



# **Grupa Belupo**

## **Pregled rezultata poslovanja za 2010.**

**INVESTITORI**  
**18/03/2011.**



## *Izjava o odricanju od odgovornosti*

***Ova prezentacija sadrži određene izjave o budućim događajima u vezi s financijskim stanjem, rezultatima aktivnosti i poslovanjem Grupe Belupo.***

***Te izjave o budućnosti predstavljaju očekivanja ili mišljenja Društva o budućim događajima, uključuju poznate i nepoznate rizike te nesigurnosti koje bi mogle utjecati na to da se stvarni rezultati, učinak ili događaji bitno razlikuju od onih izraženih ili pretpostavljenih u tim izjavama.***

***Sukladno tome Belupo d.d. ne snosi odgovornost za bilo kakvu ulagačku aktivnost koja može nastupiti na temelju procjena koje su ovdje objavljene.***

# S A D R Ž A J

## **1. Belupo 2010.**

➤ **Tržišta, Trendovi, Regulativa, Konkurencija**

## **2. Strategija Belupa 2011. – 2015.**

# **KLJUČNI POKAZATELJI 2010.**

# KLJUČNI POKAZATELJI 2010.

<i>u milijunima HRK</i>	<b>2010.</b>	<b>2009.</b>	<b>PROMJENA 2010/2009</b>
Prihodi od prodaje	744,2	752,7	-1 %
Bruto marža	404,2	396,9	2 %
EBITDA	140,7	135,2	4 %
EBIT	98,3	93,4	5 %
Neto dobit	52	44,5	17 %
<b><i>Profitne marže (%)</i></b>			
Bruto marža	54,3	52,7	160 bp
EBITDA marža	18,9	18,0	90 bp
EBIT marža	13,2	12,4	80 bp
Neto marža	7	5,9	110 bp

# Konsolidirani izvještaj o dobiti 2010.

Elementi	mil HRK	2010		2009		Indeks
		Iznos	%	Iznos	%	
Prihod od prodaje		744,2	100	752,7	100	99
Troškovi prodanih proizvoda		339,9	46	355,7	47	96
Bruto dobit (marža)		404,2	54	396,9	53	102
Ostali prihodi / rashodi		0,4	0,1	-8,1	-1	-5
Troškovi istraživanja i razvoja		34,4	5	23	3	149
Troškovi marketinga		142,6	19	132,6	18	108
Trošak prodaje i distribucije		89,7	12	89,2	12	101
Opći i administrativni troškovi		39,6	5	50,6	7	78
EBIT		98,3	13	93,4	12	105
Trošak financiranja		29,3	4	30,6	4	96
EBT		69	9	62,8	8	110
Porez na dobit		17,1	2,3	18,1	2,4	95
Manjinski interes		-0,2	0	0,2	0	-88
Neto dobit		52,0	7	44,5	6	117

# Konsolidirana prodaja 2010

000 HRK	2010.	Udio %	2009.	Udio %	INDEKS 2010/2009
<b>UKUPNO:</b>	<b>744.181</b>	<b>100</b>	<b>752.692</b>	<b>100</b>	<b>99</b>
Rx	487.326	65	487.097	65	100
OTC	68.652	9	74.936	10	92
Ljekarne Deltis	43.011	6	42.808	6	100
Farmavita	143.634	19	146.349	19	98
Ostalo - usluge, kozmetika, Diekal	1.558	0	1.502	0	104
<b>DOMAĆE TRŽIŠTE</b>	<b>447.914</b>	<b>60</b>	<b>478.587</b>	<b>64</b>	<b>94</b>
Rx	338.480	45	363.610	48	93
OTC	64.961	9	70.753	9	92
Ljekarne Deltis	43.011	6	42.808	6	100
Ostalo - usluge, kozmet., Diekal	1.463	0	1.416	0	103
<b>IZVOZ</b>	<b>296.267</b>	<b>40</b>	<b>274.105</b>	<b>36</b>	<b>108</b>
Rx	148.847	20	123.486	16	121
OTC	3.691	0	4.183	1	88
Farmavita	143.634	19	146.349	19	98
Ostalo	95	0	86	0	110

