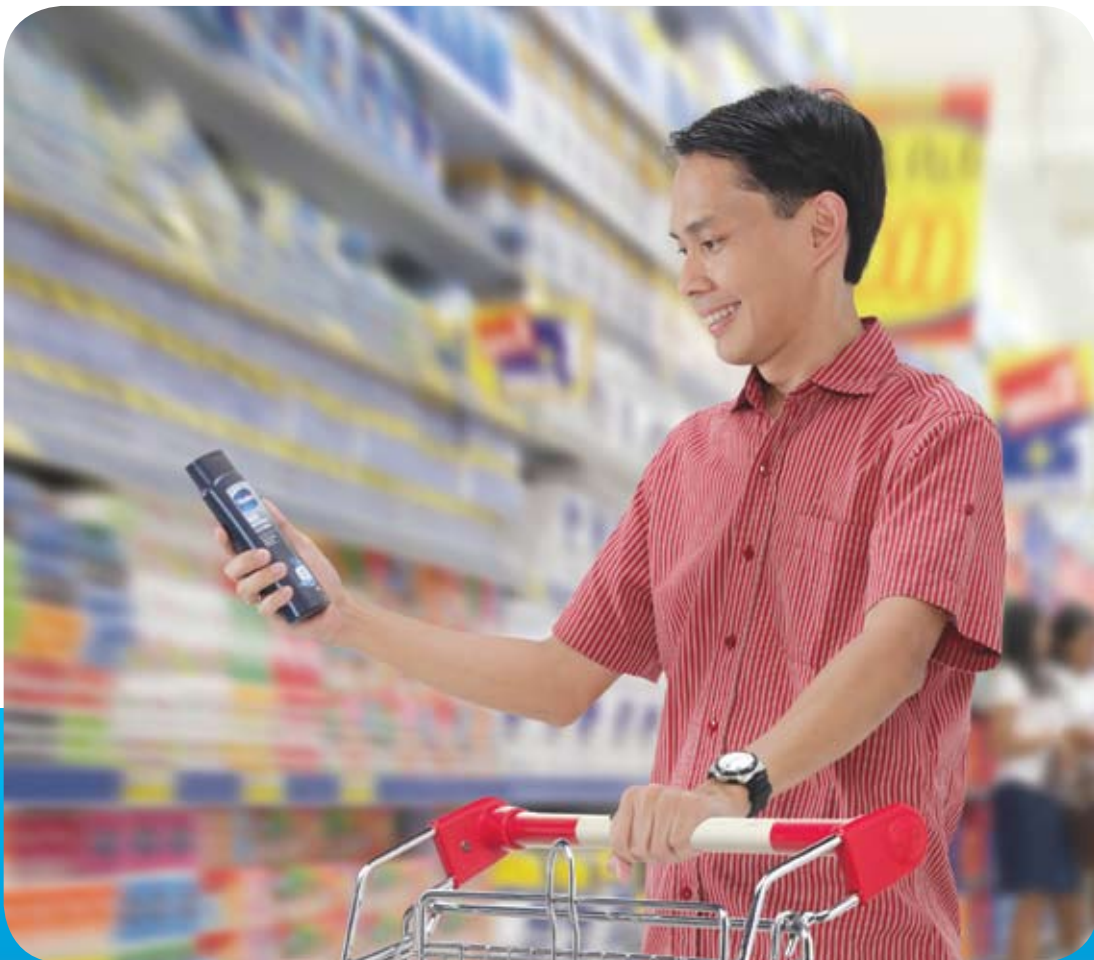
Seraya mengikuti dan memanfaatkan tren-tren tersebut serta peluang-peluang baru yang tercipta, pada tahun 2011 kami akan terus melanjutkan prakarsa untuk memperkuat landasan kami seperti infrastruktur penjualan dari distributor kami.

Sebagai *front-liner* Perseroan, Customer Development akan terus memainkan peran penting untuk memastikan *coverage*, distribusi dan *merchandising* di pasar untuk mendukung ambisi pertumbuhan Perseroan.

Another emerging trend, which is linked to increasing local autonomy, was the ongoing growth outside primary cities and main islands. Many of these areas have been relatively immune to economic recession. We are already beginning to capture this potential.

As well as tapping into these trends and the new opportunities they offer, in 2011 we will continue initiatives to strengthen our fundamentals such as our distributor sales infrastructure.

As the Company's front liner, Customer Development will continue to play a crucial role in ensuring that coverage, distribution, and merchandising are in place in the marketplace to support the Company's growth ambitions.



Corporate Relations

Corporate Relations

Peran penting Corporate Relations adalah menciptakan lingkungan yang kondusif untuk usaha.

An important role for Corporate Relations is creating conducive environment for business.



Pengelolaan hubungan kerjasama dengan berbagai kelompok pemangku kepentingan merupakan sebuah proses yang berkelanjutan. Penyampaian pesan tentang apa yang kami laksanakan, bagaimana serta mengapa kami mengerjakannya, menunjang pemahaman dan apresiasi yang lebih baik terhadap aktivitas kami diantara konsumen, karyawan, pemerintah, media dan masyarakat, serta membantu memastikan dukungan dan kerjasama mereka.

Para pemangku kepentingan kami dimulai dari dalam – 4.796 karyawan Unilever Indonesia, dan mitra Unilever regional maupun global. Kami memastikan bahwa mereka memperoleh pengetahuan tangan-pertama tentang pesan korporasi dan pengalaman langsung tentang produk-produk kami, melalui beragam media, termasuk majalah internal kwartalan kami, poster, e-mail dan SMS blast, jejaring sosial seperti Twitter dan Facebook, serta event dan kampanye internal. Mempertimbangkan sebaran geografis dan keragaman dari tenaga kerja kami, kami merumuskan dan mengemas pesan-pesan untuk khalayak tertentu untuk memastikannya agar sampai pada sasarannya secara efektif. Salah satu pesan utama tahun ini, dari strategi global baru Unilever, yaitu 'Compass', yaitu

Managing our relationships with different groups of stakeholders is a continuing journey. Conveying messages about what we do, and how and why we do it, promotes a deeper understanding and appreciation of our activities among consumers, employees, government, media, and the public, and helps to secure their support and cooperation.

Our stakeholders start with those on the inside — our 4,796 Unilever Indonesia's employees, and our regional and global Unilever partners. We make sure that they have first-hand knowledge of important corporate messages and direct experience of our products through a variety of media, including our quarterly internal magazines, posters, email and SMS blasts, social media networks such as Twitter and Facebook, and internal events and campaigns. Given the geographic spread and diversity of our workforce, we tailor and package messages for specific groups to ensure that they reach their target effectively. One of the key messages this year, from Unilever's new global strategy, 'Compass', is that small actions, done consistently, can add up to make a big difference—to the Company,



langkah kecil yang apabila dilakukan secara konsisten, akan dapat mewujudkan perbedaan yang besar – bagi Perseroan, bagi komunitas, atau bahkan untuk skala global. Pesan ini dirangkaikan di dalam sejumlah kampanye internal tahun 2010 kami, termasuk kampanye keselamatan kerja 'From Zero to Hero', program Employee Volunteerism, dan program Fun Vitality kami yang mempromosikan kesehatan fisik dan mental yang lebih baik.

to the community, or even on a global scale. This message was embedded in several of our internal campaigns in 2010, including our 'From Zero to Hero' safety campaign, our Employee volunteerism programme, and our Fun Vitality programme that promotes better physical and mental health.

Memastikan secara konsisten aliran publisitas pro-bono yang positif di berbagai media menjadi salah satu dari sarana yang paling efektif dalam menjangkau pemangku kepentingan eksternal kami. Banyak diantara liputan berita tahun 2010 yang dikaitkan dengan aktivitas CSR kami, yang kami siarkan ke media massa dengan harapan akan memberi inspirasi masyarakat untuk mengambil langkah masing-masing untuk membantu mewujudkan perbedaan dalam kehidupannya, dan masyarakat sekitarnya juga.

Mendorong peliputan media yang positif jelas merupakan proses timbal-balik, dan kami mengupayakan untuk selalu dapat berhubungan dengan media dengan menyediakan informasi secara tepat dan cepat serta tanggap terhadap permintaan keterangan. Upaya kami tersebut membuahkan hasil berupa apresiasi dari komunitas media: tiga dari program-program pemasaran kami, termasuk prakarsa CSR 'Trashion', memenangkan penghargaan PR Programme of The Year. Diikuti oleh penghargaan dari majalah SWA yang menobatkan kami sebagai salah satu Indonesia's Most Trusted Companies.

Salah satu tema yang diusung dalam agenda hubungan korporasi kami tahun 2010 adalah perlawanan terhadap penipuan dan promosi palsu. Kami terus memainkan peran aktif dalam kegiatan Masyarakat Indonesia Anti Pemalsuan (MIAP), untuk meningkatkan kesadaran publik tentang munculnya masalah yang berkepanjangan ini dan menarik perhatian media massa serta pemerintah terhadap persoalan ini. Pada saat yang sama, bekerjasama dengan Kementerian Sosial dan 11 perusahaan lain, kami meluncurkan sebuah kampanye terpadu untuk mengedukasi masyarakat untuk lebih waspada terhadap aksi penipuan tersebut, termasuk peredaran kupon berhadiah palsu di dalam kemasan produk kami.

Kami juga bekerjasama dengan pihak Pemerintah dalam berbagai kampanye edukasi masyarakat dan event-event yang disejalkan dengan visi dan misi kami, termasuk Hari Anak Nasional, bersama dengan Menteri Perdagangan dan Menteri Pemberdayaan Perempuan & Perlindungan Anak, sebagai *counterpart* kolaborasi kami dalam kegiatan kampanye komunitas tentang kesehatan gigi; dan Pameran Dagang dan Makanan Halal Internasional.

Ensuring a consistent flow of positive, non-paid publicity in various media outlets is one of our most effective means of reaching our external stakeholders. Much of the news coverage in 2010 was related to our CSR activities, which we share with the public in the hope that it will inspire people to take action themselves to help make a difference in their lives, and those of others.

Securing positive media coverage is of course a two-way process, and we make it our business to be as accessible as possible to the media by providing accurate and timely information and being responsive to enquiries. This has earned us the appreciation of the media community: three of our marketing programmes, including our 'Trashion' CSR initiative, won PR Programme of The Year awards. More recognition came from SWA Magazine, which named us one of Indonesia's Most Trusted Companies.

One item that was high on our Corporate Relations agenda in 2010 was combating counterfeiting and promotion scams. We continued to play an active role in the Indonesian Anti-Counterfeiting Association (MIAP) to raise public awareness on the existence of this persistent problem and draw more media and government attention to the issue. At the same time, working with the Ministry of Social Affairs and 11 other companies, we launched an integrated campaign to educate the public to be more vigilant about such scams, which include fake prize coupons inside our packaging.

We also collaborated with the Government on several other public education campaigns and events that are aligned with our own mission and vision, including National Children's Day, together with the Ministry of Trade and the Ministry of Women's Empowerment and Child Protection; National Health Day, with the Ministry of Health, with whom we also collaborated on community campaigns on oral health; and the International Halal Business and Foods Expo.

Peran penting Corporate Relations adalah menciptakan lingkungan yang kondusif untuk usaha. Keterlibatan kami dalam berbagai asosiasi industri nasional dan internasional memberikan peningkatan nilai saat kami mengadakan lobi dengan instansi-instansi pemerintah untuk memastikan bahwa kepentingan industri diakomodasikan di dalam perumusan kebijakan dan penyusunan undang-undang, sekaligus memberi peluang untuk mengetahui isu-isu yang berkembang.

Tuntutan yang semakin meningkat baik dari konsumen maupun media di Indonesia, ditambah dengan semakin populernya jaringan sosial media seperti Twitter, Facebook dan BlackBerry yang memberikan sarana yang cepat dan meluas bagi pemberitaan dan/atau gosip, menegaskan urgensi kami untuk selalu mahir dalam mengelola isu yang berpotensi rawan dan meng-*counter* informasi yang tidak cermat. Duta kami yang terbaik adalah para karyawan kami, karena itu kami memastikan agar mereka selalu siap dengan fakta-fakta yang benar untuk menanggapi pertanyaan dari keluarga maupun sahabat. Pada saat yang sama kami senantiasa melakukan pemutakhiran kompetensi dari staf Corporate Communications kami, untuk memungkinkan mereka mampu secara efektif menghadapi elemen masyarakat yang kritis dan banyak menuntut, termasuk melalui pemanfaatan jejaring sosial.

An important role for Corporate Relations is creating conducive environment for business. Our involvement in a number of strategic national and international industry associations gives us leverage when lobbying government agencies to ensure that the industry's interests are accommodated in policy formulation and law making, and provides a valuable means of staying in touch with emerging issues.

The growing sophistication of both consumers and the media in Indonesia, coupled with the rise of social media such as Twitter, Facebook and BlackBerry messaging that provide an immediate and far-reaching outlet for news and/or rumours, means that we have to be increasingly adept at managing potentially sensitive issues and countering inaccurate information. Our best ambassadors are our employees, so we make sure they are equipped with the correct facts to respond to enquiries from family and friends. At the same time we are constantly upgrading the competencies of our Corporate Communications staff to enable them to engage effectively with an increasingly critical and demanding public, including through the use of social media.



Tinjauan Keuangan

Financial Review



PT Unilever Indonesia, Tbk dan anak perusahaan mencatat peningkatan laba bersih 11,3% di tahun 2010 menjadi Rp3,4 triliun. Hal tersebut terutama bersumber dari pertumbuhan penjualan bersih seiring dengan kenaikan volume penjualan.

PT. Unilever Indonesia, Tbk and its subsidiary reported an increase in net income of 11.3% in 2010 to Rp3.4 trillion. This was largely attributable to the growth in net sales in line with an increase in sales volume.

Analisis dan pembahasan berikut mengacu pada Laporan Keuangan Konsolidasi PT Unilever Indonesia untuk tahun-tahun yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2010 dan 2009, yang disajikan dalam Laporan Tahunan ini. Laporan Keuangan tersebut diaudit oleh Kantor Akuntan Publik Tanudiredja, Wibisana & Rekan (firma anggota jaringan global PwC).

The following discussion and analysis refers to Company's Consolidated Financial Statements for the years ending on 31 December 2010 and 2009, which are presented in this Annual Report. The Financial Statements were audited by Public Accountants Tanudiredja, Wibisana & Rekan (a member firm of PwC's global network).

PENJUALAN BERSIH NET SALES

Pada 2010, Perseroan berhasil membukukan penjualan senilai Rp19,7 triliun, meningkat 7,9% dibanding tahun 2009. Penjualan diperoleh dari dua segmen bisnis, yaitu Home & Personal Care, dan Foods & Ice Cream. Kontribusi masing-masing segmen terhadap penjualan bersih tahun 2010 yaitu: Home & Personal Care, 75%, dan Foods & Ice Cream, 25%.

In 2010, the Company successfully booked sales of Rp19.7 trillion, an increase of 7.9% compared to 2009. Sales were derived from our two business segments, Home & Personal Care, and Foods & Ice Cream. The contribution of each segment to net sales in 2010 was as follows: Home & Personal Care, 75% and Foods & Ice Cream, 25%.

Penjualan dari Home & Personal Care dan Foods & Ice Cream masing-masing tumbuh 5,7% dan 14,9% dari angka tahun 2009, menjadi Rp14,7 triliun dan Rp5,0 triliun di tahun 2010. Pertumbuhan penjualan diperoleh dari kenaikan volume penjualan produk melalui distribusi domestik dan kenaikan dari penjualan ekspor.

Sales from Home & Personal Care and Foods & Ice Cream grew 5.7% and 14.9% respectively from the 2009 figures, to Rp14.7 trillion and Rp5.0 trillion in 2010. The growth in sales was attributable to the increase in sales volume of products through domestic distribution and an increase in export sales.

HARGA POKOK PENJUALAN COST OF GOODS SOLD

Harga Pokok Penjualan (HPP) tahun 2010 terdiri atas pembelian bahan mentah dari pemasok sebesar Rp8,1 triliun, beban personalia langsung Rp311,3 miliar, beban penyusutan aset tetap Rp148,9 miliar dan beban fabrikasi lainnya Rp731,2 miliar. HPP naik 3,0% atau Rp280,1 miliar dari Rp9,2 triliun pada 2009 menjadi Rp9,5 triliun. Kenaikan HPP didominasi oleh pembelian bahan baku yang mengalami peningkatan dalam volume pembeliannya.

The Company's Cost of Goods Sold (COGS) in 2010 comprised purchases of raw materials from suppliers amounting to Rp8.1 trillion, direct personnel expenses of Rp311.3 billion, fixed asset depreciation expenses of Rp148.9 billion and other manufacturing expenses of Rp731.2 billion. COGS increased by 3.0% or Rp280.1 billion from Rp9.2 trillion in 2009 to Rp9.5 trillion. The increase in COGS was dominated by raw material purchases which were caused by an increase in purchase volume.

LABA KOTOR GROSS PROFIT

Dengan pertumbuhan Penjualan Bersih melebihi HPP, Laba Kotor Perusahaan meningkat 12.9% atau Rp1,2 triliun dari Rp9,0 triliun pada 2009 menjadi Rp10,2 triliun di tahun 2010. Sedangkan Marjin Laba Kotor naik menjadi 51,8% pada 2010 dari 49,6% di tahun 2009.

With the growth in Net Sales exceeding that of COGS, Company's Gross Profit increased by 12.9% or Rp1.2 trillion from Rp9.0 trillion in 2009 to Rp10.2 trillion in 2010. As such the Gross Profit Margin increased to 51.8% in 2010 from 49.6% in 2009.

BEBAN USAHA OPERATING EXPENSES

Beban usaha Perseroan meningkat 17,3% menjadi Rp5,7 triliun pada 2010, yang dipicu terutama oleh kenaikan Beban Pemasaran dan Penjualan sebesar 20.8% menjadi Rp4,5 triliun, sedangkan Beban Umum dan Administrasi hanya naik 5,2% menjadi Rp1,1 triliun. Peningkatan Beban Pemasaran dan Penjualan didominasi oleh kenaikan Beban Iklan, Riset, dan Promosi, yang keseluruhannya meningkat 24,4% menjadi Rp2,8 triliun pada 2010 dan mewakili 50,0% dari seluruh Beban Usaha kami. Kenaikan tersebut dipergunakan untuk mengimbangi dinamika pasar dan mendorong inovasi. Beban Remunerasi meningkat 8,7%, sebagian besar karena bertambahnya jumlah karyawan, yang meningkatkan beban gaji dan jaminan kesejahteraan serta tunjangan purnakarya karyawan. Perhitungan tunjangan purnakarya adalah estimasi aktuarial atas manfaat untuk karyawan. Pada saat yang sama Beban Amortisasi pada Aset Tidak berwujud dan *Goodwill* tetap menjadi komponen beban usaha terbesar dalam kategori Umum dan Administrasi, yaitu sebesar Rp119,9 miliar atau 10,5% dari total Beban Umum dan Administrasi. Kenaikan tersebut disebabkan oleh migrasi kami ke sistem SAP.

Company's Operating Expenses increased 17.3% to Rp5.7 trillion in 2010, driven mainly by an increase in Marketing and Selling Expenses of 20.8% to Rp4.5 trillion, whereas General and Administration Expenses only increased 5.2% to Rp1.1 trillion. The rise in the Marketing and Selling Expenses was dominated by increases in Advertising and Research Expenses and Promotion Expenses, which together rose 24.4% to Rp2.8 trillion in 2010 and represented 50.0% of our total Operating Expenses. This increase was used to match market dynamics and drive innovation. Remuneration Expenses increased 8.7%, due largely to an increase in the number of employees, which increased employee salaries and welfare expenses as well as end of service benefits. The end of service benefits are the estimated actuarial calculation of the benefits for employees. At the same time Amortisation Expenses on Intangible Assets and Goodwill remained the largest operating expense component in the General and Administration category at Rp119.9 billion or 10.5% of the total General and Administration Expenses. This increase was caused by our migration to the SAP system.

PENGHASILAN (BEBAN) LAIN-LAIN OTHER INCOME (EXPENSES)

Penghasilan (Beban) Lain-Lain turun dari perolehan sebesar Rp33,7 miliar di tahun 2009 menjadi rugi Rp3,9 miliar pada 2010. Penurunan ini sebagian besar diakibatkan oleh kerugian selisih kurs tahun 2010 sebesar

Other Income (Expenses) declined from a gain of Rp33.7 billion in 2009 to a loss of Rp3.9 billion in 2010. The decline was largely due to losses on foreign exchange in 2010 of Rp10.8 billion compared to gains on foreign exchange of Rp2.4

Rp10,8 miliar dibandingkan perolehan selisih kurs tahun 2009 sebesar Rp2,4 miliar. Perolehan/kerugian akibat selisih kurs terutama bersumber dari penjabaran transaksi Aset/Kewajiban dalam mata uang asing ke Rupiah. Salah satu faktor yang mendorong kerugian selisih kurs adalah penguatan nilai tukar Rupiah. Nilai tukar Rupiah ke USD pada 31 Desember 2009 adalah Rp9,425/USD yang menguat menjadi Rp 9,010/USD pada 31 Desember 2010 sedangkan nilai tukar Rupiah ke Euro, yaitu Rp13.500/Euro pada 31 Desember 2009, menguat menjadi Rp12,050/Euro pada 31 Desember 2010. Penurunan signifikan lainnya terjadi pada Penghasilan Bunga Bersih, yang menurun dari Rp30,8 miliar pada 2009 menjadi Rp6,5 miliar pada 2010. Penurunan Penghasilan Bunga Bersih disebabkan oleh penurunan penghasilan bunga seiring dengan penurunan Kas dan Deposito Berjangka serta peningkatan beban bunga akibat tambahan bunga pada pinjaman bank pada 2010.

billion in 2009. The foreign exchange gains/losses originated primarily from the translation of transactions and dominated in Asset and Liability transactions from foreign currencies to Rupiah. One of the factors leading to the foreign exchange loss was the strengthening of the Rupiah exchange rate. The IDR-USD conversion rate on 31 December 2009 of Rp9.425/USD strengthened to Rp9.010/USD on 31 December 2010 while the IDR-Euro conversion rate, which was Rp13.500/Euro on 31 December 2009, strengthened to Rp12.050/Euro on 31 December 2010. Another significant decline occurred in Net Interest Income, which fell from Rp30.8 billion in 2009 to Rp6.5 billion in 2010. The decline in Net Interest Income was attributable to a decline in interest income in line with the decrease in Cash and Time Deposits as well as an increase in interest expenses due to additional interest on bank loans in 2010.

LABA SEBELUM PAJAK PROFIT BEFORE INCOME TAX

Peningkatan Laba Usaha tahun 2010 disebabkan oleh kenaikan Laba Sebelum Pajak sebesar 6,8% menjadi Rp4,5 triliun. Hal ini terutama disebabkan oleh peningkatan volume penjualan. Marjin Laba Sebelum Pajak turun 23,3% pada 2009 menjadi 23,1% pada 2010, yang diakibatkan oleh kerugian selisih kurs, penurunan pendapatan bunga, dan kenaikan beban bunga.

The increase in Operating Income during 2010 was caused by an increase in Pre-tax Profit of 6.8% to Rp4.5 trillion. This was largely attributable to the increase in sales volume. The Pre-tax Profit Margin declined from 23.3% in 2009 to 23.1% in 2010, due to losses on foreign exchange, the decline in interest income, and an increase in interest expenses.

BEBAN PAJAK PENGHASILAN INCOME TAX EXPENSE

Beban Pajak Penghasilan turun 4,3% menjadi Rp1,2 triliun, akibat dari penurunan tarif Pajak Penghasilan Badan, sesuai dengan ketentuan perpajakan.

Income Tax Expenses declined 4.3% to Rp1.2 trillion, due to a decline in the rate of corporate income tax in line with tax regulations.

LABA BERSIH NET INCOME

Dibanding tahun 2009, Laba Bersih Perseroan naik 11,3%, dari Rp3,0 triliun di tahun 2009 menjadi Rp3,4 triliun pada 2010.

Compared to 2009, Company's Net Income increased 11.3% in 2010, from Rp3.0 trillion in 2009 to Rp3.4 trillion in 2010.

Rasio (%)	2010	2009	Ratios (%)
Marjin Laba Bersih	17.2%	16.7%	Net Profit Margin
Imbal Hasil atas Aset	38.9%	40.7%	Return on Assets
Imbal Hasil atas Ekuitas	83.7%	82.2%	Return on Equity

ASET ASSETS

Total nilai Aset naik 16,2% dari Rp7,5 triliun pada 2009 menjadi Rp8,7 triliun pada 2010. Kenaikan tersebut terutama diperoleh dari Aset Tidak Lancar.

a. Aset Lancar

Aset Lancar Perseroan naik 4,1% dibanding tahun 2009.

b. Kas dan Setara Kas

Kas dan Setara Kas Perseroan terdiri atas rekening kas dan bank sebesar Rp317,8 miliar, 85,5% diantaranya dalam mata uang Rupiah dan 14,5% dalam valuta asing. Setara Kas dalam bentuk Deposito Berjangka yang tidak dibatasi penggunaannya berjumlah Rp109,0 miliar. Tingkat bunga rata-rata dalam Deposito Berjangka Rupiah adalah 5,2-7,0%. Kas dan Setara Kas menurun 63,0% dari tahun sebelumnya, terutama karena naiknya belanja modal.

b. Piutang Usaha

Piutang Usaha Bersih naik 24,6% dibanding tahun 2009, diikuti dengan kenaikan dalam Laba Usaha Perseroan. Piutang Usaha terdiri atas piutang usaha kepada pihak ketiga dan kepada pihak yang memiliki hubungan istimewa dengan proposi: 92,2% untuk pihak ketiga, dan 7,8% untuk pihak yang memiliki hubungan istimewa. Pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa tersebut adalah anak-anak perusahaan atau perusahaan di bawah kepemilikan yang sama (Unilever NV). Pada 2010 Perseroan mengalokasikan cadangan sebesar Rp3,9 triliun, 1,1 kali lebih besar dibanding tahun sebelumnya. Cadangan ini dialokasikan untuk menutupi setiap kerugian yang mungkin timbul akibat dari piutang yang tak tertagih. Piutang tak tertagih hanya dapat dihapus-bukukan atas persetujuan dari Direktur Keuangan.

The total Asset value increased 16.2% from Rp7.5 trillion in 2009 to Rp8.7 trillion in 2010. The increase was derived largely from Non-current Assets.

a. Current Assets

Company's Current Assets increased 4.1% from 2009.

b. Cash and Cash Equivalents

Company's Cash and Cash Equivalents consist of cash and bank accounts amounting to Rp317.8 billion of which 85.5% is denominated in Rupiah and 14.5% in foreign currency. Cash Equivalents in the form of Unrestricted Time Deposits amounted to Rp109.0 billion. The average interest rate on the IDR Time Deposits was 5.2-7.0%. Cash and Cash Equivalents declined 63.0% from the prior year, mainly due to increase in the capital expenditure.

b. Trade Receivables

An increase in Net Trade Receivables of 24.6% from 2009 accompanied the increase in Company's Operating Income. Trade receivables consisted of trade receivables to third parties and to related parties in the following proportion: 92.2% to third parties and 7.8% to related parties. Related parties are our subsidiaries or companies under the same ownership (Unilever NV). In 2010 the Company allocated a provision of Rp3.9 billion, 1.1 times greater than in the previous year. This provision was allocated to cover any losses that may have arisen from uncollectible receivables. Uncollectible receivables may only be written off with the approval of the Finance Director.

c. Uang Muka dan Penerimaan Lainnya

Pos ini mengalami peningkatan signifikan sebesar 105,1% yang sebagian besar diperoleh dari kenaikan penerimaan uang muka. Kenaikan ini terutama dari pembayaran uang muka untuk sewa gudang pusat distribusi besar di Cibitung. Pembangunan gudang ini dirancang untuk menampung seluruh barang jadi sebelum dikirim ke depot dan distributor. Pos lain tidak mengalami perubahan besar, seperti halnya pinjaman karyawan dan penerimaan lain kepada pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa.

d. Persediaan

Persediaan meningkat 17,5% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Hal ini mencakup cadangan untuk persediaan yang usang dan tidak terpakai/perputaran lambat, yang meningkat dari Rp25,7 miliar pada 2009 menjadi Rp63,3 miliar pada 2010. Persediaan juga dipertanggungjawabkan terhadap risiko kehilangan akibat bencana alam, kebakaran, dan risiko lain hingga sebesar Rp99,1 miliar per lokasi.

e. Pajak Dibayar Di Muka

Perubahan pada pos Pajak Dibayar di Muka dibandingkan tahun sebelumnya, disebabkan oleh lebih bayar pajak penghasilan badan sebesar Rp38,1 miliar, yang menyebabkan peningkatan sebesar 285%.

f. Beban Dibayar di Muka

Pos ini naik 24,8% dari Rp41,8 miliar pada 2009 menjadi Rp52,1 miliar.

g. Aset Tidak Lancar

Aset Tidak Lancar meningkat 27,6% dari 2009 menjadi Rp4,9 triliun, yang sebagian besar bersumber dari penambahan aset tetap.

i. Aset Tetap Bersih

Aset Tetap-Bersih mengalami kenaikan signifikan sebesar 36,7% dari tahun sebelumnya. Hal ini terutama disebabkan oleh kenaikan aset dalam proses penyelesaian. Sebagian besar diantaranya terkait dengan peningkatan kapasitas produksi.

ii. Goodwill

Goodwill bersumber dari akuisisi merek Bango. Tidak ada penambahan goodwill yang terjadi pada 2010.

c. Advances and other Receivables

This item experienced a significant increase of 105.1% which was largely derived from an increase in advances. The increase was largely due to an advance payment on the rent of the mega distribution centre warehouse in Cibitung. The construction of the warehouse is intended to accommodate all the finished goods before they are sent to depots and distributors. There was no significant change in other items, such as employee loans and other receivables to related parties.

d. Inventories

Inventories increased 17.5% compared to the previous year's figure. This included a provision for obsolete and unused/slow-moving inventories, which increased from Rp25.7 billion in 2009 to Rp63.3 billion in 2010. Inventories were also insured against the risk of loss due to natural disaster, fire, and other risks in the amount of Rp99.1 billion per location.

e. Prepaid Taxes

The movement in the Prepaid Taxes item compared to the previous year was due to an increase in the corporate income tax over payment of Rp38.1 billion, which caused a 285% increase in this item.

f. Prepaid Expenses

This item increase 24.8% from Rp41.8 billion in 2009 to Rp52.1 billion.

g. Non-Current Assets

Non-current Assets increased 27.6% from 2009 to Rp4.9 trillion. This was caused mainly by the addition of fixed assets.

i. Fixed Assets-Net

Fixed Assets-Net underwent a significant increase of 36.7% from the previous year. This was largely attributable to an increase in assets in progress. The majority of which was related to production capacity expansion projects.

ii. Goodwill

Goodwill arose from the acquisition of the Bango brand. There was no additional goodwill in 2010.

iii. Aset Tidak Berwujud

Hal ini mencakup hak usaha, merek dagang, *copyrights*, lisensi perangkat lunak dan perangkat keras. Pada 2010 terjadi penambahan Aset Tidak Berwujud senilai Rp87,2 miliar, yang terutama diperoleh dari penambahan biaya SAP.

iii. Intangible Assets

This includes operating rights, trademarks, copyrights, software and software licenses. In 2010 there was an addition of Intangible Assets worth Rp87.2 billion, mainly from the additional costs of SAP.

KEWAJIBAN LIABILITIES

Perseroan mencatat Kewajiban total pada akhir 2010 sebesar Rp4,7 triliun yang terdiri atas 94,6% Kewajiban Lancar dan 5,4% Kewajiban Tidak Lancar. Nilai Kewajiban total naik Rp876,0 miliar atau 23,2% dari Rp3,8 triliun pada akhir 2009. Peningkatan Kewajiban ini terutama disebabkan oleh kenaikan Kewajiban Lancar sebesar Rp813,8 miliar atau 22,8% pada akhir 2009.

The Company booked total Liabilities at the end of 2010 of Rp4.7 trillion which comprised 94.6% Current Liabilities and 5.4% Non-Current Liabilities. The total Liabilities value increased by Rp876.0 billion or 23.2% from Rp3.8 trillion at the end of 2009. The increase in Liabilities was due largely to an increase in Current Liabilities of Rp813.8 billion or 22.8% at the end of 2009.

a. Kewajiban Lancar

Pada akhir 2010, Kewajiban Lancar meningkat dari 22,8% dari tahun 2009 menjadi Rp4,4 triliun. Komposisi Kewajiban Lancar terdiri atas Hutang Usaha, 41,3%, Pinjaman Bank jangka pendek 4,3%. Hutang-hutang lainnya 16,5%, Beban yang masih harus dibayar 33,2%, Hutang Pajak 4,7%. Kenaikan dalam total Kewajiban Lancar Rp813,8 miliar terutama disebabkan oleh kenaikan Hutang Usaha terkait dengan peningkatan usaha Perseroan.

a. Current Liabilities

At the end of 2010, Current Liabilities increased 22.8% from 2009 to Rp4.4 trillion. The Current Liabilities composition was Trade Payables, 41.3%, Short-term Bank Loans 4.3%, Other Payables 16.5%, Accrued Expenses 33.2%, Taxes Payable 4.7%. The increase in total Current Liabilities of Rp813.8 billion was mainly attributable to the increase in Trade Payables in relation to the increase in the Company's operation.

b. Kewajiban Tidak Lancar

Komposisi Kewajiban Tidak Lancar, yang berjumlah Rp249,5 miliar adalah sebagai berikut: Kewajiban Pajak Tunggahan 20%, Kewajiban imbalan kerja 80%. Kenaikan total dalam Kewajiban Tidak Lancar Rp62,2 miliar atau 33,2% terutama disebabkan oleh peningkatan kewajiban terhadap Karyawan.

b. Non-Current Liabilities

The composition of Non-Current Liabilities, which amounted to Rp249.5 billion was as follows: Deferred Tax Liabilities 20%, Employee Benefits Obligations 80%. The increase in total Non-Current Liabilities of Rp62.2 billion or 33.2% was caused primarily by an increase in liabilities to employees.

EKUITAS EQUITY

Ekuitas meningkat 9,2% atau Rp342,6 miliar dari Rp3,7 triliun pada 2009 menjadi Rp4,0 triliun pada 2010. Hal ini terutama disebabkan oleh kenaikan Laba Ditahan sebagai hasil dari pencapaian Laba Bersih selama tahun berjalan.

Equity increased 9.2% or Rp342.6 billion from Rp3.7 trillion in 2009 to Rp4.0 trillion in 2010. This was caused largely by an increase in Retained Earnings as a result of the Net Income achievement in the current year.

SOLVABILITAS SOLVENCY

Rasio Hutang terhadap Ekuitas naik dari 1,0 kali pada 2009 menjadi 1,2 kali pada 2010, disebabkan oleh penambahan pinjaman bank pada akhir 2010.

Perseroan memperoleh peringkat kredit korporasi dari dua lembaga pemeringkat internasional, Citibank dan HSBC, dimana masing-masing memberi peringkat 1 (lancar). Peringkat tersebut merefleksikan kekuatan kredibilitas Perseroan, yang bersumber pada profil usaha yang terus meningkat dan posisi unggul Perseroan dalam industri barang-barang konsumsi.

The Debt/Equity Ratio increased from 1.0 times in 2009 to 1.2 times in 2010, caused by additional bank loans at the end of 2010.

The Company received corporate credit ratings from two international ratings institutions, Citibank and HSBC, each of which gave us a rating of 1 (liquid). These ratings reflect the strength of Company's credit, which is derived from the Company's improving operational profile and our leading position in the consumer products industry.

KOLEKTIBILITAS COLLECTABILITY

Pada akhir 2010, periode penagihan Perseroan naik dari 20 hari pada 2009 menjadi 24 hari pada 2010. Hal tersebut disebabkan oleh kenaikan penjualan di kepulauan luar Jawa, yang mengakibatkan bertambahnya waktu pengiriman barang ke distributor serta kondisi cuaca yang kurang bersahabat yang menyebabkan tertundanya kiriman barang.

By the end of 2010, the Company's collection period increased from 20 days in 2009 to 24 days in 2010. This was attributable to an increase in sales to the outer islands, which caused an increase in the time taken to dispatch goods to distributors as well as unfavorable weather conditions which caused goods to arrive behind schedule.

KOMITMEN MATERIAL MATERIAL COMMITMENTS

Pada 2010, Perseroan mempunyai komitmen material dengan sejumlah pemasok terkait dengan pembelian bahan mentah untuk produksi dalam Rupiah, USD dan Yen.

In 2010, the Company had material commitments with a number of suppliers in relation to the purchase of raw materials for production in IDR, USD and JPY.

ARUS KAS CASH FLOW

Arus Kas Perseroan pada 2010 menurun 63,0% atau Rp540,6 miliar. Penurunan ini terutama terjadi akibat pembelian Aset Tetap untuk pengembangan aktivitas usaha.

a. Arus Kas dari Aktivitas Operasi

Arus Kas dari kegiatan operasi Perseroan meningkat 10,3% atau sebesar Rp338,5 miliar, yang sebagian

Company's cash flow in 2010 decreased by 63.0% or Rp540.6 billion. This decline was caused principally by the purchase of fixed assets to expand operational activities.

a. Cash Flows from Operating Activities

Company's cash flows from Operating Activities increased by 10.3% or Rp338.5 billion, which was

besar bersumber kenaikan penerimaan dari pelanggan sebesar 7,9% atau Rp1,6 triliun. Sementara itu, kenaikan arus kas keluar dari kegiatan usaha terutama didorong oleh peningkatan pembayaran kepada para pemasok sebesar 7,6% atau Rp1,1 triliun dan kenaikan pembayaran untuk Beban Usaha dan kegiatan usaha lainnya sebesar 6,5% atau Rp167,1 miliar.

b. Arus Kas dari Aktivitas Investasi

Penggunaan kas untuk investasi Perseroan meningkat 87,1% atau Rp610,0 miliar. Arus kas tersebut digunakan khususnya untuk pembelian Aset Tetap, yang naik 119,9% atau senilai Rp675,4 miliar, dan turunnya pembelian Aset Tidak Berwujud sebesar 47,6% atau Rp67,1 miliar serta berkurangnya arus kas masuk dari pelepasan Aset Tetap senilai Rp1,7 miliar pada tahun sebelumnya.

c. Arus Kas dari Aktivitas Pendanaan

Arus Kas Perseroan yang digunakan untuk aktivitas pendanaan meningkat 16,9% atau Rp411,4 miliar, yang sebagian besar bersumber dari kenaikan pembayaran dividen sebesar Rp601,4 miliar. Pembayaran dividen tahun 2010 terdiri atas 25,1% untuk pembayaran dividen interim tahun 2010, dan 74,9% untuk dividen final tahun 2009.

largely due to an increase in receipts from customers of 7.9% or Rp1.6 trillion. Meanwhile, the increase in outgoing cash flows from operating activities was driven principally by an increase in payments to suppliers of 7.6% or Rp1.1 trillion and an increase in payments for operating expenses and other operating activities of 6.5% or Rp167.1 billion.

b. Cash Flows from Investing Activities

Company's cash used for investment increased 87.1% or Rp610.0 billion. These cash flows were used mainly for purchases of fixed assets, which increased 119.9% or Rp675.4 billion, and a decline in purchases of intangible assets of 47.6% or Rp67.1 billion as well as a decline in incoming cash flows from the disposal of fixed assets of Rp1.7 billion from the previous year.

c. Cash Flows from Financing Activities

Company's cash flows that were used for financing activities increased 16.9% or Rp411.4 billion, which was mainly from an increase in dividend payments amounting to Rp601.4 billion. The dividend payment in 2010 consisted of 25.1% for the payment of the 2010 interim dividend and 74.9% for the final 2009 dividend.

TRANSAKSI YANG MENGANDUNG UNSUR BENTURAN KEPENTINGAN DAN TRANSAKSI DENGAN PIHAK-PIHAK YANG MEMPUYAI HUBUNGAN ISTIMEWA TRANSACTIONS CONTAINING A CONFLICT OF INTEREST AND TRANSACTIONS WITH RELATED PARTIES

a. Transaksi yang Mengandung Unsur Benturan Kepentingan

Pada 2010, Perseroan tidak terlibat dalam transaksi apapun yang mengandung unsur benturan kepentingan dengan pihak lain manapun.

b. Transaksi dengan Pihak-pihak yang Mempunyai Hubungan Istimewa

Pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa mencakup perusahaan-perusahaan dibawah kepemilikan yang sama seperti PT Unilever Indonesia Tbk dan anak-anak perusahaannya. Transaksi kami dengan pihak-pihak terkait tersebut pada tahun 2010 yaitu:

- i. Perseroan memiliki piutang dari perusahaan-perusahaan di bawah kendali yang sama untuk transaksi barang-barang

a. Transactions Containing a Conflict of Interest

In 2010, the Company was not involved in any transactions that contained a conflict of interest with any other party.

b. Transactions with Related Parties

Related parties include companies under the same ownership as PT Unilever Indonesia Tbk and subsidiaries. Our transactions with related parties in 2010 were as follows:

- i. The Company has receivables from companies under common control on transactions of finished goods,

- jadi, penggantian dari biaya pelatihan, rapat, dll.
- ii. Perseroan memiliki pinjaman pada perusahaan-perusahaan di bawah kendali yang sama untuk pembelian bahan mentah, barang-barang jadi, beban lisensi sistem, beban pelatihan, dsb.
 - iii. Perseroan membayar dividen kepada perusahaan induk.

- reimbursement of training costs, meetings, etc.
- ii. The Company has payables to companies under common control for the purchase of raw materials, finished goods, system licensing costs, training costs, etc.
 - iii. The Company paid dividends to parent company.

STRUKTUR MODAL DAN LIKUIDITAS CAPITAL STRUCTURE AND LIQUIDITY

Perseroan memiliki kekuatan likuiditas yang memadai, dengan Kas dan Setara Kas Rp317,8 miliar. Rasio lancar Perseroan tahun 2010 adalah 85,1%. Hal ini selaras dengan target Perseroan untuk menciptakan modal kerja yang kuat.

The Company has reasonably strong liquidity, with a cash and cash equivalents of Rp317.8 billion. Company's current ratio in 2010 was 85.1%. This is in line with the Company's target of creating strong working capital.

TRANSAKSI LINDUNG-NILAI HEDGING TRANSACTIONS

Satu-satunya transaksi lindung-nilai yang dilakukan Perseroan pada 2010 adalah kontrak lindung-nilai terhadap fluktuasi nilai tukar.

Company's only hedging transactions in 2010 were hedging contracts against exchange rate fluctuations.

PERISTIWA SESUDAH TANGGAL PELAPORAN AKUNTAN SUBSEQUENT EVENT TO THE ACCOUNTANT'S REPORT DATE

Tidak ada peristiwa sesudah tanggal pelaporan akuntan yang harus dilaporkan.

There is no subsequent event to the Accountant's Report Date required to be reported.

KEBIJAKAN DIVIDEN DIVIDEND POLICY

Berdasarkan ketentuan Anggaran Dasar Perseroan, pembayaran dividen interim dapat ditetapkan oleh Rapat Direksi dan selanjutnya diratifikasi, bersama-sama dengan dividen final, pada Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPST). Selama tiga tahun terakhir melalui RUPST telah ditetapkan pembayaran dividen tunai sebesar 100% dari laba bersih.

According to the Company's Articles of Association, the payment of interim dividends can be stipulated by a BoDs' meeting and then endorsed, together with the final dividend, at the Annual General Meeting Shareholders (AGMS). In the last three years the shareholders through the AGMS have decided to distribute a cash dividend of 100%.

	2009	2008	2007
Penghasilan Bersih Net Income	3,044.1	2,407.2	1,964.7
Persentase Dividen Dividend percentage	100%	100%	100%
Pembayaran Dividen (dalam Jutaan Rupiah) Dividend payout (in million Rupiah)	3,044.4	2,403.5	1,960.9
Dividen per Lembar Saham Dividend per share	399	315	257

Pada 15 Desember 2010 Perseroan membayar dividen interim sebesar Rp100 per lembar saham. Dividen interim tersebut diperhitungkan dalam penetapan dividen final pada RUPST untuk tahun fiskal 2010.

On 15 December 2010 the Company paid out an interim dividend of Rp100 per share. This interim dividend will be accounted for the determination of the final dividend at the AGMS for fiscal year 2010.

PENGGUNAAN DANA IPO USE OF IPO PROCEEDS

Seluruh perolehan dana IPO tahun 1981 digunakan untuk keperluan ekspansi usaha dan investasi dalam barang-barang modal.

All of the proceeds from the IPO in 1981 were used for the expansion of the business and investment in capital goods.

KEBIJAKAN AKUNTANSI DAN INFORMASI KEUANGAN TAMBAHAN ACCOUNTING POLICY AND ADDITIONAL FINANCIAL INFORMATION

Laporan Keuangan Konsolidasian disusun dengan menggunakan prinsip dan praktek akuntansi yang berlaku umum di Indonesia, yang disebut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) dan ketentuan dari Badan Pengawas Pasar Modal – Lembaga Keuangan (Bapepam-LK). Tidak ada perubahan dalam kebijakan akuntansi selama tahun 2010, ataupun perubahan informasi keuangan apapun yang bersifat luar biasa.

The Consolidated Financial Statements were compiled using the accounting principles and practices that are generally accepted in Indonesia, namely the Statements of Accounting Standards (PSAK) and the regulations of the Capital Market and Financial Institutions Supervisory Agency (Bapepam-LK). There were no changes in accounting policy during 2010, nor was there any financial information of an extraordinary nature.

PEMUTAKHIRAN STANDAR AKUNTANSI DAN KETENTUAN LAINNYA UPDATE OF ACCOUNTING STANDARDS AND OTHER REGULATIONS

Standar Akuntansi yang diberlakukan mulai atau setelah 1 Januari 2011 adalah:

- PSAK 1 : Penyajian Laporan Keuangan
- PSAK 2 : Laporan Arus Kas
- PSAK 3 : Laporan Keuangan Interim
- PSAK 4 : Laporan Keuangan Konsolidasi dan Tersendiri
- PSAK 5 : Segmen Operasi

The Accounting Standards that came into effect on or after 1 January 2011 are as follows:

- PSAK 1 : Presentation of Financial Statement
- PSAK 2 : Statement of Cash Flows
- PSAK 3 : Interim Financial Reporting
- PSAK 4 : Consolidated and Separate Financial Statements
- PSAK 5 : Operating Segments

PSAK 7	: Pengungkapan Pihak-Pihak Berelasi	PSAK 7	: Related Party Disclosures
PSAK 8	: Kejadian Setelah Periode Pelaporan	PSAK 8	: Events after the Reporting Period
PSAK 10	: Pengaruh Perubahan Kurs Valuta Asing	PSAK 10	: The Effects of Changes in Foreign Exchange Rates
PSAK 18	: Akuntansi dan Pelaporan Program Manfaat Purnakarya	PSAK 18	: Accounting and Reporting by Retirement Benefit Plans
PSAK 19	: Aset Tidak Berwujud	PSAK 19	: Intangible Assets
PSAK 22	: Kombinasi Bisnis	PSAK 22	: Business Combinations
PSAK 23	: Pendapatan	PSAK 23	: Revenue
PSAK 24	: Imbalan Kerja	PSAK 24	: Employee Benefits
PSAK 25	: Kebijakan Akuntansi, Perubahan Estimasi Akuntansi dan Kesalahan	PSAK 25	: Accounting Policies, Changes in Accounting Estimates and Errors
PSAK 46	: Pajak Penghasilan	PSAK 46	: Income Taxes
PSAK 48	: Penurunan Nilai Aset	PSAK 48	: Impairment of Assets
PSAK 50	: Instrumen Keuangan: Penyajian	PSAK 50	: Financial Instruments: Presentation
PSAK 53	: Pembayaran Berbasis-saham	PSAK 53	: Share-based Payment
PSAK 57	: Provisi, Liabilitas Kontinjensi dan Aset Kontinjensi	PSAK 57	: Provisions, Contingent Liabilities and Contingent Assets
PSAK 58	: Aset Tidak Lancar yang Dimiliki untuk Dijual dan Operasi yang Dihentikan	PSAK 58	: Non-Current Assets Held for Sale and Discontinued Operations
PSAK 60	: Instrumen Keuangan Penyajian	PSAK 60	: Financial Instruments: Disclosures
ISAK 9	: Perubahan atas Liabilitas Aktivitas, Purnaoperasi, Restorasi dan Liabilitas Serupa	ISAK 9	: Changes in Existing Decommissioning, Restoration and Similar Liabilities
ISAK 17	: Laporan Keuangan Interim dan Penurunan Nilai	ISAK 17	: Interim Financial Reporting and Impairment
ISAK 20	: Perubahan dalam Status Pajak Entitas atau Para Pemegang Sahamnya	ISAK 20	: Income Taxes-Changes in the Tax Status of an Entity or its Shareholders

Sehubungan dengan terjadinya beberapa perubahan dalam berbagai standar akuntansi keuangan dan penafsirannya, Perseroan saat ini sedang mengevaluasi dampak dari perubahan-perubahan tersebut pada Laporan Keuangan Perseroan tahun 2011.

Given that there have been changes in several accounting standards and their interpretation, the Company is currently evaluating the impact of these changes on the Company's 2011 Financial Statement.



