

Grupa Podravka

2007.



Izjava o odricanju od odgovornosti

Ova prezentacija sadrži određene izjave o budućim događajima u vezi s financijskim stanjem, rezultatima aktivnosti i poslovanjem Grupe Podravka. Te izjave o budućnosti predstavljaju očekivanja ili mišljenja Društva o budućim događajima uključuju poznate i nepoznate rizike te nesigurnosti koje bi mogle uzrokovati da se stvarni rezultati, učinak ili događaji bitno razlikuju od onih izraženih ili pretpostavljenih u tim izjavama.

Sadržaj

Pregled događaja u 2007.

Prodaja

Rezultati poslovanja

Troškovi

Dionica

Strategija 2008. – 2011.

Pregled događaja

Pregled događaja u 2007.

nastavak restrukturiranja
neosnovnih djelatnosti

unapređenje poslovnih
procesa:
spajanje prodajnih operativa
i centralizacija nabave

započela proizvodnja u
Tvornici dječje hrane u
Koprivnici

dodijeljen Halal certifikat
mesnoj industriji Danica i
Tvornici koktel peciva

novi Kolektivni ugovor
Grupe Podravka

sklopljen ugovor o
poslovnoj suradnji s
Microsoftom

sklopljen ugovor o
distribuciji i prodaji
SMS-ovih proizvoda na
tržištu Hrvatske

sklopljen ugovor o
poslovnoj suradnji s
Gastro grupom i
Nacionalnom udrugom
obiteljskih i malih hotela

akvizicija marki
Warzywko, Perfecta i
Lero

ukupne investicije
291,4 mil. HRK

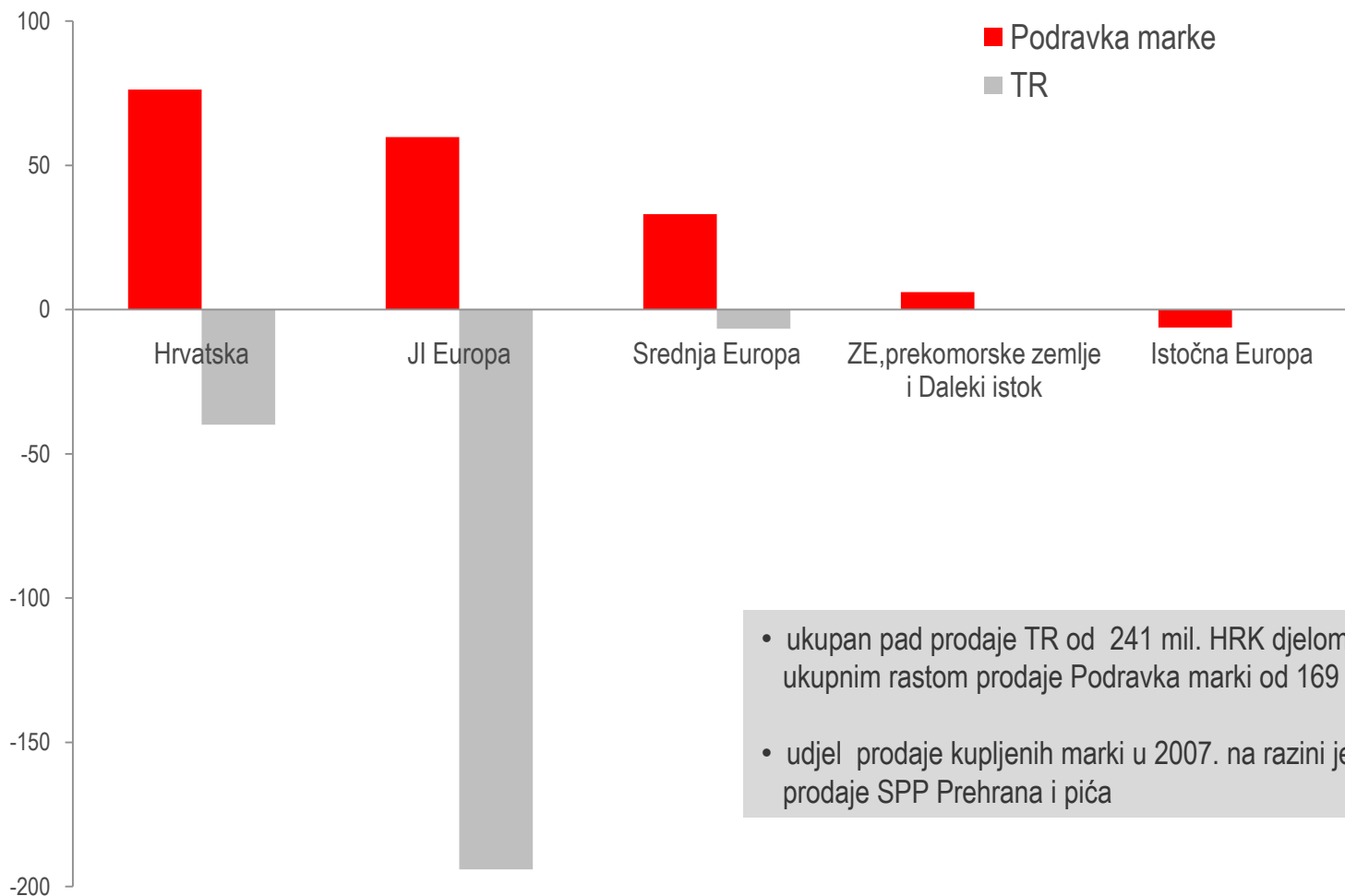
prekid distribucije
Nestléovih proizvoda na
tržištu Hrvatske

snažan rast
Podravka marki

Kretanje prodaje SPP Prehrana i pića

Razlika ostvarene prodaje Podravka marki i prodaje TR (2007./ 2006.)

mil. HRK



- ukupan pad prodaje TR od 241 mil. HRK djelomično je ublažen ukupnim rastom prodaje Podravka marki od 169 mil. HRK
- udjel prodaje kupljenih marki u 2007. na razini je od 1,5% ukupne prodaje SPP Prehrana i pića

Novi proizvodi u grupi proizvoda Podravka jela

Stroganoff i Pileći paprikaš

-dva nova okusa upotpunjuju paletu Podravka gotovih jela svojim visokokvalitetnim sastojcima odabranih komadića mesa i povrća (lansirano u 3. kvartalu)



Brusnica -okus brusnice zarobljen u Podravkinom čaju i marmeladi (lansirano u prvoj polovici godine)



Domaće juhe

-spoj tradicionalnog okusa i suvremene pripreme (lansirano u 2. kvartalu)

Bijeli čaj -čarobni sastojak "eliksira mladosti" pridružen Podravka čajevima (lansirano u 4. kvartalu)



Novi proizvodi u kategoriji Dječja hrana i žitarice



Čokolino žitarice

-ukusne, prirodne, jednostavne za pripremu, zabavne, pružaju užitek u omiljenom čokoladnom okusu te su savršen obrok za djecu obogaćen vitaminima, željezom i kalcijem (lansirano u 1. kvartalu)



Lino mljeveni keks -obogaćen s 5 vitamina (B1, B2, B6, C, niacin)



- za pravilan rast i razvoj djeteta
- za čvrste kosti i zdrave zube i željezom
- pomaže stvaranju crvenih krvnih stanica i opskrbi organizma kisikom (lansirano u 2. kvartalu)

Provita corn flakes

-žitarica pripremljena s dodatkom vitamina B-kompleksa, a bez konzervansa i umjetnih aroma (lansirano u 3.kvartalu)



Novi proizvodi u kategoriji Slastice i snack



Kviki štapić punjen kremom kikirikija
(lansirano u 3. kvartalu)



Dolcela višekomponentni proizvodi
-proizvod sadržava sve osnovne
sastojke za pripremu kolača
(lansirano u 4. kvartalu)

Šlag 5+

-šlag sadrži biljne masnoće i
pogodan je za vegetarijance
(lansirano u 2. kvartalu)



Dolcela puding

-Puding s okusom vrhnje karamela
-Puding s okusom rum punča
(lansirano u 4. kvartalu)

Akvizijski ciklus 2006. / 2007.

