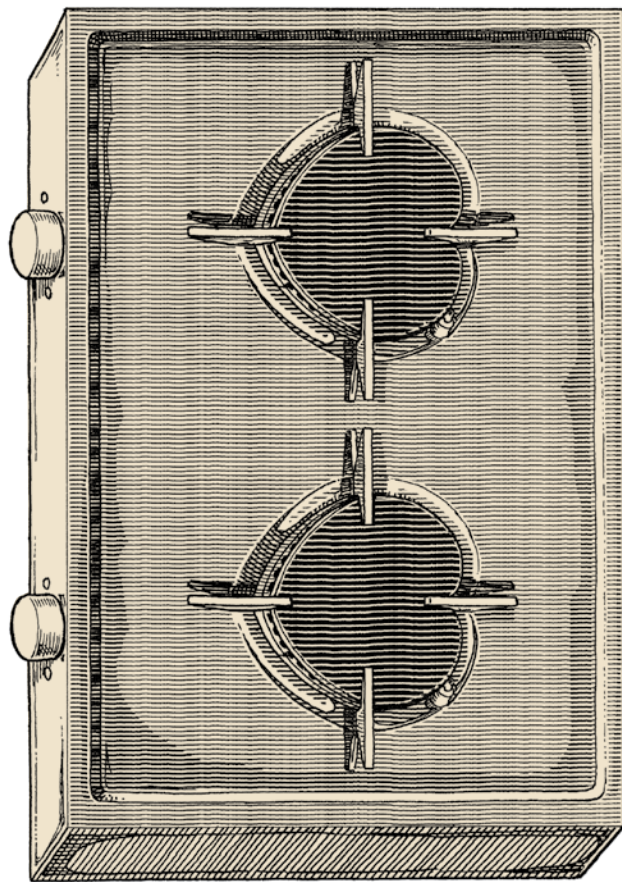


MISIJA

Stvaranje visokokvalitetnih proizvoda s markom koji osvajaju povjerenje klijenata i potrošača.

VIZIJA

Biti vodeća prehrambena kompanija po znanju, odnosu s potrošačima i prihodima među kompanijama sa sjedištem u regiji jugoistočne, srednje i istočne Europe te farmaceutska kuća koja prepoznatljivim partnerskim pristupom ostvaruje više.



PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

4

IMPRESUM

IZDAVAČ — Podravka d.d.

UREDNIK — Drenislav Žekić

DIZAJN — Bruketa&Žinić^{OM}

ILUSTRACIJE — Tomislav Tomić

TIPOGRAFIJA — Thema – Nikola Đurek i Lexicon – Bram De Does

PAPIR — Conqueror Laid Brilliant White 120 g/m², Munken Polar 130 g/m², Soporset 90 g/m²

FOTOGRAFIJE — Nikola Wolf

PREPRESS — Danko Đurašin

LEKTURA I KOREKTURA — Ivana Korošec Vujica

FOTOLIT — MIT d.o.o.

PRODUKCIJA — IBL d.o.o., Boris Matešić, Luka Šarić

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

5

SADRŽAJ

6	— Pismo predsjednika Uprave
8	— Grupa Podravka u 2006. godini
19	— Rezultati Grupe Podravka u 2006. godini
25	— Izvještaj o kretanju dionice Podravke
28	— Životopisi članova Uprave
33	— Životopisi članova Nadzornog odbora
41	— Intervjui
63	— Brandovi
86	— Izvješće Nadzornog odbora
88	— Izvješće neovisnog revizora
90	— Konsolidirani račun dobiti i gubitka

PISMO PREDSJEDNIKA UPRAVE

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

6

PISMO
PREDSJEDNIKA
UPRAVE

Poštovani, promatrajući rezultate koje smo ostvarili u 2006. godini, možemo reći da su u skladu s očekivanjima. Nastavili smo sa započetim procesom restrukturiranja i izdvojili određene neosnovne djelatnosti iz našeg poslovanja. Jednako tako, započeli smo s racionalizacijom internih procesa u prodaji, distribuciji, marketingu, proizvodnji i administrativnim funkcijama. U 2006. godini ostvarili smo ukupne prihode od prodaje u iznosu od 3,5 milijardi kuna. Unatoč djelomičnom prekidu distribucije Nestléovih proizvoda za tržište Srbije te potpunom prekidu za tržište Bosne i Hercegovine te Makedonije, ukupno ostvareni prihodi od prodaje Grupe Podravka viši su u odnosu na godinu ranije. Ono što nas posebno veseli je to što je porast prihoda rezultat prvenstveno organskog rasta na kojem ostvarujemo

znatno više marže u odnosu na trgovačku robu. Dakle, rastom prodaje gotovo svih Podravkinih marki proizvoda u potpunosti smo nadoknadili i premašili pad prodaje trgovačke robe. Kad je riječ o tržištima, 54% ukupnih prihoda od prodaje Grupe Podravka ostvarujemo na tržištu Hrvatske, koje je još uvijek najznačajnije tržište za poslovanje Grupe Podravka. Od inozemnih tržišta, najveći udio u ukupnim prihodima od prodaje u protekloj godini ostvaren je na tržištima jugoistočne Europe i iznosio je 22,5%, dok je na tržištima srednje Europe ostvareno 12,5%, na tržištima zapadne Europe, prekoceanije i Dalekog istoka 6,4%, dok je na tržištima istočne Europe ostvareno 4,4% ukupnih prihoda od prodaje. Vrijedi istaknuti da je kod inozemnih tržišta najveći rast ostvaren na tržištu istočne Europe i to u iznosu od

12%. Raduje nas činjenica da je u protekloj godini zabilježen rast gotovo svih Podravkinih marki proizvoda. Promatrano po grupama proizvoda, najveći porast prodaje ostvaren je u kategoriji Dječja hrana, slastice i snack u iznosu od 7%. Porast prodaje ostvaren je i u kategoriji Meso i mesni proizvodi (5%), Podravka jela (4%), Voće i povrće (4%) te Pića (1%), dok je kategorija Dodaci jelima na prošlogodišnjoj razini. U 2006. godini investicije su nam iznosile 184 milijuna kuna, a najveći dio tih sredstava investiran je u novu Tvornicu dječje hrane koja će u potpunosti moći zadovoljiti zahtjeve novih generacija potrošača. Želio bih spomenuti kako je tijekom prošle godine zabilježen porast prometa Podravkinom dionicom u iznosu od 44%, dok je prosječna ponderirana cijena naše dionice u 2006. godini iznosila 400 kuna, što predstavlja porast od 35% u odnosu na godinu

ranije. Isto tako, naša dionica je u veljači 2006. godine uvrštena u indeks Bečke burze – SETX Index, koji objedinjuje kretanje blue chip dionica najvećih kompanija koje kotiraju na burzama Zagreba, Ljubljane, Bukurešta i Sofije. Tijekom prošle godine bili smo vrlo aktivni i u području lansiranja novih proizvoda. Tako smo, između ostalih, lansirali Čokolino Crunch i Čokolino Maxi, Vegetu pikant, Čokolino kremni namaz, Lino dječju hranu s prebiotikom, Podravka tortilja čips i mnoge druge. Možda je najzanimljiviji novi proizvod tekuća Vegeta za tržište Australije, čime smo povećali tržišni udio Vegete na ukupnom australskom tržištu dodataka jelima s 22 na 29%. To je još jedan u nizu primjera naše inovativnosti i prilagođavanja specifičnim potrebama lokalnih tržišta diljem svijeta. Od prošlogodišnjih aktivnosti posebno vrijedi istaknuti kupnju poznate marke

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

7

PISMO
PREDSJEDNIKA
UPRAVE

proizvoda Eva – riblje konzerve, čime smo se po prvi puta odlučili za kupovinu same marke proizvoda, a ne cijelog poduzeća. Eva je jedna od najprihvaćenijih marki proizvoda u kategoriji ribljih konzervi na tržištima Hrvatske i jugoistočne Europe s velikim potencijalom širenja asortimana novim proizvodima. S kupnjom poznatih brandova nastavljamo i u 2007. godini. Podravka je tijekom prošle godine osvojila titulu Superbranda u Slovačkoj, dok je u Rusiji, po drugi puta uzastopce, Vegeta izabrana u društvo najpoznatijih marki proizvoda. Istaknuo bih kako smo u 2006. godini predsjedali Upravnim vijećem Hrvatskog poslovnog savjeta za održivi razvoj. Osim toga, bili smo jedina hrvatska punopravna članica Svjetskog poslovnog savjeta za održivi razvoj (WBCSD), krovne svjetske organizacije

koja promiče i potiče primjenu načela i principa održivog razvoja u svjetskome gospodarstvu. I u prošloj godini nastavili smo s trendom ulaganja u obrazovanje naših zaposlenika te će se ova vrsta investicija nastaviti i u budućnosti. Smatramo kako su naši zaposlenici, uz naše brandove, nepresušni izvori konkurentskih prednosti. Vjerujemo kako će iduća poslovna godina biti još uspješnija i da ćemo nastaviti s osvajanjem povjerenja potrošača na svim tržištima.



S poštovanjem,
DARKO MARINAC, predsjednik Uprave Podravke d.d.

GRUPA PODRAVKA U 2006. GODINI

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

8

GRUPA
PODRAVKA
U 2006. GODINI

SIJEČANJ

PODRAVKA – REGIONALNI INVESTITOR 2005. GODINE U POLJSKOJ – Krajem 2005. godine u Varšavi su istaknutim inozemnim tvrtkama koje djeluju u Poljskoj dodijeljena visoka priznanja Investitora godine 2005. Cilj natječaja, kojega organizira Grupa Media Partner i Veleposlanstvo Francuske, bio je odlikovati najveća inozemna poduzeća koja djeluju na terenu Poljske.

U natječaju su mogle sudjelovati tvrtke koje realiziraju investicije vrijednosti veće od milijun USD i koje otvaraju nova radna mjesta. Među nagrađenima se našla Podravka, kojoj je dodijeljeno priznanje Investitora godine 2005. u Lubuskoj regiji.

BELUPO KUPIO POSLOVNI UDIO U DELTIS PHARMU – Predsjednik

Belupove Uprave Stanislav Biondić i Branko Tomašić, vlasnik zagrebačke tvrtke Deltis Pharm, potpisali su Ugovor o prodaji i prijenosu poslovnog udjela u društvu Deltis Pharm, na osnovi kojeg je Belupo stekao stopostotni poslovni udio u toj tvrtki.

BELUPO POTPISAO UGOVOR O DISTRIBUCIJI I ZASTUPANJU NA

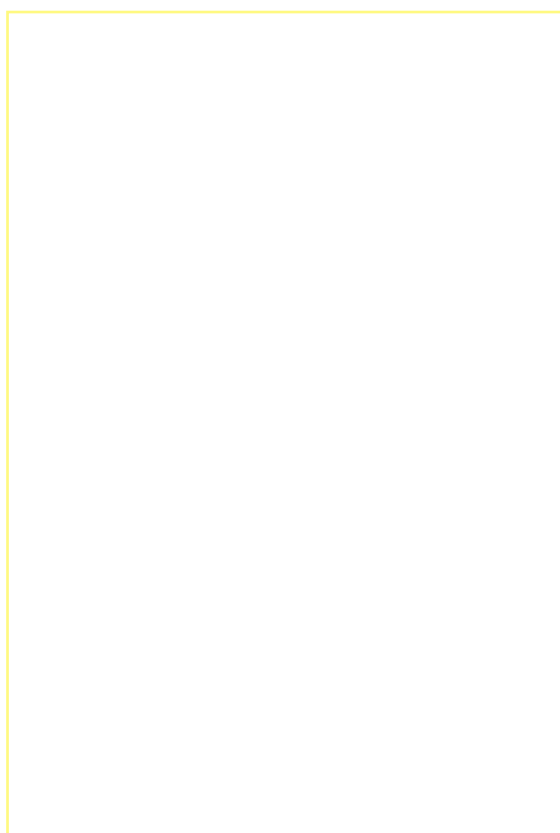
RUMUNJSKOM TRŽIŠTU – Član Uprave Belupa d.d. mr. pharm. Hrvoje Kolarić i vlasnik rumunjske veledrogerije A+G Med Trading d.o.o. Adrian Cristea potpisali su u Koprivnici Ugovor o distribuciji i zastupanju. Tim je ugovorom Belupo ovlastio veledrogeriju A+G Med Trading d.o.o. za uvoz, distribuciju, prodaju i marketing na rumunjskom tržištu.

VELJAČA

NOVI PROIZVODI NA HRVATSKOM TRŽIŠTU I TRŽIŠTIMA JUGOISTOČNE EUROPE – Nastojeći pratiti svjetske prehrambene trendove, posebice brzi razvoj navike potrošnje žitarica za doručak, Podravkin Lino tim pripremio je lansiranje novih proizvoda - Čokolina Crunch i Čokolina MAXI. Čokolino Crunch su žitne kuglice s okusom čokolade i ujedno najomiljeniji okus i oblik žitarica za doručak. Čokolino MAXI je mješavina pahuljica Čokolina, komadića čokolade, čokoladnih rižinih kuglica i corn flakesa. Čokolino je jedna od najsnažnijih marki i lider u kategoriji dječje hrane u regiji jugoistočne Europe. Na tržištu je punih 30 godina i uz njega su odrasle brojne generacije najmlađih potrošača.

BELUPU URUČEN ZNAK HRVATSKA KVALITETA – Znak Hrvatska kvaliteta po treći je puta uručen za proizvod iz Belupova portfelja lijekova. Prošle su ga godine zaslužili Irumed i Iruzid, a ove je godine prestižni znak dodijeljen jedinom biljnom lijeku Ginkgo Belupo.

VEGETI U MOSKVI URUČENO PRIZNANJE SUPERBRAND RUSIJA – Na prigodnoj svečanosti u Moskvi, Podravka je primila priznanje za svoju najpoznatiju marku Vegeta. Naime, nakon statusa Superbranda u Mađarskoj i Poljskoj, Vegeta je primila i priznanje Superbrand Rusija za 2005. godinu u Rusiji. Ocjenu i klasifikaciju marki provodila je, na osnovi podataka istraživačkih kuća ACNielsen i COMCON, nezavisna ekspertna komisija sastavljena od meritornih stručnjaka s područja marketinga,



PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

9

GRUPA
PODRAVKA
U 2006. GODINI

brandinga te samih potrošača. Za nagradu i pravo nošenja znaka kandidirale su se ukupno 1.033 robne marke koje drže vodeće pozicije na tržištu po obujmu prodaje te prepoznatljivosti branda na tržištu Rusije. Među dobitnicima znaka prevladavaju brandovi poznatih multinacionalnih kompanija (Kodak, Goodyear, KnauF, Duracell, DHL, MasterCard...) te domaćih ruskih (Aeroflot, Ruska gazeta...), tako da je Vegeta jedan od vrlo rijetkih brandova s područja ovog dijela Europe koji ima pravo nošenja statusa Superbrand.

TENISKI TURNIR U UMAGU POD NAZIVOM ATP STUDENA CROATIA OPEN UMAG – Prema trogodišnjem sponzorskom ugovoru između Podravke i tvrtki Istragolf i Istraturist, organizatora

ATP-a iz Umaga, poznati Podravkin brand Studena postao je naslovni sponzor ovog turnira koji će se u iduće tri godine održavati pod imenom ATP Studena Croatia Open Umag. Uz ugovor o sponzorstvu, potpisan je i Ugovor o komercijalnoj suradnji između Istraturista i Podravke, kojim će se dosadašnja razina prometa povećati za trećinu.

ODRŽANA KONFERENCIJA INTERNACIONALNIH TRŽIŠTA – U Podravki je održana dvodnevna Konferencija internacionalnih tržišta na kojoj su se okupili čelni ljudi Podravkinih internacionalnih poduzeća iz cijelog svijeta. Tijekom prezentacije član Uprave Goran Markulin osvrnuo se na ostvarene rezultate u 2005. godini, ciljeve i

smjernice u 2006. godini te daljnju efikasnost sustava prodaje i distribucije na tržištima. Na konferenciji je naglašeno kako treba i dalje raditi na izgradnji i razvoju jakog menadžmenta na tržištima, fokusirati se na efikasnost sustava prodaje i distribucije, optimalizirati troškove tržišta, podizati razinu kvalitete upravljanja distributerima, nastaviti daljnje uvođenje modernih sustava poput SAP-a. Također, očekuje se daljnji organski rast na tržištima te povećanje tržišnih udjela i indeksa distribucije. Sve u svemu, 2006. godina bit će godina rasta i promjena, rečeno je na konferenciji.

PODRAVKA NAGRAĐUJE INOVATIVNOST SVOJIH ZAPOSLENIKA – Uprava Podravke donijela je Pravilnik kojim će se nagrađivati

zaposlenici kompanije koji svojom idejom pridonose poboljšanju procesa unutar kompanije. Ovim činom Uprava želi motivirati zaposlenike i nagraditi ih za ideje i kreativnost. Uostalom, Podravka se razvila upravo iz inovativnosti svojih zaposlenika, od kojih je najpoznatiji tim prof. Zlate Bartl koji je izumio Vegetu. Unapređenje poslovnog procesa može predložiti svaki zaposlenik. Prijedloge zaposlenika ocjenjivat će posebno oformljena Komisija.

OŽUJAK

GOTOVA JELA ZA TRŽIŠTA JUGOISTOČNE EUROPE – Iz asortimana Podravkinih gotovih jela stigla je nova linija proizvoda koji predstavljaju novitet na tržištima jugoistočne Europe. Talijansku kuhinju predstavljaju Lasagne bolognese, meksičku

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

10

GRUPA
PODRAVKA
U 2006. GODINI

Chilli con carne, španjolsku Paella, a asortiman upotpunjuju Leća s kobasicama, Teletina s rižom i Tuna s tjesteninom. Glavni argument ovih proizvoda je brzina pripreme, jer ih je dovoljno zagrijati u mikrovalnoj pećnici 2 minute ili prokuhati u vreloj vodi 15 minuta.

NOVA ORGANIZACIJA OD 1. OŽUJKA – Od 1. ožujka Grupa Podravka posluje prema novoj organizaciji. Postojeća organizacija, ustrojena 1. srpnja 2004. godine, u pojedinim dijelovima ne odgovara funkcioniranju u praksi pa je procijenjeno da se ukazala potreba za definiranjem novih procesa koji se trebaju zaokružiti unutar novih organizacijskih cjelina. Isto tako, da bi se ostvarili ciljevi smanjenja troškova, u pojedinim

dijelovima organizacije mora doći do smanjivanja broja organizacijskih cjelina, a samim time i menadžerskih pozicija.

NA HRVATSKOM TRŽIŠTU VODEĆA VEGETA – Prema rezultatima istraživanja agencije Prizma, provedenih tijekom 2005. godine na uzorku od 8 tisuća potrošača, na hrvatskom je tržištu vodeća Vegeta, a slijede Zvijezda ulje, Ariel, Zvijezda majoneza i Coca-Cola. Najjača robna marka na tržištima Hrvatske, Slovenije, BiH i Srbije je Milka, druga je Coca-Cola, treća Lenor, a Vegeta na četvrtom mjestu najbolje je plasirana hrvatska robna marka u regiji. Uz Vegetu, jedina regionalna robna marka među prvih deset je Grand kava, koja se proizvodi u Srbiji. Sljedeća hrvatska robna marka po snazi u

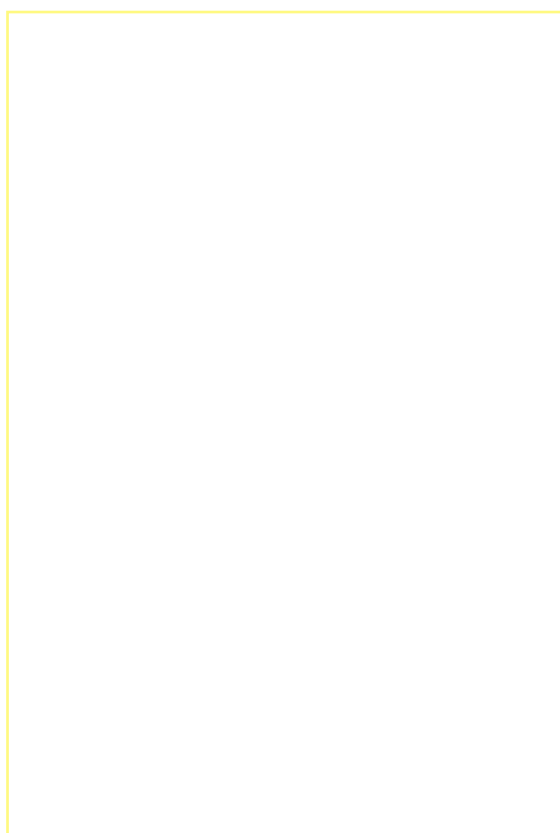
regiji su Podravka juhe na 14. mjestu, a slijede Kiki bomboni na 31. mjestu te Zdenka topljeni sir na 33. mjestu.

U ZAGREBU OTVORENA SPECIJALIZIRANA PRODAVAONICA PODRAVKINIH PROIZVODA – Suradnja između Podravke i Podravkine mesne industrije Danica s Islamskom zajednicom u Hrvatskoj produbljena je otvaranjem specijalizirane prodavaonice u prostoru Islamskog centra u Gavellinoj ulici u Zagrebu. U njoj se prodaju meso i mesne prerađevine Podravkine mesne industrije Danica, ali i sav ostali Podravkin asortiman. Inače, u prostorijama Islamskog centra okupljaju se pripadnici islamske vjeroispovijesti.

ODRŽANA SJEDNICA IZVRŠNOG ODBORA UDRUGE PREHRAMBENE INDUSTRIJE I POLJOPRIVREDE – Proširena sjednica Izvršnog odbora Udruge prehrambene industrije i poljoprivrede održana je u Podravkinjoj poslovnoj zgradi.

Dnevni red obuhvaćao je raspravu o očekivanom poslovanju hrvatske prehrambene industrije na putu i u uvjetima globalizacije. Članovi su informirani o rezultatu zajedničkog sastanka predstavnika sindikata i poslodavaca s ministrom Petrom Čobankovićem o aktualnom problemu poljoprivrednog zemljišta.

ZORAC – PRVI ANTIPSORIJATIK NA HRVATSKOM TRŽIŠTU – Pred gotovo 140 dermatologa iz cijele Hrvatske, u zagrebačkom hotelu The Regent Esplanade predstavljen je Belupov



PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

11

GRUPA
PODRAVKA
U 2006. GODINI

antipsorijatik Zorac, generički tazaroten. Riječ je o prvom takvom lijeku na hrvatskom farmaceutskom tržištu koji se nalazi na pozitivnoj listi HZZO-a i koji će uvelike poboljšati kvalitetu života gotovo 100.000 pacijenata u Hrvatskoj.

TRAVANJ

PODRAVKA NA SAJMU MOSTAR 2006. – Na 9. međunarodnom sajmu Mostar 2006. među više od 500 izlagača iz 30 zemalja predstavila se i Podravka. Uz nju je gospodarske potencijale predstavila i HGK Koprivničko-križevačke županije.

PODRAVKI PRIZNANJE SUPERBRAND SLOVAČKA – Nakon priznanja Superbrand u Poljskoj, Mađarskoj i Rusiji, Podravka je

primila novo priznanje Superbrand, ovaj put na tržištu Slovačke. Za razliku od dosadašnjih, kada je bila nagrađena za marku Vegeta, ovom je prigodom nagrađena marka Podravka. Riječ je, zapravo, o istom proizvodu dodatka jelima, no pod imenom Podravka, a ne Vegeta. Naime, 1993. godine češka tvrtka Vitana zaštitila je ime Vegeta za tržišta Češke i Slovačke pa stoga Podravka na tim tržištima prodaje svoju najpoznatiju marku Vegeta pod imenom Podravka - dodatak jelima, zadržavajući pritom sve prepoznatljive atribute Vegete (plava boja, kuhar, povrće, potpuno isti sastojci...).

PODRAVKA I HRVATSKI KUHARSKI SAVEZ POTPISALI UGOVOR O SURADNJI – Tajnik Hrvatskog kuharskog saveza Borislav

Šimenc i član Uprave Podravke Saša Romac potpisali su u Koprivnici Ugovor o petogodišnjoj poslovnoj suradnji. Potpora Podravke HKS-u u jednoj godini neće biti manja od 300 tisuća kuna, dakle ukupna vrijednost ugovora je najmanje 1,5 milijuna kuna. HKS okuplja više od 2.000 renomiranih kuhara. Academia culinarica Croatica, Hrvatski kuharski "Vegeta kup", državno natjecanje kuhara "Zlatni kuhar" te brojni projekti u izvedbi nacionalne reprezentacije kuhara, neke su od glavnih aktivnosti HKS-a.

VEGETA LIMITED EDITION – Na tržištima centralne te jugoistočne Europe paralelno se odvija uskrсна akcija pod nazivom Vegeta limited edition. Ova promotivna akcija u trajanju od mjesec dana odnosi se na ograničenu količinu

proizvoda Vegeta od 250 grama sa zanimljivim i privlačnim dizajnom vrećice po promotivnoj cijeni. Zbog potpisa na vrećici, slogan cijele akcije nosi naziv Vegeta limited edition, potpis majstora.

PREDSTAVLJENA PODRAVKA GOTOVA JELA – U zagrebačkom Movie Pubu održano je predstavljanje Podravka gotovih jela. Uz glavnu domaćicu ovoga događaja Sanju Doležal, u predstavljanju svakog pojedinog jela sudjelovala su poznata medijska imena. Degustaciju novih Podravkinih proizvoda iz asortimana Podravkinih gotovih jela pratili su i brojni mediji.

2. DAN KARIJERA: BELUPO SE PREDSTAVIO POSLOPRIMCIMA – Na ovogodišnjem Danu karijera u oko sat vremena na štandu

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

12

GRUPA
PODRAVKA
U 2006. GODINI

Belupa zaprimljeno je više od stotinu životopisa. Ovogodišnji 2. hrvatski Dan karijera posjetilo je više od 5.000 mladih, studenata i apsolenata, a posao bi moglo naći njih 200-300, naglasio je otvarajući manifestaciju organizator Nenad Bakić, direktor Grupe Selectio, u čijem je sastavu i portal MojPosao. Na Danu karijera predstavile su se 42 tvrtke.

SVIBANJ

IZDANJE KUNSKIH OBVEZNICA PODRAVKE U IZNOSU OD 375 MILIJUNA HRK – Podravka je otvorila knjigu upisa izdanja petogodišnjih kunskih obveznica u iznosu od 375 milijuna HRK. Podravka je prva tvrtka izvan bankovnog segmenta koja je pristupila izdanju kunskih obveznica. Kao i kod

inauguralnog izdanja obveznica, u veljači 2004. godine (27 milijuna EUR, dospijeca 2007.), Podravka je ovim izdanjem još jednom učinila značajan iskorak u doprinosu razvoja hrvatskog tržišta kapitala u korporativnom segmentu. Obveznice su uvrštene u Službeno tržište Zagrebačke burze 19. svibnja 2006. godine, kada je započelo i trgovanje obveznicama na sekundarnom tržištu. Usporedno s izdanjem novih obveznica, Podravka je investitorima ponudila otkup postojećih eurodenominiranih obveznica, odnosno njihovu zamjenu za nove obveznice, po cijeni od 100,90%.

TEKUĆA VEGETA NA TRŽIŠTU AUSTRALIJE – Podravka je na tržište Australije lansirala četiri nova proizvoda – tekuće bujone

pod markom Vegeta: povrtni, s okusom piletine, čilija i češnjaka. Tekući bujoni novi su proizvodi u portfelju marke Vegeta, a razvijeni su u suradnji Podravke d.d. i Podravke International Sydney koja na australskom tržištu posluje od 1994. godine. Ti su proizvodi u potpunosti kreirani i prilagođeni ukusu te navikama australskih potrošača. Cilj je s novim proizvodima u prvoj godini zauzeti 10 posto tržišta tekućih bujona vrijednog 33 milijuna australskih dolara.

POTPISAN SPORAZUM O ZAŠTITI PRAVA RADNIKA KOPRIVNIČKE TISKARNICE – Član Uprave Podravke Zdravko Šestak potpisao je u Koprivnici s glavnim sindikalnim povjerenikom Draženom Horvatom, koji zastupa PPDIV u Koprivničkoj tiskarnici i direktorom Koprivničke tiskarnice Nevenom

Magdićem Sporazum o zaštiti prava radnika Koprivničke tiskarnice d.o.o. Riječ je o ključnom dokumentu pri izdvajanju Koprivničke tiskarnice iz sastava Podravke koji će imati snagu Kolektivnog ugovora. Sporazum jamči da se radnicima neće umanjivati plaće bez obzira na moguće promjene radnog mjesta, promjene u poslovnoj organizaciji i sistematizaciji radnih mjesta, promjene pravilnika i sl. Isto tako, neće im se promijeniti postojeće mjesto rada, osim ako je to za radnika povoljnije. Tri godine od prodaje na radnike će se primjenjivati odredbe Kolektivnog ugovora Podravke, kao i na sve radnike Podravke d.d. Radnicima se šest godina od dana sklapanja ugovora o prodaji neće moći dati poslovno ili osobno uvjetovani otkaz bez suglasnosti Radničkog vijeća Koprivničke tiskarnice d.o.o.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

13

GRUPA
PODRAVKA
U 2006. GODINI

LIPANJ

NAGRADA PODRAVKI ZA NAJBOLJU INDUSTRIJSKU DIONICU – U zagrebačkom hotelu The Regent Esplanade održana je tradicionalna, deveta po redu dodjela Zlatne dionice. Za najbolju industrijsku dionicu nagrađena je Podravka. Zagrebačka tvrtka Dalekovod je, nakon 3 osvojene Zlatne kune, ovogodišnji ukupni dobitnik i osvajač Zlatne dionice 2005. godine.

PODRAVKA PRODALA KOPRIVNIČKU TISKARNICU D.O.O. – Član Uprave Podravke Zdravko Šestak i direktor Grafičara d.d. iz Ludbrega Franjo Beser potpisali su u Koprivnici ugovor kojim Podravka prodaje ludbreškoj tvrtki stopostotni udjel u Koprivničkoj tiskarnici d.o.o. Time

je dovršen proces izdvajanja Koprivničke tiskarnice iz sastava Podravke, a u transparentnom procesu, koji je trajao 10 mjeseci, ludbreški je Grafičar izabran kao najpovoljniji ponuđač koji je prihvatio sve uvjete iz prodaje. Na potpisivanju su istodobno sklopljena 4 ugovora: Ugovor o prodaji i prijenosu poslovnog udjela, Ugovor o nabavi ambalaže i drugih proizvoda (kojim Podravka jamči višegodišnje narudžbe od Grafičara), Ugovor o zakupu poslovnog prostora i Ugovor o opciji kupnje nekretnine. Ta 4 ugovora čine jednu cjelinu, a Podravka i Grafičar dužni su ih sve ispunjavati kako bi bio pravovaljan. Vrijedna nekretnina koja se nalazi u centru Koprivnice je izdvojena i nije bila predmet prodaje.

BELUPOVE LIPANJSKE DERMATOLOŠKE RADIONICE – Belupo je održao dermatološke radionice u Čakovcu, Vukovaru i Osijeku s temom “Najčešće dermatoze u ordinacijama liječnika opće medicine”. Odabrani su predavači bili lokalni specijalisti dermatovenerolozi. Cilj je tih predavanja bio još jedanput podsjetiti liječnike na Belupovu široku paletu lokalnih dermatika i njihovu racionalnu primjenu kod različitih vrsta dermatoza.

SRPANJ

BELUPO POTPISAO UGOVOR O DISTRIBUCIJI ZA ALBANSKO TRŽIŠTE – Predstavnici Belupa i albanske tvrtke Chynetic d.o.o. iz Tirane potpisali su u Koprivnici Ugovor o zastupanju i distribuciji proizvoda Belupa na tržištu Albanije. S partnerima je Belupo dogovorio dugoročnu suradnju u Albaniji

na registraciji i distribuciji odabranih Belupovih lijekova iz skupine dermatika i lijekova s učinkom na živčani sustav.

OSVJEŽENJE WEB STRANICE STUDENE – Nakon gotovo dvije godine redizajnirana je web stranica Studene i Studenca, www.studena.com.hr. Presentacija novih web stranica nastavak je vrlo uspješne suradnje s agencijom Skin29 iz Koprivnice.

ATP STUDENA CROATIA OPEN UMAG – Na terenima umaškog Stella Marisa, 24. srpnja počela su nadmetanja na 17. izdanju umaškog teniskog turnira koji se od ove sezone po naslovnom sponzoru zove ATP Studena Croatia Open Umag. Podravka ima zapaženu ulogu, jer se, osim Studene u imenu

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

14

GRUPA
PODRAVKA
U 2006. GODINI

turnira, tamo održavaju i brojne promotivne akcije u kojima Podravkini promotori kulinarstva imaju glavnu riječ.

PODRAVKA POSTALA PRVOM HRVATSKOM ČLANICOM SVJETSKOG POSLOVNOG FORUMA (IBLF) – Podravka je postala prvom hrvatskom tvrtkom članicom Svjetskog poslovnog foruma – IBLF (International Business Leaders Forum), a Darko Marinac, predsjednik Uprave Podravke, izabran je u Vijeće IBLF-a u kojemu je 55 predsjednika ili članova uprava vodećih svjetskih tvrtki. Ovogodišnje okupljanje članica Svjetskog poslovnog foruma održano je u Londonu. Britanski prijestolonasljednik princ Charles, predsjednik tog međunarodnog vodećeg poslovnog udruženja, u razgovoru

s Darkom Marincem zanimao se za razvitak gospodarstva u Hrvatskoj i uključivanje u međunarodne integracije.

KOLOVOZ

DJEČJA HRANA, ZAPOČELI GRAĐEVINSKI RADOVI – Završeni su zemljani radovi na lokaciji buduće nove Tvornice dječje hrane, neposredno uz Tvornicu Linolade. Za izvođača je odabran križevački Radnik.

POTENCIJALI ZA TRGOVAČKU SURADNJU S IRANOM – Iranski veleposlanik u Hrvatskoj Jafar Shamsian posjetio je Podravku. “Iransko tržište ima veliki potencijal i mogućnosti za obostranu poslovnu ekspanziju”, rekao je Shamsian.

RUJAN

PODRAVKA JUHE U NOVOM RUHU – Projekt redizajna juha obuhvatio je sve juhe, osim klasičnih – Kokoške i Goveđe – koje su svojim prepoznatljivim i jasnim dizajnom postale simbolom Podravkinih juha. U kompletan redizajn krenulo se sa željom da se potrošačima omogući lakše pronalaženje Podravka juha na policama trgovina. Zato se odlučilo podgrupe juha, bistre, krem i dječje juhe, odvojiti bojama.

Na taj način Podravka nastavlja svoju uspješnu suradnju s agencijom **Bruketa&Žinić^{OM}**.

ODRŽANA KONFERENCIJA NOVI IZAZOVI ZA TRŽIŠTE BIH – U Budvi je održana redovna konferencija prodajne operative Podravka Sarajevo. Radni dio konferencije odnosio se na

kretanja na tržištu u 2006. godini. Također su obuhvaćeni rezultati poslovanja i okolnosti koje su utjecale na poslovanje, poput uvođenja poreza na dodanu vrijednost u BiH. Posebne su pohvale upućene Informatici, kao i Logistici i Računovodstvu koji su sudjelovali u projektu informatizacije. Na kraju konferencije dodijeljene su diplome trgovačkim predstavnicima Podravke u BiH.

NOVI PROIZVOD - VEGETA PIKANT – Vegeta pikant novi je proizvod u kategoriji dodataka jelima, uz dodatak čili papričica i s originalnom kombinacijom povrća i začina. Vegeta pikant daje jelima pikantan, ali s mjerom začinjen okus. Vegeta pikant, kao potpuno novi proizvod na tržištu, ujedno je poveznica između kategorije univerzalnih i specijalnih dodataka.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

15

GRUPA
PODRAVKA
U 2006. GODINI

BELUPU ZLATNA KUNA ZA NAJUSPJEŠNIJE VELIKO TRGOVAČKO DRUŠTVO – Najuspješnijim tvrtkama u Koprivničko-križevačkoj županiji na svečanoj su sjednici Gospodarskog vijeća HGK Županijske komore Koprivnica dodijeljena priznanja Zlatna kuna za 2005. godinu. Najuspješnijim velikim trgovačkim društvom proglašen je Belupo. U obrazloženju između ostaloga stoji kako tvrtka ove godine obilježava 35. obljetnicu uspješnog rada i vodeća je farmaceutska tvrtka u Hrvatskoj po prodaji lijekova s učinkom na kardiovaskularni sustav i lijekova s učinkom na kožu te bilježi kontinuirani rast prodaje u skupini lijekova s učinkom na živčani sustav.

PODRAVKA NASTAVLJA PROCES RESTRUKTURIRANJA – Nakon uspješno dovršenog procesa izdvajanja Koprivničke tiskarnice iz sastava Podravke, Uprava Podravke donijela je odluku o namjeravanom modelu prodaje dijelova kompanije u kojima se obavljaju neosnovne djelatnosti: čišćenje poslovnog prostora, čišćenje kruga i kanalizacije, pranje rublja, održavanje zelenih površina, catering i Pivnica Kraluš. Izdvajanje tih djelatnosti trebalo bi se dovršiti do kraja ožujka 2007., a njime je obuhvaćeno oko 150 ljudi. Restrukturiranje neosnovnih djelatnosti prije prodaje uključuje i smanjenje broja radnika koji rade u pogonima predviđenima za prodaju. Upravo stoga Uprava je donijela odluku da će se potreba zapošljavanja 40 radnika na neodređeno

vrijeme u Proizvodnji II realizirati internim natjecajem na koji se mogu javiti prvenstveno radnici Sektora Upravljanje uslugama te Energetika i tehničke usluge.

ZLATO U NEW YORKU ZA BRUKETA&ŽINIĆ^{OM} I PODRAVKINO GODIŠNJE IZVJEŠĆE – Bruketa&Žinić^{OM} osvojila je zlato i grand award na međunarodnom natjecanju koje odaje priznanje najboljim postignućima na području godišnjih izvješća ARC Awards 2006. Ovo je jedino natjecanje takve važnosti koje je specijalizirano samo za godišnja izvješća. Ovogodišnje, 20. natjecanje, okupilo je rekordan broj od više od 1.900 prijavljenih iz raznih zemalja svijeta. Bruketa&Žinić^{OM} ovoga su puta osvojili zlato za Godišnje izvješće “Nahrani me” kojim su predstavili poslovanje Podravke za 2004. godinu.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

16

GRUPA
PODRAVKA
U 2006. GODINI

poslovanja usporediva sa sličnim kompanijama u zapadnoj Europi. Našim portfeljem od osamdesetak preparata, koji se proizvode u dvije stotine oblika, imamo zajamčenu europsku budućnost”, rekao je predsjednik Uprave Belupa Stanislav Biondić.

KUPLJEN BRAND EVA – Podravka je, prepoznavši potencijal biznisa ribe, kupila brand Eva od zadarske tvrtke Adria. Brand Eva na tržištu Hrvatske i jugoistočne Europe prisutan je već dugi niz godina, a integracijom u Podravkin sustav Eva je ojačala portfelj Podravkinih brandova i bit će nositelj razvoja buduće kategorije Ribe i ribljih proizvoda. Podravkin je cilj na tržištima Hrvatske i jugoistočne Europe

LANŠIRANA OBNOVLJENA COOLINARIKA.COM – Podravka je objavila redizajnirani kulinarski portal Coolinarika.com. Napravljen je potpuni preokret u smislu povećanja interakcije u komunikaciji Podravke s korisnicima Coolinarike, kao i međusobnoj komunikaciji njezinih registriranih korisnika, kojih je sada oko 30.000. Posjetitelji nove Coolinarike mogu imati osobnu stranicu s privatnim i javnim sadržajima.

LISTOPAD

DANI BELUPA – Tradicionalni 13. dani Belupa održani su u Dubrovniku i okupili su dvjestotinjak sudionika. Skup je održan pod sloganom Belupo - Hrvatska kvaliteta za europsku budućnost, a tom je prigodom proslavljen Belupov 35. rođendan. “Postali smo tvrtka koja je rezultatima

s brandom Eva postati vodeća kompanija u zadovoljavanju potreba potrošača u području ribljih konzervi i ostalih proizvoda od ribe.

OTVORENO NATJECANJE ČOKOLINO VIŠEBOJAC – Sportske novosti u suradnji s Čokolinom organiziraju Čokolino višebojac. Sportsko natjecanje osnovnoškolaca Hrvatske provodi se u osnovnim školama pod motom “A što ćeš ti biti kad budeš velik”.

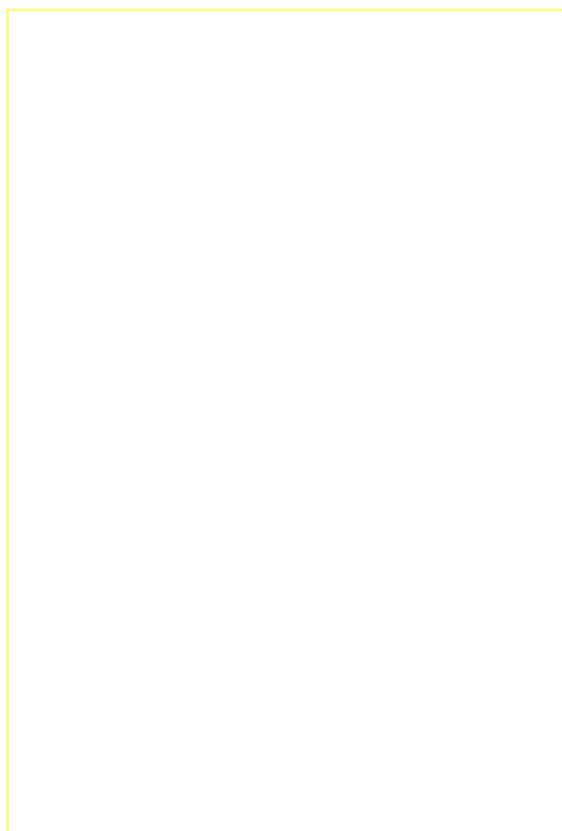
U oš Ivan Kozarac u Županji održano je otvorenje Čokolino višebojca i prvo natjecanje. Ovaj je projekt samo jedan u nizu već velikog opusa djelovanja Podravke u poticanju i razvoju profesionalnog, amaterskog i školskog sporta.

PREDSTAVLJENE NOVE LINIJE ZA PAKIRANJE U PODRAVKINOJ MESNOJ INDUSTRIJI – Nove linije za pakiranje predstavljene su javnosti u Podravkinoj mesnoj industriji Danica. Riječ je o dvije nove automatske linije za pakiranje mesnih konzervi te goveđeg gulaša u vrijednosti oko osam milijuna kuna, što je najveće ulaganje u mesnu industriju u posljednje dvije godine.

ZLATA BARTL POČASNA GRAĐANKA KOPRIVNICE – Prof. Zlata Bartl je na sjednici Gradskog vijeća Grada Koprivnice proglašena počasnom građankom Grada Koprivnice za izuzetne zasluge na području gospodarstva i razvoja Koprivnice. Profesorica Bartl je tako treća osoba u samostalnoj Hrvatskoj koja dobiva to prestižno priznanje (prije nje su to bili Alois Mock i Žarko Dolinar).

PREMIJER MOLDAVIJE POSJETIO PODRAVKU – Predsjednik Vlade Republike Moldavije Vasile Tarlev posjetio je Podravku. Na radnom sastanku moldavsko je izaslanstvo predstavilo svoje gospodarstvo te mogućnosti suradnje s tamošnjim poduzećima. Premijer Tarlev istaknuo je kako moldavsko tržište nudi zainteresiranim kompanijama direktan izvoz u sve zemlje bivšeg SSSR-a.

STUDENI NAKON DVOMJESEČNE OBNOVE OTVORENA JE PODRAVSKA KLET – Poznati Podravkin restoran Podravska klet nakon dvomjesečnog je renoviranja otvorio svoja vrata. Postavljen je novi krov restorana, a zbog specifičnosti izrade taj su posao obavili mađarski majstori. Osim krova, osvježen je interijer



PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

17

GRUPA
PODRAVKA
U 2006. GODINI

restorana, posebice podrum u kojemu je sada kutak s foteljama koje je dizajnirao Zlatko Kauzlarić-Atač, u kojemu se uz konjak i cigare može ugodno boraviti. U suradnji s Electroluxom izvršene su i preinake u kuhinji restorana. Ovaj dvomjesečni posao renoviranja i modernizacije Podravske kleti koštao je oko milijun i pol kuna.