Tata Kelola Perusahaan

Corporate Governance





TUJUAN TATA KELOLA PERUSAHAAN

Unilever Indonesia berkomitmen untuk menerapkan standar tata kelola perusahaan yang terbaik dalam setiap aspek usaha Perseroan. Prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik dirangkum dalam nilai-nilai utama kami, Prinsip Bisnis kami (CoBP) dan dalam proses bisnis, pengendalian dan prosedur operasi standard (SOP) kami, dan kami berupaya untuk memastikan bahwa hal-hal tersebut ditanamkan dan diterapkan secara konsisten oleh setiap insan Perseroan.

Penerapan praktik tata kelola perusahaan kami melebihi standar kepatuhan terhadap ketentuan yang berlaku. Kami percaya bahwa pelaksanaan bisnis yang transparan dan bertanggung jawab, untuk manfaat terbaik bagi seluruh pemangku kepentingan merupakan faktor penting dalam pencapaian misi dan tujuan serta keberlanjutan Perseroan.

Prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik diimplementasikan melalui sebuah kerangka kerja yang mencakup tata hubungan antara Rapat Umum Pemegang Saham, Dewan Komisaris dan Direksi; tata hubungan antara Perseroan dan pemegang saham serta pemangku kepentingan lainnya; pengelolaan aset dan risiko untuk menunjang pengembangan bisnis; kepatuhan; pengembangan sumber daya manusia kami; praktik keselamatan kerja dan pengelolaan lingkungan; serta pengembangan budaya perusahaan kami.

STRUKTUR TATA KELOLA PERUSAHAAN

Berdasarkan ketentuan Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Anggaran Dasar Perseroan, Perseroan terdiri atas tiga organ korporasi yang utama: Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), Dewan Komisaris dan Direksi. Ketiga organ ini, yang didukung oleh sejumlah Komite dan Sekretaris Perusahaan kami, memainkan peranan penting dalam pelaksanaan tata kelola perusahaan yang baik.

GCG OBJECTIVES

Unilever Indonesia is committed to implementing the highest standards of corporate governance in every aspect of the Company's operations. Good corporate governance principles are embodied in our values, our Code of Business Principles and in our business processes, controls and standard operating procedures, and we strive to ensure that these are internalised and consistently practiced by every member of the Company.

Our application of good corporate governance practices goes beyond compliance with the legal requirements. We believe that doing business in a transparent and accountable manner and acting in the best interests of all our shareholders is essential to the achievement of our corporate mission and objectives and the sustainability of the Company.

Good corporate governance principles are applied through a framework that covers the relationship between the general Meeting of Shareholders, the BoC and the BoD; the relationship between the Company and its shareholders and other stakeholders; the management of assets and risks in support of the development of the business; compliance; the development of our human resources; our safety and environmental management practices; and the development of our corporate culture.

GCG STRUCTURE

As prescribed by Law No. 40 year 2007 regarding Limited Liability Companies and by our Articles of Association, the Company consists of three main corporate organs: the General Meeting of Shareholders (GMS), the BoC and the BoD. These three organs, along with our Committees and the Corporate Secretary, play a key role in implementing good corporate governance.

RAPAT UMUM PEMEGANG SAHAM TAHUNAN

Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPST) merupakan instansi tata kelola tertinggi dalam Perseroan. RUPST memiliki kewenangan untuk mengambil keputusan tentang masalah-masalah penting yang berkaitan dengan bisnis dan operasional Perseroan seperti pengangkatan dan pemberhentian Direktur dan Komisaris, jumlah remunerasi Direktur dan Komisaris, pengumuman/persetujuan tentang pembagian dividen dan distribusi keuntungan, pengesahan Laporan Tahunan, penunjukan auditor eksternal, persetujuan tentang perubahan Anggaran Dasar, dan pemberian otorisasi kepada Direksi untuk menindak-lanjuti hasil-hasil keputusan RUPST.

RUPST diselenggarakan dalam jangka waktu enam bulan setelah tahun takwim. Undangan RUPST dimuat dalam surat-surat kabar utama minimal 14 hari sebelumnya, termasuk informasi tentang cara mengakses RUPST dan tata cara pemilihan melalui mandat. Auditor eksternal dan penasihat hukum kami juga hadir dalam RUPST.

RUPST yang terakhir kami laksanakan pada 19 Mei 2010. RUPST meratifikasi laporan keuangan konsolidasian auditan dan mengesahkan Laporan Tahunan 2009; menyetujui pembayaran dividen final dan interim tahun 2009; menyetujui perubahan komposisi Dewan Komisaris dan Direksi; memberi kewenangan kepada Komisaris Utama untuk menetapkan remunerasi bagi anggota Dewan Komisaris dan Direksi untuk tahun 2010; memberi kewenangan kepada Dewan Komisaris untuk menunjuk kantor akuntan publik terdaftar untuk mengaudit laporan keuangan konsolidasian Perseroan untuk tahun yang berakhir tanggal 31 Desember 2010; dan menyetujui beberapa perubahan dalam ketentuan Dana Pensiun Unilever.

ANNUAL GENERAL MEETING OF SHAREHOLDERS

The Annual General Meeting of Shareholders (AGMS) is the Company's highest governance body. It has the authority to take decisions on important matters pertaining to the Company's business and operations such as the appointment and termination of Directors and Commissioners, the amount of the Directors' and Commissioners' remuneration, the declaration/approval of dividends and distribution of profits, the approval of the Annual Report, the appointment of external auditors, approval of changes to the Articles of Association, and the authorisation for the Boards to follow up on matters discussed and agreed at the AGMS.

The AGMS is convened within six months after the end of each fiscal year. Notice of the meeting is posted at least fourteen days prior to the meeting in major newspapers, and includes information on how to gain access to the AGMS and how to vote by proxy. Our external auditors and legal advisor are also present at the AGMS.

Our most recent AGMS was held on 19 May 2010. The AGMS ratified the consolidated audited financial statements and approved the Annual Report for 2009; approved the payment of the final and interim dividends for 2009; approved changes in the composition of the BoC and BoD; authorised the President Commissioner to determine the remuneration for the members of the BoC and BoD for the year 2010; authorised the BoC to appoint a registered firm of accountants to audit the Company's consolidated financial statements for the year ending 31 December 2010; and approved few changes in the provisions of the Unilever Pension Fund.

HUBUNGAN ANTARA DEWAN KOMISARIS DAN DIREKSI

Dewan Komisaris

Dewan Komisaris bertanggung jawab atas pengawasan pengelolaan Perseroan oleh Direksi. Dalam pelaksanaannya, Dewan Komisaris menerima laporan Direksi dan komite-komite yang dibawahinya secara berkala, dan memberi nasihat dan saran kepada Direksi atas masalah-masalah manajemen seperti tertera dalam Anggaran Dasar. Dewan Komisaris dapat diberikan tanggung jawab atas tugas-tugas lain dari RUPST dari waktu ke waktu. Dewan Komisaris bertanggung jawab kepada RUPST.

Dewan Komisaris sekurang-kurangnya memiliki tiga anggota, yang terdiri atas seorang Komisaris Utama dan dua atau lebih Komisaris. Pada 31 Desember 2010, komposisi dari Dewan Komisaris adalah:

Nama Name	Jabatan Position
Jan Zijderveld	Presiden Komisaris President Commissioner
Cyrellus Harinowo	Komisaris Independen Independent Commissioner
Erry Firmansyah	Komisaris Independen Independent Commissioner
Bambang Subianto	Komisaris Independen Independent Commissioner

Komposisi tersebut sesuai dengan ketentuan pendaftaran BEI yang mensyaratkan sekurang-kurangnya 30% diantaranya adalah Komisaris Independen.

Anggota Dewan Komisaris dinominasikan oleh Komite Nominasi dan diangkat oleh RUPST. Masa jabatannya terhitung sejak tanggal keputusan RUPST hingga penutupan RUPST ketiga setelah pengangkatan Komisaris yang bersangkutan. Dalam hal terjadi penggantian sebelum selesainya masa jabatan, anggota Dewan yang baru akan melaksanakan tugasnya selama sisa masa jabatan Komisaris yang diganti.

Sesuai dengan ketentuan Anggaran Dasar Perseroan, rapat Dewan Komisaris dapat diadakan setiap waktu. Dalam pelaksanaannya, rapat tersebut diadakan setiap tiga bulan. Undangan Rapat harus dikirimkan kepada seluruh anggota Dewan Komisaris dengan mencantumkan agenda, waktu

RELATIONSHIP BETWEEN THE BOC AND BOD

Board of Commissioners

The BoC is responsible for the oversight of the Company's management by the BoD. In so doing, the BoC receives regular reports from the BoD and the committees under its supervision, and advises the BoD on matters of management as set out in our Articles of Association. The BoC may be charged with other duties by the AGMS from time to time. The BoC is accountable to the AGMS.

The BoC has a minimum of three members, comprising one President Commissioner and two or more Commissioners. As at 31 December 2010, the composition of the BoC was as follows:

This composition is in compliance with the IDX listing requirement that at least 30% of the Board must be Independent Commissioners.

Members of the BoC are nominated by the Nomination Committee and appointed by the AGMS. The term of office is from the date resolved at the AGMS until the closing of the third AGMS following the appointment of the Commissioners concerned. In event of a substitution prior to the end of this term, the new member of the Board will serve for the remaining term of the Commissioner who is substituted.

Pursuant to our Articles of Association, BoC meetings may be held at any time. In practice, they are held each quarter. Notice of a Meeting must be sent to all members of the BoC stating the agenda, date, time, and place of the

dan tempat Rapat. Notulen rapat disusun sesuai ketentuan Anggaran Dasar Perseroan dan berfungsi sebagai bukti yang sah atas penyelenggaraan rapat dan hasil-hasil keputusannya.

Rapat Dewan Komisaris diselenggarakan empat kali selama tahun 2010 dengan tingkat kehadiran rata-rata 87,5%.

Direksi

Direksi bertanggung jawab untuk melaksanakan kepemimpinan dan manajemen Perseroan, dan untuk mengelola, memanfaatkan, dan mempertahankan aset-aset Perseroan sesuai dengan tujuan Perseroan. Seluruh anggota Direksi mendapatkan Pedoman Tugas Direksi yang bersifat komprehensif sejak saat pengangkatannya dan memperoleh briefing lengkap tentang tugas-tugas yang menjadi tanggung jawabnya. Direksi bertanggung jawab kepada Dewan Komisaris.

Direksi memiliki kewenangan untuk mewakili Perseroan, termasuk di lembaga peradilan untuk masalah apapun; untuk mengikat Perseroan terhadap pihak-pihak lain atau mengikat pihak lain dengan Perseroan; dan untuk melaksanakan setiap dan semua tindakan, yang berkaitan dengan pengelolaan maupun masalah lain, dalam batasan ketentuan yang ditetapkan dalam Anggaran Dasar Perseroan.

Direksi memiliki sekurang-kurangnya lima anggota, terdiri atas seorang Presiden Direktur dan empat Direktur atau lebih. Per tanggal 31 Desember 2010, komposisi Direksi adalah:

Meeting. Minutes of the meeting are drawn up in accordance with our Articles of Association and serve as legal evidence regarding events in the meeting and resolutions taken.

The BoC met four times during 2010, with an average attendance rate of 87.5%.

Board of Directors

The BoD is responsible for leading and managing the Company, and for managing, utilising and maintaining the Company's assets in a manner consistent with the objectives of the Company. All Directors receive a comprehensive Director's Manual upon appointment and are fully briefed on their responsibilities. The BoD is accountable to the BoC.

The BoD has the authority to represent the Company, including in a Court of Justice, on any matter; to bind the Company to other parties and other parties to the Company; and to perform any and all actions, pertaining both to management as well as other affairs, within the limits set by the Articles of Association.

The BoD comprises a minimum of five members, consisting of one President Director and four or more Directors. As at 31 December 2010, the composition of the BoD was as follows:

Nama Name	Jabatan Position
Maurits Daniel Rudolf Lalisang	Presiden Direktur President Director
Franklin Chan Gomez	Direktur Director
Joseph Bataona	Direktur Director
Okty Damayanti	Direktur Director
Biswaranjan Sen	Direktur Director
Debora Herawati Sadrach	Direktur Director
Surya Dharma Mandala *	Direktur Director
Hadrianus Setiawan	Direktur Director

* Mr. Surya Dharma Mandala retired from their position as Director effective 1 November 2010.

* Bp. Surya Dharma Mandala pensiun dari jabatannya sebagai Direktur efektif tanggal 1 November 2010.

Anggota Direksi dinominasikan oleh Komite Nominasi dan diangkat oleh RUPST. Masa jabatannya berlaku sejak tanggal keputusan RUPST hingga penutupan RUPST ketiga setelah pengangkatan Direktur yang bersangkutan. Dalam hal terjadi penggantian sebelum selesainya masa jabatan, anggota baru Direksi akan menjalankan tugas selama sisa masa jabatan Direktur yang digantikannya. Seluruh anggota Direksi merupakan karyawan tetap Unilever.

Direksi mengadakan rapat minimal sekali sebulan dan setiap kali dianggap perlu. Notulen disusun oleh orang yang hadir dalam rapat, sesuai dengan keputusan Pimpinan Rapat. Notulen tersebut berfungsi sebagai bukti yang sah dari pertemuan dan hasil-hasil keputusan rapat, sesuai ketentuan Anggaran Dasar Perseroan.

Selama tahun 2010 dilaksanakan 19 kali rapat Direksi dengan tingkat kehadiran rata-rata sebanyak 94%.

Peningkatan Kompetensi untuk Direksi

Seluruh anggota Direksi diharapkan untuk memperluas wawasan dan meningkatkan kompetensi dan profesionalisme-nya agar mampu mengelola Perseroan secara lebih efektif. Serangkaian program pelatihan dan pendidikan eksekutif diberikan kepada para Direktur berkaitan dengan subyek seperti tata kelola perusahaan, strategi kepemimpinan dan perkembangan peraturan.

Remunerasi Dewan Komisaris dan Direksi

Setiap anggota Dewan Komisaris dan Direksi berhak memperoleh remunerasi sesuai dengan tanggung jawab dan pengalaman, pengetahuan dan keahlian yang dibawanya ke dalam Perseroan. Jumlah remunerasi diusulkan setiap tahun oleh Komite Nominasi dan Remunerasi dan diputuskan oleh Dewan Komisaris sesuai kewenangan yang diberikan oleh RUPST. Paket remunerasi total untuk Direksi dan Dewan Komisaris tahun 2010 berjumlah Rp32,6 miliar (2009: Rp34,0 miliar).

Members of the BoD are nominated by the Nomination Committee and appointed by at the AGMS. The term of office runs from the date resolved at the AGMS until the closing of the third AGMS following the appointment of the Directors concerned. In event of a substitution prior to the end of this term, the new member of the BoD will serve for the remaining term of the Director who is replaced. All members of the BoD are full-time employees of Unilever.

The BoD meets at least once a month and at any other time deemed necessary. Minutes are drawn up by a person present at the meeting, as designated by the Chairman of the meeting. These minutes serve as legal evidence of events and decisions taken in the meetings, in accordance with the Articles of Association.

There were 19 BoD meetings during 2010, with an average attendance rate of 94%.

Competence Enhancement for the BoD

The Directors are expected to continuously broaden their knowledge and enhance their competencies and professionalism in order to be able to lead the Company more effectively. A range of executive training and education programmes are therefore provided for Directors on matters such as corporate governance, leadership strategy and regulatory developments.

Remuneration for the BoC and BoD

Each member of the BoC and BoD is entitled to remuneration commensurate with their responsibilities and the experience, knowledge and skills that they bring to the Company. The amount is proposed each year by the Nomination and Remuneration Committee and determined by the BoC under the authority delegated to it by the AGMS. The total remuneration package for the BoD and BoC in 2010 was Rp32.6 billion (2009: Rp34.0 billion).

KOMITE-KOMITE

Komite Audit

Komite Audit membantu Dewan Komisaris dalam melaksanakan tanggung jawab kepengawasannya sesuai dengan integritas pelaporan keuangan Unilever Indonesia; manajemen risiko dan pengendalian internal; kepatuhan dengan ketentuan perundangan dan peraturan yang berlaku; kinerja, kualifikasi dan kemandirian auditor eksternal; dan implementasi fungsi audit internal. Dalam melaksanakan tanggung jawabnya, Komite Audit bekerjasama secara erat dengan Unit Audit Internal dan Auditor Eksternal.

Tugas dan Kewenangan

Tanggung jawab Komite Audit, seperti tercantum dalam Piagam Komite Audit, mencakup:

- Menelaah informasi keuangan yang akan dipublikasikan oleh Perseroan;
- Menelaah kepatuhan Perseroan dengan ketentuan pasar modal dan peraturan terkait lainnya;
- Menelaah dan mengevaluasi pelaksanaan audit oleh auditor internal;
- Melaporkan kepada Dewan Komisaris tentang paparan risiko serta pengaturan pengendalian internal oleh Direksi;
- Untuk menelaah dan melaporkan setiap keluhan tentang Perseroan kepada Dewan Komisaris;
- Untuk mengatur hubungan antara auditor eksternal dan melakukan pembahasan secara berkala dengan mereka;
- Untuk menelaah Piagam Komite Audit dan bila perlu melakukan penyempurnaan.

Komite Audit mengadakan rapat minimal empat kali dalam setahun dan setiap kali dianggap perlu. Rapat Komite Audit dilakukan secara berkala dan dihadiri oleh Direktur Keuangan, Group Audit Manager, Financial Controller, Sekretaris Perusahaan dan Auditor Eksternal bila perlu.

COMMITTEES

Audit Committee

The Audit Committee assists the BoC in fulfilling its oversight responsibilities with regard to the integrity of Unilever Indonesia's financial statements; risk management and internal control; compliance with legal and regulatory requirements; the external auditor's performance, qualifications and independence; and the implementation of the internal audit function. In carrying out its responsibilities, the Audit Committee works closely with the Internal Audit Unit and the External Auditor.

Duties and Authority

The responsibilities of the Audit Committee, as set out in the Audit Committee Charter, include the following:

- To review financial information that will be published by the Company;
- To review the Company's compliance with capital market laws and other related regulations;
- To review and evaluate the audit performed by the internal auditor;
- To report to the BoC the Company's risk exposure and implementation of risk management and internal control arrangements by the BoD;
- To review and report the BoC any complaints about the Company;
- To oversee relations with the external auditors and to have regular discussion with them;
- To review and update the Audit Committee Charter when necessary.

The Audit Committee meets at least four times a year and at any other time deemed necessary. Audit Committee meetings are also regularly attended by the Chief Financial Officer, Group Audit Manager, Financial Controller, Corporate Secretary and External Auditor if necessary.

Komposisi dan Laporan Kegiatan

Komite Audit diangkat oleh, dan bertanggung jawab langsung kepada, Dewan Komisaris. Komite Audit dipimpin oleh seorang Komisaris Independen Perseroan dan dua anggota lain dari luar Perseroan, sehingga menjamin kemandiriannya. Keanggotaan Komite Audit per tanggal 31 Desember 2010 sebagai berikut:

Nama Name	Jabatan Position
Cyrillus Harinowo	Ketua Chairman
Benny Redjo Setiyono	Anggota Member
Muhammad Saleh	Anggota Member

Profil anggota Komite Audit dapat dilihat pada bagian Data Korporasi.

Selama tahun 2010 Komite Audit mengadakan lima kali pertemuan dengan tingkat kehadiran rata-rata 90%.

LAPORAN KOMITE AUDIT

Untuk memenuhi tanggung jawab pengawasannya, Komite Audit melaksanakan rapat berkala dengan para Direktur, Tim Akuntansi dan Keuangan, Tim Audit Internal dan Eksternal Auditor di tahun 2010. Hal ini berkaitan dengan integritas dari laporan keuangan, manajemen risiko dan pengendalian internal, kepatuhan dengan ketentuan Undang-Undang dan peraturan yang berlaku, kinerja, kualifikasi dan kemandirian dari Auditor Eksternal dan kinerja dari Auditor Internal. Komite mengadakan rapat resmi sebanyak 5 (lima) kali di tahun 2010 dengan tingkat kehadiran 90%. Auditor Eksternal dua kali hadir dalam rapat-rapat termaksud.

Composition and Activity Report

The Audit Committee is appointed by the BoC, and reports directly to them. The Audit Committee is chaired by one of the Company's Independent Commissioners and the other two members are external to the Company, thus assuring the Committee's independence. The membership of the Audit Committee as of 31 December 2010 was as follows:

Profile of the Audit Committee members can be seen in the Corporate Data section.

The Audit Committee met five times in 2010, with an average attendance rate of 90%.

AUDIT COMMITTEE REPORT

To fulfil its oversight responsibilities, the Audit Committee conducted regular meetings with the Directors, the Accounting and Finance Team, the Internal Audit Team and the External Auditors in 2010. These extend to the integrity of the Company's financial statements, risk management and internal control, compliance with the legal and regulatory requirements, performance, qualification and independence of the External Auditors and the Internal Auditor's performance. The Committee held 5 (five) formal meetings in 2010 with 90% attendance. The External Auditors were attending two of the aforementioned meetings.

Aktivitas utama Komite Audit selama tahun 2010 adalah sebagai berikut:

Laporan Keuangan

Komite mengkaji laporan keuangan kuartalan dan tahunan yang diserahkan oleh Direksi serta menelaah laporan tahunan dan laporan keuangan sebelum dipublikasikan.

Audit Laporan Keuangan Tahunan

KAP Tanudiredja, Wibisana & Rekan (firma anggota jaringan global PwC), auditor eksternal Perseroan, melakukan penelaahan bersama Komite tentang lingkup dan hasil dari audit tahunan mereka, termasuk audit pengendalian internal atas pelaporan keuangan dan menggaris bawahi beberapa permasalahan penting yang telah dibahas bersama manajemen. Laporan mereka mencakup permasalahan akuntansi, tata kelola dan pengendalian, serta perkembangan akuntansi.

Manajemen Risiko dan Tata Kendali Internal

Komite menelaah seluruh pendekatan yang dilakukan oleh Perseroan terhadap pengelolaan dan pengendalian risiko serta proses yang dilakukan untuk mengelola risiko dan pengungkapan, khususnya yang mencakup:

- tingkat pengungkapan dalam pengumuman laporan keuangan kuartalan;
- isu utama akuntansi dan pelaporan, mencakup setiap perubahan penting dalam prinsip-prinsip akuntansi;
- prinsip-prinsip dan keputusan-keputusan akuntansi yang diterapkan dalam mempersiapkan laporan keuangan;
- laporan interim dan laporan akhir tahun oleh akuntan publik mengenai status pengelolaan dan pengendalian risiko serta tindakan manajemen;
- laporan Direksi tentang risiko dan pengendalian bisnis, kepastian positif tentang pengendalian operasi, kebijakan korporasi, dan kepatuhan terhadap Prinsip Bisnis;
- persyaratan Section 404 Sarbanes-Oxley Act mengenai pengendalian internal atas pelaporan keuangan;
- laporan tahunan dana pensiun serta dampak dari ketidakpastian finansial terhadap dana pensiun.

The principle activities of the Audit Committee during 2010 were as follows:

Laporan Keuangan

The Committee considered reports from the BoD on the quarterly and annual financial statements and reviewed the annual report and accounts prior to their publication.

Audit of the Annual Accounts

KAP Tanudiredja, Wibisana & Rekan (a member firm of PwC's global network), the Company's external auditors, reviewed with the Committee the scope and outcome of their annual audit, including their audit of internal control over financial reporting and highlighted the key matters discussed with management. Their reports consisted of accounting matters, governance and control, and accounting developments.

Risk Management and Internal Control Arrangements

The Committee reviewed the Company's overall approach to risk management and control and its processes for managing risk and disclosure, including specifically:

- the level of disclosure in quarterly financial results announcements;
- the major accounting and reporting issues including any significant changes in accounting principles and standards;
- the accounting principles and judgments applied in preparing the financial statements;
- external audit's interim and year-end reports on the status of risk management and control and management's responses;
- reports from the BoD on business risks and safeguards; and positive assurance on operating control, corporate policies and Code of Business Principles compliance;
- progress of the requirements under Section 404 of the Sarbanes-Oxley Act with respect to internal controls over financial reporting
- the annual pension report and the impact of financial volatility on pension funds.

Fungsi Audit Internal

Komite membahas rencana kerja audit dari departemen Audit Internal untuk tahun bersangkutan, menelaah hasilnya dan menyatakan bahwa Komite puas dengan kinerja dan efektivitas Departemen Audit Internal.

Akuntan Publik

Komite telah menyetujui usulan perpanjangan kontrak dengan akuntan publik Perseroan untuk satu tahun lagi dan merekomendasikan penunjukan kembali kantor akuntan publik tersebut kepada Direksi dan Dewan Komisaris. Mengikuti rekomendasi dari Komite Audit tersebut, Direksi dan Dewan Komisaris akan mengusulkan penunjukan KAP Tanudiredja, Wibisana & Rekan (firma anggota jaringan global PwC) dalam Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPST) pada kuartal kedua 2011.

Internal Audit Function

The Committee discussed the Internal Audit department's audit plan for the year, reviewed the results of their works and confirmed that the Committee was satisfied with the performance and effectiveness of the Internal Audit Department.

External Auditors

The Committee has approved the proposed extension of the current external audit contract by another year, and recommended the reappointment of the public accounting firm to the Boards. On the recommendation of the Audit Committee, the Boards will propose the appointment of KAP Tanudiredja, Wibisana & Rekan (a member firm of PwC's global network) at the AGMS in the second quarter of 2011.

Untuk dan atas nama Komite Audit
For and on behalf of the Audit Committee

Jakarta, 23 Maret/March 2011



Benny Redjo Setiyono

Anggota Komite Audit
Member of the Audit Committee



Cyrrillus Harinowo

Ketua Komite Audit
Chairman of the Audit Committee



Muhammad Saleh

Anggota Komite Audit
Member of the Audit Committee

KOMITE NOMINASI DAN REMUNERASI

Tugas dan Kewenangan

Komite Nominasi dan Remunerasi bertanggung jawab untuk:

- Menelaah dan menstruktur rekomendasi paket remunerasi Dewan Komisaris dan Direksi sesuai dengan hak dan tanggung jawab mereka, dan menyampaikan rekomendasi itu ke Pemegang Saham untuk disahkan dalam instansi Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPST).
- Perencanaan pencalonan dan nominasi calon yang akan diusulkan sebagai anggota Dewan Komisaris, Direksi, dan/ atau anggota berbagai Komite lainnya yang berada di bawah kepengawasan Komite. Pengangkatan jabatan untuk anggota komite ini berada di bawah kewenangan dan persetujuan dari instansi terpisah, yaitu dalam hal Dewan Komisaris dan Direksi yaitu RUPST.

Komite Nominasi dan Remunerasi mengadakan rapat empat kali selama tahun 2010, dengan tingkat kehadiran 100%.

Komposisi dan Laporan Kegiatan

Komite Nominasi dan Remunerasi diangkat oleh, dan bertanggung jawab kepada, Dewan Komisaris. Keanggotaan Komite Nominasi dan Remunerasi per tanggal 31 Desember 2010 adalah sebagai berikut:

Nama Name	Jabatan Position
Jan Zijderveld	Chairman Ketua
Maurits Daniel Rudolf Lalisang	Anggota Member
Joseph Bataona	Anggota Member

Profil komite nominasi dan remunerasi dapat dilihat di bagian Profil Dewan Komisaris dan Dewan Direksi.

NOMINATION AND REMUNERATION COMMITTEE

Duties & Authority

The Nomination and Remuneration Committee is responsible for:

- Reviewing and structuring the remuneration package recommendations for the BoC and BoD in view of their rights and responsibilities, and provides those recommendations to the Shareholders for approval at the Annual General Meeting of Shareholders (AGMS).
- Succession planning and proposing candidates for membership of the BoC, BoD, and/or various other Committees that is subject to the Committee's oversight. The actual appointment of such members is subject to the discretion and approval of a separate body, which in the case of the BoC and BoD is the AGMS.

The Nomination and Remuneration Committee met four times during 2010, with an attendance rate of 100%.

Composition & Activity Report

The Nomination and Remuneration Committee is appointed by the BoC, and reports directly to them. The membership of the Nomination and Remuneration Committee as of 31 December 2010 was as follows:

Nomination and Remuneration Committee's profile can be seen under the BoC and BoD profile section.

SEKRETARIS PERUSAHAAN DAN HUBUNGAN INVESTOR

Sekretaris Perusahaan merupakan penghubung utama antara Perseroan dan pemegang saham, otoritas pasar modal, investor, analis dan masyarakat, serta menjalankan peran penting dalam menjaga transparansi Perseroan. Sekretaris Perusahaan bertanggung jawab untuk, antara lain:

- Memantau kepatuhan Perseroan terhadap Undang-Undang Perseroan Terbatas, Anggaran Dasar, ketentuan pasar modal dan peraturan lain yang terkait, dan berkoordinasi secara erat dengan Departemen Corporate Legal Services.
- Memelihara komunikasi secara berkala dengan instansi pemerintahan dan otoritas pasar modal, termasuk Bapepam-LK dan Bursa Efek Indonesia, yang berkaitan dengan permasalahan tata kelola, tindakan korporasi, dan transaksi material.
- Memberikan informasi terkini mengenai Perseroan kepada pemegang saham, media, investor, analis dan masyarakat umum secara rutin.
- Menghadiri seluruh rapat Direksi dan Dewan Komisaris serta mencatat risalah rapat;
- Memberitahukan kepada Direksi dan Dewan Komisaris tentang perubahan peraturan dan implikasinya.

Sekretaris Perusahaan pada akhir 2010 dijabat oleh Bapak Sancoyo Antarikso.

Untuk profil Sekretaris Perusahaan, lihat bagian Data Korporasi.

Hubungan Investor

Unilever Indonesia secara aktif menjangkau pemegang saham, analis dan investor untuk menginformasikan perkembangan mutakhir tentang kinerja dan posisi Perseroan. Seluruh pemegang saham memperoleh kesetaraan perlakuan terkait dengan isi dan waktu pengungkapan dari setiap informasi material mengenai Perseroan. Hubungan Investor berada di bawah koordinasi Direksi, yang dipimpin oleh Direktur Keuangan dan dibantu oleh Sekretaris Perusahaan.

CORPORATE SECRETARY AND INVESTOR RELATIONS

The Corporate Secretary is the key liaison between the Company and the shareholders, capital market authorities, investors, analysts and the public, and performs a vital role in keeping the Company transparent. The Corporate Secretary is responsible for, among other matters:

- Monitoring the Company's compliance with Company Law, the Articles of Association, capital market rules and various statutory regulations, in close coordination with the Corporate Legal Services Department;
- Maintaining regular communications with regulatory institutions and capital market regulatory agencies, including Bapepam-LK and the Indonesia Stock Exchange, on all governance matters, corporate actions and relevant material transactions;
- Providing up-to-date information about the Company to shareholders, media, investors, analysts and the general public on a regular basis;
- Attending all Board meetings and recording the minutes of the meetings;
- Keeping the Boards updated with any relevant regulatory changes and their implications.

The Corporate Secretary as at the end of 2010 is Mr. Sancoyo Antarikso.

For a profile of the Corporate Secretary, please see the Corporate Data section.

Investor Relations

Unilever Indonesia actively reaches out to shareholders, analysts and investors to keep them informed of the latest developments regarding the Company's performance and outlook. All shareholders are treated equally with regard to the content and timing of our disclosure of any material information pertinent to the Company. Investor Relations is the responsibility of the BoD, led by the Chief Financial Officer and assisted by the Corporate Secretary.

Kami menyelenggarakan presentasi dan diskusi secara berkala untuk para analis dan lembaga investasi, serta menerbitkan siaran pers selama tahun yang bersangkutan dan melaksanakan kegiatan paparan publik sekurang-kurangnya sekali dalam setahun untuk memberikan informasi mutakhir tentang kinerja dan aktivitas kami kepada para pemegang saham, komunitas investor dan masyarakat pada umumnya.

We hold regular presentations and discussions for analysts and institutional investors, and we issue press releases throughout the year and hold a full public expose at least once annually to provide the latest information our performance and activities to shareholders, the investment community and the general public.

Daftar berikut merinci aktivitas Hubungan Investor tahun 2010:

The following table shows our Investor Relations activities in 2010:

AKTIVITAS HUBUNGAN INVESTOR TAHUN 2010
INVESTOR RELATIONS ACTIVITIES IN 2010

Aktivitas	Activity	Frekuensi Frequency
Laporan ke Bapepam-LK	Report to Bapepam-LK	15X
Laporan ke BEI	Report to IDX	15X
Laporan ke IDXNet	Report to IDXNet	43 X
Pertemuan Investor	Investor Conference	2 X
Kunjungan Analis dan Investor ke Perseroan	Company Visit by Analysts and Investors	50 X
Peninjauan ke Lokasi	Site Visit	2 X
RUPST	AGMS	1 X
Paparan Publik	Public Expose	1 X
Pertemuan Investor Tingkat Tinggi	Investor Summit	1 X
Laporan Tahunan	Annual Report	1 X

KODE ETIK PERSEROAN

Pendekatan kami terhadap praktik etika bisnis dirangkum dalam Prinsip Bisnis kami (CoBP). Prinsip ini menjabarkan standar operasional yang harus diikuti semua karyawan Unilever di seluruh dunia dan juga menjadi wujud dari upaya kami untuk mencapai keseimbangan antara kepentingan Perseroan jangka-pendek dan jangka-panjang dan antara kepentingan Perseroan, pemegang saham kami, karyawan kami, konsumen kami, mitra bisnis kami dan masyarakat kami.

CORPORATE ETHICS

Our approach to ethical business practices is codified in our Code of Business Principles (CoBP). The Code describes the operational standards that everyone at Unilever follows, and embodies our efforts to achieve a balance between the Company's short-term and long-term interests, and between the interests of the Company, our shareholders, our employees, our consumers, our business partners and our society.

Prinsip Bisnis kami dapat dijelaskan sebagai berikut

Prinsip Bisnis kami (CoBP) menjabarkan standard operasional yang harus diikuti semua karyawan Unilever di seluruh dunia. Prinsip ini juga mendukung pendekatan kami terhadap tata kelola perusahaan dan tanggung jawab sosial Perseroan.

Standar perilaku

Dalam melaksanakan semua kegiatan, kami melakukannya dengan penuh kejujuran, integritas, keterbukaan serta menghormati hak asasi manusia, menjaga kepentingan para karyawan kami dan menghormati kepentingan sah dari relasi kami.

Mematuhi hukum

Seluruh perusahaan Unilever dan para karyawannya berkewajiban mematuhi ketentuan hukum dan peraturan masing-masing Negara di tempat mereka melaksanakan usahanya.

Karyawan

Unilever memiliki komitmen pada keanekaragaman dalam lingkungan kerja yang diwarnai oleh sikap saling percaya dan saling menghormati dimana semua memiliki rasa tanggung jawab atas kinerja dan reputasi Perseroan. Kami merekrut, mempekerjakan, dan mengembangkan para karyawan hanya atas dasar kualifikasi dan kemampuan yang dibutuhkan bagi pekerjaan yang harus dilakukan. Kami memiliki komitmen untuk menyediakan kondisi kerja yang aman dan sehat. Kami tidak akan menggunakan sarana kerja apapun yang bersifat memaksa atau mempekerjakan anak. Kami bertekad bekerjasama dengan karyawan demi mengembangkan dan memperkuat ketrampilan dan kemampuan setiap individu. Kami menghargai martabat dan hak individu untuk kebebasan bergabung dalam satu asosiasi. Kami akan memelihara terjalinnya komunikasi yang baik dengan para karyawan melalui informasi dari perusahaan dan proses konsultasi.

The Code of Business Principles is set out below

Our code of business principles (CoBP) describes the operational standards that everyone at Unilever follows, wherever they are in the world. It also supports our approach to governance and CSR.

Standard of conduct

We conduct our operations with honesty, integrity and openness, and with respect for the human rights and interests of our employees. We shall similarly respect the legitimate interests of those with whom we have relationships.

Obeying the law

Unilever companies and our employees are required to comply with the laws and regulations of the countries in which we operate.

Employees

Unilever is committed to diversity in a working environment where there is mutual trust and respect and where everyone feels responsible for the performance and reputation of our company. We will recruit, employ and promote employees on the sole basis of the qualifications and abilities needed for the work to be performed. We are committed to safe and healthy working conditions for all employees. We will not use any form of forced, compulsory or child labour. We are committed to working with employees to develop and enhance each individual's skills and capabilities. We respect the dignity of the individual and the right of employees to freedom of association. We will maintain good communications with employees through company based information and consultation procedures.

Konsumen

Unilever memiliki komitmen untuk menyediakan produk bermerek dan pelayanan yang secara konsisten menawarkan nilai dari segi harga dan kualitas serta aman bagi tujuan pemakaiannya. Produk-produk dan pelayanan-pelayanan kami akan diberi label, disampaikan melalui iklan-iklan, dan dikomunikasikan secara tepat dan semestinya.

Pemegang Saham

Unilever melaksanakan kegiatan usahanya sesuai dengan prinsip tata kelola perusahaan yang baik dan bertaraf internasional. Kami menyediakan informasi atas kegiatan kami, struktur dan situasi serta kinerja finansial kepada pemegang saham pada waktunya secara teratur dan benar.

Mitra Usaha

Unilever memiliki komitmen tinggi dalam menjalin hubungan yang saling bermanfaat dengan para pemasok, pelanggan, dan mitra usaha. Dalam jalinan bisnis, kami mengharapkan para mitra kami untuk mematuhi prinsip bisnis yang selaras dengan prinsip bisnis kami.

Keterlibatan pada Masyarakat

Unilever berusaha menjadi perusahaan yang dapat diandalkan, dan sebagai bagian integral dari masyarakat serta memenuhi kewajiban terhadap masyarakat dan komunitas setempat.

Kegiatan Umum

Perusahaan Unilever diharapkan untuk menggerakkan dan mempertahankan kepentingan bisnisnya yang sah. Unilever akan bekerjasama dengan instansi pemerintah dan organisasi lainnya, baik secara langsung maupun melalui asosiasi-asosiasi dalam rangka mengembangkan legislasi dan peraturan lainnya yang mungkin mempengaruhi kepentingan bisnis. Unilever tidak mendukung partai politik ataupun memberi sumbangan yang dapat membiayai kelompok-kelompok tertentu yang kegiatannya diperkirakan akan mendukung kepentingan partai.

Consumers

Unilever is committed to providing branded products and services which consistently offer value in terms of price and quality, and which are safe for their intended use. Products and services will be accurately and properly labelled, advertised and communicated.

Shareholders

Unilever conduct its operations in accordance with internationally accepted principles of good corporate governance. We provide timely, regular and reliable information on our activities, structure, financial situation and performance to all shareholders.

Business partners

Unilever is committed to establishing mutually beneficial relations with our suppliers, customers and business partners. In our business dealings we expect our partners to adhere to business principles consistent with our own.

Community involvement

Unilever strives to be a trusted corporate citizen and, as an integral part of society, to fulfil our responsibilities to the societies and communities in which we operate.

Public activities

Unilever companies are encouraged to promote and defend their legitimate business interests. Unilever will co-operate with governments and other organisations, both directly and through bodies such as trade associations, in the development of proposed legislation and other regulations which may affect legitimate business interests. Unilever neither supports political parties nor contributes to the funds of groups whose activities are calculated to promote party interests.

Lingkungan

Unilever memiliki komitmen untuk terus menerus mengadakan perbaikan dalam pengelolaan dampak lingkungan dan mendukung sasaran jangka panjang untuk mengembangkan suatu bisnis yang langgeng. Unilever akan bekerjasama dalam kemitraan dengan pihak lain untuk menggalakkan kepedulian lingkungan, meningkatkan pemahaman akan masalah lingkungan dan menyebar-luaskan budaya karya yang baik.

Inovasi

Dalam upaya melaksanakan inovasi ilmiah demi memenuhi kebutuhan konsumen, kami akan senantiasa merujuk pada keinginan konsumen dan masyarakat. Kami akan bekerja atas dasar ilmu yang tepat, dan menerapkan standar keamanan produk secara ketat.

Persaingan

Unilever percaya akan persaingan ketat namun sehat dan mendukung pengembangan perundang-undangan tentang persaingan yang sesuai. Perusahaan Unilever beserta karyawannya akan melakukan kegiatan yang sesuai dengan prinsip persaingan sehat dan mengikuti semua peraturan yang berlaku.

Integritas Bisnis

Unilever tidak menerima ataupun memberi, entah secara langsung dan tidak langsung, suapan atau keuntungan lainnya yang tidak pantas demi keuntungan bisnis atau finansial. Tidak satupun karyawan kami yang boleh menawarkan, memberi atau menerima hadiah atau pembayaran yang merupakan, atau dapat diartikan sebagai sarana suap. Setiap tuntutan, atau penawaran suap harus ditolak langsung dan dilaporkan kepada manajemen. Catatan akuntansi Unilever berikut dokumen pendukungnya harus secara tepat menjelaskan dan mencerminkan kondisi transaksinya. Tidak ada transaksi dana atau aset yang disembunyikan atau tidak dicatat. Semuanya akan dicatat serta dibukukan.

The environment

Unilever is committed to making continuous improvements in the management of our environmental impact and to the longer-term goal of developing a sustainable business. Unilever will work in partnership with others to promote environmental care, increase understanding of environmental issues and disseminate good practice.

Innovation

In our scientific innovation to meet consumer needs we will respect the concerns of our consumers and of society. We will work on the basis of sound science, applying rigorous standards of product safety.

Competition

Unilever believes in vigorous yet fair competition and supports the development of appropriate competition laws. Unilever companies and employees will conduct their operations in accordance with the principles of fair competition and all applicable regulations.

Business integrity

Unilever does not give or receive, whether directly or indirectly, bribes or other improper advantages for business or financial gain. No employee may offer, give or receive any gift or payment which is, or may be construed as being, a bribe. Any demand for, or offer of, a bribe must be rejected immediately and reported to management. Unilever accounting records and supporting documents must accurately describe and reflect the nature of the underlying transactions. No undisclosed or unrecorded account, fund or asset will be established or maintained.

Benturan Kepentingan

Semua karyawan Unilever diharapkan menghindari diri dari kegiatan pribadi dan kepentingan finansial yang dapat bertentangan dengan tanggung jawab mereka terhadap Perseroan. Para karyawan Unilever tidak dibenarkan mencari keuntungan bagi dirinya sendiri atau bagi orang lain melalui penyalahgunaan kedudukan mereka.

Kepatuhan – Pemantauan – Pelaporan

Kepatuhan terhadap prinsip-prinsip ini merupakan unsur utama dalam meraih keberhasilan bisnis kami. Direksi Unilever bertanggung jawab agar prinsip ini dikomunikasikan, dipahami, dan dipatuhi oleh seluruh karyawan. Tanggung jawab harian didelegasikan kepada semua manajemen senior di area masing-masing. Mereka bertanggung jawab menerapkan prinsip ini, bila perlu melalui pengarahannya yang lebih rinci, yang disesuaikan dengan keperluan setempat. Jaminan kepatuhan diberi dan dipantau setiap tahun. Kepatuhan terhadap prinsip bisnis ini didukung dengan penelaahan dari Dewan Komisaris dan Direksi yang dibantu oleh Komite Audit beserta para eksekutif Unilever. Pelanggaran prinsip apa pun harus dilaporkan sesuai dengan prosedur yang digariskan oleh Unilever. Direksi Unilever tidak akan menyalahkan manajemen atas kehilangan bisnis akibat kepatuhan terhadap prinsip ini dan terhadap kebijakan serta instruksi wajib lainnya. Direksi Unilever mengharapkan agar para karyawan melaporkan kepada mereka, atau kepada manajemen senior apabila ada pelanggaran atau dugaan pelanggaran prinsip ini. Telah tersedia sarana agar para karyawan dapat melaporkan secara rahasia dan tidak akan dirugikan akibat perbuatan ini.

PENGENDALIAN INTERNAL

Unilever memiliki kerangka kerja pengendalian yang sudah mapan, yang didokumentasikan dan ditelaah secara berkala oleh Direksi. Hal ini mencakup manajemen risiko, prosedur pengendalian internal dan pengendalian pengungkapan informasi yang dirancang untuk

Conflicts of interest

All Unilever employees are expected to avoid personal activities and financial interests which could conflict with their responsibilities to the company. Unilever employees must not seek gain for themselves or others through misuse of their positions.

Compliance - Monitoring - Reporting

Compliance with these principles is an essential element in our business success. The Unilever board is responsible for ensuring these principles are communicated to, and understood and observed by, all employees. Day to day responsibility is delegated to all senior management of the categories, functions, regions and operating companies. They are responsible for implementing these principles, if necessary through more detailed guidance tailored to local needs. Assurance of compliance is given and monitored each year. Compliance with the code is subject to review by the board supported by the audit committee of the board and the Unilever executive committee. Any breaches of the code must be reported in accordance with the procedures specified by the joint secretaries. The board of Unilever will not criticise management for any loss of business resulting from adherence to these principles and other mandatory policies and instructions. The board of Unilever expects employees to bring to their attention, or to that of senior management, any breach or suspected breach of these principles. Provision has been made for employees to be able to report in confidence and no employee will suffer as a consequence of doing so.

INTERNAL CONTROL

Unilever has a well-established control framework, which is documented and regularly reviewed by the BoD. This incorporates risk management, internal control procedures and disclosures controls which are designed

memberikan jaminan yang memadai, namun tidak mutlak, bahwa aset-aset Perseroan terjaga, risiko bisnis telah dinyatakan dan seluruh informasi yang perlu diungkapkan sudah dilaporkan ke Direksi.

Prosedur kami meliputi risiko finansial, operasional, sosial, strategis dan lingkungan serta ketentuan perundang-undangan. Kerangka kerja pengendalian didukung melalui Prinsip Bisnis yang menetapkan standar profesionalisme dan integritas untuk operasional Unilever di seluruh dunia, kepatuhan terhadap Sarbanes-Oxley Act, khususnya section 404 dan melalui proses Operational Control Assessment, yang mensyaratkan manajemen senior di setiap unit bisnis untuk melakukan penilaian terhadap efektivitas pengendalian finansial.

UNIT AUDIT INTERNAL

Unit Audit Internal memberikan layanan konsultasi dan jaminan kemandirian, obyektivitas untuk peningkatan operasional Perseroan. Melalui pendekatan yang sistematis dan berdisiplin dalam mengevaluasi dan meningkatkan efektivitas manajemen risiko, proses pengendalian dan tata kelola, hal tersebut akan menunjang Perseroan dalam merealisasikan tujuannya.

Berdasarkan Piagam Audit Internal, tanggung jawab Unit Audit Internal mencakup:

- Mengidentifikasi dan mengevaluasi paparan risiko yang signifikan dan berkontribusi terhadap peningkatan manajemen risiko dan sistem pengendaliannya;
- Membantu Perseroan dalam melaksanakan pengendalian yang efektif melalui evaluasi efektivitas dan efisiensinya dan mendorong upaya perbaikan secara kontinyu untuk mencapai kondisi berikut:
 - Informasi keuangan dan usaha dapat dipercaya dan memiliki integritas,
 - Usaha dilaksanakan secara efisien dan mencapai hasil yang efektif,
 - Aset Perseroan terjaga, dan
 - Tindakan dan keputusan Perseroan sesuai dengan ketentuan Perundang-undangan dan peraturan yang berlaku.

to provide reasonable, but not absolute, assurance that assets are safeguarded, the risks facing the business are being addressed and all information required to be disclosed is reported to the Board.

Our procedures cover financial, operational, social, strategic and environmental risks and regulatory matters. The control framework is supported through a Code of Business Principles, which sets standards of professionalism and integrity for Unilever's operations worldwide, compliance to the Sarbanes Oxley Act, particularly section 404 and through an Operational Control Assessment process, which requires the senior management in each business unit to assess the effectiveness of financial controls.

INTERNAL AUDIT UNIT

The Internal Audit Unit (IAU) provides independent, objective assurance and consulting services to improve the Company's operations. By bringing a systematic, disciplined approach to evaluating and improving the effectiveness of risk management, control and governance processes, it helps the Company accomplish its objectives.

According to the Internal Audit Charter, the responsibilities of the IAU include:

- Identifying and evaluating significant exposures to risk and contributing to the improvement of risk management and control systems;
- Assisting the Company in maintaining effective controls by evaluating their effectiveness and efficiency and by promoting continuous improvement to achieve the following conditions:
 - Financial and operational information is reliable and possesses integrity,
 - Operations are performed efficiently and achieve effective results,
 - Assets are safeguarded, and
 - Actions and decisions of the Company are in compliance with laws and regulations.

Unit Audit Internal menyusun rencana audit tahunan melalui konsultasi dengan Presiden Direktur dan Komite Audit, dan mengkomunikasikannya secara rutin dan langsung dengan Dewan Komisaris, Direksi dan Komite Audit. Unit ini juga bertugas membuat laporan tertulis mengenai kesimpulan dari setiap audit dan ringkasannya untuk Presiden Direktur dan Dewan Komisaris.

Unit Audit Internal bertanggung jawab untuk menindak-lanjuti hasil audit untuk memastikan bahwa manajemen telah mengambil tindakan secara efektif atau bahwa manajemen senior telah menerima risiko untuk tidak mengambil tindakan. Unit ini juga membantu manajemen dalam kesesuaiannya dengan Sarbanes-Oxley Act, khususnya Section 404. Tanggung jawab penuh atas proses kepatuhan tetap berada pada manajemen.