EVA (Hrvatska, 2006.)



oživljavanje jednog od najomiljenijih brandova u kategoriji konzervirane ribe na tržištu Hrvatske i JI Europe

kategorija s velikim potencijalom širenja asortimana novim proizvodima

ulistavanje novih proizvoda u prvom kvartalu 2007.

Warzywko i Perfecta (Poljska, 2007.)



akvizicijom marke Warzywko Podravka je ojačala leadersku poziciju na poljskom tržištu dodataka jelima

Podravka je ušla u "medium price" segment na tržištu Poljske te proširila bazu i profil potrošača

"Warzywko – najviše povrća u kuhinji" – nova TV kampanja na tržištu Poljske

Lero (Hrvatska, 2007.)



proširen postojeći asortiman Podravka pića na kategoriju juiceva, nektara, sirupa i drugih sokova

uvođenjem asortimana marke Lero u postojeću prodajnu infrastrukturu Podravka će ostvariti troškovne uštede u području prodaje i distribucije

Eva. Iz srca mora.



dobro pozicionirana marka na tržištu RH, koju karakterizira kvaliteta proizvoda te moderna i tehnološki napredna ambalaža

Investicijska ulaganja i akvizicije

UKUPNE INVESTICIJE	291,4 mil. HRK	
AKVIZICIJA MARKI	116,6 mil. HRK	
INVESTICIJSKA ULAGANJA	174,8 mil. HRK	

KATEGORIJE PROIZVODA U KOJE SE NAJVIŠE ULAGALO:

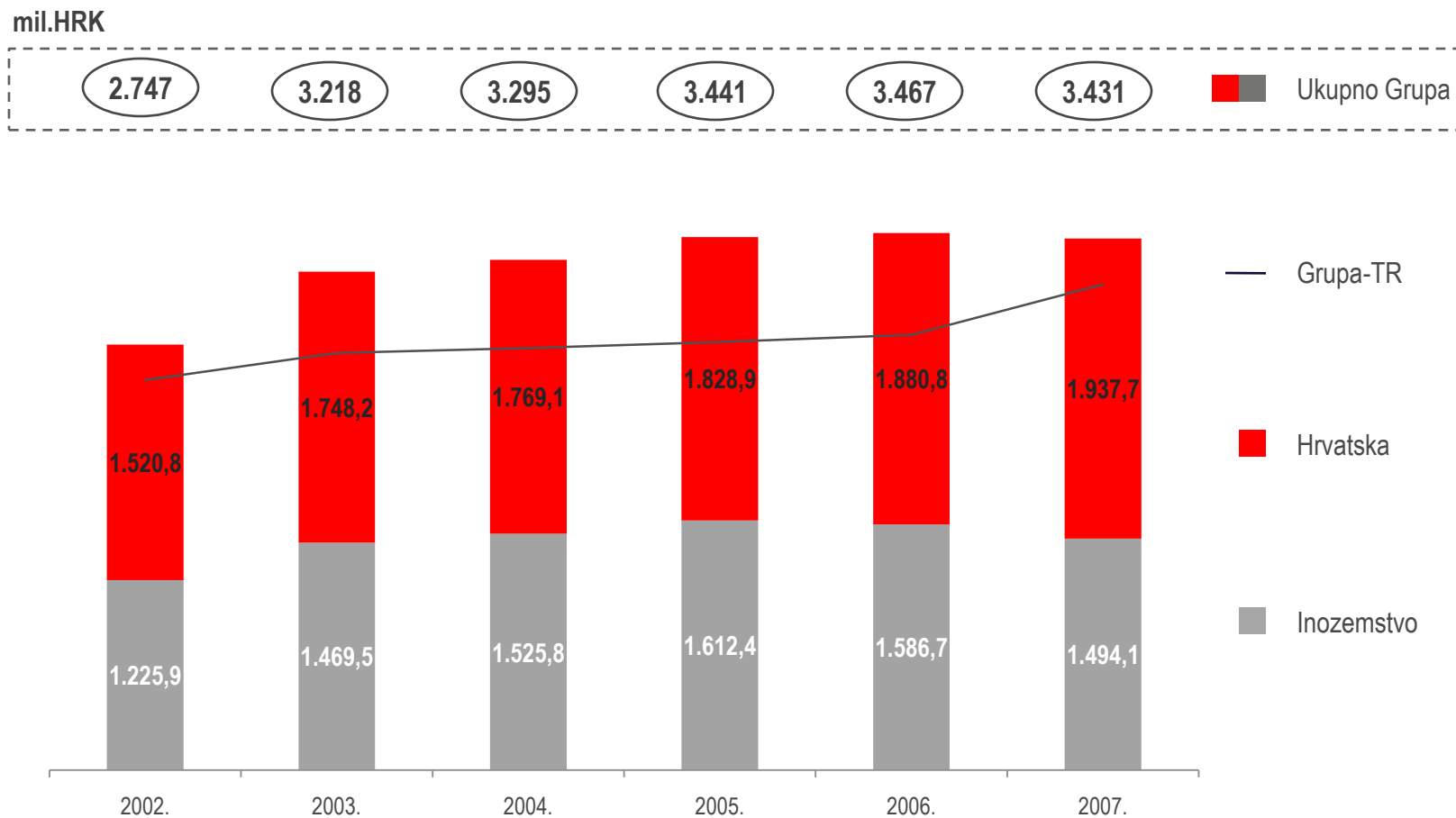
- dječja hrana i kremni namazi
- meso i mesne prerađevine
- farmaceutika (registracije i nova oprema)



Prodaja

Prodaja Grupe Podravka

Rast prodaje na domaćem i inozemnom tržištu
2002. – 2007.



CAGR*

2002. – 2007.

3,8 %

3,7 %

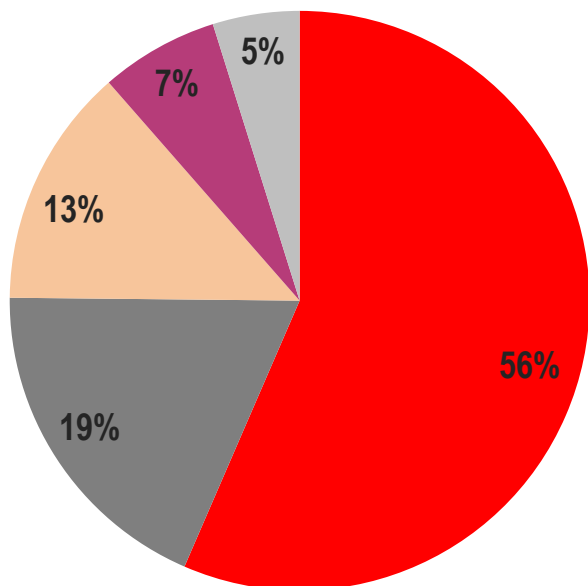
4,1 %

3,3 %

* Compound Annual Growth Rate (Kumulativna prosječna godišnja stopa rasta)