BANANA ČOKOLINO - NOVI PROIZVOD IZ KATEGORIJE DJEČJE HRANE – Na temelju jake tradicije i primjenom najnovijih trendova u dječjoj hrani, razvijen je novi proizvod pod markom Lino - Banana Čokolino. Riječ je o prirodnom, hranjivom i lako probavljivom proizvodu bez konzervansa i umjetnih dodataka poput boja i okusa.

SJECKANA RAJČICA S MASLINAMA - PRIMJER USPJEŠNOG I MODERNOG DIZAJNA – Podravkin proizvod Sjeckana rajčica s maslinama pronašao je svoje mjesto u izdanju Design Manual Tetra Recart tvrtke Tetra Pak, objavljeno u studenom ove godine. Budući da je sjeckana rajčica s maslinama prepoznata kao primjer uspješnog i modernog dizajna, objava u Design Manual Tetra Recart za Tim povrća i kondimenata predstavlja svojevrsno priznanje i poticaj za nastavak rada na kategoriji Rajčica. Dizajn je izradila agencija Piktogram, a Podravkin partner Columbus izabrao ga je kao dobar primjer na njihovom inovativnom pakiranju Tetra Recart.

PRVI HRVATSKI KONGRES O HIPERTENZIJU S MEĐUNARODNIM SUDJELOVANJEM – Prvi hrvatski kongres o hipertenziji s međunarodnim sudjelovanjem u organizaciji Hrvatskog društva za hipertenziju i Hrvatskoga liječničkog zbora održan je u Zagrebu. Na skupu je bilo više od 600 liječnika iz cijele Hrvatske. Za Belupo je ovaj skup imao iznimno značenje jer su na njemu predstavljeni rezultati BEL-AH (Belupo u arterijskoj hipertenziji) istraživanja o liječenju i kontroli arterijske hipertenzije u Hrvatskoj, koje je Belupo proveo u suradnji sa Zavodom za nefrologiju i arterijsku hipertenziju KBC Rebro.

PROSINAC
INVESTICIJA U DUGOPOLJU OD 29,3 MILIJUNA KUNA – Nadzorni odbor Podravke donio je odluku o davanju suglasnosti

Upravi za odobrenje 29,3 milijuna kuna vrijedne investicije, gradnje distribucijskog skladišta u Dugopolju. Riječ je o prvom distribucijskom centru u Dalmaciji, čiji je dovršetak radova planiran u lipnju 2007. godine. Distribucijski centar bit će visokoregalno skladište, potpuno informatizirano i kompjuterizirano, s više od pet tisuća paletnih mjesta, a zapošljavaat će oko 70 djelatnika.

MEĐUNARODNA NAGRADA ZA PODRAVKU I BRUKETA&ŽINIĆ^{OM} – Prestižni natječaj Good Design nagradio je Podravkino godišnje izvješće za 2004. godinu pod nazivom “Nahrani me”, kojeg je za Podravku izradila reklamna agencija Bruketa&Žinić^{OM}. Good Design je najstariji natječaj za dizajn, a organizira ga The Chicago Athenaeum, međunarodni

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

18

GRUPA
PODRAVKA
U 2006. GODINI

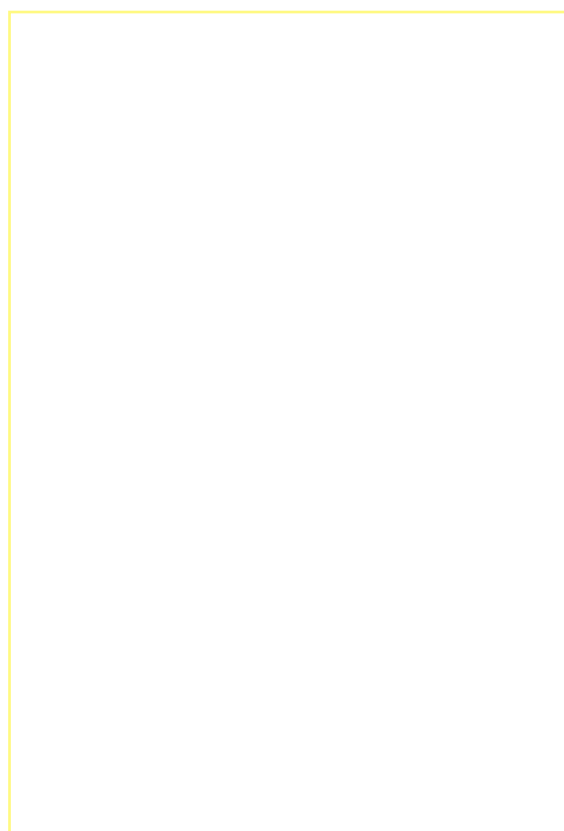
muzej arhitekture i dizajna koji predstavlja jedini muzej takve vrste u SAD-u. Pobjedom na ovom natječaju, rad “Nahrani me” bit će uvršten u godišnjak muzeja.

DOM HRVATSKIH LIKOVNIH UMJETNIKA POSTAO VELIKI LONAC JUHE – U povodu božićnih i novogodišnjih blagdana, Dom hrvatskih likovnih umjetnika na Trgu žrtava fašizma u Zagrebu, zasjao je u novom ruhu. Golemi lonac juhe ukrašen velikom žlicom, kojeg griju plamenici, simbolizira ulazak u pedesetu obljetnicu postojanja Podravkinih juha. Najzaslužniji za ovu kreaciju su agencije Katapult te Bruketa&Žinić^{OM} koje su zajedno s Podravkom osmislile cijeli projekt. Podravka je novoukrašeni Dom hrvatskih

likovnih umjetnika iskoristila kako bi “skuhala” dva božićna domjenka za poslovne partnere te im se zahvalila na ovogodišnjoj suradnji i zaželjela im sve najbolje u idućoj godini.

REZULTATI GRUPE PODRAVKA

ZA 2006. GODINU



PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

19

REZULTATI
GRUPE
PODRAVKA

OSNOVNE ZNAČAJKE

1. Rast prodaje bilježe svi Podravkini brandovi čime je u potpunosti nadoknađen i premašen pad prodaje u grupi proizvoda Trgovačka roba.
 - 1.1. Najveći rast od 7% bilježi grupa proizvoda Dječja hrana, slastice i snack. Tom rastu najviše pridonosi rast prodaje žitarica (Čokolino Crunch i Čokolino MAXI), namaza i dehidratizirane dječje hrane.
 - 1.2. Rast ostvaruju i ostale grupe proizvoda: Podravka jela i Voće i povrće (4%), Meso i mesni proizvodi (5%) te Pića (1%).
2. Tržište Hrvatske ostvarilo je organski rast od 4% u SPP-u Prehrana i pića.
3. Prekid distribucije Nestléovih proizvoda u trećem kvartalu 2006. godine u Srbiji djelomično, a u Bosni i Hercegovini te Makedoniji u cijelosti, rezultirao je padom prodaje trgovačke robe na tržištu jugoistočne Europe od 13% što je nadoknađeno značajnim organskim rastom od 7%.
4. Bruto dobit iznosi 1.351,2 mil. HRK, što predstavlja povećanje od 1%.
5. Dobit iz redovnog poslovanja (EBIT) iznosi 126,2 mil. HRK što je za 48% više nego u 2005. godini.

6. Nastavljen proces restrukturiranja: izdvajanje neosnovnih djelatnosti te racionalizacija internih procesa u prodaji, distribuciji, marketingu, proizvodnji i administrativnoj funkciji.
7. Tijekom promatranog razdoblja investicije su iznosile 182,3 mil. HRK.
8. U svibnju izdana korporativna kunska obveznica u iznosu od 375 mil. HRK.
9. Na Glavnoj skupštini dioničara Podravke d.d. izabrani su novi članovi Nadzornog odbora: g. Damir Felak, g. Josip Pavlović, g. Dražen Sačer, g. Dubravko Štimac i g. Mladen Vedriš, koji je na konstituirajućoj sjednici NO-a izabran za predsjednika NO-a.
10. Novi proizvodi u 2006. godini: Žitarice Čokolino MAXI i Čokolino Crunch, Čokolino čokoladni kremni namaz, tekuća Vegeta lansirana na tržištu Australije, Lino dječja hrana s prebiotikom, Podravka tortilja čips i drugi.
11. Kupljen brand EVA – riblje konzerve.
12. Podravka Superbrand u Slovačkoj, a Vegeta Superbrand u Rusiji.
13. Uprava Podravke d.d. predložila, a Nadzorni odbor prihvatio prijedlog Skupštini dioničara o isplati dividende za 2006. godinu u iznosu od 5,00 HRK po dionici.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

20

REZULTATI
GRUPE
PODRAVKA

PRIHODI OD PRODAJE

Rast prodaje gotovo svih grupa proizvoda unutar SPP-a Prehrana i pića, od čega izdvajamo rast prodaje od 7% u grupi Dječja hrana, slastice i snack, rast prodaje od 5% Mesa i mesnih proizvoda te rast prodaje od 4% u grupama Podravka jela i Voće i povrće, rezultirao je organskom prodajom od 2.183,7 mil. HRK što je porast od 2% u odnosu na 2005. godinu.

SPP Farmaceutika ostvarila je 8-postotni rast na inozemnim tržištima, no zbog pada prodaje na domaćem tržištu od 3%, što je rezultat nastavka restriktivne politike Hrvatskog zavoda za zdravstveno osiguranje (cijene su korigirane u tri navrata tijekom godine) te pada cijene Irumeda i Iruzida zbog prelaska u generičku skupinu lijekova, ukupno gledano Farmaceutika je ostvarila pad prodaje od 1%.

PRODAJA PREMA STRATEŠKIM POSLOVNIM PODRUČJIMA U MIL. HRK

SPP	2006.		2005.		Indeks
	Iznos	%	Iznos	%	
Prehrana i pića	2.852,0	82,3	2.819,1	81,9	101
Farmaceutika	605,1	17,5	612,0	17,8	99
Usluge	10,3	0,3	10,3	0,3	101
Ukupno	3.467,5	100,0	3.441,4	100,0	101

PRODAJA PO GRUPAMA PROIZVODA U MIL. HRK

GRUPA PROIZVODA	2006.		2005.		Indeks
	Iznos	%	Iznos	%	
Vegeta - dodaci jelima	653,1	18,8	659,0	19,1	99
Podravka jela	244,4	7,0	234,7	6,8	104

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

21

REZULTATI
GRUPE
PODRAVKA

Dječja hrana, slastice i snack	290,1	8,4	270,6	7,9	107
Meso i mesni proizvodi	328,4	9,5	312,3	9,1	105
Pića	155,7	4,5	153,4	4,5	101
Riža, grahorice i ostali proizvodi	148,5	4,3	163,4	4,7	91
Voće i povrće	246,8	7,1	237,3	6,9	104
Trgovačka roba	657,6	19,0	678,7	19,7	97
Ostalo (Prehrana i pića)	127,4	3,7	109,5	3,2	116
Lijekovi	605,1	17,5	612,0	17,8	99
Usluge	10,3	0,3	10,3	0,3	101
Ukupno	3.467,5	100,0	3.441,4	100,0	101

PRODAJA PO TRŽIŠTIMA U MIL. HRK

TRŽIŠTA	Iznos	2006.		2005.		Indeks 2:4
			%	Iznos	%	
Hrvatska	1.880,8	54,2		1.829,1	53,2	103
Jugoistočna Europa	778,7	22,5		789,2	22,9	99
Srednja Europa	434,8	12,5		469,8	13,7	93
Zapadna Europa, prekoceanske z. i Orijent	222,0	6,4		218,3	6,3	102
Istočna Europa	151,3	4,4		134,9	3,9	112
Ukupno	3.467,5	100,0		3.441,4	100,0	101

Udio prodaje tržišta Republike Hrvatske u ukupnoj prodaji Grupe Podravka je 54,2%. Prodaja ostvarena u 2006. godini iznosi 1,9 mlrd. HRK što je povećanje od 3% u odnosu na 2005. godinu i na razini je planiranog. Organski rast prodaje SPP-a Prehrana i pića iznosi 4%. Najveći rast ostvarila je Dječja hrana, slastice i snack u iznosu od 7%. Rast je ostvaren i na ostalim Podravkinim brandovima pa je tako grupa proizvoda Podravka jela ostvarila rast od 4%, Voće i povrće 3%, Meso i mesni proizvodi 4% te Ve-

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

22

REZULTATI
GRUPE
PODRAVKA

geta-dodaci jelima 2%. Rast od 10% ostvaren je u Trgovačkoj robi. Na tržištu Republike Hrvatske tijekom 2006. objedinjena je prodajna operativa unutar SPP-a Prehrana i pića, čime se ostvaruje troškovna efikasnost (troškovi su zadržani na razini 2005. uz porast prodaje) i kvalitetnija obrada prodajnih mjesta.

Ulaskom hard diskontera na tržište Hrvatske započela je zadnja faza konsolidacije tržišta, no racionalizacijom troškova i pozicioniranjem kroz prodajnu politiku zadržana je profitabilnost.

Od inozemnih tržišta koja čine 45,8% ukupne prodaje, najveći rast ostvaren je na tržištu Istočne Europe, i to u iznosu od 12%. Rastu najviše pridonosi SPP Farmaceutika koja je ostvarila rast od 49% i to najviše na tržištu Rusije. SPP Prehrana i pića ostvaruje organski rast od 5%, čemu najviše pridonosi rast prodaje Vegete-dodataka jelima od 4% i Podravka jela od 11%.

Prodaja u jugoistočnoj Europi obilježena je prestankom distribucije Nestléovih proizvoda u Srbiji u malim trgovinama te potpunim prekidom distribucije Nestléovih proizvoda u Bosni i Hercegovini i Makedoniji u trećem kvartalu 2006. godine što je razlogom pada prodaje u grupi Trgovačka roba od 13%. Gubitak tih prihoda uspješno je nadoknađen organskim rastom od 7%. Najveći organski rast zabilježen je u Srbiji (24%) i Sloveniji (4%). Na tržištu Zapadne Europe, prekoceanskih zemalja i Orijenta ostvarena je prodaja veća za 2% u usporedbi s 2005. godinom. Organski rast u SPP-a Prehrana i pića na tom tržištu

iznosio je 7% čemu najviše pridonosi rast prodaje Vegete-dodataka jelima u iznosu od 6%. Najveći uspjeh postignut je u prodaji Vegete u Australiji gdje je novi proizvod tekuća Vegeta povećao prodaju Vegete u toj zemlji za 34%. Za ovo tržište značajan je i ulazak pojedinih kategorija iz Podravkinog portfelja u trgovački lanac Lidl na tržištu Njemačke.

Poslovanje na tržištu srednje Europe obilježeno je značajnim smanjenjem proizvodnje privatnih marki u grupi Riža i grahorica smanjenjem uslužne proizvodnje za Kraft Foods (Tang) te manjom prodajom sušenog voća kao niskoprofitabilnog programa, a s ciljem poboljšanja profitabilnosti tog tržišta.

Provedeno je pripajanje ovisnih društava u Poljskoj te spajanje proizvodnje Češka/Slovačka čime je značajno racionalizirano poslovanje na tom tržištu. Uz pad prodaje na tržištu Srednje Europe od 7%, profitabilnost je poboljšana na svim razinama.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

23

REZULTATI
GRUPE
PODRAVKA

STRUKTURA OPERATIVNIH TROŠKOVA U MIL. HRK

TROŠKOVI	2006.		2005.		Indeks
	Iznos	%	Iznos	%	
Troškovi prodanih proizvoda	2.116,3	62,6	2.104,5	62,6	101
Troškovi prodaje i distribucije	906,0	26,8	899,4	26,7	101
Opći i administrativni troškovi	359,2	10,6	359,2	10,7	100
Ukupno	3.381,5	100,0	3.363,1	100,0	101

Operativni troškovi bilježe rast od 1% uz paralelni rast troškova prodaje i distribucije i troškova prodanih proizvoda, dok su administrativni troškovi na razini 2005. godine.

U strukturi troškova prodaje i distribucije nalaze se i marketinški troškovi koji su rasli cca 9%.

PROFITABILNOST GRUPE PODRAVKA

Tijekom 2006. godine proces restrukturiranja odvijao se intenzivnije nego u 2005. godini te su troškovi restrukturiranja bili znatno veći. Neto efekt troškova restrukturiranja na rezultat iznosio je približno 46 mil. HRK. Bez troškova restrukturiranja neto dobit iznosi 106,2 mil. HRK što je za 52% više nego u usporednoj 2005. godini kada je dobit bez troškova restrukturiranja iznosila 70,0 mil. HRK. Neto marža iznosi 3,1% i za 103 bp je veća nego u 2005. godini. EBIT marža iznosi 5% i 226 bp je veća nego lani, dok je bruto marža povećana za 12 bp i iznosi 39%.

Ukoliko u izračunu profitabilnosti uvažimo troškove restrukturiranja, neto dobit iznosi 60,4 mil. HRK, što je za 4% manje od neto dobiti u 2005. godini dok je neto marža manja za 8 bp i iznosi 1,7%. EBIT iznosi 126,2 mil. HRK i za 48% je bolja od EBIT-a u prošloj godini dok je EBIT marža veća za 116 bp i iznosi 3,6%. Bruto dobit veća je za 1% uz bruto maržu 39%, što je povećanje od 12 bp.

Zarada po dionici iznosi 11,24 kn.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

24

REZULTATI
GRUPE
PODRAVKA

PROFITABILNOST GRUPE U MIL. HRK	2006.	2006. bez troškova restrukturiranja	2005.	2005. bez troškova restrukturiranja	promjena (2/4)	promjena (3/5)
Prihodi od prodaje	3.467,5	3.467,5	3.441,4	3.441,4	1%	1%
Bruto dobit	1.351,2	1.351,2	1.336,9	1.336,9	1%	1%
EBITDA	327,5	373,3	308,5	315,9	6%	18%
EBIT	126,2	172,0	85,5	92,9	48%	85%
Neto dobit	60,4	106,2	62,6	70,0	-4%	52%
Profitne marže u %						
Bruto marža	39,0	39,0	38,8	38,8	12 bp	12 bp
EBITDA marža	9,4	10,8	9,0	9,2	48 bp	159 bp
EBIT marža	3,6	5,0	2,5	2,7	116 bp	226 bp
Neto marža	1,7	3,1	1,8	2,0	-8 bp	103 bp

IZVJEŠTAJ O KRETANJU DIONICE PODRAVKE

U 2006. GODINI

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

25

IZVJEŠTAJ O
KRETANJU
DIONICE
PODRAVKE

PROMET I CIJENA DIONICA

Dionica Podravke u Službenoj kotaciji Zagrebačke burze ostvarila je u 2006. godini promet od 671.789.055 HRK s protrgovanim volumenom od 1.646.399 komada, što je u odnosu na promet u 2005. godini više za 206,6 milijuna HRK (+44%). Najveća razina prometa ostvarena je u svibnju i to u visini od 256,3 mil. HRK uz volumen trgovanja od 598.431 komad dionica. Najniža cijena po kojoj se dionica prodavala u 2006. godini iznosila je 315,01 HRK i zabilježena je u siječnju, dok je najviša cijena u iznosu od 495,00 HRK zabilježena dva puta i to u listopadu te prosincu 2006. godine. Prosječna ponderirana cijena Podravkine dionice u 2006. iznosila je 399,69 HRK, što predstavlja porast od 35% u odnosu na 2005. godinu.

PREGLED PROMETA I CIJENE NA DAN 31.12.

	2006.	2005.	2004.
Najviša (HRK)	495,00	365,00	239,00
Najniža (HRK)	315,01	229,00	162,00
Zadnja (HRK)	470,01	318,00	239,00
Godišnji promet (HRK)	671.789.055,00	465.229.006,00	266.425.146,00
Prosječna ponderirana cijena	399,69	296,69,00	198,04

TRŽIŠNA KAPITALIZACIJA

Pozitivno kretanje cijene dionice Podravke u 2006. godini rezultiralo je povećanjem tržišne kapitalizacije na razinu od 2.547,5 mil. HRK. Udio tržišne kapitalizacije Podravke u ukupnoj kapitalizaciji dionica koje kotiraju na Zagrebačkoj burzi pao je s 2,1% na 1,6%, što je rezultat rasta tržišta dionica od 100,3% u 2006. godini.

UDJEL PODRAVKE U UKUPNOJ TRŽIŠNOJ KAPITALIZACIJI ZAGREBAČKE BURZE

u mil. HRK	2006.	2005.
Podravka	2.547,50	1.723,60
ZSE dionice	161.692,20	80.725,00
% Podravke u ZSE	1,6%	2,1%

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

26

IZVJEŠTAJ O
KRETANJU
DIONICE
PODRAVKE

USPOREDBA POKAZATELJA

Osnovna zarada po dionici za 2006. iznosi 11,20 HRK što predstavlja pad od 4,3% u odnosu na prethodnu godinu, dok je omjer cijene i zarade po dionici jednak 41,8 i na najvišoj je razini u usporedbi s godinama promatranog razdoblja. Određen snažnim rastom cijene u 2006. godini, omjer tržišne cijene i knjigovodstvene vrijednosti dionice iznosi 1,5. Uprava Podravke d.d. je predložila, a Nadzorni odbor prihvatio prijedlog Skupštini dioničara o isplati dividende za 2006. godinu u iznosu od 5,00 HRK po dionici.

PODRAVKINA DIONICA TIJEKOM TROGODIŠNJEG RAZDOBLJA U MIL. HRK	2006.	2005.	2004.
Broj redovnih dionica	5.420.003	5.420.003	5.420.003
Zadnja cijena	470,01	318,00	239,00
Tržišna kapitalizacija	2.547,50	1.723,60	1.295,40
EPS	11,20	11,74	15,97
P/E	41,80	27,10	14,97
P/BV	1,50	0,90	0,69
Dividenda	5*	5	5

BURZOVNI INDEKSI

Dionica Podravke jedna je od rijetkih dionica na hrvatskom tržištu kapitala koja u slobodnom opticaju ima iznad 70% tržišne kapitalizacije te visoku likvidnost što je najčešće preduvjet ulaska u burzovne indekse. Uz hrvatske indekse CROBEX i CROEMI, Podravkina dionica je u veljači 2006. godine uključena i u indeks Bečke burze - SETX Index. South-East Europe Traded Index objedinjuje kretanje cijena blue chip dionica 14 najvećih kompanija koje kotiraju na burzama Zagreba, Ljubljane, Bukurešta i Sofije.

UDJEL PODRAVKE U BURZOVNIM INDEKSIMA NA DAN 31. 12. 2006.

CROBEX
CROEMI
SETX

6,70%
12,60%
2,80%

PREPORUKE ANALITIČARA

Raiffeisen Bank
Erste Bank
Hypo-Alpe-Adria Bank
FIMA

DRŽATI
AKUMULIRATI
DRŽATI
DRŽATI

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

27

IZVJEŠTAJ O
KRETANJU
DIONICE
PODRAVKE

ŽIVOTOPISI ČLANOVA UPRAVE

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

28

ŽIVOTOPISI
ČLANOVA
UPRAVE



DARKO MARINAC – *predsjednik Uprave*

DARKO MARINAC – *predsjednik Uprave*

Rođen je 1950. godine u Zagrebu, a 1973. godine diplomirao je na Fakultetu kemijskog inženjerstva i tehnologije Sveučilišta u Zagrebu. Godine 1987. pohađa Poslovnu školu u Njemačkoj. Završio je niz seminara s područja menadžmenta, marketinga, prodaje, istraživanja i razvoja te financija.

Godine 1975. zaposlio se u Plivi. Od 1990. do 1992. godine radi kao direktor Plivine istraživanja i razvoja. Utemeljio je i vodio Plivine tvrtke u Ukrajini, Češkoj i Slovačkoj. Od 1996. do 1999. godine bio je potpredsjednik Uprave Plive. Od travnja 2000. godine obnaša dužnost predsjednika Uprave Podravke. Bio je član brojnih vijeća, udruženja i upravnih odbora, uključujući i nekoliko nadzornih odbora hrvatskih

i inozemnih tvrtki. Bio je predsjednik i osnivač HR PSOR-a (Hrvatskog poslovnog savjeta za održivi razvoj), izvršni potpredsjednik EGA-e (Europskog udruženja za generičke lijekove) sa sjedištem u Bruxellesu te predsjednik Izvršnog odbora HUP-a (Hrvatske udruge poslodavaca) od 2004. do 2005. godine. Od 2001. godine član je NVK-a (Nacionalnog vijeća za konkurentnost), a od 2005. obnaša dužnost predsjednika istog tijela. U 2006. ponovno je izabran za predsjednika HR PSOR-a. Dobio je nekoliko nagrada za postignuća u menadžmentu i poduzetništvu te odlikovanje predsjednika Republike Hrvatske za doprinos u razvoju hrvatskoga gospodarstva. Godine 2001. dobio je priznanje “Međunarodni menadžer godine” koje dodjeljuje IMDA (International Management and Development Association), a 2002. godine

tjednik Nacional proglasio ga je “menadžerom godine” u Republici Hrvatskoj. U lipnju 2004. godine postao je član ERT-a (European Round Table of Industrialists) sa sjedištem u Bruxellesu. U srpnju 2006. postao je prvi hrvatski član Savjeta IBLF-a (International Business Leaders Forum) sa sjedištem u Londonu. Aktivno ili pasivno koristi sedam jezika.

ZDRAVKO ŠESTAK – član Uprave

Rođen je 1968. godine u Koprivnici. Godine 1992. diplomirao je na Elektrotehničkom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu. Uz brojne seminare, završio je i poslovnu školu IEDC Brdo kod Kranja i studij Professional Diploma in Retailing Management na Leeds Metropolitan University. U Podravki je zaposlen 1993. godine kao sistem-inženjer u Podravkinom

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

29

ŽIVOTOPISI
ČLANOVA
UPRAVE



ZDRAVKO ŠESTAK – član Uprave

elektroničko-računarskom centru. Nakon toga radio je u Istraživanju i razvoju, na poslovima uvođenja informacijskog sustava, a od 1997. godine u Timu za restrukturiranje prema profitabilnom rastu na restrukturiranju korporacijskog poslovno-informacijskog sustava. Od 1998. do 2000. godine radi kao zamjenik direktora projekta izgradnje i uspostavljanja novog poslovno-informacijskog sustava na razini čitave Grupe Podravka, implementacijom SAP R/3 sustava. Osim rada na tom projektu, od 1997. do 2001. godine obnaša funkciju pomoćnika direktora Informatike. Nakon toga prelazi na funkciju direktora Business Intelligencea u Sektoru za razvoj poslovanja gdje radi na razvoju korporativne strategije, benchmarkinga te razvoju sustava upravljanja korporacijom na



DRAGAN HABDIJA – član Uprave

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

30

ŽIVOTOPISI
ČLANOVA
UPRAVE

se zaposlio kao referent za planiranje investicija i strateškog razvoja u Institutu Podravke, nakon toga obavlja funkciju rukovoditelja ekonomsko-financijske službe u Belupu, a direktor tog sektora je od 1983. do 1984. godine. Funkciju direktora Sektora za marketing u Belupu obavlja od 1984. do 1986. godine, a nakon toga postaje direktor Fermentacije i farmaceutike. Od 1989. do 1991. godine obavlja funkciju potpredsjednika Poslovnog odbora Podravke zaduženog za farmaceutsku industriju. Direktor poduzeća Belupo postaje 1991. godine, a od 1992. godine obavlja funkciju direktora Marketinga u Podravki. Funkciju direktora Sektora za planiranje, kontroling i određivanje cijena u poslovnom programu Prehrambeni proizvodi s markom obavlja od 1997.

bazi korporativnih ciljeva. Od 2002. do 2004. godine radio je kao izvršni direktor projekta Efikasnost te voditelj projekta Reorganizacije i transformacije Grupe Podravka. Sredinom 2004. godine imenovan je direktorom Sektora Informatika te Sektora Poslovni nadzor. Član je Uprave Podravke d.d. od 2005. godine. Aktivno govori engleski jezik.

DRAGAN HABDIJA – član Uprave

Rođen je 11. srpnja 1955. godine u Koprivnici. Diplomirao je na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu 1979. godine. Završio je međunarodnu poslovnu školu Brdo kod Kranja, Podravkinu menadžersku akademiju (POMAK) te niz stručnih seminara iz područja marketinga, financija i organizacije poslovanja. Od završetka studija do danas radi u Podravki. U Podravki

do 2000. godine. Funkciju izvršnog direktora za restrukturiranje Podravke obavlja godinu dana, nakon čega je 2001. godine postao izvršni direktor Podravkine strateške poslovne jedinice Vegeta i Podravka jela. Član Uprave Podravke je od 28. kolovoza 2003. godine. Član je brojnih upravnih vijeća sportskih i društvenih udruga te nekoliko nadzornih odbora. Bio je voditelj projekta uvrštenja Podravke u prvu kotaciju Zagrebačke burze. Za postignuća u gospodarstvu dobitnik je nagrade grada Koprivnice 2004. godine. Služi se aktivno ili pasivno engleskim, njemačkim i talijanskim jezikom.

GORAN MARKULIN – član Uprave

Rođen je 1973. godine u Koprivnici, a 1997. godine diplomirao



GORAN MARKULIN – član Uprave

rao je na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu. Na istom je fakultetu 2000. godine magistrirao na znanstvenom poslijediplomskom studiju Vanjska trgovina. Uz brojne stručne seminare, završio je i poslovnu školu IEDC Brdo kod Kranja i studij Professional Diploma in Retailing Management na Leeds Metropolitan University. Autor je mnogih znanstvenih radova, a zajedno s prof. Darkom Tipurićem izdao je knjigu “Strateški savezi”.

U Podravki je zaposlen od 1998. godine, a radio je u Marketingu na mjestu product managera te voditelja marketing tima za grupu proizvoda preradevine povrća. Godine 2000. iz Marketinga prelazi na mjesto voditelja industrijskih analiza u Sektoru za razvoj poslovanja gdje mu je osnovni posao bio uvođenje sistema poslovnog izvještavanja (business

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

31

ŽIVOTOPISI
ČLANOVA
UPRAVE

intelligence) i uspoređivanja (benchmarking) u Podravku. Početkom 2001. godine izabran je za izvršnog direktora Sektora za razvoj poslovanja, kasnije preimenovanog u Sektor za strateški razvoj. U strateškom razvoju rukovodio je s četiri segmenta poslova – razvoj korporativne strategije Grupe Podravka i strateški projekti, business intelligence, poslovne analize, projekti spajanja i akvizicija. Nakon 4 godine obavljanja funkcije direktora Sektora za strateški razvoj, imenovan je na funkciju člana Uprave za internacionalno poslovanje.

Na funkciji člana Uprave za internacionalno poslovanje odgovoran je za ukupno poslovanje Podravke izvan Hrvatske, što uključuje sva internacionalna poduzeća i podružnice

Podravke u svijetu. Predstavnik je Podravke u Svjetskom poslovnom savjetu za održivi razvoj (WBCSD). Aktivno ili pasivno govori engleski, njemački, talijanski i češki.

SAŠA ROMAC – član Uprave

Rođen je 1968. godine u Zagrebu. Godine 1994. diplomirao je na Prehrambeno-biotehnoškome fakultetu Sveučilišta u Zagrebu. Završio je Course for Business Administration and Management na University of Minnesota Minneapolis. Nakon završetka studija zaposlio se u Chromos boje i lakovi d.d. u Zagrebu gdje je, između ostalog, radio kao komercijalni predstavnik Chromosa u Moskvi. Od 1996. do 1997. godine radi u Herbos d.d. Sisak na mjestu direktora proizvodnog



SAŠA ROMAC – član Uprave

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

32

ŽIVOTOPISI
ČLANOVA
UPRAVE



MIROSLAV VITKOVIĆ – član Uprave

programa boja i premaza. Nakon toga zapošljava se u KUK GmbH Reid, Austrija gdje do 2002. godine obnaša funkciju direktora predstavništva za Hrvatsku, Bosnu i Hercegovinu te Sloveniju, sa sjedištem u Zagrebu. U Podravku dolazi 2002. godine na funkciju izvršnog direktora za program Nestléa i trgovačku robu, a 2004. godine preuzima dužnost direktora Sektora upravljanja komercijalnim partnerstvima. Aktivno govori engleski i ruski jezik.

MIROSLAV VITKOVIĆ – član Uprave

Rođen je 5. ožujka 1967. godine u Koprivnici. Diplomirao je na Prehrambeno-biotehnološkom fakultetu 1992. godine. Završio je poslovnu školu u IEDC Brdo kod Kranja te mnoge stručne seminare. Po završetku studija zaposlio se u Podravki

gdje radi do danas. U Podravki je obavljao poslove referenta uvoza, zatim funkciju direktora prodaje Podravka International – Prag te nakon toga funkciju direktora prodaje Podravka International – Bratislava. Funkciju izvršnog direktora za tržište Hrvatske i jugoistočne Europe obavljao je od 2001. godine. Od 2003. godine do danas član je Uprave Podravke zadužen za tržište Hrvatske. Govori češki i njemački jezik.

ŽIVOTOPISI ČLANOVA NADZORNOG ODBORA

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

33

ŽIVOTOPISI
ČLANOVA
NADZORNOG
ODBORA

MLADEN VEDRIŠ – predsjednik Nadzornog odbora

Rođen je 29. prosinca 1950. godine u Zagrebu. Diplomirao je na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu 1973. godine. Poslijediplomski studij na temu Financijska teorija i politika završio je 1975. godine na Sveučilištu u Zagrebu. Iste godine magistrirao je na temu Analiza uzroka porasta javnih rashoda u suvremenom svijetu. Godine 1996. doktorirao je na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu na temu Strukturna politika u funkciji uspostave efikasnog tržišnog gospodarstva Republike Hrvatske. Od 1975. do 1984. godine radio je kao znanstveni istraživač i pomoćnik direktora u Centru (Institutu) za istraživanje migracija. Od 1984. do 1990. godine radio je u Izvršnom vijeću Skupštine Grada Zagreba kao savjetnik

i voditelj Službe te v.d. zamjenik predsjednika Komiteta u Gradskom komitetu za prostorno uređenje i komunalne poslove. Od svibnja 1990. do siječnja 1993. godine bio je predsjednik Izvršnog vijeća Skupštine Grada Zagreba. Za vrijeme ratnih zbivanja u Hrvatskoj, od 1990. do 1992. godine obnašao je dužnost predsjednika Kriznog štaba Grada Zagreba. Od travnja do kolovoza 1992. godine bio je ministar bez lisnice u Vladi Republike Hrvatske za područje Problematika urbanog življenja i preustroj državne uprave. Od prosinca 1992. do travnja 1993. obnašao je dužnost potpredsjednika Vlade Republike Hrvatske za područje gospodarstva. Bio je predsjednik Hrvatske gospodarske komore od svibnja 1993. do rujna 1995. godine. U razdoblju od 1993. do 1995.

godine bio je član Sabora Republike Hrvatske. Od veljače 1996. do travnja 2005. radio je u društvu SONDER d.o.o. na poslovima konzaltinga, strateškog planiranja, zastupanja domaćih i inozemnih tvrtki. U svibnju 2005. godine postao je docent u znanstvenom području društvenih znanosti na Katedri za ekonomsku politiku Pravnog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu. Dobitnik je Rektorove nagrade 1971. godine kao priznanje najuspješnijim studentima pojedinih fakulteta Sveučilišta u Zagrebu. U razdoblju od 1975. do 1984. godine autor je više studija, znanstvenih i stručnih radova iz područja znanstveno-istraživačkog rada vezanog uz ekonomske učinke zapošljavanja u inozemstvu te sudionik u nizu domaćih i međunarodnih projekata. Aktivno je sudjelovao u zajedničkom ostvarivanju projekata s međunarodnim orga-

nizacijama OECD (Organization for Economic Co-operation and Development), ILO (International Labour Organization), Svjetskom bankom, UNESCO-om, itd. Od 1990. do 1993. sudjelovao je u cjelovitom programu preustroja Grada Zagreba: Zagreb - glavni grad države Hrvatske. U lipnju 1999. godine pohađao je Executive Program for Leaders in Development na Harvard University. Bio je gost predavač na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu i Ekonomskom fakultetu u Rijeci u razdoblju od 2000. do 2004. godine. Od prosinca 2004. do svibnja 2005. bio je naslovni docent za znanstveno područje društvenih znanosti, polje ekonomija, predmet Međunarodna ekonomija, izbor u zvanje Ekonomski fakultet u Zagrebu. Od veljače 1988. do srpnja 1994. bio je predsjednik Hrvatskog nogometnog saveza. Član je Rotary kluba Zagreb od 1998.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

34

ŽIVOTOPISI
ČLANOVA
NADZORNOG
ODBORA

godine te Nacionalnog vijeća za konkurentnost od 2001. godine. Služi se engleskim i ruskim jezikom.

MARKO EĆIMOVIĆ – zamjenik predsjednika Nadzornog odbora
Rođen je 1947. godine. Diplomirao je 1969. godine na Ekonomskom fakultetu u Osijeku, a 1999. godine završio je poslijediplomski znanstveni studij na istom fakultetu. Zaposlio se u Podravki kao planer-analitičar 1970. godine, od 1975. do 1979. bio je direktor Sektora za organizaciju i raspodjelu, a od 1979. do 1983. godine bio je direktor Sektora za planiranje investicija. U razdoblju od 1983. do 1986. godine direktor je RO Podravka-Belupo. Od 1989. do 1991. godine bio je član Poslovnog odbora Podravke zadužen za ekonomiku, raču-

novodstvo i informatiku. Od 1991. do 1996. godine savjetnik je predsjednika Uprave Podravke d.d., a od 1998. godine obavlja dužnost savjetnika u Sektoru financija. U razdoblju od 1990. do 1994. godine posebno je angažiran u procesu procjene i pretvorbe poduzeća kao nositelj poslova. Dobitnik je niza društvenih priznanja i nagrada za privredni i društveni razvoj. Aktivno se služi njemačkim jezikom.

KSENIJA HORVAT – član Nadzornog odbora
Rođena je 1966. godine u Koprivnici. Godine 1984. završila je srednju ekonomsku školu, a od 1984. god. zaposlena je u Podravki d.d. na poslovima referenta u likvidaturi. Godine 2000. diplomirala je na Višoj školi Ekonomskog

fakulteta u Zagrebu te je raspoređena na poslove referenta nabave u maloprodaji Tržišta Republike Hrvatske. Od 2005. godine studira uz rad na Fakultetu političkih znanosti u Zagrebu, na izvanrednom studiju novinarstva. Školske godine 2000/2001. završila je školu pri sssh Centra za industrijski dijalog. U travnju 2001. izabrana je za glavnu sindikalnu povjerenicu Sindikata PPDIV-a Podravke d.d., a u srpnju iste godine za koordinatoriцу Sindikata PPDIV-a za Grupu Podravka. Te dužnosti obavlja i u novom mandatu, nakon zadnjih izbora 2003. godine. Nakon izbora za radnička vijeća 2005. godine, već u drugom mandatu obavlja dužnost zamjenice predsjednika Radničkog vijeća Podravke d.d.

DAMIR FELAK – član Nadzornog odbora

Rođen je 8. travnja 1965. godine u Zagrebu. Osnovnu i srednju matematičko-informatičku školu pohađao je u Koprivnici. Diplomirao je na Šumarskom fakultetu u Zagrebu 1990. godine. Iste godine zaposlio se kao pripravnik u tadašnjem Šumskom gospodarstvu Mojca Birta oour Iskorištavanje šuma. Osim u Koprivnici, pripravnički staž obavljao je i u Šumariji Ludbreg. Od 1991. do 1997. godine radio je kao revirnik u Šumariji Sokolovac. Godine 1997. izabran je na dužnost podžupana Koprivničko-križevačke županije za duženog za gospodarstvo i tu je dužnost obavljao do 2001. godine kada se ponovno vratio u Hrvatske šume, u Šumariju Sokolovac, na mjesto revirnika. Iste godine prešao je na mjesto stručnog suradnika za iskorištavanje šuma u Upravi

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

35

ŽIVOTOPISI
ČLANOVA
NADZORNOG
ODBORA

šuma, Podružnica Koprivnica. 15. siječnja 2005. godine imenovan je za upravitelja Šumarije Sokolovac, na kojem mjestu radi i danas. Dragovoljac je Domovinskog rata 1991. godine te je odlikovan Spomenicom domovinskog rata 1990. do 1992. godine, Spomenicom Domovinske zahvalnosti te Redom hrvatskog pletera. Od 1993. do 1997. godine uz redoviti posao u Hrvatskim šumama obnašao je i dužnost općinskog načelnika Općine Sokolovac. Govori engleski jezik.

GORAN GAZIVODA – član Nadzornog odbora

Magistrirao je 1978. godine na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu iz područja ekonomskih znanosti. Od 1975. do 1977. radi kao referent uvoza u tvrtki Astra Mašinoimpex trgovina,

Zagreb. Godine 1977. prelazi u Ljubljansku banku Zagreb, gdje radi kao savjetnik deviznog sektora i direktor direkcije za unapređenje poslovanja s građanstvom. Od 1978. do 1982. godine živi i radi u Londonu na mjestu zamjenika direktora predstavništva Ljubljanske banke u Londonu. Sljedeće četiri godine, do 1986. godine, vodi odjel za međunarodno poslovanje Ljubljanske banke u Ljubljani. Karijeru nastavlja u SAD-u, gdje je od 1986. do 1996. godine na funkciji starijeg potpredsjednika LBS Bank – New York, odgovoran za kreditno poslovanje i marketing. Godine 1996. prelazi u predstavništvo austrijske banke Creditanstalt u New Yorku, gdje ostaje godinu dana na poziciji glavnog direktora za osnivanje banke u Zagrebu. Godine 1996. dolazi na čelo Predstavništva

Creditanstalta u Zagrebu. Tijekom 1998. i 1999. godine radi kao zamjenik predsjednika Uprave Bank Austria Croatia d.d. u Zagrebu. U siječnju 2000. godine postaje predsjednikom Uprave Bank Austria Creditanstalt Croatia d.d. te sredinom 2001. godine, kada banka mijenja ime u HVB Bank Croatia d.d., nastavlja karijeru kao predsjednik Uprave HVB Bank Croatia d.d. Sredinom 2003. godine postaje zamjenikom predsjednika Uprave HVB Splitske banke d.d. U listopadu 2006. godine postaje predsjednikom Uprave Banke Sonic d.d., članice grupe Banco Popolare di Verona e Novara.

BORIS HMELINA – član Nadzornog odbora

Rođen je 17. ožujka 1945. godine u Zagrebu. Diplomirao je na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu te stekao zva-

nje diplomirani ekonomist. U ožujku 2000. godine položio je Državni stručni ispit za stečajnog upravitelja pri Ministarstvu pravosuđa, uprave i lokalne samouprave. Od 1970. do 1975. godine pomoćnik je direktora općih i kadrovskih poslova u Tvornici Nikola Tesla Zagreb, od 1975. do 1977. godine djeluje na mjestu šefa općih i kadrovskih poslova u UP Borongaj Zagreb. Od 1977. do 1979. godine komercijalni je direktor u Poslovodnoj zajednici slatkovodnog ribarstva Jugoslavije, a od 1979. do 1988. godine direktor predstavništva Naftagas-Prometa Novi Sad za Hrvatsku, Sloveniju te Bosnu i Hercegovinu. U periodu od 1988. do 1991. godine komercijalni je direktor u Chromosu, Tvornici sintetskih smola Zagreb, gdje je od 1991. do 1997. godine obnašao dužnost predsjednika Uprave. Od 2002. godine obnaša dužnost stečajnog uprave-

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

36

ŽIVOTOPISI
ČLANOVA
NADZORNOG
ODBORA

lja u mnogim trgovačkim društvima. Godine 2003. osnovao je i postao direktorom javnog trgovačkog društva Hmelina i dr. za obavljanje stečajno-upraviteljske službe. Aktivno se služi engleskim, a pasivno talijanskim jezikom.

MILAN ARTUKOVIĆ – član Nadzornog odbora

Rođen je 1934. godine u Klobuku kod Ljubuškog, BiH. Diplomirao je na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu. Prije dolaska u Franck radio je u Badelu u Zagrebu. Od ukupno 45 godina radnog staža, 32 godine proveo je u Francku, 28 godina bio je generalni direktor, a 3 godine komercijalni direktor Francka. Direktor je IVERO konzaltinga d.o.o., većinskog vlasnika Francka, i predsjednik Nadzornog odbora Francka.

JOSIP PAVLOVIĆ – član Nadzornog odbora

Rođen je 1977. godine. Diplomirao je 1999. na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu. Zaposlio se u Podravki kao planer-kontrolor 1999. godine, a od 2001. godine obavlja poslove voditelja pribavljanja sredstava. Od 2002. do 2003. bio je direktor upravljanja kreditima, a od 2003. direktor je Sektora riznica. Aktivno se služi engleskim i njemačkim jezikom.