Unit Audit Internal juga berkoordinasi dengan Auditor Eksternal terkait dengan evaluasinya terhadap Laporan Keuangan Perseroan.

Unit Audit Internal dipimpin oleh Audit Group Manager, yang dibantu oleh sejumlah auditor internal. Dengan mengacu pada Piagam Audit Internal, yang menguraikan tentang struktur Unit Audit Internal, tugas dan tanggung jawabnya. Kepala Unit Audit Internal diangkat oleh Direksi dan disetujui oleh Dewan Komisaris, dan bertanggung jawab langsung kepada Presiden Direktur Perseroan.

Posisi Internal Audit Group Manager saat ini dijabat oleh Bapak Ferry Arief Sunandar. Untuk profil Internal Audit, lihat bagian Data Korporasi.

AUDIT EKSTERNAL

Laporan Keuangan Konsolidasian kami untuk tahun 2010 diaudit oleh KAP Tanudiredja, Wibisana & Rekan (firma anggota jaringan global PwC). Selain melaksanakan audit tersebut, KAP ini tidak melakukan jasa audit lain apapun terhadap Perseroan.

The IAU prepares an annual audit plan in consultation with the President Director and Audit Committee, and communicates regularly and directly with the BoC, BoD and the Audit Committee. It must also produce a written report upon the conclusion of each audit and summarize these for President Director and BoC.

The IAU is responsible for following up the audits to ensure that management actions have been effectively implemented or that senior management has accepted the risk of not taking action. It also assists management to comply with the Sarbanes Oxley Act, particularly section 404. Full responsibility of compliance remains with management.

The IAU also coordinates with the External Auditor in its evaluation of our Financial Statements.

The Internal Audit Unit is led by the Internal Audit Group Manager, who is assisted by a number of internal auditors. It is governed by the Internal Audit Charter, which specifies the structure of the Internal Audit Unit, its duties and responsibilities. The Head of the Internal Audit Unit is appointed by the BoD and approved by the BoC, and reports directly to the President Director of the Company.

The position of Internal Audit Group Manager is currently held by Mr Ferry Arief Sunandar. His profile can be seen in the Corporate Data section.

EXTERNAL AUDIT

Our Consolidated Financial Statements for the year 2010 were audited by public accountants KAP Tanudiredja, Wibisana & Rekan (a member firm of the PwC's global network). Other than performing the audit, this firm did not render any other audit services for the Company.

IMPLEMENTASI SISTEM MANAJEMEN MUTU

Beberapa sistem manajemen mutu yang ketat diterapkan untuk operasional kami. Produk-produk, pabrik-pabrik operasional dan sistem-sistem internal kami telah memperoleh sertifikasi ISO 9001 selama lebih dari sepuluh tahun, yang diverifikasi setiap tahun dan disertifikasi ulang setiap tiga tahun. Sebagai tambahan kami menerapkan ISO 22000 Food Safety System untuk proses fabrikasi Foods & Ice Cream kami. Sementara itu sistem manajemen lingkungan kami telah memenuhi ISO 14001 Environmental Management Standard.

Keamanan produk merupakan prioritas. Kami memiliki proses keamanan independen untuk produk-produk dan teknologi baru kami. Penilaian yang ketat terhadap keamanan dan kesehatan serta penilaian kepatuhan terhadap ketentuan peraturan dan persyaratan dilakukan melalui seluruh proses inovasi produk. Serangkaian penilaian tersebut dilakukan kembali sebelum peluncuran suatu produk. Keputusan tentang keamanan produk ditetapkan oleh Safety and Environmental Assurance Centre (SEAC) kami.

Dalam mata rantai pasokan, para pemasok untuk produk tertentu disetujui berdasarkan audit atas kepercayaan, manajemen mutu dan kepatuhan mereka terhadap berbagai kriteria atas dasar praktik bisnis yang wajar dan berkelanjutan. Setiap pasokan bahan mentah harus melalui berbagai *checkpoint* untuk memastikan keamanan dan kepatuhannya dengan ketentuan peraturan dan persyaratan hukum yang berlaku.

PENGADAAN BARANG DAN JASA

Praktik-praktik pengadaan kami diatur oleh Prinsip Kemitraan Bisnis Unilever. Prinsip Kemitraan Bisnis bertujuan untuk memastikan berlangsungnya kondisi kerja yang adil dalam mata rantai pasokan, termasuk penghargaan terhadap hak-hak azasi manusia, sistem penggajian dan waktu kerja seperti ketentuan persyaratan perundang-undangan di Indonesia. Kami juga berupaya memastikan bahwa para pemasok kami memenuhi standard kesehatan, keamanan dan perlindungan lingkungan.

IMPLEMENTATION OF A QUALITY MANAGEMENT SYSTEM

Several stringent quality management systems are applied to our operations. Our products, operating plants and internal systems have been ISO 9001 certified for more than ten years, are verified each year and recertified every three years. In addition we apply the ISO 22000 Food Safety System for our Foods & Ice Cream manufacturing processes. Our environmental management system meets the ISO 14001 Environmental Management Standard.

Product safety is a priority. We have an independent safety process for products and new technologies. Rigorous safety and health assessments as well as regulatory and legal assessments are conducted throughout the whole process of product innovation. These assessments are done again prior to the launching of the product. Decisions on product safety are made by our Safety and Environmental Assurance Centre (SEAC).

In the supply chain, suppliers for a particular product are approved based on an audit of their reliability, quality management and compliance with various criteria on fair and sustainable business practices. Every raw material supplied has to undergo various checkpoints to ensure its safety and compliance with certain regulatory and legal requirements.

PROCUREMENT OF GOODS AND SERVICES

Our procurement practices are guided by the Unilever Business Partner Code. The Business Partner Code aims to ensure fair working conditions in the supply chain, including respect for human rights, wage system and working hours as required by Indonesian law. We also seek assurance that our suppliers meet our health, safety, and environmental protection standards.

Dalam memperoleh sumber material, kami memprioritaskan pada sumber-sumber lokal dimana memungkinkan. Sebelum pemilihan, pemasok diaudit atas dasar keandalan dan manajemen mutu mereka, dan disaring melalui sejumlah kriteria sesuai prosedur kami.

MANAJEMEN RISIKO

Manajemen risiko merupakan tanggung jawab Direksi yang didukung oleh Komite Manajemen Risiko Perusahaan (MRP) yang dipimpin oleh Direktur Keuangan. Komite MRP beranggotakan Group Audit Manager, Financial Controller, para Commercial Manager, Business System Manager dan Sekretaris Perusahaan. Komite MRP bertugas membantu Direksi dalam melaksanakan tanggung jawabnya untuk memastikan bahwa manajemen risiko telah dilaksanakan sesuai dengan sistem secara efektif.

Risiko yang kami pandang paling relevan dengan bisnis kami dipaparkan dalam uraian berikut yang diikuti oleh penanggulangan risiko terkait.

Risiko Operasi

Kemampuan untuk menghasilkan produk tergantung pada kemampuan kami untuk menjamin pasokan bahan-bahan produksi secara tepat waktu dan tepat biaya, sebagian diantaranya merupakan komoditas yang diperdagangkan secara global. Kondisi ekonomi global mempunyai dampak signifikan terhadap fluktuasi dari harga komoditas-komoditas tersebut dan bahan-bahan utama lainnya, yang pada akhirnya akan memiliki pengaruh signifikan terhadap biaya produk kami. Pada paruh kedua tahun 2010 harga-harga komoditas telah meningkat dan diperkirakan akan terus berlanjut di tahun 2011. Ketidak-mampuan kami dalam menaikkan harga untuk mengimbangi kenaikan biaya-biaya yang terkait dapat mengurangi arus kas, laba dan/atau margin laba kami. Di pihak lain, kenaikan harga yang melebihi harga pesaing kami, dapat melemahkan daya-saing serta pangsa pasar kami.

Perseroan telah memiliki prosedur tetap untuk memantau permintaan bahan-bahan mentah yang digunakan untuk menetapkan kebutuhan produksi mendatang serta memfasilitasi

In sourcing materials, we prioritise local sources where available. Prior to selection, suppliers are audited on their reliability and quality management, and screened through our procedural criteria above.

RISK MANAGEMENT

The risk management is the responsibility of the BoD supported by the Corporate Risk Management Committee led by the Chief Financial Officer. The members of the Committee are the Group Audit Manager, Financial Controller, Commercial Managers, Business System Manager and Corporate Secretary. The Committee assists the Board to carry out their responsibilities of ensuring that effective systems of risk management are in place.

The risks that we regard as the most relevant to our business are identified below alongside with the associated mitigation risks.

Operation Risk

The ability to manufacture products is dependent on our capability to secure timely and cost-effective supplies of production materials, some of them are commodities that traded globally. Global economic condition has significant influence on the fluctuation of these commodities and other key materials prices which at the end can have significant impact on our product costs. In the second half of 2010, commodity prices have increased and seem that it would be continued in 2011. Inability to increase price compensating higher input costs could reduce our cash flow, profit and/or profit margin. On the other hand, increasing price more than our competitors, could undermine our competitiveness and hence market share.

The Company has a process in place to monitor raw materials demand forecasts which is used to determine future production requirements as well as facilitating the forward-buying of traded

pembelian dimuka dari komoditas-komoditas yang diperdagangkan guna mengurangi volatilitas harga-harga komoditas di waktu-waktu mendatang. Rencana-rencana khusus telah disiapkan untuk memungkinkan kami menjamin tersedianya pasokan bahan-bahan utama alternatif secara cepat dan untuk menggunakan bahan-bahan alternatif dalam formula maupun resep-resep produk kami.

Kami secara teratur melaksanakan program *value improvement* untuk mengidentifikasi optimasi peluang-peluang dalam biaya/nilai, baik dalam biaya langsung maupun tidak langsung. Kami melakukan benchmarking, secara internal maupun eksternal, guna memaksimalkan pemanfaatan kapasitas dan biaya.

Penentuan harga ditetapkan melalui sebuah proses menyeluruh dengan mempertimbangkan berbagai faktor dan melibatkan sejumlah departemen untuk mencapai tingkatan yang tepat, berdasarkan nilai maupun penawarannya.

Risiko Pasar

Keuletan Indonesia dalam menghadapi krisis kembali diuji dengan kondisi tanah air yang terkini. Potensi bangsa dengan jumlah penduduk terbesar keempat di dunia telah diakui bukan hanya oleh perusahaan-perusahaan internasional tetapi juga oleh badan-badan usaha setempat. Para kompetitor kami, baik lokal maupun internasional, akan bersemangat untuk meraih kembali pangsa pasarnya dan akan merancang rencana-rencana kegiatan yang sepadan. Kegagalan dalam mengantisipasi kecenderungan ini akan berdampak merugikan terhadap bisnis kami.

Perseroan memusatkan perhatian pada kategori-kategori dan produk-produk yang dikenal menarik, yaitu dimana Perseroan atau merek induknya memiliki atau mampu membangun keunggulan kompetitif dan penjualan serta marjinya dapat ditingkatkan secara konsisten.

commodities aiming to reduce future volatility of commodity costs. Contingency plans have been prepared to enable us securing alternative key material supplies at short notice and to use substitute materials in our product formulation and recipes.

Regularly we conduct value improvements programmes identifying opportunities in cost/value both in direct and indirects costs. We perform benchmarking, internal and external, aiming to optimise capacity utilisation and cost.

Pricing is determined through a thorough process considering various factors and involving a few departments to reach the right level according to its value and propositions.

Market Risk

Indonesia's resilience amidst the crisis put the focus back on the country. The potential of the world's 4th populous nation has been recognised not just by international companies, but local entities as well. Our competitors, both local and international, will be eager to rebuild market share and will design their activity plans accordingly. Failure to anticipate this trend could adversely affect our business.

The Company focuses to categories and products which are identified as attractive, i.e. where the Company or its parents have or can build competitive advantage and where sales and margins can be grown consistently.

Kecenderungan pasar eksternal dan persepsi dari konsumen, pelanggan dan pembeli dipantau secara teratur sebagai acuan dalam menciptakan kategori dan strategi *brand* yang selanjutnya akan diimplementasikan ke dalam serangkaian proyek yang bertujuan untuk menghadirkan produk dan layanan jasa yang relevan bagi konsumen dan pelanggan.

Kami percaya bahwa dengan ragam portofolio produk/*brand* kami, berkualitas tinggi namun berbiaya kompetitif, kekuatan inovasi kami, program Pengembangan Pasar, basis biaya ekonomis, eksekusi penjualan dan distribusi yang unggul didukung oleh insan-insan terbaik dengan semangat juara, kami siap untuk memasuki arena persaingan yang semakin ketat.

Tenaga Kerja dan Talenta

Pasar kerja di Indonesia berkembang semakin ketat dengan pemain-pemain global dan lokal saling berebut posisi. Upaya menarik, mengembangkan dan mempertahankan karyawan-karyawan yang bertalenta mempunyai peran penting dalam keberhasilan pelaksanaan dari strategi kami. Bila kami tidak berhasil untuk mengelolanya, hal itu akan berdampak negatif terhadap kemampuan meraih keberhasilan usaha, pertumbuhan bisnis, dan berkompetisi dalam lingkungan persaingan yang semakin ketat.

Resource Committee telah dibentuk di setiap divisi dan fungsi organisasi. Komite-komite tersebut bertanggung jawab untuk melakukan identifikasi keahlian dan kemampuan masa depan yang dibutuhkan, menetapkan jalur karir dan program pelatihan profesional, tolok-ukur remunerasi, serta identifikasi talenta utama dan pemimpin masa depan. Survei karyawan dilakukan secara teratur untuk memperoleh umpan-balik dan pandangan dari para karyawan. Program pengembangan karyawan yang terpadu telah disusun yang mencakup tinjauan kinerja berkala, didukung oleh serangkaian norma perilaku, profil keahlian dan kompetensi, bimbingan, pembinaan, dan pelatihan tentang "Standard of Leadership".

External market trends and insights from consumer, customer and shopper are monitored regularly to develop category and brand strategies which will subsequently converted into series of projects aiming to provide the consumers and customers with relevant products and services.

We believe that with our range of product/brand portfolio, high quality yet cost competitive, our strong innovation, Market Development programme, low cost base, superior execution in sales and distribution supported by the best people with winning spirit, we are ready to enter the aforementioned competitive environment.

People and talent

Indonesian job market is intensifying with global and local players jostle for position. Attracting, developing and retaining talented employees are essential to the success of the delivery of our strategy. If we fail to do so, it would adversely affect the ability to operate successfully, growing the business and compete in the intensified competitive environment.

Resource Committees in each of the divisions and functions have been established. These Committees are responsible to identify future skills and capabilities needed, define career paths and professional training programmes, remuneration benchmarking, as well as identifying key talent and future leaders. People surveys are regularly conducted to obtain feedbacks and views from the employees. An integrated people development programme has been established which includes regular performance review, underpinned by a standard set of "Standard of Leadership" behaviours, skills and competency profiling, mentoring, coaching and training.

ASURANSI

Asuransi Aset Perseroan

Dalam pengelolaan risiko aset operasional, Perseroan telah memutuskan untuk mengalihkan risiko ke perusahaan asuransi. Aset-aset yang diasuransikan yaitu aset tetap, termasuk bangunan, mesin-mesin, kendaraan, dan aset dalam pembangunan, dan didistribusikan di antara pabrik-pabrik kami di Cikarang dan Rungkut, kantor pusat kami, dan depot-depot kami di seluruh Indonesia. Polis asuransi ini adalah sebagai berikut:

1. Polis Asuransi Property All Risk (PAR)

Asuransi ini menjamin risiko terhadap potensi kehilangan aset operasional yang berkaitan dengan usaha distribusi di Kantor Pusat dan wilayah operasi, dengan nilai pertanggungan sebesar Rp2,8 triliun.

2. Polis Asuransi Marine Open Cover

Asuransi ini menjamin pertanggungan terhadap potensi risiko kehilangan lokasi operasional, termasuk persediaan di pabrik-pabrik distributor dan sewaktu transit. Nilai pertanggungan asuransi berjumlah Rp188,7 triliun.

3. Polis Asuransi Kendaraan Bermotor

Asuransi ini menjamin perlindungan terhadap risiko kehilangan yang dapat dialami Perseroan selama jangka waktu perlindungan terhadap kendaraan bermotor. Jaminan asuransi ini mencakup kendaraan pihak ketiga dan kehilangan kendaraan milik Perseroan. Kendaraan bermotor diasuransikan dengan nilai pertanggungan sebesar Rp38,7 miliar pada 2010.

INSURANCE

Corporate Assets Insurance

In the management of operational asset risks, the Company has elected to transfer the risk to insurance companies. The assets insured are fixed assets, including buildings, machinery, vehicles, and assets under construction, and are distributed among our factories in Cikarang and Rungkut, our head office, and our depots all over Indonesia. In 2010, the Company owned a number of insurance policies issued by insurance companies. These insurance policies were as follows:

1. Property All Risks (PAR) Insurance Policies

This insurance covers the risk of potential loss of operational assets in relation to the distribution business at the Head Office and in the area of operation, with an insurance value of Rp2.8 trillion.

2. Marine Open Cover Insurance Policies

This insurance covers the risk of potential loss of inventories in operational locations, and includes inventories in distributors' warehouses and in transit. The insurance value is Rp188,7 trillion.

3. Motor Vehicle Insurance Policies

This insurance covers the risk of losses that could be incurred by the Company during the period of cover to motor vehicles. This insurance covers third party vehicles and loss of Company vehicles. The motor vehicles were insured to a value of Rp38.7 billion in 2010.

4. Polis Asuransi Kewajiban Produk terhadap Publik

Asuransi PPL ini menjamin risiko terhadap produk-produk Unilever. Sebagai contoh adalah risiko penarikan produk. Nilai jaminan asuransi berjumlah Rp16,5 miliar.

Asuransi pribadi kecelakaan perjalanan bisnis

Unilever Indonesia bekerjasama dengan PT Chartis Insurance Indonesia menerbitkan polis asuransi pribadi untuk kecelakaan perjalanan bisnis. Asuransi ini dirancang untuk memberikan pertanggungjawaban/manfaat bagi karyawan yang mengalami kerugian finansial akibat dari kecelakaan perjalanan untuk bisnis Perseroan. Asuransi pribadi untuk kecelakaan perjalanan bisnis ini berlaku di seluruh dunia.

Asuransi pribadi untuk kecelakaan perjalanan bisnis meliputi jaminan pertanggungjawaban sbb:

1. Tunjangan kematian/cacat permanen sebesar USD100,000
2. Biaya perawatan dan pemakaman jenazah sebesar USD10,000
3. Tunjangan cacat tidak permanen sebesar USD1,000
4. Tunjangan kehilangan kekayaan pribadi sebesar USD1,000

Tunjangan Hari Tua, Kecelakaan Kerja dan Kematian

Sebagai tambahan dari asuransi kecelakaan perjalanan bisnis pribadi, Unilever Indonesia juga ikut serta dalam program Jaminan Sosial Tenaga Kerja (Jamsostek), yang mencakup tunjangan hari tua, tunjangan kecelakaan dan tunjangan kematian.

PERKARA HUKUM MATERIAL YANG MELIBATKAN PERSEROAN

Perseroan terlibat dalam beberapa kasus hukum yang sedang berjalan terkait dengan pelaksanaan kegiatan usaha Perseroan. Perseroan meyakini bahwa kasus hukum yang saat ini sedang berjalan tidak akan mempengaruhi secara material kelangsungan usaha maupun kegiatan operasional Perseroan, termasuk jika putusan lembaga peradilan tidak memenangkan Perseroan.

4. Public Product Liability Insurance Policies

PPL insurance covers risks to Unilever products. One example is the risk of product recall. The insurance value is Rp16.5 billion.

Business travel personal accident insurance

Unilever Indonesia works with PT Chartis Insurance Indonesia to issue business travel personal accident insurance policies. This insurance is intended to provide coverage/benefits for employees who suffer financial losses resulting from accidents when traveling on Company business. This business travel personal accident insurance is valid all over the world.

Business travel personal accident insurance covers:

1. Death/permanent disability benefits in the amount of USD100.000
2. Treatment and burial costs in the amount of USD10.000
3. Temporary disability benefits in the amount of USD1.000
4. Loss of personal property benefits in the amount of USD1.000

Old Age, Accident and Death Benefits

In addition to business travel personal accident insurance, Unilever Indonesia also participates in the Jamsostek (Employees Social Security) scheme, which covers old age benefits, accident benefits, and death benefits.

LITIGATION

The Company was involved in some ongoing legal cases with regards to the operation of the Company. However, the Company believes that these legal cases will not have a direct material impact to the business and operation of the Company, even if the Court's decision is not in favour of the Company.

AKSES INFORMASI

Informasi terkini tentang pergerakan harga saham, tindakan korporasi dan laporan keuangan kuartalan dan tahunan serta siaran-pers, presentasi dan informasi korporasi lainnya tersedia di website kami, www.unilever.co.id. Kami juga menyambut baik dan menanggapi setiap permintaan penjelasan, yang dapat dikirimkan setiap waktu ke alamat:

PT Unilever Indonesia Tbk
Graha Unilever
Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 15
Jakarta 12930
Tel :+62 21 526 2112
Fax: +62 21 526 4020
Email: unvr.indonesia@unilever.com

ACCESS TO INFORMATION

Up-to-date information on share price movements, corporate actions and quarterly and annual results as well as press releases, presentations and other corporate information is available on our website, www.unilever.co.id. We also welcome and respond to inquiries, which may be made at any time to:

PT Unilever Indonesia Tbk
Graha Unilever
Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 15
Jakarta 12930
Tel :+62 21 526 2112
Fax: +62 21 526 4020
Email: unvr.indonesia@unilever.com

Pengelolaan Perusahaan

Company Management





Pengelolaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia

Human Resources Management and Development

Sebagai perusahaan FMCG terkemuka, kami mempunyai visi strategis jangka panjang. Kami menyadari bahwa pimpinan terbaik untuk perusahaan kami adalah mereka yang menerapkan nilai-nilai Perseroan dalam perilaku sehari-hari. Oleh karena itu, pembekalan kepada para calon pemimpin masa depan dilakukan secara berkesinambungan, program pelatihan manajemen dirancang bukan sekedar untuk membekali mereka dengan ketrampilan dan kompetensi yang diperlukan untuk memimpin perusahaan, namun juga untuk menanamkan budaya organisasi kami. Prioritas utama dari strategi pengembangan *human capital* kami adalah memastikan bahwa dalam setiap tahapan karir mereka, para karyawan dilibatkan secara aktif dengan usaha, tujuan dan nilai-nilai inti dari Perseroan.

As a leading FMCG company, we have a long term strategic vision. We believe that the best leaders for our company are those that live the Company's values every day. This is why we invest in our future leaders over the long term, designing our management training programmes not just to equip our people with the skills and competencies they need to lead the company, but also to inculcate the culture of our organisation. A top priority of our human capital development strategy is ensuring that at every stage of their careers, our employees are actively engaged with our business, our goals and our core values.



Unilever global telah mencanangkan target yang ambisius untuk melipat-duakan skala usahanya dalam kurun waktu sepuluh tahun, dan Unilever Indonesia akan memainkan peranan penting dalam proses pencapaiannya. Untuk mendukung tekad tersebut, kami meluncurkan suatu prakarsa baru, yaitu Proyek Pemanduan Bakat dan Organisasi, untuk memenuhi kebutuhan sumber daya manusia guna pencapaian target tersebut. Kami telah mengawalinya dengan membuat pemetaan atas potensi yang ada dalam organisasi untuk menilai apakah kami perlu mengembangkannya atau menghadirkan kompetensi yang spesifik dari luar agar mampu memenuhi target kami tersebut.

Fleksibilitas merupakan salah satu landasan dari pendekatan *human capital* kami, dan untuk menghindari kesenjangan sumber daya manusia kami mencari potensi dari lingkup internal Perseroan terlebih dahulu. Resource Committee kami berupaya untuk mengelola *talent pool* korporasi, untuk memungkinkan pertukaran dan pengayaan kapasitas dan pengalaman secara terus-menerus antar unit-unit bisnis dan divisi berbeda, termasuk dari lingkup perusahaan asosiasi kami. Upaya kami telah menjadikan Unilever Indonesia diakui sebagai pemimpin dalam memupuk budaya kolaborasi dan berbagi-pengetahuan, dan pada 2010 kami memperoleh anugerah, untuk kelima kalinya, Most Admired Knowledge Enterprise (MAKE) Award dari Teleos. Upaya kami juga memperoleh penghargaan dari Employer Branding Institute, CMO Asia, dalam bentuk 'Asia's Best Employer Brands' award.

Pengelolaan bakat pada level-korporasi yang kuat berperan penting pada keberlanjutan perusahaan. Bagaimanapun juga, kami meyakini sepenuhnya bahwa untuk memperoleh hasil yang terbaik, seluruh manajer dari semua tingkatan perlu terus diberdayakan untuk mempercepat proses pengembangan bakat. Inilah salah satu tujuan dari program Goal Oriented Leadership Development (GOLD) kami. Dengan memperkuat "people decision capability" pada setiap jenjang, kami membuat para manajer semakin efektif dalam memutuskan siapa yang mereka perlukan, berpartisipasi dalam proses rekrutmen, serta melakukan penilaian dan mempertahankan para anggota tim mereka.

Globally, Unilever has set an ambitious target of doubling the business in next 10 years, and Unilever Indonesia will play an important role in its achievement. To support that, we have launched a new initiative, our Talent and Organisation Project, to address the human resource demands of this goal. We have begun by mapping the existing talent in our organisation to assess whether we need to develop or import specific competencies to be able to deliver on our target.

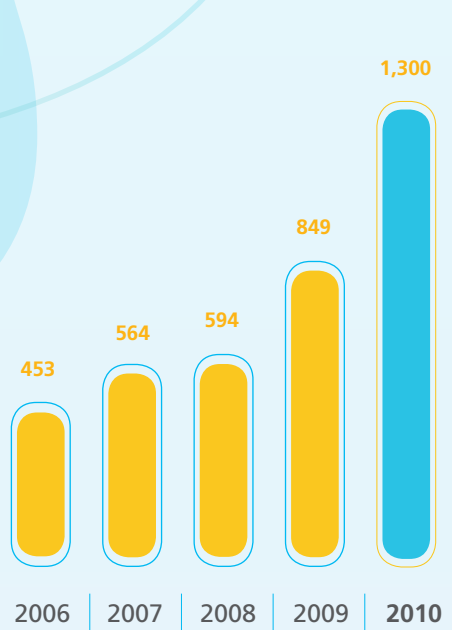
Flexibility is one of the cornerstones of our human capital approach, and to address any human resource gaps we look first to the potential within the Company. Our Resource Committee works to manage the corporate talent pool, allowing for a constant exchange of capacities and experience across our different business units and divisions and even those of our associate companies. Our efforts have made Unilever Indonesia a recognized leader in fostering a culture of collaboration and knowledge sharing, and in 2010 we were presented, for the fifth time, with a Most Admired Knowledge Enterprise (MAKE) Award from Teleos. Our efforts were also acknowledged by the Employer Branding Institute, CMO Asia, in the form of an 'Asia's Best Employer Brands' award.

Strong corporate-level talent management is vital to the sustainability of our company. However, we firmly believe that to get the best results, managers in all positions need to be empowered to accelerate talent development. This is one of the objectives of our Goal Oriented Leadership Development (GOLD) programme. By strengthening 'people decision capability' at every level, we are making our managers more effective at defining who they need, participating in the recruitment process, and valuing and retaining their team members.

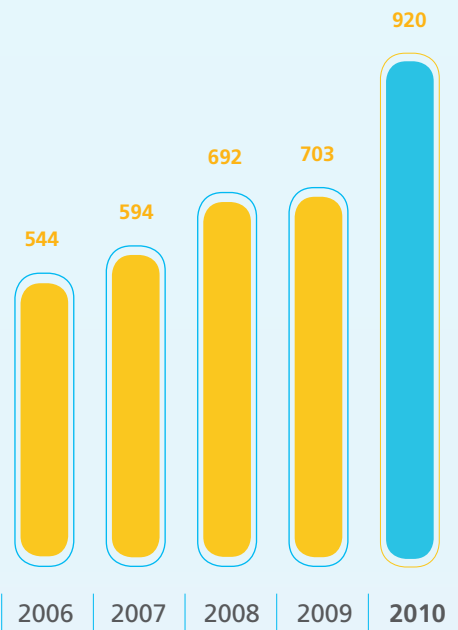
Menumbuhkan lingkungan kerja yang menantang sekaligus *rewarding* dimana karyawan termotivasi untuk tetap bergabung dan terus memberikan kinerja terbaiknya merupakan perhatian utama dari pengelolaan sumber daya manusia. Setiap tahun, kami melaksanakan Global People Survey untuk memantau bagaimana persepsi karyawan terhadap perusahaan dan nilai-nilai apa yang mendorong mereka untuk terus bekerja di perusahaan. Melalui kegiatan ini, kami memperoleh pengertian yang berharga mengenai cara menciptakan lingkungan kerja yang lebih inspiratif, memuaskan dan bernilai. Di tahun 2010 kami melanjutkan penerapan sejumlah prakarsa penting untuk mendukung tujuan tersebut, termasuk penyelenggaraan Unilever Leadership Forum setiap kuartal, dimana para manajer senior digalakkan untuk mencari solusi kreatif bagi sebagian tantangan, permasalahan dan peluang utama yang dihadapi oleh Perseroan.

Fostering a challenging and rewarding work environment in which people are motivated to stay and continue to give their best is a primary concern of human resource management. Every year, we conduct a Global People Survey to monitor how our people perceive the company and what values drive them to remain with the company. Through this exercise, we gain valuable insights on how to create a more inspiring, satisfying and meaningful workplace. In 2010 we continued to implement a number of important initiatives to support this, including the quarterly Unilever Leadership Forum through which senior managers are encouraged to explore creative solutions to some of the key challenges, issues and opportunities facing the company.

Jumlah Modul Pelatihan yang Dikembangkan Oleh Karyawan
Training Modules Developed by Employees



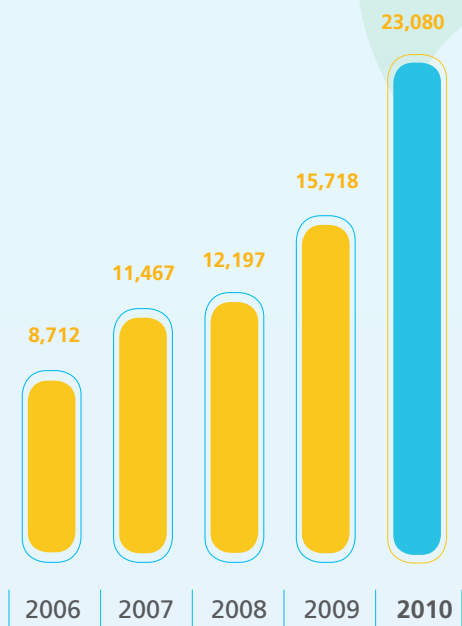
Jumlah Pelatihan Internal
Number of Internal Trainers



Program Unilever Future Leaders mencerminkan pendekatan kami dalam pengenalan dan pemupukan bakat seraya menanamkan budaya Perseroan pada awal tahapan karir. Setelah masa orientasi organisasi selama 2-minggu, peserta - yang keseluruhannya merupakan wisudawan baru- menjalani proses tiga bulan di lapangan untuk mempelajari bisnis, sebelum menempuh jalur karir yang dikelola secara cermat yang dapat mengantarkan mereka ke level puncak dalam jenjang organisasi. Nilai dari program pelatihan manajemen tersebut, yang dipelopori Unilever Indonesia sejak 1970, dibuktikan oleh komposisi manajemen senior kami, dimana sebagian besar diantaranya mengalami peningkatan karir di Perseroan melalui cara tersebut.

Our Unilever Future Leaders Programme exemplifies our approach to identifying and nurturing potential while instilling the culture of the Company at an early career stage. After a 2-week orientation to the organisation, the participants—all fresh graduates—spend three months in the field, learning the business from the grassroots, before embarking on a carefully managed career path that can take them to the very highest levels of the organisation. The value of such management training programmes, which Unilever Indonesia pioneered in the 1970s, is borne out by the current composition of our senior management, the majority of whom progressed through the Company in this way.

Jumlah Sesi Pelatihan oleh Pelatih Internal
Number of Training Sessions by Internal Trainers



Kerangka moral dari perusahaan kami ditetapkan melalui nilai-nilai korporasi kami, yaitu fokus pada pelanggan, konsumen dan masyarakat; Kerja sama; Integritas; Mewujudkan sesuatu terjadi; Berbagi kebahagiaan; dan Kesempurnaan. Nilai-nilai tersebut terus dikomunikasikan, dijabarkan dan ditanamkan di seluruh lini perusahaan melalui berbagai macam aktivitas. Kami percaya bahwa komitmen kami untuk menjunjung tinggi nilai-nilai tersebut tertanam dalam hatilah yang membedakan kami dari perusahaan-perusahaan lainnya.

Pada tingkat operasional, nilai-nilai utama kami dijabarkan ke dalam Prinsip Bisnis. Prinsip Bisnis tersebut merupakan panduan perilaku dimana seluruh karyawan—mulai dari CEO hingga karyawan biasa—diharapkan untuk memahami dan menerapkannya dalam transaksi sehari-hari sebagai bagian dari Perseroan. Sebuah tim telah dibentuk untuk memantau pelaksanaan prinsip tersebut dan menindak-lanjuti setiap kejadian atau dugaan pelanggaran yang mungkin timbul. Tindakan pelanggaran tersebut dapat dilaporkan secara konfidensial, oleh setiap karyawan, melalui *hotline whistleblower* (pelaporan tindakan pelanggaran), yang dikenal sebagai Blue Umbrella.

Kami berkomitmen untuk menjadi pengusaha yang memberikan kesetaraan dalam kesempatan. Banyak diantara posisi paling senior di Perseroan dijabat oleh kaum perempuan, dan kami secara aktif mengambil langkah-langkah untuk menggerakkan keterlibatan penuh dari karyawan perempuan di setiap level organisasi. Oleh karena itu kami merasa bangga dapat meraih penghargaan Best Women's Employer di tahun 2010 dari Menteri Negara Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, serta dari Menteri Tenaga Kerja, dan dari Kabupaten Bekasi. Mengembangkan dan meningkatkan kesempatan bagi kaum perempuan akan terus menjadi prioritas utama kami di masa mendatang.

Kesejahteraan karyawan juga menjadi prioritas kami yang permanen. Pada 2010, kami menyelenggarakan kampanye keselamatan kerja nasional setahun penuh. Mengusung tema 'From Zero to Hero', yang mencerminkan visi kami untuk menjadi perusahaan dengan angka kecelakaan nihil. Kami mengajak para karyawan untuk menjadi 'Unilever Safety Heroes' dengan mendemonstrasikan komitmen untuk mempromosikan dan menerapkan perilaku aman.

The moral core of our company is defined through our corporate values: Customer, consumer and community focus; teamwork; integrity; making things happen; sharing of joy; and excellence. These values are regularly communicated, interpreted and reinforced across the company through a wide range of activities. We believe that our commitment to living these values lies at the heart of what differentiates us from other companies.

At the operational level, our core values are translated into a Code of Business Principles. These are the behaviours that all our people—from the CEO downwards—are expected to internalise and practice in their day-to-day transactions as members of the Company. A team has been established to monitor the implementation of the Code and follow up any actual or suspected violations that arise. Such violations may be reported confidentially, by any employee, through our whistleblower hotline known as the Blue Umbrella.

We are committed to being an equal opportunity employer. Many of the most senior positions in the Company are occupied by women, and we actively take measures to encourage the full engagement of women at every level of the organisation. We therefore took great pride in winning Best Women's Employer awards in 2010 from the State Minister for Women's Empowerment and Child Protection and Minister of Labour, and from the district of Bekasi. Expanding and enhancing opportunities for women will continue to be a top priority for us in future.

Our employees' wellbeing is also a constant priority. In 2010, we conducted a year-long national safety campaign. The theme, 'From Zero to Hero', captures our vision of becoming a zero accident company, with those who demonstrate a commitment to promoting and implementing safety behaviour designated as 'Unilever Safety Heroes'.

Selama tahun pelaporan, kampanye difokuskan pada berbagai bidang keselamatan, termasuk Keselamatan Berkendara, Keselamatan Kerja di Kantor/Gudang, Tangan dan Mesin yang Sedang Bergerak, Terpeleset/Tergelincir/ Terjatuh, dan Cipratan Air Kimia/Panas, bersama para karyawan meningkatkan kesadaran dan kapasitas mereka untuk mencegah terjadinya kecelakaan melalui kombinasi dari Observasi, Pengalaman dan Pembelajaran. Lebih dari 2,000 karyawan berperan-serta, berkontribusi dalam penurunan signifikan angka kecelakaan.

During the year, the campaign focused on various key hazard areas, including Road Safety, Office/Warehouse Safety, Hands in Running Machines, Slip/Trip/Fall, and Chemical/Hot Water Splash, with employees increasing their awareness and capacity to prevent accidents through a combination of Observation, Experience, and Learning. More than 2,000 employees took part, contributing to a significantly reduction in accidents.



Strategi Perusahaan

Company Strategy

Di tahun 2010, kondisi pasar merupakan tantangan bagi kami. Kami memprediksi kenaikan sebagian harga komoditas yang telah berlangsung sejak semester kedua tahun 2010 akan terus berlanjut sehingga dapat mengakibatkan volatilitas pada hasil usaha dan marjin kotor kami. Lanskap usaha yang kompetitif akan terus meningkat dan dengan tingkat inflasi harga makanan yang tetap tinggi menuntut konsumen untuk lebih bijak dalam berbelanja.

Peluang pasar tetap cerah. Dengan tingkat konsumsi di kebanyakan kategori utama kami relatif masih dalam level yang rendah, terdapat potensi yang sangat besar untuk pertumbuhan pasar. Kami akan terus melanjutkan percepatan inovasi untuk mewujudkan potensi tersebut. Kami akan berupaya untuk mengembangkan pasar yang ada dan melakukan penetrasi ke bidang-bidang baru, dengan membuka titik-titik distribusi baru seraya memperkuat dan memperluas infrastruktur dan cakupan penjualan dan distribusi kami.

Bagi kami, tahun 2011 akan menjadi tahun yang sangat menantang namun kami tetap berkomitmen untuk melakukan investasi pada pasar kami dan mendukung ekonomi Indonesia untuk pertumbuhan berkelanjutan yang berjangka-panjang.

Market conditions for our business were challenging in 2010. We expect that the rise of certain commodity prices that began in the second half of last year will continue to bring a degree of volatility to our business results and gross margin. The competitive landscape will continue to intensify, and consumer spending power may be stretched as food inflation remains high.

Market opportunities remain very bright. With consumption across many of our key categories still at a relatively low level, there is enormous potential for market growth. We will continue to accelerate innovation to realise this. We will seek to expand existing markets and penetrate new areas by opening new distribution points as well as strengthening and extending our sales and distribution infrastructure and coverage.

We expect 2011 to be a very challenging year but remain committed to investing in our markets and supporting the Indonesian economy for sustainable longer-term growth.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Corporate Social Responsibilities



Program tanggung jawab sosial perusahaan merupakan bagian tak terpisahkan dari agenda keberlanjutan Perseroan. Agenda tersebut mencakup penciptaan dampak positif – melalui *brand-brand* kami, cara kami mengembangkan karyawan, pendekatan bisnis kami, kinerja lingkungan dan perlibatan kami dengan komunitas – terhadap masyarakat secara keseluruhan, sehingga menciptakan nilai jangka panjang yang akan menjamin pertumbuhan berkelanjutan bagi usaha kami.

Our CSR programme is an integral part of the Company's sustainability agenda. This agenda is about creating a positive impact—through our brands, the way we develop our people, our approach to business, our environmental performance and our engagement with communities—on society as a whole, thereby generating long-term value that will ensure the sustained growth of our business.

Terkait dengan Unilever's Sustainable Living Plan (USLP), kami mendukung pencapaian sasaran Unilever global untuk mengurangi bekas jejak lingkungan dari produk-produk kami, membantu masyarakat melakukan kegiatan peningkatan kesehatan dan kesejahteraan, dan mempertahankan keberlanjutan dari sumber-sumber bahan baku pertanian kami.

Sebuah program khusus juga telah dikembangkan seiring dengan Ulang Tahun ke-10 Yayasan Unilever Indonesia dengan memanfaatkan momentum ini untuk menjalin hubungan yang erat dan meningkatkan komitmen dari para pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal. Berbagai macam kegiatan telah dilaksanakan dalam rangkaian peringatan tersebut, dengan melibatkan karyawan dan pemangku kepentingan eksternal, termasuk kalangan media. Bahkan, mengkomunikasikan pengaruh dari program-program YUI bersama masyarakat dan keterkaitannya dengan bisnis.

Kami telah menjabarkan sasaran-sasaran tersebut kedalam empat pilar yang menjadi inti dari program CSR kami, yang dikoordinasikan oleh lembaga kami, yaitu Yayasan Unilever Indonesia. Keempat pilar tersebut adalah lingkungan, edukasi kesehatan masyarakat, usaha kecil dan menengah (UKM), dan bantuan kemanusiaan.

Program yang berada di bawah naungan pilar pertama kami, lingkungan, adalah "Green & Clean". Program pengelolaan limbah dan penghijauan ini, saat ini berlangsung di 8 kota di seluruh Indonesia, memiliki dampak yang menggelorakan semangat dari komunitas yang dituju; Selain menjadikan mereka lebih bersih, menciptakan lingkungan hidup yang lebih sehat dan membantu penduduk mempraktikkan kebiasaan ramah lingkungan dalam kehidupan sehari-hari, program ini telah memulihkan rasa bangga pada komunitas setempat, sekaligus menjadi forum musyawarah warga. Pada masing-masing lokasi Green & Clean, strategi kami adalah untuk melibatkan serangkaian kemitraan dari pemerintah setempat, masyarakat sipil dan komunitas setempat di setiap tahapan, mulai dari perencanaan awal, sampai implementasi dan evaluasi, untuk memastikan bahwa program tersebut memberdayakan, membudaya dan berkesinambungan. Manfaatnya nyata dan berkelanjutan – sejumlah warga mulai terlibat dalam berbagai kegiatan peningkatan penghasilan, seperti pengumpulan dan penjualan barang bekas untuk daur ulang – dan komunitas sekitar serta

Linked to Unilever's Sustainable Living Plan, our agenda works towards Unilever's global goals of reducing the environmental footprint of our products, helping people to take action to improve their health and wellbeing, and sourcing our agricultural raw materials sustainably.

A special programme was also developed for YUI 10th Anniversary riding the momentum to build stronger bonding and commitment from stakeholders internally as well as externally. Various activities were carried out within the foundation programme, also involving employees and external stakeholders including media. Moreover, communicating the impact of YUI programmes with the community and its relevance to business.

We have translated these goals into four pillars that form the core of our CSR programme, which is coordinated by our foundation, Unilever Indonesia Foundation. These four pillars are environment, public health education, small and medium enterprises (SMEs), and humanitarian aid.

The flagship programme under the first pillar, Environment, is "Green and Clean". This waste management and greening programme, now running in 8 cities in Indonesia, has had a galvanising effect on the target communities; Aside from making them cleaner, healthier places to live and helping residents to incorporate environment friendly practises into their daily lives, it has restored a sense of pride in the community, as well as forum to discuss community needs. At each of the Green & Clean sites, our strategy has been to engage a broad range of partners and stakeholders from local government, civil society and the local community itself at every step, from initial planning, through implementation to evaluation, to ensure that the programme is empowering, embedded and sustainable. The benefits are tangible and lasting—several residents are getting involved in various income generating activities, such as collecting and selling waste for recycling—and neighbouring communities as well as other

kota-kota lain yang jauh telah menunjukkan minat untuk melakukan replikasi pola kegiatan tersebut.

Salah satu dari kisah sukses program Green & Clean adalah "Trashion" (trash: barang-bekas + fashion: mode). Dalam prakarsa ini, kami mendorong penduduk setempat untuk mendaur ulang limbah plastik menjadi berbagai barang praktis bernilai tambah seperti tas komputer, tas jinjing dan dompet. Produk-produk "green" ini memiliki nilai jual yang kemudian dipasarkan melalui saluran-saluran utama seperti Hypermart. Hal ini merupakan aktivitas berbasis-komunitas yang bahkan dapat dilakukan oleh anak-anak sekolah, dan menawarkan kesempatan untuk meningkatkan bukan saja penghasilan tetapi juga kesadaran yang lebih besar akan nilai yang dapat diciptakan dari pengelolaan dan daur-ulang limbah kemasan secara bertanggung-jawab.

Penyaluran lain untuk produk Trashion adalah Green Festival tahunan, dimana kami menjadi salah satu sponsornya. Diadakan di Senayan pada bulan November, tema kegiatan tahun 2010 adalah "Solusi Kami untuk Bumi," yang berfokus pada peningkatan kesadaran akan penyebab dan dampak dari pemanasan global, dan langkah-langkah yang dapat dilakukan setiap orang untuk menanggulangnya. Di tahun 2010 kami juga menjadi *co-sponsor* dari kegiatan *Training of Trainers* regional tentang perubahan iklim, dimana pimpinan instruktur nya tidak lain adalah mantan Wakil Presiden Amerika Serikat Al Gore, pengarang "An Inconvenient Truth."

2010 merupakan tahun yang istimewa bagi Yayasan Unilever Indonesia, seiring dengan keberhasilan kami membentuk Packaging Waste Coalition Forum (Forum Koalisi untuk Kemasan Daur Ulang) yang mencakup Unilever, Coca Cola, Danone, Nestle, Tetrapack, dan Indofood untuk mengembangkan kerjasama dalam menangani permasalahan limbah plastik. Ke 6 perusahaan swasta ini telah berkomitmen untuk mendukung dan mengembangkan model tempat pembuangan akhir sampah dan limbah di Jakarta. Melalui kerjasama antara perusahaan barang konsumsi terkemuka di Indonesia, sehingga mampu memberikan dampak yang lebih besar.

Kami terus memantau dan mengontrol kinerja lingkungan kami sendiri melalui program

cities further afield are showing an interest in replicating it.

One of the successful offshoots of the Green and Clean programme is "Trashion" (trash + fashion). In this initiative, we provide participants with the equipment and resources they need to produce and market a range of practical, value-added items such as computer bags, tote bags and wallets, made from plastic waste collected and recycled by local residents. These "green" products have a strong market appeal and are selling well through major channels such as the Hypermart chain. This is a community-base activity that even school children can engage in, and offers opportunities to generate not just income but also a greater awareness of the value that can be created from responsible waste management and recycling.

Another outlet for Trashion products is the annual Green Festival, of which we are one of the sponsors. Held in Senayan at November, the theme of the 2010 event was "My Solution for the Earth," focusing on awareness-raising about the causes and impacts of global warming, and what individuals can do to help mitigate it. In 2010 we were also co-sponsors of a regional Training of Trainers event on climate change, at which the lead trainer was none other than former Vice President of the USA Al Gore, author of "An Inconvenient Truth."

2010 also a remarkable year for YUI, as we successfully established Packaging Waste Coalition Forum which consist of Unilever, Coca Cola, Danone, Nestle, Tetrapack, and Indofood for develop partnership project in tackling plastic waste issue. The 6 private companies committed to support and develop waste bank and scavenger center model in Jakarta. It is believe; by combining the strength of major consumer good players in the country, it will give bigger impact.

We continue to monitor and control our own performance on the environmental by

pengendalian emisi, limbah berbahaya dan indikator dampak lingkungan lainnya. Pabrik kami di Cikarang dan Rungkut meraih penghargaan peringkat PROPER "Hijau" dari Kementerian Lingkungan Hidup untuk tahun 2009-2010.

Edukasi kesehatan masyarakat, pilar kedua dari program CSR kami, merupakan salah satu dari komitmen paling awal kami, dan kampanye kami tentang kebiasaan hygiene yang baik telah memberi manfaat kepada ribuan orang di seluruh negeri. Edukasi kesehatan merupakan kesatuan integral dari promosi dua *brand* utama kami, Lifebuoy dan Pepsodent. Dua *brand* tersebut memberikan bendera untuk kampanye cuci-tangan dan gosok-gigi kami di sekolah maupun komunitas.

Sebagai anggota pengurus Indonesian Business Coalition on AIDS (IBCA), kami telah melanjutkan upaya untuk berperan di jajaran terdepan dalam komunitas bisnis dalam mengelola dan meningkatkan kesadaran terhadap program edukasi HIV/AIDS di lingkungan kerja, sejalan dengan Undang-Undang Keselamatan Kerja di Indonesia dan Kode Etik ILO tentang HIV/AIDS dan dunia kerja. Kami juga telah mengembangkan program edukasi tentang HIV/AIDS bagi komunitas dan sekolah-sekolah, dimana kami melaksanakan pelatihan baik untuk para guru maupun para siswa sebagai Duta AIDS untuk memulai dialog dengan rekan-sebaya mereka tentang pencegahan infeksi HIV dan mengurangi stigma dan diskriminasi terhadap pengidap penyakit tersebut. Komitmen kami dalam mewujudkan perbedaan dalam tanggapan terhadap HIV/AIDS telah memperoleh pengakuan dari Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi, yang menempatkan kami dalam peringkat ke-12 untuk keseluruhan prestasi Perusahaan dalam upaya pencegahan HIV/AIDS di lingkungan kerja, yang menghasilkan Gold Award. Kami juga meraih penghargaan sebagai juara dalam Metro TV MDG Award tahun 2010 atas kegiatan kami dalam mewujudkan tujuan ke-6 Millennium Development, yaitu Melawan HIV/AIDS, malaria dan penyakit-penyakit lain.