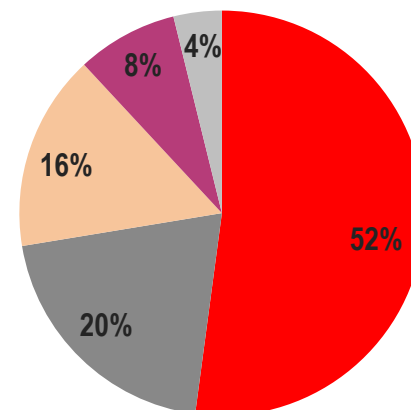
Pregled prodaje prema tržištima

Pregled prodaje Grupe Podravka prema tržištima

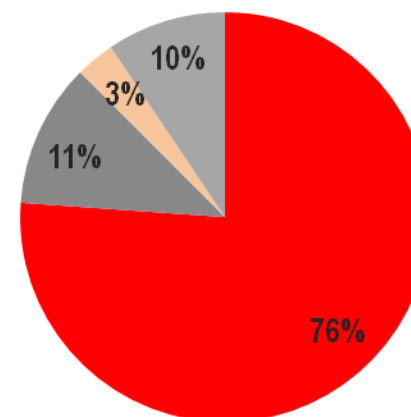


- Hrvatska
- Jugoistočna Europa
- Srednja Europa
- Zapadna Europa, prekomorske zemlje i Daleki istok
- Istočna Europa

Pregled prodaje Prehrane i pića prema tržištima

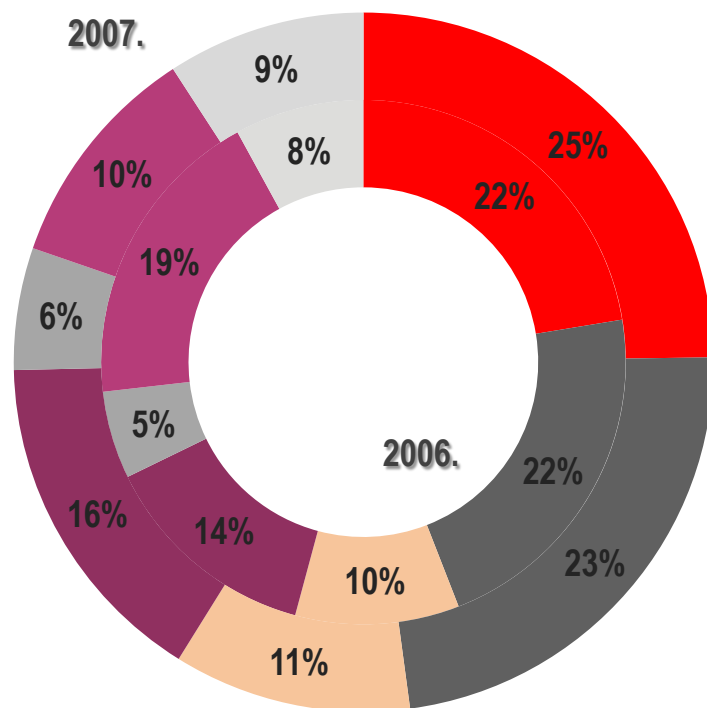


Pregled prodaje Farmaceutike prema tržištima



* SPP Usluge nije predmet analize obzirom da u ukupnoj prodaji Grupe sudjeluje s 0,2%

SPP Prehrana i pića



■ Dodaci jelima

+4%

■ Podravka jela

+5%

■ Dječja hrana, slastice i snack

+7%

■ Meso i riblji proizvodi

+14%

■ Bezalkoholni napici

+23%

■ Trgovačka roba

-55%

■ Ostalo (PiP)

+13%

Prodaja SPP Prehrana i pića

2.810,6 mil. HRK

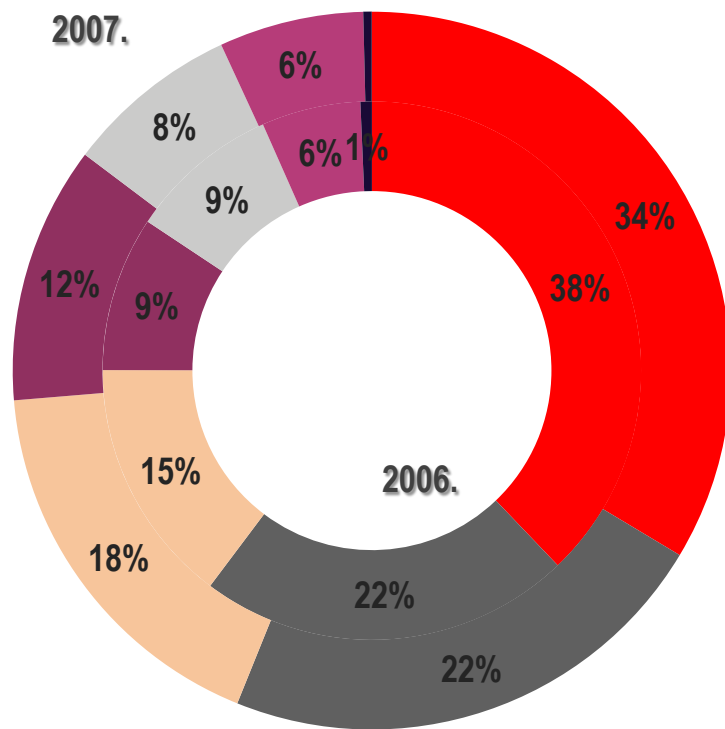
Ukupni rast prodaje SPP Prehrana i pića

-1%

Rast Podravka marki

+8%

SPP Farmaceutika



■ Srce,krvožilje,krvi i krvotvorni organi	-10%
■ Koštano-mišićni i živčani sustav	+2%
■ Dermatici	+21%
■ Bezreceptni proizvodi	+27%
■ Sustavne i infekcije uzrokovane parazitima	-12%
■ Dišni,probavni i mokraćni sustav	+11%
■ Ostalo	-44%

Prodaja SPP Farmaceutika

614,3 mil. HRK

Ukupni rast prodaje SPP Farmaceutika

+2%

Tržište Hrvatske

Karakteristike tržišta

ukupna prodaja: 1.937,7 mil. HRK

rast prodaje Podravka marki: +7%

pad prodaje trgovačke robe: -14%

početak prodaje i distribucije SMS-ovih proizvoda

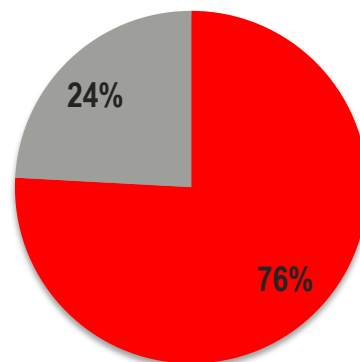
asortiman Podravkinih Pića proširen kupnjom
marke Lero

dvoznamenkasti rast GASTRO segmeneta

prekid prodaje Nestléovih proizvoda

Farmaceutika: snižene cijene lijekova s liste
HZZO-a

Prodaja na tržištu Hrvatske
prema SPP-u



■ Prehrana i pića +5%

■ Farmaceutika -1%

■ Ukupno +3%

Rast prodaje Podravka marki

Dodaci jelima

-2%

Podravka jela

+7%

Dječja hrana, slastice i snack

+8%

Mesni program i riblje konzerve

+7%

Pića

+18%

RAST PODRAVKA MARKI

+7%

* SPP Usluge nije predmet analize obzirom da u ukupnoj prodaji Grupe sudjeluje s 0,2% (realizacija samo na tržištu Hrvatske)