FRANJO MALETIĆ – član Nadzornog odbora

Rođen je 21. svibnja 1951. u Ferdinandovcu, općina Đurđevac. Diplomirao je na Pravnom fakultetu u Zagrebu te je od 1972. do 1983. godine zaposlen u Sloga export import. Bio je direktor u JAT-u u Zagrebu od 1983. do 1987. godine te

od 1987. do 1991. godine direktor JAT Canada. U razdoblju od 1991. do 1993. godine direktor je INA Toursa, od 1993. do 2000. godine direktor Golden marketinga te od 2000. do 2001. godine pomoćnik direktora Večernjeg lista. Trenutno je predsjednik Uprave Vjesnika d.d. Služi se engleskim i ruskim jezikom.

DRAŽEN SAČER – član Nadzornog odbora

Rođen je 20. travnja 1951. godine. Diplomirao je na Medicinskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu. Završio je poslijediplomski studij iz reumatologije na istom fakultetu. Radno iskustvo stjecao je u Zavodu za javno zdravstvo Koprivnica, Općoj bolnici “Dr. Tomislav Bardek” u Koprivnici te privatnoj liječničkoj ordinaciji. Trenutno radi u vlastitoj liječničkoj

ordinaciji. Objavio je desetak stručnih radova, sudjelovao na brojnim domaćim i inozemnim kongresima, simpozijima i seminarima. Završio je tečaj manualne medicine, seminar za sudskog vještaka i tečaj akupunkture. Primio je brojne nagrade i priznanja – Spomenicu Domovinskog rata, Zahvalnicu Hrvatskog liječničkog zbora 1997. godine, Diplommu Hrvatskog liječničkog zbora 2005. godine, Zahvalnicu Hrvatskog saveza udruga tjelesnih invalida 2003. godine te Zahvalnicu Hrvatskog Crvenog križa 1998. i 2001. godine. Politički je aktivan. Član je HSLs-a (bio je član Malog vijeća HSLs-a i predsjednik Središnjeg odbora LS-a). Bio je vijećnik koprivničkog Gradskog vijeća i član Županijske skupštine Koprivničko-križevačke županije te gradonačelnik grada Koprivnice 2000/2001. godine. Liječnik je rukometnog kluba

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

37

ŽIVOTOPISI
ČLANOVA
NADZORNOG
ODBORA

Podravka od 1988. godine te član Skupštine Udruge dioničara Podravke d.d. od 2000. godine. U dva mandata bio je član Glavnog odbora Hrvatskog Crvenog križa, a od 1996. godine predsjednik je Gradskog društva Crvenog križa u Koprivnici. Inicijator je izgradnje Pučke kuhinje u Koprivnici te jedan od obnovitelja koprivničkog Ekološkog društva. Služi se njemačkim i engleskim jezikom.

DUBRAVKO ŠTIMAC – član Nadzornog odbora

Rođen je 16. siječnja 1966. u Novskoj. Diplomirao je 1992. godine na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu. Na istom fakultetu 1997. godine završio je magisterij znanosti, smjer Organizacija i menadžment. Godine 1997. položio

je ispit za Posrednika u trgovini vrijednosnim papirima u organizaciji Komisije za vrijednosne papire Republike Hrvatske. Bio je polaznik Securities Processing Training Program u New Yorku 1998. godine u organizaciji The Bank of New York te 2001. godine Fund Management na City University Business School u Londonu. Godine 2002. položio je ispit za ovlaštenog upravitelja mirovinskim fondovima. Godine 2003. bio je polaznik Fixed Income Derivatives Programme u Zagrebu, a 2004. godine Euro-money Asset Management School u Moskvi. Od srpnja 1992. do kolovoza 1993. radio je kao navigator na brodu Western Wave Western Geophysical Company, Houston, USA. Bio je samostalni referent prodaje u Zagrebačkoj

tvornici papira d.o.o. od rujna 1993. do rujna 1994. godine. Od rujna 1994. do studenog 1997. godine radio je na poslovima samostalnog referenta vanjskotrgovinskog poslovanja u PBZ Investholding d.o.o. kada je postao voditelj sektora vanjskotrgovinskog poslovanja u istoj firmi. Od ožujka 1998. do lipnja 1998. godine bio je pomoćnik direktora Centra za vrijednosne papire Privredne banke Zagreb d.d. kada je postao direktor Direkcije poslova skrbništva nad vrijednosnim papirima iste banke. U siječnju 2001. godine postaje voditelj projekta mirovinske reforme u Privrednoj banci Zagreb d.d. Od listopada 2001. godine predsjednik je Uprave PBZ Croatia osiguranje d.d., društva za upravljanje obveznim mirovinskim fondom. Od 1995. do 1996. godine bio je honorarni predavač na

Ekonomskom fakultetu u Zagrebu, predmet Međunarodna ekonomija. Autor je više članaka i stručnih radova, sudionik i govornik na više domaćih i međunarodnih konferencija s temama o tržištima kapitala. Služi se engleskim i njemačkim jezikom.

Sljedeći članovi Nadzornog odbora djelovali su do Generalne skupštine održane 20. srpnja 2006. godine.

BOŽO PRKA – predsjednik Nadzornog odbora

Božo Prka rođen je 1958. godine. Diplomirao je na Fakultetu za vanjsku trgovinu Sveučilišta u Zagrebu, a magistrirao na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu. Bio je direktor prodaje, a kasnije i financijski direktor Dione, Za-

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

38

ŽIVOTOPISI
ČLANOVA
NADZORNOG
ODBORA

greb, savjetnik za financije u Konzultantskoj tvrtki Progres te savjetnik za poreze i računovodstvo u TEB-u, Zagreb. Godine 1992. imenovan je za pomoćnika ministra financija Republike Hrvatske, a 1993. godine zamjenika ministra financija Republike Hrvatske. Od 1994. do 1997. godine ministar je financija u Vladi Republike Hrvatske. 1996. godine izabran je za ministra godine – godišnja nagrada časopisa Central European. Predsjednikom Uprave Privredne banke, Zagreb d.d. imenovan je 1998. godine. Sudionik je i govornik na brojnim konferencijama i seminarima u organizaciji Vijeća Europe, EFFAS-a, Euromoneyja, Wall Street Journala.

BARICA MACAN – član Nadzornog odbora

Barica Macan rođena je 30. kolovoza 1949. godine u Brestu Pokupskom, općina Petrinja, gdje je završila i gimnaziju 1968. godine. Na Agronomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu diplomirala je 1973. godine i iste se godine zapošljava u Agrariacoopu d.o.o., Zagreb, na mjestu samostalnog financijskog referenta. U Veletržnicu i hladnjaču d.o.o., Zagreb prelazi 1977. godine i obavlja poslove samostalnog referenta plana i analize, a 1978. godine imenovana je voditeljem knjigovodstva te, godinu dana kasnije, rukovoditeljem financijsko-računovodstvenog sektora. Veletržnica i hladnjača d.o.o., Zagreb jedno je vrijeme poslovalo u sklopu Unikonsuma d.o.o., Zagreb, a od 1990.

godine, zbog općeg interesa Veletržnica i hladnjača d.o.o., Zagreb, proglašeno je javnim poduzećem u 100-postotnom vlasništvu grada Zagreba. Od 1990. godine radi na mjestu financijskog direktora. Godine 2000. imenovana je zamjenicom pročelnika Gradskog ureda za gospodarstvo Zagreba, da bi se 2001. vratila u Zagrebačku veletržnicu d.d. na mjesto financijskog direktora. Bila je član Upravnog odbora Hlađenja d.d., Zagreb, Nadzornog odbora Tržnice Zagreb d.o.o. i Nadzornog odbora Elektroinstalacije d.d., Zagreb.

MARIJAN CINGULA – član Nadzornog odbora

Marijan Cingula diplomirao je 1975. godine na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu. Godine 1985. godine postaje magistar ekonomije na istom fakultetu, a 1992.

stječe titulu doktora informacijskih znanosti na Fakultetu organizacije i informatike u Varaždinu. Od 1977. do 1980. radio je u Zagrebačkoj banci, u ekspozituri Zabok. U razdoblju od 1980. do 1995. bio je asistent i docent na Fakultetu organizacije i informatike u Varaždinu. Od 1995. do 1998. radio je kao pomoćnik direktora i direktor Varaždinskog tržišta vrijednosnica d. d. (danas Varaždinska burza). Vodio je proces restrukturiranja organizacije i razvoja trgovanja od klasičnog do modernog burzovnog trgovanja, temeljem automatskog uparivanja naloga u elektronskom sustavu OTIS (On-line Trading Information System). U razdoblju od 1998. do 2001. direktor je i osnivač Ureda za razvoj i poduzetništvo Vadea d.o.o., Varaždin. Razvio je nezavisnu konzultantsku tvrtku za poslovno savjetovanje, restruk-

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

39

ŽIVOTOPISI
ČLANOVA
NADZORNOG
ODBORA

turiranje, organizaciju te edukaciju menadžera (1990.). Kao stalni suradnik na edukaciji menadžera, radi za Hrvatsku udruhu poslodavaca, Računovodstvo, reviziju i financije d.o.o. te Delfin d.o.o. Autor je prvog hrvatskog srednjoškolskog udžbenika za predmet Poduzetništvo u srednjim ekonomskim školama. Od 2001. godine opet radi na Zagrebačkom sveučilištu, a trenutačno je u zvanju redovitog profesora za discipline “Strategijski menadžment” i “Organizacijsko projektiranje” na Fakultetu organizacije i informatike Varaždin. Voditelj je poslijediplomskog znanstvenog studija “Menadžment poslovnih sustava”. Pohadao je brojne specijalizacije u inozemstvu, a radio je i na organiziranju brojnih znanstvenih i stručnih skupova,

domaćih i međunarodnih. Izabrani je predsjednik udruge “Hrvatski računovođa”. Govori engleski, ruski i njemački jezik. Oženjen, otac troje djece.

ĐURO ZALAR – član Nadzornog odbora

Đuro Zalar rođen je 5. travnja 1949. u Kalinovcu. Godine 1968. završio je gimnaziju u Zagrebu, 1974. diplomirao na Prehrambeno-biotehnoškom fakultetu u Zagrebu, a 1990. godine i magistrirao na području biotehnologije na istom fakultetu. U Podravki d.d. zaposlen je od 1974. godine te obavlja sljedeće dužnosti: od 1974. do 1980. bio je tehnolog u Istraživanju i razvoju, od 1980. do 1983. tehnički direktor u Tvornici Juha, od 1983. do 1988. njezin direktor.

Od 1988. do 1991. bio je direktor Industrije hrane, od 1991. do 1997. član Uprave Podravke d.d. Od 1997. do 2001. direktor je Investicijskih projekata, a od 2001. direktor je Kontrole kvalitete i razvoja tehnologija. Koristi se njemačkim i engleskim jezikom. Član je Upravnog odbora Hrvatskog poslovnog savjeta za održivi razvoj, zatim Biotehničke zaklade Prehrambeno-biotehnološkog fakulteta u Zagrebu i Upravnog odbora Kluba prehrambenih tehnologa i nutricionista u Zagrebu.

DARKO OSTOJA – član Nadzornog odbora

Darko Ostoja diplomirao je na Strojarskom fakultetu u Zagrebu. Tečaj poduzetništva u Babson Collegeu, SAD, završio je 1991., a 1994. položio brokerski ispit u Zagrebu. Od

početka profesionalne karijere bavio se poduzetništvom u privatnom sektoru. U razdoblju od 1980. do 1990. vlasnik je i voditelj tvrtke Meting iz Čakovca, koja se bavi proizvodnjom rezervnih dijelova, remontom i rekonstrukcijom industrijskih postrojenja te ima 120 zaposlenika. Od 1990. do 1995. suvlasnik je i direktor konzultantske tvrtke Consult Invest d.o.o. iz Varaždina. Od 1995. suvlasnik je i direktor društva za poslovanje vrijednosnim papirima I.C.F. d.o.o., Zagreb. Njegovo je područje poduzetništvo i menadžment. Vodio je značajne poslovne projekte, a naročito mnogobrojne akvizicije, od kojih su mnoge značile i ulazak inozemnog kapitala i znanja u Hrvatsku. Osmislio je i vodio jedan od najvećih hrvatskih pothvata u inozemstvu – preuzimanje tvrtke Elan u Sloveniji. Govori engleski jezik.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

40

ŽIVOTOPISI
ČLANOVA
NADZORNOG
ODBORA

PODRAVKA MORA BOLJE UPRAVLJATI TROŠKOVIMA I IMOVINOM TE VIŠE RASTI UZ POMOĆ AKVIZICIJA

NA JESEN 2006. ZAPOČELI SMO REDEFINIRANJE STRATEGIJE RAZVOJA PODRAVKE I NAMJERAVAMO TO ZAVRŠITI TIJEKOM 2007. GODINE. PROJEKCIJA GODIŠNJEG RASTA OD OKO 10 POSTO JE OSTVARIVA. POLA OD TOGA JE ORGANSKI RAST, A OSTALO SU AKVIZICIJE



PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

41

INTERVJU
DARKO MARINAC
PREDSJEDNIK UPRAVE
PODRAVKE

Jednoglasna je ocjena javnosti – analitičara i novinara – kako se u razvojnem nizu Podravke unatrag nekoliko godina 2006. kao godina doista izdvaja. Ne toliko zbog rezultatskih performansi koliko zbog osjetnije promjene u aktivnostima menadžmenta koje su pak dovele (i) do promjene percepcije kompanije. Darko Marinac, predsjednik Uprave Podravke, daje svoje viđenje poslovanja u prošloj godini, osobito pokrenutih promjena čiji će efekti, duboko je uvjeren, najvidljiviji biti za godinu do dvije.

Po čemu je 2006. osobito karakteristična?

Naš se rezultat prošle godine kretao u okvirima koje smo imali ranijih godina, rekao bih, u suglasju s očekivanjima. Međutim, ključna je promjena u načinu na koji smo u toj

godini ulagali novce i novim potezima koje smo otvarali. Riječ je o posve novoj orijentaciji tvrtke, prije svega, u troškovnom smislu. Počeli smo, naime, ulagati u projekte koji smanjuju troškove umjesto da kao dotad pokušavamo troškove smanjivati tako da osmišljavamo programe restrikcije i pritom jako vičemo i lupamo šakom po stolu. Od toga u pravilu nije bilo velike koristi, osim što je, na koncu, trebalo popravljati stol. Sada smo počeli ulagati da bi mogli promijeniti neke tehnologije, da bismo mogli smanjiti broj zaposlenih tamo gdje imamo višak, da bismo mogli izdvojiti neke dijelove tvrtki koje nemaju budućnost u našem biznisu. U 2006. smo u to potrošili oko 50-ak milijuna kuna, ali to zovemo ulaganjem u bolju budućnost.

Zašto to niste počeli ranije? Jesu li se neke okolnosti promijenile?

Prošla je godina prva u kojoj je nova Uprava mogla napraviti svoj program i budžet. Podsjetit ću vas da je sadašnja Uprava imenovana u travnju 2005. i da je tada naslijedila već definiran budžet. Svoj je mogla napraviti tek za 2006., unijeti u njega neke svoje projekcije i zapravo definirati ovakav program rada. Da se ne shvati krivo, i prije se Uprava trudila to napraviti, međutim, nikad restrukturiranje – u smislu poboljšanja efikasnosti poslovanja – nije pretvorila u svoj redoviti posao, u nešto što ne bi bila obveza i zadatak nekoga sa strane. Restrukturiranje mora biti mainstream u koji će biti uključen cijeli menadžment jer mu ne može netko sa strane povećavati efikasnost, to moraju raditi menadžeri. Taj program moramo spustiti još dublje u menadžerskoj hijerarhiji kako bi se direktno odgovornim menadžerima mjerila efikasnost.

Nije li takvo usmjerenje Uprave bilo vaše zaduženje, a vama teče drugi mandat na mjestu predsjednika? Ili je ova Uprava naprosto bolji tim nego ranija?

Ova Uprava bolje uočava osnovne probleme poslovanja, mislim da ima bolji fokus i čvrsto ga se drži. Ne bih rekao ni da smo bolji tim od ranijih, ali ova Uprava prepoznaje probleme i što je još važnije, pokušava ih odmah riješiti što nešto govori i o njezinoj odlučnosti.

Znači li ovaj program da ste razvili neke parametre praćenja efikasnosti?

To je još jedna važna novina iz 2006. Key performance indicators (KPI) razvijeni su za sve razine menadžmenta, sustavno se mjere i njihova primjena je prvi puta ove godine analizirana. Uz pomoć KPI-a zapravo upravljamo tvrtkom. Svatko je dobio

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

42

INTERVJU
DARKO MARINAC
PREDSJEDNIK UPRAVE
PODRAVKE

četiri ključna parametra koja su važna za njegovu poziciju, a ako ih svi ili većina izvrše u planiranim okvirima, to znači da tvrtka ide u vrlo dobrom smjeru. Na taj način se svi mogu mjeriti, a ukupni uspjeh se odražava na ukupan rezultat, dok se pojedinačni uspjeh vidi na plaći i na statusu menadžera. Oni koji premaše ostvareno imaju pravo na neke povećane nagrade, a isto tako će i oni koji ih dvije godine zaredom ne ostvare, morati otići sa svog radnog mjesta.

Što su pokazala prva mjerenja?

Primjerice, 15-ak je ljudi već u prvoj godini premašilo svoje zadane ciljeve što nam pomaže da počnemo raditi razliku između onih koji su uspješni i koji to nisu. Treba reći da je

Podravka jedna od rijetkih hrvatskih tvrtki koja je na taj način počela koristiti standarde uobičajene u svjetskim korporacijama. Želim reći da smo za osmišljavanje programa koristili usluge najboljih stranih konzultanata koje smo mogli naći na tržištu za pojedina područja i oni za nas rade u pet do šest sektora, a koristili smo i interne konzultante, pogotovo u IT-u gdje smo praktički povezali cijeli svijet. Na sličan način ušli smo i u segment ljudskih potencijala, drugim riječima, počeli smo se sustavno povezivati i na kadrovskoj razini što nam je jedan od najvažnijih projekata budući da smatramo kako jedino s kadrovima i stvarno možemo upravljati. Jako važnim smatram i to što smo promijenili filozofiju upravljanja internacionalnim tržištima.

Što to konkretno znači?

Napravili smo određene procese i postavili pravila igre prema kojima sva internacionalna tržišta imaju sličnu organizaciju, naravno prilagođenu domicilnim potrošačima, također i tamo imamo KPI-jeve i vremenske odrednice kad se moraju postići i, ono što se meni osobno čini najvažnije, promijenili smo praksu da direktor internacionalne tvrtke bude čovjek iz Hrvatske. To je sad pravilo gotovo na svim tržištima, a ti direktori su uglavnom najbolji ljudi koje možemo dobiti u pojedinim zemljama, uglavnom iz iste branše, odnosno vodećih prehrambenih kompanija. Postoje neka tržišta u razvoju za koje je važno da imamo svojeg čovjeka, no u onim zemljama u kojima imamo stabiliziranu organizaciji uzeli smo najboljeg mogućeg čovjeka na tom tržištu.

Zašto? Što je ključna prednost lokalnog menadžera?

Riječ je ponajprije o poznavanju lokalne kulture. Osim toga, mi još ne možemo odgojiti dovoljno svojih kvalitetnih ljudi koji bi pobjeđivali na svih 18 tržišta i to još pobjeđivali konkurenciju poput Maggijs i Knorra. Kako doista odjednom ne možemo izbaci toliko menadžera koliko zahtijeva internacionalna organizacija, morali smo ih kupovati.

Daje li novi koncept rezultate?

Zasad još uvijek ne u potpunosti. Najveće efekte ni ne očekujem u upravljanju tvrtkama na pojedinim tržištima, iako će i to naravno biti puno lakše. Najveći pozitivni utjecaj takve politike odrazit će se na tvrtku majku. Naime, sad će ti ljudi utjecati na organski rast na način da traže proizvode koji na tom tržištu

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

43

INTERVJU
DARKO MARINAC
PREDSJEDNIK UPRAVE
PODRAVKE

prolaze, a ne kao dosad, kad je roba proizvedena za Hrvatsku, a onima koji su radili u Poljskoj ili negdje drugdje je ostavljano da oni to prodaju na svojim tržištima. Sada kada u menadžmentu imamo različite kulture, iskustva i poznavanje navika tržišta, dobivamo kvalitetu koja utječe i na nas, odnosno na naš organski rast. Dodao bih još i da smo u 2006. na našem najvažnijem stranom tržištu, u Poljskoj, s obzirom da smo ušli u aranžman oko kupnje još jednog branda potpuno promijenili organizaciju, raskinuli ugovore s tvrtkom Rieber&Son i počeli s potpuno novih osnova.

Postaje li ta organizacija u Poljskoj svojevrsan uzor za druga tržišta?

Tamo je stvorena moderna struktura, osnivana od početka po

današnjim principima rada, posve očišćena od povijesti i obveza, s 40-ak ljudi koji se na posve drugačiji način odnose prema ključnim kupcima, ali i prema poslu općenito. Stoga očekujem da će Poljska vrlo ozbiljno rasti i da doista može postati uzor kao tržište.

Je li to model prema kojem će se pokušati vratiti rezultat na Podravki vrlo važnom tržištu cijele srednje Europe?

Jest, to je zapravo koncept prema kojem će se raditi i u drugim zemljama. Češka i Slovačka također imaju novu organizaciju i menadžment, a time i ozbiljnu šansu za jači rast dok se u Mađarskoj još uvijek tražimo, jer su tamo i problemi i to naši i oni na tržištu bili drugačiji. Tamo sad konačno imamo situaciju pod

kontrolom, dobro upravljamo troškovima, a ofenzivu očekujemo u 2007.

Prilično ste uvjereni u dobre rezultate u 2008.?

Naravno, jer nam je i računica jasna. Reći ću samo jedan primjer. Oko 40 milijuna kuna koliko smo dali za otpremnine u 2006. vraća nam se natrag za 17 mjeseci. Osim toga i u međuvremenu će biti još toga na planu restrukturiranja.

Govorimo li zapravo o tome da je u 2006. započela dubinska promjena Podravkine strategije?

Da. Na jesen 2006. započeli smo redefiniranje strategije razvoja Podravke i namjeravamo to završiti tijekom 2007. godine. Stražne projekcije protežu se do 2011.

Možete li iznijeti ključne parametre i ciljeve strategije?

Tri su osnovna dijela. Prvi dio smo široko elaborirali, a riječ je o boljem upravljanju troškovima, drugi dio je strategija rasta koja sad jasno uključuje akvizicije, što ranije nismo imali i treća je poluga bolje korištenje Podravkine imovine.

Pa zar nisu akvizicije bile sastavni dio i sadašnje strategije?

Rekao bih da je taj oblik rasta prije svega bio na razini mogućnosti koja nije bila favorizirana. Sada je na organskom rastu i na akvizicijama jednak naglasak, što znači da postoje ljudi, programi i putevi kojima se to treba realizirati.

Koja je projekcija godišnjeg rasta?

Oko 10-ak posto, od čega je pola organski rast, a ostalo akvizicije.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

44

INTERVJU
DARKO MARINAC
PREDSJEDNIK UPRAVE
PODRAVKE

Je li takav rast dohvatljiv, osobito s obzirom na stagnantne rezultate u osnovnom biznisu?

Mi smo u prošloj godini imali prosjek rasta od 10-ak posto. Ukupni rast nam je, istina, bio nešto niži, ali zato što smo izgubili Nestle. No, to smo nadoknadili organskim rastom.

Nakon objave rezultata analitičari su dosta rezerve imali prema pokazateljima u osnovnom biznisu. Neto rezultat Podravke još uvijek nosi Belupo?

To je istina. Na drugoj strani, unatoč visokim profitnim stopama, Belupo zapravo ima pad. Naime, svi troškovi restrukturiranja potrošeni su upravo u Prehrani i pićima. Belupo je u tom smislu u dosta dobroj situaciji i kod njega nisu bili potrebni takvi rezovi

i promjene pa kad se iskazuje profit, on bitno pozitivno utječe na ukupan rezultat. Ne bi bilo dobro kad bi probleme koje u ovom trenutku ima Prehrana iskazivali i na Belupovom rezultatu.

Može li prehrana doći u situaciju da izbacuje veće profite?

Može. No, treba reći da kad bismo danas izdvojili Belupo, onda bi s jedne strane imali niži profit, ali bismo izgubili i 300 dana neplaćanja s kojima se u ovom trenutku nosi farmaceutika. U tom smislu je sinergija između Podravke, koja je vrlo cash pozitivna i Belupa koji to nije, dosta dobra.

Što konkretno znači treća poluga strategije?

Jednostavno ćemo svu imovinu koju imamo – pokretnu,

nepokretnu i financijsku – pokušati oplodivati, a ako to ne budemo mogli, onda ćemo je prodati. Podravka doista ima puno imovine i zato smo formirali posebnu službu koja to radi i koja to mora riješiti jer se samo time bavi. Ako to ne stavimo u funkciju, i dalje ćemo imati veliki trošak dok se njezinim stavljanjem u funkciju, s obzirom na veličinu, mogu postići vrlo ozbiljni rezultati.

Zašto se i upravljanju imovinom tek sad pristupa na tako sustavan način?

To što je u elaboratu o pretvorbi Podravke nabrojana njezina imovina i što je ušlo u temeljni kapital, ne znači da je ona i stvarno bila u njezinom vlasništvu i da su time bili riješeni svi pravni problemi poput upisa u knjige, katastar itd. Tek sad, kad je

definirano što je sve naše, sad se to popisuje i stavlja u funkciju vlasnika. Jasno je da je to rezultat jednog dužeg nerada, ali sam zadovoljan što smo i to počeli rješavati.

Koja je projekcija prihoda za 2011.?

Otprilike na razini milijardu eura. Moram reći da će to u dobrom dijelu ovisiti i o akvizicijama budući da nam organski rast neće prelaziti pet posto.

Jeste li u strategiji tržišta klasificirali po važnosti?

Na neki način jesmo. Naime, Hrvatska i tržište jugoistočne Europe su naš teren, tu smo jaki i poznati, ali za ta tržišta mislimo da nam nije potrebna, recimo, revolucija. Tu stabilno, normalno radimo, imamo razvijene tvrtke i ljude, poznate brandove

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

45

INTERVJU
DARKO MARINAC
PREDSJEDNIK UPRAVE
PODRAVKE

i tu se doista osjećamo kao trendseteri. No, za neka druga tržišta, u prvom redu u Poljskoj, Rumunjskoj, Njemačkoj i Rusiji, smatramo da imamo jako veliki potencijal, a da ga ne koristimo dovoljno dobro. Sukladno tome, na tim tržištima se i odvijaju najveće promjene. Osim Poljske, novi pristup, nova tvrtka i menadžment definirana je za Rumunjsku, dok Njemačka i Rusija već sad imaju visoke stope rasta, ali nas to ne priječi da razvijemo ofanzivniji pristup.

Ne karakteriziraju li te dvije zemlje male osnovice na koje se pribraja rast? Pa ne bih se do kraja složio. Promet od 100 milijuna kuna nije zanemariv. U Njemačkoj smo tijekom 2006. posve izašli iz tzv. etničkih dućana i ušli smo u regularne trgovačke kanale, sve

vodeće lance, pri čemu smo krajem prošle godine preuzeli prvo mjesto u prodaji univerzalnih dodataka jelima. Premda to tržište nije tako veliko kao u Poljskoj, pozicija broj 1 u Njemačkoj nam automatski osigurava drugačiju startnu osnovu za pregovore s trgovcima. U Rusiji, pak, izlazimo iz Moskve i St. Petersburga, dakle Rusiju pokušavamo bolje kontrolirati vlastitim kanalima i vlastitim ljudima. No, s obzirom na njezinu veličinu mislim da nikad nećemo moći reći da je posve držimo.

Nije li se za Rusiju svojedobno spominjala neka akvizicija? Je li to bilo preambiciozno pa se nije ostvarilo?

Htio bih pojasniti da mi pod pojmom akvizicija podrazumijevamo puno toga iz segmenta M&A aktivnosti – od kupnje

branda do različitih oblika suradnje s lokalnim partnerom. Ne zamišljamo baš da bi u Rusiji kupili neku tvrtku i na taj način tamo bili gazde, nego mislimo da bi zajedno s partnerima koje tamo imamo mogli proizvoditi naš brand ili osigurati neki drugi oblik dugoročne prisutnosti na tamošnjem tržištu. Tvrtka koju smo mi željeli kupiti ušla je u takav tip suradnje, ali s jednom velikom svjetskom kućom.

Hrvatska vam je i dalje najvažnije tržište. Koje ste promjene ovdje proveli?

Tu smo prije svega radili na kontroli troškova, a napravljena je nova strategija logistike i distribucije, reorganizira se prodaja i distribucija na razini cijele države. Počele su i promjene u upravnim službama, odnosno smanjenje broja zaposlenih

u administraciji. No u Hrvatskoj je problem što tu imamo i sve ostalo što na drugim tržištima nemamo, a zbog čega se i rezultati promjena najsporije vide.

Jesu li buduće M&A aktivnosti definirane u skladu s prioritetnim tržištima?

Teren na kojem ćemo raditi akvizicije bit će Hrvatska i jugoistočna Europa te četiri spomenuta tržišta i to unutar pet primarnih kategorija proizvoda. U toj kombinaciji smo odredili 10-ak meta na kojima radimo i sasvim sigurno ćemo veći dio njih realizirati. Naime, sigurno se neće dogoditi ono što smo imali svojedobno, a to je da nam akvizicije i neki drugi dobri projekti propadaju radi unutarnje neodlučnosti.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

46

INTERVJU
DARKO MARINAC
PREDSJEDNIK UPRAVE
PODRAVKE

Hoćete li ići na nove kategorije, koje Podravka trenutno nema, a željela bi ih?

Ima i toga, makar primarno želimo ojačati postojeće kategorije i razviti neke nove.

PREDNOSTI I NEDOSTACI DRŽAVNOG UDJELA U PODRAVKI

Država ostala suvlasnik zbog mogućeg okrupnjavanja prehrambene industrije – Na operativnoj razini, gledano kratkoročno, bolje bi bilo imati sve privatne vlasnike. No, gledajući na promjene koje su nam nužne prije ulaska u EU, nije možda loše da država ostane u Podravki

Računalo se da će se u prošloj godini donijeti još jedna velika odluka – ona vezana uz privatizaciju državnog udjela u vlasništvu. To se nije

dogodilo, a onda je i premijer jasno poručio da to ne treba očekivati ni u 2007. Koliko to može utjecati na realizaciju poslovnih planova, odnosno koliko su efikasnost i struktura vlasništva međusobno ovisne?

Trebale bi biti neovisne, ali to u životu nije tako. Dok god u vlasništvu imamo puno države i nemamo sasvim jasnu reprezentaciju vlasničke strukture u Nadzornom odboru, uvijek će postojati neki utjecaji koji nisu gospodarski, odnosno imaju konotaciju nekih drugih stakeholdera, što onda automatski ne daje optimalni gospodarski rezultat. No, u krajnjoj liniji to nije ništa neuobičajeno i takve strukture vlasništva postoje i u drugim kompanijama u Europi. Mi s tim doista nemamo nikakvih posebnih problema, jer se cijeli Nadzorni odbor dosta efikasno odnosi prema poslovanju i prema budućnosti

Podravke. Ako se tako nastavi, ne vidim nikakvih problema. S druge strane, premda ne znam sve motive vlasnika, u slučaju da država ostane u vlasničkoj strukturi, mogu pretpostaviti da su oni vezani uz neke ideje o okrupnjavanju prehrambene industrije u Hrvatskoj. Ne mora tu nužno biti riječ o međusobnim preuzimanjima, može se tu govoriti i o čvršćoj suradnji među tvrtkama. U tom slučaju bi uloga države pa i njezinih vlasničkih paketa mogla biti vrlo značajna i mogla bi pomoći pri stavljanju u funkciju jednog takvog paketa. Stoga, u ovoj odluci države čak vidim i neke prednosti. Na operativnoj razini, gledano kratkoročno, bolje bi bilo imati sve privatne vlasnike. No, gledajući na promjene koje su nam nužne prije ulaska u EU, nije možda loše da država ostane u Podravki.

Ima li uopće ikakve konkretizacije oko ideje okrupnjavanja prehrane?

Hoće li se opet propustiti šansa za okrupnjavanje?

Zasad nema, ali mislim da je to prije svega radi toga što smo već jako u predizbornoj godini. Elaborat je, međutim, gotov, jako je dobar pa nije isključeno da ga netko naumi iskoristiti u predizborne svrhe. Ako ne tad, onda sigurno poslije izbora. Šansu sasvim sigurno nećemo propustiti jer je dogovoreno da ako to ne pokrene netko iz Vlade, pokrenut će industrija sama.

Što kažete na komentare da su se investitori umorili od iščekivanja velikih promjena u kompaniji?

Dok god smo mi poželjna dionica za trgovinu, dotle se ne obazirem na te komentare. Analitičari znaju naše fundamente, znaju što nam je dobro, jedina smo internacionalna tvrtka po

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

47

INTERVJU
DARKO MARINAC
PREDSJEDNIK UPRAVE
PODRAVKE

vlasničkom portfelju, ali i po portfelju proizvoda, čak i po strukturi zaposlenih. Postižemo rezultate koji su usporedivi na našim tržištima, a efikasnost nam je nešto niža zbog toga što u Hrvatskoj imamo troškove koje ne možemo preko noći riješiti. Mi nikad nećemo rasti po stopi od 40 posto, naša dionica neće skočiti 180 posto u kratkom vremenu i na njoj se ne mogu dvojica dogovoriti da jedan drugome prodaju i zarade. Poštujemo sva pravila prve kotacije Zagrebačke burze, stabilna smo tvrtka i jedino s čim drugi kod nas mogu biti nezadovoljni, a to smo i mi sami, je naša niska profitabilnost. No i tu smo dali dosta jasne odrednice što ćemo po tom pitanju raditi ove i sljedeće godine i mislimo da će i analitičari moći izračunati da će profitabilnost dosegnuti razinu usporedivu sa sličnim kompanijama.

Neće li ipak rast cijene poremetiti planove za kupnju državnog paketa koje su smislili menadžeri i radnici?

Ja i dalje mislim da je taj program dobar način za privatizaciju dijela državnog portfelja. Međutim, dok se ne donese zakon o tome, o tome nema smisla govoriti kao ni o tome ima li ikakve realne mogućnosti da bilo koja skupina otkupljuje bilo koji paket ili dionicu, osim redovitim putem, na Zagrebačkoj burzi. Ta se trgovina kreće na razini 20 posto našeg ukupnog kapitala što zapravo znači da se u četverogodišnjem ciklusu na burzi obrne cijeli naš kapital.

PODRAVKA MORA OSTATI DOVOLJNO USPJEŠNA U SRAZU LOKALNOG I GLOBALNOG

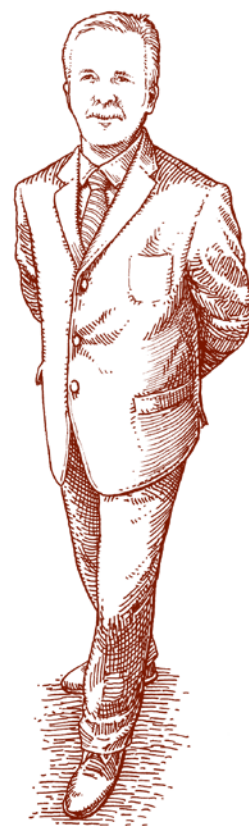
UVJEREN SAM DA PODRAVKA NE BI BILA PODRAVKA KAD NE BI IMALA SNAŽNE LOKALNE KORIJENE
TE SE TAKO I KADROVSKI OBNAVLJA. ALI VELIKE MULTINACIONALNE KOMPANIJE NE OPSTAJU SAMO
U SVOJIM SREDIŠTIMA ILI SJEDIŠTIMA, NEGO SE NIZ NJIHOVIH FUNKCIJA ŠIRI

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

48

INTERVJU
MLADEN VEDRIŠ
PREDSJEDNIK
NADZORNOG ODBORA
PODRAVKE



Dr. Mladen Vedriš ušao je u Nadzorni odbor Podravke s naslova nezavisnog ekonomskog stručnjaka. Poslovna javnost prokomentirala je taj Podravkin potez itekako važnim za unaprjeđenje koncepcije sastava nadzornih odbora u hrvatskim kompanijama, ocjenjujući pritom generalno pozitivnim veće učešće nezavisnih stručnjaka. U konkretnom primjeru naznačena su očekivanja glede doprinosa Vedriša strateškim pitanjima odlučujućim za razvoj najveće hrvatske prehrambene kompanije.

Izgleda li vam Podravka drugačije nakon što ste je upoznali iznutra?
Djelomično sigurno da. U srpnju će biti godinu dana od mog ulaska u Nadzorni odbor Podravke i u tom razdoblju imao sam prilike tvrtku detaljnije upoznati. Definirala se ponešto

drugačija i rekao bih, kvalitetnija slika, što je i razumljivo. U istoj biste bili situaciji kada se pripremate za studijsko putovanje, tada želite steći percepciju o tom mjestu i pročitate na tu temu svu postojeću literaturu. Ali, tek kada tamo dođete, kad upoznate ljude i osjetite događaje iznutra, dobijete jednu drugu dimenziju spoznaje. Taj proces upoznavanja Podravke bio je prisutan i kod mene, a čini se i kod nekolicine drugih novih članova Nadzornog odbora te je djelovao poticajno i na stvaranje ukupne slike neophodnih budućih događanja.

Kako se Uprava organizirala u odnosu na odgovornosti i dužnosti članova Nadzornog odbora?

Uprava je zajedno sa stručnim timom pripremila nekoliko

izuzetno kvalitetnih radionica na temu koncepcije strateškog razvoja. Tako se preko pojedinih segmenata strateškog razvoja upoznao do u detalje postojeće stanje tvrtke i pristupilo definiranju njezinih budućih ciljeva. Usporedbe radi, to je bilo izvedeno tako životno kao kad vrhunski mehaničar pred vama rastavi motor u dijelove te na licu mjesta analizira kako povećati njegovu kompresiju. Imam dojam da je i cijeli Nadzorni odbor upravo kroz takvu zornu prezentaciju strategije na radionici koja se održala u Pragu još jače i neposredno prihvatio fokus tvrtke koji mora biti usmjeren na izlazak, prvenstveno na regionalna tržišta.

Shodno tome, kakvu konotaciju u tim strateškim planovima kod Podravke imaju baš ta regionalna tržišta?

Stalni monitoring događanja na globalnom tržištu je trajno prisutan. No, kod pojma regionalnog tržišta, nikako ne treba izgubiti iz vida da je to danas već pretežito Europska unija. U Podravki se više ne govori na klasičan način o srednjoj Europi, odnosno polazi se od činjenice da su Bugarska, Češka, Mađarska, Poljska ili Slovenija dio tržišta Europske unije. Ne treba zaboraviti i na onaj dio prioriteta koji je usmjeren na zemlje koje se još uvijek u regionalnom okviru nalaze izvan EU kao što su BiH i Srbija. Vezano uz daljnje iskorake Podravke u regiju, posao se Nadzornog odbora nalazi izvan domene odlučivanja o operativnim potezima upravljanja ili sudjelovanja u dnevnom poslu Uprave. Međutim, kod svakog strateškog opredjeljenja Uprava želi imati potporu Nadzornog odbora pa se tu može i mora očekivati bitno veći angažman. U međuvremenu je

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

49

INTERVJU
MLADEN VEDRIŠ
PREDSJEDNIK
NADZORNOG ODBORA
PODRAVKE

Nadzorni odbor odlučivao i o davanju vlasničkih suglasnosti vezano uz neke kupnje i prodaje, o čemu je prethodno bio i detaljno izviješten.

Koja je vaša generalna ocjena odnosa između Uprave i Nadzornog odbora?

U Podravki tradicionalno postoji visok stupanj ukupne korporativne kulture, što se ogleda i u načinu kako se jedna takva značajna tvrtka vodi, kako se njome upravlja i izvješćuje o poslovnim rezultatima. To je i razlog zašto je Podravka na jednoj od najcjenjenijih međunarodnih rang lista, izabrana među vodeće tvrtke s aspekta korporativne kulture i socijalne odgovornosti.

Koje su ostale prednosti Podravke, a koje su slabosti?

Podravka ima niz kvalitetnih i stručnih ljudi na svim razinama. Uz razvijeno korporativno upravljanje postoji i visoka razina tehnoloških znanja. Ako pogledate Vegetu, u kojoj mjeri se održala i razvila kao snažan brand, ako pogledate inovativnu sposobnost tvrtke da lansira nove proizvode, sve to govori o Podravkinjoj tehnološkoj snazi. U pitanju su, dakle, i kvalitetni ljudi i dobra organizacija. Ono za što bih rekao da je potencijalna opasnost u današnjem trenutku, odnosi se na činjenicu sve većih konkurentskih pritisaka koji dolaze s potpuno različitih strana. To je istodobno i prijetnja, ali i mogućnost. Sve je veća otvorenost Hrvatske na domaćem tržištu, a proboj na nova vanjska tržišta zahtijeva velika sredstva i

stručne kadrove. Istodobno se vodi sve žešća bitka za zadržavanje tržišne pozicije kod kuće, a paralelno se mora izaći izvan vlastitog dvorišta. Slabost je možda izražena u činjenici da neki procesi sazrijevanja donošenja odluka u budućem razdoblju moraju biti brži. Konačne odluke, bez obzira radi li se o akvizicijama ili dezinvestiranju, ne trpe odlaganje. One su objektivno zadane i pravi potez mora se povući u pravi čas.

Kojoj biste strukturi vlasništva u narednom razdoblju dali prednost? Većina Podravkinih dionica je na tržištu. Uz opći porast cijena dionica u Hrvatskoj dogodilo se da je cijena dionice Podravke izuzetno porasla. Držim da je to odraz tržišnog stanja, ali i priznanje fundamentima Podravke. Vrijednost i snaga u budućem će razdoblju biti prepoznata od strane različitih skupina inve-

stitora; mirovinskih fondova, investicijskih fondova te pojedinačnih investitora, a u neko vrijeme može se pojaviti i strateški investitor koji želi okrupniti portfelj te je spreman za takvo ulaganje platiti premiju na burzi. Procese vezane uz vlasničku strukturu moguće je sagledavati i u kontekstu u kojem Hrvatska dolazi u fazu promišljanja što su njeni strateški resursi. Što se Podravke tiče, prirodno je da jedna tržišna kompanija u ovoj branši ne može trajno ostati strateški zaštićen resurs. Bit će u budućnosti na tržištu valorizirana i upravljana prema svojoj budućoj dioničkoj strukturi, pogotovo u razdoblju kad se, idući prema EU, traže optimalna rješenja za daljnje privatizacijske procese. Ne bi bio nikakav problem, uvjetno rečeno, dobro utrižiti Vegetin brand, da netko kupi Belupo i još nekoliko kvalitetnih segmenata, ali kako da se pri tome sačuvaju pozitivni regionalni

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

50

INTERVJU
MLADEN VEDRIŠ
PREDSJEDNIK
NADZORNOG ODBORA
PODRAVKE

učinci na ekonomiju i oni makroekonomski. Podravka mora sačuvati profil kompanije koja ima snagu i kapacitete razvijati se u svojoj ukupnosti te značajno doprinosti i ukupnom nacionalnom razvoju. Finska se ponosi Nokiom gdje u investicijskom portfelju trećinu čine američki investicijski fondovi. No, istovremeno, Nokia ima velike implikacije na lokalni i regionalni razvoj Finske i nacionalnu ekonomiju u cjelini. Znači, nije upitno da može doći do promjene vlasničke strukture, a da socijalna i razvojna dimenzija kompanije itekako ostanu prisutne.

Treba li Podravka u akvizicije i kakve?

Da, to je potpuno jasno. Ključno je usmjerenje u one akvizicije koje su joj komplementarne u odnosu na pojedine segmente

vlastite proizvodnje, ali i na regije. Na području pića Podravka je u potrazi za pravim rješenjima, za akvizicijama kako bi vodu, koja je visokokvalitetan proizvod, učinila po volumenima, distribuciji i ponudi bitno jačom. Podravka se opredijelila biti prisutnija upravo akvizicijama u Poljskoj koja je tržište od 40 milijuna ljudi i gdje je Vegeta izuzetno dobro etablirana. Upravo je na Sektoru za strateški razvoj u Podravki glavni zadatak da u dogovoru s Upravom prepozna gdje su mjesta gdje "dva plus dva postaje pet", odnosno što mora kupiti. Podravka ima nekoliko takvih ciljeva u regiji i u Hrvatskoj. Vrijeme će pokazati koji su tu realno ostvarivi prioriteta. Mora se pridonijeti podizanju ukupne profitabilnosti kompanije i boljem korištenju kapaciteta, onome što se zove ekonomija razmjera.