Pelaksanaan Program Peningkatan Kesehatan Terpadu kami telah menghasilkan serangkaian prestasi, yaitu:

- Program sekolah: siswa di 2,187 sekolah dasar di kawasan DKI Jakarta, Jawa Barat dan Jawa Timur telah dilatih oleh 15,861 'dokter kecil' dalam program cuci tangan dengan sabun dan gosok gigi dua kali sehari.

managing emissions, hazardous waste and other environmental impact indicators. Our factories in Cikarang and Rungkut were awarded a Green rating in the Ministry of Environment's Corporate Environmental Performance Rating (Proper) for 2009-2010.

Public health education, the second pillar of our CSR programme, was one of our earliest commitments, and our campaigning on good hygiene habits has benefitted thousands of people nationwide. Hygiene education is an integral element of the promotion of two of our leading brands, Lifebuoy and Pepsodent. The two brands provide a familiar banner for our hand washing and toothbrushing campaigns in schools and communities.

As a board member of the Indonesian Business Coalition on AIDS (IBCA), we have continued to take a lead in the business community in managing and raising awareness on HIV/AIDS in the workplace, in line with Indonesia's work safety laws and the ILO Code of Practice on HIV/AIDS and the world of work. We have also extended our HIV/AIDS education programme into the community and into schools, where we are training both teachers and student ambassadors for AIDS to initiate dialogue with their peers on preventing HIV infection and reducing stigma and discrimination against people living with the disease. Our commitment to making a difference in the HIV/AIDS response was recognised by the Ministry of Labour and Transmigration, who ranked us 12th overall for corporate achievement in HIV/AIDS prevention in the workplace, earning us a Gold award. We were also honoured to be a winner at the 2010 Metro TV MDGs Awards for our action on 6th Millennium Development Goal: Combating HIV/AIDS, malaria and other diseases.

Integrated Health Promotion Programme - IHPP has marked the following achievements:

- The school programme: Students at 2,187 primary schools in DKI Jakarta, West Java, and East Java were trained by 15,861 little doctors on handwashing with soap and twice a day tooth brushing.

- Program desa sehat didukung oleh 23,850 kader kesehatan dan mereka membantu masyarakat di empat wilayah DI Yogyakarta untuk menerapkan program pengembangan kesehatan yang lebih baik.
- Program pasar sehat telah melengkapi fasilitas umum di dua pasar setempat dengan fasilitas cuci tangan dan tempat asuh anak, sedangkan para pedagang dilatih untuk menanggulangi peristiwa kebakaran.
- Melalui Program untuk ANAK, sekitar 3,800 anak dibawah usia tiga tahun telah mengikuti kegiatan pendidikan anak usia dini di 113 PAUD di tiga kecamatan provinsi Jawa Timur.

Pilar CSR ketiga kami, usaha kecil dan menengah (UKM) berfokus pada peningkatan kondisi para petani melalui pemberian bantuan teknis agribisnis, bibit kualitas unggul, akses kredit murah melalui koperasi dan akses kepada pasar. Di tahun 2010 kami melanjutkan program kemitraan dengan Fakultas Pertanian Universitas Gadjah Mada dan 7,000 petani kacang kedelai hitam di sembilan kabupaten di Jawa Tengah dan Timur. Sebagai hasilnya, produktivitas petani telah mengalami peningkatan yang signifikan, dengan hasil panen jauh di atas angka rata-rata nasional, dan kini mereka memasok sebesar 30% dari kebutuhan produksi kami. Salah satu prioritas kami dalam pola ini adalah meningkatkan akses kaum perempuan terhadap sumber daya, dan hal ini telah diakui ketika pada bulan Juli 2010 kami meraih Stevie Award dari American Business Awards sebagai bentuk Penghargaan Istimewa atas Pemberdayaan Kaum Perempuan Pedesaan: Perempuan sebagai Agen Perubahan.

Kami memperkenalkan agenda keberlanjutan untuk gula kelapa dengan meningkatkan kesadaran para petani terhadap kondisi jangka panjang dari tanaman kelapa yang mereka ambil buahnya. Tindakan praktis yang dilakukan adalah dengan memberi pupuk serta melakukan penanaman kembali di tempat pohon yang mati atau lapuk di lahan mereka. Selama tahun bersangkutan, 10,000 pohon telah ditanam di Pangandaran, Lampung dan Sukabumi, sehingga keseluruhan pohon kelapa yang sudah ditanam sejak 2009 berjumlah 22,500 pohon. Tujuan dari prakarsa ini adalah untuk meningkatkan penghasilan para petani kelapa, sekaligus mengembangkan pasokan yang berkelanjutan untuk produk kecap Bango.

- The healthy village programme was supported by 23.850 health cadres and they helped community in four districts of DI Yogyakarta to implement a better health development plan.
- Healthy market programme had improved the facility at two local markets with handwashing facility and children day care while traders also trained to fight fire incident.
- Around 3.800 children under 3-year age participated in 113 PAUD (early child education centre) of three districts in East Java province under KID's programme.

Our third CSR pillar, small and medium enterprises (SMEs) focuses particularly on improving conditions for farmers through the provision of assistance with agribusiness techniques, high quality seeds, access to low-cost credit through cooperatives and access to markets. In 2010 we continued our partnership with the Agriculture Faculty of Gadjah Mada University and 7.000 black soybean farmers in nine regencies in Central and East Java. As a result of these inputs, the farmers' productivity has improved significantly, with yields well above the national average, and they are now supplying 30% of our production needs. One of our priorities in this scheme has been to improve women's access to resources, and this was recognised in July 2010 when we won a Stevie Award from the American Business Awards as a Distinguished Honouree for Rural Women's Empowerment: Women as Agents of Change.

We introduced sustainability agenda in coconut sugar by empowering farmers to be aware of the long-term condition of the coconut trees they sap. The practical actions are applying fertilisers as well as replanting any missing or old trees in their area. 10.000 trees were planted in Pangandaran, Lampung, and Sukabumi in the year 2010, totaling 22.500 trees planted since 2009. The objective of this initiative was to improve the livelihood of coconut sugar farmers, while developing sustainable supply for Bango.

Bantuan kemanusiaan dan korban bencana merupakan pilar keempat dan terakhir dari program CSR kami. Melalui program ini kami menyalurkan dana untuk berbagai program dan aktivitas kesehatan dan kesejahteraan sosial. Pada 2010, misalnya, kami memberikan bantuan bagi lima puskesmas di Bantul, Jawa Tengah, yang melayani sebagian besar petani yang menjadi mitra binaan kami. Seluruh mitra kami tersebut berhak untuk memperoleh pengobatan gratis di sejumlah Puskesmas tersebut.

Di negara yang rentan terhadap gempa bumi, tsunami, letusan gunung berapi dan banjir seperti Indonesia, kemampuan untuk memobilisasi langkah tanggap-darurat yang cepat terhadap kejadian bencana sangat penting dalam mengurangi dampaknya. Dengan mengkoordinasikan kerjasama tim penanggulangan bencana kami dengan organisasi nirlaba Aksi Cepat Tanggap dan memanfaatkan secara efektif penggunaan jaringan distribusi dan pasokan kami yang luas, kami memastikan bahwa kami selalu berada bersama para tim tanggap darurat pertama, membawa persediaan kebutuhan pokok yang diperlukan masyarakat di lokasi, sekaligus berpartisipasi dalam upaya pemulihan dan pembangunan kembali. Contohnya di tahun 2010, kami menyediakan produk pendukung dan berupaya mengkoordinasi penggalangan dana untuk masyarakat di area Yogyakarta yang terkena dampak dari erupsi Gunung Merapi. Kami juga memberikan kontribusi dalam renovasi dan rekonstruksi atas bangunan-bangunan sekolah, termasuk menyelesaikan pekerjaan dua sekolah yang mengalami kerusakan akibat gempa bumi di Padang pada tahun 2009. Faktor kunci dalam mengurangi dampak atas bencana tersebut adalah meningkatkan kewaspadaan atas risiko-risiko dan memastikan masyarakat yang rentan siap untuk mengambil tindakan yang sesuai saat bencana tersebut terjadi. Sebagai partisipan yang aktif dalam platform nasional untuk pengurangan risiko bencana, Unilever mendukung 'One Million Safe Schools and Hospitals' dengan kampanye dan promosi training dalam kesiapan menghadapi bencana.

Humanitarian aid and disaster relief is the fourth and last pillar of our CSR programme. Under this programme we channel funds to a variety of health and social welfare activities and programmes. In 2010, for example, we supported five primary health centres in Bantul, Central Java, which serve many of the farmers we cooperate with through our partnership programme. All of these partners are eligible for free medical treatment at these health centres.

In a country as vulnerable to earthquakes, tsunamis, volcanic eruptions and floods as Indonesia, the ability to mobilise a rapid response in the event of a disaster is critical to minimising its impact. By coordinating our disaster relief work with non-profit organisation *Aksi Cepat Tanggap* and making effective use of our extensive distribution and supply network we ensure that we can always be among the first responders, bringing vital supplies to people in need, as well as participating in recovery and rebuilding efforts. In 2010, for example, we provided product support and coordinated fundraising efforts for people in the Yogyakarta area who were affected by the eruption of Mount Merapi. We also contributed to the renovation and reconstruction of school buildings, including completing work on two schools that suffered severe damage in the 2009 earthquake in Padang. A key factor in reducing the impact of such disasters is raising awareness of the risks and ensuring that vulnerable communities are prepared to take appropriate action when such events do occur. As an active participant in the National Platform for Disaster Risk Reduction, Unilever is supporting its 'One Million Safe Schools and Hospitals' campaign and promotion training on disaster preparedness.

Dengan kehadiran Unilever Indonesia di berbagai tempat memungkinkan integrasi dari program kesehatan dan lingkungan. Tujuan program tanggung jawab sosial kami adalah berkontribusi menciptakan kehidupan yang lebih baik bagi masyarakat Indonesia, karena itu kami secara proaktif berbagi pelajaran yang telah kami petik dari penerapan program CSR kami, dan menyambut baik minat dan perhatian dari perusahaan lain, lembaga, pemerintah daerah dan para individu yang ingin mereplikasi program-program kami dalam lingkungan mereka masing-masing.

Brand-brand kami merupakan bagian tak terpisahkan dari strategi CSR kami. Beberapa *brand* unggulan kami pun menjalankan misi sosial *brand* misalnya, Lifebuoy dengan kesehatan, dan Blue Band dengan nutrisi—yang memberikan peluang bagi kami untuk menciptakan dampak dari isu yang memengaruhi bukan hanya konsumen tetapi juga masyarakat pada umumnya (Lihat data misi *brand*). Sebuah *brand* penting pembawa misi yang diluncurkan tahun 2010 adalah sistem pemurnian air rumah tangga kami, Pureit. Pureit adalah sistem penyaringan karbon yang mudah dan terjangkau yang secara efektif menghilangkan bakteri, pestisida dan parasit berbahaya, sehingga menghasilkan air yang aman untuk diminum. Mayoritas masyarakat Indonesia memperoleh air minum melalui pengiriman, yang meninggalkan jejak karbon yang signifikan akibat penggunaan angkutan, atau melalui jerangan air sumur tanah, yang menggunakan energi dan melepaskan gas ke lingkungan. Pureit, sebaliknya, tidak memerlukan gas maupun listrik, dan merupakan contoh ideal bagaimana bisnis kami dan misi tanggung jawab sosial kami bergabung untuk berkontribusi terhadap rencana kehidupan berkelanjutan dari Unilever.

Unilever Indonesia has a presence in many places so health and environment programmes are integrated. Our social responsibility goal is to contribute to creating a better life story for all Indonesians, so we are proactive in sharing the lessons we have learned from implementing our CSR programme, and we welcome interest from other corporations, organisations, local governments and individuals who wish to replicate our models in their own environments.

Our brands are an integral part of our CSR strategy. Several of our top brands are aligned with a relevant mission—Lifebuoy with hygiene, and Blue Band with nutrition, for example—that offers the opportunity for us to make an impact on issues that affect not just our consumers but society as a whole (see list of brand missions). An important brand with a mission launched in 2010 was our household water purification system, Pureit. Pureit is a simple and affordable carbon filtration system that effectively removes harmful bacteria, pesticides and parasites, leaving safe drinking water. The majority of people in Indonesia get their drinking water either by having it delivered, which leaves a significant carbon footprint due to the use of transportation, or by boiling tap or well water, which uses energy and releases gases into the atmosphere. Pureit, on the other hand, requires neither gas nor electricity, and is an excellent example of how our business and social responsibility missions converge to contribute to Unilever’s sustainable living plan.



Misi Sosial Brand

Brand Social Missions



Bango

Menjaga warisan kuliner Nusantara dan meningkatkan penghidupan petani kedelai hitam
Preserving the culinary heritage of the Archipelago and enhancing the livelihood of black soy bean farmers



Blue Band

Setiap anak berhak mendapatkan nutrisi yang baik
Every child has the right for good nutrition



SariWangi

Mengajak wanita Indonesia untuk dapat berkomunikasi secara terbuka dan sejajar dengan pasangan mereka, melalui waktu untuk minum teh yang berkualitas
Inviting Indonesian women to communicate openly and equally with their partners, through quality tea moments



Taro

Membantu anak-anak Indonesia untuk menikmati kehidupan yang berbahagia dan penuh petualangan yang mereka patut miliki
Helping Indonesian children to have the fun, adventure and happy life they deserve



Sunsilk

Menginspirasi perempuan Indonesia untuk menyadari sifat dasar dan kekuatan mereka agar mereka dapat memberikan yang terbaik bagi diri mereka sendiri dan memberikan manfaat bagi orang-orang di sekitar mereka, serta menginspirasi gadis-gadis remaja putus sekolah untuk mewujudkan potensi mereka agar mereka dapat mandiri dan menikmati kesempatan yang sama yang dimiliki oleh rekan-rekan seusia mereka yang terus bersekolah
Inspiring Indonesian women to discover their natures and strengths to give the best for themselves and to benefit the people around them, and inspiring drop-out teenage girls to unleash their potential to be independent and enjoy the same opportunity as their fortunate peers who continue schooling



Close Up

Menggerakkan generasi muda Indonesia untuk melihat, merasakan, mendengar dan mengambil tindakan untuk menyebarkan informasi untuk mencegah HIV/AIDS
Mobilising Indonesian youths to see, feel, hear and take action to help spread information in the prevention of HIV/AIDS



Dove

Membuat perempuan merasa cantik setiap hari
Making women feel beautiful every day



Lifebuoy

Membuat 220 juta penduduk Indonesia merasa aman dengan meningkatkan kondisi kesehatan dan higiene mereka
Making 220 million Indonesians feel safe and secure by improving their health and hygiene needs



Citra

Memberdayakan perempuan Indonesia
Empowering Indonesian women



Molto Ultra Sekali Bilas

Mengajak keluarga Indonesia untuk menggeser paradigma mereka dalam menggunakan air untuk menghemat energi dan menyelamatkan lingkungan
Encouraging Indonesian families to shift their paradigm of water use, to conserve energy and save the environment



Pepsodent

Meningkatkan kesehatan gigi dan mulut masyarakat sehingga mereka dapat menikmati hidup lebih baik
Improving people's oral health so that they can better enjoy their life



Rinso

Membantu anak-anak Indonesia belajar dan berkembang dengan memberikan mereka kebebasan untuk menikmati hidup tanpa takut kotor
Helping Indonesian children learn and develop by encouraging them the freedom to experience life without fear of getting dirty



Sunlight

Memberdayakan perempuan Indonesia agar mereka dapat berkontribusi kepada keluarga mereka dan kepada masyarakat, dengan jalan melengkapi mereka dengan serangkaian pelatihan dan workshop yang berguna yang dapat memperkaya pengetahuan dan keterampilan mereka
Empowering Indonesian women to contribute more to their family and community, by equipping them with a series of useful trainings and workshops that enrich their knowledge and skills

Dewan Komisaris dan Direksi bertanggung jawab atas kebenaran isi Laporan Tahunan 2010

The Board of Commissioners and Board of Directors are responsible for the content of the Annual Report 2010



Jan Zijdeveld
Presiden Komisaris / President Commissioner



Bambang Subianto
Komisaris / Commissioner



Cyrillus Harinowo
Komisaris / Commissioner



Erry Firmansyah
Komisaris / Commissioner



Maurits Daniel Rudolf Lalisang
Presiden Direktur / President Director



Franklin Chan Gomez
Direktur / Director



Joseph Batona
Direktur / Director



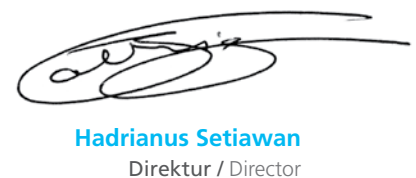
Debora Herawati Sadrach
Direktur / Director



Okty Damayanti
Direktur / Director



Biswaranjan Sen
Direktur / Director



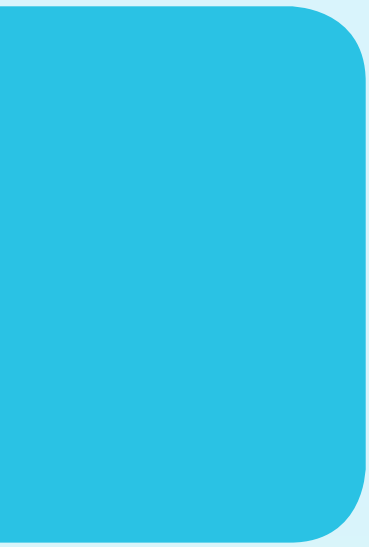
Hadrianus Setiawan
Direktur / Director

Bapak Surya Dharma Mandala telah mengundurkan diri sebagai Direktur Perseroan sejak 1 November 2010
Mr. Surya Dharma Mandala stepped down as a member of the Board of Directors as of 1 November 2010

Laporan Keuangan Konsolidasian

Consolidated Financial Statements





Daftar Isi

Contents

	Lampiran/Schedule	
Pernyataan Direksi		<i>Directors' Statement</i>
Laporan Auditor Independen		<i>Independent Auditor's Report</i>
Neraca Konsolidasian	1/1 – 1/2	<i>Consolidated Balance Sheets</i>
Laporan Laba Rugi Konsolidasian	2	<i>Consolidated Statements of Income</i>
Laporan Perubahan Ekuitas		<i>Consolidated Statements of Changes</i>
Konsolidasian	3	<i>in Equity</i>
Laporan Arus Kas Konsolidasian	4/1 – 4/2	<i>Consolidated Statements of Cash Flows</i>
Catatan atas Laporan Keuangan		<i>Notes to the Consolidated Financial</i>
Konsolidasian	5/1 – 5/53	<i>Statements</i>
Informasi Tambahan	5/54 – 5/59	Supplementary Information



**SURAT PERNYATAAN DIREKSI
TENTANG TANGGUNG JAWAB ATAS LAPORAN
KEUANGAN KONSOLIDASIAN
PT UNILEVER INDONESIA Tbk.
DAN ANAK PERUSAHAAN ("GRUP")
TANGGAL 31 DESEMBER 2010 DAN 2009
DAN UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR PADA
TANGGAL-TANGGAL TERSEBUT**

**DIRECTORS' STATEMENT
REGARDING RESPONSIBILITY FOR
PT UNILEVER INDONESIA Tbk.
AND SUBSIDIARIES (THE "GROUP")
CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS
AS AT 31 DECEMBER 2010 AND 2009
AND FOR THE YEARS THEN ENDED**

Kami yang bertanda tangan di bawah ini:

We, the undersigned:

1.	Nama Alamat kantor	Maurits Daniel Rudolf Lalisang Graha Unilever, Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 15 Jakarta 12930	Name Office Address
	Alamat domisili/sesuai KTP atau kartu identitas lain Nomor telepon Jabatan	Jl. H. Kair No. 9A, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 021 – 5262112 Presiden Direktur/President Director	Address of domicile/ based on ID card or other identity document Telephone No. Position
2.	Nama Alamat kantor	Franklin Chan Gomez Graha Unilever, Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 15 Jakarta 12930	Name Office Address
	Alamat domisili/sesuai KTP atau kartu identitas lain Nomor telepon Jabatan	Ritz Carlton Pacific Place Jl. Jend. Sudirman Kav. 52-53, Jakarta 021 – 5262112 Direktur/Director	Address of domicile/ based on ID card or other identity document Telephone No. Position

menyatakan bahwa:

declare that:

- | | |
|--|--|
| 1. Kami bertanggung jawab atas penyusunan dan penyajian laporan keuangan konsolidasian Grup; | 1. <i>We are responsible for the preparation and presentation of the Group's consolidated financial statements;</i> |
| 2. Laporan keuangan konsolidasian Grup telah disusun dan disajikan sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum di Indonesia; | 2. <i>The Group's consolidated financial statements have been prepared and presented in accordance with accounting principles generally accepted in Indonesia;</i> |
| 3.a. Semua informasi dalam laporan keuangan konsolidasian Grup telah dimuat secara lengkap dan benar; | 3.a. <i>All information has been fully and correctly disclosed in the Group's consolidated financial statements;</i> |
| b. Laporan keuangan konsolidasian Grup tidak mengandung informasi atau fakta material yang tidak benar, dan tidak menghilangkan informasi atau fakta material; | b. <i>The Group's consolidated financial statements do not contain any false material information or facts, nor do they omit material information or facts;</i> |
| 4. Kami bertanggung jawab atas sistem pengendalian internal dalam Grup. | 4. <i>We are responsible for the Group's internal control systems.</i> |

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya, dan ditandatangani sesuai dengan ketentuan Pasal 20-8 Anggaran Dasar PT Unilever Indonesia Tbk.

This is our declaration, which has been made truthfully, and signed in accordance with the provision of Article 20-8 of the Articles of Association of PT Unilever Indonesia Tbk.

Jakarta, 23 Maret / March 2011

Maurits Daniel Rudolf Lalisang
Maurits Daniel Rudolf Lalisang
Presiden Direktur / President Director



Franklin Chan Gomez
Franklin Chan Gomez
Direktur / Director



**LAPORAN AUDITOR INDEPENDEN
KEPADA PARA PEMEGANG SAHAM**

**INDEPENDENT AUDITORS' REPORT
TO THE SHAREHOLDERS OF**

PT UNILEVER INDONESIA Tbk

Kami telah mengaudit neraca konsolidasian PT Unilever Indonesia Tbk ("Perseroan") dan anak perusahaan tanggal 31 Desember 2010 dan 2009, serta laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas dan laporan arus kas konsolidasian untuk tahun yang berakhir pada tanggal-tanggal tersebut. Laporan keuangan konsolidasian adalah tanggung jawab manajemen Perseroan. Tanggung jawab kami terletak pada pernyataan pendapat atas laporan keuangan konsolidasian berdasarkan audit kami.

Kami melaksanakan audit berdasarkan standar auditing yang ditetapkan Institut Akuntan Publik Indonesia. Standar tersebut mengharuskan kami merencanakan dan melaksanakan audit agar memperoleh keyakinan memadai bahwa laporan keuangan bebas dari salah saji material. Suatu audit meliputi pemeriksaan, atas dasar pengujian, bukti-bukti yang mendukung jumlah-jumlah dan pengungkapan dalam laporan keuangan. Audit juga meliputi penilaian atas prinsip akuntansi yang digunakan dan estimasi signifikan yang dibuat oleh manajemen, serta penilaian terhadap penyajian laporan keuangan secara keseluruhan. Kami yakin bahwa audit kami memberikan dasar memadai untuk menyatakan pendapat.

Menurut pendapat kami, laporan keuangan konsolidasian yang kami sebut di atas menyajikan secara wajar, dalam semua hal yang material, posisi keuangan konsolidasian PT Unilever Indonesia Tbk dan anak perusahaan tanggal 31 Desember 2010 dan 2009, serta hasil usaha dan arus kas konsolidasian untuk tahun yang berakhir pada tanggal-tanggal tersebut sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum di Indonesia.

We have audited the accompanying consolidated balance sheets of PT Unilever Indonesia Tbk (the "Company") and subsidiaries as at 31 December 2010 and 2009 and the related consolidated statements of income, changes in equity and cash flows for the years then ended. These consolidated financial statements are the responsibility of the Company's management. Our responsibility is to express an opinion on these consolidated financial statements based on our audits.

We conducted our audits in accordance with auditing standards established by the Indonesian Institute of Certified Public Accountants. These standards require that we plan and perform the audit to obtain reasonable assurance that the financial statements are free of material misstatement. An audit includes examining, on a test basis, evidence supporting the amounts and disclosures in the financial statements. An audit also includes assessing the accounting principles used and significant estimates made by management, as well as evaluating the overall presentation of the financial statements. We believe that our audits provide a reasonable basis for our opinion.

In our opinion, the consolidated financial statements referred to above present fairly, in all material respects, the consolidated financial position of PT Unilever Indonesia Tbk and subsidiaries as at 31 December 2010 and 2009, and the consolidated results of their operations and their cash flows for the years then ended, in conformity with accounting principles generally accepted in Indonesia.

Kantor Akuntan Publik Tanudiredja, Wibisana & Rekan
Plaza 89, Jl. H.R. Rasuna Said Kav. X-7 No.6 Jakarta 12940 - INDONESIA, P.O. Box 2473 JKP 10001
T: +62 21 5212901, F: +62 21 52905555 / 52905050, www.pwc.com/id

Nomor Izin Usaha: KEP-151/KM.1/2010.

A110323003/DC2/CAW/1/2011



Audit kami dilaksanakan dengan tujuan untuk menyatakan pendapat atas laporan keuangan konsolidasian secara keseluruhan. Informasi tambahan yang terlampir pada Lampiran 5/54 sampai dengan Lampiran 5/59 mengenai informasi keuangan PT Unilever Indonesia Tbk (induk perusahaan saja) pada dan untuk tahun yang berakhir pada tanggal-tanggal 31 Desember 2010 dan 2009 disajikan untuk tujuan analisis tambahan dan bukan merupakan bagian laporan keuangan konsolidasian yang diharuskan menurut prinsip akuntansi yang berlaku umum di Indonesia. Informasi tambahan tersebut telah tercakup dalam prosedur audit yang kami lakukan atas audit laporan keuangan konsolidasian dan menurut pendapat kami, dalam segala hal yang material, telah disajikan secara wajar, dalam hubungannya dengan laporan keuangan konsolidasian secara keseluruhan.

Our audit was conducted for the purpose of expressing an opinion on the consolidated financial statements taken as a whole. The supplementary information on Schedule 5/54 to Schedule 5/59 in respect of PT Unilever Indonesia Tbk (parent company only) financial information as at and for the years ended 31 December 2010 and 2009 is presented for the purpose of additional analysis and is not a required part of the consolidated financial statements in accordance with accounting principles generally accepted in Indonesia. Such supplementary information has been subject to the auditing procedures applied in the audit of the consolidated financial statements and in our opinion, is fairly stated in all material aspects in relation to the consolidated financial statements taken as a whole.

JAKARTA
23 Maret/March 2011

Chrisna A. Wardhana, CPA

Surat Izin Praktik Akuntan Publik/ License of Public Accountant No. 04.1.0943

NOTICE TO READERS

The accompanying consolidated financial statements are not intended to present the consolidated financial position, results of operations and cash flows in accordance with accounting principles and practices generally accepted in countries and jurisdictions other than Indonesia. The standards, procedures, and practices utilised to audit such consolidated financial statements may differ from those generally accepted in countries and jurisdictions other than Indonesia. Accordingly, the accompanying consolidated financial statements and the auditor's report thereon are not intended for use by those who are not informed about Indonesian accounting principles and auditing standards, and their application in practice.

A110323003/DC2/CAW/I/2011

**PT Unilever Indonesia Tbk dan Anak Perusahaan
Neraca Konsolidasian
31 Desember 2010 dan 2009**

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

**PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiaries
Consolidated Balance Sheets
As at 31 December 2010 and 2009**

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2010	Catatan/ Notes	2009	
ASET				ASSETS
Aset Lancar				Current Assets
Kas dan setara kas	317,759	2d, 3	858,322	Cash and cash equivalents
Piutang usaha (Setelah dikurangi penyisihan piutang tidak tertagih sebesar Rp 3.981 pada tahun 2010 dan Rp 1.895 pada tahun 2009)				Trade debtors (Net of allowance for doubtful accounts of Rp 3,981 in 2010 and Rp 1,895 in 2009)
- Pihak ketiga	1,445,450	2g, 4	1,133,460	Third parties -
- Pihak hubungan istimewa	122,088	2c, 4	124,461	Related parties -
Uang muka dan piutang lain-lain - Pihak ketiga - Pihak hubungan istimewa	182,773 2,322	5 2c, 8c	87,334 2,918	Advances and other debtors Third parties - Related parties -
Persediaan (Setelah dikurangi penyisihan persediaan usang dan persediaan tidak terpakai/tidak laris sebesar Rp 63.306 pada tahun 2010 dan Rp 25.668 pada tahun 2009)	1,574,060	2h, 6	1,340,036	Inventories (Net of provision for obsolete and unused/slow moving inventories of Rp 63,306 in 2010 and Rp 25,668 in 2009)
Pajak dibayar di muka	51,533	2s, 16c	13,399	Prepaid taxes
Beban dibayar di muka	52,145	2o, 9	41,781	Prepaid expenses
Jumlah Aset Lancar	3,748,130		3,601,711	Total Current Assets
Aset Tidak Lancar				Non-Current Assets
Aset tetap (Setelah dikurangi akumulasi penyusutan sebesar Rp 913.074 pada tahun 2010 dan Rp 752.024 pada tahun 2009)	4,148,778	2i, 2j, 10a	3,035,915	Fixed assets (Net of accumulated depreciation of Rp 913,074 in 2010 and Rp 752,024 in 2009)
Goodwill (Setelah dikurangi akumulasi amortisasi sebesar Rp 22.029 pada tahun 2010 dan Rp 15.583 pada tahun 2009)	61,925	2l, 11	68,371	Goodwill (Net of accumulated amortisation of Rp 22,029 in 2010 and Rp 15,583 in 2009)
Aset tidak berwujud (Setelah dikurangi akumulasi amortisasi sebesar Rp 353.522 pada tahun 2010 dan Rp 240.085 pada tahun 2009)	646,356	2m, 12	672,550	Intangible assets (Net of accumulated amortisation of Rp 353,522 in 2010 and Rp 240,085 in 2009)
Beban pensiun dibayar di muka	45,696	2t, 19	51,385	Prepaid pension expense
Aset lain-lain	50,377	13	55,058	Other assets
Jumlah Aset Tidak Lancar	4,953,132		3,883,279	Total Non-Current Assets
JUMLAH ASET	8,701,262		7,484,990	TOTAL ASSETS

Catatan atas laporan keuangan konsolidasian merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan konsolidasian.

The accompanying notes form an integral part of these consolidated financial statements.

Lampiran 1/1 Schedule

PT Unilever Indonesia Tbk dan Anak Perusahaan
Neraca Konsolidasian
31 Desember 2010 dan 2009

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiaries
Consolidated Balance Sheets
As at 31 December 2010 and 2009

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2010	Catatan/ Notes	2009	
KEWAJIBAN				LIABILITIES
Kewajiban Lancar				Current Liabilities
Pinjaman jangka pendek	190,000	2q, 14	-	Short-term loans
Hutang usaha				Trade creditors
- Pihak ketiga	1,612,672	2r, 15	1,358,070	Third parties -
- Pihak hubungan istimewa	203,921	2c, 15	71,621	Related parties -
Hutang pajak	208,778	2s, 16d	317,931	Taxes payable
Beban yang masih harus dibayar	1,460,974	17	1,481,827	Accrued expenses
Hutang lain-lain				Other liabilities
- Pihak ketiga	555,057	18	225,420	Third parties -
- Pihak hubungan istimewa	171,538	2c, 8d	134,319	Related parties -
Jumlah Kewajiban Lancar	4,402,940		3,589,188	Total Current Liabilities
Kewajiban Tidak Lancar				Non-Current Liabilities
Kewajiban pajak tangguhan	49,939	2s, 16b	27,252	Deferred tax liabilities
Kewajiban imbalan kerja	199,530	2t, 19	159,975	Employee benefits obligations
Jumlah Kewajiban Tidak Lancar	249,469		187,227	Total Non-Current Liabilities
Jumlah Kewajiban	4,652,409		3,776,415	Total Liabilities
HAK MINORITAS	3,434	20a	5,756	MINORITY INTERESTS
EKUITAS				EQUITY
Modal saham	76,300	2v, 21	76,300	Share capital
(Modal dasar, seluruhnya ditempatkan dan disetor penuh: 7.630.000.000 lembar saham biasa dengan nilai nominal Rp 10 (nilai penuh) per lembar saham untuk tahun 2010 dan 2009)				(Authorised, issued and fully paid-up: 7,630,000,000 common shares at a par value of Rp 10 (full amount) per share for 2010 and 2009)
Agio saham	15,227	2v, 22	15,227	Capital paid in excess of par value
Selisih nilai transaksi restrukturisasi entitas sepengendali	80,773	2c, 23	80,773	Balance arising from restructuring transactions between entities under common control
Saldo laba yang dicadangkan	15,260	25	15,260	Appropriated retained earnings
Saldo laba yang belum dicadangkan	3,857,859		3,515,259	Unappropriated retained earnings
Jumlah Ekuitas	4,045,419		3,702,819	Total Equity
JUMLAH KEWAJIBAN DAN EKUITAS	8,701,262		7,484,990	TOTAL LIABILITIES AND EQUITY

Catatan atas laporan keuangan konsolidasian merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan konsolidasian.

The accompanying notes form an integral part of these consolidated financial statements.

Lampiran 1/2 Schedule

PT Unilever Indonesia Tbk dan Anak Perusahaan
Laporan Laba Rugi Konsolidasian
Untuk Tahun-Tahun Yang Berakhir Pada
31 Desember 2010 dan 2009

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiaries
Consolidated Statements of Income
For The Years Ended
31 December 2010 and 2009

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2010	Catatan/ Notes	2009	
PENJUALAN BERSIH	19,690,239	2p, 26	18,246,872	NET SALES
HARGA POKOK PENJUALAN	(9,485,274)	2p, 27	(9,205,131)	COST OF GOODS SOLD
LABA KOTOR	10,204,965		9,041,741	GROSS PROFIT
BEBAN USAHA	(5,662,340)		(4,826,850)	OPERATING EXPENSES
Beban pemasaran dan penjualan	(4,523,283)	2p, 28a	(3,743,895)	<i>Marketing and selling expenses</i>
Beban umum dan administrasi	(1,139,057)	2p, 28b	(1,082,955)	<i>General and administration expenses</i>
LABA USAHA	4,542,625		4,214,891	OPERATING INCOME
(BEBAN)/PENGHASILAN LAIN-LAIN	(3,982)		33,699	OTHER (EXPENSES)/INCOME
Keuntungan pelepasan aset tetap (Kerugian)/keuntungan selisih kurs, bersih	318	2i, 10d	444	<i>Gain on disposal of fixed asset (Loss)/gain on foreign exchange, net</i>
Penghasilan bunga	(10,768)	2e	2,413	<i>Interest income</i>
Beban bunga	36,395		40,500	<i>Interest expense</i>
	(29,927)		(9,658)	
LABA SEBELUM PAJAK PENGHASILAN	4,538,643		4,248,590	PROFIT BEFORE INCOME TAX
Beban pajak penghasilan	(1,153,995)	2s, 16a	(1,205,236)	<i>Income tax expense</i>
LABA SEBELUM HAK MINORITAS	3,384,648		3,043,354	INCOME BEFORE MINORITY INTERESTS
HAK MINORITAS ATAS BAGIAN RUGI BERSIH ANAK PERUSAHAAN	2,322	20b	753	MINORITY INTERESTS IN NET LOSS OF SUBSIDIARY
LABA BERSIH	3,386,970		3,044,107	NET INCOME
LABA BERSIH PER SAHAM DASAR (dinyatakan dalam nilai penuh Rupiah per saham)	444	2x, 30	399	BASIC EARNINGS PER SHARE <i>(expressed in Rupiah full amount per share)</i>

Catatan atas laporan keuangan konsolidasian merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan konsolidasian.

The accompanying notes form an integral part of these consolidated financial statements.

Lampiran 2 Schedule

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Catatan/ Notes	Modal saham/ Share capital	Agio saham/ Capital paid in excess of par value	Selisih nilai transaksi restrukturisasi entitas sepengendali/ Balance arising from restructuring transactions between entities under common control	Saldo laba yang dicadangkan/ Appropriated retained earnings	Saldo laba yang belum dicadangkan/ Unappropriated retained earnings	Jumlah/Total
Saldo per 1 Januari 2009	76,300	15,227	80,773	15,260	2,912,752	Balance as at 1 January 2009 3,100,312
Laba bersih tahun berjalan	-	-	-	-	3,044,107	Net income for the year 3,044,107
Dividen	-	-	-	-	(2,441,600)	Dividends (2,441,600)
Saldo per 31 Desember 2009	76,300	15,227	80,773	15,260	3,515,259	Balance as at 31 December 2009 3,702,819
Laba bersih tahun berjalan	-	-	-	-	3,386,970	Net income for the year 3,386,970
Dividen	-	-	-	-	(3,044,370)	Dividends (3,044,370)
Saldo per 31 Desember 2010	76,300	15,227	80,773	15,260	3,857,859	Balance as at 31 December 2010 4,045,419

Catatan atas laporan keuangan konsolidasian merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan konsolidasian.

The accompanying notes form an integral part of these consolidated financial statements.

Lampiran 3 Schedule

PT Unilever Indonesia Tbk dan Anak Perusahaan
Laporan Arus Kas Konsolidasian
Untuk Tahun-Tahun Yang Berakhir Pada
31 Desember 2010 dan 2009

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiaries
Consolidated Statements of Cash Flows
For The Years Ended
31 December 2010 and 2009

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2010	Catatan/ Notes	2009	
Arus kas dari aktivitas operasi				Cash flows from operating activities
Penerimaan dari pelanggan	21,263,743		19,704,297	Receipts from customers
Pembayaran kepada pemasok	(14,903,716)		(13,849,849)	Payments to suppliers
Pembayaran remunerasi direksi dan karyawan	(849,176)		(718,456)	Payments of directors' and employees' remuneration
Pembayaran imbalan kerja	(26,642)	19	(72,923)	Payments of employee benefits
Pembayaran untuk beban jasa dan royalti	(643,432)		(587,192)	Payments of service fees and royalty
Kas yang dihasilkan dari operasi	4,840,777		4,475,877	Cash generated from operations
Penerimaan dari pendapatan bunga	37,145		32,896	Receipts from interest income
Pembayaran bunga	(29,927)		(1,276)	Interest paid
Pelunasan pinjaman karyawan	4,127		5,660	Repayment of employee loan
Pembayaran atas kurang bayar pajak	-		(4,554)	Payment of tax underpayment
Pembayaran pajak penghasilan badan	(1,232,933)		(1,227,893)	Payments of corporate income tax
Arus kas bersih yang diperoleh dari aktivitas operasi	3,619,189		3,280,710	Net cash flows provided from operating activities
Arus kas dari aktivitas investasi				Cash flows from investing activities
Pembelian aset tetap	(1,238,520)	10a	(563,129)	Acquisition of fixed assets
Pembelian aset tidak berwujud	(73,872)		(140,994)	Acquisition of intangible assets
Hasil penjualan aset tetap	2,368	10c	4,076	Proceeds from the sale of fixed assets
Arus kas bersih yang digunakan untuk aktivitas investasi	(1,310,024)		(700,047)	Net cash flows used in investing activities
Arus kas dari aktivitas pendanaan				Cash flows from financing activities
Penerimaan pinjaman jangka pendek	190,000	14	-	Proceeds from short-term loans
Pembayaran dividen kepada pemegang saham	(3,037,461)	24	(2,436,028)	Dividends paid to the shareholders
Arus kas bersih yang digunakan untuk aktivitas pendanaan	(2,847,461)		(2,436,028)	Net cash flows used in financing activities
(Penurunan)/kenaikan bersih kas dan setara kas	(538,296)		144,635	Net (decrease)/increase in cash and cash equivalents
Dampak perubahan kurs terhadap kas dan setara kas	(2,267)		(8,660)	Effect of exchange rate changes on cash and cash equivalents
Kas dan setara kas pada awal tahun	858,322		722,347	Cash and cash equivalents at the beginning of the year
Kas dan setara kas pada akhir tahun	317,759	2a, 2d, 3	858,322	Cash and cash equivalents at the end of the year

Catatan atas laporan keuangan konsolidasian merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan konsolidasian.

The accompanying notes form an integral part of these consolidated financial statements.

Lampiran 4/1 Schedule

**PT Unilever Indonesia Tbk dan Anak Perusahaan
Laporan Arus Kas Konsolidasian
Untuk Tahun-Tahun Yang Berakhir Pada
31 Desember 2010 dan 2009**

**PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiaries
Consolidated Statements of Cash Flows
For The Years Ended
31 December 2010 and 2009**

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2010	Catatan/ Notes	2009	
Transaksi non-kas				Non-cash transactions
Perolehan aset tetap melalui hutang (dicatat dalam akun "Hutang lain- lain")	165,852		82,058	<i>Acquisition of fixed assets through payables (recorded in "Other liabilities")</i>
Perolehan aset tidak berwujud melalui hutang (dicatat dalam akun "Beban yang masih harus dibayar")	33,749	17	20,378	<i>Acquisition of intangible assets through payables (recorded in "Accrued expenses")</i>

Catatan atas laporan keuangan konsolidasian merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan konsolidasian.

The accompanying notes form an integral part of these consolidated financial statements.

Lampiran 4/2 Schedule

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

1. Informasi Umum

PT Unilever Indonesia Tbk ("Perseroan") didirikan pada tanggal 5 Desember 1933 dengan nama Lever's Zeepfabrieken N.V. dengan akta No. 23 oleh Tn. A.H. van Ophuijsen, notaris di Batavia, disetujui oleh Gouverneur Generaal van Nederlandsch-Indie dengan surat No.14 tanggal 16 Desember 1933, didaftarkan di Raad van Justitie di Batavia dengan No. 302 pada tanggal 22 Desember 1933, dan diumumkan dalam Javasche Courant tanggal 9 Januari 1934, Tambahan No. 3.

Nama Perseroan diubah menjadi "PT Unilever Indonesia" dengan akta No. 171 tanggal 22 Juli 1980 dari notaris Ny. Kartini Muljadi, S.H.. Selanjutnya perubahan nama Perseroan menjadi "PT Unilever Indonesia Tbk", dilakukan dengan akta notaris Tn. Mudofir Hadi, S.H., No. 92 tanggal 30 Juni 1997. Akta ini disetujui oleh Menteri Kehakiman dalam Surat Keputusan No. C2-1.049HT.01.04 TH.98 tanggal 23 Februari 1998 dan diumumkan dalam Berita Negara No. 39 tanggal 15 Mei 1998, Tambahan No. 2620.

Anggaran Dasar Perseroan telah mengalami beberapa kali perubahan; terakhir dengan akta notaris No. 16 tanggal 18 Juni 2008 dari Haji Syarif Siangan Tanudjaja, S.H., notaris di Jakarta, dalam rangka memenuhi ketentuan Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Perubahan ini telah memperoleh persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dalam Surat Keputusan No. AHU-51473.AH.01.02. tanggal 15 Agustus 2008 dan telah diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 75 tanggal 16 September 2008, Tambahan No. 18026.

Kegiatan usaha Perseroan meliputi bidang produksi, pemasaran dan distribusi barang-barang konsumsi yang meliputi sabun, deterjen, margarin, makanan berinti susu, es krim, produk-produk kosmetik, minuman dengan bahan pokok teh dan minuman dengan sari buah.

Berdasarkan Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan tanggal 13 Juni 2000, yang diaktakan dengan akta No. 82 tanggal 14 Juni 2000 dari notaris Singgih Susilo, S.H., Perseroan juga bertindak sebagai distributor utama untuk produk-produk Perseroan dan penyedia jasa penelitian pemasaran. Akta ini telah disetujui oleh Menteri Hukum dan Perundang-undangan (dahulu Menteri Kehakiman) Republik Indonesia dengan Surat Keputusan No. C-18482 HT.01.04-TH.2000.

Perseroan mulai beroperasi secara komersial tahun 1933.

Kantor Perseroan berlokasi di Jalan Jendral Gatot Subroto Kav.15, Jakarta. Pabrik Perseroan berlokasi di Jalan Jababeka 9 Blok D, Jalan Jababeka Raya Blok O, Jalan Jababeka V Blok V No. 14-16, Kawasan Industri Jababeka Cikarang, Bekasi, Jawa Barat, dan Jalan Rungkut Industri IV No. 5-11, Kawasan Industri Rungkut, Surabaya, Jawa Timur.

1. General information

PT Unilever Indonesia Tbk (the "Company") was established on 5 December 1933 as Lever's Zeepfabrieken N.V. by deed No. 23 of Mr. A.H. van Ophuijsen, a notary in Batavia, which was approved by the Gouverneur Generaal van Nederlandsch-Indie in letter No. 14 on 16 December 1933, registered at the Raad van Justitie in Batavia under No. 302 on 22 December 1933 and published in the Javasche Courant on 9 January 1934, Supplement No. 3.

The Company's name was changed to "PT Unilever Indonesia" by deed No. 171 dated 22 July 1980 of public notary Mrs. Kartini Muljadi, S.H.. The Company's name was changed to "PT Unilever Indonesia Tbk" by deed No. 92 dated 30 June 1997 of public notary Mr. Mudofir Hadi, S.H.. This deed was approved by the Minister of Justice in Decision Letter No.C2-1.049HT.01.04 TH.98 dated 23 February 1998 and published in State Gazette No. 39 of 15 May 1998, Supplement No. 2620.

The Company's Articles of Association have been amended several times; most recently by notarial deed No. 16 dated 18 June 2008 of Haji Syarif Siangan Tanudjaja, S.H., a notary in Jakarta, to comply with Law of the Republic of Indonesia No. 40 of the year 2007 regarding Limited Liability Company. This amendment was approved by the Minister of Laws and Human Rights of the Republic of Indonesia in Decision Letter No. AHU-51473.AH.01.02. dated 15 August 2008 and was published in State Gazette of the Republic of Indonesia No. 75 of 16 September 2008, Supplement No. 18026.

The Company is engaged in the manufacturing, marketing and distribution of consumer goods including soaps, detergents, margarine, dairy based foods, ice cream, cosmetic products, tea based beverages and fruit juice.

As approved at the Company's Annual General Meeting of the Shareholders on 13 June 2000, which was notarised by deed No. 82 dated 14 June 2000 of public notary Singgih Susilo, S.H., the Company also acts as the main distributor of its products and provides marketing research services. This deed was approved by the Minister of Law and Legislation (formerly Minister of Justice) of the Republic of Indonesia in Decision Letter No. C-18482 HT.01.04-TH.2000.

The Company commenced commercial operations in 1933.

The Company's office is located at Jalan Jendral Gatot Subroto Kav.15, Jakarta. The Company's factories are located at Jalan Jababeka 9 Blok D, Jalan Jababeka Raya Blok O, Jalan Jababeka V Blok V No. 14-16, Jababeka Industrial Estate Cikarang, Bekasi, West Java, and Jalan Rungkut Industri IV No. 5-11, Rungkut Industrial Estate, Surabaya, East Java.

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Pada tanggal 16 November 1981, Perseroan mendapat persetujuan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal ("Bapepam") No. SI-009/PM/E/1981 untuk menawarkan 15% sahamnya di Bursa Efek di Indonesia.

On 16 November 1981, the Company listed 15% of its shares on the Stock Exchange in Indonesia following the approval of the Chairman of the Capital Market Supervisory Board ("Bapepam") No. SI-009/PM/E/1981.

Berdasarkan Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan tanggal 13 Juni 2000, para pemegang saham menyetujui untuk melakukan pemecahan saham (*stock split*) dengan mengubah nilai nominal saham dari Rp 1.000 (nilai penuh) menjadi Rp 100 (nilai penuh) per lembar saham. Perubahan ini diaktakan dengan akta notaris Singgih Susilo, S.H. No. 19 tanggal 4 Agustus 2000 dan disetujui oleh Menteri Hukum dan Perundang-undangan (dahulu Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dalam Surat Keputusan No. C-18481 HT.01.04-TH.2000.

At the Company's Annual General Meeting of the Shareholders on 13 June 2000, the shareholders agreed to a stock split, reducing the par value from Rp 1,000 (full amount) per share to Rp 100 (full amount) per share. This change was notarised by deed of public notary Singgih Susilo, S.H. No. 19 dated 4 August 2000 and was approved by the Minister of Law and Legislation (formerly the Minister of Justice) of the Republic of Indonesia in Decision Letter No. C-18481 HT.01.04-TH.2000.

Berdasarkan Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan tanggal 24 Juni 2003, para pemegang saham menyetujui untuk melakukan pemecahan saham dengan mengubah nilai nominal saham dari Rp 100 (nilai penuh) per lembar saham menjadi Rp 10 (nilai penuh) per lembar saham. Perubahan ini diaktakan dengan akta notaris Singgih Susilo, S.H. No. 46 tanggal 10 Juli 2003 dan disetujui oleh Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dalam Surat Keputusan No. C-17533 HT.01.04-TH.2003.