## Novi RX i OTC proizvodi uvedeni 2010.

	ATC	Kemijska supstanca	BRAND	status
1.	C08CA13	lercanidipine	PINOX	RX
2.	C03CA04	torasemide	TOMID	RX
3.	N05AA03	promazine	PROMAZIN	RX
4.	N02AX52	tramadol+paracetamol	ZARACET	RX
5.	D01AE15	terbinafine	TERBINAX	RX
6.	J01FA10	azithromycin	AZITROMICIN	RX
7.	J01CR02	amoxicillin+clavulanic acid	KLAVOBEL	RX
8.	G04BE03	sildenafil	VINER	RX
9.	C10AA05	atorvastatin	TORVAS	RX
9.	N02BE	paracetamol	LUPOCET FLU FORTE	OTC
10.	N02BE01	paracetamol	LUPOCET 1000	OTC
11.	M02AA13	Ibuprofen	NEOFEN FORTE	OTC
12.			FLOCETA LOSION	OTC
13.			UROSAL TEA	OTC



# Novi RX i OTC proizvodi



# Portfelj Belupa

## ➤ Doza i oblika 261:

- ❖ 205 lijekova na recept
- ❖ 37 OTC lijeka
- ❖ 14 dijetetike
- ❖ 5 medicinske kozmetike

## ➤ Pakiranja 325:

- ❖ 265 lijekova na recept,
- ❖ 41 OTC lijekova, 14 dijetetike i 5 medicinske kozmetike