Što je s politikom izdvajanja?

U jednom razumnom razdoblju moralo bi se utvrditi sve ono što nije core business, a može živjeti samo za sebe. To je razumno opredjeljenje i kada ga Uprava predloži, imat će potporu Nadzornog odbora. Što se tiče samog core businessa, to su u Podravki prehrana i pića te farmaceutika, a na drugačiji način od toga prerano je razgovarati. Te dvije divizije, kao i kod velikih konglomerata gdje paralelno postoji i više divizija, mogu postojati unutar tvrtke kao cjeline.

Kakva su vaša iskustva sa svim stranama u Koprivnici?

Kao kod roditelja kod kojih ljubav prema djeci često zna biti bez ostatka, tako s kime god da razgovarate u Koprivnici, ne samo da cijeni Podravku, nego se svi smatraju njezinim inte-

grativnim dijelom. To proizlazi iz činjenice da je netko tamo zaposlen, a da su to nekome roditelji, djeca ili bliska familija. Sama zaposlenost znači i prisutnost u tvrtki, ali i brigu. S druge strane, kad se gleda veličina grada i tvrtke, vidi se da po nizu segmenata tvrtka prožima grad pa čak i regiju. Tako je neupitno da svi u odnosu na Podravku imaju i niz prijedloga i iskustava za koje bi željeli da budu uvaženi.

Nadzorni odbor ne može procjenjivati i vagati sve nijanse tih odnosa i tih interesa, ali inzistiramo na stalnom dijalogu. Nadzorni odbor smatra da se Uprava i Grad imaju oko čega zajednički razgovarati i dogovarati se. Podravka potpomaže niz kulturnih i humanitarnih projekata, no pomaže i regionalni razvoj i gradske akcije. Primjerice, poznata je priča oko Pivnice za koju smatram da je zajednički interes i Grada i Podravke

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

51

INTERVJU
MLADEN VEDRIŠ
PREDSJEDNIK
NADZORNOG ODBORA
PODRAVKE

da se ta tradicija očuva. Što veći stupanj usklađivanja između njihovih interesa znači pobjedničku strategiju za obje strane. Kad Grad, primjerice, ulaže u komunalnu infrastrukturu, to je potez koji je koristan i za Podravku.

Koliki je problem što je kompanija lokalno situirana, a globalnog je karaktera?

Uvjeran sam da Podravka ne bi bila Podravka kad ne bi imala snažne lokalne korijene te se tako i kadrovski obnavlja. Ali ako gledate velike multinacionalne kompanije, one ne opstaju samo u svojim središtima ili sjedištima nego se niz njihovih funkcija širi. Trend globalizacije je nezaustavljiv. Bio sam nedavno u Linzu, industrijskom središtu Austrije, gdje su

nam domaćini globalizacijskim rječnikom predstavili što su u posljednjih dvadeset godina napravili u restrukturiranju čeličana. Danas proizvode dijelove najsofisticiranije tehnologije za automobilske motore. U Austriji su ostale uprava, financije i istraživanja, dok su u regiju istočne Europe otišli s proizvodnjom. Da ste to slušali zatvorenih očiju, djelovalo bi kao da slušate nekog s Harvarda. No, kad otvorite oči, shvatite da su prezenteri u nacionalnoj odjeći te da odaju ukupan dojam kao s neke razglednice od prije 70-ak godina. Taj spoj novog softvera i ljubavi prema svom kraju i tradiciji mogu se realno izuzetno uspješno ispreplitati. Znači, i za Podravku je samo pitanje kako i dalje ostati dovoljno uspješna u tome srazu lokalnog i globalnog.

INVESTITORI I BURZA NESTRPLJIVO ČEKAJU DIONICE DRŽAVNOG UDJELA PODRAVKE

PROCJENJUJE SE DA BI SE ESOP-OM I UZ SUDJELOVANJE MENADŽERA PRIVATIZIRALO MAKSIMALNO 10-AK DO 15 POSTO PAKETA. BILO BI ZAPRAVO DOSTA LOGIČNO DA SE OSTATAK DRŽAVNOG UDJELA U PODRAVKI IZNESE NA BURZU

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

52

INTERVJU
ROBERTO MOTUŠIĆ
PREDSJEDNIK UPRAVE
ZAGREBAČKE BURZE



Kad je otvaranje sezone objave godišnjih poslovnih izvještaja Roberto Motušić, predsjednik Uprave Zagrebačke burze odlučio iskoristiti za promociju novih reprezentativnih prostora u koje se ZSE netom prije preselila, Podravka je bila prirodan izbor kompanije s kojom će se ustoličiti nova praksa. Ideja o spajanju burze, izdavatelja i javnosti u jednom neformalnijem obliku, pomalo neočekivano je vrlo brzo naišla na jak odjek – nakon Podravke sve je više tvrtki koje svoje poslovne aktivnosti, osobito one vezane za tržište kapitala, javnosti promoviraju upravo s vrha najvišeg poslovnog tornja u Zagrebu.

Zašto ste baš Podravku izabrali za promociju novog koncepta prisutnosti Burze u široj javnosti?

Jedan od razloga, a istaknuo sam ga i na samoj promociji, je

činjenica da je Podravkina dionica jedna od burzovnih zvijezda iz prve kotacije, jedna od najstarijih dionica u kotaciji i jedna od najlikvidnijih. Kad se nekog inozemnog investitora upita da nabroji pet hrvatskih kompanija, Podravka je uvijek na prvom mjestu. Naprosto je riječ o jakom brandu i o njegovoj prepoznatljivosti i u inozemstvu i u Hrvatskoj pa se nama na Burzi naprosto najprirodnijim činilo “iskoristiti” taj potencijal.

No, svakako bih želio podvući kako je drugi važan razlog bio i činjenica da je Podravka tvrtka koja je školski primjer korporativnog upravljanja i odnosa s investitorima u pozitivnom smislu. Nakon Plive koja je otišla s burze, Podravka je doista kompanija koja u ovom trenutku ima ponajbolje

razvijene odnose s investitorima, koja do njih drži i koja zna kako s njima treba funkcionirati.

Imate li neki primjer?

Primjer je svaki road show na kojem su bili. Investitori su svaki put iskazali veliko zanimanje za kompaniju. Osobno sam, dok sam bio na drugom radnom mjestu, u nekoliko navrata bio prisutan na Podravkinim prezentacijama poslovnih rezultata i mogu reći da je to uvijek bilo jako profesionalno napravljeno. Točno onako kako investitori žele.

Donosi li to ikakvu korist Burzi? Ima li to ikakvog konkretnog efekta za vašu instituciju?

Naravno da ima. I mi na taj način dobivamo kredibilitet,

osobito prema inozemstvu jer je to dokaz da i u Hrvatskoj imamo dobrih kompanija i sposobnih ljudi koji su “corporate governance” spremni i sposobni odraditi do kraja. Postoji statistika koja govori da su investitori za dionice na tržištima u nastajanju spremni platiti premiju na dionicu u kojoj postoji kultura odnosa s investitorima razvijena prema najpozitivnijim pravilima korporativnog upravljanja i u kojoj se organi upravljanja i nadzora pridržavaju tih pravila.

Kolika prosječno može biti ta premija? Mislite li da je već ugrađena u trenutnu cijenu Podravke?

Ta premija ponekad ide i do 30 posto. Naravno da ne mogu sad špekulirati je li trenutna cijena Podravke na tržištu prava cijena ili je u njoj i neka premija zato što se oni tako odnose

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

53

INTERVJU
ROBERTO MOTUŠIĆ
PREDSJEDNIK UPRAVE
ZAGREBAČKE BURZE

prema investitorima. To morate pitati Upravu, iz koje su, uostalom, takve elaboracije svojedobno već dolazile.

Bili ste prisutni i pri prezentacijama drugih kompanija investitorima. Po čemu je Podravka tako specifična?

Naprosto je drugačija. Može se to pripisati i prezentacijskim vještinama i iskustvu g. Marinca, ali i tehnikama koje je očito uspio prenijeti i na ostatak menadžmenta. On se doista vješto snalazi s investitorima, točno zna odgovore koje oni traže.

Znači li to da se i investitori, odnosno njihovi analitičari daju “zavesti”?

Ne bih rekao da su podložni zavodjenju, ali je istina da puno toga ovisi o prezentaciji. Ne treba zaboraviti da se kompanija

percipira upravo kroz prvi menadžerski “ešalon” i da investitori uvijek kupuju očekivanje, investiraju u budućnost. Što im se ona vještije prezentira, to će oni biti “mekši”. Naravno da takva očekivanja imaju granice i da su na koncu poslovne knjige najjači argument, no svejedno ne treba umanjivati vrijednost prodaje “posebnosti” kompanije što je zadatak menadžera.

Hrvatska se baš ne može podičiti tvrtkama koje imaju razvijeno korporativno upravljanje. Burza i HANFA u suradnji s nekim stručnjacima doista su pokrenule široku akciju promocije pozitivnih pravila upravljanja, napravljen je i izdan Kodeks, organiziraju se okrugli stolovi i stručni skupovi na tu temu... Kako bi se u tom smislu promocije mogla više iskoristiti iskustva tvrtki poput Podravke?

Ključni problem u široj promociji zapravo je banalan – jako puno menadžera u našim tvrtkama ni ne zna što je korporativno upravljanje i u tom smislu ponekad se čini kao da govorimo u prazno. Upravo zato mislimo da je potrebna opsežna akcija edukacije i promocije kodeksa i to na razini individualnih razgovora s menadžerima i vlasnicima kompanija, odnosno s burzovnog stajališta izdavatelja dionica. Moramo im pokazati važnost i vrijednosti uvođenja te prakse u rukovođenje njihovim tvrtkama, a oni moraju poželjeti da cijena njihove dionice na burzi odražava pravu vrijednost njihove tvrtke. Ima tvrtki koje su to spremne napraviti i onih koje to nisu. Sjećam se primjera prezentacije jedne turističke kompanije pred investitorima kada je prvi čovjek tvrtke to doista napravio tako profesionalno i tako sistematično da su

investitori još za trajanja prezentacije slali naloge brokerima da kupuju dionice te tvrtke. Onima koji investitore ne žele ni primiti, a vjerujte da ima i takvih, moramo pokazati zašto je važno da promijene stav.

Može li se očekivati da će Burza kao institucija angažirati, recimo, g. Marinca da bude trener ili održi predavanje zainteresiranima kako se prezentira kompanija u skladu s pravilima korporativnog upravljanja?

Svima onima koji žele uvesti korporativno upravljanje Burza će doista pomoći koliko može. Dat ćemo im kontakte, organizirati sastanke s čelnicima kompanija koje su bile primjer dobre prakse CG-a, uputiti ih u tehnike rada i organizacije, a nije isključeno da ćemo pokušati organizirati i ovo što ste vi spomenuli.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

54

INTERVJU
ROBERTO MOTUŠIĆ
PREDSJEDNIK UPRAVE
ZAGREBAČKE BURZE

No, s druge strane Podravka je poslovno u kontinuiranom procesu restrukturiranja. Kako na to gledaju investitori?

Istina je da se u Podravki već duži niz godina vrše značajniji i manje značajni rezovi, promjene taktike, a sve u iščekivanju nekog doista krupnog događaja koji bi se onda jače odrazio i na poslovni rezultat. Mislim da su se investitori pomalo umorili i doista bi im trebalo nešto da im ponovno pobudi znatiželju za Podravkom. Istina je da se posljednjih mjeseci vide promjene, osobito u akvizicijskim aktivnostima.

Unatoč tome Podravka je i dalje jedna od najlikvidnijih dionica na tržištu?

To je istina. Iako mnogi govore kako je tome prije svega razlog nedovoljan broj kvalitetnih papira na našem tržištu, ja mislim da je Podravka jako likvidna, prije svega zahvaljujući svojoj vlasničkoj strukturi u kojoj je veliki dio malih investitora i veliki dio institucionalnih investitora. Po mom mišljenju, investitorima treba nekoliko brzih pobjeda koje će se odraziti i na rezultatu.

Nekako se stječe dojam da i vi mislite da bi jedini pravi zamašnjak zapravo bila privatizacija državnog udjela u kompaniji. Je li to ono što investitori čekaju?

Mislim da je tako. Pozicija čelnog čovjeka Burze strogo mi zabranjuje bilo kakve špekulacije i razvijanje potencijalnih

scenarija, ali mislim da bi se fokus investitora u tom slučaju usmjerio u nekim drugim pravcima.

Kako bi se to odrazilo na trgovinu, na likvidnost?

Vjerojatno bi se trgovina pojačala naprosto slijedom većeg broja ponuđenih dionica na tržištu. Za Burzu bi to, konkretno, bilo pozitivno.

Ne bi li analogno tome privatizacija cijelog državnog paketa u Podravki putem burze bila najprimjerenija unatoč tome što je država jasno poručila kako zasad od toga nema ništa?

Mislim da veliki ESOP program nije dobar za društvo, a i ne pruža baš dobre signale velikim investitorima. Kako se ipak procjenjuje da bi se na taj način i uz sudjelovanje

menadžera privatiziralo maksimalno 10-ak do 15 posto paketa, bilo bi zapravo dosta logično da se ostatak iznese na burzu.

Tržište je doista na vrhu, prinosi su iznimni. Ne bi li za državu bilo dobro da je to iskoristila za privatizaciju paketa u Podravki?

Sa stajališta zarade za državu, a s obzirom na evaluacije i cijene dionica, sad je pravi trenutak za to. No, pravo je vlasnika, osobito države da procjenjuje sve parametre, a u ovom slučaju su politički motivi dosta važni i valja priznati da bi privatizacija udjela u Podravki u predizbornoj godini bila osjetljiva svakoj političkoj garnituri. No, čini mi se nespornim da bi ta privatizacija Upravi dala više manevarskog prostora a realizaciji ciljeva što bi onda i investitori poznali.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

55

INTERVJU
ROBERTO MOTUŠIĆ
PREDSJEDNIK UPRAVE
ZAGREBAČKE BURZE

Mediji špekuliraju o novim privatnim izdanjima na burzi, a najavljen je i jesenski ipo Т-НТ-a? Hoće li to smanjiti interes za postojeće dionice na burzi? Može li to Podravku baciti u drugi plan?

Posve sigurno neće jer kao što raste imovina pod upravljanjem u Hrvatskoj, raste i kod svih drugih investitora, a kapital se mora plasirati i mora se održavati optimalna struktura portfelja, a Podravka je u tom smislu kao dionica iz prve kotacije te najveći predstavnik prehrambenog sektora poželjan instrument.

MENADŽMENTU I RADNICIMA PODRAVKE TREBA OMOGUĆITI DA POSTANU SUVLASNICI KOMPANIJE

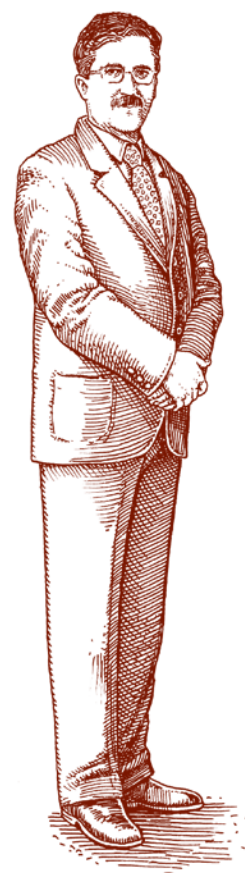
VEZANOST ZAPOSLENIKA UZ KOMPANIJU TREBA ZNATI ISKORISTITI KAO PREDNOST.
A AKO ONI NE USPIJU U EFIKASNOM RUKOVOĐENJU TVRTKOM,
U DRUGOJ FAZI ĆE IONAKO DOĆI NEKI PREUZIMAČ

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

56

INTERVJU
MIODRAG ŠAJATOVIĆ
GLAVNI UREDNIK
POSLOVNOG
TJEDNIKA
“LIDER”



Prema godinama staža u poslovnom novinarstvu, iako ne i prema godinama života, Miodrag Šajatović, glavni urednik Lidera doista je doajen hrvatskog poslovnog novinarstva. Osim što je sam vrlo aktivan autor, odgojio je generacije koje danas nose ovu kategoriju novinarstva u različitim hrvatskim medijima. Iskustvo promatranja poslovne scene Šajatovića je s godinama zapravo pretvorilo u analitičara koji bi bio dobrodošao u svakoj investicijskoj kući. On sam, pak, najradnije ostaje novinar i urednik, samo s povremenim izletima u druge sfere biznisa.

Pobornik ste teze o važnosti stvaranja kompanija-nacionalnih šampiona kojima bi država trebala dati poticaj za dodatne razvojne iskorake. Što karakterizira takve kompanije i što bi im to država trebala dati?

Izraz nacionalni šampioni stiže iz EU, izvorno je to “proizvod” Angele Merkel. Riječ je o tvrtkama koje su dobre, međunarodno poznate, mogu se širiti, a za to im je potrebno samo malo poticaja. Državna administracija, diplomacija i ostale strukture trebale bi učiniti sve da takve tvrtke uspješno realiziraju svoje planove u inozemstvu, osobito one investicijske naravi. Naravno da je ključna pretpostavka tome i dobar menadžment u kompanijama, ali, recimo i dobar odnos državne administracije s privatnim bankarima koji bi pratili takve projekte. Nažalost, čini mi se da u Hrvatskoj nije tako.

Mislite li da tvrtkama to doista treba?

Mislim, jer bi im to posve sigurno olakšalo pristup i poslovanje

na trećim tržištima. Nije svejedno ako imaš premijera koji zna kakvi su interesi druge zemlje prema Hrvatskoj, a koji su naši interesi prema toj zemlji pa da se prilikom državničkih posjeta razgovori vode u nekoliko interesnih pravaca. Nakon toga, sposobnom rukovodstvu u kompanijama ne bi trebalo puno. Možda je tu tezu ipak najlakše obrazložiti primjerom. U vrijeme kad je Societe General bio zainteresiran za preuzimanje Splitske banke, iz Francuske su u Hrvatsku počeli stizati dosta negativni signali o hrvatskom pristupanju u EU. Teško mi je povjerovati da je to bila tek slučajnost. Prije bih rekao da se radilo o svojevrsnom pritisku na našu Vladu da kod dotadašnjih vlasnika banke izlobira ili makar pošalje jasan signal da je Hrvatskoj u nacionalnom interesu da Francuzi kupe Splitsku banku. Takve se igrice, naravno, igraju na puno

razina i ne urode uvijek plodom, ali njih treba biti itekako svjestan i pronalaziti načina za pravovremeni odgovor.

Manje više slični apeli raznim državnim administracijama šalju se godinama unatrag, a realizacija ostaje manjkava. Imate li odgovor zašto je to tako?

Ne mogu procijeniti je li riječ o neprepoznavanju ili nedovoljnoj stručnosti. No, treba reći da u 15 godina samostalnosti Hrvatske nismo imali premijera koji bi na pravi način osjećao biznis pa se onda nitko tom problematikom nije ozbiljno ni pozabavio, barem ne u smislu iscertavanja jasnoga pristupa. Naravno da to s druge strane ima veze i s jedinstvom hrvatske poslovne zajednice. Da su njezini najkrupniji igrači našli zajednički interes da, neovisno o političkoj opciji koja

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

57

INTERVJU
MIODRAG ŠAJATOVIĆ
GLAVNI UREDNIK
POSLOVNOG
TJEDNIKA
“LIDER”

pobjeđuje na izborima, uvijek na vrijeme imaju spremnoga svoga kandidata za mjesto ministra gospodarstva ili potpredsjednika Vlade za gospodarstvo te da oni budu ti koji će na ključne pozicije izlistati ljude za koje znaju da s njima mogu komunicirati i imaju sluha za biznis, uvjeren sam da bi se onda i država drugačije postavljala prema gospodarstvu. Naravno da takav pristup prije svega podrazumijeva međusobno uvažavanje gospodarstvenika i želju da se radi u zajedničku korist. Doduše, treba reći da to nije nešto što se oglašava na sva zvana.

A što je s direktnim angažmanom biznismena u politici? Nije li to prihvatljiviji način?

Možda je to bolji put, ali u tom slučaju bi se moglo dogoditi da na javnim funkcijama prevlada parcijalni privatni interes pa bi jedna kompanija napredovala, a druga ne bi. To je, uostalom, slučaj Berlusconi.

Koja je garancija da se neki dužnosnik ne bi tako ponašao i kad bi na funkciju došao kao produkt zajedničkog interesa poslovnih zajednica? Uostalom, i kompanije same u konačnici na tržištu imaju različite interese?

Naravno da nije svejedno tko bi bio kandidat. Mislim, recimo, da bi ta osoba morala imati iskustvo vođenja holdinga u kojem su raznorodne kompanije i koji je na toj poziciji morao vrlo oprezno i mudro zadovoljavati interese svih svojih tvrtki.

Koja vrsta državnog poticaja bi, recimo, trebala Podravki?

Teško mi je ovllaš govoriti o tome. Konkretno bi za Podravku možda najveći poticaj bio izlazak države iz vlasništva. Tu bih doista odigrao igru koja nije bez rizika i omogućio menadžmentu i radnicima da postanu suvlasnici kompanije.

Zašto mislite da bi to za kompaniju bilo bolje nego privatizacija putem burze?

Podravka je naglašeno kompanija uz koju su zaposlenici vezani. Ako je to jedna od njezinih glavnih karakteristika, onda to treba znati iskoristiti kao prednost. Kad već toliko godina unatrag naglašavaju kako je Podravka njihova, onda zaposlenicima i menadžmentu treba omogućiti kupnju paketa i dati im priliku da pokažu koliko su stvarno lojalni

kompaniji i znaju li njome upravljati. To je najbolji način da se menadžment i zaposlenici pokažu i u vlasničkom smislu. Već za dvije ili tri godine pokazat će se jesu li im njihove plaće i status ipak bile važnije od učinkovitog poslovanja. Ako oni ne uspiju u efikasnom rukovođenju tvrtkom, u drugoj fazi će ionako doći neki preuzimač i uzeti tvrtku.

Mislite li da je državna odluka o neprivatizaciji tog paketa isključivo politički uvjetovana ili se iza toga kriju i neki drugi motivi?

Svaka je vlada u izbornoj godini izrazito plašljiva. Na nesreću Podravke, dogodila se prodaja Dukata koja je izazvala onakvu reakciju javnosti. Da nije bilo Dukata, mislim da bi za proces privatizacije državnog udjela u Podravki već i u ovoj godini bile veće šanse.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

58

INTERVJU
MIODRAG ŠAJATOVIĆ
GLAVNI UREDNIK
POSLOVNOG
TJEDNIKA
“LIDER”

Brojne je faze prošlo hrvatsko gospodarstvo unatrag 20-ak godina, a struktura mu se uvelike promijenila. Zajedno s tržištem mijene je prolazila i Podravka. Koje biste njezine faze posebno izdvojili?

Moram priznati da Podravku pratim još iz vremena Pavla Gažija, dakle još iz vremena studenskih dana, Poleta. Tada je Podravka, 80-ih, u bivšoj Jugoslaviji bila na svom vrhuncu. Tada je ona bila velika i vrlo napredna kompanija. Nakon što je Gaži otišao, počela je, i to prije svega u razvojnom smislu, njezina stagnacija. Uvijek je u toj tvrtki bilo više struja, dosta je bio izražen lokalni interes, vlasnički je bila nesređena i moram priznati da sam u nekim trenucima Podravki predviđao krah, odnosno da će biti pojedena od neke multinacionalne kompanije, koja bi zadržala samo

Vegetu, a sve ostalo uništila. Bio sam zapravo siguran da će to biti razvoj događaja.

Pokazalo se zapravo da je upravo taj koloplet različitih interesa sačuvao Podravku od takvog scenarija?

Na koncu je tako ispalo. Kad je riječ o fazama njezina razvoja, Podravka je doista postala jako prepoznatljiva u javnosti upravo s modernizacijom u menadžerskom smislu, točnije s dolaskom Darka Marinca na njezino čelo. Mislim da je s tom promjenom krenulo i Podravkino ponovno uzdizanje.

Doživljaj je analitičara da vješti menadžment Podravke pruža puno bolju sliku o kompaniji nego njezini stvarni razlozi. Što vi kažete na to?

Mogao bih se s tim složiti, ali mislim da za to postoji realno obrazloženje. Godine u kojima zbog problematičnih međuodnosa svih dionika nisu imali mandat napraviti radikalnije poteze, oni su uspjeli premostiti s uspješnom gradnjom imidža kompanije. Čini mi se da je to vrijeme sad prošlo i nadam se da su počeli s intenzivnijim aktivnostima, koje su se od njih očekivale.

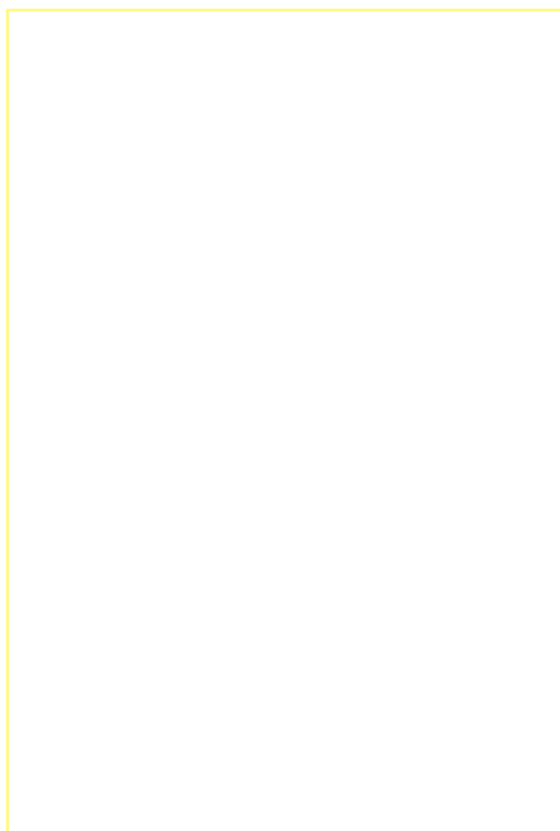
Može li se Podravka uspoređivati s nekom od hrvatskih tvrtki?

Ili kvalitete više-manje znamo. Što joj nedostaje?

S obzirom na njezinu strukturu teško ju je s bilo kim u Hrvatskoj uspoređivati. Ako je riječ o prehrani, Podravka je gotovo jedina tvrtka koja ima toliko internacionalizirano

poslovanje. Ona je u prvoj kotaciji, a i po tipu vlasništva se također vrlo razlikuje od ostalih. Mislim da je šteta što ta kompanija nije na vrijeme, dakle već u razdoblju pretvorbe i privatizacije, iznjedrila nekog svog jakog čovjeka koji bi dao pečat njezinu poslovanju jer je upravo u tranziciji dosta toga izgubljeno. Međutim, tu se ipak događaju pozitivne promjene, osobito unatrag nekoliko mjeseci. I zato bi Podravki bila važna privatizacija, jer bi menadžment odmakom od politike dobio dodatan poticaj.

Smatrate li da velika izloženost Podravke ima negativni utjecaj na njezin sadašnji rezultat, ali da joj je to istodobno nemjerljiva prednost za budućnost. Možete li malo pojasniti taj stav?



PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

59

INTERVJU
MIODRAG ŠAJATOVIĆ
GLAVNI UREDNIK
POSLOVNOG
TJEDNIKA
“LIDER”

Svim je hrvatskim tvrtkama vrlo teško izvoziti, a i kad steknu pozicije na inozemnim tržištima, zbog tečajne politike time ne profitiraju puno. Tako se pokazuje da oni koji više rade na domaćem terenu imaju puno bolje rezultate nego tvrtke koje se muče po cijelome svijetu, čime se šalje poruka da je zapravo bolje zatvoriti se u nacionalne granice, nego težiti jačanju izvoza. Međutim, koliko god Podravka sad možda i gubi na vanjskim tržištima, u trenutku kad se na domaćem tržištu dogodi manja ili veća kriza u smislu smanjivanja domaće potražnje, a ja predviđam da će do toga doći, njezina će vanjska pozicija za nju biti spasonosna. To je jedan od najvažnijih razloga zbog kojih naše tvrtke unatoč problemima moraju ići u izvoz.

OSOBITO ME VESELI ZAOKRET VELIKIH PROIZVOĐAČA HRANE PREMA KVALITETI

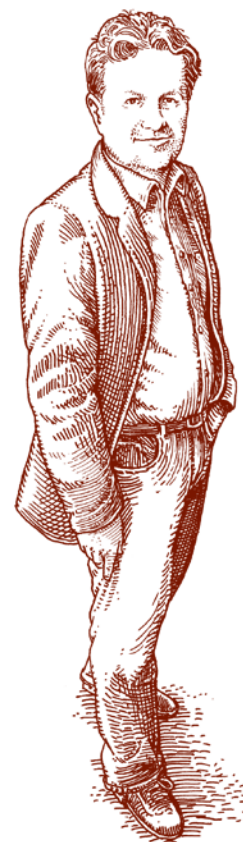
VELIKE KOMPANIJE TRAŽE SURADNJU MALIH PROIZVOĐAČA. MALI NUDE VISOKU KVALITETU,
A VELIKI IM ZAJEDNIČKIM NASTUPOM OTVARAJU TRŽIŠTE. TAKO BEZLIČNI GLOBALNI PREHRAMBENI
PROIZVOD DOBIVA PUNI IDENTITET. LOKALNO DOBIVA ULAZNICU ZA SVJETSKA TRŽIŠTA

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

60

INTERVJU
RENE BAKALOVIĆ
PROMOTOR HRVATSKE
GASTRONOMIJE



Rene Bakalović promotor je hrvatske gastronomije u svijetu i svjetskih gastronomskih trendova u Hrvatskoj. Pri tom koristi različite medije, od lokalnog stručnog tiska do CNN-a. Svijet hrane opisuje i analizira u najširim civilizacijskim kontekstima. Osobito ga zanimaju originalne poduzetničke ideje: proizvodnja, oblikovanje, distribucija i prezentacija hrane danas spadaju u najdinamičnije sfere ekonomije, a za Hrvatsku su, kako kaže, prvorazredna razvojna šansa.

Koje ključne pojave određuju današnju svjetsku prehranu?

Svijet prehrane je vjerojatno najdinamičnija sfera ljudske djelatnosti. No tako je bilo od samih početaka civilizacije. Razlika je danas u tome što je zanimanje stručnjaka i amatera i njihovo poznavanje teme vrlo visoko i svaki dan sve veće. Što jedemo, kako jedemo, kakve su posljedice što tako jedemo pitanja su koja se svaki dan sve

češće postavljaju i na njih dobivamo sve više neočekivanih odgovora. Internet je prvi globalni dinamički sociološki instrument. On nam dokazuje kako je hrana, uz seks, najfrekventniji pojam ukupne ljudske komunikacije. I drugi masovni mediji i komunikacijski sustavi iskazuju ovu veliku modernu fascinaciju hranom kao medijskom temom. Ova je pojava toliko zanimljiva da danas i povjesničari “ponovno pišu povijest”. Naime, shvatili su kako su zanemarili osnovni kotač-pokretač ljudske povijesti, a to je upravo hrana. Tako – ja bih rekao primjerenije – napisana povijest izuzetno je zanimljivo štivo i stvari nekako postaju jasnije. Povijesne enigme dobivaju svoje odgonetke. Kao gastronomu najviše me zanimaju one prekretnice u kojima prehrana prelazi iz sfere nužnosti u područje užitaka: prehrana postaje gastronomija.

Kako se globalna kretanja odražavaju na našu situaciju?

Mi smo na ključnoj prekretnici. Pitanje je koliko ćemo si dozvoliti diktat jeftinog uvoza. Naš odgovor ne smije biti poriv da i sami proizvodimo jeftinu nekvalitetnu hranu. To čak i kad bismo željeli ne možemo učiniti. Uvijek će se naći netko tko će neku namirnicu proizvesti jeftinije. S druge strane, mi imamo preduvjete proizvoditi veliki broj namirnica apsolutne vrhunske kakvoće. To je veliki zaokret počevši od razine svijesti i politike, preko temeljite ekspertize do cjelovitog inteligentnog marketinga. Ali to se može. Pogledajmo toliko citirane primjere istarskih uljara. Od promjene načina i tehnologije prerade do oblikovanja i prezentacije proizvoda u nekoliko su godina postigli veliki zaokret. Sada je najprobirljiviji segment svjetskog tržišta shvatio da se u Hrvatskoj proizvode ulja najviše kakvoće i sada su ti znalci spremni platiti i za naša ulja najvišu

cijenu koja su prije postizala samo toskanska ulja i ulja još nekih "elitnih" regija. No kod nas se u Dalmaciji proizvode nekoliko puta veće količine ulja nego u Istri. Pred Dalmatincima je veliki izazov osmišljavanja nove strategije prema istarskom modelu.

Kako vidite ulogu velikih proizvođača u takvim izazovima osvajanja zahtjevnog međunarodnog tržišta?

Osobito me veseli zaokret velikih proizvođača hrane prema kvaliteti. Čak i multinacionalne kompanije sve češće nude ekskluzivne linije proizvoda kako bi njima povisile ukupni ugled svojih robnih marki. Gotovo svi vrhunski prehrambeni proizvodi uz iscrpno navođenje sastojaka imaju precizne oznake porijekla i načina prerade. To otvara vrlo zanimljive modele suradnje. Velike kompanije traže suradnju malih proizvođača. Mali nude visoku kvalitetu, ali i neujednačenost

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

61

INTERVJU
RENE BAKALOVIĆ
PROMOTOR HRVATSKE
GASTRONOMIJE

u mnogim segmentima proizvodnje. Veliki pronalaze modele standardizacije i postojanosti kakvoće. Oni, što je bitno, zajedničkim nastupom otvaraju tržište i malim proizvođačima rješavaju za njih neke nerješive probleme. Tako bezlični globalni prehrambeni proizvod dobiva ime i prezime i puni identitet. Lokalno se ne poništava nego dobiva ulaznicu za svjetska tržišta.

Trendovi nisu dakle jednosmjerni?

Nisu. Tu informacije dodatno dobivaju na važnosti. Donedavno čak ni na internetu nije bilo ni spomena o istarskom tartufu. Danas dobro pripremljene međunarodne kulinarne prezentacije privlače elitnu svjetsku publiku i šire priču o Hrvatskoj kao izuzetno zanimljivoj gastronomskoj destinaciji.

Kakve su mogućnosti promocije nacionalnog prehrambenog identiteta?

Vrlo je zanimljivo i vrlo poučno to kako je sir i vrhnje postalo političkom temom, kako se pretvorilo u simbol opstojnosti nacionalnog identiteta. Sir i vrhnje pretvorili su se središnju nacionalnu gastro ikonu. Hoće li integracija u veću političku strukturu poništiti odlike regionalnog? Odgovor je vrlo jednostavan: hoće ako to sami dozvolimo. Pritom standardizacija i regulacija mogu poprimiti najrazličitije oblike. Mala i obiteljska mljekarstva mogu sama naći prolaz do zahtjevnih dijelova tržišta koristeći neke moderne demokratizirane informacijske kanale. Mogu se međusobno udruživati u klastere ili mogu tražiti partnerstvo s velikim kompanijama. Moje kolege i mene sve češće velike kompanije i mogući mali partneri pozivaju na suradnju pri osmišljavanju ovakvih projekata.

Radi se dakle o novome trendu?

Da. O vrlo važnom. Velike kompanije pozivaju poznate gastronome na suradnju. Od najbanalnijeg korištenja njihovog lika na ambalaži masovnih proizvoda do osmišljavanja novih proizvoda. Veliki kuhari sada i kod nas pripremaju i razvijaju recepte za konfekcijske prehrambene proizvode, primjerice za visokokvalitetna smrznuta gotova jela. Odabrali su niz jela iz naše tradicije, prilagodili recepture gastronomskom duhu vremena i novim tehnologijama prerade i pakiranja. I sami su gastronomi često iznenađeni kakvoćom proizvoda u kojima je iskustvo i pamet udruženo s modernim tehnološkim mogućnostima. Čak i najzahtjevnije ugostiteljstvo danas u svijetu koristi dobre konfekcionirane proizvode, poput primjerice konzerviranih jušnih temeljaca. To je čitava velika scena s iznimnim

mogućnostima zarada. Mali mogu utirati put velikima ili odmah zajedno krenuti. Otvaranje novih ili zaboravljenih tržišta danas je pred nama.

Na što konkretno mislite?

Prisustvovao sam svečanosti dodjeljivanja prvog certifikata Halal našem proizvođaču hrane. Radi se o potvrdi standarda proizvodnje koja otvara proizvođačima tržište islamskih zemalja. Tom je prigodom govornik podsjetio na dvije činjenice. Prvo kako je bivša Jugoslavija bila veliki izvoznik u islamske zemlje. Drugo kako je najveći dio izvezene robe i usluga poticao iz Hrvatske. Veliki segmenti tog tržišta danas su otvoreni za vrhunske prehrambene proizvode koji postižu na njima iznimno povoljne cijene. Naša tvrtka koja je prva stekla ovaj certifikat nudi proizvode koji se

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

62

INTERVJU
RENE BAKALOVIĆ
PROMOTOR HRVATSKE
GASTRONOMIJE

u potpunosti temelje na tradicijskim regionalnim recepturama. Njihov najveći problem je u tome što moraju brzo širiti svoje kapacitete kako bi zadovoljili rastuće zahtjeve.

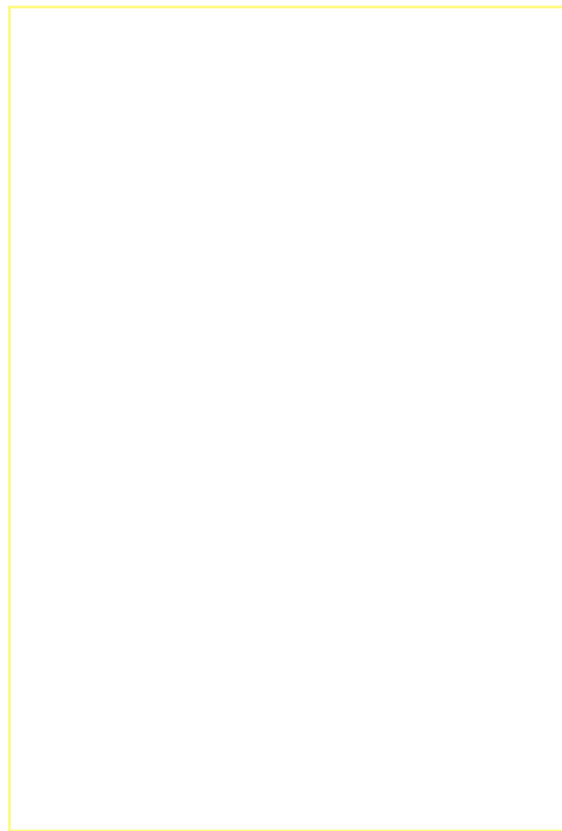
“Prehrambena forenzika” diže kvalitetu hrane. Što donosi globalizacija prehrane?

Dostupnost različitih vrsta hrane, ta demokratizacija globalizacijom ključ je novih odnosa u svijetu prehrane. Odjednom je ogroman broj ljudi koji je po platežnoj moći prešao prag egzistencijalnog minimuma, zatrpan ponudom hrane sa svih strana svijeta. Ta činjenica ima brojne pozitivne i negativne posljedice. Negativne pojave su prije svega upitna kakvoća masovno distribuiranih namirnica. Ponuda jeftine hrane na svjetskom tržištu

često uništava lokalnu tradiciju i na razini proizvodnje hrane i na razini navika konzumacije. Ovakvi trendovi srećom brzo izazivaju i sasvim suprotna djelovanja. Kakvoća namirnica sve se više ispituje i same metode i mjerni instrumenti dosižu nevjerojatnu razinu. Dolazimo do mogućnosti prave “prehrambene forenzike”. Kada im se daje komad mesa, stručnjaci mogu ustanoviti na kojem je točno pašnjaku krava pasla. Takve mogućnosti dokidaju razne manipulacije. Donedavno su mešetari, primjerice, mogli ostatke starog maslinovog ulja miješati s novom berbom, a sada se sve može vrlo precizno mjeriti i bez ovisnosti o subjektivnim organoleptičkim sudovima. Sorta, porijeklo, način prerade, njegovanje i odležavanja, sve su to precizno mjerljive činjenice.

VEGETA: NAJPOZNATIJA HRVATSKA MARKA PRODAJE SE U VIŠE OD 40 ZEMALJA SVIJETA

VEGETA JE U GOTOVO POLA STOLJEĆA ZADRŽALA PREPOZNATLJIVOST I ORIGINALNOST,
ALI SE UJEDNO PRILAGOĐAVA VREMENU I POTREBAMA POTROŠAČA. ZATO JE 2005.
NA TRŽIŠTE LANSIRANA VEGETA MEDITERAN, A 2006. VEGETA PIKANT



PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

63

PODRAVKIN
DODATAK JELIMA
OSVOJIO JE SVIJET

Vegeta je najpoznatija hrvatska marka i izvorni hrvatski proizvod koji se prodaje i na inozemnim tržištima u više od 40 zemalja svijeta. Vegeta je od malog lokalnog proizvoda postala uspješna marka zbog pozitivnog spleta funkcionalnih karakteristika proizvoda i emocionalnih iskustava koje vežu potrošače uz marku.

Značajnom porastu prodaje u 2006. godini na tržištu zapadne Europe, preoceanskih zemalja i Orijenta pridonio je rast prodaje Vegete u iznosu od 6 posto. Pri tome je najveći uspjeh postignut u prodaji Vegete u Australiji, budući da je novi proizvod tekuća Vegeta povećao prodaju Vegete u toj zemlji za 34 posto. Na većini Podravkinih strateških tržišta Vegeta je sinonim za cijelu kategoriju univerzalnih dodataka, jer je Podravka

još 1959. godine svojim proizvodom upravo kreirala novu kategoriju. Dugi niz godina Podravka je uz marku Vegeta upravljala i razvijala samu kategoriju, definirajući standarde marketinške komunikacije i tržišnog nastupa općenito.

Uspjeh marke Vegeta pokazuju i rezultati nezavisnih istraživačkih agencija pa je tako prema rezultatima istraživanja agencije Prizma krajem 2005. godine marka Vegeta na vodećoj poziciji među najjačim brandovima ove regije. Agencija Young & Rubicam objavila je rezultate s tržišta Poljske prema kojima je Vegeta na tom tržištu prije nekoliko godina proglašena jednom od marki s najvećim potencijalom rasta na tom tržištu. Vegeta je jedinstvena kombinacija povrća i začina nastala u Podravkinom istraživačkom laboratoriju prema taj-

nom receptu prof. Zlate Bartl i 1959. godine lansirana je na tržište. Danas je Vegeta nositelj inozemnih priznanja, nagradom Superbrand nagrađena je 2004. godine na tržištu Poljske, 2005. godine na tržištu Mađarske i Rusije i 2006. godine na tržištu Slovačke za marku Podravka pod kojom se prodaje na tom tržištu kao jedna od najjačih marki na tim strateškim tržištima i danas je svakako broj 1 za univerzalne dodatke jelima u Europi. Konstantne inovacije marke Vegeta na strateškim tržištima ne odnose se samo na nove proizvode, inovacije u pakiranjima, odnosno dizajnu, već i na nove marketinške poruke, inovirane koncepte taktičkih marketinških aktivnosti, novi pristup politici i slično. Podravka konstantno ulaže u razvoj i unapređenje Vegeta proizvoda i njezinih pakiranja pa je kroz godine potroša-

čima nudila različita nova i inovativna pakiranja, a posebna pažnja poklanja se dizajnu ambalaže kojeg čine danas prepoznatljivi elementi: plava boja, povrće te lik kuhara. U proljeće 2005. godine odjenula je novo ruho – osvježeni i modernizirani dizajn ambalaže. Inovativnost na području razvoja novih proizvoda rezultirala je dvama novim proizvodima u vrlo kratkom razdoblju – 2005. godine Vegeta Mediteran, univerzalni dodatak jelima temeljen na povrću i raznovrsnim mediteranskim biljem koji obogaćuje jela mediteranske kuhinje i 2006. godine Vegeta pikant, univerzalni dodatak koji svojom kombinacijom povrća i začina daje pikantan, ali s mjerom začinjeno okus. Osvojiti srca potrošača nije bilo lako, a djelomično je to rezultat kvalitete i upotrebne vrijednosti samog proizvoda, ali i dugoročne marketinške prisutnosti na

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

64

PODRAVKIN
DODATAK JELIMA
OSVOJIO JE SVIJET

tržištu. Vegeta je prisutna u medijima i komunicira s potrošačima još od 1974. godine, kada je započelo emitiranje kulinarskog TV showa “Male tajne velikih majstora kuhinje” u kojem je poznati kuhar pripremao jela s Vegetom i prenosio različite kulinarske recepte publici. Ta godina ujedno i obilježava početak marketinške komunikacije Vegete kojom se potrošače educiralo da s jednom žlicom Vegete mogu pripremiti bogato i ukusno jelo. Tijekom godina Vegeta je prisutna u raznim oblicima komuniciranja – na televiziji, tisku, radiju, različitim eventima i slično. Podravka veliku pažnju pridaje educiranju potrošača o proizvodima i širini upotrebe pa su tako uvijek tražene Vegetine knjižice recepata koje potrošači mogu osvojiti sudjelovanjem u akcijama na prodajnim mje-

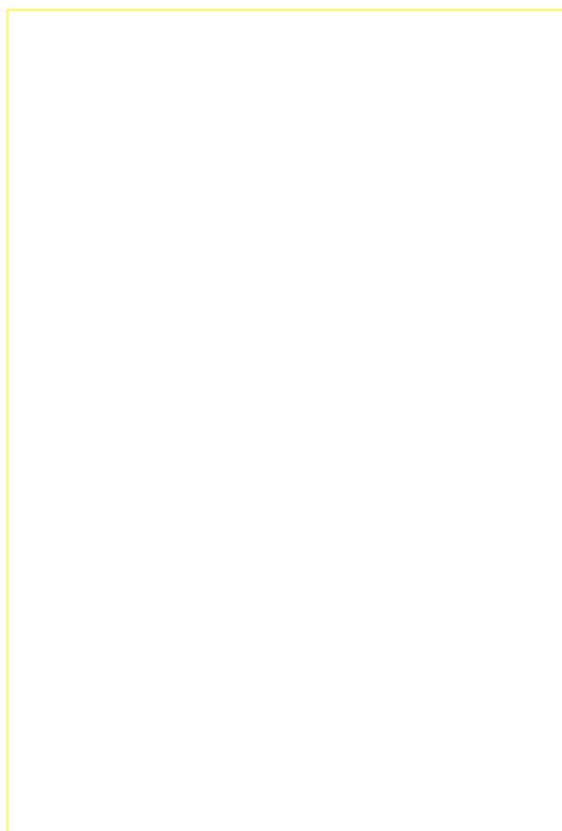
stima ili neke kasnije i kupiti u slobodnoj prodaji. Temeljni smisao akcija na prodajnim mjestima je nagrađivanje lojalnosti potrošača raznovrsnim promotivnim nagradama, ali i ujedno edukacija o inovacijama, novim proizvodima i novim smjerovima upotrebe proizvoda.