At the Company's Annual General Meeting of the Shareholders on 24 June 2003, the shareholders agreed to a stock split, reducing the par value from Rp 100 (full amount) per share to Rp 10 (full amount) per share. This change was notarised by deed of public notary Singgih Susilo, S.H. No. 46 dated 10 July 2003 and was approved by the Minister of Justice and Human Rights of the Republic of Indonesia in Decision Letter No. C-17533 HT.01.04-TH.2003.

Pada tanggal 12 November 2008, sebagai bagian dari reorganisasi internal Grup perusahaan Unilever di dunia, *Maatschappij voor Internationale Beleggingen* (pemegang saham utama Perseroan, selanjutnya disebut "Mavibel B.V.") dan perusahaan terkendalinya Unilever Indonesia Holding B.V. ("UIH"), keduanya berkedudukan di Belanda telah menandatangani "Agreement of Additional Contribution on Shares" untuk mengalihkan seluruh saham yang telah ditempatkan Mavibel B.V. di Perseroan kepada UIH, sebagai kontribusi tambahan penyeteroran non-kas sehubungan dengan penyertaan Mavibel B.V. dalam UIH. Pengalihan saham ini tidak mengakibatkan perubahan pengendalian atas Perseroan karena Mavibel B.V. dan UIH dikendalikan oleh pihak yang sama, yaitu Unilever N.V.. Sesuai Peraturan Badan Pengawas Pasar Modal No. X.M.1. yang merupakan lampiran Keputusan Ketua Bapepam No. Kep-82/PM/1996 tentang Keterbukaan Informasi Pemegang Saham Tertentu, Perseroan, pada tanggal 19 November 2008, melaporkan perubahan tersebut kepada Bapepam-LK dan Bursa Efek Indonesia dimana Perseroan mencatatkan sahamnya.

*On 12 November 2008, as part of an internal reorganisation in the Unilever group of companies globally, *Maatschappij voor Internationale Beleggingen* (the majority shareholder of the Company, hereinafter referred to as "Mavibel B.V.") and its controlled company *Unilever Indonesia Holding B.V.* ("UIH"), both domiciled in the Netherlands entered into an "Agreement of Additional Contribution on Shares", to transfer all shares owned by Mavibel B.V. in the Company to UIH, as a non-cash additional contribution in kind in connection with the investment of Mavibel B.V. in UIH. This transfer of shares referred to above did not result in a change of control in the Company since Mavibel B.V. and UIH are controlled by the same party, namely Unilever N.V.. In accordance with the Capital Market Supervisory Agency Rule No. X.M.1. as an attachment to the Decree of the Chairman of Bapepam No. Kep-82/PM/1996 regarding Disclosures of Information for Certain Shareholders, the Company, on 19 November 2008, notified the change to Bapepam-LK and the Indonesia Stock Exchange where the shares of the Company are registered.*

Pemegang saham terbesar Perseroan pada tanggal 31 Desember 2010 dan 2009 adalah UIH, sedangkan induk perusahaan adalah Unilever N.V., Belanda.

The Company's majority shareholder as at 31 December 2010 and 2009 is UIH, while its ultimate parent company is Unilever N.V., Netherlands.

Pada tanggal 22 November 2000, Perseroan mengadakan perjanjian kerja sama dengan PT Anugrah Indah Pelangi, untuk mendirikan sebuah perseroan baru dengan nama PT Anugrah Lever ("PT AL") yang bergerak dalam bidang produksi, pengembangan, pemasaran dan penjualan kecap, sambal dan saus lainnya dengan merek Bango, serta merek-merek lainnya di bawah lisensi Perseroan kepada PT AL.

On 22 November 2000, the Company entered into an agreement with PT Anugrah Indah Pelangi, to establish a new company, named PT Anugrah Lever ("PT AL"), which is engaged in manufacturing, developing, marketing and selling soy sauce, chilli sauce and other sauces under Bango trademark and other brands under license of the Company to PT AL.

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Sejak awal bulan Agustus 2007, Perseroan meningkatkan penyertaan modal pada PT AL menjadi 100%, yang juga mengakhiri perjanjian kerja sama antara Perseroan dan PT Anugrah Indah Pelangi tersebut di atas.

In early August 2007, the Company increased its ownership in PT AL to become 100%, which also terminated the agreement between the Company and PT Anugrah Indah Pelangi as stated above.

Pada bulan Mei 2008, operasi bisnis PT AL dialihkan ke Perseroan.

In May 2008, PT AL's business operation was transferred to the Company.

Pada tanggal 12 November 2008, dengan memperhatikan ketentuan Pasal 142 (1).a. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Perseroan sebagai pemegang saham tunggal PT AL (dalam likuidasi), menandatangani Keputusan Sirkuler Pemegang Saham PT AL untuk membubarkan PT AL terhitung sejak tanggal 12 November 2008. Keputusan ini dinyatakan dalam akta No. 32 tanggal 28 November 2008 yang dibuat di hadapan notaris Petrus Suandi Halim, S.H.. Pada tanggal 1 Desember 2008 Likuidator PT AL telah memberitahukan pembubaran PT AL kepada semua kreditor PT AL melalui pengumuman di surat kabar dan Berita Negara Republik Indonesia serta memberitahukan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia untuk dicatat dalam daftar perseroan bahwa PT AL (dalam likuidasi) berdasarkan Daftar Perseroan No. AHU-0124332.AH.01.09.TH.2008 tanggal 22 Desember 2008. Sampai dengan tanggal penyelesaian laporan keuangan konsolidasian ini, tidak ada perubahan atas status likuidasi PT AL.

On 12 November 2008, in consideration to Article 142 (1).a. of Law of the Republic of Indonesia Number 40 of the year 2007 regarding Limited Liability Company, the Company, as the sole shareholder of PT AL (in liquidation), signed a Circular Resolution of the Shareholder of PT AL to dissolve PT AL effective as of 12 November 2008. This is evidenced by deed No. 32 dated 28 November 2008 passed before notary Petrus Suandi Halim, S.H.. On 1 December 2008 the Liquidator of PT AL has announced the dissolution of PT AL to all creditors of PT AL in the newspapers and in the State Gazette of the Republic of Indonesia and notified to the Ministry of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia, asking it to be registered in the company register that PT AL (in liquidation) pursuant to the Company Register No. AHU-0124332.AH.01.09.TH.2008 dated 22 December 2008. As at the date of the completion of these consolidated financial statements, there was no change in PT AL liquidation status.

Pada tanggal 3 Juli 2002, Perseroan mengadakan perjanjian kerjasama dengan Texchem Resources Berhad untuk mendirikan sebuah perseroan baru dengan nama PT Technopia Lever ("PT TL") yang bergerak dalam bidang distribusi, ekspor dan impor barang dagangan dengan merek Domestos Nomos. Pada tanggal 7 November 2003, Texchem Resources Berhad mengadakan perjanjian jual beli saham dengan Technopia Singapore Pte. Ltd., dimana Texchem Resources Berhad setuju untuk menjual penyertaannya di PT TL kepada Technopia Singapore Pte. Ltd..

On 3 July 2002, the Company entered into an agreement with Texchem Resources Berhad to establish a new company, named PT Technopia Lever ("PT TL") which is engaged in the distribution, export and import of goods under the Domestos Nomos trademark. On 7 November 2003, Texchem Resources Berhad entered into a share sales and purchase agreement with Technopia Singapore Pte. Ltd., in which Texchem Resources Berhad agreed to sell all of its shares in PT TL to Technopia Singapore Pte. Ltd..

Ikhtisar kepemilikan langsung Perseroan pada anak perusahaan dan total aset anak perusahaan adalah sebagai berikut:

The summary of the Company's direct ownership in subsidiaries and the total assets of subsidiaries is as follows:

	Kedudukan/ Country of domicile	Tahun beroperasi komersial/Year commercial operation commenced	Persentase kepemilikan/ Percentage of ownership		Jumlah aset dalam miliaran Rupiah/ Total assets in billions Rupiah	
			2010	2009	2010	2009
PT Anugrah Lever (dalam likuidasi/in liquidation)	Indonesia	2001	100%	100%	18.2	18.0
PT Technopia Lever	Indonesia	2002	51%	51%	28.3	30.3

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Susunan Dewan Komisaris dan Direksi Perseroan pada tanggal dan untuk tahun-tahun yang berakhir pada 31 Desember 2010 dan 2009 adalah sebagai berikut:

The Company's Boards of Commissioners and Directors as at and for the years then ended 31 December 2010 and 2009, were as follows:

Dewan Komisaris

Board of Commissioners

	2010	2009	
Presiden Komisaris Komisaris	Jan Zijderveld Erry Firmansyah Cyrillus Harinowo Bambang Subianto	Jan Zijderveld Theodore Permadi Rachmat (Sampai dengan 20 Mei/ Until 20 May 2009) Kuntoro Mangkusubroto (Sampai dengan 22 Oktober/ Until 22 October 2009) Cyrillus Harinowo Bambang Subianto Erry Firmansyah	President Commissioner Commissioners

Direksi

Board of Directors

	2010	2009	
Presiden Direktur Direktur	Maurits Daniel Rudolf Lalisang Franklin Chan Gomez Biswaranjan Sen Joseph Bataona Surya Dharma Mandala Debora Herawati Sadrach Okty Damayanti Hadrianus Setiawan	Maurits Daniel Rudolf Lalisang Graeme David Pitkethly (Sampai dengan 20 Mei/ Until 20 May 2009) Franklin Chan Gomez Mohammad Effendi Soeparsono (Sampai dengan 1 September/ Until 1 September 2009) Joseph Bataona Surya Dharma Mandala Debora Herawati Sadrach Okty Damayanti Hadrianus Setiawan	President Director Directors

2. Ikhtisar kebijakan akuntansi yang penting

2. Summary of significant accounting policies

Laporan keuangan konsolidasian PT Unilever Indonesia Tbk dan anak perusahaan (bersama-sama disebut "Grup") disusun oleh Direksi dan diselesaikan pada tanggal 23 Maret 2011.

The consolidated financial statements of PT Unilever Indonesia Tbk and subsidiaries (collectively the "Group") were prepared by the Board of Directors and completed on 23 March 2011.

Berikut ini adalah ikhtisar kebijakan akuntansi penting yang diterapkan dalam penyusunan laporan keuangan konsolidasian Grup yang sesuai dengan prinsip-prinsip akuntansi yang berlaku umum di Indonesia.

Presented below are the summary of significant accounting policies adopted in preparing the consolidated financial statements of the Group, which are in conformity with accounting principles generally accepted in Indonesia.

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

a. Dasar penyusunan laporan keuangan konsolidasian

Laporan keuangan konsolidasian disusun berdasarkan biaya perolehan historis, kecuali aset dan kewajiban keuangan yang dicatat sebesar nilai wajarnya.

Laporan keuangan konsolidasian juga disusun berdasarkan konsep akrual kecuali untuk laporan arus kas konsolidasian.

Laporan arus kas konsolidasian disusun dengan metode langsung (*direct method*), dan arus kas dikelompokkan atas dasar aktivitas operasi, investasi dan pendanaan.

Dalam penyusunan laporan keuangan konsolidasian sesuai dengan prinsip-prinsip akuntansi yang berlaku umum di Indonesia, dibutuhkan estimasi dan asumsi yang mempengaruhi nilai aset dan kewajiban dilaporkan, dan pengungkapan atas aset dan kewajiban kontinjensi pada tanggal laporan keuangan konsolidasian, serta jumlah pendapatan dan beban selama tahun pelaporan. Walaupun estimasi ini dibuat berdasarkan pengetahuan terbaik manajemen atas kejadian dan tindakan saat ini, hasil yang timbul mungkin berbeda dengan jumlah yang diestimasi semula.

Mata uang pelaporan yang digunakan dalam laporan keuangan konsolidasian adalah Rupiah Indonesia ("Rupiah") yang merupakan mata uang fungsional Grup. Seluruh angka dalam laporan keuangan konsolidasian ini dibulatkan menjadi dan disajikan dalam jutaan Rupiah yang terdekat, kecuali bila dinyatakan lain.

Standar akuntansi baru

Grup melakukan penerapan revisi standar yang efektif diterapkan untuk tahun buku yang dimulai pada tanggal 1 Januari 2010:

- PSAK 26 (Revisi 2008) "Biaya Pinjaman".
- PSAK 50 (Revisi 2006) "Instrumen Keuangan: Penyajian dan Pengungkapan".
- PSAK 55 (Revisi 2006) "Instrumen Keuangan: Pengakuan dan Pengukuran".

Penerapan standar-standar tersebut tidak mengakibatkan dampak yang material terhadap hasil usaha dari Grup.

b. Prinsip-prinsip konsolidasi

Kebijakan akuntansi yang digunakan dalam penyusunan laporan keuangan konsolidasian ini telah diterapkan secara konsisten, kecuali dinyatakan lain.

Laporan keuangan konsolidasian meliputi laporan keuangan Grup yang dikendalikan, PT AL dan PT TL, dimana Perseroan mempunyai pengendalian dan penyertaan saham langsung dengan hak suara lebih dari 50%. Anak perusahaan dikonsolidasi sejak tanggal pengendalian telah beralih kepada Perseroan secara efektif.

a. Basis of preparation of the consolidated financial statements

The consolidated financial statements have been prepared under historical cost convention, with the exception of financial assets and liabilities carried at fair value.

The consolidated financial statements have also been prepared on the basis of the accruals concept except for the consolidated statements of cash flows.

The consolidated statements of cash flows are prepared based on the direct method by classifying cash flows on the basis of operating, investing and financing activities.

The preparation of the consolidated financial statements in conformity with accounting principles generally accepted in Indonesia requires the use of estimates and assumptions that affect the reported amounts of assets and liabilities and the disclosure of contingent assets and liabilities as at the date of the consolidated financial statements, as well as the reported amounts of revenues and expenses during the reporting period. Although these estimates are based on management's best knowledge of current events and activities, actual results may differ from those estimates.

The reporting currency used in the consolidated financial statements is Indonesian Rupiah ("Rupiah") which is the Group's functional currency. Figures in the consolidated financial statements are rounded to and stated in millions of Rupiah, unless otherwise stated.

New accounting standards

The Group adopted the following revised standards which are effective for financial statements beginning on 1 January 2010:

- *PSAK 26 (Revised 2008) "Borrowing Costs".*
- *PSAK 50 (Revised 2006) "Financial Instruments: Presentation and Disclosures".*
- *PSAK 55 (Revised 2006) "Financial Instruments: Recognition and Measurement".*

The adoption of those standards did not have a material impact on the results of the Group.

b. Principles of consolidation

The accounting policies adopted in preparing the consolidated financial statements have been consistently applied, unless otherwise stated.

The consolidated financial statements include the accounts of the Group it controls, PT AL and PT TL, in which the Company has direct control and ownership of more than 50% of voting rights. The subsidiaries have been consolidated from the date on which effective control was transferred to the Company.

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Pengaruh dari seluruh transaksi dan saldo yang material antara Grup telah dieliminasi dalam penyajian laporan keuangan konsolidasian.

The effect of all material transactions and balances between the Group has been eliminated in preparing the consolidated financial statements.

Hak minoritas atas hasil usaha dan ekuitas perusahaan-perusahaan yang dikendalikan Perseroan disajikan secara terpisah baik pada laporan laba rugi maupun neraca konsolidasian.

Minority interests in the results and the equity of controlled entities are shown separately in the consolidated statements of income and balance sheets, respectively.

Kebijakan akuntansi yang dipakai dalam penyajian laporan keuangan konsolidasian telah diterapkan secara konsisten oleh anak perusahaan kecuali bila dinyatakan secara khusus.

The accounting policies adopted in preparing the consolidated financial statements have been consistently applied by the subsidiaries unless otherwise stated.

c. Transaksi dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa

c. Related party transactions

Grup mempunyai transaksi dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Definisi pihak yang mempunyai hubungan istimewa sesuai dengan yang diatur dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan ("PSAK") 7 "Pengungkapan pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa".

The Group have transactions with related parties. The definition of related parties used is in accordance with Statement of Financial Accounting Standards ("PSAK") 7 "Related party disclosures".

Seluruh transaksi yang material dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa telah diungkapkan dalam catatan atas laporan keuangan konsolidasian.

All material transactions with related parties are disclosed in the notes to these consolidated financial statements.

Transaksi restrukturisasi antar entitas sepengendali dicatat seolah-olah dengan menggunakan metode penyatuan kepemilikan. Selisih antara biaya investasi dengan nilai buku aset bersih yang diperoleh dicatat sebagai "Selisih nilai transaksi restrukturisasi entitas sepengendali" pada bagian ekuitas di neraca konsolidasian.

The restructuring transaction between entities under common control was accounted for using a method similar to the pooling of interest method. The difference between the acquisition cost and the book value of the net asset acquired was recorded in "Balance arising from restructuring transactions between entities under common control" account, which is presented in the equity section of the consolidated balance sheets.

d. Kas dan setara kas

d. Cash and cash equivalents

Kas dan setara kas mencakup kas, bank dan investasi likuid jangka pendek dengan jangka waktu jatuh tempo dalam waktu tiga bulan atau kurang.

Cash and cash equivalents include cash on hand, cash in banks, and other short-term highly liquid investments with original maturity of three months or less.

e. Penjabaran mata uang asing

e. Foreign currencies translation

Transaksi dalam mata uang asing dijabarkan ke mata uang Rupiah dengan menggunakan kurs yang berlaku pada tanggal transaksi. Pada tanggal neraca, aset dan kewajiban moneter dalam mata uang asing dijabarkan ke mata uang Rupiah dengan kurs yang berlaku pada tanggal neraca. Keuntungan dan kerugian dari selisih kurs yang timbul dari transaksi dalam mata uang asing dan penjabaran aset dan kewajiban moneter dalam mata uang asing, diakui pada laporan laba rugi konsolidasian tahun yang bersangkutan. Kurs tanggal neraca, berdasarkan kurs yang diterbitkan oleh induk perusahaan untuk menjabarkan saldo mata uang asing utama yang digunakan Perseroan dalam transaksi-transaksinya yaitu Dolar Amerika Serikat dan Euro Eropa, pada tanggal 31 Desember 2010 dan 2009 masing-masing adalah (nilai penuh):

Transactions denominated in foreign currencies are translated into Rupiah at the exchange rates prevailing at the date of the transaction. At the balance sheet date, monetary assets and liabilities in foreign currencies are translated into Rupiah at the exchange rates prevailing on that date. Exchange gains and losses arising on transactions in foreign currency and on the translation of monetary assets and liabilities in foreign currency are recognised in the consolidated statements of income during the financial period in which they are incurred. The balance sheet date rates, based on the rates published by the ultimate parent company to translate major foreign currency balances used by the Company in its transactions, which are United States Dollar and European Euro as at 31 December 2010 and 2009 (full amount):

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	<u>2010</u>	<u>2009</u>	
Dolar Amerika Serikat (USD)	9,010	9,425	United States Dollar (USD)
Euro Eropa (EUR)	12,050	13,500	European Euro (EUR)

Sebagai perbandingan digunakan kurs tengah Citibank N.A., Jakarta, bank dimana Perseroan melakukan sebagian besar transaksi mata uang asingnya, dan kurs tengah yang diterbitkan Bank Indonesia, pada tanggal 31 Desember 2010 dan 2009 masing-masing sebagai berikut (nilai penuh):

As a comparison, the middle rates of Citibank N.A., Jakarta, with whom the Company negotiates most of its foreign currency transaction, and the middle rates published by Bank Indonesia, as of 31 December 2010 and 2009 are as follows (full amount):

	<u>2010</u>	<u>2009</u>	
Citibank N.A., Jakarta			Citibank N.A., Jakarta
Dolar Amerika Serikat (USD)	9,000	9,408	United States Dollar (USD)
Euro Eropa (EUR)	12,027	13,547	European Euro (EUR)
Bank Indonesia			Bank Indonesia
Dolar Amerika Serikat (USD)	8,991	9,400	United States Dollar (USD)
Euro Eropa (EUR)	11,956	13,510	European Euro (EUR)

f. Instrumen keuangan derivatif

Instrumen derivatif pada awalnya diakui sebesar nilai wajar pada saat kontrak tersebut dilakukan dan selanjutnya diukur pada nilai wajarnya. Metode pengakuan keuntungan atau kerugian perubahan nilai wajar tergantung apakah derivatif tersebut dirancang dan memenuhi syarat sebagai instrumen lindung nilai untuk tujuan akuntansi, dan sifat dari risiko yang dilindung nilainya.

f. Derivative financial instruments

Derivatives are initially recognised at fair value on the date a derivative contract is entered into and are subsequently remeasured at their fair value. The method of recognising the resulting gain or loss on the changes in fair value depends on whether the derivative is designated and qualified as a hedging instrument for accounting purposes and the nature of the risk being hedged.

Keuntungan atau kerugian yang timbul dari perubahan nilai wajar atas instrumen derivatif yang tidak memenuhi kriteria lindung nilai untuk tujuan akuntansi diakui pada laporan laba rugi konsolidasian.

The gains or losses arising from changes in the fair value of derivative instruments that do not meet the criteria of hedging for accounting purposes are recognised in the consolidated statement of income.

g. Piutang usaha

Pada saat pengakuan awal piutang usaha diakui pada nilai wajarnya dan selanjutnya diukur pada biaya perolehan diamortisasi, dikurangi dengan penyisihan piutang tidak tertagih. Penyisihan piutang tidak tertagih diestimasi berdasarkan penelaahan manajemen atas kolektibilitas masing-masing saldo piutang pada akhir tahun. Piutang dihapusbukukan dalam tahun dimana piutang tersebut dipastikan tidak akan tertagih.

g. Trade debtors

Trade debtors are initially recognised at fair value and subsequently measured at amortised cost, less allowance for doubtful accounts. The allowance for doubtful accounts is established based on management's review of the collectibility of each account at the end of the year. Uncollectible receivables are written-off as bad debts during the period in which they are determined to be non-collectible.

h. Persediaan

Persediaan dinilai dengan nilai yang terendah antara harga perolehan dan nilai bersih yang dapat direalisasi. Metode yang dipakai untuk menentukan harga perolehan adalah harga rata-rata tertimbang. Harga perolehan barang jadi dan barang dalam proses terdiri dari biaya bahan baku, tenaga kerja serta alokasi biaya overhead yang bersifat tetap maupun variabel.

h. Inventories

Inventories are valued at cost or net realisable value, whichever is lower. The method used to determine cost is the weighted average cost method. Cost of finished goods and work in process comprises materials, labour and an appropriate proportion of directly attributable fixed and variable overheads.

Penyisihan untuk persediaan usang dan persediaan tidak terpakai/tidak laris ditentukan berdasarkan estimasi penggunaan atau penjualan masing-masing jenis persediaan pada masa mendatang.

A provision for obsolete and unused/slow moving inventories is determined on the basis of estimated future usage or sale of inventory items.

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

i. Aset tetap dan penyusutan

Aset tetap dicatat sebesar biaya perolehan setelah dikurangi dengan akumulasi penyusutan.

Biaya perolehan mencakup semua pengeluaran yang terkait secara langsung dengan perolehan aset tetap tersebut.

Biaya-biaya setelah pengakuan awal aset diakui sebagai bagian dari nilai tercatat aset atau sebagai aset yang terpisah, sebagaimana mestinya, hanya apabila kemungkinan besar Grup akan mendapatkan manfaat ekonomis masa depan berkenaan dengan aset tersebut dan biaya perolehan aset dapat diukur dengan andal. Nilai tercatat komponen yang diganti tidak lagi diakui. Biaya perbaikan dan pemeliharaan dibebankan ke dalam laporan laba rugi konsolidasian selama tahun dimana biaya-biaya tersebut terjadi.

Tanah tidak disusutkan.

Penyusutan aset tetap selain tanah dihitung dengan menggunakan metode garis lurus untuk mengalokasikan biaya perolehan hingga mencapai nilai sisa sepanjang estimasi masa manfaatnya sebagai berikut:

	<u>Tahun/Years</u>
Bangunan	40
Mesin dan peralatan	5-20
Kendaraan bermotor	8

Nilai residu dan masa manfaat setiap aset ditelaah, dan disesuaikan jika perlu, pada setiap tanggal neraca.

Keuntungan dan kerugian yang timbul dari pelepasan aset ditentukan sebesar perbedaan antara penerimaan hasil pelepasan dan jumlah tercatat aset tersebut dan diakui dalam akun "Keuntungan/kerugian pelepasan aset tetap" di laporan laba rugi konsolidasian.

Akumulasi biaya konstruksi bangunan dan pabrik, serta pemasangan peralatan, dikapitalisasi sebagai aset dalam penyelesaian. Biaya tersebut direklasifikasi ke akun aset tetap pada saat proses konstruksi atau pemasangan selesai. Penyusutan mulai dibebankan pada tanggal aset tersebut dapat digunakan.

Biaya perolehan tanah tidak termasuk biaya-biaya lain yang dikeluarkan sehubungan dengan perolehan atau perpanjangan ijin atas tanah. Biaya-biaya yang dikeluarkan sehubungan dengan perolehan atau perpanjangan ijin atas tanah tersebut, ditangguhkan dan disajikan pada akun "Aset lainnya – tidak lancar" serta diamortisasi sepanjang tahun hak atas tanah.

i. Fixed assets and depreciation

Fixed assets are stated at cost less accumulated depreciation.

Cost includes expenditure that is directly attributable to the acquisition of the fixed assets.

Subsequent costs are included in the asset's carrying amount or recognised as a separate asset, as appropriate, only when it is probable that future economic benefits associated with the item will flow to the Group and the cost of the item can be measured reliably. The carrying amount of the replaced part is derecognised. All other repairs and maintenance are charged to the consolidated statement of income during the financial period in which they are incurred.

Land is not depreciated.

Depreciation on fixed assets other than land is calculated using the straight-line method to allocate their cost to their residual values over their estimated useful lives, as follows:

Buildings
Machinery and equipment
Motor vehicles

The assets' residual values and useful lives are reviewed, and adjusted if appropriate, at each balance sheet date.

Gains and losses on disposals are determined by comparing the proceeds with the carrying amount and are recognised within "Gains/loss on disposal of fixed assets" in the consolidated statement of income.

The accumulated costs of the construction of buildings and plant and the installation of machinery are capitalised as construction in progress. These costs are reclassified to fixed asset accounts when the construction or installation is complete. Depreciation is charged from the date when assets are available for use.

The acquisition cost of land does not include the related costs incurred to acquire or renew the license for the land. The related costs incurred to acquire or renew the license for the land are deferred and presented under "Other assets – non current" and amortised over the legal term of the land rights.

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

j. Sewa

Sewa adalah suatu perjanjian dimana *lessor* memberikan kepada *lessee* hak untuk menggunakan suatu aset selama periode waktu yang disepakati dan sebagai imbalannya *lessee* melakukan pembayaran atau serangkaian pembayaran kepada *lessor*.

Suatu kontrak sewa dengan porsi yang signifikan atas risiko dan manfaat kepemilikan aset tetap di tangan *lessor* diklasifikasikan sebagai sewa operasi. Pembayaran sewa operasi dibebankan ke laporan laba rugi konsolidasian berdasarkan garis lurus selama masa sewa.

Grup menyewa aset tetap tertentu. Sewa aset tetap dimana Grup memiliki secara substansi seluruh risiko dan manfaat kepemilikan aset diklasifikasikan sebagai sewa pembiayaan. Sewa pembiayaan dikapitalisasi pada awal masa sewa sebesar nilai yang lebih rendah antara nilai wajar aset sewaan dan nilai kini pembayaran sewa minimum.

Setiap pembayaran sewa dialokasikan antara bagian yang merupakan pelunasan kewajiban dan bagian yang merupakan beban keuangan sedemikian rupa sehingga menghasilkan tingkat suku bunga yang konstan atas saldo pembiayaan. Jumlah kewajiban sewa, neto beban keuangan, disajikan sebagai hutang jangka panjang. Unsur bunga dalam beban keuangan dibebankan pada laporan laba rugi konsolidasian selama masa sewa sedemikian rupa sehingga menghasilkan suatu tingkat suku bunga periodik yang konstan atas saldo kewajiban setiap periode. Aset tetap yang diperoleh melalui sewa pembiayaan disusutkan selama umur manfaat aset, kecuali masa sewa tidak dapat diperpanjang, maka disusutkan selama jangka waktu yang lebih pendek antara umur manfaat aset dan masa sewa.

k. Penurunan nilai dari aset tetap dan aset tidak lancar lainnya

Setiap tanggal neraca Grup menelaah ada atau tidaknya indikasi penurunan nilai aset.

Aset tetap dan aset tidak lancar lainnya, termasuk *goodwill* dan aset tidak berwujud ditelaah untuk mengetahui apakah telah terjadi kerugian penurunan nilai akibat suatu kejadian atau perubahan keadaan yang mengindikasikan bahwa nilai tercatat aset tersebut tidak dapat diperoleh kembali. Kerugian penurunan nilai diakui jika nilai tercatat aset lebih besar daripada nilai yang dapat diperoleh kembali dari aset tersebut, yaitu nilai yang lebih tinggi antara harga jual neto atau nilai pakai aset. Dalam rangka menguji penurunan nilai, aset dikelompokkan hingga unit penghasil kas terkecil yang menghasilkan arus kas terpisah.

j. Lease

A lease is an agreement in which the lessor conveys to the lessee in return for a payment, or series of payments, the right to use an asset for an agreed period of time.

Leases in which a significant portion of the risks and rewards of ownership are retained by the lessor are classified as operating leases. Payments made under operating leases are charged to the consolidated statement of income on a straight-line basis over the period of the lease.

The Group leases certain fixed assets. Leases of fixed assets in which the Group has substantially all the risks and rewards of ownership are classified as finance leases. Finance leases are capitalised at the lease commencement at the lower of the fair value of the leased assets and the present value of the minimum lease payments.

Each lease payment is allocated between the liability and finance charges so as to achieve a constant rate on the finance balance outstanding. The corresponding rental obligations, net of finance charges, are included in other long-term payables. The interest element of the finance cost is charged to the consolidated statement of income over the lease period so as to produce a constant periodic rate of interest on the remaining balance of the liability for each period. The fixed asset acquired under finance leases is depreciated over the useful life of the asset, unless the lease term can not be extended, then depreciated over the shorter of the useful life of the asset and the lease term.

k. Impairment of fixed assets and other non-current assets

At the balance sheet date, the Group reviews whether there is any indication of assets impairment or not.

Fixed assets and other non-current assets, including goodwill and intangible assets, are reviewed for impairment losses whenever events or changes in circumstances indicate that the carrying amount may not be recoverable. An impairment loss is recognised for the amount by which the carrying amount of the asset exceeds its recoverable amount, which is either an asset's net selling price or value in use, whichever is higher. For the purposes of assessing impairment, assets are grouped at the lowest levels for which there are separately identifiable cash flows.

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

I. Goodwill

Akuisisi hak kepemilikan pemegang saham minoritas anak perusahaan dihitung dengan menggunakan metode *Parent Company*. Oleh karena itu, selisih lebih dari jumlah yang dibayar dan nilai tercatat atas hak minoritas pada tanggal perolehan diakui sebagai *goodwill*. *Goodwill* diamortisasi dengan metode garis lurus selama estimasi masa manfaatnya, yaitu 13 tahun. Manajemen menentukan estimasi masa manfaat *goodwill* berdasarkan evaluasi atas usaha yang bersangkutan.

m. Aset tidak berwujud

Amortisasi aset tidak berwujud dihitung dengan menggunakan metode garis lurus untuk mengalokasikan biaya perolehan sesuai dengan taksiran masa manfaatnya sebagai berikut:

	<u>Tahun/Years</u>	
Hak usaha, merek dagang dan hak cipta	10-20	<i>Operating rights, trademarks and copyrights</i>
Perangkat lunak dan lisensi perangkat lunak	3-5	<i>Software and software license</i>

n. Penelitian dan pengembangan

Biaya penelitian dan pengembangan dibukukan sebagai beban pada tahun terjadinya, sepanjang biaya tersebut tidak memenuhi syarat untuk dikapitalisasi.

o. Beban dibayar di muka

Beban dibayar di muka dibebankan ke laporan laba rugi konsolidasian sesuai dengan masa manfaatnya dengan menggunakan metode garis lurus. Beban dibayar di muka yang memiliki masa manfaat lebih dari 12 bulan disajikan sebagai aset tidak lancar.

p. Pendapatan dan beban

Penjualan bersih adalah pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk Grup, setelah dikurangi retur, biaya penjualan dan pajak pertambahan nilai. Pendapatan dari penjualan barang diakui pada saat risiko dan manfaat kepemilikan barang secara signifikan telah berpindah kepada pelanggan, dalam hal penjualan ekspor diakui pada saat penyerahan barang di atas kapal di pelabuhan pengirim (*f.o.b. shipping point*) dan penjualan lokal diakui pada saat penyerahan barang kepada distributor/pelanggan.

Beban diakui pada saat terjadinya dengan menggunakan metode akrual.

q. Pinjaman

Pada saat pengakuan awal, pinjaman diakui sebesar nilai wajar, dikurangi dengan biaya-biaya transaksi yang terjadi. Selanjutnya, pinjaman diukur pada biaya perolehan diamortisasi.

I. Goodwill

Acquisition of minority shareholdings in subsidiary company is accounted for using the Parent Company method. Accordingly, the excess of the amount paid over the carrying value of the minority interest at the date of acquisition is recognised as goodwill. Goodwill is amortised using the straight-line method over its estimated useful life, which is 13 years. Management determines the estimated useful life of goodwill based on its evaluation of the respective business.

m. Intangible assets

Amortisation on intangible assets is calculated using the straight-line method to allocate their cost over their estimated useful lives, as follows:

n. Research and development

Research and development costs are expensed in the year in which they are incurred, as long as those costs do not meet the requirements for capitalisation.

o. Prepaid expenses

Prepaid expenses are charged against the consolidated statements of income over the period in which the related benefits are derived, using the straight-line method. Prepaid expenses with a benefit period of more than 12 months are recorded as non-current assets.

p. Revenue and expenses

*Net sales represent revenue earned from the sale of the Group's products, net returns, trade allowances and value-added tax. Revenue from sales of goods is recognised when the significant risk and goods ownership has been transferred to customers, export sales are recognised upon shipment of the goods to the customers (*f.o.b. shipping point*) and domestic sales are recognised when goods are delivered to the distributors/customers.*

Expenses are recognised when incurred on an accrual basis.

q. Borrowings

Borrowings are initially recognised at fair value, net of transaction costs incurred. Subsequently, borrowings are stated at amortised cost.

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Pinjaman diklasifikasikan sebagai kewajiban jangka panjang kecuali yang akan jatuh tempo dalam waktu 12 bulan setelah tanggal neraca.

Borrowings are classified under non-current liabilities unless their maturities are within 12 months after the balance sheet date.

r. Hutang usaha

Hutang usaha pada awalnya diakui sebesar nilai wajar dan selanjutnya diukur pada biaya perolehan diamortisasi.

r. Trade Creditors

Trade creditors are initially measured at fair value and subsequently measured at amortised cost.

s. Perpajakan

Pajak penghasilan tangguhan disajikan dengan menggunakan metode *balance sheet liability* untuk seluruh perbedaan temporer yang ada antara aset dan kewajiban atas dasar pajak dengan nilai tercatat aset dan kewajiban dalam laporan keuangan konsolidasian. Pajak penghasilan tangguhan ditentukan dengan menggunakan tarif pajak (dan Undang-undang) yang telah diberlakukan atau secara substansi telah diberlakukan pada tanggal neraca dan diharapkan berlaku pada saat aset pajak tangguhan direalisasi atau kewajiban pajak tangguhan diselesaikan.

s. Taxation

Deferred income tax is provided using the balance sheet liability method for all temporary differences arising between the tax bases of assets and liabilities and their carrying amounts in the consolidated financial statements. Deferred income tax is determined using tax rates (and Laws) that have been enacted or substantially enacted by the balance sheet date and are expected to apply when the related deferred income tax asset is realised or the deferred income tax liability is settled.

Aset pajak tangguhan diakui apabila besar kemungkinan bahwa jumlah penghasilan kena pajak pada masa mendatang akan memadai untuk mengkompensasi perbedaan temporer yang menimbulkan aset pajak tangguhan tersebut.

Deferred tax assets are recognised to the extent that it is probable that future taxable profit will be available against which the temporary differences can be utilised.

Koreksi terhadap kewajiban perpajakan dicatat pada saat surat ketetapan pajak diterima atau jika mengajukan banding, pada saat keputusan atas banding tersebut telah ditetapkan.

Amendments to tax obligations are recorded when an assessment is received or, if appealed against, when the results of the appeal are determined.

t. Imbalan kerja

- Imbalan kerja jangka pendek

Imbalan kerja jangka pendek diakui pada saat terhutang kepada karyawan.

t. Employee benefits

- Short-term employee benefit

Short-term employee benefits are recognised when they accrue to the employees.

- Program bonus

Perseroan mengakui kewajiban dan beban atas bonus, berdasarkan suatu rumus yang memperhitungkan laba yang tersedia bagi pemegang saham Perseroan dan prestasi kerja karyawan setelah penyesuaian-penyesuaian tertentu. Perseroan mengakui kewajiban apabila ada kewajiban kontraktual atau apabila ada praktik di masa lalu yang menimbulkan kewajiban konstruktif.

- Bonus scheme

The Company recognises a liability and an expense for bonuses, based on a formula that takes into consideration the profit attributable to the Company's shareholders and employees' performance after certain adjustments. The Company recognises a provision when contractually obliged or where there is a past practice that has created a constructive obligation.

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

- Imbalan pensiun

Perseroan harus menyediakan program pensiun dengan imbalan minimal tertentu sesuai dengan Undang-undang Ketenagakerjaan No. 13/2003 ("UU Ketenagakerjaan"). Karena UU Ketenagakerjaan menentukan rumus tertentu untuk menghitung jumlah minimal imbalan pensiun, pada dasarnya, program pensiun berdasarkan UU Ketenagakerjaan adalah program imbalan pasti.

Untuk seluruh karyawan tetap yang dipekerjakan sebelum 1 Januari 2008, Perseroan menyelenggarakan program pensiun imbalan pasti yang mencakup seluruh karyawan yang memiliki hak atas imbalan pensiun sebagaimana yang ditentukan dalam peraturan Dana Pensiun Unilever Indonesia ("Dana Pensiun"). Program tersebut didanai melalui pembayaran kepada Dana Pensiun, yang ditentukan dengan perhitungan aktuaris secara berkala.

Program pensiun imbalan pasti merupakan program pensiun yang menetapkan jumlah imbalan pensiun yang akan diterima oleh karyawan pada saat pensiun, yang biasanya tergantung pada satu faktor atau lebih, seperti umur, masa kerja dan jumlah kompensasi.

Kewajiban program pensiun imbalan pasti yang diakui di neraca konsolidasian adalah nilai kini kewajiban imbalan pasti pada tanggal neraca dikurangi nilai wajar aset program, serta disesuaikan dengan keuntungan atau kerugian aktuarial dan biaya jasa lalu yang belum diakui.

Kewajiban imbalan pasti dihitung setiap tahun oleh aktuaris independen dengan menggunakan metode *projected unit credit*. Nilai kini kewajiban imbalan pasti ditentukan dengan mendiskontokan arus kas estimasian menggunakan tingkat bunga obligasi pemerintah (dengan pertimbangan saat ini tidak ada pasar aktif untuk obligasi korporat berkualitas tinggi) dalam mata uang yang sama dengan mata uang imbalan yang akan dibayarkan dan waktu jatuh tempo yang kurang lebih sama dengan waktu jatuh tempo kewajiban pensiun yang bersangkutan.

Keuntungan dan kerugian aktuarial dapat timbul dari penyesuaian yang dibuat berdasarkan pengalaman dan perubahan asumsi-asumsi aktuarial. Apabila jumlah keuntungan atau kerugian aktuarial ini melebihi 10% dari nilai kini kewajiban imbalan pasti atau 10% dari nilai wajar aset program pada tanggal neraca konsolidasian maka kelebihanannya dibebankan atau dikreditkan pada pendapatan atau beban selama sisa masa kerja rata-rata para karyawan yang bersangkutan.

- Pension benefits

The Company is required to provide a minimum amount of pension benefits in accordance with Labor Law No. 13/2003 ("Labor Law"). Since the Labor Law sets the formula for determining the minimum amount of benefits, in substance, the pension plans under the Labor Law represent defined benefit plans.

For all permanent employees who were hired before 1 January 2008, the Company has a defined benefit pension plan covering all of its employees who have the right to pension benefits as stipulated in the regulations of Dana Pensiun Unilever Indonesia ("Dana Pensiun"). The plan is generally funded through payments to the Dana Pensiun, which are determined by periodic actuarial calculation.

A defined benefit plan is a pension plan that defines an amount of pension benefit that an employee will receive on retirement, usually dependent on one or more factors such as age, year of service and compensation.

The liability recognised in the consolidated balance sheets in respect of defined benefit pension plans is the present value of the defined benefit obligation as at the balance sheet date less the fair value of plan assets, together with adjustments for unrecognised actuarial gains or losses and past service cost.

The defined benefits obligation is calculated annually by an independent actuary using the projected unit credit method. The present value of the defined benefit obligation is determined by discounting the estimated future cash outflows using interest rates of government bonds (considering currently there is no deep market for high-quality corporate bonds) that are denominated in the currency in which the benefit will be paid, and that have terms to maturity approximating the terms of the related pension liability.

Actuarial gains and losses can arise from experience adjustments and changes in actuarial assumptions. When the actuarial gains and losses exceeds the greater of 10% of the present value of the defined benefit obligation or 10% of the fair value of the plan asset at the consolidated balance sheet date, the excess is charged or credited to expenses or income over the average remaining service years of the relevant employees.

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Biaya jasa lalu diakui secara langsung di laporan laba rugi konsolidasian, kecuali biaya jasa lalu yang akan menjadi hak (*vested*) apabila karyawan yang bersangkutan masih tetap bekerja selama tahun waktu tertentu (*periode vesting*). Dalam hal ini, biaya jasa lalu akan diamortisasi secara garis lurus sepanjang periode *vesting* tersebut. Biaya jasa kini diakui sebagai beban periode berjalan.

Past service costs are recognised immediately in the consolidated statements of income, except those which will be vested if the employee remains in service for certain period of time (vesting period). In this case, the past-service costs are amortised on a straight-line basis over the vesting period. Current service cost is expensed in the prevailing period.

Perseroan memperoleh pengesahan dari Menteri Keuangan Republik Indonesia pada tanggal 1 November 2008 untuk pembentukan Dana Pensiun Iuran Pasti Unilever Indonesia ("DPIP") sesuai dengan Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. KEP-234/KM.10/2008.

On 7 November 2008 the Company received the approval from the Minister of Finance of the Republic Indonesia for the establishment of the Defined Contribution Pension Plan Unilever Indonesia ("DPIP") through the approval of the Minister of Finance of the Republic Indonesia No. KEP-234/KM.10/2008.

Seluruh karyawan tetap yang dipekerjakan mulai 1 Januari 2008 dan seterusnya diikutsertakan pada program pensiun iuran pasti yang dikelola oleh DPIP. Kontribusi kepada program pensiun iuran pasti diakui sebagai beban dalam laporan laba rugi konsolidasian pada saat terjadinya dan terhutang.

All permanent employees who are hired on 1 January 2008 onwards are covered by a defined contribution plan managed by DPIP. Contributions to defined contribution plan are recognised as an expense in the consolidated statement of income as incurred and payable.

- Imbalan kesehatan pasca-kerja

- Post-employment medical benefits

Perseroan memberikan imbalan kesehatan pasca-kerja untuk para karyawan yang telah pensiun. Hak atas imbalan ini pada umumnya diberikan apabila karyawan bekerja hingga mencapai usia pensiun dan memenuhi masa kerja tertentu. Estimasi biaya imbalan ini diakui sepanjang masa kerja karyawan, dengan menggunakan metode *projected unit credit*. Kewajiban ini dinilai setiap tahun oleh aktuaris independen yang berkualifikasi.

The Company provides post-employment medical benefits to its retirees. The entitlement to these benefits is usually based on the employee remaining in service up to retirement age and the completion of a certain service period. The estimated costs of these benefits are recognised over the period of employment, using the projected unit credit method. These obligations are assessed annually by independent qualified actuaries.

- Imbalan pasca-kerja dan jangka panjang lainnya

- Other post-employment and long-term benefits

Perseroan memberikan imbalan pasca-kerja lainnya sesuai dengan UU Ketenagakerjaan dan imbalan jangka panjang lainnya seperti jubiliun (*jubilee*) dan imbalan cuti panjang. Hak atas imbalan ini pada umumnya diberikan kepada karyawan yang bekerja hingga mencapai masa kerja tertentu. Estimasi biaya imbalan pasca-kerja lainnya untuk UU Ketenagakerjaan diakui sepanjang masa kerja karyawan, dengan menggunakan metode *projected unit credit*. Imbalan kerja jangka panjang lainnya dihitung dengan menggunakan metode *projected unit credit* dan didiskontokan ke nilai kini. Estimasi biaya imbalan jangka panjang lainnya diakui sepanjang masa kerja karyawan dengan menggunakan metode *projected unit credit*, sedangkan keuntungan dan kerugian aktuarial dan biaya jasa lalu diakui segera. Kewajiban ini dinilai setiap tahun oleh aktuaris independen yang berkualifikasi.

The Company provides other post-employment benefits under the Labor Law and other long-term benefits such as jubilee and long leave benefits. The entitlement to these benefits is usually based on the completion of a certain service period by the employee. The estimated costs of other post-employment benefits under the Labor Law are recognised over the period of employment, using the projected unit credit method. Other long-term employee benefits are calculated using the projected unit credit method and discounted to present value. The estimated costs of other long-term benefit are recognised over the period of employment using the projected unit credit method with actuarial gains and losses and past service cost being recognised immediately. These obligations are assessed annually by independent qualified actuaries.

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

u. Program saham untuk karyawan (*share matching plan*)

Sejak tahun 2002, Perseroan memiliki program saham (*share matching plan*) yang diperuntukkan bagi karyawan tingkat manajer ke atas. Dalam program ini, karyawan yang memenuhi syarat dapat menginvestasikan hingga 25% dari bonus tahunan mereka dalam bentuk saham Unilever. Manajer menengah dan junior memiliki hak untuk berinvestasi pada saham Perseroan, sedangkan manajer senior ke atas hanya memiliki hak untuk melakukan investasi pada saham Unilever N.V. dan Unilever PLC. Selanjutnya, Perseroan memberikan penambahan saham sejumlah lembar saham yang sama dengan yang dibeli oleh karyawan. Saham tambahan ini tidak untuk diperjualbelikan selama tiga tahun setelah diberikan dengan ketentuan karyawan harus memenuhi beberapa persyaratan, yang antara lain termasuk syarat bahwa bonus yang diinvestasikan dalam bentuk saham harus dimiliki selama tiga tahun, serta manajer tersebut tetap menjadi karyawan Perseroan sampai dengan berakhirnya tahun ketiga. Saham tambahan ini diakui sebagai beban yang ditangguhkan berdasarkan harga saham pada saat pembelian dan dibebankan ke dalam laporan laba rugi konsolidasian selama periode tiga tahun, menggunakan metode garis lurus.

v. Saham dan agio saham

Saham biasa diklasifikasikan sebagai ekuitas. Agio saham merupakan selisih antara harga jual dan nilai nominal saham. Biaya yang secara langsung terkait dengan penerbitan saham atau opsi disajikan sebagai pengurang agio saham.

w. Dividen

Pembagian dividen kepada para pemegang saham Perseroan diakui sebagai kewajiban dalam laporan keuangan konsolidasian pada periode ketika dividen disetujui oleh para pemegang saham Perseroan. Perseroan mengakui dividen interim sebagai kewajiban pada saat ditetapkan oleh Direksi.

x. Laba bersih per saham dasar

Laba bersih per saham dasar dihitung berdasarkan laba bersih tahun yang bersangkutan dibagi dengan jumlah rata-rata tertimbang saham yang beredar. Tidak ada obligasi konversi, opsi, atau waran yang dapat menimbulkan pengaruh dilusi pada laba bersih per saham.

y. Informasi segmen

Pelaporan segmen disajikan berdasarkan segmen usaha yang teridentifikasi. Suatu segmen usaha merupakan komponen yang dapat dibedakan dalam menghasilkan produk dan jasa dan memiliki risiko dan imbalan yang berbeda dengan risiko dan imbalan segmen usaha lainnya.

u. *Share matching plan*

Since 2002, the Company introduced a share matching plan, which is applied to the manager level and above. Under this plan, eligible employees can invest up to 25% of their gross annual bonuses in Unilever shares. Middle and junior managers are entitled to invest in the Company's shares, while senior managers and above are only entitled to invest in the shares of Unilever N.V. and Unilever PLC. The Company then awards an equivalent number of matching shares. These matching shares vest three years after the grant, provided certain conditions are met, including the requirement that the original bonus invested in shares shall be retained for the three-years period and the managers are still employed by the Company at the end of the three-years period. The cost of the matching shares is recorded as deferred charges based on share price at the date of purchase and is charged to the consolidated statements of income over a period of three years, using the straight-line method.

v. *Share and capital paid in excess of par value*

Common shares are classified as equity. Capital paid in excess of par value is the difference between the selling price and nominal value of the share. All expenses directly related to the issuance of share capital or options are recorded as deductions from capital paid in excess of par value.

w. *Dividends*

Dividend payments to all shareholders are recognised as liabilities in the consolidated financial statements in the period when the dividend payments are declared by the Company's shareholders. The Company recognises interim dividends as liabilities when the dividend payments are decided by the Board of Directors.

x. *Basic earnings per share*

Basic earnings per share is computed by dividing net income by the weighted average of outstanding shares. There are no convertible securities, options or warrants that would give rise to a dilution of the earnings per share.

y. *Segment information*

Segment information is presented based upon identifiable business segments. A business segment is a distinguishable component that engages in providing products and services subject to risks and returns which are different from those of other business segments.