Karakteristike tržišta

ukupna prodaja: 640,2 mil. HRK

ukupan pad prodaje: -18%

pad prodaje trgovačke robe: -82%

rast prodaje Podravka marki +13%

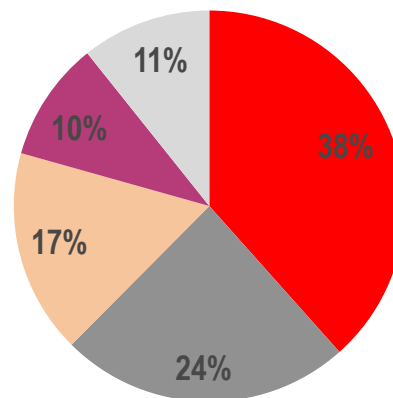
snažan rast prodaje ribljih konzervi +61%

Srbija: rast prodaje Podravka marki +35%

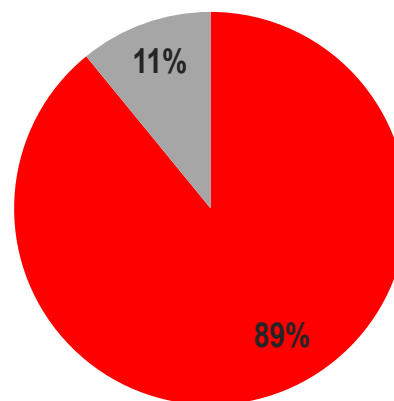
BiH: udvostručena prodaja pića generirana
snažnim rastom prodaje Studena Ledenih čajeva

Slovenija: pad prodaje Farmaceutike od -27%
zbog promjene zakonske regulative (04/2007.)

Prodaja po zemljama



Prodaja po SPP-u



promjena

BiH	-11%
Slovenija	-7%
Srbija	-38%
Makedonija	-27%
Ostali	-10%
Prehrana i pića	-19%
Farmaceutika	-3%

Karakteristike tržišta

ukupna prodaja: 459,9 mil. HRK

ukupan rast prodaje: +6%

pad prodaje trgovačke robe: -61%

rast prodaje Podravka marki: +11%

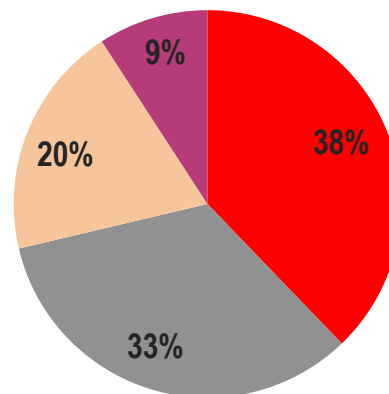
Poljska: rast Podravka marki +33%

Poljska: organski rast dodataka jelima +20%

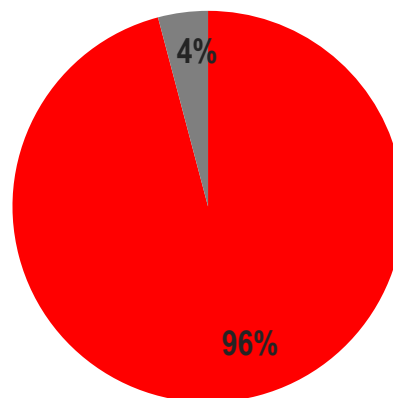
Mađarska: pad prodaje tržišta uvjetovan prekidom saveza s Rieber&Son-om

Češka: gubitak prodaje od uslužne proizvodnje za Kraft foods

Prodaja po zemljama



Prodaja po SPP-u



promjena

Poljska +32%

Češka -8%

Slovačka +4%

Mađarska -14%

Prehrana i pića +6%

Farmaceutika -3%

Karakteristike tržišta

ukupna prodaja: 226,4 mil. HRK

ukupan rast prodaje: +2%

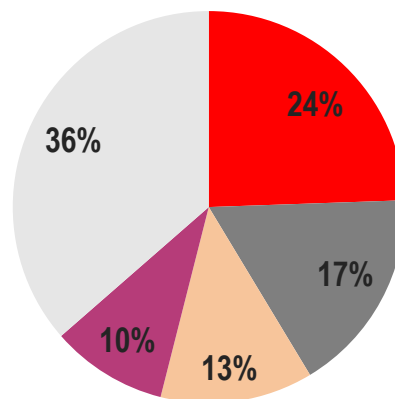
rast prodaje Podravka marki +3%

Njemačka: rast Podravka marki +13%

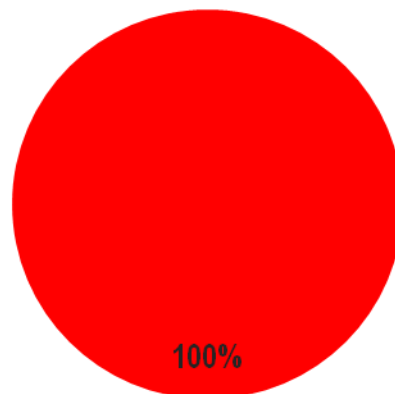
Austrija: pad prodaje mesnog programa

Austrija, Slovenija: co-branding Vegeta i Kelly's - Kelly's chips s okusom Vegete

Prodaja po zemljama



Prodaja po SPP-u



promjena

Njemačka	+18%
Australija	+8%
SAD	-24%
Austrija	-5%
Ostali	+4%
Prehrana i pića	+2%
Farmaceutika	0%

ZE, PZ i DI: Australija, Austrija, zemlje Beneluxa, Francuska, Kanada, Njemačka, SAD, Skandinavija, Švicarska, Velika Britanija, ostale zemlje ZE

Karakteristike tržišta

ukupna prodaja: 167,6 mil. HRK

ukupan rast prodaje: +11%

pad prodaje Podravka marki: -6%

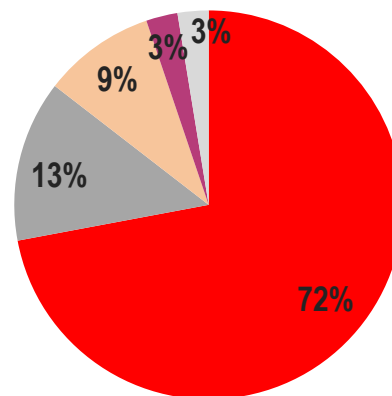
Rusija: rast prodaje Podravka jela +27%

Rusija: rast prodaje lijekova +36%

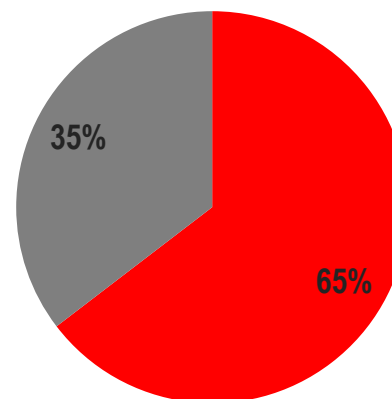
Rumunjska: rast prodaje Podravka marki +40%