Stvari koje niste znali o Vegeti

- prodaje se na 5 kontinenta
- na tržište je lansirana pod nazivom “Vegeta 40” koje je kasnije promijenjeno u Vegeta
- plava boja Vegete predstavljala je revoluciju u prehrambenoj industriji
- dostupna je za kupnju preko najveće internetske trgovine Amazon.com

PODRAVKA JUHE: PROIZVOD PRISUTAN NA PET KONTINENATA

PROŠLOGODIŠNJIM REDIZAJNOM AMBALAŽE NAGLAŠENO JE DA PODRAVKA PREPOZNAJE ŽELJE I POTREBE POTROŠAČA ZA MODERNIM I ATRAKTIVNIM TE ISTOVREMENO PRAKTIČNIM PROIZVODIMA KOJI IM U SVAKOM TRENUTKU MOGU ZADOVOLJITI ŽELJU ZA KVALITETNIM TE NADASVE UKUSNIM PROIZVODIMA



PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

65

PODRAVKA
JELA

Podravka jela konstantno šire svoj asortiman visokokvalitetnih i praktičnih proizvoda koji istodobno ostavljaju prostor za kulinarsku maštovitost. Cjelokupni se asortiman sastoji od 230 različitih proizvoda, prilagođenih potrebama kupaca u čak 37 zemalja svijeta. Poslovni program Podravka jela obuhvaća: Podravka juhe u vrećicama i kockama, instant juhe Fini-Mini, polugotova jela na bazi tjestenine s umacima pod markom Talianetta, Fant umake, gastro asortiman juha, bujona, temeljaca i umaka te dodatke juhama i špagete milaneze. Prošle je godine proveden projekt redizajna ambalaže sa željom da se postigne novi, moderan i osvježen izgled proizvoda na polici. Također, redizajnom ambalaže želi se naglasiti da Podravka prepoznaje želje i potrebe potrošača

za modernim i atraktivnim te istovremeno praktičnim proizvodima koji im u svakom trenutku mogu zadovoljiti želju za kvalitetnim te nadasve ukusnim proizvodima.

Promatrano po grupama proizvoda, kategorija Podravka jela u 2006. godini ostvarila je na tržištu Hrvatske porast prodaje od 4 posto, dok je rastu na tržištu istočne Europe kategorija Podravka jela doprinijela organskim rastom od 11 posto.

Ideja o proizvodnji juha u Podravki razvila se početkom 50-ih godina, a u uvođenju proizvodnje juha u Podravku sudjelovala je prof. Zlata Bartl 1957. godine, kada su iz laboratorija izašle prve četiri juhe koje su te godine predstavljene na jesenskom Zagrebačkom velesajmu. Narednih se godina radilo na razvoju i uvođenju novih juha, tako da je

proizvodnja napredovala od improvizirane proizvodnje do kupnje prvog stroja za briketiranje juha 1959. godine. Prva Podravkina kokošja juha pod imenom “Zlatka” značajna je po ambalaži na kojoj se nalazio pijetao. Deset novih juha predstavljenih na Zagrebačkom velesajmu 1964. godine osiguralo je Podravki prvo mjesto u proizvodnji jušnih koncentrata u bivšoj Jugoslaviji. Te je godine osvojila pet medalja za svoje juhe. Danas se juhe proizvode pod brandom “Podravka jela” i ima ih 33 u asortimanu. Najnovija Podravkina juha na tržištu je Krem juha od sira 70 g, a najstarija je Kokošja juha s tjesteninom 62 g koja je ujedno lider na domaćem, ali i na stranim tržištima. Podravkine juhe izvoze se na pet kontinenata, a Podravka juhe u kocki također su prisutne gotovo u cijelom svijetu. Podravka u svom asortimanu juha u vrećici

camu nudi vrlo zanimljive, raznolike i bogate okuse u širokoj paleti Podravka bistrih juha, krem juha i Bambino juha namijenjenih djeci.

Fini-Mini instant juhe prikladne su za potrošnju u različitim prilikama i na različitim mjestima. Sve što je potrebno su Fini-Mini juha, šalica, vruća voda i minuta do dvije. Asortiman čine bistre i krem juhe u vrećicama.

Pod markom Talianetta Podravka je pretočila poznate recepte internacionalne kuhinje na bazi tjestenine u topao i ukusan obrok za dvije osobe. Asortiman čini devet različitih polugotovih jela na bazi tjestenine, koja su pripremljena za 5 do 15 minuta. Podravkinu paletu gotovih jela čine predstavnici poznatih svjetskih kuhinja. Visokokvalitetni sastojci, samo odabrani komadići mesa i povrća jamče kvalitetan obrok

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

66

PODRAVKA
JELA

svježega i izvrsnoga okusa. Moderna tehnologija obrade pri visokim temperaturama osigurava produženu trajnost proizvoda, izvornu punoću okusa i mirisa i potpunu sigurnost za potrošača u uvjetima držanja na sobnoj temperaturi. Asortiman Podravka jela prilagođen je zahtjevima vegetarijanske prehrane. Zbog jednostavne i univerzalne primjene osobito velika i važna pomoć u modernoj kuhinji su Podravka kocke. Podravka kocke pomažu u pripremi ukusnih i ekonomičnih jela, počevši od predjela, umaka, variva, tjestenina, jela od riže, krumpira pa do mesnih jela i složenaca. Konstantnim inoviranjem asortimana i promotivnim aktivnostima, marka Podravka postala je sinonim za prehrambene proizvode, sinonim za hranu.

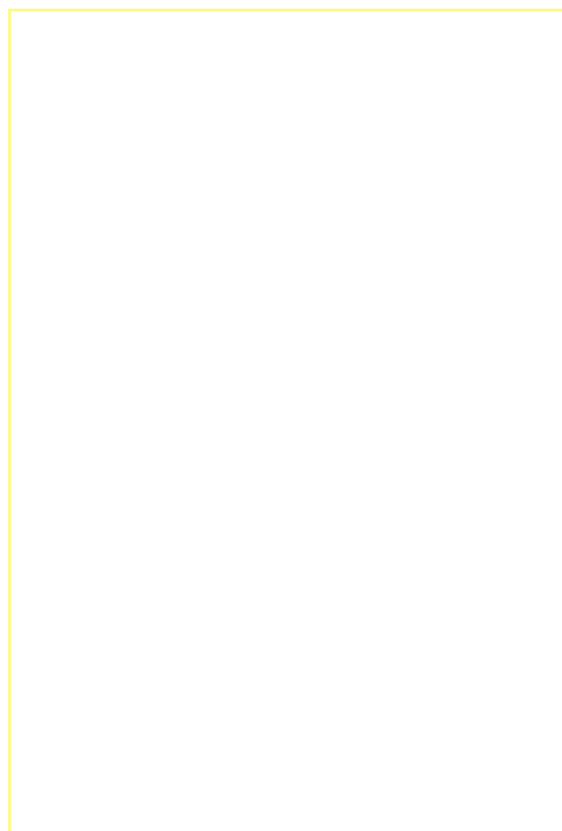
PODRAVKA JUHE U BROJKAMA

53 vrste juha na domaćem tržištu i još 20 vrsta za gastro tržište; 130 vrsta proizvoda – ukupni asortiman Podravka jela na domaćem tržištu; gotovo 90 vrsta juha na svim tržištima i još 27 vrsta za gastro tržište; više od 10 posto stopa porasta prodaje u posljednje 3 godine; 48 posto potrošača u Hrvatskoj Podravku povezuje uz juhe.

Dvaput oko Zemljine kugle – Godine 1992. od pripremljenih tanjura Podravka juha (115 milijuna komada prodanih količina na domaćem tržištu) mogla se opasati polovica Zemljine kugle, a 2002. godine ta je količina učeterostručena na 450 milijuna tanjura.

2006. – GODINA NOVIH LINO PROIZVODA

PROIZVODI POD MARKOM LINO IZVOZE SE U VIŠE OD 20 ZEMALJA SVIJETA TE IMAJU LIDERSKU POZICIJU U HRVATSKOJ I OSTALIM ZEMLJAMA JUGOISTOČNE EUROPE. U KATEGORIJI DJEČJA HRANA, SLASTICE I SNACK U 2006. GODINI POSTIGNUT JE NAJVEĆI PORAST PRODAJE OD 7 POSTO



PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

67

PRIRODNA
I ZDRAVA LINO
DJEČJA HRANA

Lino je jedna od najprepoznatljivijih Podravkinih marki. Obuhvaća asortiman dehidrirane dječje hrane, a proizvodi pod markom Lino izvoze se u više od 20 zemalja svijeta te imaju lidersku poziciju u Hrvatskoj i ostalim zemljama jugoistočne Europe. Proizvodi pod markom Lino vrlo su poznati i od potrošača percipirani kao visokovrijedni i kvalitetni proizvodi te je Lino apsolutni tržišni lider na tržištima bivše Jugoslavije. Upravo je u kategoriji Dječja hrana, slastice i snack postignut najveći porast prodaje od 7 posto u 2006. godini. Iste godine na tržište je lansiran novi proizvod Lino dječja hrana s prebiotikom.

Lino dječja hrana sadrži pahuljice od žitarica s raznolikim dodacima, prilagođene ukusu djece. Bogate su mineralima

i vitaminima neophodnim za rast i razvoj djeteta, bez konzervansa, umjetnih boja i ostalih aditiva. Omiljeni proizvodi su Čokolino, Lješnjak Čokolino, Keksolino, Frutolino, Medolino i Rižolino.

Lino asortiman nudi mliječne proizvode (pripremaju se s vodom, ali po ukusu potrošača i s mlijekom) i bezmliječne proizvode (pripremaju se s mlijekom). Priprema Lino obroka je brza i jednostavna – bez kuhanja! Dovoljno je pahuljice preliti mlijekom ili vodom i djeca mogu uživati u svojoj omiljenoj poslastici.

Početak proizvodnje dječje hrane u Podravki datira iz 1970. godine. U samim počecima proizvodi su bili pod licencom njemačkog partnera Dr Ritter & Co. Koeln. Aurora je bila

robna marka za dječju hranu, ali i za proizvode od brašna i na bazi brašna. Podravka je tek kasnije postala robnom markom dječje hrane. Na svakom od proizvoda nalazio se simpatičan medvjedić koji je do danas ostao dio identiteta robne marke Lino. Zanimljivo je da ime Čokolino nije došlo od riječi “čoko” i medvjedića “Lino”. To je ime zajedno s ostalima spretno kreirano 70-ih godina, tako da je svakoj vrsti kaše (Čoko-, Medo-, Fruto-, ...) dodan sufiks “lino”. On u početku nije ništa značio. Bio je samo lijepi završetak imena proizvoda. Tek kasnije, 80-ih godina, medvjedić dobiva, po tom nastavku, ime “Lino”.

Potrošači još od samih početaka preferiraju čokoladni okus proizvoda pa je Čokolino postao jedna od najjačih regionalnih robnih marki. Osim tog proizvoda valja spomenuti

i ostale: Čokolino, Lješnjak Čokolino, Frutolino, Keksolino, Rižolino, Stracciatella, Karamelino, Grisolino, Medolino i Medolino extra. Tu je i Lino dječja hrana s prebiotikom – proizvodi na bazi riže i kukuruza. Obje žitarice se lako probavljaju i dobro djeluju na crijevnu floru. U svom sastavu nemaju glutena – visokoalergenog proteina u sastavu većine žitarica, kojeg ne bi trebalo prerano uvoditi u prehranu djeteta. Poznate su po tome što izuzetno rijetko izazivaju alergije. Okusi su Riža kukuruz, Riža s bananom i jabukom, Riža s 5 vrsta voća i Kukuruz.

ČOKOLINO

Robna marka Čokolino je definirana i lansirana na tržište početkom 2006. u kategoriji žitarica za doručak (Čokolino

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

68

PRIRODNA
I ZDRAVA LINO
DJEČJA HRANA

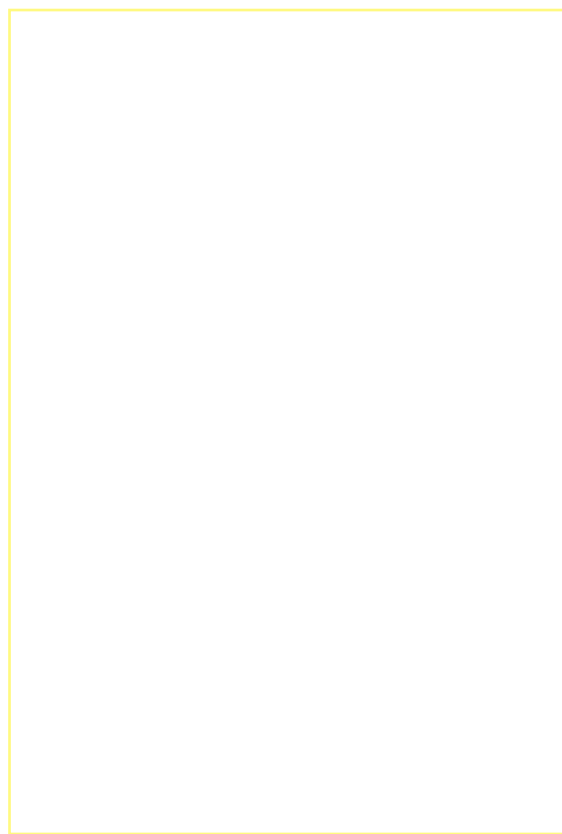
Crunch i Čokolino MAXI). Međutim, u svijesti potrošača Čokolino je prepoznatljiv zbog svoje povijesti te je kao takav pridonio uspješnom lansiranju Čokolino žitarica za doručak na tržište. Čokolino je postao sinonimom za sve što je čokoladno. Proizvodi pod robnom markom Čokolino imaju okus prave čokolade, a visokokvalitetni sastojci čine ih ukusnim, prirodnim i hranjivim. Jednostavni su za pripremu, a atraktivna ambalaža čini ih cool i zabavnima.

Čokolino žitarice savršen su obrok za djecu, pružaju užitek u omiljenom čokoladnom okusu. Ukusne, prirodne, hranjive, obogaćene vitaminima, željezom i kalcijem, bez umjetnih aditiva i konzervansa, jednostavne za pripremu, opremljene zabavnim i interaktivnim sadržajima. Čokolino

žitarice prisutne su na tržištima Hrvatske, Slovenije, Srbije, Bosne i Hercegovine, Crne Gore, Makedonije i Kosova. Asortiman čine Čokolino Crunch, Čokolino Maxi te Čokolino kremni namaz.

STRATEŠKI PROIZVODI IZ LIPIKA

STUDENA SE PRI PUNJENJU U BOCE NE KONZERVIRA TE JE UPRAVO ZBOG TOGA JEDAN OD NAJZAHTJEVNIJIH
PROIZVODA U CIJELOM PODRAVKINOM ASORTIMANU. NJEZINA KONTROLA PROIZVODNJE,
KVALITETE I ZDRAVSTVENE ISPRAVNOSTI VRŠI SE IZ SATA U SAT



PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

69

STUDENAC
I STUDENA

Mineralna voda, izvorska voda i ostali proizvodi Podravkine tvornice u Lipiku jedan su od strateških proizvoda. U strukturi prodaje Grupe Podravka u 2006. godini strateško poslovno područje Prehrana i pića sudjeluje s 83 posto, pri čemu je Podravka u grupi Pića ostvarila porast prodaje od 1 posto.

Čista i hladna izvorska voda Studena probija se na površinu između granitnih stijena Psunja na izvoru Bukovac. Kao i mineralna voda Studenac, Studena je sačuvala prirodnu čistoću u dubini zemlje, a analizama Instituta Ruđer Bošković iz Zagreba potvrđeno je da ne postoji prihranjivanje od kišnice. Analizom je dokazano da je voda ušla u podzemlje prije 7600 godina pa je to garancija čistoće prirodne

izvorske vode Studena od suvremenih zagađenja. Studena se pri punjenju u boce ne konzervira te je upravo zbog toga jedan od najzahtjevnijih proizvoda u cijelom Podravkinom asortimanu. Njezina kontrola proizvodnje, kvalitete i zdravstvene ispravnosti vrši se iz sata u sat te zahtijeva poseban tretman, a primjena najsuvremenije tehnologije punjenja Studene te sustavi analize opasnosti i kritičnih točaka (HACCP sustav) garancija su njene zdravstvene ispravnosti i kvalitete. Povijest mineralne vode s područja Lipika i okolice počinje za vrijeme plemena Jasi, a pretpostavlja se da su je koristili i stari Rimljani. Prvi pisani trag o mineralnoj vodi i njenom korištenju pojavio se 1708. godine. Punionica mineralne vode prelazi u sastav Podravke 1970. godine i poznata je kao

“Prirodna mineralna voda”, dok svoj naziv “Lipički studenac” dobiva 1973. godine. Tijekom Domovinskog rata punionica je većim dijelom uništena, ali je već polovicom srpnja 1992. godine proradila kao prva obnovljena tvornica na oslobođenoj teritoriji Hrvatske. Godine 1998. prirodna mineralna voda dobiva naziv “Studenac”, a na tržište izlazi i čista izvorska voda Studena. Studena je prirodna izvorska voda koja se po svojim balneokemijskim svojstvima, odnosno sadržaju minerala može svrstati u kalcij-magnezij-hidrogenkarbonatnu hladnu izvorsku vodu. Idealna je za svakodnevnu upotrebu zbog svog sastava koji odgovara najstrožim zahtjevima kvalitete postavljene od strane EU. Osim iz staklenih i PET boca, Studena se danas pije i iz mnoštva cooler aparata. Studena je danas najrasprostranjenija voda u pakiranjima od

18,9 litara u Hrvatskoj, toči se iz više od 30.000 cooler aparata. U Lipiku se na bazi izvorske vode Studena proizvodi i Studena s okusom jabuke, jagode, limuna te kruške i jabuke pod nazivom Studena sport, kao i Studena ledeni čajevi u četiri okusa. Mineralna voda Studenac sadrži veliku količinu otopljenih minerala i kao takva dobra je kod nadoknade tekućine izgubljene kod većih fizičkih napora. Šarolikost punjenja u staklene i PET boce omogućuje izbor uživanja. Studenac je sačuvao svoju prirodnu čistoću, a analizama Instituta Ruđer Bošković iz Zagreba potvrđeno je da ne postoji prihranjivanje od kišnice. Analizom je dokazano da je voda ušla u podzemlje prije više od 37.000 godina pa je to garancija čistoće vode od suvremenih zagađenja.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

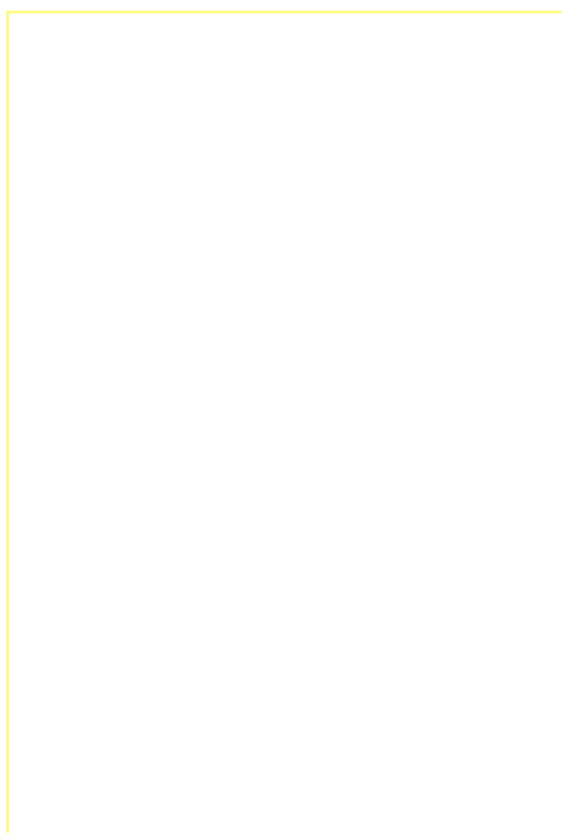
70

STUDENAC
I STUDENA



VISOKA KVALITETA MESNIH PROIZVODA ZA IZVOZ U SVE ZEMLJE SVIJETA

CJELOKUPAN PROCES OD KONTROLE SIROVINA, AMBALAŽE, PROIZVODNOG PROCESA DO GOTOVOG PROIZVODA
OD SAMOG JE POČETKA POD APSOLUTNOM KONTROLOM, A OSIM U KOMPANIJI NADZIRE
SE I U NEOVISNIM VANJSKIM LABORATORIJIMA



PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

71

PODRAVKINA
MESNA INDUSTRIJA
DANICA D.O.O.

Podravkina mesna industrija posjeduje izvozni broj HR139 pod kojim već više od dvadeset i pet godina izvozi na tržišta širom svijeta. Promatrano po grupama proizvoda, kategorija Meso i mesni proizvodi u 2006. godini ostvarila je porast prodaje od 4 posto. Trenutačno je jedna od tri hrvatske mesne industrije koja ima dozvole nadležnih službi za izvoz u sve zemlje svijeta, a sada izvozi u njih dvadesetak. Osim u zemljama Europske unije i SAD-a, Daničin su mesni asortiman upoznali i potrošači s područja bivše Jugoslavije, Australije, Švicarske i Grčke. Polovinu izvoza čini izvoz mesnih konzervi na bazi govedine, pri čemu je vodeći proizvod Goveđi gulaš te je u razvoju izvoz kobasičarskih proizvoda na tržište zemalja Europske unije. Podravkina

mesna industrija Danica od listopada 2006. godine može se pohvaliti i novim linijama za pakiranje. Riječ je o dvije nove automatske linije za pakiranje mesnih konzervi i Goveđeg gulaša, u vrijednosti oko osam milijuna kuna što je najveće ulaganje u mesnu industriju u posljednje dvije godine.

Odjel za kontrolu kvalitete jamči da u proces proizvodnje ulazi zdravstveno ispravna sirovina, u skladu s visokim standardima koje je potvrdila Inspekcija Europske unije i Inspekcija Ministarstva poljoprivrede SAD-a.

Početakom 2006. godine provedena je velika komunikacijska kampanja Podravkine mesne industrije pod nazivom "U okusu je tajna". U fokusu je bio lider proizvod u grupi

trajnih kobasičarskih proizvoda i nositelj znaka “Hrvatska kvaliteta” Čajna kobasica. U kampanji su zastupljeni i drugi proizvodi iz Podravkinog mesnog asortimana poput Zimske salame, Kraškog vrata i Šunke u ovitku. Kampanja je rezultirala pobližim upoznavanjem potrošača s Podravkinom mesnom industrijom, njezinim širokim asortimanom proizvoda, kao i vrhunskom kvalitetom mesnih proizvoda.

Podravkina mesna industrija posjeduje certifikat HALAL. Riječ je o certifikatu koji označava da su proizvodni procesi i proizvodi usklađeni s prehrabnim standardima ljudi islamske vjeroispovijesti. Certifikat su Podravki uručili predstavnici Mešihata Islamske zajednice u Hrvatskoj, koji je na području naše zemlje ovlašten za njegovo izdavanje.

Ovaj certifikat još je jedan dokaz kvalitete na području Podravkinog mesnog programa. Naime, Podravkina je mesna industrija primila certifikat ISO 9000:2001 za kvalitetu u poslovanju, produžen je certifikat američke Inspekcije za izvoz na tržište SAD-a, dok su proizvodi Goveđi gulaš i Čajna kobasica primili priznanja kvalitete “Izvorno hrvatsko”, odnosno “Hrvatska kvaliteta”. Znakovi “Izvorno hrvatsko” i “Hrvatska kvaliteta” znakovi su koje potrošači prepoznaju i cijene, to su znakovi koji ulijevaju povjerenje i garancija su nepromjenjivosti kvalitete.

Razgranata distributivna mreža s centrima u Splitu, Rijeci, Zagrebu, Rovinju, Zadru i Osijeku pozitivno utječe na dostupnost proizvoda Podravkine mesne industrije u trgovinama svake hrvatske regije.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

72

PODRAVKINA
MESNA INDUSTRIJA
DANICA D.O.O.

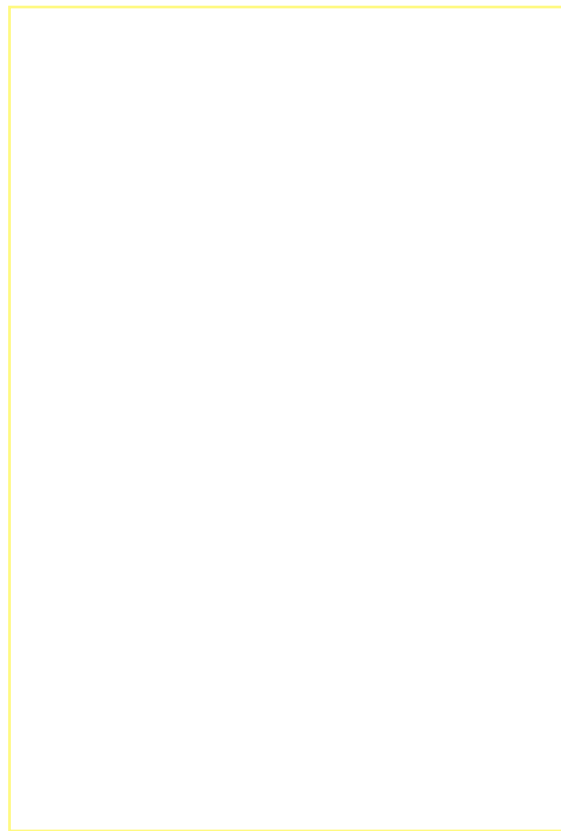
ŠEST PROIZVODNIH PROGRAMA

1. rasijecanje i prerada mesa
2. proizvodnja obarenih i polutrajnih kobasičarskih i suhomesnatih proizvoda
3. proizvodnja trajnih kobasičarskih i suhomesnatih proizvoda
4. proizvodnja peradarskih proizvoda
5. proizvodnja mesnih konzervi
6. proizvodnja smrznutih oblikovanih proizvoda

DOLCELA

“SLATKI DODIR FANTAZIJE”

MARKU DOLCELA ČINE PRIPOMOĆI ZA PEČENJE, DESERTI I MJEŠAVINE ZA KOLAČE.
NAJPRODAVANIJI PROIZVOD IZ ASORTIMANA DOLCELE U 2006. GODINI BIO JE PUDING VANILIN



PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

73

PODRAVKIN
SLATKI PROGRAM

Nakon dugogodišnje suradnje i licencnog odnosa s “Dr. Oetkerom” te nakon prijelaznog razdoblja od godinu dana, 1998. godine slatki program Podravke izlazi na tržište pod markom Dolcela i to paralelno na hrvatskom i mađarskom tržištu. U početku se krenulo s nekoliko proizvoda, a s vremenom se proširivala paleta proizvoda i sada marku Dolcela čini nekoliko grupa proizvoda: pripomoći za pečenje (vanilin šećer, prašak za pecivo, šlag kreme, preljev za torte...), deserti (pudinzi, šlag pjene) i mješavine za kolače (Princes uštipci, Krema za kremšnite...). Ovi proizvodi se osim na tržištu Hrvatske prodaju i na tržištima bivše Jugoslavije – Bosni i Hercegovini, Sloveniji, Makedoniji, Srbiji, Crnoj Gori, Kosovu i nešto manje u SAD-u, Australiji, Švedskoj i

Švicarskoj. Dolcelini proizvodi prate trend niskokaloričnih proizvoda, oni su lagana slastica koja se može pripremiti od osnovnog recepta koji se nalazi na ambalaži do regionalnih specijaliteta, ovisno o mašti i želji onog koji priprema slasticu. Još jedna karakteristika ovih proizvoda je svakako brza i jednostavna priprema od praška do deserta. Dolcela nudi proizvode brze i jednostavne pripreme koje mogu pripremati i vješte domaćice, koristeći svoju kreativnost i maštu, ali i oni koji vole slatko, a nisu veliki znalci u pripremi slastica. U Dolcelinim proizvodima može se uživati u svakoj prilici, jer od deserta do slastica Dolcela nudi sve što treba kako bi u svoje slatke kreacije umiješali malo mašte. Najprodavaniji proizvod iz asortimana Dolcele u 2006. godini bio je Puding

vanilin. Priča kaže da je puding u srednjem vijeku izumio šaljivčina Jack Pudding. No, kulinarska povijest bilježi da su Francuzi slično nazivali sve kuhano, a Englezi su ime “pudding” rezervirali samo za fine slastice kuhane na pari. Tek sredinom dvadesetog stoljeća priprema pudinga postaje vrhunski jednostavnom, a puding jednom od najomiljenijih slastica na svijetu. Njegovoj slavi pridonosi i Dolcela, darujući pudinge s već znanim ukusnim aromama vanilije, čokolade, jagode, maline, kakaa i lješnjaka. Ostali Dolcelini deserti su Panna cotta, Tiramisu i Šlag pjene (priprema s vodom i priprema s mlijekom). Valja istaknuti još osam vrsta pripomoći za pečenje (Šlag kreme, Vanilin šećer, Prašak za pecivo, Šlag fix, Preljev za torte, Gussnel, Želatina i Želin)

te sedam atraktivnih mješavina za kolače (Princes uštipci, Krema za kremšnite, Krema za torte, Parfe krema, Parfe krema čokolada, Jogurtina i Cmok).

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

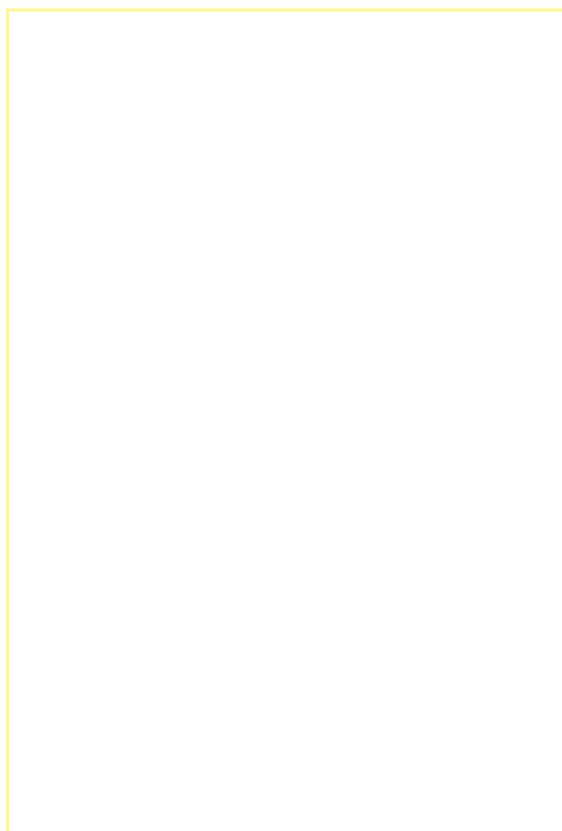
74

PODRAVKIN
SLATKI PROGRAM



TORTILJE OBOGATILE ASORTIMAN KVIKIJA

UKUSAN I HRSKAVI ZALOGAJ OD KUKURUZNOG BRAŠNA NA HRVATSKOM TRŽIŠTU JE OD KRAJA 2006.
PRISUTAN U TRI OKUSA. SLANI, LJUTI (POPULARNI ČILI) TE SIR, NESUMNJIVO ĆE ODUŠEVITI
I NAJZAHTJEVNIJE GURMANE SLANIH GRICKALICA



PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

75

KVIKI
MARKA ZA SNACK

Proizvode iz asortimana Kviki karakterizira dugogodišnja tradicija kako na hrvatskom tržištu, tako i na tržištu jugoistočne Europe. Na tržištu su prisutni od davne 1974. godine, a na prvoj proizvodnoj liniji proizvodili su se štapići, a kasnije i pereci, ribice, dukat, koktel, kikiriki i kokice. Slano trajno pecivo proizvodi su proizvedeni na tradicionalan način (miješanje tijesta, pečenje), pečeni su, a ne prženi u masnoći. Pečenje osigurava punoću okusa, garantiran prepoznatljiv okus i kvalitetu proizvoda. Kvalitetna ambalaža jamči prhkost i svježinu proizvoda tijekom cijelog vijeka trajanja. Kviki proizvodi izvrsnog su okusa, mogu se podijeliti i uživati u bilo kojem trenutku, bilo gdje, s prijateljima i članovima obitelji. Njihova kreativna raznolikost na neočekivane načine donosi okus i

kakvoću od kojih rastu zazubice, zbog kojih imate potrebu grickati i grickati... Najprodavaniji proizvod iz Kviki asortimana u 2006. godini je Kviki gric pakiran u vrećicu od 50 g. Novost u asortimanu Kvikija je svakako ulazak u novu potkategoriju i lansiranje tortilja, koje su uvedene na tržište krajem 2006. godine. Ukusan i hrskavi zalogaj, napravljen upravo od kukuruznog brašna na hrvatskom tržištu je prisutan u tri okusa. Slani, ljuti (popularni čili) te sir, nesumnjivo će oduševiti i najzahtjevnije gurmane slanih grickalica. Sami proizvodi zamišljeni su da zadovolje istančan okus hrvatskih potrošača. Za one koji paze na svoju tjelesnu težinu Podravka ima sjajnu vijest. Sadržaj masti u Podravka tortilja čipsu znatno je manji od sadržaja masti u regularnom čipsu.

PODRAVKA KUPILA MARKU EVA

MARKA EVA JE MEĐU RIJETKIM DOMAĆIM MARKAMA S VRLO VISOKOM PREPOZNTLJIVOŠĆU
U HRVATSKOJ I DRŽAVAMA S PROSTORA BIVŠE JUGOSLAVIJE

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

76

ULAZAK NA
TRŽIŠTE RIBLJIH
KONZERVU

Tržište ribe od 2006. godine novost je u Podravkinom poslovanju, otkako je Podravka prepoznala potencijal te kategorije i krajem godine kupila marku Eva od zadarske tvrtke Adria kako bi proširila svoj portfelj kategorija. Marka Eva je među rijetkim domaćim markama s vrlo visokom prepoznatljivošću u Hrvatskoj i državama s prostora bivše Jugoslavije na kojima drži vrlo jake pozicije koje su postignute kroz dugogodišnji rad i razvoj marke te konstantnu razinu kvalitete.

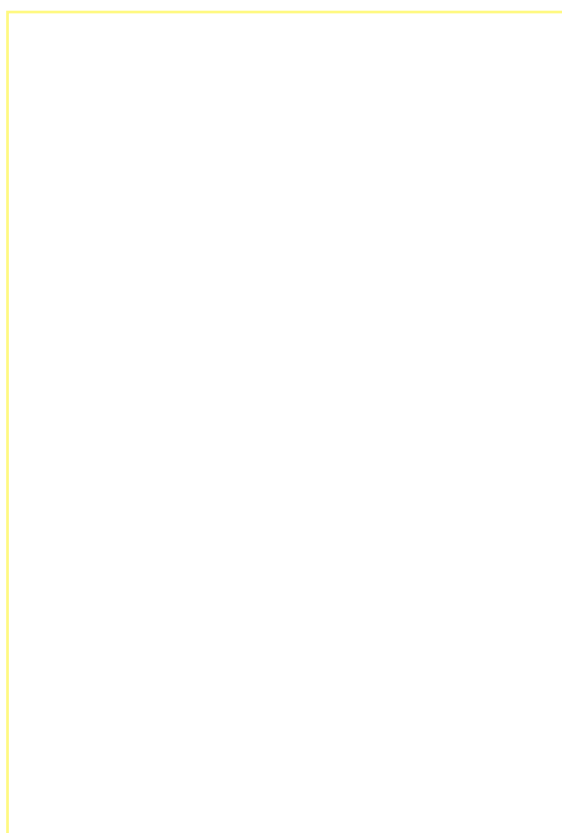
U ovoj regiji Eva je prisutna već dugi niz godina, ali nakon raspada Jugoslavije na njoj se nije značajnije radilo, tako da je marka uslijed stalnog pritiska konkurenata počela zaostajati za tržištem po pitanju asortimana, dizajna i inovacija. Podravkin cilj je s markom Eva, na tržištima Hrvatske i jugoistočne

Europe, postati vodećom kompanijom koja će zadovoljiti potrebe potrošača u području ribljih konzervi kao i ostalim proizvodima od ribe.

Zaštitni znak marke je morž koji je prepoznatljiv i doprinosi pozitivnom imidžu marke Eva. Morž budi pozitivne emocije jer ga potrošači percipiraju kao dobroćudnog, simpatičnog, pouzdanog i sigurnog te povezanog s morem i ribom. Slogan marke, "Eva. Iz srca mora." nositelj je komunikacije prema potrošačima, povezujući marku Eva s Podravkom, asocirajući na srce kao prepoznatljiv Podravkin znak.

PRODAJA NA HRVATSKOM TRŽIŠTU PORASLA 19 POSTO

MEĐU 120 PROIZVODA SU SLADOLEDI, ZAMRZNUTO POVRĆE I POMMES FRITES, GOTOVA JELA,
SLASTICE I PEKARSKI PROIZVODI, A NAJVEĆI RAST PRODAJE, OD ČAK 46 POSTO,
LANI JE ZABILJEŽILO ZAMRZNUTO POVRĆE



PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

77

PODRAVKA
ZAMRZNUTI
PROIZVODI

Podravka je ušla u segment zamrznutih proizvoda 2002. godine prepoznavši u ovim visokorastućim kategorijama potencijal rasta. Prošle godine ovaj poslovni program obuhvaćao ukupno 120 proizvoda: sladoled (ugostiteljski, obiteljski i impulsni), zamrznuto povrće i pommes frites, gotova jela, slastice i pekarske proizvode. Porast prodaje 2006. godine na hrvatskom tržištu iznosio je 19 posto u odnosu na prodaju 2005. godine, a najveći porast prodaje bilježi se u grupi Povrće, pri čemu je zabilježen porast prodaje od 46 posto.

Asortiman je 2006. godine proširen sa sedam novih proizvoda: dva mixa povrća, sladoled u čaši, tri pekarska proizvoda i desert. Podravka sladoled ima 43 posto udjela u pro-

daji cjelokupnog Podravka zamrznutog programa. Iako u strukturi prodaje Podravka sladoleda ugostiteljski sladoled čini 65 posto, visoki rast prodaje bilježi obiteljski sladoled, naročito zahvaljujući proširenju asortimana sa sladoledom u kadicama.

Podravka zamrznuto povrće i pommes frites čine 36 posto prodaje Podravka zamrznutog programa, a Mladi grašak je top 1 artikl u prodaji cjelokupnog Podravka zamrznutog asortimana. Posebno su dobro prihvaćeni od strane potrošača i Podravka mixevi povrća i to Kraljevski mix, Povrće za francusku salatu i Raskošni mix.

Zahvaljujući visokoj kvaliteti proizvoda, inoviranju asortimana prema zahtjevima potrošača kao i prepoznatljivoj

komunikaciji, originalnim receptima na poleđini ambalaže, nagrađivanjem potrošača na prodajnim mjestima, degustacijama, Podravka zamrznuti proizvodi bilježe porast tržišnog udjela i poznatosti marke.

Podravkini obiteljski sladoledi u kadicama i čašama fine su kremaste strukture i karakterističnog mliječnog okusa u 11 kombinacija. Podravka nudi i bogatu paletu ugostiteljskog sladoleda raznih osvježavajućih okusa. Program upotpunjavaju impulsni sladoledi presvučeni hrskavom čokoladom na štapiću Limač i Roly ili u čašici te Hippy zamrznuti vodeni deserti na štapiću.

Od zamrznutih slastica treba spomenuti torte Tiramisu i Mozart, Šlag Podravka, Deserte Tiramisu i Schwarzwald te Podravka Dolcela pite – Mađaricu i Medenu pitu. Podravka

zamrznuto povrće spada u skupinu proizvoda koji se odlikuju bogatstvom hranjivih tvari, naročito visokim sadržajem prirodnih vitamina i minerala, koji uglavnom potječu iz plodova biljaka te time izravno utječu na fizičku i mentalnu kondiciju čovjeka. Povrće je pažljivo odabrano prema sortnim karakteristikama i stupnju zrelosti kako bi se dobila zadovoljavajuća kvaliteta smrznutih proizvoda, a zatim je obrađeno najsuvremenijim postupcima zamrzavanja - Individually Quick Frozen (IQF) – po vrlo strogim pravilima i u uvjetima koji osiguravaju maksimalno očuvanje kvalitete. Povrće predstavlja izrazito bitnu, a po mnogima i najvažniju skupinu namirnica te bi u kvalitetnoj i zdravoj prehrani trebalo biti uključeno svakodnevno, a vrhunski prerađeno Podravka zamrznuto povrće predstavlja apsolutnu zamjenu

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

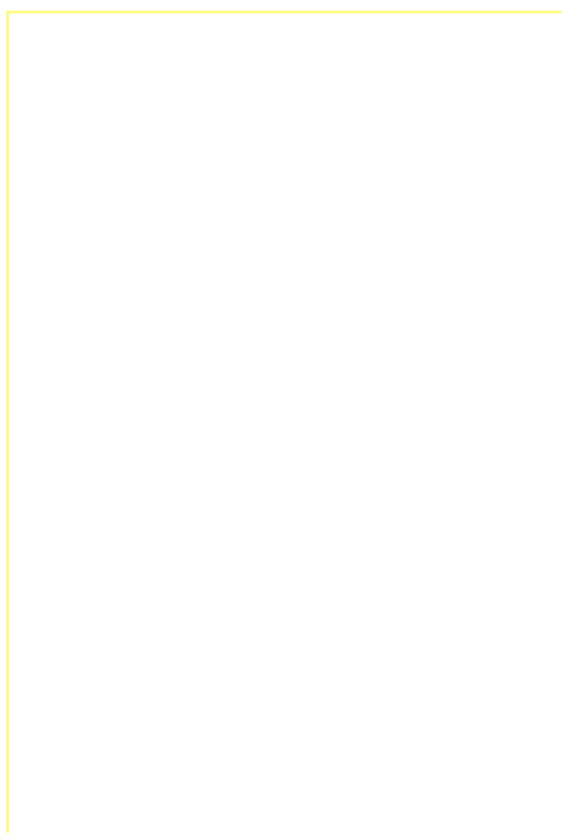
78

PODRAVKA
ZAMRZNUTI
PROIZVODI

za svježe povrće. Podravka u asortimanu ima i gotova jela koja su izuzetno jednostavna za pripremu: potrebno ih je samo podgrijati u tavi ili mikrovalnoj pećnici, bez kuhanja, dodavanja vode ili bilo kojih drugih sastojaka. To su Njoki s 5 vrsta sira, Crni rižoto od sipe i Ribarski rižoto.