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

z. Kewajiban diestimasi

Grup mengakui kewajiban diestimasi apabila memiliki kewajiban kini (baik bersifat hukum maupun konstruktif) sebagai akibat peristiwa masa lalu apabila besar kemungkinan penyelesaian kewajiban tersebut mengakibatkan arus keluar sumber daya dan dapat diestimasi dengan andal.

z. Provisions

Provisions are recognised when Group have a present obligation (legal or constructive) as a result of past events when it is probable that an outflow of resources embodying economic benefits will be required to settle the obligation and a reliable estimate as the amount of the obligation can be made.

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

3. Kas dan setara kas

3. Cash and cash equivalents

	2010	2009	
Kas	822	932	Cash on hand
Bank			Cash in banks
Pihak ketiga – Rupiah:			Third parties – Rupiah:
Deutsche Bank AG, Jakarta	70,959	89,527	Deutsche Bank AG, Jakarta
PT Bank Mandiri (Persero) Tbk	29,651	42,625	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk
The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta	25,352	83,618	The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta
PT CIMB Niaga Tbk	20,277	42,747	PT CIMB Niaga Tbk
The Royal Bank of Scotland, Jakarta	811	23,605	The Royal Bank of Scotland, Jakarta
PT Bank Central Asia Tbk	9,465	9,184	PT Bank Central Asia Tbk
PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk	4,730	6,988	PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 1.000)	518	1,313	Others (individual balances less than Rp 1,000 each)
Jumlah	161,763	299,607	Total
Pihak ketiga – USD (Catatan 31):			Third parties – USD (Note 31):
The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta	31,001	10,262	The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta
Citibank N.A., Jakarta	3,288	6,357	Citibank N.A., Jakarta
Jumlah	34,289	16,619	Total
Pihak ketiga – GBP (Catatan 31):			Third party – GBP (Note 31):
The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta	6,286	10,512	The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta
Pihak ketiga – EUR (Catatan 31):			Third parties – EUR (Note 31):
The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta	2,829	38,471	The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta
Citibank N.A., Jakarta	62	617	Citibank N.A., Jakarta
Jumlah	2,891	39,088	Total
Pihak ketiga – AUD (Catatan 31):			Third party – AUD (Note 31):
The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta	2,708	3,257	The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta
Jumlah bank	207,937	369,083	Total cash in banks
Deposito berjangka (jatuh tempo dalam jangka waktu 3 bulan):			Time deposits (maturity within three months):
Pihak ketiga – Rupiah:			Third party – Rupiah:
The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta	100,000	-	The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta
The Royal Bank of Scotland, Jakarta	9,000	-	The Royal Bank of Scotland, Jakarta
PT ANZ Panin Bank	-	145,000	PT ANZ Panin Bank
Standard Chartered Bank, Jakarta	-	130,000	Standard Chartered Bank, Jakarta
PT Bank Mandiri (Persero) Tbk	-	100,000	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk
Jumlah	109,000	375,000	Total
Pihak ketiga – USD (Catatan 31):			Third party – USD (Note 31):
PT ANZ Panin Bank	-	85,731	PT ANZ Panin Bank
PT Bank Mandiri (Persero) Tbk	-	27,576	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk
Jumlah	-	113,307	Total
Jumlah deposito berjangka	109,000	488,307	Total time deposits
Jumlah kas dan setara kas	317,759	858,322	Total cash and cash equivalents

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Tingkat bunga per tahun deposito berjangka selama tahun berjalan adalah sebagai berikut:

The interest rates per annum for the time deposits during the year are as follows:

	<u>2010</u>	<u>2009</u>	
Rupiah	5.20 – 7.00%	6.65 – 10.50%	Rupiah
USD	0.06 – 2.00%	1.00 – 3.50%	USD

4. Piutang usaha

4. Trade debtors

	<u>2010</u>	<u>2009</u>	
Pihak ketiga:			Third parties:
- Rupiah	1,447,350	1,133,833	Rupiah -
- USD (Catatan 31)	2,081	1,522	USD (Note 31) -
Dikurangi: Penyisihan piutang tidak tertagih	(3,981)	(1,895)	Less: Allowance for doubtful accounts
Jumlah	<u>1,445,450</u>	<u>1,133,460</u>	Total

Piutang usaha pihak ketiga dalam mata uang Rupiah terdiri atas piutang usaha dari distributor-distributor di seluruh wilayah Indonesia.

Third party trade debtors denominated in Rupiah comprise receivables from customers throughout Indonesia.

Piutang usaha pihak ketiga dalam mata uang USD terdiri atas piutang usaha dari pelanggan luar negeri.

Third party trade debtors denominated in USD comprise receivables from foreign customers.

	<u>2010</u>	<u>2009</u>	
Pihak yang mempunyai hubungan istimewa:			Related parties:
USD (Catatan 31):			USD (Note 31):
Unilever Asia Private Ltd.	75,218	45,388	Unilever Asia Private Ltd.
Unilever Philippines, Inc.	32,318	34,105	Unilever Philippines, Inc.
Unilever Japan Beverage K.K.	5,112	-	Unilever Japan Beverage K.K.
Unilever South Africa (Pty) Ltd.	2,147	2,244	Unilever South Africa (Pty) Ltd.
Unilever Taiwan Ltd.	2,032	5,571	Unilever Taiwan Ltd.
Unilever Vietnam Joint Venture Company	1,907	1,956	Unilever Vietnam Joint Venture Company
Hindustan Unilever Ltd.	1,645	1,430	Hindustan Unilever Ltd.
Unilever Australia Ltd.	-	23,309	Unilever Australia Ltd.
Unilever New Zealand Ltd.	-	4,213	Unilever New Zealand Ltd.
Unilever (Malaysia) Holdings Sdn. Bhd.	-	3,284	Unilever (Malaysia) Holdings Sdn. Bhd.
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 1.000)	1,709	2,961	Others (individual balances less than Rp 1,000 each)
Jumlah	<u>122,088</u>	<u>124,461</u>	Total
Sebagai persentase dari jumlah aset lancar	3.26%	3.46%	As percentage of current asset

Analisis umur piutang usaha adalah sebagai berikut:

The ageing analysis of trade debtors is as follows:

	<u>2010</u>	<u>2009</u>	
Lancar	1,098,821	942,038	Current
Lewat jatuh tempo 1 – 30 hari	400,145	257,400	Overdue 1 – 30 days
Lewat jatuh tempo lebih dari 30 hari	68,572	58,483	Overdue more than 30 days
Jumlah	<u>1,567,538</u>	<u>1,257,921</u>	Total

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Mutasi penyisihan piutang tidak tertagih adalah sebagai berikut:

Movements in the allowance for doubtful accounts are as follows:

	2010	2009	
Penyisihan piutang tidak tertagih – awal tahun	(1,895)	(1,150)	Allowance for doubtful accounts beginning of the year –
Penambahan penyisihan piutang tidak tertagih	(5,500)	(2,139)	Addition of allowance for doubtful accounts
Penghapusbukuan piutang usaha	3,414	1,394	Doubtful debts written off
Penyisihan piutang tidak tertagih – akhir tahun	(3,981)	(1,895)	Allowance for doubtful accounts end of year –

Berdasarkan penelaahan dari status masing-masing piutang usaha pada akhir tahun, manajemen berkeyakinan bahwa penyisihan piutang tidak tertagih telah memadai untuk menutupi kerugian yang mungkin timbul dari piutang yang tidak tertagih.

Based on a review of the status of each trade debtors at the end of the year, management believes that the allowance for doubtful accounts is adequate to cover possible losses arising from the non-collectible accounts.

5. Uang muka dan piutang lain-lain

5. Advances and other debtors

	2010	2009	
Uang muka	171,281	76,321	Advances
Pinjaman karyawan (Catatan 8e)	11,471	11,013	Loans to employees (Note 8e)
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 1.000)	21	-	Others (individual balances less than Rp 1,000 each)
Jumlah	182,773	87,334	Total

6. Persediaan

6. Inventories

	2010	2009	
Barang jadi	932,681	848,774	Finished goods
Bahan baku	483,675	395,517	Raw materials
Barang dalam proses	77,850	62,328	Work in process
Barang dalam perjalanan:			Goods in transit:
- Bahan baku	77,963	24,773	Raw materials -
- Barang jadi	26,969	4,736	Finished goods -
Suku cadang	38,228	29,576	Spare parts
Penyisihan persediaan usang dan persediaan tidak terpakai/tidak laris	(63,306)	(25,668)	Provision for obsolete and unused/slow moving inventories
Jumlah	1,574,060	1,340,036	Total

Mutasi penyisihan persediaan usang dan persediaan tidak terpakai/tidak laris adalah sebagai berikut:

Movements in the provision for obsolete and unused/slow moving inventories are as follows:

	2010	2009	
Saldo awal	(25,668)	(27,703)	Beginning balance
Perubahan selama tahun berjalan:			Changes during the year:
Penambahan penyisihan	(72,875)	(89,638)	Amounts provided
Penghapusbukuan persediaan	35,237	91,673	Amounts written off
Saldo akhir	(63,306)	(25,668)	Ending balance

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Penyisihan persediaan usang dan persediaan tidak terpakai/tidak laris terdiri dari:

The provision for obsolete and unused/slow moving inventories consists of:

	<u>2010</u>	<u>2009</u>	
Barang jadi	(31,407)	(13,207)	Finished goods
Bahan baku	(30,598)	(12,158)	Raw materials
Suku cadang	(1,301)	(303)	Spare parts
Jumlah	<u>(63,306)</u>	<u>(25,668)</u>	Total

Manajemen berkeyakinan bahwa penyisihan untuk persediaan usang dan persediaan tidak terpakai/tidak laris telah mencukupi untuk menutup kemungkinan kerugian yang timbul.

Management believes that the provision for obsolete and unused/slow moving inventories is adequate to cover any possible losses that may arise.

Pada tanggal 31 Desember 2010 dan 2009, persediaan Grup dilindungi dengan asuransi terhadap risiko kerugian karena bencana alam, kebakaran dan risiko-risiko lainnya dengan jumlah pertanggungan sebesar Rp 99.110 per lokasi. Manajemen berkeyakinan jumlah ini telah memadai untuk menutupi kemungkinan kerugian yang terjadi akibat risiko-risiko yang disebutkan di atas.

As at 31 December 2010 and 2009, inventories owned by the Group were insured against the risk of loss due to natural disaster, fire and other risks with a total coverage of Rp 99,110 per location. Management believes the amounts are adequate to cover possible losses arising from such risks.

7. Instrumen keuangan derivatif

7. Derivative instruments

Pada tanggal 31 Desember 2010 dan 2009, Perseroan memiliki kontrak berjangka valuta asing, sebagai berikut:

As at 31 December 2010 and 2009, the Company has outstanding foreign currency forward contracts as follows:

Pihak yang terkait/ Counterparties	2010			(Hutang)/piutang derivatif (Rupiah)/ Derivative (payable)/ receivable (Rupiah)
	Nilai nosional (nilai penuh USD)/ Notional amount (USD full amount)	Nilai kontrak berjangka (Rupiah)/Forward contract amount (Rupiah)	Tanggal jatuh tempo/Maturity date	
The Royal Bank of Scotland, Jakarta	21,000,000	190,203	5 Januari/January – 1 Februari/February 2011	(836)
Citibank N.A., Jakarta	9,000,000	81,879	18 Januari/January – 8 Februari/February 2011	(565)
The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta	6,000,000	54,201	9 – 14 Februari/ February 2011	103
	<u>36,000,000</u>	<u>326,283</u>		<u>(1,298)</u>
Pihak yang terkait/ Counterparties	Nilai nosional (nilai penuh EUR)/ Notional amount (EUR full amount)	Nilai kontrak berjangka (Rupiah)/Forward contract amount (Rupiah)	Tanggal jatuh tempo/Maturity date	Piutang derivatif (Rupiah)/ Derivative receivable (Rupiah)
The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta	6,500,000	77,817	13 Januari/January – 2 Februari/February 2011	436
	<u>6,500,000</u>	<u>77,817</u>		<u>436</u>

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

2009				
Pihak yang terkait/ Counterparties	Nilai nosional (nilai penuh USD)/ Notional amount (USD full amount)	Nilai kontrak berjangka (Rupiah)/Forward contract amount (Rupiah)	Tanggal jatuh tempo/Maturity date	Hutang derivatif (Rupiah)/ Derivative payable (Rupiah)
Citibank N.A., Jakarta	18,000,000	173,421	1 Februari/February – 30 Maret/March 2010	(1,640)
PT ANZ Panin Bank	48,000,000	460,527	4 Januari/January – 24 Maret/March 2010	(4,698)
	<u>66,000,000</u>	<u>633,948</u>		<u>(6,338)</u>
Pihak yang terkait/ Counterparties	Nilai nosional (nilai penuh EUR)/ Notional amount (EUR full amount)	Nilai kontrak berjangka (Rupiah)/Forward contract amount (Rupiah)	Tanggal jatuh tempo/Maturity date	Hutang derivatif (Rupiah)/ Derivative payable (Rupiah)
PT ANZ Panin Bank	2,500,000	34,048	7 Januari/January 2010	(269)
	<u>2,500,000</u>	<u>34,048</u>		<u>(269)</u>

Pada tanggal 31 Desember 2010, Perseroan memiliki transaksi derivatif bersih sebesar Rp 862 (2009: Rp 6.607) yang dicatat sebagai hutang lain-lain (Catatan 18).

As at 31 December 2010, the Company has net derivative transactions amounting to Rp 862 (2009: Rp 6,607) recorded as other payables (Note 18).

Pihak yang terkait dalam transaksi ini selama tahun 2010 adalah Citibank N.A., Jakarta, The Royal Bank of Scotland, Jakarta dan The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta (2009: Citibank N.A., Jakarta dan PT ANZ Panin Bank).

The counterparties for the transactions during 2010 are Citibank N.A., Jakarta, The Royal Bank of Scotland, Jakarta and The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta (2009: Citibank N.A., Jakarta and PT ANZ Panin Bank).

Perseroan melakukan transaksi derivatif dengan tujuan untuk lindung nilai terhadap hutang usaha. Perubahan nilai wajar dari semua instrumen keuangan derivatif ini telah diakui pada laporan laba rugi konsolidasian karena tidak memenuhi kriteria lindung nilai sebagaimana yang diatur dalam PSAK 55.

The Company entered into derivative transactions for the purpose of hedging of trade creditors. The changes in the fair values of the derivative financial instruments are recognised in the consolidated statements of income since they do not qualify for hedge accounting under PSAK 55.

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

8. Transaksi dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa

8. Related party transactions

a. Transaksi dan sifat hubungan dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa adalah sebagai berikut:

a. *The nature of transactions and relationships with related parties are as follows:*

i. Perseroan menjual barang jadi kepada pihak yang mempunyai hubungan istimewa sebagai berikut:

i. *The Company sold finished goods to the following related parties:*

- Unilever Asia Private Ltd.
- Unilever Australia Ltd.
- Unilever Gulf Free Zone Establishment
- Unilever Vietnam Ltd.
- Hindustan Unilever Ltd.
- Unilever Hongkong Ltd.
- Unilever Japan Beverage K.K.
- Unilever Korea Chusik Hoesa
- Unilever Pakistan Ltd.
- Unilever Philippines, Inc.
- Unilever Singapore Pte. Ltd.
- Unilever South Africa (Pty) Ltd.
- Unilever Srilanka Ltd.
- Unilever Taiwan Ltd.
- Unilever (Malaysia) Holdings Sdn. Bhd.
- Unilever Vietnam Joint Venture Company
- Unilever Thai Trading Ltd.
- Unilever Cote D'Ivoire
- Unilever New Zealand Ltd.

- *Unilever Asia Private Ltd.*
- *Unilever Australia Ltd.*
- *Unilever Gulf Free Zone Establishment*
- *Unilever Vietnam Ltd.*
- *Hindustan Unilever Ltd.*
- *Unilever Hongkong Ltd.*
- *Unilever Japan Beverage K.K.*
- *Unilever Korea Chusik Hoesa*
- *Unilever Pakistan Ltd.*
- *Unilever Philippines, Inc.*
- *Unilever Singapore Pte. Ltd.*
- *Unilever South Africa (Pty) Ltd.*
- *Unilever Srilanka Ltd.*
- *Unilever Taiwan Ltd.*
- *Unilever (Malaysia) Holdings Sdn. Bhd.*
- *Unilever Vietnam Joint Venture Company*
- *Unilever Thai Trading Ltd.*
- *Unilever Cote D'Ivoire*
- *Unilever New Zealand Ltd.*

Sifat hubungan dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa di atas adalah sebagai perusahaan afiliasi.

The nature of the relationships with the above related parties is affiliated company .

ii. Grup membeli bahan baku, barang jadi dan lain-lain dari pihak yang mempunyai hubungan istimewa sebagai berikut:

ii. *Group purchased raw materials, finished goods and others from the following related parties:*

- Unilever China Ltd.
- Unilever Supply Chain Company AG.
- Unilever Lipton Ceylon Ltd.
- Unilever Thai Holding Ltd.
- Unilever Asia Private Ltd.
- Unilever Australia Ltd.
- Hindustan Unilever Ltd.
- Unilever Foods (Malaysia) Sdn. Bhd.
- Unilever Philippines, Inc.
- Unilever Srilanka Ltd.
- PT Technopia Jakarta
- Lipton Ltd. UK
- Lipton Ltd. India
- Lipton Ltd. Kenya
- Shanghai Export DC HPC.
- Best Foods Shandong Ltd.
- Unilever Vietnam Joint Venture Company

- *Unilever China Ltd.*
- *Unilever Supply Chain Company AG.*
- *Unilever Lipton Ceylon Ltd.*
- *Unilever Thai Holding Ltd.*
- *Unilever Asia Private Ltd.*
- *Unilever Australia Ltd.*
- *Hindustan Unilever Ltd.*
- *Unilever Foods (Malaysia) Sdn. Bhd.*
- *Unilever Philippines, Inc.*
- *Unilever Srilanka Ltd.*
- *PT Technopia Jakarta*
- *Lipton Ltd. UK*
- *Lipton Ltd. India*
- *Lipton Ltd. Kenya*
- *Shanghai Export DC HPC.*
- *Best Foods Shandong Ltd.*
- *Unilever Vietnam Joint Venture Company*

Sifat hubungan dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa di atas adalah sebagai perusahaan afiliasi.

The nature of the relationships with the above related parties is affiliated company.

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

iii. Rincian sifat hubungan dan jenis transaksi yang material dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa selain yang telah disebutkan di atas adalah sebagai berikut:

iii. The details of the nature and types of material transactions with related parties other than those mentioned above are as follows:

Pihak yang mempunyai hubungan istimewa/ Related parties	Sifat hubungan istimewa/ Nature of the relationship	Jenis transaksi/ Type of transaction
- Unilever N.V.	Pemegang saham utama Grup/ Ultimate shareholder of the Group	Pembayaran royalti/ Royalty payments
- Unilever Business Group Services B.V.	Perusahaan afiliasi/ Affiliated company	Pembayaran jasa-jasa regional/penagihan atas biaya riset regional yang dikeluarkan oleh Perseroan/ Payments for regional services/reimbursements of regional research costs paid by the Company
- Unilever Asia Private Ltd.	Perusahaan afiliasi/ Affiliated company	Penggantian beban/ Expense reimbursements
- Unilever China Ltd.	Perusahaan afiliasi/ Affiliated company	Penggantian beban/ Expense reimbursements
- Hindustan Unilever Ltd.	Perusahaan afiliasi/ Affiliated company	Penggantian beban/ Expense reimbursements

b. Perjanjian-perjanjian penting dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa

b. Significant agreements with related parties

Perseroan

The Company

i. Berdasarkan syarat dan kondisi yang tercantum dalam perjanjian dengan kelompok perusahaan Unilever yang berlaku sampai dengan tanggal yang akan ditentukan kemudian, jasa-jasa tertentu diberikan oleh Unilever N.V. kepada Perseroan. Perseroan juga berhak menggunakan semua paten dan merek dagang Indonesia yang dimiliki oleh Unilever N.V. atau anggota kelompok perusahaan Unilever. Perjanjian juga menyebutkan bahwa sehubungan dengan pemberian hak-hak tersebut, Perseroan harus membayar imbalan tahunan sebesar dua persen (termasuk Pajak Penghasilan Pasal 26) dari nilai penjualan kepada pihak ketiga selama tahun yang bersangkutan.

i. Under the terms and conditions of the agreement with the Unilever group of companies which is valid until a date that is yet to be determined, certain services are provided by Unilever N.V. to the Company. The Company also has the right to use all Indonesian patents and trademarks owned by Unilever N.V. or any member of the Unilever group of companies. The agreement further provides that the Company shall, in consideration for granting of these rights, pay an annual contribution equal to two percent (including withholding tax Article 26) of the value of sales made to third parties during the year.

ii. Pada tahun 1997, Perseroan mengadakan perjanjian dengan Unilever Business Group Services B.V. ("UBGS") yang berlaku sampai dengan tanggal yang akan ditentukan kemudian. Berdasarkan perjanjian ini, Perseroan akan membayar biaya tahunan sebesar 1,5% dari nilai penjualan untuk jasa-jasa regional yang diberikan oleh UBGS dan Perseroan akan menagih UBGS atas biaya-biaya yang dikeluarkan oleh Perseroan atas nama UBGS.

ii. In 1997, the Company entered into an agreement with Unilever Business Group Services B.V. ("UBGS") which is valid until a date that is yet to be determined. Under this agreement, the Company shall pay an annual fee equal to 1.5% of sales value for the regional services provided by UBGS, and the Company shall charge UBGS for the costs paid by the Company on behalf of UBGS.

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

iii. Pada tanggal 28 Agustus 2009, Perseroan telah menandatangani perjanjian-perjanjian dengan Unilever Asia Private Ltd. ("UAPL"), perusahaan terafiliasi yang berkedudukan di Singapura, yang dievaluasi setiap tahun dan berlaku sampai dengan perjanjian-perjanjian tersebut diakhiri oleh salah satu pihak. Berdasarkan perjanjian-perjanjian tersebut UAPL akan menyediakan bahan baku dan barang jadi tertentu kepada Perseroan, membeli barang jadi dari Perseroan, serta menyediakan jasa pendukung penerapan sistem SAP di Indonesia.

iii. On 28 August 2009, the Company entered into agreements with Unilever Asia Private Ltd. ("UAPL"), an affiliation of the Company domiciled in Singapore, which is subject to annual evaluation and valid until the agreements are terminated by either party. Based on the agreements, UAPL shall supply certain raw materials and finished goods to the Company, purchases finished goods from the Company and provide supporting service in connection with SAP system implementation in Indonesia.

Anak perusahaan

The Subsidiaries

i. Pada tanggal 17 Juli 2002, PT TL mengadakan perjanjian pembelian dengan PT Technopia Jakarta ("Technopia"), dimana PT TL menunjuk Technopia untuk menyediakan produk-produk PT TL secara eksklusif atas nama PT TL di Indonesia. Jangka waktu perjanjian ini adalah 10 tahun dan dapat diperpanjang untuk jangka waktu 5 tahun lagi.

i. On 17 July 2002, PT TL entered into a purchase agreement with PT Technopia Jakarta ("Technopia"), to appoint Technopia to supply PT TL's products exclusively under the name of PT TL in Indonesia. The initial term of this agreement is for a period of 10 years and can be extended for further period of 5 years.

ii. Pada tanggal 17 Juli 2002, PT TL mengadakan perjanjian transfer teknologi dengan Fumakilla Malaysia Berhad ("Fumakilla") dan Technopia, dimana Fumakilla setuju untuk memberikan lisensi kepada PT TL dan Technopia untuk menggunakan informasi teknis dan pengetahuan yang berhubungan dengan manufaktur, pengembangan dan penggunaan produk-produk sesuai dengan waktu dan kondisi yang ditentukan dalam perjanjian ini. Jangka waktu perjanjian ini adalah 10 tahun dan dapat diperpanjang untuk jangka waktu 5 tahun lagi.

ii. On 17 July 2002, PT TL entered into a technology transfer agreement with Fumakilla Malaysia Berhad ("Fumakilla") and Technopia, in which Fumakilla agreed to grant PT TL and Technopia a license to use technical information and skills in connection with the manufacturing, development and use of products, under the terms and conditions set forth in this agreement. The initial term of this agreement is for a period of 10 years and can be extended for further period of 5 years.

iii. Pada tanggal 17 Juli 2002, PT TL mengadakan perjanjian lisensi merek dagang dengan Unilever N.V., dimana PT TL berhak menggunakan merek dagang "Domestos Nomos" di Indonesia dalam kaitannya dengan manufaktur, pengepakan, pengiklanan dan penjualan produk-produk tersebut di Indonesia. Jangka waktu perjanjian ini adalah 10 tahun dan dapat diperpanjang untuk 5 tahun kemudian.

iii. On 17 July 2002, PT TL entered into a trademark license agreement with Unilever N.V., under which PT TL is entitled to use the "Domestos Nomos" trademark in Indonesia in connection with the manufacturing, packaging, advertising and sales of these products in Indonesia. The initial term of this agreement is for a period of 10 years and can be extended for further period of 5 years.

Beban signifikan yang dikenakan oleh pihak yang mempunyai hubungan istimewa:

Significant expenses charged by related parties:

	2010	2009	
Royalti ke Unilever N.V.	375,229	351,334	Royalty to Unilever N.V.
Biaya jasa ke UBGs (pembayaran dilakukan melalui Unilever N.V.)	281,421	263,501	Service fee to UBGs (payments are made through Unilever N.V.)
Jumlah	<u>656,650</u>	<u>614,835</u>	Total
Sebagai persentase dari jumlah beban usaha	11.60%	12.74%	As percentage of total operating expenses

Lihat Catatan 26 dan 27 untuk rincian penjualan kepada dan pembelian bahan baku dan barang jadi dari pihak yang mempunyai hubungan istimewa.

Refer to Notes 26 and 27 for details of sales to and purchases of raw materials and finished goods from related parties.

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Semua transaksi dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa, dilakukan dengan syarat dan kondisi serta manfaat ekonomis bagi Perseroan yang secara substansial sebanding dengan transaksi dengan pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa.

All transactions with related parties are conducted on substantially comparable terms and conditions and economic benefit to the Company, as well as those with unrelated parties.

c. Piutang lain-lain kepada pihak yang mempunyai hubungan istimewa

c. Amounts due from related parties

	2010	2009	
Unilever Asia Private Ltd.	1,599	-	Unilever Asia Private Ltd.
Unilever China Ltd.	2	1,010	Unilever China Ltd.
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 1.000)	721	1,908	Others (individual balances less than Rp 1,000 each)
Jumlah	<u>2,322</u>	<u>2,918</u>	Total
Sebagai persentase dari jumlah aset lancar	0.06%	0.08%	As percentage of total current assets

Manajemen tidak membuat penyisihan piutang tidak tertagih untuk akun ini karena berkeyakinan bahwa saldo piutang tersebut akan tertagih seluruhnya.

Management has not made a provision for doubtful accounts as it is of the opinion that these receivables will be collectible in full.

d. Hutang lain-lain pada pihak yang mempunyai hubungan istimewa

d. Amounts due to related parties

	2010	2009	
Unilever N.V.	145,528	128,388	Unilever N.V.
Unilever Asia Private Ltd.	23,413	2,032	Unilever Asia Private Ltd.
Hindustan Unilever Ltd.	84	1,311	Hindustan Unilever Ltd.
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 1.000)	2,513	2,588	Others (individual balances less than Rp 1,000 each)
Jumlah	<u>171,538</u>	<u>134,319</u>	Total
Sebagai persentase dari jumlah kewajiban lancar	3.90%	3.74%	As percentage of total current liabilities

e. Pinjaman kepada karyawan kunci

e. Loans to key management personnel

	2010	2009	
Pinjaman karyawan:			Employee loans:
- Lancar	11,471	11,013	Current -
- Tidak lancar	20,087	24,672	Non-current -
	31,558	35,685	
Dikurangi: Pinjaman untuk bukan karyawan kunci	(27,819)	(30,601)	Less: Loans to non-key management personnel
Jumlah	<u>3,739</u>	<u>5,084</u>	Total
Sebagai persentase dari jumlah aset lancar	0.10%	0.14%	As percentage of total current assets

Perseroan menyediakan pinjaman tanpa bunga untuk karyawan. Pinjaman ini dilunasi dengan cara cicilan bulanan yang dikurangkan langsung dari gaji bulanan karyawan yang bersangkutan.

The Company provides its employees with non-interest bearing loans. The loans are repayable in monthly installments which are deducted from the employees' monthly salaries.

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

f. Gaji dan tunjangan untuk Dewan Komisaris dan Direksi

f. Salaries and allowances of the Boards of Commissioners and Directors

Jumlah beban gaji dan tunjangan untuk Dewan Komisaris dan Direksi yang terjadi selama tahun 2010 adalah Rp 32.567 (2009: Rp 33.967). Beban ini dicatat sebagai bagian dari beban operasi.

Total salaries and allowances of the Boards of Commissioners and Directors during year 2010 were Rp 32,567 (2009: Rp 33,967). This expenditure is recorded as part of operating expenses.

Termasuk dalam paket penghasilan Direksi adalah tunjangan fasilitas perumahan.

Included in the Board of Directors remuneration package are housing facilities.

	2010	2009	
Sebagai persentase dari jumlah beban karyawan	3.77%	4.40%	As percentage of total employee costs

g. Program saham untuk karyawan (*share matching plan*)

g. Share matching plan

Ringkasan jumlah lembar saham untuk karyawan yang diberikan melalui *share matching plan* adalah sebagai berikut:

A summary of number of shares matched to employee through share matching plan is as follows:

	2010	2009	
Saldo awal	834,200	773,038	Beginning balance
Saham yang diberikan:			Shares granted:
- Unilever N.V.	-	6,725	Unilever N.V. -
- Unilever PLC	-	6,904	Unilever PLC -
- PT Unilever Indonesia Tbk	198,573	293,818	PT Unilever Indonesia Tbk -
Saham yang dieksekusi	(285,921)	(238,992)	Shares executed
Saham yang dibatalkan	(862)	(7,293)	Shares forfeited
Saldo akhir	745,990	834,200	Ending balance

9. Beban dibayar di muka

9. Prepaid expenses

	2010	2009	
Sewa	33,952	21,248	Rents
Belanja iklan	12,850	15,349	Advertising
Asuransi	3,282	2,162	Insurance
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 1.000)	2,061	3,022	Others (individual balances less than Rp 1,000 each)
Jumlah	52,145	41,781	Total

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

10. Aset tetap

10. Fixed assets

a. Mutasi kelompok-kelompok utama aset tetap adalah sebagai berikut:

a. Movements of fixed assets, by major classifications, are as follows:

		2010				
		Saldo awal/ Beginning balance	Penambahan/ Additions	Transfer/ Transfers	Pelepasan/ Disposals	Saldo akhir/Ending balance
Biaya perolehan:						At cost:
Kepemilikan langsung						Direct ownership
Tanah	174,216	34,897	-	-	209,113	Land
Bangunan	617,174	-	70,783	(9,512)	678,445	Buildings
Mesin dan peralatan	2,388,078	94,532	396,871	(34,935)	2,844,546	Machinery and equipment
Kendaraan bermotor	48,791	3,633	-	(3,954)	48,470	Motor vehicles
Aset dalam penyelesaian	556,102	1,189,252	(467,654)	-	1,277,700	Construction in progress
Aset sewa					Leased assets	
Komputer	3,578	-	-	-	3,578	Computers
Jumlah	3,787,939	1,322,314	-	(48,401)	5,061,852	Total
Akumulasi penyusutan:						Accumulated depreciation:
Kepemilikan langsung						Direct ownership
Bangunan	(71,332)	(15,214)	-	1,680	(84,866)	Buildings
Mesin dan peralatan	(658,270)	(158,754)	-	14,314	(802,710)	Machinery and equipment
Kendaraan bermotor	(20,596)	(5,396)	-	3,245	(22,747)	Motor vehicles
Aset sewa					Leased assets	
Komputer	(1,826)	(925)	-	-	(2,751)	Computers
Jumlah	(752,024)	(180,289)	-	19,239	(913,074)	Total
Nilai buku bersih	3,035,915				4,148,778	Net book value
		2009				
		Saldo awal/ Beginning balance	Penambahan/ Additions	Transfer/ Transfers	Pelepasan/ Disposals	Saldo akhir/Ending balance
Biaya perolehan:						At cost:
Kepemilikan langsung						Direct ownership
Tanah	174,216	-	-	-	174,216	Land
Bangunan	463,058	-	154,116	-	617,174	Buildings
Mesin dan peralatan	2,039,040	71,893	284,851	(7,706)	2,388,078	Machinery and equipment
Kendaraan bermotor	52,993	2,374	-	(6,576)	48,791	Motor vehicles
Aset dalam penyelesaian	426,395	568,674	(438,967)	-	556,102	Construction in progress
Aset sewa					Leased assets	
Komputer	3,578	-	-	-	3,578	Computers
Jumlah	3,159,280	642,941	-	(14,282)	3,787,939	Total
Akumulasi penyusutan:						Accumulated depreciation:
Kepemilikan langsung						Direct ownership
Bangunan	(59,372)	(11,960)	-	-	(71,332)	Buildings
Mesin dan peralatan	(519,989)	(144,081)	-	5,800	(658,270)	Machinery and equipment
Kendaraan bermotor	(19,143)	(6,303)	-	4,850	(20,596)	Motor vehicles
Aset sewa					Leased assets	
Komputer	(901)	(925)	-	-	(1,826)	Computers
Jumlah	(599,405)	(163,269)	-	10,650	(752,024)	Total
Nilai buku bersih	2,559,875				3,035,915	Net book value

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

- b. Pada tanggal 31 Desember 2010, Perseroan mempunyai 36 (2009: 35) bidang tanah dengan sertifikat Hak Guna Bangunan ("HGB") dan 1 (2009: 1) bidang tanah dengan sertifikat Hak Pakai yang memiliki sisa manfaat antara 1 sampai 25 tahun, dan jatuh tempo pada tahun 2011 sampai dengan 2035.

Manajemen berkeyakinan bahwa HGB dan Hak Pakai tersebut dapat diperpanjang pada saat jatuh tempo.

- c. Perhitungan (kerugian)/keuntungan pelepasan aset tetap adalah sebagai berikut:

	<u>2010</u>	<u>2009</u>
Biaya perolehan	48,401	14,282
Akumulasi penyusutan	<u>(19,239)</u>	<u>(10,650)</u>
Nilai buku bersih	29,162	3,632
Penerimaan dari aset yang dijual	<u>2,368</u>	<u>4,076</u>
(Kerugian)/keuntungan pelepasan aset tetap	<u>(26,794)</u>	<u>444</u>

- b. As at 31 December 2010, the Company has 36 (2009: 35) plots of land rights in the form of Land Use Title ("HGB") and 1 (2009: 1) plot of land with Right to Use title ("Hak Pakai") which have remaining useful lives ranging from 1 to 25 years and will be expired between 2011 until 2035.

Management believes that these HGB and Hak Pakai can be extended when the due dates arrive.

- c. The calculations of (loss)/gain on disposals of fixed assets are as follows:

Acquisition costs
 Accumulated depreciation
 Net book value
 Proceeds
 (Loss)/gain on disposals of fixed assets

- d. (Kerugian)/keuntungan pelepasan dan penyusutan yang dipercepat aset tetap dialokasikan sebagai berikut:

	<u>2010</u>	<u>2009</u>
Harga pokok penjualan	(27,112)	-
Penghasilan lain-lain	<u>318</u>	<u>444</u>
Jumlah	<u>(26,794)</u>	<u>444</u>

- d. (Loss)/gain on disposal and accelerated depreciation of fixed assets were allocated as follows:

Cost of goods sold
 Other income
 Total

- e. Aset dalam penyelesaian pada tanggal 31 Desember 2010 dan 2009 adalah sebagai berikut:

	<u>2010</u>	<u>2009</u>
Bangunan	142,224	29,914
Mesin dan peralatan	<u>1,135,476</u>	<u>526,188</u>
Jumlah	<u>1,277,700</u>	<u>556,102</u>

- e. Construction in progress as at 31 December 2010 and 2009 are as follows:

Buildings
 Machinery and equipment
 Total

Persentase penyelesaian untuk pekerjaan konstruksi tahun 2010 adalah antara 3% - 97% (2009: 6,69% - 95%).

The percentage of completion for construction in progress in 2010 is between 3% - 97% (2009: 6.69% - 95%).

Aset dalam penyelesaian diperkirakan akan selesai dan direklasifikasi ke masing-masing kelompok aset pada tahun 2011.

Construction in progress is estimated to be completed and reclassified into each group of assets in 2011.

- f. Beban penyusutan dialokasikan sebagai berikut:

	<u>2010</u>	<u>2009</u>
Harga pokok produksi	148,867	135,342
Beban usaha	<u>31,422</u>	<u>27,927</u>
Jumlah	<u>180,289</u>	<u>163,269</u>

- f. Depreciation expense is allocated as follows:

Cost of goods manufactured
 Operating expenses
 Total

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

g. Aset tetap yang dimiliki oleh Grup diasuransikan terhadap risiko kerugian dengan jumlah pertanggungan sebesar USD 312 juta dan Rp 38.654 (2009: USD 231 juta dan Rp 37.237), yang menurut pendapat manajemen telah memadai untuk menutupi kerugian yang mungkin timbul. Risiko kerugian yang terjadi atas bangunan dalam penyelesaian ditanggung oleh kontraktor sampai bangunan tersebut siap digunakan.

g. The Group's fixed assets have been insured against the risk of loss with a total coverage of USD 312 million and Rp 38,654 (2009: USD 231 million and Rp 37,237), which is considered adequate by management to cover possible losses arising from such risks. Risk of loss on building under construction is covered by contractor until the building is ready for intended use.

Pertanggungan asuransi untuk setiap kelompok aset tetap adalah sebagai berikut:

Insurance coverage for each class of fixed assets is as follows:

	2010			Nilai buku bersih aset tetap/ Net book value of fixed assets	
	Nilai pertanggungan/ Insured amounts				
	Ekuivalen dalam				
	Dalam jutaan USD/ In millions USD	jutaan Rupiah/ Equivalent in millions Rupiah	Dalam jutaan Rupiah/ In millions Rupiah		
Bangunan, mesin dan peralatan	312	2,811,210	-	2,635,415	Buildings, machinery and equipment Motor vehicles
Kendaraan bermotor	-	-	38,654	25,723	
	312	2,811,210	38,654	2,661,138	
	2009			Nilai buku bersih aset tetap/ Net book value of fixed assets	
	Nilai pertanggungan/ Insured amounts				
	Ekuivalen dalam				
	Dalam jutaan USD/ In millions USD	jutaan Rupiah/ Equivalent in millions Rupiah	Dalam jutaan Rupiah/ In millions Rupiah		
Bangunan, mesin dan peralatan	231	2,174,310	-	2,275,650	Buildings, machinery and equipment Motor vehicles
Kendaraan bermotor	-	-	37,237	28,195	
	231	2,174,310	37,237	2,303,845	

11. Goodwill

11. Goodwill

	2010	2009	
Biaya perolehan	83,954	83,954	Cost
Dikurangi: Akumulasi amortisasi	(22,029)	(15,583)	Less: Accumulated amortisation
Jumlah	61,925	68,371	Total
Beban amortisasi	6,446	6,446	Amortisation expense

Goodwill merupakan selisih lebih dari jumlah yang dibayar dan nilai tercatat atas hak minoritas PT AL yang diakuisisi oleh Perseroan pada bulan Agustus 2007.

Goodwill represents the excess of the amount paid over the carrying value of PT AL's minority interest acquired by the Company in August 2007.

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

12. Aset tidak berwujud

	<u>2010</u>	<u>2009</u>
Biaya perolehan		
Saldo awal	912,635	813,871
Penambahan aset tidak berwujud	87,243	98,764
Saldo akhir	<u>999,878</u>	<u>912,635</u>
Akumulasi amortisasi		
Saldo awal	(240,085)	(148,134)
Beban amortisasi	(113,437)	(91,951)
Saldo akhir	<u>(353,522)</u>	<u>(240,085)</u>
Nilai buku bersih	<u>646,356</u>	<u>672,550</u>

Aset tidak berwujud timbul dari perolehan atas hak usaha, merek dagang dan hak cipta yang berhubungan dengan produk Hazeline, Bango, Taro dan Buavita yang diperoleh berturut-turut pada tahun 1996, 2001, 2003 dan 2008, serta perangkat lunak dan lisensi perangkat lunak yang diperoleh dari tahun 2004 sampai dengan tahun 2010.

Beban amortisasi hak usaha, merek dagang dan hak cipta sebesar Rp 49.990 (2009: Rp 49.990), dan perangkat lunak dan lisensi perangkat lunak sebesar Rp 63.447 (2009: Rp 41.961) dialokasikan sebagai beban umum dan administrasi.

Aset tidak berwujud memiliki sisa masa amortisasi antara 1 sampai dengan 13 tahun.

13. Aset lain-lain

	<u>2010</u>	<u>2009</u>
Pinjaman karyawan (Catatan 8e)	20,087	24,672
Uang jaminan	15,195	13,866
Beban tangguhan tanah	9,026	8,475
Sewa dibayar di muka	6,069	8,045
Jumlah	<u>50,377</u>	<u>55,058</u>

Manajemen berkeyakinan bahwa pinjaman karyawan dan uang jaminan akan tertagih seluruhnya dan tidak membuat penyisihan piutang tidak tertagih untuk akun di atas.

14. Pinjaman jangka pendek

Pinjaman jangka pendek merupakan fasilitas pinjaman jangka pendek tanpa jaminan yang terdiri dari:

	<u>2010</u>	<u>2009</u>
Pihak ketiga – Rupiah:		
The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta	190,000	-
Jumlah	<u>190,000</u>	<u>-</u>

Pinjaman jatuh tempo dan dibayarkan lunas pada tanggal 14 Januari 2011. Tingkat bunga pinjaman adalah 7,21%.

12. Intangible assets

	<u>2010</u>	<u>2009</u>	
			Cost
			<i>Beginning balance</i>
			<i>Addition of intangible assets</i>
			<i>Ending balance</i>
			Accumulated amortisation
			<i>Beginning balance</i>
			<i>Amortisation expenses</i>
			<i>Ending balance</i>
			Net book value

Intangible assets principally comprise operating rights, trademarks and copyrights related to Hazeline, Bango, Taro and Buavita products which were acquired in 1996, 2001, 2003 and 2008, respectively, and software and software licenses which were acquired from 2004 until 2010.

Amortisation expense of operating rights, trademarks and copyrights of Rp 49,990 (2009: Rp 49,990), and software and software license of Rp 63,447 (2009: Rp 41,961) is allocated to general and administration expenses.

The remaining amortisation period of the intangible assets range from 1 to 13 years.

13. Other assets

	<u>2010</u>	<u>2009</u>	
			<i>Loans to employees (Note 8e)</i>
			<i>Refundable deposits</i>
			<i>Land deferred charges</i>
			<i>Prepaid rent</i>
			<i>Total</i>

Management has not made any provision for doubtful accounts for the loans to employees and the refundable deposits as it is of the opinion that these will be fully collectible.

14. Short-term loans

Short-term loans represent unsecured short-term loan facility that consists of:

	<u>2010</u>	<u>2009</u>	
			<i>Third party – Rupiah:</i>
			<i>The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta</i>
			<i>Total</i>

The loan is due and fully paid on 14 January 2011. Interest rate of the loan is 7.21%.

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

15. Hutang usaha

15. Trade creditors

	<u>2010</u>	<u>2009</u>	
Pihak ketiga:			<i>Third parties:</i>
- Rupiah	1,024,049	1,002,862	<i>Rupiah -</i>
- Mata uang asing (Catatan 31)	588,623	355,208	<i>Foreign currencies (Note 31) -</i>
Jumlah	<u>1,612,672</u>	<u>1,358,070</u>	<i>Total</i>
Pihak yang mempunyai hubungan istimewa (Catatan 31):			<i>Related parties (Note 31):</i>
Unilever Asia Private Ltd.	151,681	33,301	<i>Unilever Asia Private Ltd.</i>
Lipton Ltd. UK	20,267	14,464	<i>Lipton Ltd. UK</i>
Unilever Philippines, Inc.	19,582	4,911	<i>Unilever Philippines, Inc.</i>
Hindustan Unilever Ltd.	3,984	3,241	<i>Hindustan Unilever Ltd.</i>
Unilever China Ltd.	3,113	-	<i>Unilever China Ltd.</i>
Unilever Vietnam Joint Venture Company	2,542	3,560	<i>Unilever Vietnam Joint Venture Company</i>
Unilever Supply Chain Company AG.	1,376	1,862	<i>Unilever Supply Chain Company AG.</i>
Unilever Australia Ltd.	326	6,338	<i>Unilever Australia Ltd.</i>
Unilever Foods (Malaysia) Sdn. Bhd.	66	2,643	<i>Unilever Foods (Malaysia) Sdn. Bhd.</i>
Unilever Srilanka Ltd.	-	1,046	<i>Unilever Srilanka Ltd.</i>
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 1.000)	984	255	<i>Others (individual balances less than Rp 1,000 each)</i>
Jumlah	<u>203,921</u>	<u>71,621</u>	<i>Total</i>
Sebagai persentase dari kewajiban lancar	4.63%	2.00%	<i>As percentage of current liabilities</i>
Analisis umur hutang usaha adalah sebagai berikut:			<i>The ageing analysis of trade creditors is as follows:</i>

	<u>2010</u>	<u>2009</u>	
Lancar	1,792,474	1,394,875	<i>Current</i>
Lewat jatuh tempo 1 – 30 hari	22,224	31,351	<i>Overdue 1 – 30 days</i>
Lewat jatuh tempo lebih dari 30 hari	1,895	3,465	<i>Overdue more than 30 days</i>
Jumlah	<u>1,816,593</u>	<u>1,429,691</u>	<i>Total</i>

Saldo-saldo tersebut berasal dari pembelian bahan baku, bahan pembantu dan barang jadi.

These balances arise from the purchases of raw materials, supplies and finished goods.

16. Pajak

16. Taxation

a. Beban pajak penghasilan

a. Income tax expense

	<u>2010</u>	<u>2009</u>	
Perseroan			<i>The Company</i>
Kini	1,131,308	1,152,701	<i>Current</i>
Tangguhan	22,687	52,535	<i>Deferred</i>
Jumlah	<u>1,153,995</u>	<u>1,205,236</u>	<i>Total</i>
Anak perusahaan			<i>The Subsidiaries</i>
Kini	-	-	<i>Current</i>
Tangguhan	-	-	<i>Deferred</i>
Jumlah	<u>-</u>	<u>-</u>	<i>Total</i>
Grup			<i>The Group</i>
Kini	1,131,308	1,152,701	<i>Current</i>
Tangguhan	22,687	52,535	<i>Deferred</i>
Jumlah	<u>1,153,995</u>	<u>1,205,236</u>	<i>Total</i>

PT Unilever Indonesia Tbk dan Anak Perusahaan
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2010 dan 2009

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiaries
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2010 and 2009

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Per tanggal 31 Desember 2010, PT TL masih dalam keadaan rugi secara pajak sehingga tidak mempunyai beban pajak penghasilan dan tidak terhutang pajak penghasilan badan, sedangkan PT AL dalam likuidasi.

As at 31 December 2010, PT TL was still in tax loss position, hence it did not record any income tax expense and liabilities, while PT AL is in liquidation.