## ➤ Aktivnih tvari 126

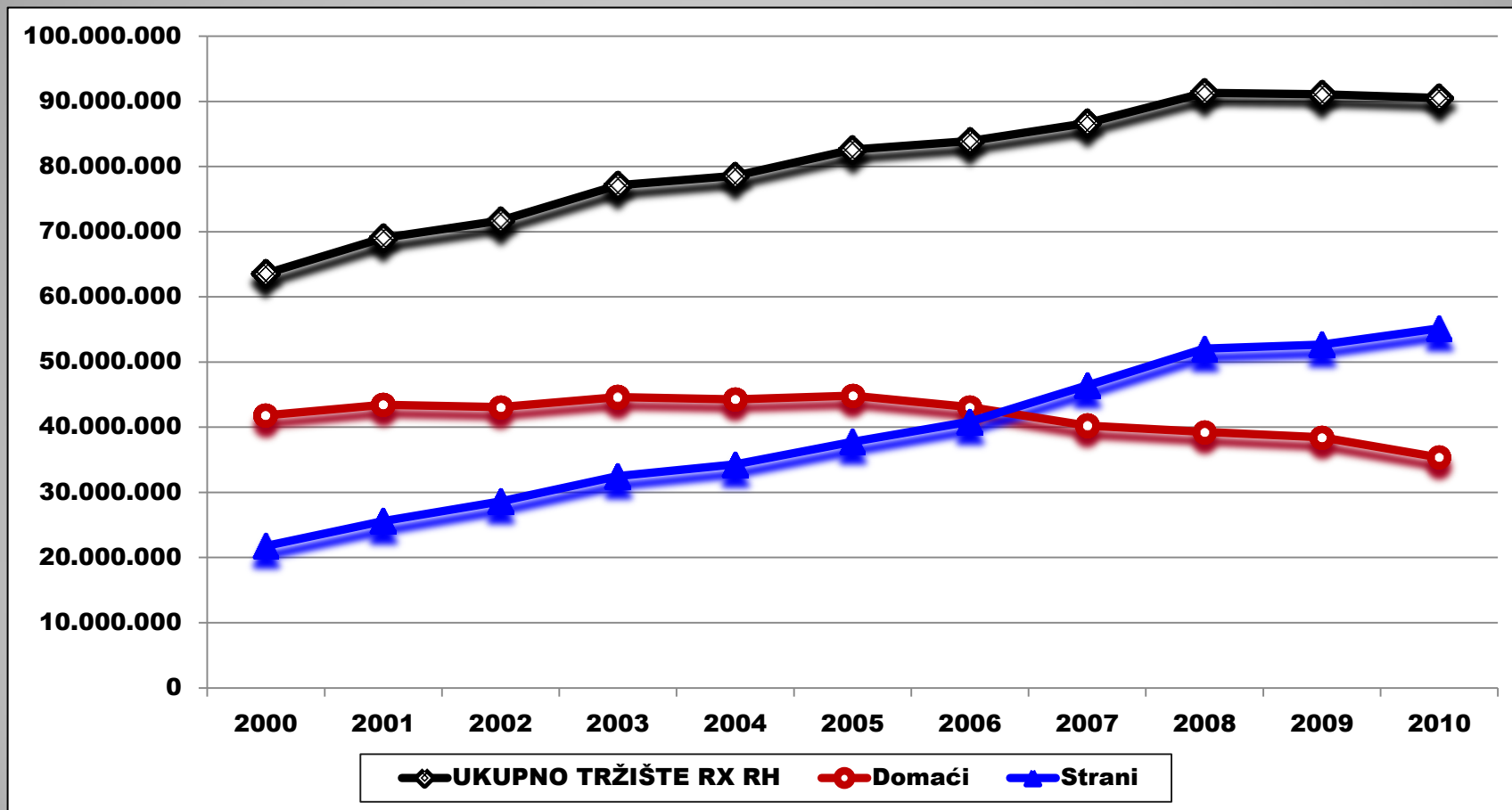
# INOZEMNA TRŽIŠTA

## Prodaja na inozemnim tržištima 2010

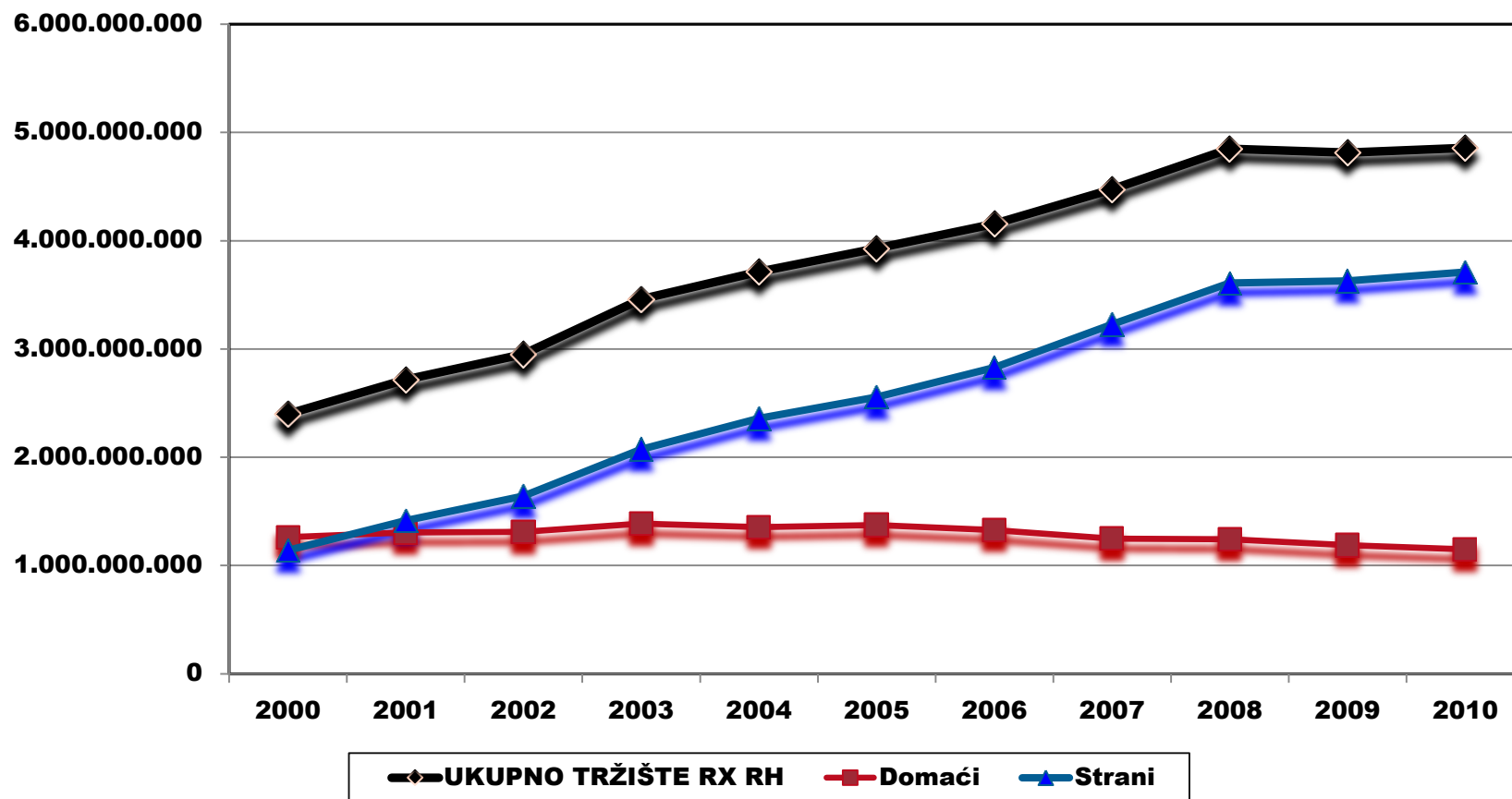
000 HRK	2010.	2009.	INDEKS 2010/09
<b>INOZEMNA TRŽIŠTA</b>	<b>296.267</b>	<b>274.105</b>	<b>108</b>
JUGOISTOČNA EUROPA	164.251	182.085	90
ISTOČNA EUROPA	89.489	55.320	162
CENTRALNA EUROPA	34.652	31.616	110
NOVA TRŽIŠTA	7.875	5.084	155