PROIZVODI OD POVRĆA PREMA DOMAĆIM RECEPTIMA

PROIZVODI BEZ KONZERVANSA PRIPREMLJENI SU PREMA DOMAĆIM RECEPTIMA. S OBZIROM
NA KONKURENTSKE PROIZVODE, SADRŽE VEOMA VISOK UDIO POVRĆA. ASORTIMAN SE OBOGAĆUJE
NOVIM PROIZVODIMA, A POSTOJEĆI SE REDIZAJNIRAJU U SKLADU S VREMENOM



PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

79

PODRAVKA
POVRĆE, RAJČICA I
KONDIMENTI

Podravkinci kondimenti su proizvodi bez konzervansa, pripremljeni prema domaćim receptima. Punog su i prepoznatljivog okusa, mirisa i boje, a te karakteristike potječu od bogatstva okusa povrća i posebne smjese začina koja daje zaokruženu aromu i ugodan miris. Proizvedeni su od strogo kontroliranih sirovina (uglavnom domaćih), tehnološkim postupkom koji osigurava sačuvanost svih visokovrijednih sastojaka povrća. U domaćinstvu se takvi proizvodi spremaju na temperaturi vrenja koja uništava visokovrijedne sastojke povrća. S obzirom na konkurentske proizvode, sadrže veoma visok udio povrća. Proizvodi u kojima je rajčica zastupljena u udjelima od 55 do 85 posto (Salsa, Ljuta salsa, Umak od rajčice sa šampinjoni, Umak od rajčice sa maslinama, Relish

i Pindur) sadrže visok udio antioksidansa likopena. Likopen neutralizira slobodne radikale koji oštećuju tkiva i uzročnici su zloćudnih bolesti u našem organizmu.

Tijekom 2006. godine asortiman je obogaćen proizvodima Umak bolognese, Dip blagi i ljuti, Sjeckana rajčica s bosiljkom i origanom, Sjeckana rajčica s maslinama, Sjeckana rajčica s maslinovim uljem i češnjakom te Šampinjoni u limenci. Također je proveden redizajn cjelokupne palete rajčice, ukiseljenog i steriliziranog povrća i umaka od rajčice. Najprodavaniji proizvodi u 2006. godini u kategoriji Povrće su Krastavci sterilizirani 670 g, u kategoriji Rajčica – Pasirana rajčica TB 500 g, a u kategoriji kondimenti – Ajvar blagi 350 g. Prednosti Podravke kod proizvodnje hrane su povoljni

agro-ekološki uvjeti, povoljni prirodni uvjeti kao i proizvodnja sirovina bez upotrebe genetskog inženjeringa. Podravka ima vrlo jaku stručnu podršku u uzgoju sirovina u smislu zaštite biljaka kod individualnih proizvođača. Pri tome se poštuju najstroži standardi koji su vezani uz proizvodnju hrane.

Ajvar je zahvaljujući Podravki izrastao u industrijski proizvod koji po svojoj kvaliteti odgovara najvišim europskim i svjetskim standardima. Podravkin ajvar aromatičan je i ukusan proizvod od povrća pripremljen od paprike uz dodatak patlidžana, ulja i začinskih dodataka. Tehnologija proizvodnje ajvara u tvornici Kalnik spada u vodeće tehnologije koje koristi moderni svijet.

Proizvedeni bez dodavanja konzervansa, primjenom vrhun-

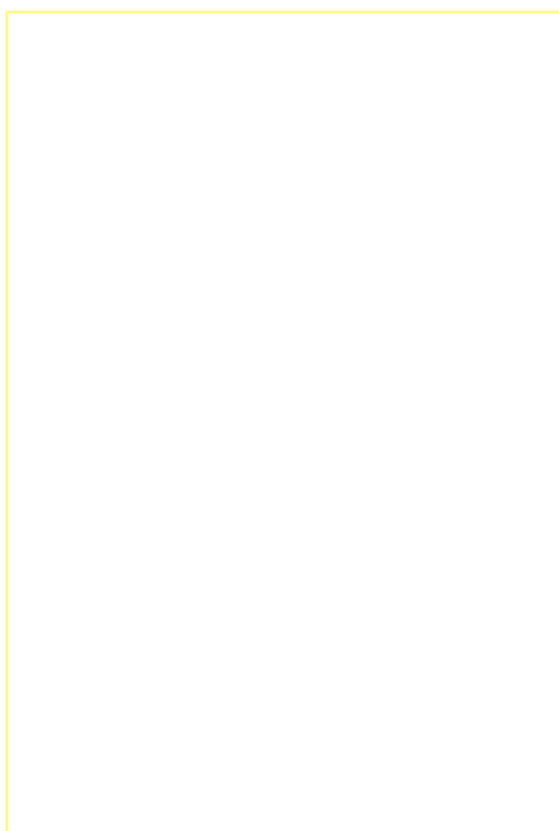
ske tehnologije proizvodnje Podravkini proizvodi na bazi rajčice odlikuju se bogatstvom hranjivih tvari. Štoviše, sastojci gotovo u potpunosti ostaju očuvani u gotovim proizvodima. I Podravkini prilozi i gotovi umaci su proizvodi bez konzervansa, pripremljeni prema domaćim receptima naših baka. Asortiman upotpunjuju pasterizirani i sterilizirani proizvodi od povrća. Pasterizirano povrće pripremljeno je na način tradicionalne zimnice. Sterilizirano povrće pomno je odabrano, kvalitetno sterilizirano povrće dostupno je cijele godine, a za tren lagano termički obrađeno postaje maštovit prilog ili samostalno jelo.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

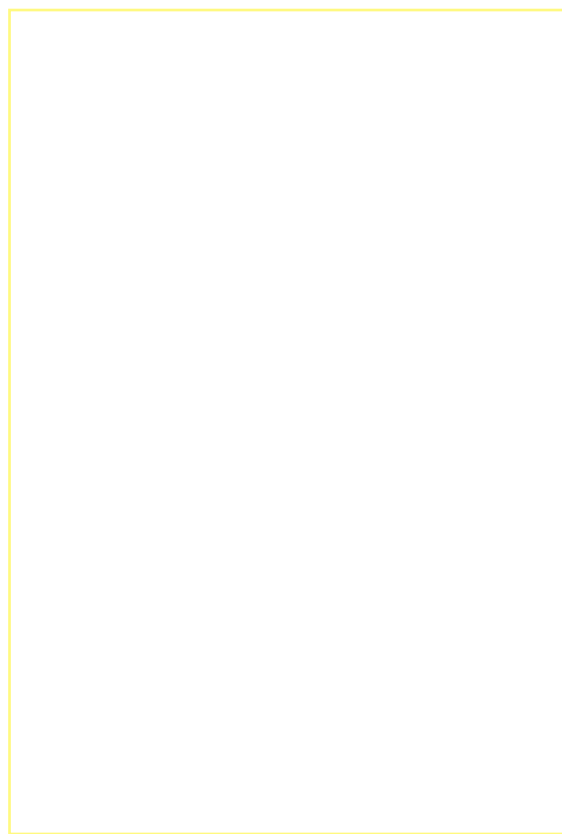
80

PODRAVKA
POVRĆE, RAJČICA I
KONDIMENTI



NOVI OKUSI “ČUDO ČAJA” ROOIBOS

NAJPRODAVANIJJI PROIZVOD U 2006. GODINI JE ČAJ ŠIPAK 60 G. ASORTIMAN JE NADOPUNJEN ČAJEM ŠUMSKO VOĆE 50 G I VOĆNIM ČAJEM 600 G. UVEDENI SU I NOVI OKUSI U PALETI ROOIBOS ČAJEVA (ROOIBOS MIX I ROOIBOS VANILIJA)



PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

81

PODRAVKA
ČAJEVI

Podravka čaj bogat je, izdašan napitak punog okusa i jasnog izrazitog mirisa. Podravka proizvodi čajeve od 1973. godine u Umagu. Prva četiri čaja tada, u suradnji s licencnim partnerom Jacobs, pod znakom srca i imenom Podravka bila su Kamilica, Šipak, Menta i Indijski čaj. Iz velikog izbora različitih okusa danas posebno se izdvaja Podravka Zeleni čaj, koji se pokazao “prvim među jednakima”.

Od 2006. godine asortiman Podravka čaja nadopunjen je čajem Šumsko voće 50 g i Voćnim čajem 600 g. Najprodavaniji proizvod iz palete Podravka čajeve u 2006. godini je čaj Šipak 60 g. Od marketinških aktivnosti početkom 2006. godine provedena je kampanja uvođenja novih okusa u paleti Rooibos čajeve (Rooibos Mix i Rooibos vanilija) koja je obuhva-

ćala emitiranje tv spota, degustacije na prodajnim mjestima i prodaju uz prim. Rooibos je biljni napitak od listova jedinstvene južno-afričke biljke nazvane Crveni grm. Domovina ove autohtone biljke je sušna visoravan Južnoafričke Republike. Na Dalekom istoku, u zemljama koje njeguju cijeli kult čaja, a vrhunsku gostoljubivost iskazuju posebnom čajnom ceremonijom, omiljen je pod popularnim imenom “čudo čaj”. Čaj rooibos prirodno je bogat mineralima, bez teina, ima svojstva antioksidansa, a djeluje istodobno osvježavajuće i umirujuće, čime je osvojio ljubitelje i prave poznavatelje čaja. To je prirodan, vrlo zdrav, osvježavajući napitak bez kofeina, aditiva, konzervansa i boje koji mogu piti i djeca. Vrlo je učinkovit kod smanjenja grčeva, umanjuje alergije i iritacije kože,

djelotvoran je kod bronhijalnih poteškoća i astme. U svako doba dana, kao topao ili hladan napitak, nadopunjuje dnevne potrebe organizma hranjivim elementima i jača imunološki sustav. Izuzetno bogat važnim mineralima, preporučuje se svima, a posebice sportašima i djeci.

Podravka danas proizvodi cijelu paletu čajeva za sve prilike. Zeleni i Indijski čaj tradicionalne su vrste čajeva povezane s praiskonskim običajima, ritualima i zdravljem. Voćni čajevi nude se u pet okusa: marelica, višnja, limun, jagoda i vanilija te šumsko voće. Među biljnim čajevima tu su čaj od lipe, od hibiskusa, od kamilice, od šipka te od listića metvice. Asortiman upotpunjuje dječji čaj Ciciban, fina mješavina najboljeg bilja koja djeluje umirujuće i pogodan je za djecu od navršeneog trećeg mjeseca života.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

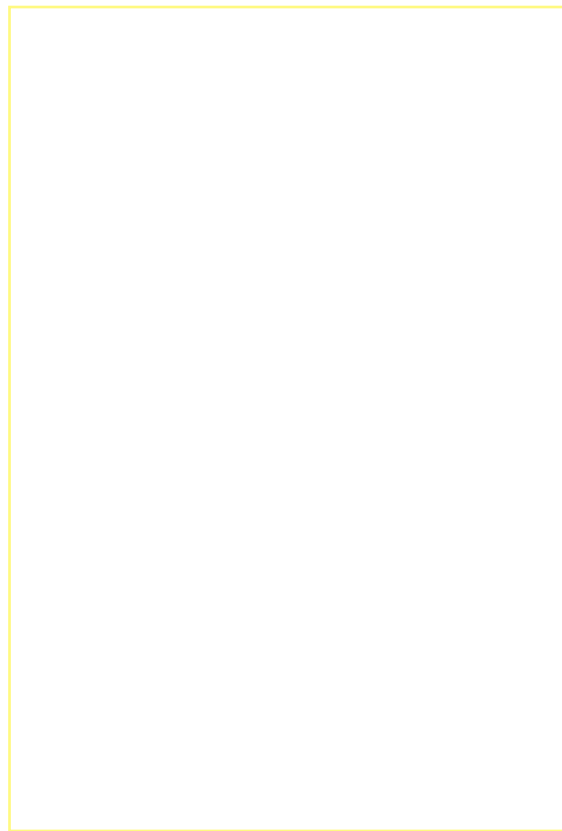
STRANICA

82

PODRAVKA
ČAJEVI

NAJPRODAVANIJ PEKMEZ OD ŠLJIVA

PROŠLE SU GODINE UVEDENA VELIKA PAKIRANJA NISKOKALORIČNE MARMELADE OD MALINE I BOROVNICE,
270-GRAMSKI DŽEMOVI OD VIŠNJE, ŠUMSKOG VOĆA, NARANČE-JAGODE I BRUSNICE
TE NOVI KOMPOTI OD ŠLJIVA I VIŠANJA



PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

83

VOĆE

Promatrano po grupama proizvoda, porast prodaje u kategoriji Voće u 2006. godini ostvaren je od 4 posto. Najprodavaniji proizvod u kategoriji Voće iste godine je Pekmez od šljiva 870 g. Od novih proizvoda u 2006. godini uvedeni su Niskokalorična marmelada malina 5 kg, Niskokalorična marmelada borovnica 5 kg, Džem extra višnja 270 g, Džem extra šumsko voće 270 g, Džem extra naranča-jagoda 270 g, Džem extra brusnica 270 g, Kompot od šljiva s košticama 4350 g, Kompot od višanja bez koštica 680 g i Kompot od višanja bez koštica 2600 g.

Današnjoj Podravki prethodile su radionice za osnovnu preradu voća Matije i Marijana Wolfa. Dana 15. listopada 1934. dobivena je dozvola i započeta poluindustrijska prerada voća.

Nakon Drugog svjetskog rata obnavlja se industrija. Svečano otvorenje upriličeno je 1. listopada 1947. godine. Tada je proizvodnja voćnih pulpi, marmelada i džemova krštena imenom Podravka.

Pedesetih godina glavni proizvodi bili su miješana marmelada, džemovi i kompoti. Prvih deset godina 90 posto proizvodnje Podravke činila je Miješana marmelada. U strukturi proizvodnje 1957. godine marmelada je zauzimala 50 posto, a 1958. godine više od 37 posto.

Danas je Podravka razvila namjensku marmeladu za konditorsku industriju, kao i namjenske marmelade za pekarnice i slastičarnice. Novi proizvod je Nadjev od višanja koji se radi na bazi vlastite tehnologije. Namijenjen je domaćicama koje

žele napraviti ukusne, domaće štrudle, a da im se punjenje od višanja ne izlijeva.

Podravkin Pekmez od šljiva prepoznatljive je vrhunske kvalitete i jedinstven u svijetu. Proizvodi se od šljiva bistrice, a sadašnja receptura proizvodi se neprekidno od 1975. godine. Posebno velika količina voća i vrlo mala količina dodanog šećera daje proizvodu izrazito bogat okus. Nakon pomnog analiziranja procesa i načina proizvodnje, dobiven je certifikat da Podravkin Pekmez od šljiva može nositi najviši epitet koji jedan proizvod može imati: izvorni. Znači, izvorna receptura, izvorna tehnologija, probrana sirovina.

Ostali dijelovi voćnog programa su Podravkine marmelade, džemovi, med i kompoti.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

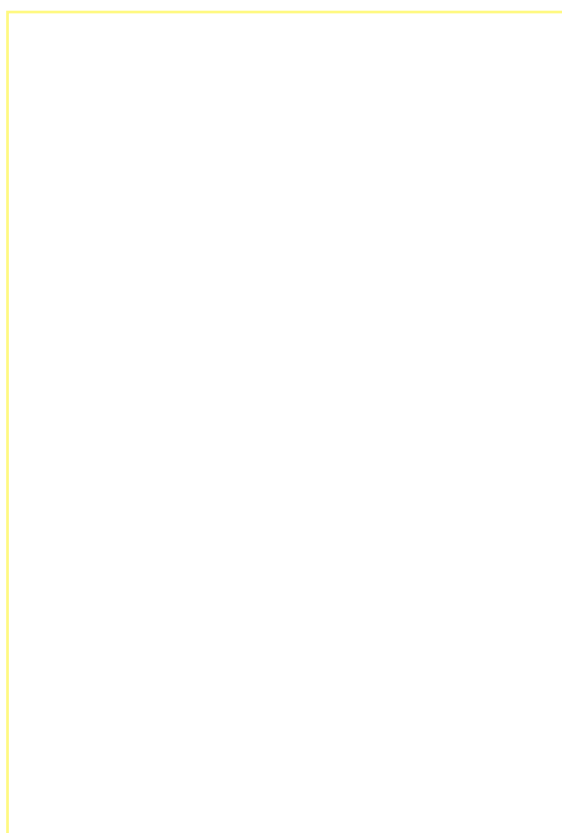
84

VOĆE



VODEĆA REGIONALNA WEB STRANICA ZA LJUBITELJE DOBRE HRANE

COOLINARIKINI VJERNI POSJETITELJI SU MLADI ILI ONI KOJI SE TAKO OSJEĆAJU: STUDENTI, OBITELJI S MALOM DJECOM,
ALI I POJEDINCI KOJI IAKO ŽIVE I KUHAJU BRZO, U HRANI UŽIVAJU POLAGANO, VOLE EKSPERIMENTIRATI,
A NE ŽELE ČINITI KOMPROMIS S KVALITETOM



PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

85

COOLINARIKA
U 5 ZALOGAJA

Podravkina Coolinarika.com u četiri je godine postala ključna regionalna web destinacija te topli dom velike virtualne zajednice ljubitelja hrane.

Coolinarikini vjerni posjetitelji su mladi ili oni koji se tako osjećaju: studenti, obitelji s malom djecom, ali i pojedinci koji iako žive i kuhaju brzo, u hrani uživaju polagano, vole eksperimentirati, a ne žele činiti kompromis s kvalitetom. Coolinarikom se služe gurmani, bon-vivani i sladokusci, koliko i ljudi s posebnim prehrambenim potrebama i zahtjevima te oni skloni užitku jednako koliko i zdravlju. Sedamdeset posto posjetitelja je iz Hrvatske, a 30 posto iz drugih država regije, Europe i svijeta. Naoko trivijalan, ali nipošto lagan cilj projekta je podići nivo javnoga dijaloga o hrani i

zdravlju. Time se Podravka i na internetu pozicionirala kao kompetentni sugovornik kojemu će se potrošači obratiti ne samo prilikom odlučivanja o kupnji, već i u slučajevima kada im treba bilo kakav savjet vezan uz kuhanje i zdravlje.

Glavni sadržaj stranice su recepti i članci, ali prava ljepota je u tome da ih korisnici mogu ocjenjivati i komentirati te njima dodati svoje recepte i slike. Na taj način su Coolinarika.com i njeni korisnici, odnosno potrošači Podravkinih proizvoda, zajedno stvorili veliko i brzo rastuće kulinarsko mjesto susreta, razmjene informacija, znanja i iskustava te mišljenja na sve moguće kulinarske teme.

Coolinarika u brojkama: Broj korisnika: 8723, Broj Podravkinih recepata: 2083, Broj recepata korisnika: 4116.

IZVJEŠĆE NADZORNOG ODBORA PODRAVKE D.D.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

86

IZVJEŠĆE
NADZORNOG
ODBORA
PODRAVKE D.D.

Na temelju članka 263. stavak 3., članka 280. stavak 3. i članka 300.c. Zakona o trgovačkim društvima Nadzorni odbor PODRAVKE d.d. na svojoj 29. sjednici održanoj 16. svibnja 2007. godine donio je IZVJEŠĆE NADZORNOG ODBORA PODRAVKE d.d. O OBAVLJENOM NADZORU VOĐENJA POSLOVA PODRAVKE d.d. U 2006. GODINI.

Ovo Izvješće obuhvaća razdoblje od 1. siječnja 2006. godine do 31. prosinca 2006. godine.

Nadzorni odbor PODRAVKE d.d. (u daljnjem tekstu: Nadzorni odbor), sukladno ovlaštenjima utvrđenim odredbama Zakona o trgovačkim društvima, Statutom PODRAVKE d.d. i Poslovníkom o radu Nadzornog odbora kontinuirano je nadzirao vođenje poslova PODRAVKE d.d. tijekom 2006. godine,

donoseći odluke i zaključke na šest sjednica koliko ih je održano tijekom 2006. godine. Nadzirujući vođenje poslova PODRAVKE d.d. Nadzorni odbor je tijekom 2006. godine raspravio mnoga pitanja vezana uz poslovanje PODRAVKE d.d. i njenih podružnica. Nadzorni odbor osnovao je četiri odbora i to: Revizorski odbor, Odbor za nagrađivanje, Odbor za razvoj kadrova i Odbor za strateški razvoj. U 2006. godini Revizorski odbor održao je dvije sjednice, a Odbor za nagrađivanje jednu sjednicu.

U razdoblju od 1. siječnja 2006. godine do 20. srpnja 2006. godine Nadzorni odbor djelovao je u sastavu: Božo Prka, Marko Ećimović, Milan Artuković, Marijan Cingula, Goran Gazivoda, Boris Hmelina, Ksenija Horvat, Barica Macan, Fra-

njo Maletić, Darko Ostoja i Đuro Zalar. U razdoblju od 20. srpnja 2006. godine do 31. prosinca 2006. godine Nadzorni odbor djelovao je u sastavu: Mladen Vedriš, Marko Ećimović, Milan Artuković, Goran Gazivoda, Damir Felak, Boris Hmelina, Ksenija Horvat, Franjo Maletić, Josip Pavlović, Dražen Sačer i Dubravko Štimac.

Uvidom u vođenje poslova PODRAVKE d.d. Nadzorni odbor utvrdio je da je PODRAVKA d.d. u 2006. godini djelovala u skladu sa zakonima, aktima PODRAVKE d.d. i odlukama Glavne skupštine. Nadzorni odbor je pregledao izvješće revizora PricewaterhouseCoopers d.o.o. Zagreb, Alexandra von Humboldta 4, koji je ispitao financijska izvješća PODRAVKE d.d. i njenih podružnica za godinu koja je završila 31. prosinca 2006. te prihvaća podneseno izvješće revizora. Nad-

zorni odbor je nakon pregleda Godišnjeg izvješća o poslovanju PODRAVKE d.d. i njenih podružnica i o stanju društva za poslovnu 2006. godinu koje mu je podnijela Uprava PODRAVKE d.d. utvrdio da su godišnja financijska izvješća PODRAVKE d.d. i njenih podružnica za godinu koja je završila 31. prosinca 2006. sačinjena u skladu sa stanjem u poslovnim knjigama PODRAVKE d.d. i njenih podružnica i da pokazuju ispravno imovinsko i poslovno stanje PODRAVKE d.d. i njenih podružnica te na njih dao suglasnost. Sukladno odredbi članka 300.d. Zakona o trgovačkim društvima, Nadzorni odbor upućuje godišnja financijska izvješća Glavnoj skupštini PODRAVKE d.d. na utvrđenje.

Sastavni dio godišnjih financijskih izvješća PODRAVKE d.d. za godinu koja je završila 31. prosinca 2006. su:

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

87

IZVJEŠĆE
NADZORNOG
ODBORA
PODRAVKE D.D.

- Račun dobiti i gubitka PODRAVKE d.d.
- Bilanca PODRAVKE d.d.
- Izvješće o novčanom toku PODRAVKE d.d.
- Izvješće o promjenama kapitala (glavnice) PODRAVKE d.d.
- Bilješke uz financijska izvješća PODRAVKE d.d.
- Račun dobiti i gubitka PODRAVKE d.d. i njenih podružnica,
- Izvješće o novčanom toku PODRAVKE d.d. i njenih podružnica,
- Izvješće o promjenama kapitala (glavnice) PODRAVKE d.d. i njenih podružnica,
- Bilješke uz financijska izvješća PODRAVKE d.d. i njenih podružnica,
- Bilanca PODRAVKE d.d. i njenih podružnica,
- Izvješće o obavljenoj reviziji revizorske tvrtke Pricewater-

houseCoopers d.o.o. Zagreb, Alexandra von Humboldta 4. Nadzorni odbor je dao suglasnost na Izvješće Uprave PODRAVKE d.d. o stanju PODRAVKE d.d. i PODRAVKE d.d. i njenih podružnica i prosljeđuje ga Glavnoj skupštini PODRAVKE d.d. na usvajanje. Nadzorni odbor odobrio je prijedlog Odluke Uprave PODRAVKE d.d. o upotrebi dobiti za poslovnu 2006. godinu te takav prijedlog Odluke uputio Glavnoj skupštini PODRAVKE d.d. na usvajanje.

dr. Mladen Vedriš, predsjednik Nadzornog odbora

IZVJEŠĆE NEOVISNOG REVIZORA

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

88

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

DIONIČARIMA DRUŠTVA PODRAVKA D.D.

Obavili smo reviziju priloženih konsolidiranih financijskih izvještaja društva PODRAVKA d.d. i njenih podružnica ("Grupa"). Konsolidirani financijski izvještaji sastoje se od konsolidirane bilance na dan 31. prosinca 2006. godine, konsolidiranog računa dobiti i gubitka, konsolidiranog izvještaja o promjenama kapitala i konsolidiranog izvještaja o novčanom toku za 2006. godinu te sažetka značajnih računovodstvenih politika i bilješki uz financijske izvještaje.

ODGOVORNOST UPRAVE ZA FINANCIJSKE IZVJEŠTAJE

Uprava je odgovorna za sastavljanje i objektivni prikaz ovih konsolidiranih financijskih izvještaja u skladu s Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja. Odgovornost Uprave uključuje: utvrđivanje, vođenje i primjenu te održavanje internih kontrola relevantnih za sastavljanje i objektivni prikaz financijskih izvještaja bez materijalno značajnih grešaka koje mogu nastati kao posljedica prijevare ili pogreške; odabir i primjenu odgovarajućih računovodstvenih politika; i definiranje računovodstvenih procjena primjerenih postojećim okolnostima.

ODGOVORNOST REVIZORA

Naša je odgovornost izraziti mišljenje o ovim konsolidiranim financijskim izvještajima na osnovu naše revizije. Reviziju smo obavili sukladno Međunarodnim revizijskim standardima koji nalažu pridržavanje etičkih pravila te planiranje i provođenje revizije kako bi se s razumnom mjerom sigurnosti utvrdilo da su financijski izvještaji bez materijalno značajnih grešaka. Revizija uključuje provođenje procedura u svrhu pribavljanja revizijskih dokaza o iznosima i objavama u financijskim izvještajima. Odabir procedura ovisi o prosudbi revizora, uključujući i procjenu rizika materijalno značajnih grešaka u financijskim izvještajima koje mogu nastati kao posljedica prijevare ili pogreške. U procjenjivanju tih rizika, revizor razmatra interne kontrole relevantne za sastavljanje i objektivan prikaz financijskih izvještaja koje sastavlja Društvo u svrhu provođenja revizijskih procedura u skladu s postojećim okolnostima, a ne u svrhu izražavanja mišljenja o učinkovitosti internih kontrola Društva. Revizija isto tako uključuje ocjenu primijenjenih računovodstvenih politika, primjerenost računovodstvenih procjena koje je definirala Uprava, kao i ocjenu ukupnog prikaza financijskih izvještaja. Uvjereni smo da su nam pribavljeni revizijski dokazi dostatni i čine odgovarajuću osnovu u svrhu izražavanja našeg mišljenja.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

89

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

MIŠLJENJE

Prema našem mišljenju, priloženi konsolidirani financijski izvještaji prikazuju realno i objektivno, u svim značajnim aspektima financijski položaj Grupe na dan 31. prosinca 2006. godine, rezultate njenog poslovanja i novčane tokove za 2006. godinu sukladno Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja.

PricewaterhouseCoopers d.o.o.
PricewaterhouseCoopers d.o.o.
Zagreb, 29. ožujka 2007.

Tatjana Rukavina
Tatjana Rukavina
Predsjednica Uprave

Jadranka Čabrajić
Jadranka Čabrajić
Ovlašteni revizor

KONSOLIDIRANI RAČUN DOBITI I GUBITKA

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2006.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

90

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

(U TISUĆAMA KUNA)	Bilješka	2006.	2005.
Prihodi od prodaje	5	3.467.504	3.441.378
Troškovi sadržani u prodanim proizvodima		(2.116.279)	(2.104.473)
Bruto dobit		1.351.225	1.336.905
Ostali dobiti /(gubici) - neto	6	27.196	(621)
Opći i administrativni troškovi		(359.245)	(359.215)
Troškovi prodaje i distribucije		(905.992)	(899.371)
Ostali prihodi	7	14.755	9.674
Ostali rashodi	8	(1.731)	(1.882)
Dobit iz redovnog poslovanja		126.208	85.490
Prihodi od financiranja		6.509	23.890

(U TISUĆAMA KUNA)	Bilješka	2006.	2005.
Rashodi od financiranja		(56.568)	(39.539)
Troškovi financiranja - neto	11	(50.059)	(15.649)
Dobit prije poreza na dobit		76.149	69.841
Porez na dobit	12	(15.788)	(7.215)
Neto dobit		60.361	62.626
Zarada po dionici			
- osnovna	14	11,24 kn	11,74 kn
- razrijeđena	14	11,04 kn	11,40 kn

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

91

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

Konsolidirane financijske izvještaje prikazane na stranicama 90 do 151 odobrila je Uprava 29. ožujka 2007. godine.



DARKO MARINAC, predsjednik Uprave

KONSOLIDIRANA BILANCA

NA DAN 31. PROSINCA 2006.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

92

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

(U TISUĆAMA KUNA)	Bilješka	2006.	2005.
IMOVINA			
Dugotrajna imovina			
Nekretnine, postrojenja i oprema	16	1.633.454	1.655.399
Nematerijalna imovina	17	87.225	91.237
Odgođena porezna imovina	28	24.137	11.098
Financijska imovina raspoloživa za prodaju	19	1.394	22.364
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	21	11.243	13.195
		1.757.453	1.793.293
Kratkotrajna imovina			
Zalihe	20	564.485	569.092
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	21	1.241.505	908.835

Financijska imovina po fer vrijednosti u računu dobiti i gubitka	22	3.046	113
Novac i novčani ekvivalenti	23	126.118	126.234
		1.935.154	1.604.274
Dugotrajna imovina koja se drži radi prodaje	18	7.898	15.260
		1.943.052	1.619.534
Ukupna imovina		3.700.505	3.412.827
GLAVNICA I OBVEZE			
Dugoročne obveze			
Dugoročni dug	27	525.335	515.358
Rezerviranja	29	22.007	14.134
		547.342	529.492

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

93

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

Kratkoročne obveze			
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	26	920.346	590.709
Kratkoročni krediti	27	456.860	317.640
Rezerviranja	29	29.277	53.827
		1.406.483	962.176
Ukupne obveze		1.953.825	1.491.668
Dionička glavnica			
Dionički kapital	24	1.427.329	1.635.796
Pričuve	25	148.503	125.514
Zadržana dobit		170.848	159.849
		1.746.680	1.921.159
Ukupno glavnica i obveze		3.700.505	3.412.827

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O PROMJENI GLAVNICE

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2006.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

94

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

(U TISUĆAMA KUNA)	Bilješka	Dionički kapital	Pričuve	Zadržana dobit	Ukupno
Stanje 1. siječnja 2005.	24,25	1.627.060	109.182	143.186	1.879.428
Tečajne razlike (neto prihod direktno priznati u kapitalu)		—	2.378	—	2.378
Neto dobit za godinu		—	—	62.626	62.626
Ukupno priznati prihodi u 2005.		—	2.378	62.626	65.004
Odobrena dividenda		—	—	(26.689)	(26.689)
Kupnja vlastitih dionica		(18.858)	—	—	(18.858)
Realizacija opcija		15.872	—	(5.320)	10.552
Fer vrijednost opcija		11.722	—	—	11.722
Prijenos u pričuve		—	13.954	(13.954)	—
Stanje 31. prosinca 2005.	24,25	1.635.796	125.514	159.849	1.921.159

(U TISUĆAMA KUNA)	Bilješka	Dionički kapital	Pričuve	Zadržana dobit	Ukupno
Tečajne razlike (neto prihod direktno priznati u kapitalu)		—	2.828	—	2.828
Neto dobit za godinu		—	—	60.361	60.361
Ukupno priznati prihodi u 2006.		—	2.828	60.361	63.189
Odobrena dividenda		—	(19.921)	(7.120)	(27.041)
Kupovina vlastitih dionica		(9.721)	—	—	(9.721)
Prodaja vlastitih dionica		9.649	—	—	9.649
Realizacija opcija		14.210	—	(2.160)	12.050
Fer vrijednosti opcija		16.271	—	—	16.271
Prijenos u pričuve		—	40.082	(40.082)	—
Opcije na vlastite dionice		(238.876)	—	—	(238.876)
Stanje 31. prosinca 2006.	24,25	1.427.329	148.503	170.848	1.746.680

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

95

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O NOVČANOM TOKU

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2006.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

96

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

(U TISUĆAMA KUNA)

	Bilješka	2006.	2005.
NOVČANI TOK IZ POSLOVNIH AKTIVNOSTI			
Novac generiran poslovanjem	32	293.680	363.545
Plaćeni porez		(15.661)	(14.180)
Plaćene kamate		(50.465)	(40.747)
		227.554	308.618
NOVČANI TOK OD ULAGAČKIH AKTIVNOSTI			
Prodaja dionica i udjela		12.919	—
Nabava materijalne i nematerijalne imovine	16, 17	(182.316)	(134.597)
Prodaja materijalne i nematerijalne imovine		6.143	9.708
Prodaja imovine namijenjene prodaji	18	15.420	—
Dani dugoročni krediti i depoziti		—	(554)

Povrat danih dugoročnih kredita i depozita		2.565	370
Nabava utrživih vrijednosnica	19	(9.105)	(6.679)
Prodaja utrživih vrijednosnica		35.525	5.891
Dani kratkoročni krediti i depoziti		(252.000)	—
Primljene kamate		145	—
Primljene dividende		—	355
		(370.704)	(125.506)
Novčani tok od financijskih aktivnosti			
Nabava vlastitih dionica	24	(9.721)	(18.858)
Prodaja vlastitih dionica	24	22.583	20.444
Primici od dugoročnih kredita		10.330	58.725
Otplata dugoročnih kredita		(333.573)	(165.584)

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

97

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

Primici od kratkoročnih kredita		667.626	241.565
Otplata kratkoročnih kredita		(562.170)	(232.908)
Primici od izdanih obveznica	27	375.000	—
Isplata dividende		(27.041)	(25.468)
		143.034	(122.084)
Neto (smanjenje)/povećanje novca i novčanih ekvivalenata		(116)	61.028
Novac i novčani ekvivalenti na početku razdoblja	23	126.234	65.206
Novac i novčani ekvivalenti na kraju razdoblja	23	126.118	126.234

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINANCIJSKE IZVJEŠTAJE

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2006.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

98

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

BILJEŠKA 1.

Opći podaci – Podravka prehrambena industrija d.d., Koprivnica (Društvo) osnovana je u Hrvatskoj. Osnovna poslovna aktivnost Društva i njegovih ovisnih društava (Grupa) je proizvodnja širokog asortimana prehrambenih proizvoda, bezalkoholnih pića, farmaceutskih proizvoda i ostalih usluga. Osim u Hrvatskoj, Grupa ima proizvodne pogone u Poljskoj, Češkoj, Slovačkoj i Sloveniji. Nešto više od polovine ukupne prodaje proizvoda ostvaruje se u Hrvatskoj, a preko jedne trećine u zemljama centralne i jugoistočne Europe. Sjedište Društva nalazi se u Koprivnici, Hrvatska, na adresi Ante Starčevića 32. Na dan 31. prosinca 2006. godine dionice Društva nalaze se u prvoj kotaciji Zagrebačke burze.

BILJEŠKA 2.

Sažetak značajnijih računovodstvenih politika – Slijedi prikaz značajnijih računovodstvenih politika usvojenih za pripremu ovih konsolidiranih financijskih izvještaja. Ove računovodstvene politike dosljedno su primjenjivane za sva razdoblja uključena u ove izvještaje, osim tamo gdje je drugačije navedeno.

2.1. Osnove sastavljanja – Konsolidirani financijski izvještaji Grupe sastavljeni su sukladno Međunarodnim standardima

financijskog izvještavanja (MSFI), primjenom metode povijesnog troška, koji su promijenjeni obavljenom revalorizacijom financijske imovine po fer vrijednosti u računu dobiti i gubitka. Sastavljanje financijskih izvještaja sukladno Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFI) zahtijeva upotrebu određenih ključnih računovodstvenih procjena. Također se od Uprave zahtijeva da se služi prosudbama u procesu primjene računovodstvenih politika Grupe.

Područja koja uključuju viši stupanj prosudbe ili složenosti, odnosno područja gdje su pretpostavke i procjene značajne za konsolidirane financijske izvještaje prikazana su u Bilješci 4.

(a) Dodaci objavljenim standardima koji su na snazi od 2006. godine – Sljedeći standardi, dodaci i tumačenja obvezna su za računovodstvena razdoblja koja počinju na dan ili nakon 1. siječnja 2006. godine i relevantni su za poslovanje Grupe:

- MRS 39 (Dodatak), Opcija fer vrijednosti. Sukladno zahtjevima dodatka MRS-a 39 objavljena je promjena klasifikacije financijske imovine u bilanci na dan 31. prosinca 2005. godine. Naime vlasnička ulaganja su bila iskazana kao financijska imovina po fer vrijednosti u računu dobiti i gubitka u okviru dugotrajne imovine u iznosu od 21.150 tisuća kuna koja su kao usporedni podatak u bilanci na dan 31. prosinca 2006. godine prepravljena u financijsku imovinu raspoloživu za prodaju u iznosu od 21.037 tisuće kuna. Preostali iznos od 113 tisuća kuna prepravljen je na kratkoročnu financijsku imovinu po fer vrijednosti u računu dobiti i gubitka.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

99

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

- MRS 39 i MSFI 4 (Dodatak), Ugovori o financijskim garancijama. Uprava je razmotrila vrijednost obveza za dane garancije, na način da je procijenila buduće novčane odljeve s te osnove. Prema dosadašnjem iskustvu i budućim očekivanjima ne očekuju se budući novčani odljevi te na dan bilance nije formirana nikakva obveza s te osnove.

(b) Prijevremeno usvojeni standardi i tumačenja od strane Grupe – Grupa nije prijevremeno usvojila standarde i tumačenja.

(c) Standardi, dodaci i tumačenja koja su na snazi od 2006. godine, ali nisu relevantni – Sljedeći standardi, dodaci i tumačenja obvezna su za računovodstvena razdoblja koja počinju na dan ili nakon 1. siječnja 2006. godine, ali nisu relevantni za poslovanje Grupe:

- MRS 19 (Dodatak), Primanja radnika
- MRS 21 (Dodatak), Neto ulaganja u inozemne operacije
- MRS 39 (Dodatak), Računovodstvo zaštite novčanog toka planiranih transakcija unutar Grupe
- MSFI 1 (Dodatak), Prva primjena Međunarodnih standarda financijskog izvještavanja
- MSFI 6 i MSFI 6 (Dodatak), Istraživanje i vrednovanje mineralnih resursa
- IFRIC 4, Određivanje je li u aranžmanu sadržan najam

- IFRIC 5, Prava na kamate koje proizlaze iz sredstava za dekomisiju, obnovu i zaštitu okoliša
- IFRIC 6, Obveze nastale od sudjelovanja na specifičnom tržištu – Otpad električne i elektroničke opreme
(d) Standardi i tumačenja postojećih standarda koja nisu još na snazi i koja Grupa nije prijevremeno usvojila – Sljedeći standardi, dodaci i tumačenja postojećih standarda obvezna su za računovodstvena razdoblja Grupe koja počinju na dan ili nakon dana stupanja na snagu, ali nisu prijevremeno usvojeni od strane Grupe:
- MSFI 7, Financijski instrumenti: Objavljivanja i prateći dodatak MRS-u 1, Prezentiranje financijskih izvještaja-kapitalna objavljivanja (na snazi od 1. siječnja 2007. godine). MSFI 7 uvodi nova objavljivanja u svrhu poboljšanja informacija o financijskim instrumentima. Zahtijeva objavu kvalitativnih i kvantitativnih informacija o izloženosti rizicima nastalima iz financijskih instrumenata, uključujući određene minimalne objave o kreditnom riziku, riziku likvidnosti i tržišnom riziku te analizu osjetljivosti na tržišni rizik. Služi kao zamjena za zahtjeve objavljivanja u MRS-u 32, Financijski instrumenti: Objavljivanje i prezentiranje. Društvo će primjenjivati MSFI 7 u godišnjim razdobljima nakon 1. siječnja 2007. godine. Dodatak MRS-u 1 uvodi objavljivanja o razini kapitala te adekvatnosti kapitala poslovnog subjekta i na koji način subjekt upravlja kapitalom. Uprava je razmotrila učinak novog MSFI 7 i dodatka MRS-u 1 i došla do zaključka da će biti potrebno dodatno objavljivanje u financijskim izvještajima i to u pogledu upravljanja kapitalom.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

100

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

- MSFI 8, Izvještavanje po segmentu je primjenjivo za razdoblje koje počinje na ili poslije 1. siječnja 2009. godine. Uprava još uvijek razmatra učinak ovog standarda.
(e) Tumačenja postojećih standarda koja još nisu na snazi i koja nisu relevantna za poslovanje Grupe – Sljedeća tumačenja postojećih standarda obvezna su za računovodstvena razdoblja Grupe koja počinju na dan ili nakon dana stupanja na snagu, ali nisu relevantna za poslovanje Grupe:
- IFRIC 7, Primijenjeni pristup prepravljanja na temelju MRS-a 29 Financijsko izvještavanje u hiperinflacijskim gospodarstvima (na snazi od 1. ožujka 2006. godine). IFRIC 7 nije relevantan, budući da Grupa ne posluje u hiperinflacijskoj okolini.
- IFRIC 8, Opseg MSFI-A 2 (na snazi od 1. svibnja 2006. godine). IFRIC 8 nije relevantan, budući da Grupa nema isplata ili obveza koje se temelje na cijeni ili vrijednosti vlastitih glavnih instrumenata, osim opcija managementu.
- IFRIC 9, Ponovna procjena ugrađenih derivata (na snazi od 1. lipnja 2006. godine). IFRIC 9 nije relevantan za poslovanje Grupe, budući da nema ugrađenih derivata.
- IFRIC 10, Financijsko izvještavanje za razdoblje tijekom godine i umanjenje vrijednosti (na snazi od 1. studenog 2006. godine). IFRIC 10 nije relevantan za poslovanje Grupe, budući da se financijski izvještaji za razdoblje tijekom godine ne pripremaju.

- IFRIC 11, MSFI 2 – Transakcije s dionicama društava u Grupi i s vlastitim dionicama (na snazi od 1. ožujka 2007. godine). IFRIC 11 je relevantan budući da Grupa nagrađuje Uprave ovisnih društava s vlastitim glavnničkim instrumentima matičnog društva, ali nema utjecaj na financijske izvještaje Grupe.

- IFRIC 12, Sporazumi o koncesiji usluga (na snazi za godišnja razdoblja koja počinju na dan ili nakon 1. siječnja 2008. godine). IFRIC 12 nije relevantan budući da Grupa ne posluje u sklopu javno privatnog Sporazuma o koncesiji usluga.

2.2. Konsolidacija – Ovisna društva su sva društva nad kojima Grupa ima kontrolu nad financijskim i poslovnim politikama, što u pravilu uključuje više od pola glasačkih prava. Postojanje i učinak potencijalnih prava glasa koja se mogu iskoristiti ili zamijeniti razmatraju se prilikom procjene da li Grupa ima kontrolu nad drugim poslovnim subjektom. Ovisna društva su u potpunosti konsolidirana od datuma na koji je kontrola stvarno prenesena na Grupi te isključena iz konsolidacije od dana gubitka kontrole.

Metoda kupnje koristi se za iskazivanje stjecanja ovisnih društava od strane Grupe. Trošak kupnje mjeri se kao fer vrijednost dane imovine, izdanih glavnličkih instrumenata te nastalih ili preuzetih obveza na dan kupnje, uvećan za troškove neposredno povezane s kupnjom. Stečena prepoznatljiva imovina, obveze i potencijalne obveze u poslovnoj kombinaciji inicijalno se mjere po fer vrijednosti na dan stjecanja, neovisno o manjinskom udjelu. Višak troška stjecanja iznad fer vrijednosti udjela Grupe u

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

101

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

neto stečenoj imovini ovisnog društva, iskazuje se kao goodwill (bilješka 2.6). Ako je trošak stjecanja manji od fer vrijednosti neto stečene imovine ovisnog društva, razlika se priznaje izravno u računu dobiti i gubitka. Sve transakcije unutar Grupe, stanja i nerealizirani dobiti od transakcija unutar društava Grupe eliminirani su pri konsolidaciji. Isto tako eliminiraju se i nerealizirani gubici, osim ako postoje dokazi o umanjenju vrijednosti prenesene imovine. Prema potrebi, računovodstvene politike ovisnih društava izmijenjene su kako bi se uskladile s politikama koje primjenjuje Grupa.