Rekonsiliasi antara laba sebelum pajak penghasilan yang disajikan dalam laporan keuangan konsolidasian dengan taksiran penghasilan kena pajak Perseroan untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2010 dan 2009 adalah sebagai berikut:

The reconciliations between the profit before income tax as shown in the consolidated financial statements and the Company's estimated taxable income for the years ended 31 December 2010 and 2009 are as follows:

	2010	2009	
Laba konsolidasian sebelum pajak penghasilan	4,538,643	4,248,590	Consolidated profit before income tax
Rugi sebelum pajak penghasilan – anak perusahaan	(2,233)	(143)	Loss before income tax – subsidiaries
Eliminasi untuk konsolidasi	4,555	896	Consolidation elimination
Laba sebelum pajak penghasilan – Perseroan	4,540,965	4,249,343	Profit before income tax – the Company
Perbedaan temporer:			Temporary differences:
Penyisihan dan beban yang masih harus dibayar	(27,532)	(27,007)	Provisions and accrued expenses
Perbedaan antara penyusutan aset tetap dan amortisasi aset tidak berwujud komersial dengan fiskal	(108,462)	(114,158)	Difference between commercial and fiscal depreciation of fixed assets and amortisation of intangible assets
Kewajiban imbalan kerja	45,244	(21,294)	Employee benefit obligations
Perbedaan tetap:			Permanent differences:
Bagian rugi bersih anak perusahaan	2,233	463	Share of net loss of subsidiaries
Penghasilan bunga kena pajak final	(28,496)	(33,483)	Interest income subject to final tax
Beban yang tidak dapat dikurangkan	101,281	62,926	Non-deductible expenses
Taksiran penghasilan kena pajak – Perseroan	4,525,233	4,116,790	Taxable income – the Company
Perseroan			The Company
Pajak penghasilan kini – tahun berjalan	1,131,308	1,152,701	Corporate income tax – current year
Dikurangi: Pajak dibayar di muka (Lebih bayar)/hutang pajak penghasilan	(1,169,435)	(1,089,529)	Less: Prepaid income tax
	(38,127)	63,172	Income tax (overpayment)/payable
Anak perusahaan			The Subsidiaries
Pajak penghasilan kini – tahun berjalan (Lebih bayar)/hutang pajak penghasilan	-	-	Corporate income tax – current year
	-	-	Income tax (overpayment)/payable
Grup			The Group
Pajak penghasilan kini – tahun berjalan	1,131,308	1,152,701	Corporate income tax – current year
Dikurangi: Pajak dibayar di muka (Lebih bayar)/hutang pajak penghasilan	(1,169,435)	(1,089,529)	Less: Prepaid income tax
	(38,127)	63,172	Income tax (overpayment)/payable

Surat Pemberitahuan Tahunan ("SPT") PPh Badan untuk tahun fiskal 2010 akan dilaporkan berdasarkan peraturan perpajakan yang berlaku. Jumlah penghasilan kena pajak tahun 2009 telah sesuai dengan SPT tahun 2009.

The Annual Corporate Income Tax Return for the fiscal year 2010 will be reported based on the prevailing tax regulation. The amount of taxable income for 2009 agreed with the 2009 Corporate Income Tax Return.

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Pada bulan September 2008, Undang-undang Pajak Penghasilan yang baru diberlakukan. Undang-undang ini berlaku efektif tanggal 1 Januari 2009 yang menetapkan tarif tunggal untuk pajak penghasilan perusahaan yaitu sebesar 28% dan akan turun menjadi 25% mulai tahun 2010.

In September 2008, a new Income Tax Law was enacted. The law was effective from 1 January 2009 and will provide a 28% flat rate of corporate income tax. The rate will be further reduced to 25% in 2010 onwards.

Rekonsiliasi antara beban pajak penghasilan Perseroan dan hasil perkalian laba sebelum pajak penghasilan Perseroan dengan tarif pajak yang berlaku adalah sebagai berikut:

Reconciliations between the Company's income tax expense and the theoretical tax amount on the Company's profit before income tax are as follows:

	<u>2010</u>	<u>2009</u>	
Laba sebelum pajak penghasilan	4,540,965	4,249,343	Profit before income tax
Pajak dihitung pada tarif pajak yang berlaku	1,135,241	1,189,816	Tax calculated at applicable tax rates
Penghasilan bunga kena pajak final	(7,124)	(9,375)	Interest income subject to final tax
Bagian rugi bersih anak perusahaan	558	130	Share of net loss of subsidiaries
Beban yang tidak dapat dikurangkan	25,320	17,619	Non-deductible expenses
Penyesuaian tarif pajak	-	7,046	Tax rate adjustment
Beban pajak penghasilan	<u>1,153,995</u>	<u>1,205,236</u>	Income tax expense

b. Kewajiban pajak tangguhan

b. Deferred tax liabilities

	<u>31 Desember 2009/ 31 December 2009</u>	<u>Dikreditkan/ (dibebankan) ke laporan laba rugi konsolidasian/ Credited/(charged) to consolidated statements of income</u>	<u>31 Desember 2010/ 31 December 2010</u>	
Kewajiban pajak tangguhan Grup	(27,252)	(22,687)	(49,939)	Deferred tax liabilities of the Group
Kewajiban pajak tangguhan Perseroan:				Deferred tax liabilities of the Company:
- Penyisihan dan beban yang masih harus dibayar	84,907	(6,883)	78,024	Provisions - and accrued expenses
- Perbedaan antara nilai buku bersih komersial dan fiskal dari aset tetap dan aset tidak berwujud	(139,306)	(27,115)	(166,421)	Difference between - commercial and fiscal net book value of fixed assets and intangible assets
- Kewajiban imbalan kerja	27,147	11,311	38,458	Employee benefit - obligations
	<u>(27,252)</u>	<u>(22,687)</u>	<u>(49,939)</u>	

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	31 Desember 2008/ 31 December 2008	Dibebankan ke laporan laba rugi konsolidasian/ Charged to the consolidated statements of income	31 Desember 2009/ 31 December 2009	
Aset/(kewajiban) pajak tangguhan Grup	25,283	(52,535)	(27,252)	Deferred tax assets/(liabilities) of the Group
Aset/(kewajiban) pajak tangguhan Perseroan:				Deferred tax assets/(liabilities) of the Company:
- Penyisihan dan beban yang masih harus dibayar	102,657	(17,750)	84,907	Provisions - and accrued expenses
- Perbedaan antara nilai buku bersih komersial dan fiskal dari aset tetap dan aset tidak berwujud	(109,845)	(29,461)	(139,306)	Difference between - commercial and fiscal net book value of fixed assets and intangible assets
- Kewajiban imbalan kerja	32,471	(5,324)	27,147	Employee benefit - obligations
	25,283	(52,535)	(27,252)	

Pada tanggal 31 Desember 2010, aset pajak tangguhan PT TL yang terutama berasal dari akumulasi rugi fiskal sebesar Rp 3.350 (2009: Rp 2.772) tidak dibukukan karena ketidakpastian akan realisasinya di masa mendatang.

As at 31 December 2010, the deferred tax assets of PT TL which are mainly derived from the accumulated tax losses amounting to Rp 3,350 (2009: Rp 2,772) have not been booked due to the uncertainty of their realisation in the foreseeable future.

c. Pajak dibayar di muka

c. Prepaid taxes

	2010	2009	
Perseroan:			The Company:
Pajak penghasilan badan lebih bayar	38,127	-	Corporate income tax overpayment
Anak perusahaan:			The Subsidiaries:
Pajak pertambahan nilai, bersih	6,408	6,401	Value added tax, net
Pajak penghasilan badan lebih bayar tahun 2008	1,840	1,840	2008 corporate income tax overpayment
Pajak penghasilan badan lebih bayar tahun 2007	5,158	5,158	2007 corporate income tax overpayment
Jumlah	13,406	13,399	Total
Grup	51,533	13,399	The Group

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

d. Hutang pajak

	<u>2010</u>	<u>2009</u>
Perseroan:		
- Pajak penghasilan Pasal 21	8,150	6,417
- Pajak penghasilan Pasal 23/26	102,443	90,940
- Pajak penghasilan Pasal 25	90,318	90,644
- Pajak penghasilan badan	-	63,172
- Pajak pertambahan nilai, bersih	7,597	66,488
Jumlah	<u>208,508</u>	<u>317,661</u>
Anak perusahaan:		
- Pajak penghasilan Pasal 23/26	270	270
Grup	<u>208,778</u>	<u>317,931</u>

e. Surat ketetapan pajak

Anak Perusahaan

Pada bulan Maret 2009, PT AL menerima SKP kurang bayar atas pajak penghasilan badan untuk tahun pajak 2007 sebesar Rp 4.554. PT AL tidak menyetujui hasil SKP tersebut dan mengajukan keberatan pada bulan Juni 2009. Pada bulan Desember 2009 PT AL menerima surat keputusan keberatan yang menyatakan menolak permohonan keberatan PT AL. PT AL tidak setuju atas keputusan tersebut dan mengajukan banding ke Pengadilan Pajak pada bulan Maret 2010. Sampai dengan tanggal penyelesaian laporan keuangan konsolidasian ini Pengadilan Pajak belum memberikan putusan atas permohonan banding yang diajukan Perseroan.

f. Administrasi

Berdasarkan undang-undang perpajakan yang berlaku di Indonesia, Grup melaporkan pajak terhutang berdasarkan perhitungan sendiri (*self assessment*). Direktorat Jendral Pajak ("DJP") dapat menetapkan atau mengubah kewajiban pajak dalam batas waktu sepuluh tahun sejak tanggal terhutangnya pajak, atau akhir tahun 2013, mana yang lebih awal. Ketentuan baru yang berlaku mulai tahun pajak 2008, menentukan bahwa DJP dapat menetapkan atau mengubah kewajiban pajak dalam batas waktu lima tahun sejak saat terhutangnya pajak.

17. Beban yang masih harus dibayar

	<u>2010</u>	<u>2009</u>
Beban promosi dan penjualan	1,099,293	1,039,374
Beban remunerasi karyawan	140,298	198,342
Yayasan Unilever Indonesia	36,767	47,409
Perangkat lunak	33,749	20,378
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 10.000)	150,867	176,324
Jumlah	<u>1,460,974</u>	<u>1,481,827</u>

d. Taxes payable

The Company:
 Income tax Article 21 -
 Income taxes Articles 23/26 -
 Income tax Article 25 -
 Corporate income tax -
 Value added tax, net -
 Total

The Subsidiaries:
 Income taxes Articles 23/26 -
 The Group

e. Tax assessments

The Subsidiary

In March 2009, PT AL received a tax assessment letter confirming an underpayment of 2007 corporate income tax amounting to Rp 4,554. PT AL disagreed and lodged an objection letter to the tax office in June 2009. In December 2009, PT AL received a tax decision letter which rejected PT AL objection. PT AL disagreed with the decision and filed an appeal to the Tax Court in March 2010. As at the date of the completion of these consolidated financial statements, the Tax Court has not responded to the appeal lodged by the Company.

f. Administration

Under the tax laws of Indonesia, the Group submit tax returns on the basis of self assessment. The Director General of Tax ("DGT") may assess or amend taxes within ten years of the time the tax becomes due, or until the end of 2013, whichever is earlier. New rules applicable commencing 2008 fiscal year stipulate that the DGT may assess or amend taxes within five years of the time the tax becomes due.

17. Accrued expenses

Sales and promotion expenses
 Remuneration expenses
 Unilever Indonesia Foundation
 Software
 Others (individual balances less than Rp 10,000 each)
 Total

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

18. Hutang lain-lain

	<u>2010</u>
Jasa konsultan dan jasa lainnya	265,769
Barang-barang teknik	242,215
Hutang dividen (Catatan 24)	39,661
Hutang derivatif (Catatan 7)	862
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 10.000)	6,550
Jumlah	<u>555,057</u>

18. Other liabilities

	<u>2009</u>	
	63,175	Consultant fees and other services
	118,738	Technical parts
	32,752	Dividends payable (Note 24)
	6,607	Derivative payable (Note 7)
	4,148	Others (individual balances less than Rp 10,000 each)
	<u>225,420</u>	Total

19. Kewajiban imbalan kerja

Perseroan

Perseroan memperoleh persetujuan dari Menteri Keuangan Republik Indonesia tertanggal 3 Juli 2000 untuk mendirikan Dana Pensiun Unilever Indonesia ("Dana Pensiun") yang dikelola oleh pengurus yang terpisah, bagi seluruh karyawan yang telah memenuhi persyaratan tertentu yang berhak memperoleh imbalan pensiun, cacat, atau meninggal dunia.

Dana Pensiun mendapatkan dana melalui iuran-iuran, yang sebagian besar ditanggung oleh Perseroan, dan cukup untuk memenuhi jumlah minimum yang diharuskan oleh peraturan dana pensiun yang berlaku.

Imbalan kerja yang diakui dalam neraca konsolidasian terdiri dari:

	<u>2010</u>
Beban pensiun dibayar di muka	45,696
Kewajiban imbalan kerja	
Imbalan kesehatan pasca-kerja	132,226
Imbalan pasca-kerja dan jangka panjang lainnya	67,304
Jumlah	<u>199,530</u>

Jumlah bersih yang dibebankan ke laporan laba rugi konsolidasian adalah sebagai berikut:

	<u>2010</u>
Imbalan pensiun	13,546
Imbalan kesehatan pasca-kerja	31,129
Imbalan pasca-kerja dan jangka panjang lainnya	27,211
Jumlah	<u>71,886</u>

19. Employee benefit obligations

The Company

The Company received approval from the Minister of Finance of the Republic of Indonesia on 3 July 2000 to establish a separate trustee-administered pension fund, Dana Pensiun Unilever Indonesia ("Dana Pensiun"), for which all employees, after serving a qualifying period, are entitled to benefits on retirement, disability or death.

Dana Pensiun is funded through contributions, made primarily by the Company, and is sufficient to meet the minimum requirements set forth in the applicable pension legislation.

Employee benefits recognised in the consolidated balance sheets consist of:

	<u>2009</u>	
	51,385	Prepaid pension expense
	109,870	Employee benefit obligations
	50,105	Post-employment medical benefits
	159,975	Other post-employment and long-term benefits
	<u>159,975</u>	Total

The net amounts recognised in the consolidated statements of income are as follows:

	<u>2009</u>	
	14,100	Pension benefits
	27,555	Post-employment medical benefits
	9,975	Other post-employment and long-term benefits
	<u>51,630</u>	Total

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

- Imbalan pensiun

Jumlah yang diakui dalam neraca konsolidasian ditentukan sebagai berikut:

	<u>2010</u>	<u>2009</u>
Nilai kini kewajiban yang didanai	705,521	526,489
Nilai wajar dari aset program	<u>(842,994)</u>	<u>(711,234)</u>
	(137,473)	(184,745)
Keuntungan aktuarial yang belum diakui	<u>91,777</u>	<u>133,360</u>
Beban pensiun dibayar di muka	<u>(45,696)</u>	<u>(51,385)</u>

Beban imbalan pensiun terdiri dari komponen-komponen sebagai berikut:

	<u>2010</u>	<u>2009</u>
Biaya jasa kini	42,107	28,121
Biaya bunga	52,527	51,122
Hasil aset program yang diharapkan	(75,841)	(65,143)
Biaya jasa lalu	<u>(5,247)</u>	<u>-</u>
Jumlah	<u>13,546</u>	<u>14,100</u>

Dari jumlah yang dibebankan, masing-masing Rp 4.310 (2009: Rp 4.348) dan Rp 9.236 (2009: Rp 9.752), termasuk di dalam harga pokok produksi dan beban usaha.

Hasil aktual aset program adalah Rp 116.426 (2009: Rp 85.614).

Mutasi biaya pensiun dibayar di muka yang diakui pada neraca konsolidasian adalah sebagai berikut:

	<u>2010</u>	<u>2009</u>
Saldo awal	(51,385)	(14,459)
Dibebankan pada laporan laba rugi konsolidasian	13,546	14,100
Pembayaran iuran	<u>(7,857)</u>	<u>(51,026)</u>
Saldo akhir	<u>(45,696)</u>	<u>(51,385)</u>

Estimasi kewajiban aktuarial dan nilai wajar aset Dana Pensiun per tanggal 31 Desember 2010 tersebut berdasarkan perhitungan aktuarial yang dilakukan oleh PT Eldridge Gunaprima Solution sesuai dengan laporannya tertanggal 27 Januari 2011 (2009: PT Eldridge Gunaprima Solution sesuai dengan laporan tertanggal 28 Januari 2010) dengan asumsi-asumsi utama aktuarial yang digunakan sebagai berikut:

	<u>2010</u>	<u>2009</u>
- Tingkat diskonto	8.5%	10.5%
- Tingkat kenaikan gaji	8.0%	8.0%
- Tingkat kenaikan imbalan pensiun	5.0%	6.0%
- Tingkat inflasi	5.0%	6.0%
- Hasil aset program yang diharapkan	10.0%	11.0%

- Pension benefits

The amounts recognised in the consolidated balance sheets are as follows:

	<u>2010</u>	<u>2009</u>
Present value of funded obligations	705,521	526,489
Fair value of plan assets	<u>(842,994)</u>	<u>(711,234)</u>
	(137,473)	(184,745)
Unrecognised actuarial gains	<u>91,777</u>	<u>133,360</u>
Prepaid pension expense	<u>(45,696)</u>	<u>(51,385)</u>

Pension benefits expenses consist of the following components:

	<u>2010</u>	<u>2009</u>
Current service cost	42,107	28,121
Interest cost	52,527	51,122
Expected return on plan asset	(75,841)	(65,143)
Past service cost	<u>(5,247)</u>	<u>-</u>
Total	<u>13,546</u>	<u>14,100</u>

Of the total charge, Rp 4,310 (2009: Rp 4,348) and Rp 9,236 (2009: Rp 9,752) were included in the cost of goods manufactured and operating expenses, respectively.

The actual return on plan assets was Rp 116,426 (2009: Rp 85,614).

The movements in the prepaid pension expense recognised in the consolidated balance sheets are as follows:

	<u>2010</u>	<u>2009</u>
Beginning balance	(51,385)	(14,459)
Charged to the consolidated statements of income	13,546	14,100
Contributions paid	<u>(7,857)</u>	<u>(51,026)</u>
Ending balance	<u>(45,696)</u>	<u>(51,385)</u>

The estimated actuarial liability and fair value of plan assets of Dana Pensiun as at 31 December 2010 were based on the actuarial calculations performed by PT Eldridge Gunaprima Solution in its report dated 27 January 2011 (2009: PT Eldridge Gunaprima Solution dated 28 January 2010) using the principal actuarial assumptions as follows:

	<u>2010</u>	<u>2009</u>
Discount rate	8.5%	10.5%
Salary increases	8.0%	8.0%
Pensionable salary increases	5.0%	6.0%
Inflation rate	5.0%	6.0%
Expected return on plan asset	10.0%	11.0%

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2010 dan/and 2009	
- Tingkat mortalita	Sebelum mencapai pensiun: Tabel Mortalita Indonesia 1999/ <i>Pre-retirement:</i> <i>Indonesian Mortality Table 1999</i>	Mortality rate -
	Sesudah mencapai pensiun: Tabel Mortalita USA 1971/ <i>Post retirement:</i> <i>USA General Annuitants Mortality Table 1971</i>	
- Tingkat pengunduran diri	8% pada usia 20 tahun, menurun menjadi 2% pada usia 45 tahun/ <i>8% at age 20, reducing to 2% at age 45</i>	Withdrawal rate -
- Tingkat pensiun dini	2% per tahun dari usia 45-55 atau 60 tahun/ <i>2% per annum for age 45-55 or 60 years</i>	Early retirement rate -

- Imbalan kesehatan pasca-kerja

Perseroan menyelenggarakan program imbalan kesehatan pasca-kerja. Metodologi, asumsi-asumsi dan frekuensi penilaian adalah sama dengan yang digunakan untuk program imbalan pensiun Perseroan. Tidak ada aset program untuk imbalan kesehatan pasca-kerja.

Di samping asumsi-asumsi yang digunakan pada program pensiun, asumsi aktuarial utama adalah kenaikan biaya klaim kesehatan dalam jangka panjang sebesar 8% (2009: 9%).

Perseroan menggunakan asumsi klaim untuk program imbalan kesehatan pasca-kerja per tahun sebesar Rp 14.450.000 (nilai penuh) (2009: Rp 14.450.000 (nilai penuh)) per orang.

Jumlah yang diakui di neraca konsolidasian ditentukan sebagai berikut:

	2010	2009	
Nilai kini dari kewajiban yang tidak didanai	233,212	178,781	<i>Present value of unfunded obligations</i>
Kerugian aktuarial yang belum diakui	(100,986)	(68,911)	
Kewajiban imbalan kesehatan pasca-kerja	<u>132,226</u>	<u>109,870</u>	<i>Post-employment medical benefits obligation</i>

Beban yang diakui pada laporan laba rugi konsolidasian adalah sebagai berikut:

	2010	2009	
Biaya jasa kini	7,571	5,180	<i>Current service cost</i>
Biaya bunga	18,338	17,608	
Kerugian aktuarial yang diakui pada tahun berjalan	<u>5,220</u>	<u>4,767</u>	<i>Actuarial loss recognised during the year</i>
Jumlah	<u>31,129</u>	<u>27,555</u>	<i>Total</i>

Dari jumlah yang dibebankan, masing-masing Rp 9.904 (2009: Rp 8.498) dan Rp 21.225 (2009: Rp 19.057), termasuk di dalam harga pokok produksi dan beban usaha.

- Post-employment medical benefits

The Company provides a post-employment medical benefits scheme. The methodology, assumptions and frequency of valuations are similar to those used for the Company's defined benefit pension scheme. There are no plan assets for the post-employment medical benefits.

In addition to the assumptions used for the pension schemes, the main actuarial assumption is a long-term increase in medical claim costs of 8% (2009: 9%).

The Company uses an assumption that the claims of the post-employment medical benefits per annum is Rp14,450,000 (full amount) (2009: Rp 14,450,000 (full amount)) per person.

The amounts recognised in the consolidated balance sheets were determined as follows:

The amounts recognised in the consolidated statements of income were as follows:

Of the total charge, Rp 9,904 (2009: Rp 8,498), and Rp 21,225 (2009: Rp 19,057) were included in the cost of goods manufactured and operating expenses, respectively.

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Mutasi kewajiban imbalan kesehatan pasca-kerja yang diakui di neraca konsolidasian adalah sebagai berikut:

The movements in the post-employment medical benefit obligations recognised in the consolidated balance sheets are as follows:

	<u>2010</u>	<u>2009</u>	
Kewajiban awal tahun	109,870	89,728	<i>Balance at the beginning of the year</i>
Dibebankan pada laporan laba rugi konsolidasian	31,129	27,555	<i>Charged to the consolidated statements of income</i>
Pembayaran aktual	<u>(8,773)</u>	<u>(7,413)</u>	<i>Actual payments</i>
Kewajiban akhir tahun	<u>132,226</u>	<u>109,870</u>	<i>Balance at the end of the year</i>

- Imbalan pasca-kerja dan jangka panjang lainnya

- Other post-employment and long-term benefits

Perseroan juga menyediakan imbalan pasca-kerja lainnya sesuai dengan UU Ketenagakerjaan, jubiliun dan imbalan cuti panjang. Metodologi, asumsi-asumsi dan frekuensi penilaian adalah sama dengan yang digunakan untuk program imbalan pensiun Perseroan. Tidak ada aset program untuk imbalan pasca-kerja dan jangka panjang lainnya di atas.

The Company provides other post-employment benefits based on the Labor Law, jubilee and long leave benefits. The methodology, assumptions and frequency of valuations are similar to those used for the Company's defined benefit pension scheme. There are no plan assets for other post-employment and long-term benefits.

Jumlah yang diakui di neraca konsolidasian ditentukan sebagai berikut:

The amounts recognised in the consolidated balance sheets are determined as follows:

	<u>2010</u>	<u>2009</u>	
Nilai kini dari kewajiban yang tidak didanai	76,494	59,546	<i>Present value of unfunded obligations</i>
Biaya jasa lalu yang belum diakui – non-vested	(780)	(847)	<i>Unrecognised past service cost – non-vested</i>
Kerugian aktuarial yang belum diakui	<u>(8,410)</u>	<u>(8,594)</u>	<i>Unrecognised actuarial losses</i>
Kewajiban imbalan pasca-kerja dan jangka panjang lainnya	<u>67,304</u>	<u>50,105</u>	<i>Other post-employment and long-term benefits obligation</i>

Beban yang diakui pada laporan laba rugi konsolidasian adalah sebagai berikut:

The amounts recognised in the consolidated statements of income are as follows:

	<u>2010</u>	<u>2009</u>	
Biaya jasa kini	17,557	13,951	<i>Current service cost</i>
Biaya bunga	5,633	7,076	<i>Interest cost</i>
Biaya jasa lalu	67	-	<i>Past service cost</i>
Kerugian/(keuntungan) aktuarial yang diakui pada tahun berjalan	<u>3,954</u>	<u>(11,052)</u>	<i>Actuarial loss/(gain) recognised during the year</i>
Jumlah	<u>27,211</u>	<u>9,975</u>	<i>Total</i>

Dari jumlah yang dibebankan, masing-masing Rp 8.657 (2009: Rp 3.076) dan Rp 18.554 (2009: Rp 6.899), termasuk di dalam harga pokok produksi dan beban usaha.

Of the total charge, Rp 8,657 (2009: Rp 3,076) and Rp 18,554 (2009: Rp 6,899) were included in the cost of goods manufactured and operating expenses, respectively.

Mutasi kewajiban imbalan pasca-kerja dan jangka panjang lainnya yang diakui di neraca konsolidasian adalah sebagai berikut:

The movements in the other post-employment and long-term benefit obligations recognised in the consolidated balance sheets are as follows:

	<u>2010</u>	<u>2009</u>	
Kewajiban awal tahun	50,105	54,614	<i>Balance at the beginning of the year</i>
Dibebankan pada laporan laba rugi konsolidasian	27,211	9,975	<i>Charged to the consolidated statements of income</i>
Pembayaran aktual	<u>(10,012)</u>	<u>(14,484)</u>	<i>Actual payments</i>
Kewajiban akhir tahun	<u>67,304</u>	<u>50,105</u>	<i>Balance at the end of the year</i>

Lampiran 5/38 Schedule

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

20. Hak minoritas

- a. Hak kepemilikan minoritas atas kekayaan bersih anak perusahaan:

PT Technopia Lever – persentase kepemilikan 49%

	2010	2009
Nilai tercatat – awal tahun	5,756	6,509
Bagian rugi bersih tahun berjalan	(2,322)	(753)
Hak kepemilikan minoritas atas kekayaan bersih anak perusahaan	3,434	5,756

- b. Hak kepemilikan minoritas atas rugi bersih anak perusahaan:

	2010	2009
PT Technopia Lever	(2,322)	(753)

20. Minority interests

- a. *Minority interests in the net assets of subsidiary:*

PT Technopia Lever – percentage of ownership 49%

	2010	2009
Carrying amount – beginning of the year	6,509	6,509
Share of net loss current year	(753)	(753)
Minority interests in the net assets of subsidiary	5,756	5,756

- b. *Minority interests in the net loss of the subsidiary:*

	2010	2009
PT Technopia Lever	(2,322)	(753)

21. Modal saham

Saham Perseroan memiliki nilai nominal Rp 10 (nilai penuh). Rincian kepemilikan saham Perseroan pada tanggal 31 Desember 2010 dan 2009 adalah sebagai berikut:

21. Share capital

The Company's shares have a par value of Rp 10 (full amount). The share ownership details of the Company as at 31 December 2010 and 2009 are as follows:

Pemegang saham/ Shareholders	Jumlah saham ditempatkan dan disetor penuh/ Number of shares issued and fully paid	Persentase kepemilikan/ Percentage of ownership	Jumlah (Rupiah)/ Amount (Rupiah)
Unilever Indonesia Holding B.V.	6,484,877,500	85	64,849
Publik/ <i>Public</i>	1,145,122,500	15	11,451
Modal saham yang beredar/ <i>Outstanding share capital</i>	7,630,000,000	100	76,300

Pada tanggal 31 Desember 2010, UIH yang memiliki 6.484.877.500 lembar saham atau 85% dari jumlah modal dasar, ditempatkan dan disetor penuh, merupakan pemegang saham utama Perseroan (lihat Catatan 1); dan tidak ada pemegang saham lain yang memiliki saham lebih dari 5% dari jumlah modal dasar, ditempatkan dan disetor penuh Perseroan.

As at 31 December 2010, UIH which held 6,484,877,500 shares or 85% of the total authorised, issued and fully paid-up shares of the Company, was the majority shareholder of the Company (refer to Note 1); and no other shareholders held more than 5% of the total authorised, issued and fully paid-up shares of the Company.

Pada tanggal 31 Desember 2010 dan 2009, Direksi yang memiliki saham publik Perseroan adalah Tn. Joseph Bataona, dengan kepemilikan tidak lebih dari 0,001% dari jumlah modal dasar, ditempatkan dan disetor penuh Perseroan.

As at 31 December 2010 and 2009, the Director who held the Company's public shares is Mr. Joseph Bataona, with an ownership of not more than 0.001% of the authorised, issued and fully paid-up shares of the Company.

Tidak ada anggota Dewan Komisaris yang memiliki saham publik Perseroan.

There were no members of the Board of Commissioners who held the Company's public shares.

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

22. Agio saham

Agio saham merupakan selisih antara harga jual (Rp 3.175 (nilai penuh) setiap lembar saham) dengan nilai nominal sebelum pemecahan saham (Rp 1.000 (nilai penuh) setiap lembar saham) untuk 9.200.000 saham yang dijual melalui Bursa Efek di Indonesia pada bulan Desember 1981, setelah dikurangi kapitalisasi ke modal saham melalui pembagian 4.783.333 saham bonus senilai Rp 4.783.333.000 (nilai penuh) pada tahun 1993.

23. Selisih nilai transaksi restrukturisasi entitas sependangali

Saldo akun ini merupakan selisih antara nilai buku ekuitas PT Knorr Indonesia ("PT KI") dan harga pembelian saham PT KI pada saat Perseroan mengakuisisi saham PT KI yang dimiliki Unilever Overseas Holdings Ltd. (pihak yang mempunyai hubungan istimewa) pada tanggal 21 Januari 2004. Selanjutnya, pada tanggal 30 Juli 2004, Perseroan melakukan penggabungan usaha dengan PT KI dimana Perseroan adalah pihak yang menerima penggabungan. Pembelian dan penggabungan tersebut telah dilakukan sesuai dengan ketentuan peraturan yang berlaku.

24. Dividen

Berdasarkan Anggaran Dasar Perseroan, pembayaran dividen interim dapat ditetapkan dalam rapat Direksi untuk kemudian bersama-sama dengan pembayaran dividen final disahkan dalam Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan.

22. Capital paid in excess of par value

Capital paid in excess of par value represents the difference between the selling price (Rp 3,175 (full amount) per share) and the par value prior to the stock splits (Rp 1,000 (full amount) per share) of 9,200,000 shares issued on the Stock Exchange in Indonesia in December 1981, net of the capitalisation to the share capital through the distribution of 4,783,333 bonus shares amounting to Rp 4,783,333,000 (full amount) in 1993.

23. Balance arising from restructuring transactions between entities under common control

The balance of this account represented the difference between the book value of the equity of PT Knorr Indonesia ("PT KI") and the purchase price of PT KI's shares when the Company acquired PT KI's shares held by Unilever Overseas Holdings Ltd. (a related party) on 21 January 2004. Subsequently, on 30 July 2004, the Company merged with PT KI where the Company was the surviving company. The purchase and merger transactions have complied with applicable regulation.

24. Dividends

Based on the Company's Articles of Association, interim dividend payments may be decided by a Board of Directors meeting which together with the final dividend payments are authorised by the Annual General Meeting of the Shareholders.

	Tanggal deklarasi/ Declaration date	Tanggal pembayaran/ Date of Payment	Dividen per saham/ Dividend per share (Rupiah penuh/ full amount Rupiah)	Dividen per saham/ Dividend per share (Rupiah penuh/ full amount Rupiah)		
				2010	2009	
Dividen interim 2010	2 November/ November 2010 21 Mei/May	15 Desember/ December 2010	100	763,000	-	Interim dividend 2010
Dividen final 2009	2010	13 Juli/July 2009	299	2,281,370	-	Final dividend 2009
Dividen interim 2009	6 November/ November 2009 20 Mei/	15 Desember/ December 2009	100	-	763,000	Interim dividend 2009
Dividen final 2008	May 2009	14 Juli/July 2009	220	-	1,678,600	Final dividend 2008
Jumlah				3,044,370	2,441,600	Total

Pembagian dividen Perseroan selama tahun 2010 dan 2009, masing-masing sebesar Rp 3.044.370 dan Rp 2.441.600 telah dibayarkan oleh Perseroan dan diterima oleh pemegang saham pada tahun 2010 dan 2009 masing-masing sebesar Rp 3.036.331 dan Rp 2.435.421.

Selama tahun 2010, Perseroan melakukan pembayaran dividen yang belum diterima oleh pemegang saham pada deklarasi dividen tahun-tahun sebelumnya sebesar Rp 1.130 (2009: Rp 607).

The Company's dividend distribution during 2010 and 2009 amounting to Rp 3,044,370 and Rp 2,441,600 respectively, had been paid by the Company and received by the shareholders during 2010 and 2009, of Rp 3,036,331 and Rp 2,435,421, respectively.

During 2010, the Company paid dividends which had not yet been received by the shareholders in the prior years' dividend declaration, amounting to Rp 1,130 (2009: Rp 607).

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Pada tanggal 31 Desember 2010, jumlah dividen yang belum diterima oleh pemegang saham sebesar Rp 39.661 (2009: Rp 32.752) telah dicatat sebagai hutang dividen (Catatan 18).

As at 31 December 2010, dividends which had not been received by the shareholders amounting to Rp 39,661 (2009: Rp 32,752), were recorded as dividends payable (Note 18).

25. Saldo laba yang dicadangkan

Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa tanggal 22 Mei 2008 menyetujui penyisihan saldo laba tahunan sebesar 20% dari jumlah modal yang ditempatkan atau sebesar Rp 15.260 sesuai dengan ketentuan Undang-undang Republik Indonesia No. 40 tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas ("UU Perseroan Terbatas").

25. Appropriated retained earnings

At the Company's Extraordinary General Meeting of the Shareholders on 22 May 2008, the Company established a statutory reserve of 20% of the issued share capital or amounting to Rp 15,260 in accordance with Indonesian Limited Company Law No. 40 of the year 2007 (the "Company Law").

26. Penjualan bersih

	<u>2010</u>
Dalam negeri	18,864,489
Ekspor	825,750
Jumlah	<u>19,690,239</u>

Tidak ada pelanggan yang secara individu memiliki jumlah transaksi melebihi 10% dari penjualan bersih.

Penjualan Perseroan kepada pihak yang mempunyai hubungan istimewa berjumlah Rp 819.433 dan Rp 600.556 berturut-turut untuk tahun yang berakhir pada tanggal-tanggal 31 Desember 2010 dan 2009, atau masing-masing setara dengan 4,16% dan 3,29% dari total penjualan bersih.

Rincian penjualan kepada pihak yang mempunyai hubungan istimewa adalah sebagai berikut:

	<u>2010</u>
Unilever Asia Private Ltd.	429,733
Unilever Philippines, Inc.	182,104
Unilever Australia Ltd.	65,680
Unilever Japan Beverage K.K.	40,604
Unilever Taiwan Ltd.	32,537
Unilever Vietnam Joint Venture Company	26,919
Unilever New Zealand Ltd.	13,437
Unilever South Africa (Pty) Ltd.	6,372
Unilever Vietnam Ltd.	5,653
Unilever Korea Chusik Hoesa	5,349
Unilever Srilanka Ltd.	2,633
Unilever Hongkong Ltd.	2,558
Unilever Cote D'Ivoire	2,129
Unilever Pakistan Ltd.	1,732
Unilever Gulf Free Zone Establishment	110
Unilever (Malaysia) Holdings Sdn. Bhd.	-
Unilever Singapore Pte. Ltd.	-
Unilever Thai Trading Ltd.	-
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 1.000)	1,883
Jumlah	<u>819,433</u>

26. Net sales

	<u>2009</u>	
	17,614,663	Domestic
	632,209	Export
	<u>18,246,872</u>	Total

No individual customer had total transactions of more than 10% of net sales.

The Company's sales to related parties amounting to Rp 819,433 and Rp 600,556 for the years ended 31 December 2010 and 2009, respectively, which represent 4.16% and 3.29% of total net sales, respectively.

The details of sales to related parties are as follows:

	<u>2009</u>
Unilever Asia Private Ltd.	61,591
Unilever Philippines, Inc.	85,783
Unilever Australia Ltd.	121,076
Unilever Japan Beverage K.K.	4,296
Unilever Taiwan Ltd.	41,058
Unilever Vietnam Joint Venture Company	5,523
Unilever New Zealand Ltd.	24,540
Unilever South Africa (Pty) Ltd.	2,421
Unilever Vietnam Ltd.	20,627
Unilever Korea Chusik Hoesa	4,463
Unilever Srilanka Ltd.	1,687
Unilever Hongkong Ltd.	2,238
Unilever Cote D'Ivoire	-
Unilever Pakistan Ltd.	1,214
Unilever Gulf Free Zone Establishment	8,267
Unilever (Malaysia) Holdings Sdn. Bhd.	160,375
Unilever Singapore Pte. Ltd.	48,864
Unilever Thai Trading Ltd.	5,561
Others (individual balances less than Rp 1,000 each)	972
Jumlah	<u>600,556</u>

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

27. Harga pokok penjualan

27. Cost of goods sold

Komponen harga pokok penjualan adalah sebagai berikut:

The components of the cost of goods sold are as follows:

	2010	2009	
Bahan baku			<i>Raw materials</i>
- Awal tahun	420,290	474,465	<i>At the beginning of the year -</i>
- Pembelian	8,262,502	7,939,027	<i>Purchases -</i>
	8,682,792	8,413,492	
- Akhir tahun	(561,638)	(420,290)	<i>At the end of the year -</i>
Bahan baku yang digunakan	8,121,154	7,993,202	<i>Raw materials used</i>
Biaya tenaga kerja langsung (Catatan 29)	311,375	273,482	<i>Direct labour costs (Note 29)</i>
Penyusutan aset tetap (Catatan 10f)	148,867	135,342	<i>Depreciation of fixed assets (Note 10f)</i>
Beban pabrikasi lainnya	731,249	604,644	<i>Manufacturing overheads</i>
Jumlah biaya produksi	9,312,645	9,006,670	<i>Total production costs</i>
Barang dalam proses			<i>Work in process</i>
- Awal tahun	62,328	25,764	<i>At the beginning of the year -</i>
- Akhir tahun	(77,850)	(62,328)	<i>At the end of the year -</i>
Harga pokok produksi	9,297,123	8,970,106	<i>Cost of goods manufactured</i>
Barang jadi			<i>Finished goods</i>
- Awal tahun	853,510	791,669	<i>At the beginning of the year -</i>
- Pembelian	294,291	296,866	<i>Purchases -</i>
- Akhir tahun	(959,650)	(853,510)	<i>At the end of the year -</i>
Jumlah	9,485,274	9,205,131	<i>Total</i>

Biaya tenaga kerja langsung termasuk biaya karyawan kontrak pihak ketiga sejumlah masing-masing Rp 79.910 dan Rp 73.379 pada tahun 2010 dan 2009.

Direct labour costs include third party contract personnel cost, amounting to Rp 79,910 and Rp 73,379 for the years ended 2010 and 2009, respectively.

Tidak ada pembelian dari pemasok yang secara individu melebihi 10% dari total pembelian bahan baku dan barang jadi Grup.

No purchases from an individual supplier were made in excess of 10% of the Group total purchases of raw materials and finished goods.

Pembelian bahan baku dan barang jadi Grup dari pihak yang mempunyai hubungan istimewa, pada tahun 2010 dan 2009 masing-masing berjumlah Rp 1.041.085 dan Rp 449.753 setara dengan 12,17% dan 5,46% dari total seluruh pembelian bahan baku dan barang jadi.

The Group's raw materials and finished goods from related parties, amounting to Rp 1,041,085 and Rp 449,753 for the years ended 2010 and 2009 respectively, which represent 12.17% and 5.46%, respectively, of the total purchases of raw materials and finished goods.

PT Unilever Indonesia Tbk dan Anak Perusahaan
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2010 dan 2009

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiaries
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2010 and 2009

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Pembelian bahan baku dan barang jadi dari pihak yang mempunyai hubungan istimewa terdiri dari:

Purchases of raw materials and finished goods from related parties comprise:

	2010	2009	
Unilever Asia Private Ltd.	664,045	33,738	<i>Unilever Asia Private Ltd.</i>
Lipton Ltd. UK	134,051	23,265	<i>Lipton Ltd. UK</i>
PT Technopia Jakarta	112,254	86,594	<i>PT Technopia Jakarta</i>
Unilever Vietnam Joint Venture Company	33,698	42,042	<i>Unilever Vietnam Joint Venture Company</i>
Unilever Australia Ltd.	21,552	43,676	<i>Unilever Australia Ltd.</i>
Hindustan Unilever Ltd.	20,755	21,055	<i>Hindustan Unilever Ltd.</i>
Unilever Philippines, Inc.	16,248	2,475	<i>Unilever Philippines, Inc.</i>
Unilever China Ltd.	14,665	107,367	<i>Unilever China Ltd.</i>
Lipton Ltd. India	7,165	9,783	<i>Lipton Ltd. India</i>
Unilever Srilanka Ltd.	6,648	9,830	<i>Unilever Srilanka Ltd.</i>
Shanghai Export DC HPC.	4,287	-	<i>Shanghai Export DC HPC.</i>
Unilever Supply Chain Company AG.	2,898	2,694	<i>Unilever Supply Chain Company AG.</i>
Unilever Lipton Ceylon Ltd.	1,517	-	<i>Unilever Lipton Ceylon Ltd.</i>
Unilever Foods (Malaysia) Sdn. Bhd.	414	20,299	<i>Unilever Foods (Malaysia) Sdn. Bhd.</i>
Lipton Ltd. Kenya	-	24,395	<i>Lipton Ltd. Kenya</i>
Unilever Thai Holdings Ltd.	-	15,455	<i>Unilever Thai Holdings Ltd.</i>
Best Foods Shandong Ltd.	-	6,104	<i>Best Foods Shandong Ltd.</i>
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 1.000)	888	981	<i>Others (individual balances less than Rp 1,000 each)</i>
Jumlah	<u>1,041,085</u>	<u>449,753</u>	<i>Total</i>

28. a. Beban pemasaran dan penjualan

28. a. Marketing and selling expenses

	2010	2009	
Beban iklan dan riset pasar	1,991,092	1,617,430	<i>Advertising and market research expenses</i>
Beban promosi	840,123	658,490	<i>Promotion expenses</i>
Beban distribusi	786,213	697,892	<i>Distribution costs</i>
Remunerasi	379,943	343,000	<i>Remuneration</i>
Beban penjualan	147,353	128,169	<i>Sales expenses</i>
Informasi dan telekomunikasi	131,178	107,618	<i>Information and telecommunications</i>
Sewa	51,956	30,802	<i>Rents</i>
Imbalan kerja	42,345	26,878	<i>Employee benefits</i>
Perjalanan dinas dan jamuan	40,030	38,767	<i>Travelling and representation</i>
Penyusutan aset tetap	26,725	20,332	<i>Depreciation of fixed assets</i>
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 10.000)	86,325	74,517	<i>Others (individual balances less than Rp 10,000 each)</i>
Jumlah	<u>4,523,283</u>	<u>3,743,895</u>	<i>Total</i>

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

b. Beban umum dan administrasi

	<u>2010</u>	<u>2009</u>
Jasa dan royalti	656,650	614,835
Amortisasi aset tidak berwujud dan goodwill	119,883	98,397
Remunerasi	115,303	112,642
Informasi dan telekomunikasi	84,484	88,539
Sewa	41,230	40,452
Jasa konsultan	43,804	47,045
Perjalanan dinas dan jamuan	31,071	26,931
Imbalan kerja	14,051	15,217
Pendidikan dan pelatihan	5,033	2,570
Penyusutan aset tetap	4,697	7,595
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 10.000)	<u>22,851</u>	<u>28,732</u>
Jumlah	<u>1,139,057</u>	<u>1,082,955</u>

Remunerasi termasuk biaya karyawan kontrak pihak ketiga sejumlah masing-masing Rp 55.576 dan Rp 42.699 untuk tahun-tahun yang berakhir pada 31 Desember 2010 dan 2009.

29. Beban karyawan

Jumlah beban karyawan yang terjadi selama tahun 2010 adalah Rp 863.017 (2009: Rp 771.219). Biaya ini dicatat masing-masing Rp 311.375 (2009: Rp 273,482) dan Rp 551.642 (2009: Rp 495.767) sebagai bagian dari harga pokok produksi dan beban operasi.

Jumlah karyawan permanen Perseroan pada tanggal 31 Desember 2010 dan 2009 masing-masing 4.796 orang dan 3.903 orang.

Pada tanggal 31 Desember 2010 dan 2009, anak perusahaan tidak mempunyai karyawan tetap.

30. Laba bersih per saham dasar

	<u>2010</u>	<u>2009</u>
Labanya bersih kepada pemegang saham	<u>3,386,970</u>	<u>3,044,107</u>
Rata-rata tertimbang jumlah saham biasa yang beredar (dalam jutaan lembar)	<u>7,630</u>	<u>7,630</u>
Labanya bersih per saham dasar (nilai penuh)	<u>444</u>	<u>399</u>

Tidak ada efek yang dapat menimbulkan dampak dilusi sehingga labanya bersih per saham dasar sama dengan labanya bersih per saham dilusi.

b. General and administration expenses

	<u>2010</u>	<u>2009</u>
Jasa dan royalti	614,835	614,835
Amortisasi aset tidak berwujud dan goodwill	98,397	98,397
Remunerasi	112,642	112,642
Informasi dan telekomunikasi	88,539	88,539
Sewa	40,452	40,452
Jasa konsultan	47,045	47,045
Perjalanan dinas dan jamuan	26,931	26,931
Imbalan kerja	15,217	15,217
Pendidikan dan pelatihan	2,570	2,570
Penyusutan aset tetap	7,595	7,595
Lain-lain (individual balances less than Rp 10,000 each)	<u>28,732</u>	<u>28,732</u>
Jumlah	<u>1,082,955</u>	<u>1,082,955</u>

Remunerasi termasuk biaya karyawan kontrak pihak ketiga sejumlah masing-masing Rp 55,576 dan Rp 42,699 untuk tahun-tahun yang berakhir pada 31 Desember 2010 dan 2009, respectively.

29. Employee costs

Total employee costs during year 2010 are Rp 863,017 (2009: Rp 771,219) and are recorded as part of the cost of goods manufactured and operating expenses amounting to Rp 311,375 (2009: Rp 273,482) and Rp 551,642 (2009: Rp 495,767), respectively.

The number of permanent employees of the Company as at 31 December 2010 and 2009 was 4,796 and 3,903, respectively.

As at 31 December 2010 and 2009, the subsidiaries had no permanent employees.

30. Basic earnings per share

	<u>2010</u>	<u>2009</u>
Net income attributable to the shareholders	<u>3,386,970</u>	<u>3,044,107</u>
Weighted average number of outstanding shares (in millions)	<u>7,630</u>	<u>7,630</u>
Basic earnings per share (full amount)	<u>444</u>	<u>399</u>

There are no securities which would have resulted in a diluted impact, accordingly the basic earnings per share is the same as the diluted earnings per share.

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

31. Aset dan kewajiban dalam mata uang asing

31. Assets and liabilities denominated in foreign currencies

Aset dan kewajiban dalam berbagai mata uang asing adalah sebagai berikut:

Assets and liabilities denominated in various foreign currencies are as follows:

	2010		
	Mata uang asing (nilai penuh)/ Foreign currency (full amount)	Dalam jutaan Rupiah/ In Millions Rupiah	
Aset			Assets
Kas dan setara kas	USD	3,805,660	Cash and cash equivalents
	GBP	446,512	
	EUR	239,917	
	AUD	295,150	
Piutang usaha			Trade debtors
- Pihak ketiga	USD	230,966	Third parties -
- Pihak yang mempunyai hubungan istimewa	USD	13,550,277	Related parties -
Piutang lain-lain pada pihak yang mempunyai hubungan istimewa			Amounts due from related parties
	USD	256,271	
	THB	16,676	
	SGD	1,140	
		172,665	
Kewajiban			Liabilities
Hutang usaha			Trade creditors
- Pihak ketiga	USD	50,856,493	Third parties -
	EUR	9,279,419	
	GBP	599,801	
	SGD	574,177	
	THB	13,290,865	
	AUD	140,381	
	SEK	379,747	
	CHF	23,270	
	JPY	936,937	
	INR	24,876	
- Pihak yang mempunyai hubungan istimewa	USD	22,443,840	Related parties -
	EUR	114,191	
	AUD	35,531	
Hutang lain-lain			Other liabilities
- Pihak ketiga	USD	2,895,450	Third parties -
	EUR	742,490	
	SGD	140,516	
	GBP	56,471	
	JPY	2,414,414	
	SEK	125,838	
	AUD	18,311	
	CHF	8,934	
- Pihak yang mempunyai hubungan istimewa	EUR	12,127,552	Related parties -
	USD	2,718,313	
	GBP	57,252	
	AUD	10,354	
	SGD	1,140	
Beban yang masih harus dibayar	EUR	7,504,813	Accrued expenses
	USD	2,562,375	
	GBP	14,813	
		1,115,316	
Selisih lebih kewajiban atas aset dalam mata uang asing		942,651	Excess of liabilities over assets denominated in foreign currencies

PT Unilever Indonesia Tbk dan Anak Perusahaan
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2010 dan 2009

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiaries
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2010 and 2009

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2009		
	Mata uang asing (nilai penuh)/ Foreign currency (full amount)	Dalam jutaan Rupiah/ In millions Rupiah	
Aset			Assets
Kas dan setara kas	USD	13,785,252	Cash and cash equivalents
	EUR	2,895,407	
	GBP	691,124	
	AUD	383,928	
Piutang usaha			Trade debtors
- Pihak ketiga	USD	161,485	Third parties -
- Pihak yang mempunyai hubungan istimewa	USD	13,205,367	Related parties -
Piutang lain-lain pada pihak yang mempunyai hubungan istimewa	USD	309,602	Amounts due from related parties
		<u>2,918</u>	
		<u>311,684</u>	
Kewajiban			Liabilities
Hutang usaha			Trade creditors
- Pihak ketiga	USD	31,565,645	Third parties -
	EUR	3,205,192	
	GBP	585,206	
	AUD	334,589	
	SGD	203,308	
	SEK	453,299	
	JPY	4,059,440	
	THB	1,054,004	
	CHF	1,023	
	INR	29,079	
- Pihak yang mempunyai hubungan istimewa	EUR	2,682,156	Related parties -
	USD	3,084,748	
	AUD	747,112	
Hutang lain-lain			Other liabilities
- Pihak ketiga	EUR	9,745,672	Third parties -
	USD	2,798,007	
	GBP	439,493	
	SGD	296,100	
	SEK	1,103,114	
	THB	2,537,400	
	CHF	5,000	
	JPY	385,009	
	AUD	2,990	
- Pihak yang mempunyai hubungan istimewa	EUR	9,817,037	Related parties -
	USD	149,169	
	GBP	18,521	
	SGD	8,743	
	ZAR	33,000	
Beban yang masih harus dibayar	EUR	5,663,644	Accrued expenses
		<u>76,459</u>	
		<u>806,507</u>	
Selisih lebih kewajiban atas aset dalam mata uang asing		<u>494,823</u>	Excess of liabilities over assets denominated in foreign currencies

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Jika manajemen memandang perlu, Grup akan melakukan kontrak pembelian mata uang asing dengan pihak ketiga untuk mengurangi dampak perubahan kurs mata uang asing terhadap aset dan kewajiban dalam mata uang asing. Lihat Catatan 7 untuk kontrak berjangka valuta asing.