# TRŽIŠTE HRVATSKE

# Trendovi na tržištu RX lijekova (komadno)



# Trendovi na tržištu Rx lijekova (financijski)



# Belupo Top 10

## Belupo Top 10 lijekova Hrvatska

Lijek

**IRUZID**  
**IRUMED**  
**NORMABEL**  
**CARVELOL**  
**FURSEMID**  
**IBUPROFEN**  
**SEROXAT**  
**ALOPURINOL**  
**AMONEX**  
**VAIRA**

## Belupo top 10 lijekova sva tržišta

Lijek

**IRUZID**  
**BELOSALIC**  
**IRUMED**  
**BELODERM**  
**SEROXAT**  
**NORMABEL**  
**BELOGENT**  
**CARVELOL**  
**IBUPROFEN**  
**FURSEMID**

## Belupo top 10 OTC

Brand

**NEOFEN**  
**LUPOCET**  
**GINKGO**  
**UROSAL**  
**SILYMARIN**  
**MAXI OMEGA**  
**HERPLEX**  
**FLOCETA**  
**BELMIRAN**  
**HEDERAN**



## Nove ATC grupe

- **Ulazak u nove grupe lijekova – Antidijabetes, Onkologija**
- **Strana tržišta – širenje portfelja:**
  - ☐ Rusija – uvođenje Kardio preparata
  - ☐ Slovačka uvođenje CNS preparata
- **Evaluacija projekata ulaganja u:**
  - ☐ širenje portfelja penicilinskih antibiotika - nova tvornica Ludbreg (omogućava i uslužnu proizvodnju)

# **STRATEŠKI PRAVCI 2011- 2015**

## U okviru projekta redefiniranja poslovne strategije Belupa u razdoblju od 2011. - 2015. g. definirani su ciljevi i strateške opcije rasta

Glavni cilj strategije rasta je **rast prodaje**, a pod-ciljevi su:

1. Razvoj i učvršćivanje pozicije na domaćem tržištu:
  - snažnija diversifikacija kroz vlastiti razvoj value added brand generika, nastavak „nizvodne integracije“, ulazak u bolničke kanale
2. Rast na fokusiranim stranim tržištima – **IE, JIE, izvoz OTC-a**
3. Nova tržišta EU
4. Diversifikacija portfelja **Rx lijekova - skupine A, L, R** te snažniji razvoj **sintetičkih OTC lijekova**



Rast „vrijednosti za dioničare“ ( Shareholders Value)

# Resursi Belupa moraju biti fokusirani

a)

**Fokus**

b)

Diversifikacija

c)

Širenje na  
strana tržišta

1.

**Rx**

Belupo mora kvalitetno podržati fokusirane skupine lijekova

2.

**OTC**

U OTC segmentu se treba fokusirati na nekoliko skupina i sintetske lijekove

RX i OTC skupine po mogućnosti trebaju biti komplementarne kako bi se ostvarile sinergije te razvili centri kompetencije za određena područja

# Diversifikacija moguća kroz

a)

Fokus

b)

Diversifikacija

c)

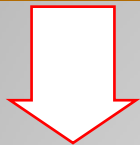
Širenje na  
strana tržišta



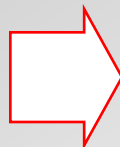
# Prihvaćanje hipoteza rasta otvara opcije

Potvrđene hipoteze

Ciljevi



Fokus skupine



Definiranje  
portfelja

## Opcije razvoja portfelja:

- vlastiti razvoj
- licenca
- partnerstvo



Fokus tržišta



Definiranje  
portfelja za svako  
tržište

## Opcije ulaska na tržišta:

- samostalno
- M&A
- partnerstvo

## Posebno fokus na tržišta Rusije i BiH

**RUSIJA**

- veliko tržište
- slabi proizvođači
- rast potrošnje lijekova
- brzi rast tržišta

**BiH**

- brzi transferi proizvoda
- korištenje statusa domaćeg proizvođača
- napredovanje prema liderskoj poziciji domaćeg proizvođača

- Rusija jačanje  
kroz M&A  
aktivnosti i/ili  
partnerstva  
- BiH kretanje  
prema liderskoj  
poziciji



**pitanja**