2.3. Izvještavanje o poslovnim segmentima – Poslovni segment je Grupa poslovnih aktivnosti vezanih za proizvode ili usluge koje su podložne određenim rizicima i koristima i razlikuju se od rizika i koristi drugih poslovnih segmenata uz koje je vezana određena imovina. Zemljopisni segment odnosi se na aktivnosti vezane za proizvode ili usluge unutar određenog zemljopisnog okruženja koje su podložne određenim rizicima i koristima i razlikuju se od rizika i koristi segmenata koji posluju u drugim gospodarskim okruženjima.

2.4. Strane valute – (a) Funkcionalna i izvještajna valuta – Stavke uključene u financijske izvještaje svake pojedine članice Grupe iskazane su u valuti primarnog gospodarskog okruženja u kojem to društvo posluje (“funkcionalna valuta”). Konsolidirani financijski izvještaji prikazani su u kunama, što predstavlja funkcionalnu i izvještajnu valutu Društva.

(b) Transakcije i stanja u stranoj valuti – Transakcije u stranim sredstvima plaćanja prevode se u funkcionalnu valutu tako da se iznosi u stranim sredstvima plaćanja preračunavaju po tečaju na dan transakcije. Dobici ili gubici od tečajnih razlika, koji nastaju prilikom podmirenja tih transakcija i preračuna monetarne imovine i obveza izraženih u stranim valutama, priznaju se u računu dobiti i gubitka.

(c) Članice Grupe – Rezultati poslovanja i financijsko stanje svih članica Grupe čija se funkcionalna valuta razlikuje od izvještajne valute preračunavaju se u izvještajnu valutu kako slijedi: (i) imovina i obveze za svaku bilancu preračunavaju se prema zaključnom tečaju na datum te bilance; (ii) prihodi i rashodi za svaki račun dobiti i gubitka preračunavaju se prema prosječnim tečajevima; i (iii) sve nastale tečajne razlike priznaju se na zasebnoj poziciji unutar glavnice. U konsolidaciji, tečajne razlike nastale preračunom neto ulaganja u inozemna ovisna društva evidentiraju se unutar “Pričuve iz preračuna” unutar dioničke glavnice. Prilikom prodaje inozemne podružnice, sve tečajne razlike priznaju se u računu dobiti i gubitka kao dio dobitka ili gubitka od prodaje.

2.5. Nekretnine, postrojenja i oprema – Nekretnine, postrojenja i oprema iskazani su u bilanci po povijesnom trošku umanjenom za akumuliranu amortizaciju i umanjenje vrijednosti, ako je potrebno. Povijesni trošak uključuje trošak koji je izravno povezan sa stjecanjem imovine. Naknadni izdaci uključuju se u knjigovodstvenu vrijednost imovine ili se, po potrebi, priznaju kao zasebna imovina samo ako će Grupa imati buduće ekonomske koristi od spomenute imovine te ako se trošak imovine može

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

102

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

pouzdana mjeriti. Knjigovodstvena vrijednost zamijenjenog dijela prestaje se priznavati. Svi ostali troškovi investicijskog i tekućeg održavanja terete račun dobiti i gubitka u financijskom razdoblju u kojem su nastali. Zemljište i imovina u pripremi se ne amortizira. Amortizacija ostalih nekretnina te postrojenja i opreme se obračunava primjenom pravocrtne metode u svrhu alokacije troška ili do rezidualne vrijednosti sredstva te imovine tijekom njenog procijenjenog korisnog vijeka uporabe kako slijedi: Zgrade – 10 do 50 godina, Oprema – 3 do 18 godina.

Rezidualna vrijednost imovine predstavlja procijenjeni iznos koji bi Grupa trenutno dobila od prodaje imovine umanjen za procijenjeni trošak prodaje u slučaju da je imovina dosegla starost i stanje koje se očekuje na kraju vijeka trajanja imovine. Rezidualna vrijednost imovine je nula ako Grupa očekuje da će je koristiti do kraja njenog vijeka trajanja. Rezidualna vrijednost imovine i korisni vijek uporabe pregledavaju se na svaki datum bilance i po potrebi usklađuju. U slučaju da je knjigovodstveni iznos imovine veći od procijenjenog nadoknadivog iznosa, razlika se opisuje do nadoknadivog iznosa (bilješka 2.7).

Dobici i gubici nastali prodajom određuju se usporedbom prihoda i knjigovodstvene vrijednosti sredstva i uključuju se u ostale dobitke/(gubitke) – neto u računu dobiti i gubitka.

2.6. Nematerijalna imovina – (a) Goodwill – Goodwill predstavlja razliku između fer vrijednosti troška stjecanja i fer vrijednosti

udjela Grupe u neto prepoznatljivoj imovini stečenog ovisnog društva na dan stjecanja. Goodwill nastao stjecanjem ovisnog društva iskazan je u okviru nematerijalne imovine. Zasebno iskazan goodwill godišnje se provjerava zbog umanjenja vrijednosti te se iskazuje po trošku stjecanja umanjenom za akumulirane gubitke od umanjenja vrijednosti. Gubici od umanjenja vrijednosti goodwilla se ne ukidaju. Dobici i gubici od prodaje poslovnog subjekta uključuju knjigovodstvenu vrijednost goodwilla koja se odnosi na prodani subjekt.

Goodwill se alocira na jedinice stvaranja novca za potrebe testiranja umanjenja vrijednosti. Alokacija se provodi na one jedinice stvaranja novca za koje se očekuje da će imati koristi od poslovnog spajanja u kojem je nastao goodwill. Grupa alocira goodwill na svaki poslovni segment u svakoj zemlji u kojoj ostvaruje poslovne aktivnosti (bilješka 2.7).

(b) Licence i distribucijska prava – Prava distribucije proizvoda imaju ograničen vijek uporabe i iskazuju se po trošku umanjenom za akumuliranu amortizaciju i umanjenje vrijednosti, ako postoji. Amortizacija se obračunava pravocrtnom metodom kako bi se alocirao trošak licenci i prava tijekom njihovog procijenjenog vijeka uporabe (5 godina). Prava na stečene zaštitne znakove i know-how iskazani su po povijesnom trošku i imaju neograničeni vijek upotrebe, jer obavljene analize svih relevantnih faktora pokazuju da ne postoji predvidiva granica za razdoblje u toku kojeg je očekivano da će imovina stvarati neto novčani priljev. Iskazana prava godišnje se provjeravaju zbog umanjenja vrijednosti te se iskazuju po trošku stjecanja umanjenom za akumulirane gubitke od umanjenja vrijednosti.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

103

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

(c) Računalni softver – Licence za softver kapitaliziraju se na temelju troškova stjecanja i troškova koji nastaju dovođenjem softvera u radno stanje. Ovi troškovi amortiziraju se tijekom njihovog korisnog vijeka uporabe (5 godina).

2.7. Umanjenje vrijednosti nefinancijske imovine – Godišnje se ispituje umanjenje vrijednosti imovine koja ima neograničen korisni vijek uporabe i koja se ne amortizira (kao što su zemljište i određena prava). Imovina koja se amortizira pregledava se zbog umanjenja vrijednosti kada događaji ili promijenjene okolnosti ukazuju na to da knjigovodstvena vrijednost možda nije nadoknadiva. Gubitak od umanjenja vrijednosti priznaje se kao razlika između knjigovodstvene vrijednosti imovine i njenog nadoknadivog iznosa. Nadoknadivi iznos je fer vrijednost imovine umanjena za troškove prodaje ili vrijednost imovine u uporabi, ovisno o tome koji je viši. Za potrebe procjene umanjenja vrijednosti, imovina se grupira na najniži nivo kako bi se pojedinačno utvrdio novčani tok (jedinice stvaranja novca). Nefinancijska imovina za koju je iskazan gubitak od umanjenja vrijednosti, provjerava se na svaki datum izvještavanja radi mogućeg ukidanja umanjenja vrijednosti.

2.8. Dugotrajna imovina koja se drži radi prodaje – Dugotrajna imovina i grupe imovine za otuđenje (koje mogu uključivati dugotrajnu i kratkotrajnu imovinu) klasificiraju se u bilanci kao “Dugotrajna imovina koja se drži radi prodaje” ako se njihova knjigovodstvena vrijednost prvenstveno nadoknađuje prodajom u razdoblju od 12 mjeseci nakon datuma bilance, a ne stalnim

korištenjem. Imovina se reklasificira kada se ispune sljedeći uvjeti: (a) imovina je raspoloživa za prodaju u svom trenutnom stanju; (b) Uprava Društva je odobrila i pokrenula aktivni program za pronalaženje kupca; (c) imovinom se aktivno trguje po razumnoj cijeni; (d) prodaja se očekuje u roku od godine dana i (e) ne očekuju se značajne promjene prodajnog plana ili povlačenje plana. Dugotrajna imovina koja se u bilanci tekućeg razdoblja iskazuje kao namijenjena prodaji, ne reklasificira se u bilanci u usporednom razdoblju.

Dugotrajna imovina predstavlja imovinu koja uključuje iznose koji će se nadoknaditi ili naplatiti u razdoblju od 12 mjeseci nakon datuma bilance. Ako je reklasifikacija potrebna, reklasificira se i kratkotrajni i dugotrajni dio imovine. Nekretnine, postrojenja i oprema koja se drži radi prodaje ili grupa imovine za otuđenje u cijelosti mjere se po knjigovodstvenoj vrijednosti ili fer vrijednosti umanjenoj za troškove prodaje, ovisno o tome što je niže. Nekretnine, postrojenja i oprema koja se drži radi prodaje se ne amortiziraju.

2.9. Financijska imovina – Grupa klasificira svoju financijsku imovinu u sljedeće kategorije: financijska imovina po fer vrijednosti u računu dobiti i gubitka, krediti i potraživanja i financijska imovina raspoloživa za prodaju. Klasifikacija ovisi o svrsi za koju je financijska imovina stečena. Uprava klasificira financijsku imovinu kod početnog priznavanja i procjenjuje tu klasifikaciju na svaki datum izvještavanja.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

104

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

(a) Financijska imovina po fer vrijednosti u računu dobiti i gubitka – Financijska imovina po fer vrijednosti u računu dobiti i gubitka predstavlja financijsku imovinu namijenjenu trgovanju.

Financijska imovina se klasificira u ovu kategoriju ako je stečena prvenstveno u svrhu prodaje u kratkom roku. Imovina u ovoj kategoriji klasificirana je kao kratkotrajna imovina.

Financijska imovina iskazana po fer vrijednosti u računu dobiti i gubitka početno se priznaje po fer vrijednosti, a trošak transakcije iskazuje se u računu dobiti i gubitka. Dobici i gubici nastali iz promjena u fer vrijednosti financijske imovine po fer vrijednosti u računu dobiti i gubitka, iskazuju se u računu dobiti i gubitka u okviru ostalih dobitaka/gubitaka iz poslovanja u razdoblju u kojem su nastali.

(b) Krediti i potraživanja – Krediti i potraživanja predstavljaju nederivativnu financijsku imovinu s fiksnim ili odredivim plaćanjem koja ne kotira na aktivnom tržištu. Iskazana je u okviru kratkotrajne imovine, osim imovine s dospijecom dužim od 12 mjeseci nakon datuma bilance. Takva se imovina klasificira kao dugotrajna imovina. Krediti i potraživanja iskazani su po amortiziranom trošku primjenom metode efektivne kamate.

(c) Financijska imovina raspoloživa za prodaju – Financijska imovina raspoloživa za prodaju predstavlja nederivativnu imovinu

koja je iskazana u ovoj kategoriji ili nije klasificirana u neku drugu kategoriju. Uključena je u dugotrajnu imovinu, osim ako Uprava ima namjeru prodati ulaganje unutar razdoblja od 12 mjeseci od datuma bilance. Financijska imovina raspoloživa za prodaju iskazuje se po fer vrijednosti.

Kod promjene fer vrijednosti monetarnih vrijednosnica izraženih u stranoj valuti i klasificiranih kao raspoložive za prodaju analiziraju se tečajne razlike koje su rezultat promjena amortiziranog troška vrijednosnica i ostale promjene knjigovodstvene vrijednosti vrijednosnica. Razlike u preračunu priznaju se u računu dobiti i gubitka, a ostale promjene knjigovodstvene vrijednosti priznaju se u kapitalu. Promjene u fer vrijednosti ostalih monetarnih vrijednosnica raspoloživih za prodaju i nemonetarnih vrijednosnica raspoloživih za prodaju priznaju se u kapitalu. Značajno ili produljeno smanjenje fer vrijednosti glavnčkih vrijednosnica klasificiranih kao raspoložive za prodaju ispod nabavne vrijednosti, smatra se pokazateljem umanjenja vrijednosti. Ako takvi dokazi postoje, kumulativni gubitak – koji predstavlja razliku između troška stjecanja i sadašnje fer vrijednosti, umanjeno za sve gubitke od umanjenja vrijednosti koji su prethodno iskazani u računu dobiti i gubitka – se uklanja iz kapitala i iskazuje u računu dobiti i gubitka.

Prilikom prodaje ili umanjenja vrijednosti vrijednosnica raspoloživih za prodaju, akumulirana usklađenja fer vrijednosti priznata u kapitalu uključuju se u račun dobiti i gubitka u stavku “Ostali dobiti/(gubici) – neto”. Sva kupljena i prodana ulaganja

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

105

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

priznaju se na datum transakcije, tj. na datum na koji se Grupa obvezala kupiti ili prodati sredstvo. Ulaganja se početno priznaju po fer vrijednosti uvećanoj za troškove transakcije za cjelokupnu financijsku imovinu koja nije iskazana po fer vrijednosti u računu dobiti i gubitka. Ulaganja se prestaju priznavati kada isteknu ili su prenesena prava na primitak novčanih tokova od ulaganja ili kada je Grupa prenijela sve bitne rizike i koristi vlasništva.

Fer vrijednosti ulaganja koja kotiraju na burzi temelje se na tekućim cijenama ponude. Ako tržište za neko financijsko sredstvo nije aktivno (kao i za vrijednosnice koje ne kotiraju), Grupa utvrđuje fer vrijednost pomoću tehnika procjene vrijednosti koje uzimaju u obzir nedavne transakcije pod uobičajenim trgovačkim uvjetima te usporedbu s drugim sličnim instrumentima, analizu diskontiranog novčanog toka i modela određivanja cijena opcija, maksimalno koristeći tržišne informacije te se minimalno oslanjajući na informacije specifične za poslovni subjekt. Na svaki datum bilance Grupa procjenjuje postoje li objektivni dokazi o umanjenju vrijednosti financijske imovine ili grupe financijskih sredstava. Gubici od umanjenja vrijednosti glavnčkih instrumenata priznatih u računu dobiti i gubitka ne ukidaju se u računu dobiti i gubitka. Provjera umanjenja vrijednosti kredita i potraživanja opisana je u bilješci 2.12.

2.10. Najmovi – Grupa unajmljuje određene nekretnine, postrojenja i opremu. Najmovi nekretnina, postrojenja i opreme u

kojima Grupa snosi sve rizike i koristi vlasništva klasificiraju se kao financijski najmovi. Financijski najmovi kapitaliziraju se na početku najma prema fer vrijednosti unajmljene nekretnine ili sadašnje vrijednosti minimalne najamnine, ovisno o tome što je niže. Svako plaćanje najma razvrstava se na obveze i financijske rashode kako bi se dobila konstantna stopa na preostalo financijsko stanje. Kamatna komponenta financijskog rashoda tereti račun dobiti i gubitka tijekom razdoblja najma. Nekretnine, postrojenja i oprema kupljeni pod financijskim najmom amortiziraju se po korisnom vijeku upotrebe ili trajanju najma, ovisno o tome što je kraće. Najmovi u kojima Grupa ne snosi bitan udio rizika i koristi vlasništva klasificiraju se kao operativni najmovi. Plaćanja po osnovi operativnih najмова iskazuju se u računu dobiti i gubitka prema pravocrtnoj metodi u razdoblju trajanja najma.

2.11. Zalihe – Zalihe sirovina i rezervnih dijelova iskazuju se po trošku nabave ili neto ostvarivoj vrijednosti, ovisno o tome koja je niža. Trošak se određuje po metodi ponderiranih prosječnih cijena. Neto ostvariva vrijednost predstavlja procjenu prodajne cijene u redovnom tijeku poslovanja umanjenu za varijabilne troškove prodaje. Trošak proizvodnje u tijeku i gotovih proizvoda obuhvaća sirovine, trošak izravnog rada, ostale izravne troškove i pripadajući dio općih troškova proizvodnje (na bazi normalnog redovnog kapaciteta proizvodnje). Trgovačka roba iskazuje se po prodajnoj cijeni umanjenoj za poreze i marže. Sitni inventar i alati u potpunosti se otpisuju prilikom stavljanja u uporabu.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

106

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

2.12. Potraživanja od kupaca i potraživanja po kreditima – Potraživanja od kupaca i po kreditima početno se priznaju po fer vrijednosti, a naknadno se mjere po amortiziranom trošku uporabom metode efektivne kamatne stope, umanjena za ispravak vrijednosti. Ispravak vrijednosti potraživanja provodi se kada postoje objektivni dokazi da Grupa neće moći naplatiti sva svoja potraživanja u skladu s dogovorenim uvjetima. Značajne financijske poteškoće dužnika, vjerojatnost dužnikovog stečaja te neizvršenje ili propusti u plaćanjima, smatraju se pokazateljima umanjenja vrijednosti potraživanja. Iznos ispravka vrijednosti utvrđuje se kao razlika između knjigovodstvene vrijednosti i nadoknadivog iznosa potraživanja, a predstavlja sadašnju vrijednost očekivanih novčanih priljeva diskontiranih korištenjem efektivne kamatne stope. Iznosi ispravka vrijednosti potraživanja iskazuju se u računu dobiti i gubitka u okviru troškova prodaje i distribucije.

2.13. Novac i novčani ekvivalenti – Novac i novčani ekvivalenti obuhvaćaju gotovinu, depozite kod banaka po viđenju i ostale kratkotrajne visoko likvidne instrumente s rokovima naplate do tri mjeseca ili kraće. U bilanci su prekoračenja po bankovnim računima uključena u kratkoročne obveze.

2.14. Dionički kapital – Dionički kapital sastoji se od redovnih dionica. Primici koji se iskazuju u glavnici pri izdavanju novih dionica ili opcija, iskazuju se umanjeno za pripadajuće troškove transakcije i porez na dobit. Iznos fer vrijednosti primljene

naknade iznad nominalne vrijednosti izdanih dionica prikazan je u bilješkama kao kapitalna dobit. Plaćena naknada za kupljene vlastite dionice, uključujući sve izravno pripadajuće troškove transakcije (umanjene za porez na dobit), umanjuje dioničku glavnica koja se može pripisati dioničarima Društva sve do povlačenja dionica, njihovog ponovnog izdavanja ili prodaje. Kada se takve dionice kasnije prodaju ili ponovno izdaju, svaka primljena naknada, umanjena za sve izravno pripadajuće troškove transakcije kao i učinke poreza na dobit, uključena je u glavnica koja se može pripisati dioničarima Društva.

2.15. Posudbe – Posudbe se početno priznaju po fer vrijednosti, umanjenoj za troškove transakcije.

U budućim razdobljima, posudbe se iskazuju po amortiziranom trošku; sve razlike između primitaka (umanjenih za troškove transakcije) i otkupne vrijednosti priznaju se u računu dobiti i gubitka tijekom razdoblja trajanja posudbe, koristeći metodu efektivne kamatne stope. Grupa ne kapitalizira troškove posudbi. Posudbe se klasificiraju kao kratkoročne obveze, osim ako Grupa ima bezuvjetno pravo odgoditi podmirenje obveze najmanje 12 mjeseci nakon datuma bilance.

2.16. Odgođeni porez na dobit – Iznos odgođenog poreza obračunava se metodom bilančne obveze, na privremene razlike između porezne osnovice imovine i obveza i njihove knjigovodstvene vrijednosti u financijskim izvještajima. Međutim, odgođeni porez se ne priznaje ako proizlazi iz početnog priznavanja imovine ili obveza u transakciji koja nije poslovno spajanje i koje u vrijeme transakcije ne utječe na računovodstvenu dobit niti na oporezivu dobit (porezni gubitak). Odgođena

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

107

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

porezna imovina i obveze mjere se poreznim stopama za koje se očekuje da će se primjenjivati u razdoblju kada će imovina biti nadoknađena ili obveza podmirena, na temelju poreznih stopa koje su, i poreznih zakona koji su, na snazi ili se djelomično primjenjuju na datum bilance.

Odgođena porezna imovina priznaje se do visine buduće oporezive dobiti za koju je vjerojatno da će biti raspoloživa za iskorištenje privremenih razlika.

2.17. Primanja radnika – (a) Obveze za mirovine i ostale obveze nakon umirovljenja – U toku redovnog poslovanja prilikom isplata plaća Grupa u ime svojih radnika koji su članovi obveznih mirovinskih fondova obavlja redovita plaćanja doprinosa sukladno zakonu. Obvezni mirovinski doprinosi fondovima iskazuju se kao dio troška plaća kada se obračunaju. Grupa nema dodatni mirovinski plan te stoga nema nikakvih drugih obveza u svezi s mirovinama radnika. Nadalje, Grupa nema obvezu osigurati bilo koja druga primanja radnika nakon njihova umirovljenja.

(b) Otpremnine – Obveze za otpremnine se priznaju kad Grupa prekine radni odnos radnika prije normalnog datuma umirovljenja ili odlukom radnika da dragovoljno prihvati prekid radnog odnosa u zamjenu za naknadu. Grupa priznaje obveze za otpremnine kada je dokazivo preuzela obvezu da prekine radni odnos sa sadašnjim radnicima, na osnovu detaljnog formalnog

plana bez mogućnosti da od njega odustane ili osigurava otpremnine kao rezultat ponude da potakne dragovoljno raskidanje radnog odnosa. Otpremnine koje dopijevaju u razdoblju duljem od 12 mjeseci nakon datuma bilance, diskontiraju se na njihovu sadašnju vrijednost.

(c) Dugoročna primanja radnika – Grupa priznaje obvezu za dugoročna primanja radnika (jubilarne nagrade) ravnomjerno tijekom razdoblja u kojem je nagrada ostvarena, na temelju stvarnog broja godina radnog staža.

Obveza za dugoročna primanja radnika uključuje pretpostavke o broju radnika kojima navedena primanja treba isplatiti, procijenjeni trošak navedenih primanja te diskontnu stopu.

(d) Kratkoročna primanja radnika – Grupa priznaje rezerviranje za bonuse kada postoji ugovorna obveza ili praksa iz prošlosti na temelju koje je nastala izvedena obveza.

(e) Primanja u obliku dionica – Grupa upravlja planom primanja u obliku dionica. Fer vrijednost primljene usluge radnika u zamjenu za odobrene opcije priznaje se kao trošak. Ukupan iznos kojeg treba iskazati kao trošak u razdoblju stjecanja prava na korištenje odnosi se na fer vrijednost odobrenih opcija, isključujući učinak bilo kojih netržišnih uvjeta stjecanja prava na korištenje (na primjer, profitabilnost i ciljni porast prodaje). Netržišni uvjeti stjecanja prava na korištenje uključeni su u pretpostavke o broju opcija za koje se očekuje da će biti iskorištene. Na svaki datum bilance, provjerava se procjena broja opcija za

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

108

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

koje se očekuje da će biti iskorištene. Subjekt priznaje učinak pregleda prvotnih procjena, ako ih ima, u računu dobiti i gubitka kao i pripadajuće usklađenje na glavnici tijekom preostalog razdoblja stjecanja prava na korištenje.

Primici umanjeni za pripadajuće troškove transakcije iskazuju se kao povećanje dioničkog kapitala (nominalna vrijednost) i kapitalne dobiti kada su opcije iskorištene.

2.18. Rezerviranja – Rezerviranja za troškove otpremnina, primanja radnika i sudske sporove priznaju se ako Grupa ima sadašnju zakonsku ili izvedenu obvezu kao posljedicu prošlog događaja, ako je vjerojatno da će biti potreban odljev resursa radi podmirivanja obveze te ako se iznos obveze može pouzdano procijeniti.

Kada postoji veći broj sličnih obveza, vjerojatnost da će za njihovo podmirenje biti potreban odljev resursa određuje se njihovim razmatranjem kao cjeline. Rezerviranje se priznaje i kada je mala vjerojatnost odljeva resursa za bilo koju stavku obveza koja se nalazi u istoj kategoriji.

Rezerviranja se mjere po sadašnjoj vrijednosti troškova za koje se očekuje da će biti potrebni za podmirenje obveze, korištenjem diskontne stope prije poreza, koja odražava tekuće tržišne procjene vremenske vrijednosti novca kao i rizike koji su specifični za navedenu obvezu. Iznos rezerviranja povećava se u svakom razdoblju da se odrazi proteklo vrijeme.

2.19. Priznavanje prihoda – Prihodi se sastoje od fer vrijednosti primljene naknade ili potraživanja za prodane proizvode, robu ili usluge tijekom redovnog poslovanja Grupe. Prihodi su iskazani u iznosima koji su umanjeni za porez na dodanu vrijednost, procijenjene povrate, rabate i diskonte.

Grupa priznaje prihode kada se iznos prihoda može pouzdano mjeriti, kada je vjerojatno da će Grupa ostvariti buduće ekonomske koristi i kada su zadovoljeni specifični kriteriji za sve djelatnosti Grupe koje su opisane u nastavku.

(a) Prihodi od veleprodaje proizvoda i trgovačke robe – Grupa proizvodi i prodaje svoje proizvode i tuđu robu u veleprodaji. Prihodi od veleprodaje priznaju se kada Grupa obavi isporuke robe veletrgovcu, kada veletrgovac ima slobodu određivanja prodajne cijene i kada ne postoji nijedna nepodmirena obveza koja bi mogla utjecati na prihvaćanje proizvoda od strane veletrgovca. Isporuka je izvršena kad se proizvodi otpreme na određenu lokaciju, rizici gubitka prenesu na veletrgovca i kad je utvrđeno jedno od navedenoga: veletrgovac prihvaća proizvode u skladu s ugovorom ili je rok za prihvaćanje proizvoda protekao ili Grupa ima objektivne dokaze o tome da su svi kriteriji prihvaćanja zadovoljeni.

Proizvodi se prodaju uz količinski popust i kupci imaju pravo na povrat neispravne robe. Prihodi od prodaje iskazuju se na temelju cijene iz ugovora o prodaji, umanjeni za procijenjene količinske popuste i povrate.

Procjene popusta i povrata utvrđuju se na temelju stečenog iskustva. Količinski popusti procjenjuju se temeljem očekivane

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

109

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

prodaje na godišnjoj razini. Prodaja ne sadržava elemente financiranja, jer je rok naplate potraživanja oko 90 dana, što je u skladu s tržišnom praksom.

(b) Prihodi od maloprodaje proizvoda i robe – Prihodi od maloprodaje proizvoda i robe priznaju se u trenutku prodaje robe kupcu. Prihodi od maloprodaje uglavnom se ostvaruju u gotovini ili putem kreditnih kartica. Iskazani prihodi uključuju naknade za kreditne kartice koje se iskazuju u okviru troškova distribucije.

Grupa nema programe posebnih pogodnosti za kupce.

(c) Prihodi od usluga – Prihodi od usluga priznaju se u razdoblju u kojem su usluge obavljene, prema stupnju dovršenosti, na osnovu udjela stvarno obavljenih usluga u odnosu na ukupne usluge koje se trebaju obaviti.

(d) Prihod od kamata – Prihodi od kamata priznaju se na vremenski proporcionalnoj osnovi koristeći metodu efektivne kamatne stope.

(e) Prihod od dividendi – Prihodi od dividendi priznaju se kada je ustanovljeno pravo na isplatu dividende.

(f) Prihod od državnih subvencija – Grupa prima novčane državne subvencije koje se odnose na trošak uzgoja svinja i otkup jabuka.

Prihodi od državnih subvencija priznaju se po fer vrijednosti kada je u razumnoj mjeri pouzdano da će subvencija biti primljena te da će Grupa ispuniti sve pripadajuće uvjete. Prihodi od državnih subvencija priznaju se u razdoblju kada nastaju troškovi koji se nadoknađuju iz tih subvencija te se prikazuju u računu dobiti i gubitka u sklopu ostalih prihoda.

2.20. Raspodjela dividendi – Raspodjela dividendi dioničarima Društva priznaje se kao obveza u financijskim izvještajima Grupe u razdoblju u kojem su odobrene od strane Glavne skupštine dioničara Društva.

2.21. Porez na dodanu vrijednost – Porezne uprave zahtijevaju podmirenje PDV-a na neto osnovi. PDV koji proizlazi iz transakcija prodaje i kupnje priznaje se i iskazuje u bilanci na neto osnovi. U slučaju umanjenja potraživanja za ispravak vrijednosti, gubitak od umanjenja iskazuje se u bruto iznosu potraživanja, uključujući PDV.

BILJEŠKA 3.

Upravljanje financijskim rizikom

3.1. Čimbenici financijskog rizika – Aktivnosti koje Grupa obavlja izlažu je raznim financijskim rizicima: valutnom riziku, kreditnom riziku, riziku likvidnosti i kamatnom riziku novčanog toka. Grupa nema formalni program upravljanja rizicima, međutim cjelokupno upravljanje rizicima obavlja Sektor riznice Društva.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

110

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

(a) Valutni rizik – Grupa djeluje na međunarodnoj razini i izložena je valutnom riziku koji proizlazi iz raznih promjena tečajeva stranih valuta vezanih uglavnom uz EUR. Valutni rizik nastaje iz budućih komercijalnih transakcija, priznate imovine i obveza i neto ulaganja u kapitalne i poslovne aktivnosti u inozemstvu. Većina prihoda od prodaje u inozemstvu i dugoročnog duga iskazana je EUR-ima. Stoga kretanja u tečajevima između EUR-a i kune mogu imati utjecaja na buduće poslovne rezultate i novčane tokove. Grupa ne koristi derivativne instrumente za aktivnu zaštitu od izloženosti valutnom riziku. U 2006. godini Grupa je zamijenila ranije izdane obveznice nominirane u EUR-ima s novoizdanim obveznicama nominiranim u kunama te time umanjila valutni rizik Grupe (bilješka 27).

(b) Kreditni rizik – Imovina Grupe koja nosi kreditni rizik sastoji se uglavnom od novčanih sredstava i potraživanja od kupaca. Prodajne politike Grupe osiguravaju da se prodaja obavlja kupcima koji imaju odgovarajuću kreditnu povijest, i to u okvirima unaprijed određenih kreditnih ograničenja. Grupa nema značajniju koncentraciju kreditnog rizika zbog rapodjele potraživanja kod veće grupe kupaca. Kreditni rizik na novčana sredstva odnosi se na dane depozite bankama koji se drže u jednoj financijskoj ustanovi.

(c) Rizik likvidnosti – Razborito upravljanje rizikom likvidnosti podrazumijeva održavanje dostatne količine novca, osigu-

ravanje raspoloživosti financijskih sredstava adekvatnim iznosom ugovorenih kreditnih linija i sposobnost podmirenja svih obveza. Cilj Grupe je održavanje fleksibilnosti financiranja na način da ugovorene kreditne linije budu dostupne. Sektor riznice redovito prati razinu dostupnih izvora novčanih sredstava.

(d) Kamatni rizik novčanog toka i rizik fer vrijednosti kamatne stope – Budući da Grupa nema značajnu imovinu koja ostvaruje prihod od kamata, prihodi Grupe i novčani tok iz poslovnih aktivnosti nisu u značajnoj mjeri ovisni o promjenama tržišnih kamatnih stopa.

Kamatni rizik Grupe proizlazi iz dugoročnih kredita i izdanih obveznica. Krediti odobreni po promjenjivim stopama izlažu Grupu riziku novčanog toka. Krediti i izdane obveznice odobreni po fiksnim stopama izlažu Grupu riziku fer vrijednosti kamatne stope.

Grupa ne koristi derivativne instrumente za aktivnu zaštitu od izloženosti kamatnog rizika novčanog toka i rizika fer vrijednosti kamatne stope.

3.2. Procjena fer vrijednosti – Fer vrijednost financijskih instrumenata kojima se trguje na aktivnim tržištima temelji se na kotiranim tržišnim cijenama na dan bilance. Kotirana tržišna cijena koja se koristi za utvrđivanje fer vrijednosti financijske imovine predstavlja tekuću cijenu ponude.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

111

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

Fer vrijednost financijskih instrumenata kojima se ne trguje na aktivnom tržištu određena je uporabom tehnika procjena vrijednosti. Grupa koristi razne metode i utvrđuje pretpostavke koje se temelje na tržišnim uvjetima na dan bilance.

Knjigovodstvena vrijednost potraživanja od kupaca umanjena za ispravak vrijednosti i obveze prema dobavljačima uglavnom odgovaraju njihovoj fer vrijednosti zbog njihove kratkoročne prirode.

Za potrebe objavljivanja, fer vrijednost financijskih obveza procjenjuje se diskontiranjem budućih ugovornih novčanih tokova po tekućoj tržišnoj kamatnoj stopi koja je dostupna Grupi za slične financijske instrumente.

BILJEŠKA 4.

Ključne računovodstvene procjene

Grupa izrađuje procjene i stvara pretpostavke vezane za budućnost. Proizašle računovodstvene procjene su, po definiciji, u rijetkim slučajevima izjednačene sa stvarnim rezultatima. U nastavku se navode procjene i pretpostavke koje bi mogle uzrokovati značajan rizik usklađivanja knjigovodstvenih iznosa imovine i obveza u sljedećoj financijskoj godini.

(a) Procjena umanjenja vrijednosti goodwilla – Goodwill se godišnje provjerava zbog umanjenja vrijednosti u skladu s

računovodstvenom politikom navedenom u bilješci 2.7. Nadoknadivi iznosi jedinica koje stvaraju novac utvrđuju se na osnovi izračuna vrijednosti u uporabi. Ovi izračuni zahtijevaju korištenje procjena (bilješka 17).

U slučaju da se procijenjena bruto marža na dan 31. prosinca 2006. godine smanji za 10% u odnosu na procjenu Uprave, to i dalje ne bi imalo učinka na priznavanje umanjenja vrijednosti goodwilla. U slučaju da je diskontna stopa prije poreza koja služi za diskontiranje novčanih tokova viša za 10% od procjene Uprave, to i dalje ne bi imalo učinka na priznavanje umanjenja vrijednosti goodwilla.

(b) Dugoročna primanja radnika – U skladu s kolektivnim ugovorom Društvo i neka ovisna društva u Grupi osiguravaju radnicima pravo na isplatu jubilarnih nagrada. U svrhu izračuna sadašnje vrijednosti navedenih primanja, Grupa procjenjuje fluktuaciju radnika na temelju trendova iz prošlosti i procjenjuje adekvatnu diskontnu stopu na temelju tekućih tržišnih uvjeta. U slučaju kad bi se primijenjena diskontna stopa i fluktuacija radnika promijenila za 10%, knjigovodstveni iznos pripadajuće obveze ne bi se značajno razlikovao od iskazanog.

(c) Sudske tužbe i postupci – Rezerviranja za sudske tužbe i postupke iskazuju se na temelju procjene Uprave vezane za potencijalne gubitke nakon savjetovanja s odvjetnikom. Na temelju takvih saznanja u razumnoj mjeri se procjenjuju mogući rezultati sudskih sporova i iskazuje rezerviranje ako se procijene potencijalni gubici koji bi nastali po završetku sudskih postupaka ili

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

112

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

izvansudskih nagodbi. U slučaju pozitivnih rješenja sudskih sporova za Grupu ranije obavljena rezerviranja umanjuju se u korist “općih i administrativnih troškova” Grupe.

BILJEŠKA 5.

Informacije o poslovnim segmentima

Primarni izvještajni oblik – poslovni segmenti. Na dan 31. prosinca 2006. Grupa je na svjetskom tržištu organizirana u tri poslovna segmenta:

1. Proizvodnja i prodaja prehrambenih proizvoda i pića
2. Proizvodnja i prodaja lijekova na veliko
3. Prodaja usluga odnosi se na usluge tiskanja, energetike i prehrane.

Rezultati navedenih segmenata za godinu koja završava 31. prosinca 2006. godine su kako slijedi:

(U TISUĆAMA KUNA)	Prehrana i pića	Lijekovi	Usluge	Ukupno Grupa
Prihodi od prodaje	2.852.043	605.127	10.334	3.467.504
Dobit iz poslovanja	(13.952)	139.901	259	126.208
Financijski troškovi	(35.675)	(14.384)	—	(50.059)
Dobit prije poreza	(49.627)	125.517	259	76.149
Porez na dobit	9.067	(24.855)	—	(15.788)
Dobit za godinu	(40.560)	100.662	259	60.361

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

113

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

Rezultati navedenih segmenata za godinu koja završava 31. prosinca 2005. godine su kako slijedi:

(U TISUĆAMA KUNA)	Prehrana i pića	Lijekovi	Usluge	Ukupno Grupa
Prihodi od prodaje	2.820.002	611.095	10.281	3.441.378
Dobit iz poslovanja	8.503	76.411	576	85.490
Financijski troškovi	(5.163)	(10.486)	—	(15.649)
Dobit prije poreza	3.340	65.925	576	69.841
Porez na dobit	7.308	(14.523)	—	(7.215)
Dobit za godinu	10.648	51.402	576	62.626

Ostale stavke po segmentima uključene u račun dobiti i gubitka su kako slijedi:

(U TISUĆAMA KUNA)	2006.				2005.			
	Prehrana i pića	Lijekovi	Usluge	Ukupno Grupa	Prehrana i pića	Lijekovi	Usluge	Ukupno Grupa
Amortizacija materijalne imovine	129.749	40.484	42	170.275	142.525	39.545	2.611	184.681
Amortizacija nematerijalne imovine	27.156	3.766	55	30.977	35.942	2.256	48	38.246
Umanjenje vrijednosti potraživanja od kupaca	4.742	(934)	—	3.808	15.085	2.932	98	18.115
Troškovi restrukturiranja-otpremnine	31.074	241	120	31.435	3.361	1.401	—	4.762

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

114

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

Segmentalna analiza imovine i obveza na dan 31. prosinca 2006. godine i investicijska ulaganja za godinu koja je tada završila je kako slijedi:

(U TISUĆAMA KUNA)	Prehrana i pića	Lijekovi	Usluge	Ukupno Grupa
Materijalna imovina	1.321.895	311.516	43	1.633.454
Nematerijalna imovina bez goodwilla	45.509	13.198	161	58.868
Goodwill	28.357	—	—	28.357
Potraživanja od kupaca	502.366	375.653	—	878.019
Ostala imovina	965.169	136.543	95	1.101.807
Ukupno imovina	2.863.296	836.910	299	3.700.505
Obveze	1.750.278	202.924	623	1.953.825
Investicijska ulaganja	166.288	16.024	4	182.316

Segmentalna analiza imovine i obveza na dan 31. prosinca 2005. godine i investicijska ulaganja za godinu koja je tada završila je kako slijedi:

(U TISUĆAMA KUNA)	Prehrana i pića	Lijekovi	Usluge	Ukupno Grupa
Materijalna imovina	1.311.324	343.994	81	1.655.399
Nematerijalna imovina bez goodwilla	54.498	9.427	216	64.141
Goodwill	27.096	—	—	27.096
Potraživanja od kupaca	479.939	303.478	—	783.417
Ostala imovina	728.247	141.555	12.972	882.774
Ukupno imovina	2.601.104	798.454	13.269	3.412.827
Obveze	1.229.139	256.222	6.307	1.491.668
Investicijska ulaganja	87.500	48.219	207	135.926

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

115

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

Sekundarni izvještajni oblik – zemljopisno tržište

PRODAJA (U TISUĆAMA KUNA)	2006.	2005.
Hrvatska	1.880.756	1.828.947
Jugoistočna Europa	778.700	789.219
Centralna Europa	434.818	469.992
Istočna Europa	151.280	134.936
Zapadna Europa, prekoceanske zemlje i daleki istok	221.950	218.284
Ukupno	3.467.504	3.441.378

Prodaja je iskazana prema zemljopisnom području u kojem je obavljena prodaja kupcu.

UKUPNA IMOVINA (U TISUĆAMA KUNA)	2006.	2005.
Hrvatska	3.152.405	2.821.858
Jugoistočna Europa	212.409	244.413
Centralna Europa	307.258	322.082
Istočna Europa	902	2.224
Zapadna Europa, prekoceanske zemlje i Daleki istok	27.531	22.250
Ukupno	3.700.505	3.412.827

Ukupna imovina iskazana je na temelju lokacije na kojoj se imovina nalazi.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

116

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

INVESTICIJSKA ULAGANJA (U TISUĆAMA KUNA)	2006.	2005.
Hrvatska	179.674	124.030
Jugoistočna Europa	1.444	7.566
Centralna Europa	256	4.286
Istočna Europa	549	—
Zapadna Europa, prekoceanske zemlje i Daleki istok	393	44
Ukupno	182.316	135.926

Investicijska ulaganja iskazana su na temelju lokacije na kojoj se imovina nalazi.

BILJEŠKA 6.

OSTALI DOBICI /(GUBICI) – NETO
(U TISUĆAMA KUNA)

	2006.	2005.
Dobici od financijske imovine po fer vrijednosti u računu dobiti i gubitka (bilješka 22)	115	2.036
Dobici od prodaje financijske imovine raspoložive za prodaju (bilješka 19)	8.200	—
Dobit od prodaje društva u Grupi (i)	5.378	—
Dobici /(gubici) od prodaje dugotrajne imovine – neto	13.713	4.593
	27.406	6.629
Gubici od tečajnih razlika-neto (bilješka 13)	(210)	(7.250)
	27.196	(621)

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

117

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

(i) U lipnju 2006. godine došlo je do prodaje udjela u društvu Koprivnička tiskarnica d.o.o. koja je do tada bila sastavni dio Grupe. Koprivnička tiskarnica je prodana za iznos od 18.000 tisuća kuna umanjeno za troškove otpremnina radnika u iznosu od 4.993 tisuće kuna. Imovina i obveze društva na dan prodaje bili su kako slijedi:

(U TISUĆAMA KUNA)

		Prodana imovina i obveze:	
Ukupna prodajna naknada	18.000	• ostala dugotrajna imovina	18
Umanjena za: novac u bilanci	(87)	• kratkotrajna imovina (isključujući novac)	13.411
	17.913	• kratkoročne obveze	(5.887)
Trošak otpremnina za radnike prodanog društva	(4.993)	Neto kapital	7.542
	12.920	Dobitak od prodaje društva u Grupi	5.378

BILJEŠKA 7.
OSTALI PRIHODI

(U TISUĆAMA KUNA)	2006.	2005.
Prihodi od subvencija, dotacija, regresa	3.350	2.936
Primljena dividenda	—	355
Kamate od oročenih depozita i kupaca	8.123	2.906
Kamate na dane kredite i ostale kamate	215	175
Ostalo	3.067	3.302
	14.755	9.674

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

118

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

BILJEŠKA 8.
OSTALI RASHODI

(U TISUĆAMA KUNA)	2006.	2005.
Kamata od dobavljača	1.597	1.882
Ostale kamate	134	—
	1.731	1.882

BILJEŠKA 9.

TROŠKOVI PO PRIRODI

(U TISUĆAMA KUNA)

	2006.	2005.
Troškovi utrošenih sirovina i materijala, te nabavne vrijednosti prodane robe	1.648.215	1.583.568
Promjene u zalihama nedovršene proizvodnje i gotovih proizvoda	(3.092)	14.605
Troškovi radnika (bilješka 10)	848.122	792.580
Amortizacija materijalne i nematerijalne imovine (bilješka 16 i 17)	201.252	223.007
Troškovi reklame i propagande	280.057	257.370

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

119

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

Usluge	166.182	126.147
Troškovi najamnina	57.072	54.317
Troškovi transporta	40.837	44.556
Troškovi telekomunikacija	24.875	24.508
Reprezentacija	29.128	28.975
Porezi i doprinosi koji ne ovise o rezultatu	28.329	26.447
Rezerviranje za potraživanja od kupaca	16.779	25.321
Naplaćena rezerviranja od kupaca	(12.971)	(7.206)
Ostalo	104.788	132.292
Sudski sporovi	(48.057)	36.572
	3.381.516	3.363.059

BILJEŠKA 10.
TROŠKOVI RADNIKA

(U TISUĆAMA KUNA)	2006.	2005.
Plaće	772.429	743.226
Opcije za dionice (bilješka 24)	16.271	11.722
Otpremnine – redovne (i)	7.057	4.762
Otpremnine – sporazumne (bilješka 29)	24.378	—
Jubilarnе nagrade	8.366	16.789
Prijevoz	10.266	10.498
Ostalo	9.355	5.583
Ukupno	848.122	792.580

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

120

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

Na dan 31. prosinca 2006. godine Grupa je imala 6.989 radnika (2005.: 7.181).
(i) U 2006. godini u Grupi su obračunate i isplaćene otpremnine za 139 radnika (2005.: obračunate i isplaćene za 40 radnika).