When it is required in the opinion of management, the Group will enter into foreign currency exchange contracts with external counterparts to reduce its exposure to foreign exchange movements affecting existing assets and liabilities denominated in foreign currencies. Refer to Note 7 for outstanding foreign currency forward contracts.

32. Informasi segmen

Maksud dan tujuan Grup antara lain berusaha dalam bidang produksi, pemasaran dan distribusi barang-barang konsumsi. Untuk mencapai maksud dan tujuan tersebut di atas, Grup menjalankan usahanya secara terintegrasi. Segmen usaha primer didasarkan pada produk utama sedangkan segmen sekunder didasarkan pada lingkungan geografis operasional Grup, dengan penjabaran masing-masing sebagai berikut:

a. Segmen usaha

Segmen usaha Grup dikelompokkan menjadi dua bidang produk utama sebagai berikut:

- Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh, yang berkaitan dengan produk-produk pembersih yang digunakan dalam rumah tangga dan produk-produk kosmetik.
- Makanan dan Minuman, yang berkaitan dengan produk-produk makanan dan minuman termasuk es krim.

Informasi mengenai segmen usaha Grup adalah sebagai berikut:

32. Segment information

The objectives and purposes of the Group among others are to be engaged in the manufacturing, marketing and distribution of consumer goods. To achieve the above mentioned objectives and purposes, the Group manages its business as an integrated business field. Primary business segment is based on principal product areas while secondary segment is based on Group operational geographic areas, with below details:

a. Business segment

The Group's business segment are grouped into two principal product areas as follow:

- Home and Personal Care, which relates to the cleaning products which are used in the household and the cosmetic products.
- Foods and Beverages, which relates to the food and beverage products including ice cream.

Details of the Group's business segments are as follows:

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2010		Jumlah/Total	
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ <i>Home and Personal Care</i>	Makanan dan Minuman/ <i>Foods and Beverages</i>		
Penjualan bersih	14,696,903	4,993,336	19,690,239	Net sales
Laba kotor	8,091,152	2,113,813	10,204,965	Gross profit
Hasil segmen	4,671,968	839,842	5,511,810	Segment result
Beban usaha yang tidak dapat dialokasikan			(969,185)	Unallocated operating expenses
Laba usaha			4,542,625	Operating income
Penghasilan lain-lain			(3,982)	Other income
Laba sebelum pajak penghasilan			4,538,643	Profit before income tax
Beban pajak penghasilan			(1,153,995)	Income tax expense
Laba sebelum hak minoritas			3,384,648	Income before minority interests
Hak minoritas atas bagian rugi bersih anak perusahaan			2,322	Minority interests in net loss of subsidiary
Laba bersih			3,386,970	Net income
Aset segmen	4,848,001	2,206,936	7,054,937	Segment assets
Aset tidak berwujud		455,577	455,577	Intangible assets
Aset segmen yang tidak dapat dialokasikan			1,190,748	Unallocated segment assets
			8,701,262	
Kewajiban segmen	(2,181,439)	(715,325)	(2,896,764)	Segment liabilities
Kewajiban segmen yang tidak dapat dialokasikan			(1,755,645)	Unallocated segment liabilities
			(4,652,409)	
Informasi lainnya				Other information
Pengeluaran modal	789,657	463,042	1,252,699	Capital expenditures
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			156,858	Unallocated capital expenditures
			1,409,557	
Penyusutan	119,380	29,487	148,867	Depreciation
Amortisasi		56,565	56,565	Amortisation
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			94,740	Unallocated depreciation and amortisation expense
			300,172	

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2009		Jumlah/Total	
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ <i>Home and Personal Care</i>	Makanan dan Minuman/ <i>Foods and Beverages</i>		
Penjualan bersih	13,902,567	4,344,305	18,246,872	Net sales
Laba kotor	7,269,298	1,772,443	9,041,741	Gross profit
Hasil segmen	4,337,079	712,738	5,049,817	Segment result
Beban usaha yang tidak dapat dialokasikan			(834,926)	Unallocated operating expenses
Laba usaha			4,214,891	Operating income
Penghasilan lain-lain			33,699	Other income
Laba sebelum pajak penghasilan			4,248,590	Profit before income tax
Beban pajak penghasilan			(1,205,236)	Income tax expense
Laba sebelum hak minoritas			3,043,354	Income before minority interests
Hak minoritas atas bagian laba bersih anak perusahaan			753	Minority interests in net income of subsidiary
Laba bersih			3,044,107	Net income
Aset segmen	3,874,014	1,469,246	5,343,260	Segment assets
Aset tidak berwujud		512,142	512,142	Intangible assets
Aset segmen yang tidak dapat dialokasikan			1,629,588	Unallocated segment assets
			7,484,990	
Kewajiban segmen	(1,903,541)	(622,560)	(2,526,101)	Segment liabilities
Kewajiban segmen yang tidak dapat dialokasikan			(1,250,314)	Unallocated segment liabilities
			(3,776,415)	
Informasi lainnya				Other information
Pengeluaran modal	320,510	253,746	574,256	Capital expenditure
Beban pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			167,449	Unallocated capital expenditure expense
			741,705	
Penyusutan	92,491	29,554	122,045	Depreciation
Amortisasi		56,565	56,565	Amortisation
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			83,056	Unallocated depreciation and amortisation expense
			261,666	

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

- b. Segmen geografis
 Grup beroperasi hampir seluruhnya di Indonesia.

- b. *Geographic segment*
The Group operates almost exclusively in Indonesia.

33. Komitmen dan kewajiban bersyarat yang signifikan

33. Significant commitments and contingent liabilities

- a. Perseroan mempunyai komitmen untuk pembelian aset tetap sebesar Rp 872.381 dan pembelian bahan baku sebesar Rp 2.356.417 pada tanggal 31 Desember 2010 (2009: Rp 391.551 dan Rp 1.050.755 masing-masing untuk pembelian aset tetap dan persediaan).
- b. Sewa yang harus dibayar berdasarkan perjanjian sewa menyewa gedung kantor tahun 2010 dan 2009:

- a. *The Company had commitments to purchase fixed assets and raw materials amounting to Rp 872,381 and Rp 2,356,417 respectively as at 31 December 2010 (2009: Rp 391,551 dan Rp 1,050,755 for purchases of fixed assets and inventories respectively).*
- b. *Building rental commitments in 2010 and 2009 are as follows:*

	<u>2010</u>	<u>2009</u>	
	Dalam ribuan USD/ In thousands USD	Dalam ribuan USD/ In thousands USD	
Jatuh tempo dalam waktu 1 tahun	1,731	863	<i>Payable within 1 year</i>
Jumlah	<u>1,731</u>	<u>863</u>	<i>Total</i>

- c. Perseroan memiliki komitmen atas sewa gudang di Cikarang selama 10 tahun dihitung sejak 17 Oktober 2011. Nilai sewa didasarkan pada luas ruang penyimpanan aktual yang belum bisa ditentukan sampai dengan tanggal penyelesaian laporan keuangan konsolidasian ini.
- d. Pada tanggal 31 Desember 2010, Perseroan mempunyai beberapa fasilitas pinjaman jangka pendek sebagai berikut:

- c. *The Company has warehouse rental commitment in Cikarang for 10 years since 17 October 2011. Rental value is based on actual storage space which have not been determined as at the date of the completion of these consolidated financial statements.*
- d. *The Company had short-term loan facilities as at 31 December 2010 as follows:*

	<u>Dalam jutaan/ In millions</u>	
USD		USD:
Deutsche Bank AG, Jakarta	15	<i>Deutsche Bank AG, Jakarta</i>
Jumlah	<u>15</u>	<i>Total</i>
Rupiah:		Rupiah:
Citibank N.A., Jakarta	1,000,000	<i>Citibank N.A., Jakarta</i>
The Royal Bank of Scotland, Jakarta	60,000	<i>The Royal Bank of Scotland, Jakarta</i>
The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta	730,000	<i>The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta</i>
Jumlah	<u>1,790,000</u>	<i>Total</i>

Fasilitas pinjaman ini merupakan pinjaman jangka pendek tanpa jaminan dan dibebani bunga sesuai dengan tingkat bunga pasar yang berlaku. Fasilitas ini akan ditinjau kembali setiap tahun.

These facilities are unsecured short-term financing facilities and the interest is paid at prevailing market rates. The facilities are subject to annual review.

- e. Grup tidak mempunyai kewajiban bersyarat yang signifikan pada tanggal 31 Desember 2010 dan 2009.

- e. *The Group did not have any significant contingent liabilities as at 31 December 2010 and 2009.*

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

34. Manajemen risiko keuangan

Aktivitas Grup memiliki berbagai macam risiko keuangan yaitu: risiko nilai tukar mata uang asing, risiko kredit, risiko suku bunga dan risiko likuiditas.

Untuk meminimalkan potensi kerugian yang timbul dari perubahan tak terduga dalam kondisi pasar dan kinerja keuangan Grup, manajemen telah melakukan pengelolaan atas risiko keuangan yang sebagian besar dilakukan oleh departemen *treasury* sesuai dengan standar dan prosedur yang diberlakukan oleh *Group Treasury Centre* di Mumbai.

a. Risiko nilai tukar mata uang asing

Grup terekspos risiko nilai tukar berbagai mata uang asing yang terutama timbul dari mata uang USD dan EUR. Risiko nilai tukar kurs mata uang asing muncul dari transaksi komersil yang akan datang serta realisasi aset dan kewajiban moneter dalam mata uang asing.

Grup melakukan lindung nilai untuk kebutuhan arus yang akan datang dalam mata uang asing, terutama untuk pembayaran bahan baku impor yang diestimasi berdasarkan data jatuh tempo pembayaran utang dalam mata uang asing. Tujuan dari aktivitas lindung nilai ini adalah untuk mengantisipasi dampak perubahan nilai tukar mata uang asing terhadap laporan keuangan konsolidasian.

Aset dan kewajiban moneter bersih dalam mata uang asing diungkapkan pada Catatan 31.

b. Risiko kredit

Grup memiliki risiko kredit yang terutama berasal dari simpanan di bank dan kredit yang diberikan kepada pelanggan. Grup mengelola risiko kredit yang terkait dengan simpanan di bank dan aset derivatif dengan memonitor reputasi, *credit ratings* dan menekan risiko agregat dari masing-masing pihak dalam kontrak.

Grup tidak memiliki konsentrasi risiko kredit karena Grup memiliki banyak pelanggan tanpa adanya pelanggan individu yang signifikan. Untuk mencegah kerugian yang disebabkan oleh piutang tak tertagih, sebagian besar distributor memberikan penjaminan berupa bank garansi yang dapat dicairkan oleh Grup pada saat distributor dinyatakan tidak dapat melunasi hutangnya. Selain itu, Grup juga memastikan bahwa penjualan hanya dilakukan kepada distributor dengan sejarah kredit yang baik. Grup memiliki penilaian atas distributor-distributor dalam hal kemampuan membayar piutang saat jatuh tempo. Penilaian setiap distributor didasarkan pada posisi keuangan distributor serta pengalaman sebelumnya. Eksposur maksimum atas risiko kredit tercermin dari nilai tercatat setiap aset keuangan setelah dikurangi dengan penyisihan pada neraca konsolidasian.

34. Financial risk management

The Group's activities expose it to a variety of financial risks: foreign exchange risk, credit risk, interest rate risk and liquidity risk.

To minimise potential adverse effect arising from unpredictability of market and Group's financial performance, management has been conducting financial risks management which is mostly done by treasury department in accordance with official standards and procedures from Group Treasury Centre in Mumbai.

a. Foreign exchange risk

The Group is exposed to foreign exchange risk arising from various currency exposures especially from USD and EUR currency. Foreign exchange risk arises from commercial future transactions and recognised monetary assets and liabilities in foreign currency.

The Group hedge their future foreign currency cash flow requirement, especially for payments of purchase imported materials which are estimated based on aging schedule of payable in foreign currencies. The purpose of this hedging is to mitigate the impact of movements in foreign exchange rates on the consolidated financial statements of the Group.

Net monetary assets and liabilities denominated in foreign currencies are disclosed in Note 31.

b. Credit risk

The Group is exposed to credit risk primarily from deposits in banks and credit exposures given to customers. The Group manages credit risk arising from its deposits and derivative asset with banks by monitoring reputation, credit ratings and limiting the aggregate risk to any individual counterparty.

The Group has no significant concentrations of credit risk as the Group has large number of customers without any significant individual customers. To avoid potential losses due to bad debt, majority of customers placed bank guarantee that can be claimed by the Group in case the customers fail to pay their debt. Besides, the Group also ensures that sales are made only to distributors with appropriate credit history. The Group maintains customers rating based on their ability to pay when the balance falls due. Customer's rating is determined based on their financial position and past experience. The maximum exposures to credit risk is represented by the carrying amount of each financial assets in the consolidated balance sheet after deducting provision for doubtful receivables.

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

c. Risiko suku bunga

Grup tidak memiliki pinjaman dengan risiko suku bunga yang signifikan. Grup melakukan pengawasan terhadap tingkat suku bunga untuk meminimalisasi dampak negatif yang mungkin timbul.

d. Risiko Likuiditas

Untuk memastikan ketersediaan kas, departemen *treasury* melakukan perkiraan kebutuhan arus kas harian dan memelihara fleksibilitas pendanaan dengan pengelolaan fasilitas kredit yang memadai.

Nilai wajar instrumen keuangan

Nilai tercatat dari aset keuangan dan kewajiban keuangan diasumsikan mendekati nilai wajarnya karena dampak dari diskonto tidak signifikan.

35. Reklasifikasi akun

Laporan keuangan konsolidasian 2009 telah direklasifikasi agar sesuai dengan penyajian laporan keuangan konsolidasian tahun 2010. Rincian reklasifikasi tersebut adalah sebagai berikut:

c. Interest rate risk

The Group has no significant interest rate risk arising from borrowings. The Group monitors the interest rate risk exposure to minimise any negative effects.

d. Liquidity risk

To ensure availability of sufficient cash, treasury department conducts daily cash forecast and maintains flexibility in funding by maintaining adequate credit facility.

Fair value of financial instruments

The carrying amounts of the financial assets and financial liabilities are assumed to approximate their fair values as the impact of discounting is not significant.

35. Reclassification of accounts

The 2009 consolidated financial statements has been reclassified to be consistent with the presentation of the 2010 consolidated financial statements. The details of the reclassifications are as follows:

	Sebelum reklasifikasi/ Before reclassifications	Reklasifikasi/ Reclassifications	Setelah reklasifikasi/ After reclassifications	
Harga pokok penjualan	9,200,878	4,253	9,205,131	Cost of goods sold
Beban pemasaran dan penjualan:				Marketing and selling expenses:
- Distribusi	787,914	(90,022)	697,892	Distribution -
- Informasi dan telekomunikasi	17,596	90,022	107,618	Information and - telecommunication
- Penyusutan aset tetap	12,034	8,298	20,332	Depreciation of fixed - assets
Beban umum dan administrasi:				General and administration expenses:
- Penyusutan aset tetap	20,146	(12,551)	7,595	Depreciation of fixed - assets
- Informasi dan telekomunikasi	72,093	16,446	88,539	Information and - telecommunication
- Lain-lain	45,178	(16,446)	28,732	Others -

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

36. Standar akuntansi baru

Ikatan Akuntan Indonesia telah menerbitkan beberapa standar akuntansi revisi yang akan berlaku efektif sejak tanggal 1 Januari 2011. Di antaranya, terdapat beberapa standar yang mungkin berdampak terhadap laporan keuangan konsolidasian Grup, sebagai berikut :

- PSAK 1 : Penyajian Laporan Keuangan
- PSAK 2 : Laporan Arus Kas
- PSAK 3 : Laporan Keuangan Interim
- PSAK 4 : Laporan Keuangan Konsolidasian dan Laporan Keuangan Tersendiri
- PSAK 5 : Segmen Operasi
- PSAK 7 : Pengungkapan Pihak-Pihak Berelasi
- PSAK 8 : Peristiwa Setelah Periode Pelaporan
- PSAK 10 : Pengaruh Perubahan Kurs Valuta Asing
- PSAK 18 : Akuntansi dan Pelaporan Program Manfaat Purnakarya
- PSAK 19 : Aset Tak Berwujud
- PSAK 22 : Kombinasi Bisnis
- PSAK 23 : Pendapatan
- PSAK 24 : Imbalan Kerja
- PSAK 25 : Kebijakan Akuntansi, Perubahan Estimasi Akuntansi dan Kesalahan
- PSAK 46 : Pajak Penghasilan
- PSAK 48 : Penurunan Nilai Aset
- PSAK 50 : Instrumen Keuangan: Penyajian
- PSAK 53 : Pembayaran Berbasis Saham
- PSAK 57 : Provisi, Liabilitas Kontinjensi dan Aset Kontinjensi
- PSAK 58 : Aset Tidak Lancar yang Dimiliki untuk Dijual dan Operasi yang Dihentikan
- PSAK 60 : Instrumen Keuangan: Pengungkapan
- ISAK 9 : Perubahan atas Liabilitas Aktivitas Purnaoperasi, Restorasi dan Liabilitas Serupa
- ISAK 17 : Laporan Keuangan Interim dan Penurunan Nilai
- ISAK 20 : Perubahan dalam Status Pajak Entitas atau Para Pemegang Sahamnya

Grup masih mempelajari dampak yang mungkin timbul atas penerbitan beberapa standar akuntansi keuangan dan interpretasi tersebut.

37. Informasi tambahan

Informasi keuangan Perseroan pada Lampiran 5/54 sampai dengan 5/59, menyajikan penyertaan Perseroan pada anak perusahaan berdasarkan metode ekuitas dan bukan dengan metode konsolidasi.

36. Prospective accounting pronouncement

The Indonesian Institute of Accountants has issued several revised financial accounting standards which will be effective since 1 January 2011. Among them are some standards which may have an impact on the Group's consolidated financial statements as follows:

- PSAK 1 : Presentation of Financial Statements
- PSAK 2 : Statement of Cash Flows
- PSAK 3 : Interim Financial Reporting
- PSAK 4 : Consolidated and Separate Financial Statements
- PSAK 5 : Operating Segments
- PSAK 7 : Related Party Disclosures
- PSAK 8 : Events after the Reporting Period
- PSAK 10 : The Effects of Changes in Foreign Exchange Rates
- PSAK 18 : Accounting and Reporting by Retirement Benefit Plans
- PSAK 19 : Intangible Assets
- PSAK 22 : Business Combinations
- PSAK 23 : Revenue
- PSAK 24 : Employee Benefits
- PSAK 25 : Accounting Policies, Changes in Accounting Estimates and Errors
- PSAK 46 : Income Taxes
- PSAK 48 : Impairment of Assets
- PSAK 50 : Financial Instruments: Presentation
- PSAK 53 : Share-based Payment
- PSAK 57 : Provisions, Contingent Liabilities and Contingent Assets
- PSAK 58 : Non-current Assets Held for Sale and Discontinued Operations
- PSAK 60 : Financial Instruments: Disclosures
- ISAK 9 : Changes in Existing Decommissioning, Restoration and Similar Liabilities
- ISAK 17 : Interim Financial Reporting and Impairment
- ISAK 20 : Income Taxes – Changes in the Tax Status of an Entity or its Shareholders

The Group is still evaluating the possible impact on the issuance of these financial accounting standards and interpretations.

37. Supplementary information

The financial information of the Company on Schedule 5/54 to 5/59, presents the Company's investment in subsidiaries under the equity method, as opposed to the consolidation method.

Informasi Tambahan/Supplementary Information

PT Unilever Indonesia Tbk
Neraca
31 Desember 2010 dan 2009

PT Unilever Indonesia Tbk
Balance Sheets
As at 31 December 2010 and 2009

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2010	2009	
ASET			ASSETS
Aset Lancar			Current Assets
Kas dan setara kas	286,901	829,552	Cash and cash equivalents
Piutang usaha (Setelah dikurangi penyisihan piutang tidak tertagih sebesar Rp 3.981 pada tahun 2010 dan Rp 1.895 pada tahun 2009)			Trade debtors (Net of allowance for doubtful accounts of Rp 3,981 in 2010 and Rp 1,895 in 2009)
- Pihak ketiga	1,445,450	1,133,460	Third parties -
- Pihak hubungan istimewa	131,016	125,951	Related parties -
Uang muka dan piutang lain-lain			Advances and other debtors
- Pihak ketiga	182,773	87,334	Third parties -
- Pihak hubungan istimewa	2,322	2,918	Related parties -
Persediaan (Setelah dikurangi penyisihan persediaan usang dan persediaan tidak terpakai/tidak laris sebesar Rp 63.306 pada tahun 2010 dan Rp 25.668 pada tahun 2009)	1,574,060	1,340,036	Inventories (Net of provision for obsolete and unused/slow moving inventories of Rp 63,306 in 2010 and Rp 25,668 in 2009)
Pajak dibayar di muka	38,127	-	Prepaid taxes
Beban dibayar di muka	52,145	41,759	Prepaid expenses
Jumlah Aset Lancar	3,712,794	3,561,010	Total Current Assets
Aset Tidak Lancar			Non-Current Assets
Aset tetap (Setelah dikurangi akumulasi penyusutan sebesar Rp 913.074 pada tahun 2010 dan Rp 751.947 pada tahun 2009)	4,148,778	3,035,915	Fixed assets (Net of accumulated depreciation of Rp 913,074 in 2010 and Rp 751,947 in 2009)
Aset tidak berwujud (Setelah dikurangi akumulasi amortisasi sebesar Rp 353.522 pada tahun 2010 dan Rp 240.194 pada tahun 2009)	646,356	672,550	Intangible assets (Net of accumulated amortisation of Rp 353,522 in 2010 and Rp 240,194 in 2009)
Investasi pada anak perusahaan	83,667	92,345	Investment in subsidiaries
Beban pensiun dibayar di muka	45,696	51,385	Prepaid pension expense
Aset lain-lain	50,377	55,058	Other assets
Jumlah Aset Tidak Lancar	4,974,874	3,907,253	Total Non-Current Assets
JUMLAH ASET	8,687,668	7,468,263	TOTAL ASSETS

Informasi Tambahan/Supplementary Information

PT Unilever Indonesia Tbk
Neraca
31 Desember 2010 dan 2009

PT Unilever Indonesia Tbk
Balance Sheets
As at 31 December 2010 and 2009

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2010	2009	
KEWAJIBAN			LIABILITIES
Kewajiban Lancar			Current Liabilities
Pinjaman jangka pendek	190,000	-	Short-term loans
Hutang usaha			Trade creditors
- Pihak ketiga	1,608,490	1,350,125	Third parties -
- Pihak hubungan istimewa	206,244	77,801	Related parties -
Hutang pajak	208,508	317,661	Taxes payable
Beban yang masih harus dibayar	1,456,828	1,474,959	Accrued expenses
Hutang lain-lain			Other liabilities
- Pihak ketiga	551,172	223,352	Third parties -
- Pihak hubungan istimewa	171,538	134,319	Related parties -
Jumlah Kewajiban Lancar	4,392,780	3,578,217	Total Current Liabilities
Kewajiban Tidak Lancar			Non-Current Liabilities
Kewajiban pajak tangguhan	49,939	27,252	Deferred tax liabilities
Kewajiban imbalan kerja	199,530	159,975	Employee benefits obligations
Jumlah Kewajiban Tidak Lancar	249,469	187,227	Total Non-Current Liabilities
Jumlah Kewajiban	4,642,249	3,765,444	Total Liabilities
EKUITAS			EQUITY
Modal saham	76,300	76,300	Share capital
(Modal dasar, seluruhnya ditempatkan dan disetor penuh: 7.630.000.000 lembar saham biasa dengan nilai nominal Rp 10 (nilai penuh) per lembar saham untuk tahun 2010 dan 2009)			(Authorised, issued and fully paid-up: 7,630,000,000 common shares at par value of Rp 10 (full amount) per share for 2010 and 2009)
Agio saham	15,227	15,227	Capital paid in excess of par value
Selisih nilai transaksi restrukturisasi entitas sepengendali	80,773	80,773	Balance arising from restructuring transactions between entities under common control
Saldo laba yang dicadangkan	15,260	15,260	Appropriated retained earnings
Saldo laba yang belum dicadangkan	3,857,859	3,515,259	Unappropriated retained earnings
Jumlah Ekuitas	4,045,419	3,702,819	Total Equity
JUMLAH KEWAJIBAN DAN EKUITAS	8,687,668	7,468,263	TOTAL LIABILITIES AND EQUITY

Informasi Tambahan/Supplementary Information

PT Unilever Indonesia Tbk
Laporan Laba Rugi
Untuk Tahun-Tahun Yang Berakhir Pada
31 Desember 2010 dan 2009

PT Unilever Indonesia Tbk
Statements of Income
For The Years Ended
31 December 2010 and 2009

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2010	2009	
PENJUALAN BERSIH	19,690,239	18,246,872	NET SALES
HARGA POKOK PENJUALAN	(9,498,474)	(9,223,593)	COST OF GOODS SOLD
LABA KOTOR	10,191,765	9,023,279	GROSS PROFIT
BEBAN USAHA	(5,643,809)	(4,806,042)	OPERATING EXPENSES
Beban pemasaran dan penjualan	(4,509,688)	(3,727,262)	<i>Marketing and selling expenses</i>
Beban umum dan administrasi	(1,134,121)	(1,078,780)	<i>General and administration expenses</i>
LABA USAHA	4,547,956	4,217,237	OPERATING INCOME
(BEBAN)/PENGHASILAN LAIN-LAIN	(4,758)	32,569	OTHER (EXPENSES)/INCOME
Keuntungan penjualan aset tetap	318	444	<i>Gain on disposals of fixed assets</i>
(Kerugian)/keuntungan selisih kurs, bersih	(10,768)	2,413	<i>(Loss)/gain on foreign exchange, net</i>
Penghasilan bunga	35,619	39,369	<i>Interest income</i>
Beban bunga	(29,927)	(9,657)	<i>Interest expense</i>
	4,543,198	4,249,806	
Bagian rugi bersih anak perusahaan	(2,233)	(463)	Share of net loss of subsidiaries
LABA SEBELUM PAJAK PENGHASILAN	4,540,965	4,249,343	PROFIT BEFORE INCOME TAX
Beban pajak penghasilan	(1,153,995)	(1,205,236)	<i>Income tax expense</i>
LABA BERSIH	3,386,970	3,044,107	NET INCOME
LABA BERSIH PER SAHAM DASAR			BASIC EARNINGS PER SHARE
(dinyatakan dalam nilai penuh Rupiah per saham)	444	399	<i>(expressed in Rupiah full amount per share)</i>

Informasi Tambahan/Supplementary Information

PT Unilever Indonesia Tbk
Laporan Perubahan Ekuitas
Untuk Tahun-Tahun Yang Berakhir Pada
31 Desember 2010 dan 2009

PT Unilever Indonesia Tbk
Statements of Changes in Equity
For The Years Ended
31 December 2010 and 2009

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	Modal saham/ Share capital	Agio saham/ Capital paid in excess of par value	Selisih nilai transaksi restrukturisasi entitas sepengendali/ Balance arising from restructuring transactions between entities under common control	Saldo laba yang dicadangkan/ Appropriated retained earnings	Saldo laba yang belum dicadangkan/ Unappropriated retained earnings	Jumlah/Total
Saldo per 1 Januari 2009	76,300	15,227	80,773	15,260	2,912,752	Balance as at 1 January 2009 3,100,312
Laba bersih tahun berjalan	-	-	-	-	3,044,107	3,044,107 Net income for the year
Dividen	-	-	-	-	(2,441,600)	(2,441,600) Dividends
Saldo per 31 Desember 2009	76,300	15,227	80,773	15,260	3,515,259	Balance as at 31 December 2009 3,702,819
Laba bersih tahun berjalan	-	-	-	-	3,386,970	3,386,970 Net income for the year
Dividen	-	-	-	-	(3,044,370)	(3,044,370) Dividends
Saldo per 31 Desember 2010	76,300	15,227	80,773	15,260	3,857,859	Balance as at 31 December 2010 4,045,419

Lampiran 5/57 Schedule

Informasi Tambahan/Supplementary Information

PT Unilever Indonesia Tbk
Laporan Arus Kas
Untuk Tahun-Tahun Yang Berakhir Pada
31 Desember 2010 dan 2009

PT Unilever Indonesia Tbk
Statements of Cash Flows
For The Years Ended
31 December 2010 and 2009

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2010	2009	
Arus kas dari aktivitas operasi			Cash flows from operating activities
Penerimaan dari pelanggan	21,256,302	19,702,807	<i>Receipts from customers</i>
Pembayaran kepada pemasok	(14,897,586)	(13,838,023)	<i>Payments to suppliers</i>
Pembayaran kepada direksi dan karyawan	(849,176)	(718,456)	<i>Payments of directors' and employees' remuneration</i>
Pembayaran imbalan kerja	(26,642)	(72,923)	<i>Payments of employee benefits</i>
Pembayaran untuk biaya jasa dan royalti	(643,432)	(587,192)	<i>Payments of service fees and royalty</i>
Kas yang dihasilkan dari operasi	4,839,466	4,486,213	<i>Cash generated from operations</i>
Penerimaan dari pendapatan bunga	22,755	31,765	<i>Receipts of interest income</i>
Pembayaran bunga	(16,313)	(1,276)	<i>Interest paid</i>
Pelunasan pinjaman karyawan, bersih	4,127	5,660	<i>Repayment of employee loan, net</i>
Pembayaran pajak penghasilan badan	(1,232,933)	(1,211,485)	<i>Payments of corporate income tax</i>
Arus kas bersih yang diperoleh dari aktivitas operasi	3,617,102	3,310,877	Net cash flows provided from operating activities
Arus kas dari aktivitas investasi			Cash flows from investing activities
Pembelian aset tetap	(1,238,520)	(563,129)	<i>Acquisition of fixed assets</i>
Pembelian aset tidak berwujud	(73,872)	(140,994)	<i>Acquisition of intangible assets</i>
Hasil penjualan aset tetap	2,369	4,076	<i>Proceeds from the sale of fixed assets</i>
Arus kas bersih yang digunakan untuk aktivitas investasi	(1,310,023)	(700,047)	Net cash flows used in investing activities
Arus kas dari aktivitas pendanaan			Cash flows from financing activities
Penerimaan pinjaman jangka pendek	190,000	-	<i>Proceeds from short-term loans</i>
Pembayaran dividen kepada pemegang saham	(3,037,461)	(2,436,028)	<i>Dividends paid to the shareholders</i>
Arus kas bersih yang digunakan untuk aktivitas pendanaan	(2,847,461)	(2,436,028)	Net cash flows used in financing activities
(Penurunan)/kenaikan bersih kas dan setara kas	(540,382)	174,802	Net (decrease)/increase in cash and cash equivalents
Dampak perubahan kurs terhadap kas dan setara kas	(2,269)	(8,660)	<i>Effect of exchange rate changes on cash and cash equivalents</i>
Kas dan setara kas pada awal tahun	829,552	663,410	Cash and cash equivalents at the beginning of the year
Kas dan setara kas pada akhir tahun	286,901	829,552	Cash and cash equivalents at the end of the year

Informasi Tambahan/*Supplementary Information*

PT Unilever Indonesia Tbk
Laporan Arus Kas
Untuk Tahun-Tahun Yang Berakhir Pada
31 Desember 2010 dan 2009

PT Unilever Indonesia Tbk
Statements of Cash Flows
For The Years Ended
31 December 2010 and 2009

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(*Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated*)

	2010	2009	
Transaksi non-kas			Non-cash transactions
Perolehan aset tetap melalui hutang (dicatat dalam akun "Hutang lain-lain")	165,852	82,058	<i>Acquisition of fixed assets through payables (recorded in "Other liabilities")</i>
Perolehan aset tidak berwujud melalui hutang (dicatat dalam akun "Beban yang masih harus dibayar")	33,749	20,378	<i>Acquisition of intangible assets through payables (recorded in "Accrued expenses")</i>

Halaman ini sengaja dikosongkan
This Page is intentionally left blank





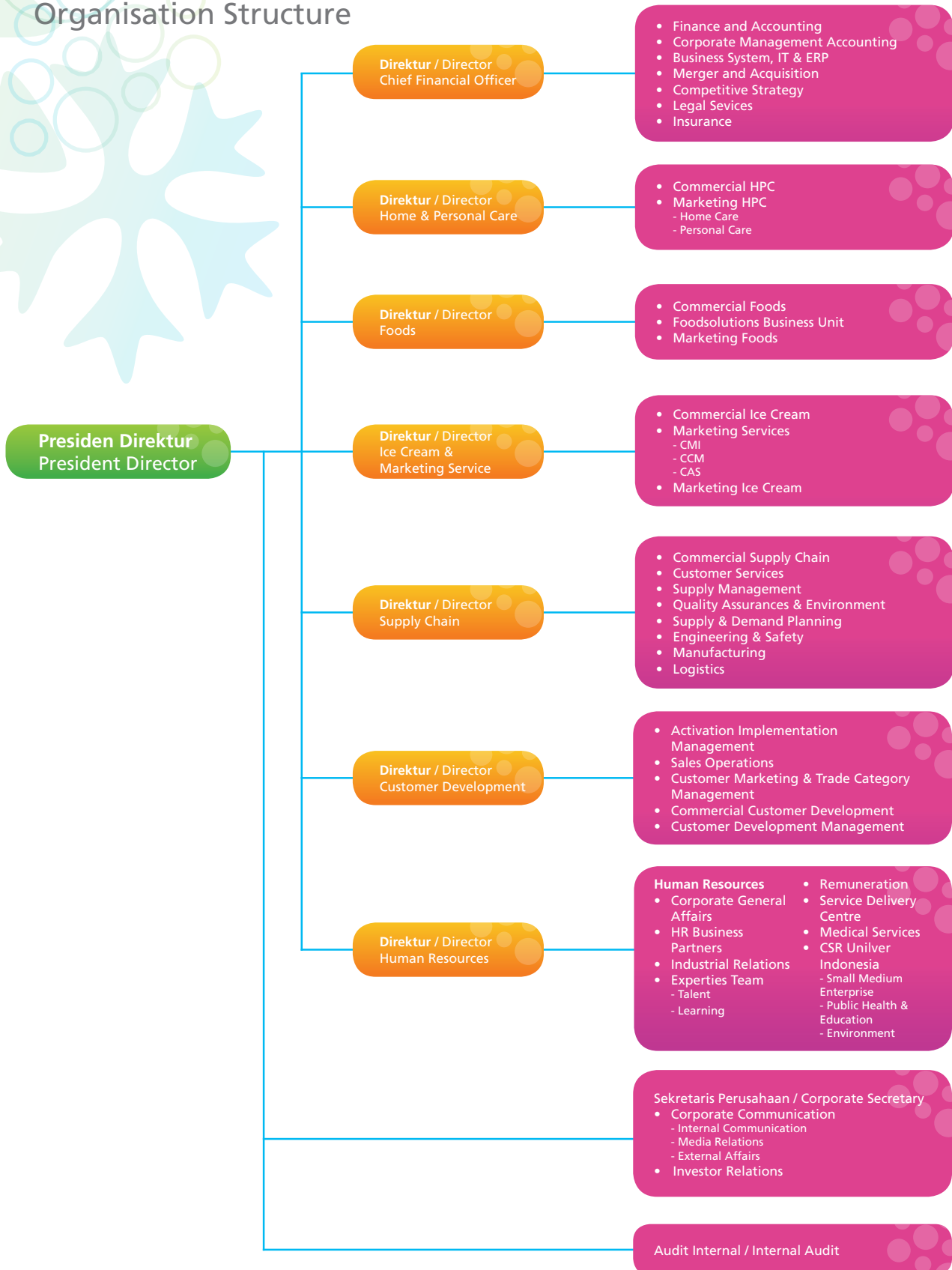
Informasi Perusahaan

Company Information



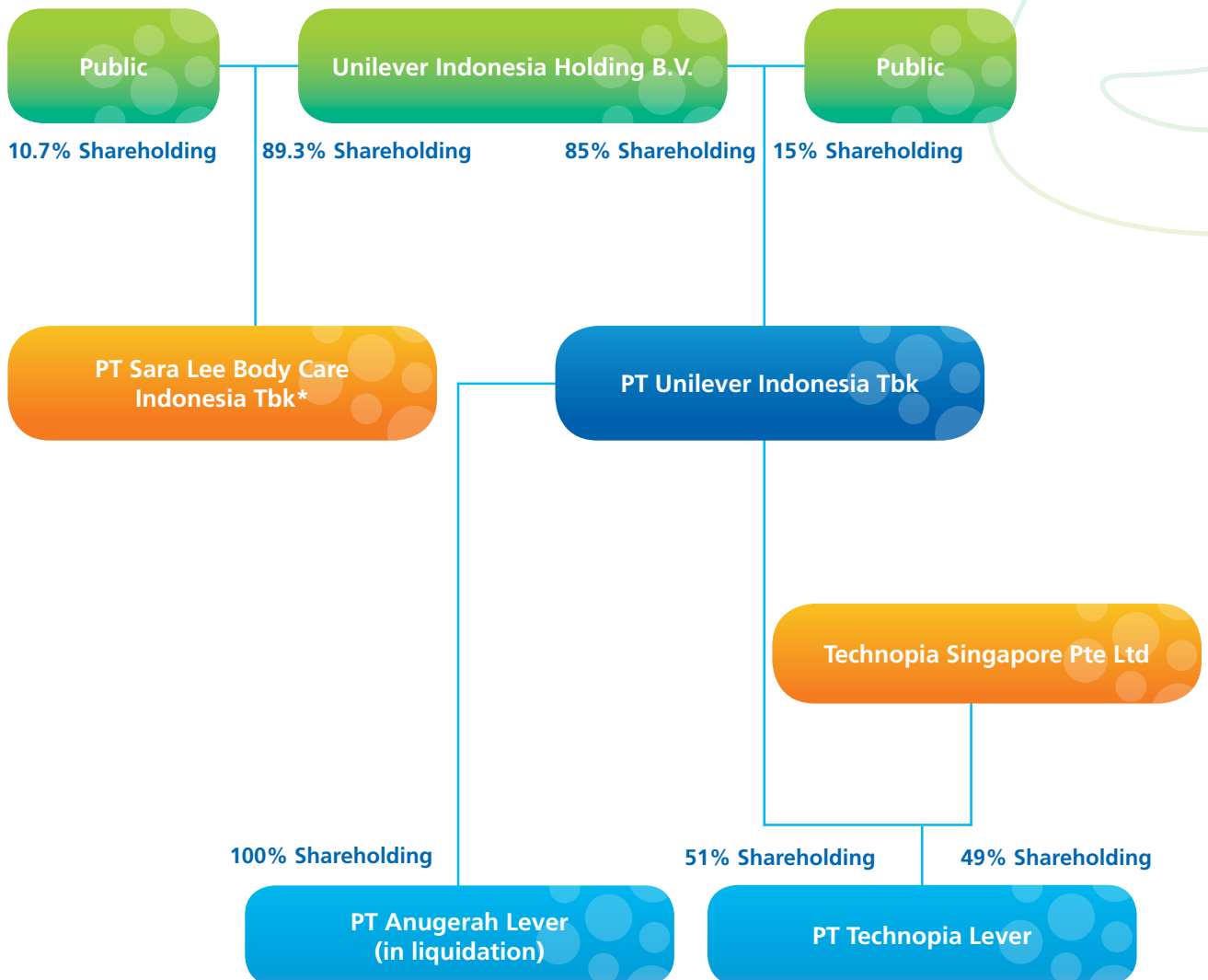
Struktur Organisasi

Organisation Structure



Perusahaan Afiliasi

Affiliated Company



* Sejak Februari 2011, nama perusahaan diubah menjadi PT Unilever Body Care Indonesia Tbk

* Since February 2011, the company name was changed to PT Unilever Body Care Indonesia Tbk

Profil Komite Audit Audit Committee Profile

1. **Cyrellus Harinowo**

Ketua Komite Audit | Audit Committee Chairman
Warga Negara Indonesia | Indonesian citizen

Profil dapat dilihat pada bagian profil Dewan Komisaris
Profile can be seen in the BoC's profile section

2. **Benny Redjo Setiyono**

Anggota Komite Audit | Audit Committee Member
Warga Negara Indonesia | Indonesian citizen

Warga negara Indonesia, lahir di Makassar. Bapak Benny Redjo Setiyono telah menjabat anggota Komite Audit sejak tahun 2004. Beliau saat ini menjabat Direktur Divisi Finance and Administration Support pada PT Toyota-Astra Motor. Sebelumnya beliau telah menjabat Director of Finance pada PT Astra Otopart, Tbk dari 1997 hingga 2000 dan sebagai Senior General Manager pada Daihatsu Sales Operation - PT Astra International, Tbk dari 1992 hingga 1997. Sejak 1985 beliau telah menjadi pengajar di Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, disamping menjadi pembicara pada berbagai seminar dan forum ekonomi, perpajakan dan kompetisi bisnis. Beliau telah menjadi Sekretaris Jenderal dari Association of Priority Channel Companies sejak 2006 dan Pengurus & Bendahara ILUNI FEUI (Ikatan Alumni FEUI) sejak 2007. Beliau juga menjadi salah seorang Pengurus dan Pendiri Yayasan Dharma Bhakti Iluni FEUI. Beliau memperoleh gelar Sarjana Akuntansi dari Universitas Indonesia, dan meraih gelar MBA dan Master dalam bidang Akuntansi dari Graduate School of Business, University of Southern California, Amerika Serikat.



Indonesian citizen, born in Makassar. Mr. Benny Redjo Setiyono has been a member of the Audit Committee since 2004. He is currently Director of Division of Finance and Administration Support at PT. Toyota-Astra Motor. Prior to this he served as Director of Finance at PT Astra Otopart, Tbk from 1997 to 2000 and as Senior General Manager in the Daihatsu Sales Operation of PT Astra International, Tbk from 1992 to 1997. Since 1985 he has been an lecturer at the Economics Faculty of the University of Indonesia, and has been a speaker at seminars and forums on economics, taxation and business competition. He has been Secretary General of the Association of Priority Channel Companies since 2006 and Executive and Treasurer of the ILUNI FEUI (the UI Faculty of Economic Alumni Association) since 2007. He is also one of the Managers and Founders of Yayasan Dharma Bhakti Iluni FEUI (the Iluni FEUI Social Foundation). He graduated with a degree in Accounting from the University of Indonesia, and earned his MBA and Master of Accounting degrees at the Graduate School of Business, University of Southern California, USA.

3. **Muhammad Saleh**

Anggota Komite Audit | Audit Committee Member
Warga Negara Indonesia | Indonesian citizen

Warga negara Indonesia, lahir di Palembang. Bapak Muhammad Saleh telah menjabat anggota Komite Audit sejak tahun 2007. Beliau bergabung dengan Unilever tahun 1976 dan diangkat sebagai Direktur tahun 1998. Posisi senior yang pernah dijabatnya termasuk Corporate Relations Director, Development Director, Technical Director Foods, General Works Manager Surabaya, General Production Manager Personal Products, General Development Manager Detergents. Beliau memperoleh gelar Sarjana Kimia dari Universitas Indonesia, serta gelar Masters dalam Ekonomi Pembangunan dari Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada.



Indonesian citizen, born in Palembang. Mr. Muhammad Saleh has been a member of the Audit Committee since 2007. He joined Unilever in 1976 and was appointed as a Director in 1998. His previous senior posts include Corporate Relations Director, Development Director, Technical Director Foods, General Works Manager Surabaya, General Production Manager Personal Products, General Development Manager Detergents. He holds a degree in Chemistry from the University of Indonesia, as well as a Masters of Economic Development from the Faculty of Economics and Business at Gadjah Mada University.

Profil Sekretaris Perusahaan

Corporate Secretary Profile

Sancoyo Antarikso

Sekretaris Perusahaan | Corporate Secretary
Warga Negara Indonesia | Indonesian citizen



Bapak Sancoyo Antarikso menduduki jabatan Sekretaris Perusahaan sejak tanggal 1 Januari 2010. Bergabung dengan Unilever Indonesia tahun 1990. Beberapa jabatan senior yang pernah dipegang termasuk Financial Controller, Group Audit Manager, Commercial Manager Homecare, Commercial Director PT Kimberly-Lever Indonesia, International Project Manager, Ice Cream (Take Home) Innovation Centre, Unilever Europe, UK. Beliau saat ini menjabat Sekretaris Jenderal APPINA (Asosiasi Perusahaan Pengiklan Indonesia) dan Wakil Presiden Bidang Niaga dan Distribusi dari PERKOSMI (Persatuan Perusahaan Kosmetik Indonesia). Beliau memperoleh gelar Sarjana Akuntansi dari Universitas Gadjah Mada, MM-IPMI dan MBA dari Mt. Eliza Business School, Monash University, Australia.

Mr. Sancoyo Antarikso took up the position of Corporate Secretary on 1 January 2010. Joined Unilever Indonesia in 1990. Previous senior posts include Financial Controller, Group Audit Manager, Commercial Manager Homecare, Commercial Director PT Kimberly-Lever Indonesia, International Project Manager, Ice Cream (Take Home) Innovation Centre, Unilever Europe, UK. He is currently the Secretary General of APPINA (Association of Indonesian Advertising Companies) and Vice President of Trade & Distribution Affairs of PERKOSMI (Indonesian Cosmetics Association). He holds degree in Accountancy from Gadjah Mada University, a Master's in Management from IPMI, and an MBA from Mt. Eliza Business School, Monash University, Australia.

Profil Manajer Internal Audit Grup

Internal Audit Group Manager Profile

Ferry Arief Sunandar

Internal Audit Grup Manajer | Internal Audit Group Manager
Warga Negara Indonesia | Indonesian citizen



Lahir di Jakarta. Internal Audit Group Manager sejak 2007. Bergabung dengan Unilever Indonesia tahun 1998. Posisi senior yang pernah dijabat sebelumnya di Unilever Indonesia termasuk Accounting Manager, ERP Financial Process Leader, dan Finance Director - PT Kimberly-Lever Indonesia. Sebelum bergabung dengan Unilever Indonesia beliau menjadi Auditor di Arthur Andersen, dan telah memegang posisi senior dalam bidang Finance dan General Management di sejumlah perusahaan terkemuka di Indonesia. Beliau memperoleh gelar Sarjana Akuntansi dari Universitas Tarumanegara.

Born in Jakarta. Internal Audit Group Manager since 2007. Joined Unilever Indonesia in 1998. Previous senior posts in Unilever Indonesia include Accounting Manager, ERP Financial Process Leader, and Finance Director - PT Kimberly-Lever Indonesia. Prior to joining Unilever Indonesia he was an Auditor at Arthur Andersen, and has held senior Finance and General Management positions in several major companies in Indonesia. He graduated from Tarumanegara University, majoring in Accountancy.

Lembaga atau Profesi Penunjang Pasar Modal

Capital Market Supporting Institutions and Professionals

BIRO ADMINISTRASI EFEK SHARE REGISTRAR

PT Sharestar Indonesia
Citra Graha Building, 7th Floor
Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 35-36
Jakarta 12950
Indonesia
Tel. +6221 527 7966
Fax. +6221 527 7967
Email: customer-relation@sharestar.co.id

AKUNTAN PUBLIK PERSEROAN EXTERNAL AUDITOR

KAP Tanudiredja, Wibisana, dan Rekan
(a member firm of the PwC's global network)
Jl. HR Rasuna Said Kav. X-7 No. 6
Jakarta 12940
Indonesia
Tel. +6221 521 2901
Fax. +6221 5290 5555
www.pwc.com



PT Unilever Indonesia Tbk
Graha Unilever
Jl. Jend. Gatot Subroto Kav 15
Jakarta 12930
Indonesia

Tel. +62 21 526 2112
Fax. +62 21 526 4020
E-mail unvr.indonesia@unilever.com

www.unilever.co.id