Rumunjska: rast Farmaceutike determiniran rastom prodaje dermatoloških proizvoda

Prodaja po zemljama



Prodaja po SPP-u



promjena

Rusija +8%

Rumunjska +53%

Pribaltik 0%

Ukrajina -6%

Ostali +2%

Prehrana i pića 0%

Farmaceutika +38%

Rezultati poslovanja

Rezultati poslovanja u 2007. godini

	Grupa Podravka			SPP Prehrana i pića			SPP Farmaceutika		
	2007.	2006.	07./06.	2007.	2006.	07./06.	2007.	2006.	07./06.
Prodaja	3.431,80	3.467,50	-1%	2.810,60	2.852,00	-1%	614,3	605,1	2%
Bruto dobit	1.415,90	1.351,20	5%	1.038,40	1.000,30	4%	377,5	350,5	8%
EBITDA	255,8	327,5	-22%	106,2	143	-26%	149,6	184,2	-19%
EBIT	92,3	126,2	-27%	-23,6	-14	-69%	115,9	139,9	-17%
Neto dobit	18,3	60,4	-70%	-60,5	-40,6	-49%	78,9	100,7	-22%
Bruto marža %	41,3	39	230 bp	36,9	35,1	180 bp	61,5	57,9	360 bp
EBITDA marža %	7,5	9,4	-190 bp	3,8	5	-120 bp	24,4	30,4	-600 bp
EBIT marža %	2,7	3,6	-90 bp	-0,8	-0,5	-30 bp	18,9	23,1	-420 bp
Neto marža %	0,5	1,7	-120 bp	-2,2	-1,4	-80 bp	12,8	16,6	-380 bp

Skraćena bilanca Grupe Podravka

GRUPA PODRAVKA	31.12.2007.	31.12.2006.
mil. HRK		
Dugotrajna imovina	1.994,3	1.757,5
Kratkotrajna imovina	1.872,6	1.943,1
Novac	112,5	126,1
Zalihe	594,5	564,5
Ukupna imovina	3.866,9	3.700,5
Dugoročni dug	467,5	525,3
Kratkoročni dug	649,2	456,9
Dionička glavnica	1.945,0	1.746,7
Ukupna pasiva	3.866,9	3.700,5
Dug / Kapital	57,4%	56,2%
Neto dug	1.004,2	856,1
Neto dug / EBITDA	3,9	2,6
Pokriće kamate	1,6	2,6

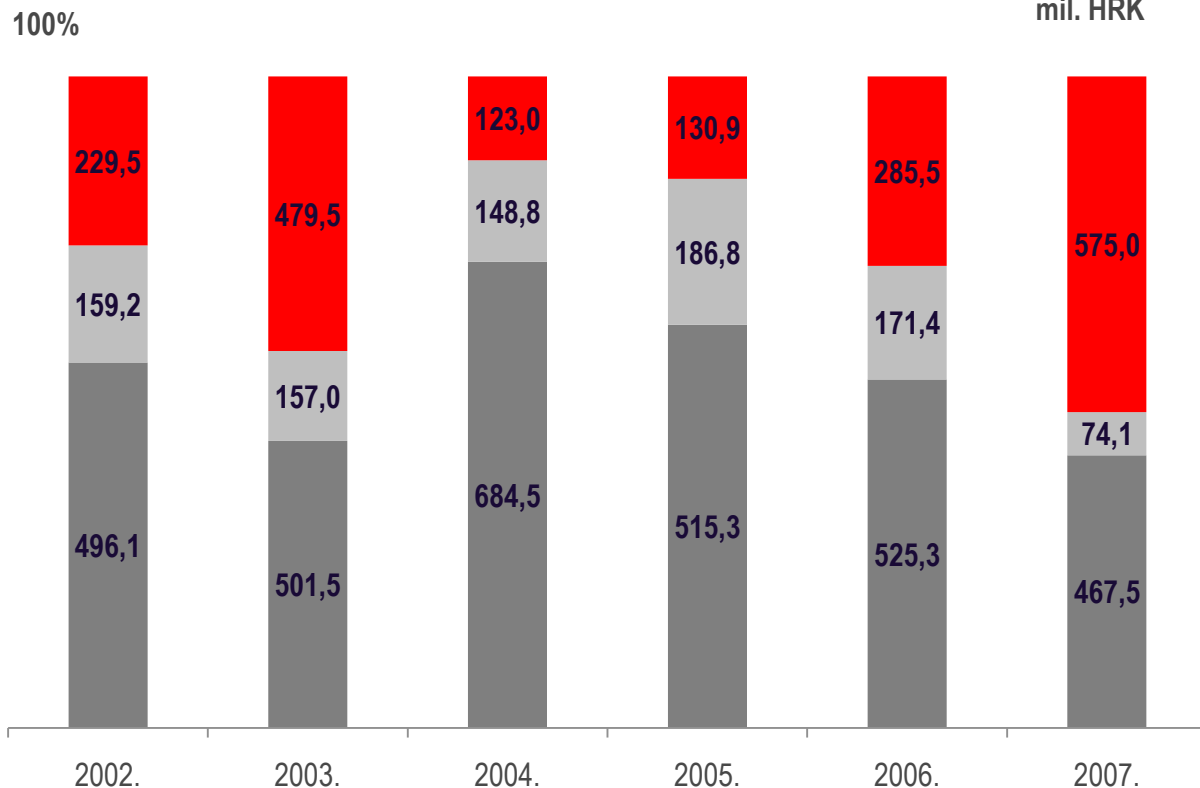
	31.12. 2007.	31.12. 2006.
Povrat na kapital	0,9%	3,5%
Povrat na imovinu	0,5%	1,6%

Kretanje zaduženosti Grupe Podravka

Struktura duga Grupe Podravka

2002. - 2007.

mil. HRK



Struktura duga

31.12.2007.

■ Kratkoročni dug

51 %

■ TDDD

7%

■ Dugoročni dug

42%

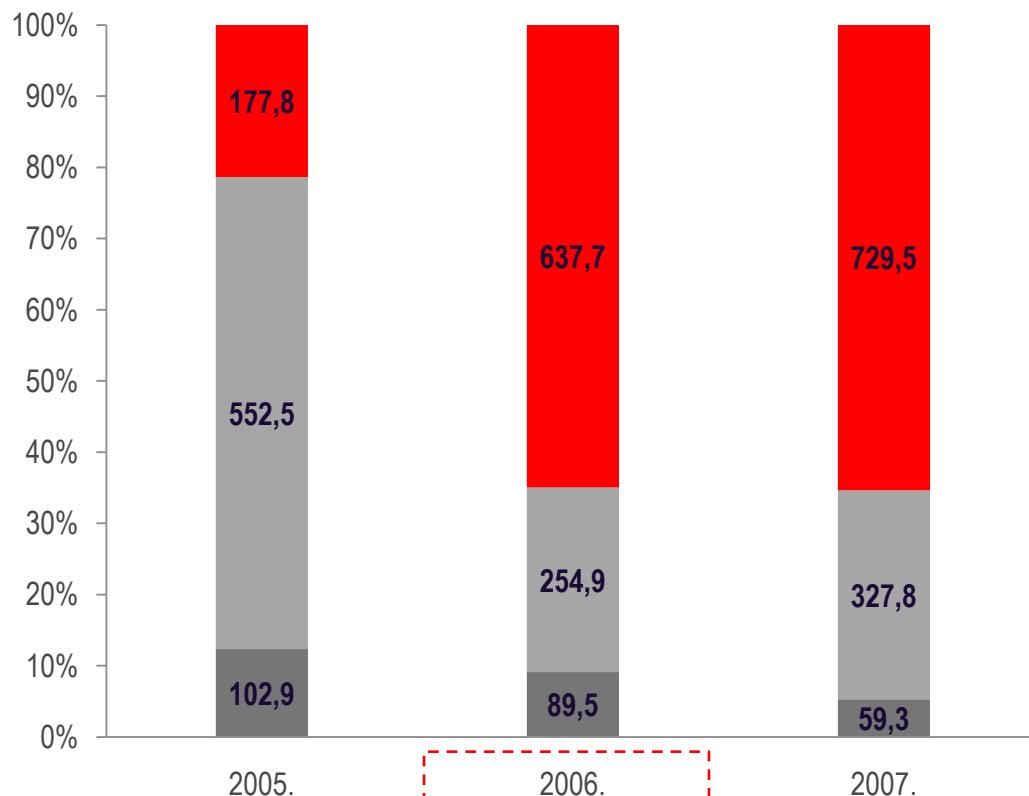
rast u odnosu na
31.12. 2006.

+14%

Valutna struktura duga Grupe Podravka

Kretanje valutne strukture duga Grupe Podravka

2005.-2007.



refinanciranje
duga kunskom
obveznicom

	Valutna struktura duga na 31.12.2007.	2007. / 2006.
■ HRK	65%	+14%
■ EUR	30%	+29%
■ ostalo	5%	-34%

Troškovi

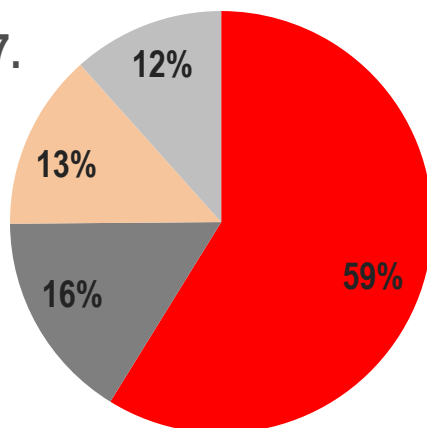
Struktura operativnih troškova

3.428,3 mil. HRK

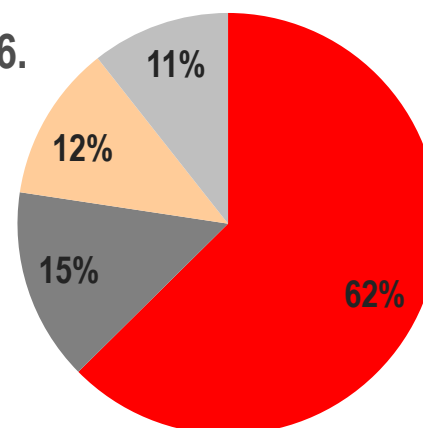
3.381,5 mil. HRK

OPERATIVNI TROŠKOVI

2007.



2006.



	2007. / 2006.	% prodaje
■ Troškovi prodanih proizvoda	-5%	59%
■ Troškovi prodaje i distribucije	+10%	16%
■ Troškovi marketinga	+14%	14%
■ Opći i administrativni troškovi*	+11%	11%
■ ■ ■ ■ Ukupno	+1%	100%

* opći i administrativni troškovi, bez utjecaja troškova restrukturiranja i sudskog spora s Avenom, ostvarili su pad od 2%

Optimizacija proizvodnog portfelja

početak procesa
optimizacije portfelja

kontinuirani proces

2005.

- definiranje uvjeta zadržavanja SKU u proizvodnom portfelju
- optimizacijom obuhvaćeno ≈10.000 SKU unutar SPP Prehrana i pića

2006.

- ukinuto ≈2.000 SKU
- povećana bruto marža SPP Prehrana i pića za 10 bp

2007.

- ukinuto ≈3.000 SKU
- povećana bruto marža SPP Prehrana i pića za 180 bp

- SKU s nezadovoljavajućim obrtajem
- SKU s nezadovoljavajućom profitabilnošću

SKU Stock-keeping Unit

Marketing aktivnosti u 2007.

Medvjedi su najbolji, najjeftiniji i najpametniji od svih životinja na svijetu!

Eva. Iz srca mora.

Novo

- ✓ od visokokvalitetnog kekasa s maslacem
- ✓ kompleks mikroelemenata - vitamini - minerali
- ✓ brza priprema (s mlijekom)

Lino mlijevni keks dobiven je od visokokvalitetnog kekasa s maslacem koji u kombinaciji s mlijekom osigurava užitak u slasnom obroku.

Optimalna kombinacija vitamina (A, B, B₆, B₁₂, E, niacin i folna kiselina) i minerala doprinosi pravilnom rastu i razvoju dječjeg organizma.

Prirodna i zdrava Lino dječja hrana

Od srca srcu

Mnoštvo je različitih juha, ali samo Podravka juhe odišu jedinstvenim okusom i u sebi kriju malu povijest. Tradicionalne, a ipak toliko suvremene i domaće - ove juhe će vas vratiti u dobro poznata sjećanja iz vremena valih baka. U svakoj juhi odete ćete vrijednosti starih recepata pripremljenih sa srcem.

Osvježanje s Dalekog istoka!
NOVO!

VICEZ TEA
zeleni čaj

voćni čaj
brusnica

Čokolino
svijet po tvom

OKUS KOJI SE PAMTI.

www.vegeta.hr

Fina obitelj.

Gotovo za samo 2 min.

Podravka gotova jela.
U okusu je tajna cijela.

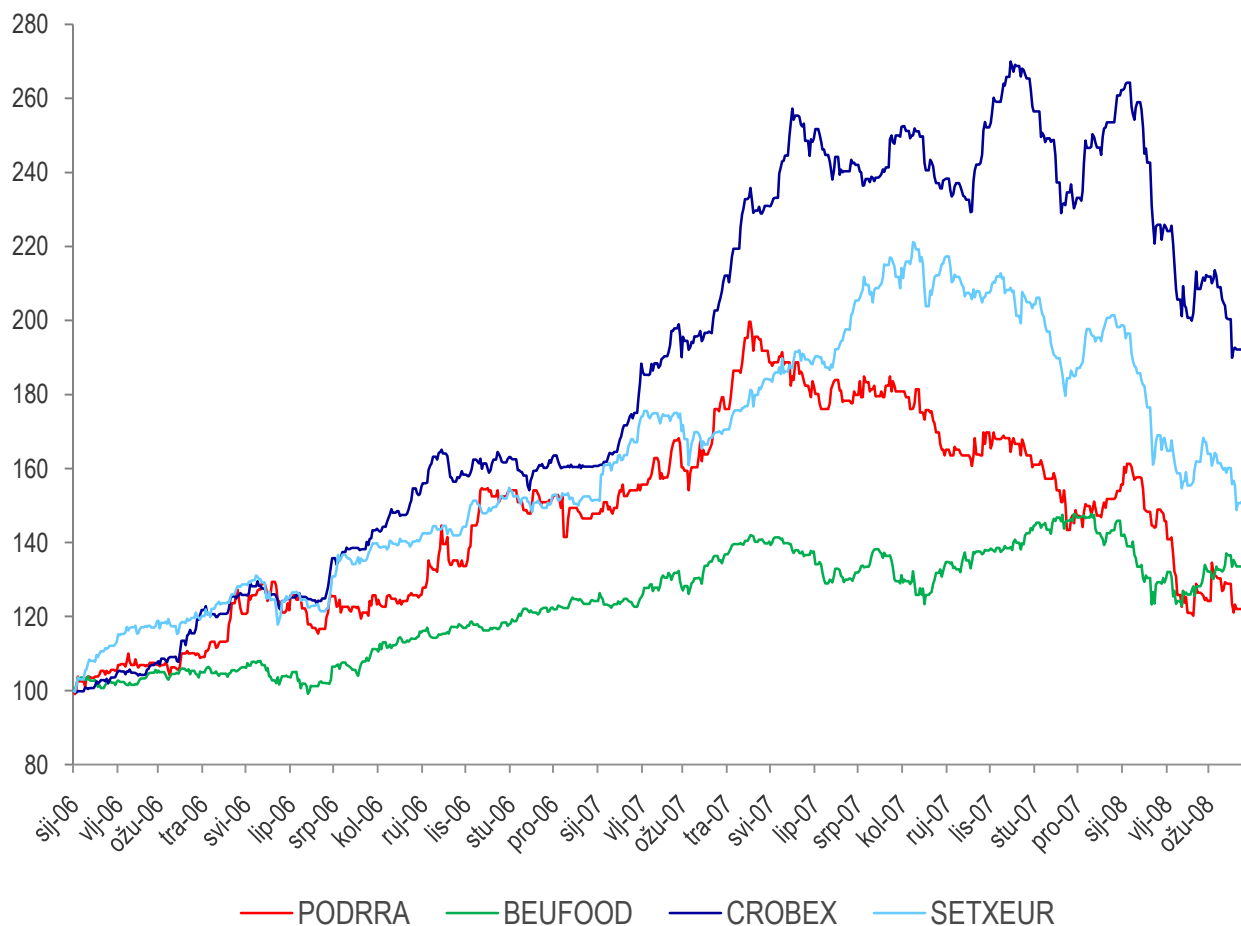
www.podravka.com

Dionica

Usporedno kretanje PODRRA i indeksa

Usporedno kretanje indeksa i PODR-R-A

Siječanj 2006.- Ožujak 2008. (bazni indeks)



UDJELI U INDEKSIMA (31.03.2008.)

SETX	1,588%
CROBEX	4,023%
CROEMI	5,137%

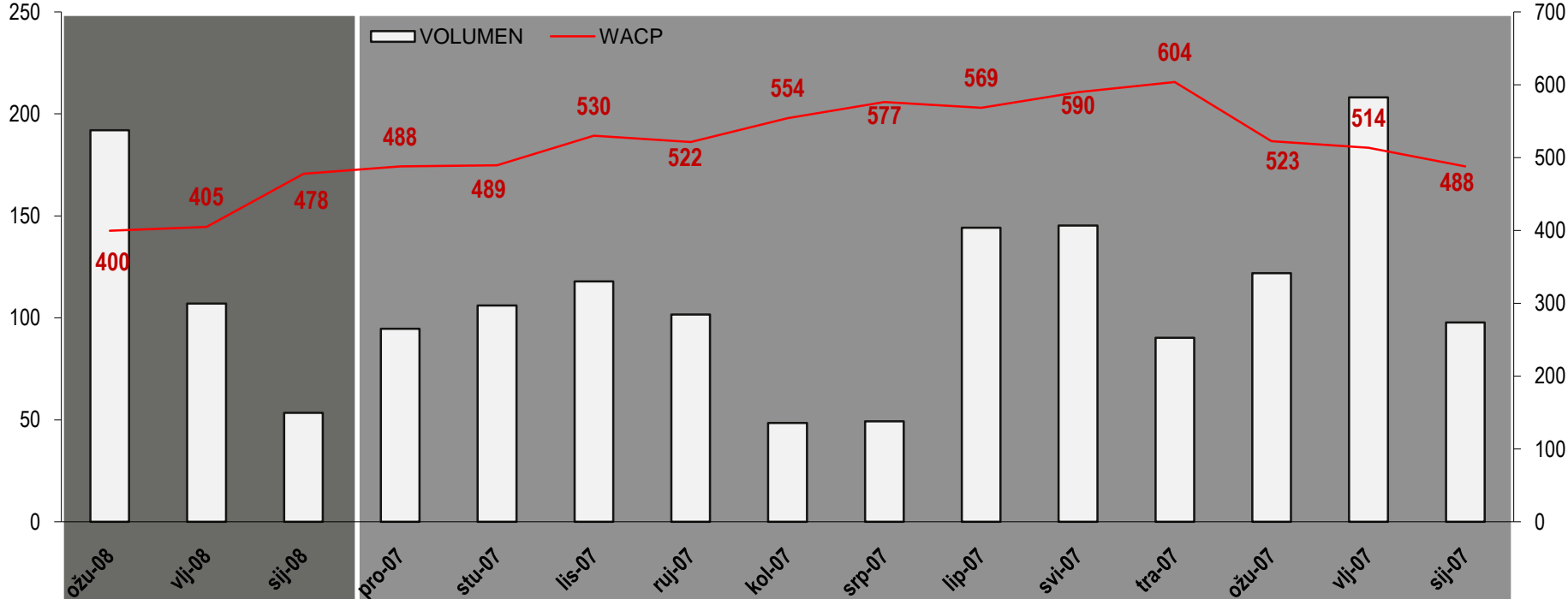
PREPORUKE

ERSTE	AKUMULIRATI
FIMA	DRŽATI
HAAB	DRŽATI
RBA	DRŽATI

Kretanje volumena i cijene PODR-R-A

'000 kom

HRK



1. kvartal 2008.

2007.

2007.

2006.

360,00

Zadnja cijena

510,00

EPS

3,43

11,24

514,00

Najviša cijena

P/E

148,63

41,83

360,00

Najniža cijena

440,00

BVPS

358,9

322,3

413,19

Prosječna cijena

535,25

P/B

1,4

1,5

145,3

Promet (mil.HRK)

707,5

P/S

0,8

0,7

1.951,2

Tržišna kapital. (mil.HRK)

2.764,2

P/EBIT

30,0

20,2

P/EBITDA

10,8

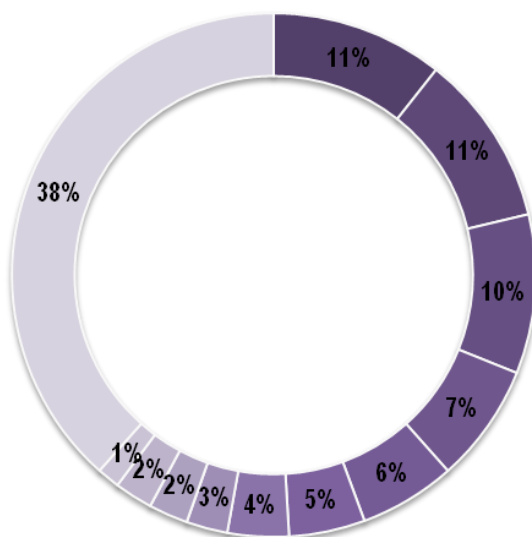
7,8

Struktura dioničara

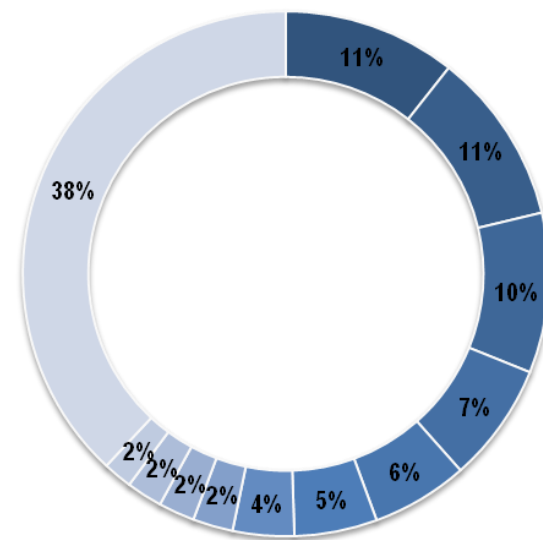
Struktura dioničara na dan 31.12.2007.

Struktura dioničara na dan 31.03.2008.

60,2%	TOP 10	60,1%
39,8%	ostali	39,9%



■ FIMA AMI LTD	■ FIMA AMI Ltd.
■ HFP/HZMO	■ HFP/HZMO
■ HFP	■ HFP
■ Bank Austria Creditanst AG	■ Bank Austria Creditanst AG
■ Kapitalni fond d.d.	■ Kapitalni fond d.d.
■ AZ OMF	■ AZ OMF
■ PBZ Croatia osiguranje d.d. OMF	■ PBZ Croatia osiguranje d.d. OMF
■ Erste&Steiermarkische d.d./ CSC	■ Raiffeisenbank Austria d.d./R5
■ PBZ D.D./ Skrb. rn	■ Skandinav. Enskilda banken/Zbir.Rn
■ Raiffeisenbank Austria d.d./ R5	■ Raiffeisenbank Austria d.d./RBA
■ Trezorski račun	■ Trezorski račun
■ Ostali dioničar	■ Ostali dioničari



Ukupno dionica 5.420.003
Ukupno dioničara 15.557

HFP (Hrvatski fond za privatizaciju), HZMO (Hrvatski zavod za mirovinsko osiguranje), OMF (Obvezni mirovinski fond)

Strategija 2008.-2011.

Strategija 2008. – 2011.

2008.

PRIORITETI

postizanje
prioriteta
kroz

1

Strategija rasta

PROGRAM RAST

organski rast

akvizicije

2

Podizanje profitabilnosti
i konkurentnosti

PROGRAM PROFITABILNOST

proizvodnja

administracija

prodaja, distribucija, logistika

3

Efikasnija upotreba
kapitala

PROGRAM KAPITALIZACIJE IMOVINE

smanjenje obrtnog kapitala

kapitalizacija imovine

2011.

5 mlrd. HRK

EBIT 9%

ROA 4%

Strategija rasta

Fokus kategorije

1. Dodaci jelima
2. Culinary*
3. Cerealije**
4. Meso
5. Riba
6. Slastice
7. Pića

Fokus tržišta

1. Zadržavanje liderske pozicije + trend setter u HR
2. Značajan organski rast u JIE i IE
3. Širenje portfolia u EU

Akvizicije

1. Fokus kategorije
2. Fokus tržišta
3. Liderske pozicije
4. Povećanje profitabilnosti
5. Financijska fleksibilnost
6. Uspješna integracija

* Culinary - juhe, jela, umaci, prilozi jelima, rajčica

** Cerealije – dehidrirana dječja hrana i žitarice za doručak

Podizanje profitabilnosti i konkurentnosti

SCM (Supply Chain Mngm)

1. Nabava
2. Logistika
3. Proizvodnja i COGS
4. Zalihe

Prodaja

1. Efikasnost HR
2. Efikasnost Int
3. Organizacija procesa podrške

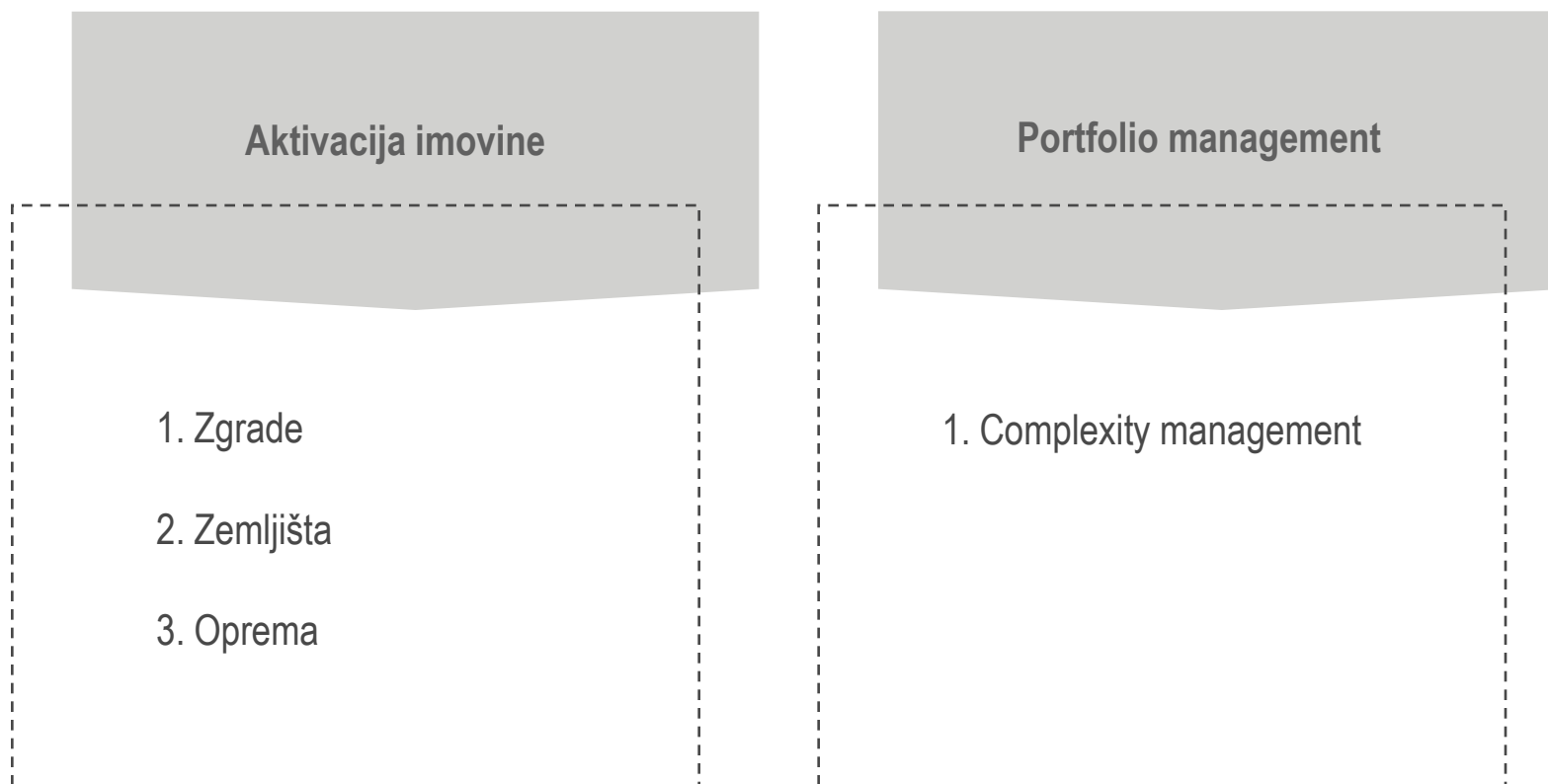
Marketing i sponzorstva

1. Efikasnost ulaganja
2. Sponzorstva
3. Organizacija

Administracija i Usluge

1. Netemeljne djelatnosti
2. Energija
3. Organizacija
4. Plaće

Efikasnija upotreba kapitala



Kompanija sa srcem



Odnosi s investitorima
ir@podravka.hr

www.podravka.com