BILJEŠKA 11.
TROŠKOVI FINANCIRANJA
(U TISUĆAMA KUNA)

	2006.	2005.
Trošak kamata na primljene dugoročne kredite	(18.719)	(26.413)
Trošak kamata na primljene kratkoročne kredite	(10.820)	(2.301)
Trošak kamata na izdane obveznice i ostalo	(18.630)	(10.825)
Financijski trošak opcija na vlastite dionice	(8.399)	—
	(56.568)	(39.539)
Neto dobiti od tečajnih razlika po kreditima (bilješka 13)	6.509	23.890
	(50.059)	(15.649)

BILJEŠKA 12.**POREZ NA DOBIT**

(U TISUĆAMA KUNA)	2006.	2005.
Tekući porez na dobit	28.706	16.941
Odgođeni porez (bilješka 28)	(12.918)	(9.726)
	15.788	7.215

Porez na dobit obračunat na dobit Grupe prije oporezivanja razlikuje se od izvedenog iznosa koji proizlazi primjenom prosječno ponderirane porezne stope od 20,2% (2005.: 20,2%) primijenjene na dobit konsolidiranih društava je kako slijedi:

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

121

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

(U TISUĆAMA KUNA)	2006.	2005.
Dobit prije oporezivanja	76.149	69.841
Porez na dobit izračunat primjenom prosječno ponderirane porezne stope na dobit društava u pripadajućim zemljama	15.382	14.108
Neoporezivi prihodi	(39.867)	(7.116)
Porezno nepriznati rashodi	41.451	20.835
Porezni gubici za prijenos	14.128	469
	31.094	28.296
Korišteni porezni gubitak	(2.388)	(11.355)
Tekući porez na dobit	28.706	16.941
Odgođeni porezni (prihod)/ trošak	(12.918)	(9.726)
Porezni trošak	15.788	7.215

Neiskorišteni porezni gubici u iznosu od 98.462 tisuće kuna (2005.: 38.592 tisuće kuna) nisu priznati kao odgođena porezna imovina u bilanci, jer nije izvjesno da će u pripadajućim društvima biti ostvarena dostatna oporeziva dobit za korištenje ove odgođene porezne imovine. Navedeni porezni gubici mogu se koristiti u razdoblju do 2011.

U 2006. godini Porezna uprava Republike Hrvatske obavila je pregled poreza na dobit i poreza na dodanu vrijednost Društva, koje se odnosilo na razdoblja 2004. i 2005. godine. Porezni nalaz nije imao materijalnog učinka na financijske izvještaje.

U skladu s propisima Republike Hrvatske, Porezna uprava može u bilo koje doba pregledati knjige i evidencije društva u Hrvatskoj u razdoblju od 3 godine nakon isteka godine u kojoj je porezna obveza iskazana te može uvesti dodatne porezne obaveze i kazne. Isti propisi odnose se i na druge podružnice u Grupi. Uprava Društva nije upoznata s okolnostima koje bi mogle dovesti do potencijalnih značajnih obveza u tom pogledu.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

122

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

BILJEŠKA 13

NETO DOBICI/(GUBICI) OD TEČAJNIH RAZLIKA

Dobici, odnosno gubici od tečajnih razlika iskazani su u Računu dobiti i gubitka kako slijedi:

(U TISUĆAMA KUNA)	2006.	2005.
Ostali (gubici)/dobici – neto (bilješka 6)	(210)	(7.250)
Troškovi financiranja (bilješka 11)	6.509	23.890
	6.299	16.640

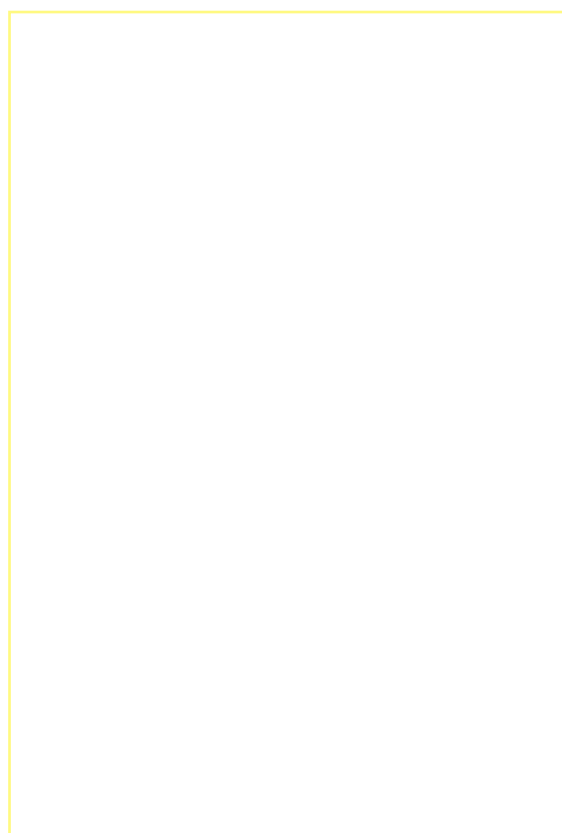
BILJEŠKA 14.

Zarada po dionici

Osnovna zarada po dionici – Osnovna zarada po dionici izračunava se na način da se neto dobit Grupe podijeli s ponderiranim prosječnim brojem redovnih dionica koje su izdane tijekom godine, koji ne uključuje prosječan broj redovnih dionica koje je Društvo kupilo i koje drži kao vlastite dionice.

	2006.	2005.
Neto dobit dioničarima (u tisućama kuna)	60.361	62.626
Prosječno ponderirani broj dionica	5.371.612	5.335.385
Osnovna zarada po dionici (u kunama)	11,24	11,74

Razrijeđena zarada po dionici – Razrijeđena zarada po dionici izračunata je na isti način kao i osnovna zarada po dionici uzimajući u obzir broj opcijskih dionica danih radnicima od kojih 96.374 opcije na dionice nisu iskorištene (2005.: 158.708 opcija).



PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

123

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

	2006.	2005.
Neto dobit dioničarima (u tisućama kuna)	60.361	62.626
Usklađenje za opcijske dionice	96.374	158.708
Prosječno ponderirani broj izdanih dionica za razrijeđenu zaradu po dionici	5.467.986	5.494.092
Razrijeđena zarada po dionici (u kunama)	11,04	11,40

BILJEŠKA 15.

Dividenda po dionici

Dana 20. srpnja 2006. godine Glavna skupština Društva donijela je Odluku o upotrebi dobiti za poslovnu 2005. godinu po kojoj se odobrava isplata dividende na redovne dionice u bruto iznosu od 5,00 kuna po dionici, što iznosi 27.041 tisuća kuna koja nije u cijelosti isplaćena u toku 2006. godine. Neisplaćene dividende iskazane su u ostalim obvezama (bilješka 26).

BILJEŠKA 16.

Nekretnine, postrojenja i oprema

(U TISUĆAMA KUNA)

	Zemljište i građevinski objekti	Oprema	Materijalna imovina u pripremi	Ukupno
STANJE 1. SIJEČNJA 2005.				
Nabavna vrijednost	1.875.059	1.561.721	50.096	3.486.876
Akumulirana amortizacija	(722.536)	(1.023.966)	—	(1.746.502)
Neto knjigovodstvena vrijednost	1.152.523	537.755	50.096	1.740.374

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

124

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

ZA GODINU ZAVRŠENU 31. PROSINCA 2005.

Početna neto knjigovodstvena vrijednost	1.152.523	537.755	50.096	1.740.374
Učinak promjena deviznog tečaja	494	(644)	(206)	(356)
Povećanja	6.096	6.164	116.880	129.140
Prijenos	52.903	80.142	(133.045)	—
Prodaja i otpis	(5.705)	—	—	(5.705)
Vrijednosno usklađenje	(6.245)	(617)	(549)	(7.411)
Prijenos na dugotrajnu imovinu koja se drži radi prodaje (bilješka 18)	(11.472)	(4.490)	—	(15.962)
Amortizacija	(61.279)	(123.402)	—	(184.681)
Zaključno neto knjigovodstveno stanje	1.127.315	494.908	33.176	1.655.399

STANJE 31. PROSINCA 2005.				
Nabavna vrijednost	1.907.499	1.582.132	33.176	3.522.807
Akumulirana amortizacija	(780.184)	(1.087.224)	—	(1.867.408)
Neto knjigovodstvena vrijednost	1.127.315	494.908	33.176	1.655.399
ZA GODINU ZAVRŠENU 31. PROSINCA 2006.				
Početna neto knjigovodstvena vrijednost	1.127.315	494.908	33.176	1.655.399
Učinak promjena deviznog tečaja	1.732	312	26	2.070
Povećanja	545	6.179	151.810	158.534
Prijenos	12.643	47.002	(59.645)	—
Prodaja i otpis	(4.962)	(4.707)	—	(9.669)

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

125

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

Prijenos na dugotrajnu imovinu koja se drži radi prodaje (bilješka 18)	(2.605)	—	—	(2.605)
Amortizacija	(60.939)	(109.336)	—	(170.275)
Zaključno neto knjigovodstveno stanje	1.073.729	434.358	125.367	1.633.454
STANJE 31. PROSINCA 2006.				
Nabavna vrijednost	1.865.936	1.621.918	125.367	3.613.221
Akumulirana amortizacija	(792.207)	(1.187.560)	—	(1.979.767)
Neto knjigovodstvena vrijednost	1.073.729	434.358	125.367	1.633.454

Građevinski objekti i zemljište Grupe u vrijednosti od 774.143 tisuće kuna (2005.:891.980 tisuća kuna) založeni su kao garancija za kreditne obveze.

Obračunata amortizacija u iznosu od 123.171 tisuću kuna (2005.: 136.279 tisuće kuna) iskazana je u okviru troškova prodanih proizvoda, u iznosu od 22.987 tisuća kuna (2005.: 24.954 tisuća kuna) iskazana je u okviru troškova distribucije i prodaje, a u iznosu od 24.118 tisuća kuna (2005.: 23.528 tisuća kuna) iskazana je u okviru općih i administrativnih troškova.

Oprema u najmu gdje je Grupa najmoprimac prema ugovoru o financijskom najmu, uključuje sljedeće:

(U TISUĆAMA KUNA)	2006.	2005.
Trošak nabave kapitaliziranih financijskih najмова	33.263	53.853
Akumulirani ispravak vrijednosti	(20.895)	(30.932)
Neto knjigovodstvena vrijednost	12.368	22.921

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

126

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

BILJEŠKA 17.

NEMATERIJALNA IMOVINA

(U TISUĆAMA KUNA)	Goodwill	Softver	Pravo distribucije	Brand	Ostalo	Ukupno
STANJE 1. SIJEČNJA 2005.						
Nabavna vrijednost	52.460	145.084	67.694	—	650	265.888
Akumulirana amortizacija	(25.655)	(90.705)	(27.078)	—	—	(143.438)
Neto knjigovodstvena vrijednost	26.805	54.379	40.616	—	650	122.450
ZA GODINU ZAVRŠENU 31. PROSINCA 2005.						
Početna neto knjigovodstvena vrijednost	26.805	54.379	40.616	—	650	122.450
Učinak promjene deviznog tečaja	291	46	—	—	—	337

Povećanja	—	6.803	—	—	—	6.803
Umanjenje vrijednosti	—	(68)	—	—	—	(68)
Prijenos na dugotrajnu imovinu koja se drži radi prodaje (bilješka 18)	—	(22)	—	—	—	(22)
Prodaja, rashodovanje i ostalo	—	—	—	—	(17)	(17)
Amortizacija	—	(24.707)	(13.539)	—	—	(38.246)
Zaključno neto knjigovodstveno stanje	27.096	36.431	27.077	—	633	91.237
STANJE 31. PROSINCA 2005.						
Nabavna vrijednost	27.096	151.619	67.694	—	633	247.042
Akumulirana amortizacija	—	(115.188)	(40.617)	—	—	(155.805)
Neto knjigovodstvena vrijednost	27.096	36.431	27.077	—	633	91.237

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

127

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

ZA GODINU ZAVRŠENU 31. PROSINCA 2006.

Početna neto knjigovodstvena vrijednost	27.096	36.431	27.077	—	633	91.237
Učinak promjene deviznog tečaja	1.261	65	—	—	—	1.326
Povećanja (i)	—	11.287	—	15.500	98	26.885
Prodaja, rashodovanje i ostalo	—	(170)	—	—	—	(170)
Vrijednosno usklađenje (ii)	—	—	(1.076)	—	—	(1.076)
Amortizacija	—	(17.439)	(13.538)	—	—	(30.977)
Zaključno neto knjigovodstveno stanje	28.357	30.174	12.463	15.500	731	87.225

STANJE 31. PROSINCA 2006.

Nabavna vrijednost	28.357	158.347	67.694	15.500	731	270.629
Akumulirana amortizacija	—	(128.173)	(55.231)	—	—	(183.404)
Neto knjigovodstvena vrijednost	28.357	30.174	12.463	15.500	731	87.225

- (i) U 2006. godini Grupa je kupila brand Eva za proizvodnju konzervirane ribe.
(ii) U 2006. godini obavljeno je umanjenje vrijednosti prava na distribuciju Nestleovih proizvoda na temelju projekcija odobrenih od strane Uprave.

Obračunata amortizacija u iznosu od 203 tisuće kuna (2005.: 182 tisuća kuna) iskazana je u okviru troškova prodanih proizvoda, u iznosu od 14.568 tisuća kuna (2005.: 19.298 tisuće kuna) iskazana je u okviru troškova distribucije i prodaje, a u iznosu od 16.207 tisuća kuna (2005.: 18.767 tisuća kuna) iskazana je u okviru općih i administrativnih troškova.

PROVJERA UMANJENJA VRIJEDNOSTI GOODWILLA – Goodwill je alociran na jedinice stvaranja novca koje su stečene u ranijim godinama i to na Lagris, Češka i Ital Ice, Poreč, Hrvatska. Navedene jedinice stvaranja novca nalaze se u poslovnom segmentu prehrana i pića.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

128

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

Iskazano stanje goodwilla na dan 31. prosinca je kako slijedi:

(U TISUĆAMA KUNA)	2006.	2005.
Lagris	26.139	24.878
Ital Ice	2.218	2.218
	28.357	27.096

Nadoknadivi iznos jedinice stvaranja novca utvrđuje se temeljem izračuna vrijednosti u uporabi. Za spomenute izračune korištena su predviđanja novčanog toka koja se temelje na financijskim projekcijama odobrenima od strane Uprave. Određene pretpostavke su korištene za analizu svake jedinice stvaranja novca u okviru određenog poslovnog segmenta. Uprava je odredila planiranu bruto maržu na temelju prošlog iskustva i očekivanog tržišnog razvoja. Korištene ponderirane prosječne stope rasta u skladu su s prognozama koje čine dio izvještaja o industrijskoj grani. Diskontni faktor od 7,96% primijenjen je na slobodne novčane tokove koji se sastoje od EBITDA i promjena obrtnog kapitala te odražavaju specifične rizike koji se odnose na relevantne poslovne segmente.

BILJEŠKA 18.

DUGOTRAJNA IMOVINA KOJA SE DRŽI RADI PRODAJE

(U TISUĆAMA KUNA)	2006.	2005.
Nekretnine u ulici Baruna Trenka 2, Zagreb (ii) (bilješka 16)	2.605	—
Poslovni prostor u ulici kneza Domagoja, Koprivnica (i)	—	5.610
Oprema i nematerijalna imovina Koprivnička tiskarnica d.o.o. (bilješka 16 i 17)	—	4.512
Nekretnine u podružnici Podravka Kft, Budapest (bilješka 16) (ii)	5.293	5.138
	7.898	15.260

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

129

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

(i) U siječnju 2006. godine prodano je zemljište i građevinski objekt za iznos od 2.075 tisuća EUR ili 15.420 tisuća kuna. Razlika između prodajne cijene i knjigovodstvene vrijednosti u iznosu od 9.810 tisuća kuna iskazana je u okviru Ostalih dobitaka/(gubitaka) neto (bilješka 6).

(ii) U 2006. godini nije bilo potrebno svođenje navedenih nekretnina na fer vrijednost, jer je knjigovodstvena vrijednost manja (u 2005. je trošak umanjenja iznosio 724 tisuće kuna).

BILJEŠKA 19.
FINANCIJSKA IMOVINA RASPOLOŽIVA ZA PRODAJU

(U TISUĆAMA KUNA)	2006.	2005.
Ulaganja u:		
RTL d.o.o. (i)	—	21.037
ZD Olšava	1.394	1.327
	1.394	22.364

(i) U listopadu 2006. godine prodan je udjel u RTL-u za iznos od 29.237 tisuća kuna. Dobit od prodaje ulaganja u iznosu od 8.200 tisuća kuna iskazana je u okviru Ostalih dobitaka/(gubitaka) neto (bilješka 6).

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

130

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

BILJEŠKA 20.
ZALIHE

(U TISUĆAMA KUNA)	2006.	2005.
Sirovine i materijal	180.093	186.570
Proizvodnja u toku	56.539	70.239
Gotovi proizvodi	190.599	168.144
Trgovačka roba	137.254	144.139
	564.485	569.092

Na svaki dan bilance obavlja se provjera oštećenih zaliha i zaliha kojima je prošao rok upotrebe i za ustanovljene razlike iskazuje se ispravak vrijednosti tih zaliha odnosno trošak u računu dobiti i gubitka u okviru troškova prodanih proizvoda, koja je u 2006. godini iznosila 9.866 tisuća kuna (2005.: 11.746 tisuća kuna).

BILJEŠKA 21.

POTRAŽIVANJA OD KUPACA I OSTALA POTRAŽIVANJA

(U TISUĆAMA KUNA)	2006.	2005.
DUGOTRAJNA POTRAŽIVANJA (i)		
Dani krediti	2.867	3.020
Ostala dugoročna potraživanja i depoziti	8.376	10.175
	11.243	13.195
Kratkotrajna potraživanja:		
Potraživanja od kupaca	1.014.533	946.494
Manje: rezerviranja za umanjenje (ii)	(136.514)	(163.077)
Neto potraživanja od kupaca	878.019	783.417

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

131

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

Primljene mjenice	34.230	50.500
Predujmovi dobavljačima	6.948	7.520
Depoziti kod banaka (iii)	250.000	—
Ostala potraživanja iz poslovanja (iv)	70.270	67.033
Dani kratkoročni krediti	2.038	365
	1.241.505	908.835
	1.252.748	922.030

(i) Fer vrijednost dugotrajnih potraživanja je približno jednaka knjigovodstvenoj vrijednosti budući da su ugovorene kamatne stope približne tržišnim stopama.

(ii) Pregled promjena rezerviranja za obavljeni ispravak vrijednosti potraživanja od kupaca:

(U TISUĆAMA KUNA)	2006.	2005.
Stanje 1. siječnja	163.077	171.770
Povećanje (bilješka 9)	16.779	25.321
Naplaćeno (bilješka 9)	(12.971)	(7.206)
Isknjiženje za nenaplativo	(30.371)	(26.808)
Stanje 31. prosinca	136.514	163.077

U 2006. godini trošak usklađenja potraživanja od kupaca odnosno prihod od naplate ranije ispravljenih potraživanja od kupaca uključen je unutar "troškova prodaje i distribucije".

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

132

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

(iii) Tijekom svibnja i lipnja 2006. godine dan je kratkoročni depozit domaćoj banci na rok od jedne godine uz efektivnu kamatnu stopu od 2,5 %. Fer vrijednost depozita na dan bilance iznosi 250.228 tisuća kuna.

(iv) Ostala potraživanja iskazana na dan 31. prosinca 2006. su kako slijede:

(U TISUĆAMA KUNA)	2006.	2005.
Potraživanja za preplaćeni PDV	46.580	38.901
Potraživanja za preplaćeni porez na dobit	1.608	4.701
Potraživanja od radnika	2.884	2.480
Unaprijed plaćeni troškovi	5.106	9.201
Potraživanja po ugovorima o nagodbi	1.400	1.893
Ostalo	12.692	9.857
	70.270	67.033

BILJEŠKA 22.**FINANCIJSKA IMOVINA PO FER VRIJEDNOSTI U RAČUNU DOBITI I GUBITKA**

(U TISUĆAMA KUNA)	2006.	2005.
ULAGANJA U		
Investicijske fondove	2.933	—
Ostalo	113	113
	3.046	113

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

133

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

Promjene u toku godine su kako slijede :

(U TISUĆAMA KUNA)	2006.	2005.
Početna knjigovodstvena vrijednost	113	3.965
Povećanja (i)	9.105	100
Prodaja (ii)	(6.172)	(3.952)
Zaključna knjigovodstvena vrijednost	3.046	113

(i) U 2006. godini kupljeni su udjeli u investicijskim fondovima ST US\$ Bond i PBZ Custody u ukupnom iznosu od 9.105 tisuća kuna. U 2005. godini obavljeno je ulaganje u društvo EKO OZRA d.o.o. za iznos od 100 tisuća kuna (udio u kapitalu 9,9%).

(ii) U 2006. godini prodan je udjel u investicijskom fondu PBZ Custody za iznos od 6.287 tisuća kuna. Razlika između prodajne cijene i knjigovodstvene vrijednosti u iznosu od 115 tisuća kuna iskazana je u okviru Ostalih dobitaka/(gubitaka) – neto (bilješka 6). U 2005. godini prodane su dionice Gospodarsko kreditne banke Zagreb, Croatia osiguranja Zagreb, Riviera Holding Poreč i Istarske kreditne banke Umag.

BILJEŠKA 23.

NOVAC I NOVČANI EKVIVALENTI

(U TISUĆAMA KUNA)

	2006.	2005.
Novac na računima u bankama i blagajni	126.110	123.740
Primljeni čekovi	8	134
Depoziti	—	2.360
	126.118	126.234

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

134

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

BILJEŠKA 24.

DIONIČKA GLAVNICA

	Broj dionica (U KOMADIMA)	Obične dionice	Kapitalna dobit (U TISUĆAMA KUNA)	Vlastite dionice	Ukupno
1. siječnja 2005.	5.327.180	1.626.001	22.218	(21.159)	1.627.060
Izdane dionice (i)					
Kupovina vlastitih dionica	(65.721)	—	—	(18.858)	(18.858)
Prodaja vlastitih dionica					
OPCIJE ZA RADNIKE					
• realizacija opcija	76.388	—	(4.572)	20.444	15.872
• fer vrijednosti opcija	—	—	11.722	—	11.722
31. prosinca 2005.	5.337.847	1.626.001	29.368	(19.573)	1.635.796

1. siječnja 2006.	5.337.847	1.626.001	29.368	(19.573)	1.635.796
Kupovina vlastitih dionica	(25.000)	—	—	(9.721)	(9.721)
Prodaja vlastitih dionica	25.133	—	3.661	5.988	9.649
Opcije za radnike (i):					
• realizacija opcija	62.334	—	(2.385)	16.595	14.210
• fer vrijednosti opcija	—	—	16.271	—	16.271
Opcije na vlastite dionice (ii)	—	—	(238.876)	—	(238.876)
31. prosinca 2006.	5.400.314	1.626.001	(191.961)	(6.711)	1.427.329

Temeljni kapital Društva na dan 31. prosinca 2006. godine iznosi 1.626.000.900 kuna, a podijeljen je u 5.420.003 dionice (2005.: 1.626.000.900 kuna i 5.420.003 dionica). Nominalna vrijednost jedne dionice iznosi 300 kuna. Sve izdane dionice u potpunosti su plaćene.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

135

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

(i) OPCIJE ZA RADNIKE – Opcije na kupnju dionica Podravke d.d. odobravaju se članovima Uprave i nekim izvršnim direktorima u Podravka d.d., Belupo d.d. i Danica d.o.o. u skladu s važećim Ugovorima koji su važili za period od 2000. do 2005. godine. Cijena iskorištenja odobrene opcije jednaka je prosječnoj cijeni dionice Društva ostvarenoj na Zagrebačkoj burzi u godini u kojoj se opcija stječe (radnici Belupa imaju pravo kupnje po 60% prosječne cijene). Period stjecanja obično teče od početka poslovne godine. Opcije se stječu za svaku poslovnu godinu posebno. Period stjecanja je jedna godina. Opcije se mogu iskoristiti od treće do kraja pete godine u odnosu na kraj godine u kojoj se stječu. Na temelju iskustva iz prošlosti, prava na opcije stječu se odmah po prekidu radnog odnosa te se mogu iskoristiti u razdoblju od 6 do 12 mjeseci kako je određeno u Sporazumu o raskidu ugovora o radu. Društvo nema zakonsku ili ugovornu obvezu da otkupi ili podmiri opcije u novcu.

Promjene u broju danih dionica i njihovih prosječnih izvršnih cijena dane su kako slijedi:

	2006.		2005.	
	Prosječna cijena po kojoj se može iskoristiti opcija (u kn po dionici)	Opcije (br. Opcija)	Prosječna cijena po kojoj se može iskoristiti opcija (u kn po dionici)	Opcije (br. Opcija)
Stanje na 1. siječnja	194,14	158.708	169,47	212.375
Dane opcije	—	—	269,40	24.054
Iskorištene opcije	193,32	(62.334)	147,26	(76.388)
Neiskorištene opcije	—	—	308,00	(1.333)
Stanje na 31. prosinca	194,68	96.374	194,15	158.708

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

136

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

Na dan 31. prosinca 2006. ostvareno je pravo na iskazanih 96.374 opcija (2005.: 158.708 opcija). U 2006. godini nije realizirano pravo na 28.000 opcija (2005.: 34.000 opcija) koje je bilo moguće izvršiti. Broj iskorištenih opcija u 2006. godini bio je 62.334 opcija (2005.: 76.388 opcija), a bile su izdane po prosječnoj cijeni od 193,32 kuna (2005.: 147,26 kuna). Prosječna tržišna cijena na dan iskorištenja bila je 402,83 kuna (2005.: 308,66 kuna).

Opcijske dionice iskazane na kraju godine imaju sljedeće datume isteka i cijene iskorištenja:

Datum isteka prava na korištenje opcije	Prosječna cijena po kojoj se može iskoristiti opcija	Broj dionica	
		2006.	2005.
2006. godina	—	—	8.000
2007. godina	—	—	26.000
2008. godina	163,29	28.000	50.334
2009. godina	186,59	55.374	58.374
2010. godina	296,69	13.000	16.000
		96.374	158.708

Prema novim Ugovorima o radu, management nema pravo na opcije za kupnju dionica. Fer vrijednost opcija odobrenih 2005. godine, kojima je vrijednost određena primjenom metode intrinzične vrijednosti iznosila je na dan 31. prosinca 2005. godine 831 tisuću kuna.

(ii) OPCIJE NA VLASTITE DIONICE – Postoji odluka Glavne skupštine Društva o stjecanju vlastitih dionica po određenim uvjetima. U toku 2006. godine, Društvo je s drugim nepovezanim društvom (“Imateljem prodajne opcije”) potpisalo ugovor o prenosivoj opciji na kupnju vlastitih dionica. Temeljem ugovora, Društvo ima opciju kupnje (“Kupovnu opciju”) svih vlastitih dionica Društva koje su u vlasništvu Imatelja prodajne opcije u razdoblju od 20. svibnja 2006. do 20. travnja 2007. godine. Na dan 31. prosinca 2006. godine broj stečenih dionica Društva od strane Imatelja prodajne opcije iznosio je 576.880 dionica. Izvršna cijena opcije jednaka je prosječnoj cijeni plaćenju od strane Imatelja prodajne opcije, uvećanoj za godišnju kamatu od 4,5% i naknadu za opcije od 1%.

Nadalje, po istoj izvršnoj cijeni, Imatelj prodajne opcije može nametnuti Društvu kupnju svih stečenih dionica u razdoblju od 20. travnja 2007. do 20. svibnja 2007. godine.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

137

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

BILJEŠKA 25.
PRIČUVE

(U TISUĆAMA KUNA)	Zakonske pričuve	Ostale pričuve	Pričuve iz preračuna	Pričuve za vlastite dionice	Ukupno
1. siječnja 2005.	36.178	47.031	3.494	22.479	109.182
Prijenos u pričuve	7.407	4.379	—	2.168	13.954
Tečajne razlike	—	—	2.378	—	2.378
31. prosinca 2005.	43.585	51.410	5.872	24.647	125.514

(U TISUĆAMA KUNA)	Zakonske pričuve	Ostale pričuve	Pričuve iz preračuna	Pričuve za vlastite dionice	Ukupno
1. siječnja 2006.	43.585	51.410	5.872	24.647	125.514
Prijenos	—	19.921	—	(19.921)	—
Odobrena dividenda (i)	—	(19.921)	—	—	(19.921)
Prijenos u pričuve (ii)	702	39.380	—	—	40.082
Tečajne razlike	—	—	2.828	—	2.828
31. prosinca 2006.	44.287	90.790	8.700	4.726	148.503

Zakonske pričuve (na razini od 5% dioničkog kapitala Društva) i pričuve za vlastite dionice formiraju se sukladno odredbama Zakona o trgovačkim društvima Republike Hrvatske. Ove pričuve nisu raspodjeljive. Ostale pričuve se uglavnom odnose na statutarne pričuve koje su iskazane sukladno odredbama statuta Društva.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

138

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

(i) Prema odluci Glavne skupštine iz srpnja 2006. godine odobrena je isplata dividende u bruto iznosu od 5 kuna po dionici. Za isplatu dividende korištena je neraspoređena dobit.

(ii) Prema odluci Glavne skupštine Podravka d.d. iz srpnja 2006. godine, dobit Društva za 2005. godinu raspoređena je u: zakonske pričuve u iznosu od 678 tisuća kuna te u statutarne rezerve u iznosu od 644 tisuće kuna. U 2006. godini u pričuve izdvojeno je još 38.760 tisuća kuna (2005.: 8.704 tisuća kuna) sukladno odredbama Statuta pojedinih društava u Grupi.

BILJEŠKA 26.**OBVEZE PREMA DOBAVLJAČIMA I OSTALE OBVEZE**

(U TISUĆAMA KUNA)	2006.	2005.
Obveze prema dobavljačima	533.374	456.625
Ostale obveze (i)	386.972	134.084
	920.346	590.709

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

139

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

(i) Ostale obveze su kako slijedi:

(U TISUĆAMA KUNA)	2006.	2005.
Obveze za plaće i ostale naknade radnicima	62.663	62.561
Obveza za dividendu	2.213	2.117
Obveze za kamate na kredite	17.037	13.195
Obveze za poreze i doprinose	16.704	15.787
Obveze za kupnju udjela	32	738
Obveze za opcije na vlastite dionice (bilješka 24 /ii/) /i/	247.275	—
Ostalo	41.048	39.686
	386.972	134.084

(i) Na dan 31. prosinca 2006. godine knjigovodstveni iznos obveze približno odgovara fer vrijednosti.

BILJEŠKA 27.
OBVEZE PO PRIMLJENIM KREDITIMA

(U TISUĆAMA KUNA)	2006.	2005.
DUGOROČNI KREDITI		
Banke u Hrvatskoj	125.051	247.542
Banke u inozemstvu	25.400	60.028
Izdane obveznice	372.158	199.142
Financijski najam	2.726	8.646
	525.335	515.358

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

140

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

KRATKOROČNI KREDITI		
Banke u Hrvatskoj	345.744	169.728
Banke u inozemstvu	104.644	139.802
Izdane obveznice	1.182	—
Financijski najam	4.883	7.406
Ostalo	407	704
	456.860	317.640
Ukupno krediti	982.195	832.998

Ukupno osigurani krediti Grupe iznose 315.784 tisuće kuna (2005.: 467.628 tisuća kuna). Priljeni krediti od banaka osigurani su založenim zemljištem i građevinskim objektima Grupe (bilješka 16).

Bruto obveza po financijskom najmu je kako slijedi:

(U TISUĆAMA KUNA)	2006.	2005.
Do jedne godine	5.320	8.767
Od jedne do pet godina	2.932	10.378
	8.252	19.145
Budući trošak financiranja	(643)	(3.093)
Sadašnja vrijednost obveze po financijskom najmu	7.609	16.052

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

141

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

Sadašnja vrijednost obveze po financijskom najmu je kako slijedi:

(U TISUĆAMA KUNA)	2006.	2005.
Do jedne godine	4.883	7.406
Od jedne do pet godina	2.726	8.646
Sadašnja vrijednost obveze po financijskom najmu	7.609	16.052

Izloženost promjeni kamatne stope na primljene kredite sukladno ugovorenim datumima promjena kamatnih stopa na dan bilance je kako slijedi:

(U TISUĆAMA KUNA)	2006.	2005.
Do 6 mjeseci	479.858	392.950
6-12 mjeseci	52.356	59.183
1- 5 godina	432.449	352.731
Preko 5 godina	17.532	28.134
	982.195	832.998

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

142

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

Dinamika otplate dugoročnih kredita je kako slijedi:

(U TISUĆAMA KUNA)	2006.	2005.
Od 1 – 2 godine	73.025	369.329
Od 2 – 5 godina	434.778	117.895
Preko 5 godina	17.532	28.134
	525.335	515.358

Efektivne kamatne stope na dan bilance su kako slijedi:

	2006.			2005.		
	Kune	EUR	Ostalo	Kune	EUR	Ostalo
	%	%	%	%	%	%
DUGOROČNI KREDITI						
Banke u Hrvatskoj	4,00	5,01	—	4,00	4,29	—
Banke u inozemstvu	—	5,13	4,84	—	4,06	4,28
Izdane obveznice	5,32	5,00	—	—	5,00	—
Financijski najam	—	7,15	—	—	6,16	—
KRATKOROČNI KREDITI						
Banke	4,57	4,22	4,75	4,05	3,48	4,45
Ostalo	4,50	—	—	4,50	—	—

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

143

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

IZDANE OBVEZNICE – U svibnju 2006. godine Društvo je izdalo 375.000 tisuća obveznica u nominalnom iznosu od 375.000 tisuća kuna, nominalne vrijednosti od 1 kune, s rokom dospijeća u svibnju 2011. godine. Obveznice se nalaze u kotaciji Zagrebačke burze.

Izdanim kuskim obveznicama umanjeno za troškove nabave u iznosu od 3.217 tisuća kuna:

- iskupljene su postojeće obveznice u iznosu od 26.839 tisuća EUR (u kusknoj protuvrijednosti od 194.982 tisuće kuna),
- plaćena kamata po iskupljenim obveznicama u iznosu od 2.297 tisuća kuna,
- vraćen kratkoročni kredit Privrednoj banci Zagreb u iznosu od 15.014 tisuća kuna,
- plaćeni troškovi otkupa starih obveznica u iznosu od 1.950 tisuća kuna,
- a za ostatak od 157.540 tisuća kuna povećan je novac na žiro računu Društva.

Trošak nedospjelih kamata po kunskim obveznicama za 2006. godinu iznosi 11.954 tisuće kuna koji je iskazan u okviru "Ostalih obveza" u bilješci 26.

Na dan 31. prosinca 2006. stanje obveza za neiskupljene obveznice izdane u veljači 2004. godini, preračunate po srednjem tečaju EUR-a iskazane su u iznosu od 1.182 tisuće kuna (2005.: 199.142 tisuće kuna). Ove obveznice dospijevaju u veljači 2007. godine te su iskazane kao kratkoročne obveze. Trošak kamata obveznica nominiranih u EUR-ima za 2006. godinu iznosi 3.637 tisuća kuna (2005.: 9.998 tisuća kuna), od čega je obračunata nedospjela kamata 51 tisuću kuna (2005.: 8.566 tisuća kuna) koja je iskazana u okviru "Ostalih obveza" u bilješci 26.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

144

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

Knjigovodstveni iznosi i fer vrijednost dugoročnih kredita su kako slijedi:

	Knjigovodstveni iznos		Fer vrijednost	
	2006.	2005.	2006.	2005.
DUGOROČNI KREDITI	(U TISUĆAMA KUNA)		(U TISUĆAMA KUNA)	
Banke u Hrvatskoj	125.051	247.544	125.051	249.398
Banke u inozemstvu	25.400	60.026	25.400	60.184
Izdane obveznice	372.158	199.142	366.750	200.735
Financijski najam	2.726	8.646	2.835	8.992
	525.335	515.358	520.036	519.309

Fer vrijednost je izračunata na temelju metode diskontiranog novčanog tijeka primjenom kamatne stope od 5,35% (2005.: 4,25%). Knjigovodstveni iznos kratkoročnih kredita uglavnom odgovara njihovoj fer vrijednosti.

Knjigovodstveni iznos kredita Grupe preračunat je iz sljedećih valuta:

(U TISUĆAMA KUNA)	2006.	2005.
Kune	637.700	177.839
EUR	254.911	552.248
Ostalo	89.494	102.911
	982.195	832.998

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

145

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

Grupa ima sljedeće nepovučene kreditne linije:

(U TISUĆAMA KUNA)	2006.	2005.
PROMJENJIVA KAMATNA STOPA		
• dospijeva unutar jedne godine	130.663	139.591
	130.663	139.591

Radi se o kratkoročnim okvirima na revolving osnovi, a koriste se za financiranje povremenih potreba te se vraćaju iz priljeva.

BILJEŠKA 28.**ODGOĐENA POREZNA IMOVINA**

(U TISUĆAMA KUNA)	2006.	2005.
Odgođena porezna imovina	24.137	11.098
Odgođene porezne obveze	—	—
	24.137	11.098

Odgođena porezna imovina priznaje se za prenesene porezne gubitke i porezne prihode do visine za koju je vjerojatno da će ovi iznosi biti realizirani kroz buduću oporezivu dobit pripadajućih društava u Grupi.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

146

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

Promjene u okviru odgođenih poreza su sljedeće:

(U TISUĆAMA KUNA)	2006.	2005.
Stanje na početku godine	11.098	1.234
Tečajne razlike	121	138
Porezni prihod /(trošak) (bilješka 12)	12.918	9.726
Stanje na kraju godine	24.137	11.098

Najveći dio iskazane odgođene porezne imovine u iznos od 22.677 tisuća kuna (2005.: 9.173 tisuća kuna), odnosi se na državnu potporu društvu Podravka Kostrzyn u Poljskoj temeljem ostvarenih kapitalnih ulaganja u toj zemlji.

BILJEŠKA 29.
REZERVIRANJA

	Sudski sporovi	Primanja radnika	Otpremnine	Ukupno
ANALIZA UKUPNIH REZERVIRANJA NA DAN 31. PROSINCA 2005.:				
Dugoročni dio	2.540	11.594	—	14.134
Kratkoročni dio	49.046	2.101	2.680	53.827
Na dan 1. siječnja 2006.	51.586	13.695	2.680	67.961
Povećanje	2.564	10.960	24.378	37.902

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

147

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

Tečajna razlika	—	—	—	—
Korištenje u toku godine	(1.768)	(2.074)	(2.680)	(6.522)
Neiskorišteni iznos — smanjenje	(48.057)	—	—	(48.057)
Stanje 31. prosinca 2006.	4.325	22.581	24.378	51.284

ANALIZA UKUPNIH REZERVIRANJA
NA DAN 31. PROSINCA 2006.:

Dugoročni dio	4.325	17.682	—	22.007
Kratkoročni dio	—	4.899	24.378	29.277

SUDSKI SPOROVI – Tijekom redovitog poslovanja Grupa je bila tuženik, odnosno tužitelj u nekoliko sudskih sporova u tijeku. Prema mišljenju Uprave, Grupa neće imati materijalnih gubitaka po ovim sporovima iznad iznosa za koje su izvršena rezerviranja na dan 31. prosinca 2006. godine. Očekuje se da će iznos od 4.325 tisuća kuna biti upotrijebljen u toku 2008. godine.

PRIMANJA RADNIKA – Ovo rezerviranje odnosi se na procijenjena dugoročna primanja radnika vezano uz jubilarne nagrade, što je definirano Kolektivnim ugovorom te bonuse izvršnim direktorima. Dugoročni iznos rezerviranja odnosi se na procijenjena stečena prava na jubilarne nagrade koje će biti isplaćene nakon 2007. godine. Dio povećanja u iznosu od 8.366 tisuća kuna odnosi se na procijenjene troškove stečenog prava radnika na jubilarne nagrade (bilješka 10) i procijenjenog bonusa izvršnim direktorima u iznosu od 2.594 tisuća kuna koji se nalazi u okviru ostalih troškova radnika (bilješka 10). Kratkoročni iznos primanja radnika sastoji se od 2.305 tisuća kuna jubilarnih nagrada i 2.594 tisuća godišnjeg bonusa izvršnih direktora, koji će biti isplaćeni u 2007. godini.

OTPREMNINE – Na temelju usvojenih planova za otpremnine Grupe u prosincu 2006. godine postignut je sporazum s 136 radnika o otkazu iz poslovno uvjetovanog razloga uz stimulativnu otpremninu koja je isplaćena u siječnju 2007. godine.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

148

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

BILJEŠKA 30.

PREUZETE OBVEZE

U 2006. godini ugovoreni su troškovi nabave dugotrajne materijalne imovine s dobavljačima u iznosu od 67.742 tisuća kuna (2005.: 21.207 tisuća kuna), koji još nisu realizirani, niti su iskazani u bilanci.

Ugovoreno plaćanje obveza po operativnom leasing-u za korištenje prijevoznih sredstava, viličara, rashladnih vitrina i informatičke opreme je kako slijedi:

(U TISUĆAMA KUNA)	2006.	2005.
Do jedne godine	26.314	24.894
Od 1 do 5 godina	29.955	28.772
	56.269	53.666

BILJEŠKA 31.**POTENCIJALNE OBVEZE**

(U TISUĆAMA KUNA)	2006.	2005.
Sudski sporovi	6.837	6.652
Dane garancije i jamstva	21.646	26.788
	28.483	33.440

Za ostale sudske sporove te date garancije i jamstva, potencijalne obveze nisu iskazane na dan bilance, jer prema procijeni Uprave ne postoji izvjesna mogućnost nastanka obveza za Grupu.

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

149

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

BILJEŠKA 32.**NOVAC GENERIRAN POSLOVANJEM**

(U TISUĆAMA KUNA)	Bilješka	2006.	2005.
Neto dobit		60.361	62.626
Porez na dobit	12	15.788	7.215
Amortizacija	16, 17	201.252	223.007
(Dobit)/gubitak od prodaje dugotrajne materijalne i nematerijalne imovine	6	(3.900)	(4.593)
Imovina raspoloživa za prodaju	18	(9.812)	
Vrijednosno usklađenje kratkotrajne imovine	20, 21	14.341	37.067

Rashod dugotrajne materijalne imovine		7.583	6.247
Vrijednosno usklađenje dugotrajne imovine	16, 17	(906)	1.888
Vrijednosno usklađenje kapitalne dobiti	24	15.388	5.478
Rezerviranja	29	10.306	55.976
Dobit od prodaje financijske imovine po fer vrijednosti, financijske imovine raspoložive za prodaju i ulaganja u društvo u Grupi	6	(13.693)	(2.036)
Prihod od kamata	7	(8.338)	(5.580)
Prihod od dividendi	7	—	(355)
Rashod od kamata	11	45.907	39.539
Ostale kamate	8	134	—
Učinak promjene tečaja		(2.558)	(22.181)

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

150

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI

Ostale stavke koje ne utječu na gotovinu		(5.655)	(5.940)
PROMJENE U RADNOM KAPITALU			
Promjena na zalihama		3.310	(11.914)
Promjena na potraživanjima od kupaca		(117.573)	(45.709)
Promjena na ostaloj kratkotrajnoj imovini		7.951	(4.646)
Promjena na obvezama prema dobavljačima		79.033	4.856
Promjena na ostalim obvezama		(5.239)	22.600
Novac generiran poslovanjem		293.680	363.545

BILJEŠKA 33.

TRANSAKCIJE S POVEZANIM STRANAMA

(U TISUĆAMA KUNA)

RASHODI

Naknade članovima Uprave i izvršnim direktorima – Grupa

PLAĆE

Opcijske dionice kroz račun dobiti i gubitka

Opcijske dionice kroz kapital

Bilješka	2006.	2005.
	53.961	50.424
10	16.271	11.722
	7.629	5.320
	77.861	66.601

PODRAVKA
GODIŠNJE
IZVJEŠĆE
2006.

STRANICA

151

IZVJEŠĆE
REVIZORA
I KONSOLIDIRANI
FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI