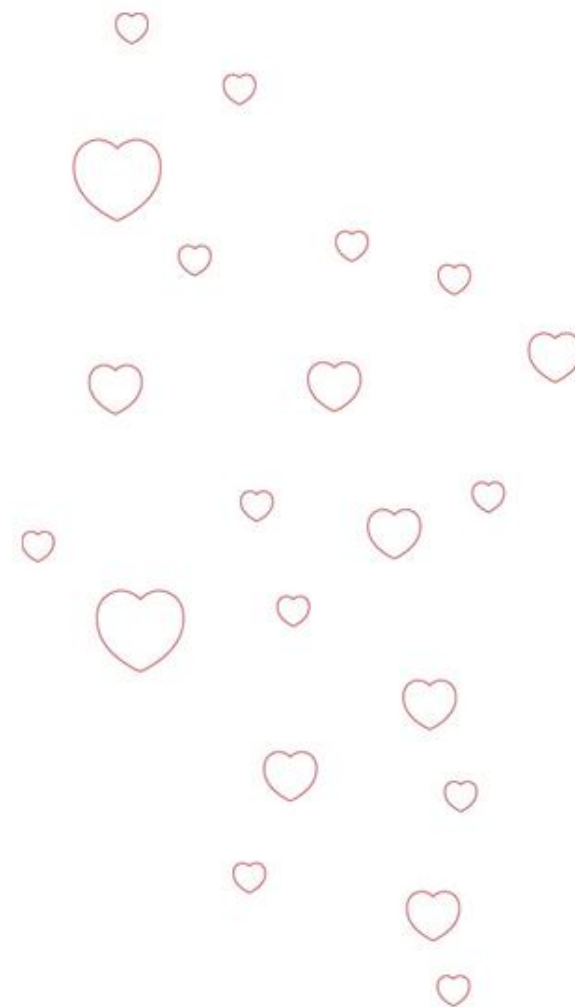
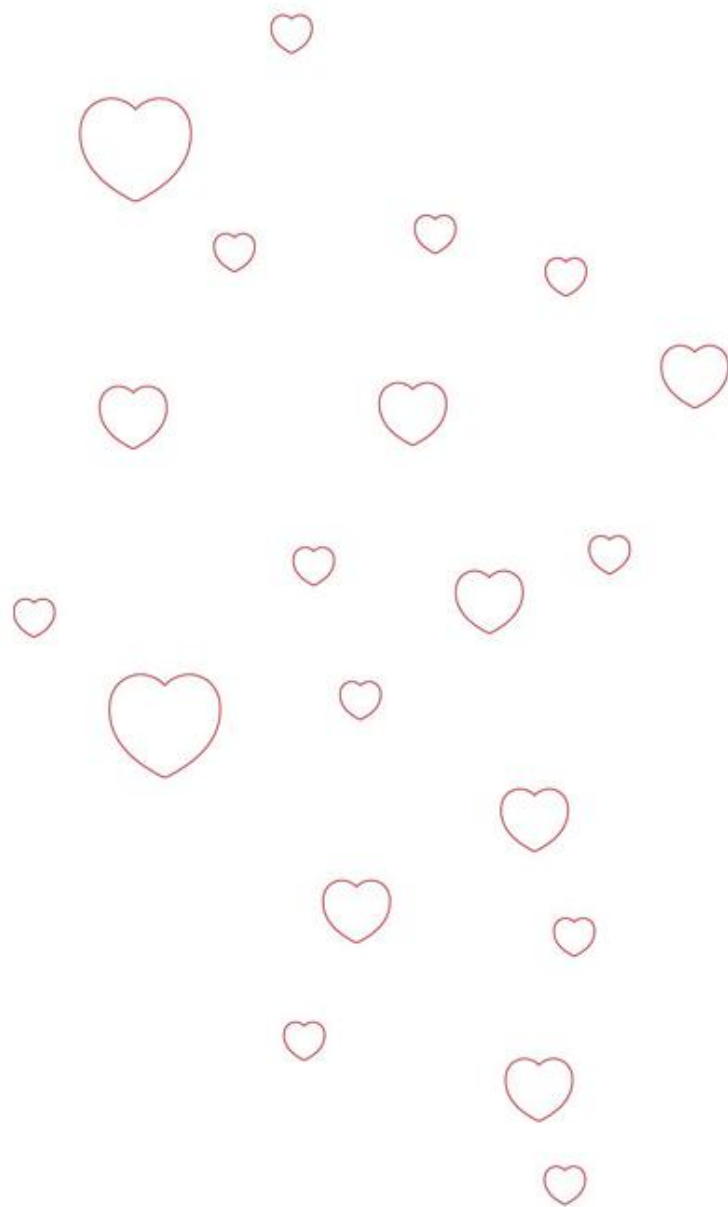


# Glavna skupština dioničara

22. srpanj 2008., Koprivnica



Glavna obilježja poslovanja u 2007.



# Rast i razvoj Podravka marki

**RAST  
PRODAJE  
PODRAVKA MARKI**

**+8%**

**RAZVOJ  
NOVIH  
PROIZVODA**

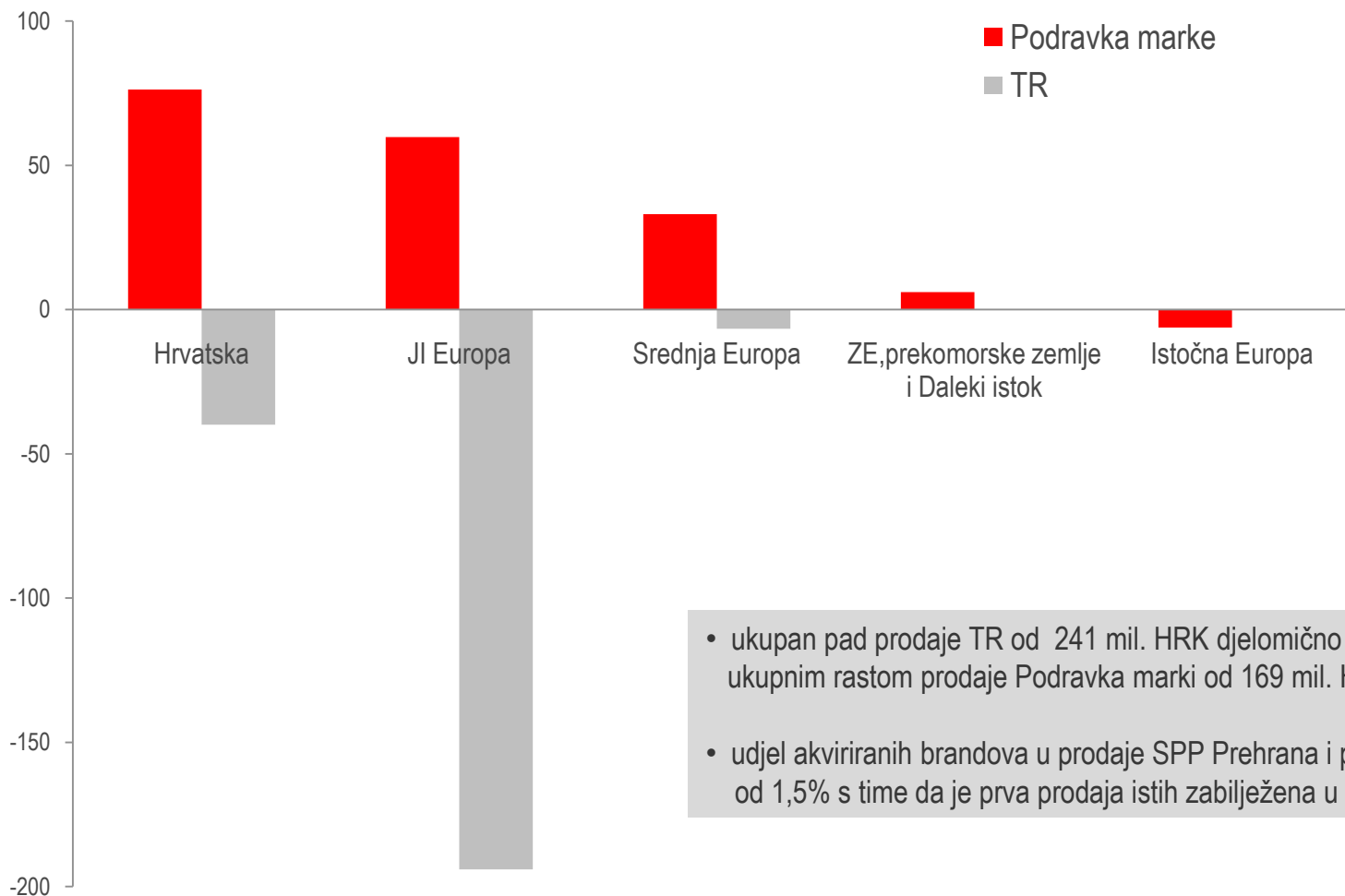
**VEĆA I EFIKASNIJA  
ULAGANJA U  
MARKETING AKTIVNOSTI**

**+14%**

# Rast prodaje Podravka marki

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 akviriranih brandova u prodaje SPP Prehrana i pića na razini je od 1,5% s time da je prva prodaja istih zabilježena u drugoj polovici 2007.

# Marketing aktivnosti u 2007.

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

PODRAVKA

Eva. Iz sreća mora.

PODRAVKA

**NOVO**

Lino

keks

- ✓ od visokokvalitetnog brašna i mliječom
- ✓ komplekse mineralnih i vitaminskih tvari
- ✓ bez poljarnih i inzulinskih

Prirrodna i zdrava Lino dječja hrana

PODRAVKA

Od sreća sreću

PODRAVKA

Osvježenje s Dalekog istoka!

**NOVO!**

VICEZ TEA

zeleni čaj

PODRAVKA

voćni čaj brusnica

NOVO!

PODRAVKA

**Čokolino**

svijet po tvom

OKUS KOJI SE PAMTI.

VICEZ

PODRAVKA

Fina obitelj.

Gotovo za samo 2 min.

Govedi gulaš

Grah

Filetki

Podravka gotova jela. U okusu je tajna cijela.

PODRAVKA

www.podravka.com

# Investicijska ulaganja i akvizicije marki

**INVESTICIJE**

**AKVIZICIJE MARKI**

# 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)



# Akvizicije marki u 2007.

## Warzywko i Perfecta (Poljska)



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

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

## Lero (Hrvatska)



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

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

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





# Rast bruto marže SPP Prehrana i pića

**SMANJENJE UDJELA  
PRODAJE TRGOVAČKE  
ROBE U UKUPNOJ  
PRODAJI**

**OPTIMIZACIJA  
PROIZVODNOG  
PORTFELJA**

2006.

**16%**



2007.

**9%**

# 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.

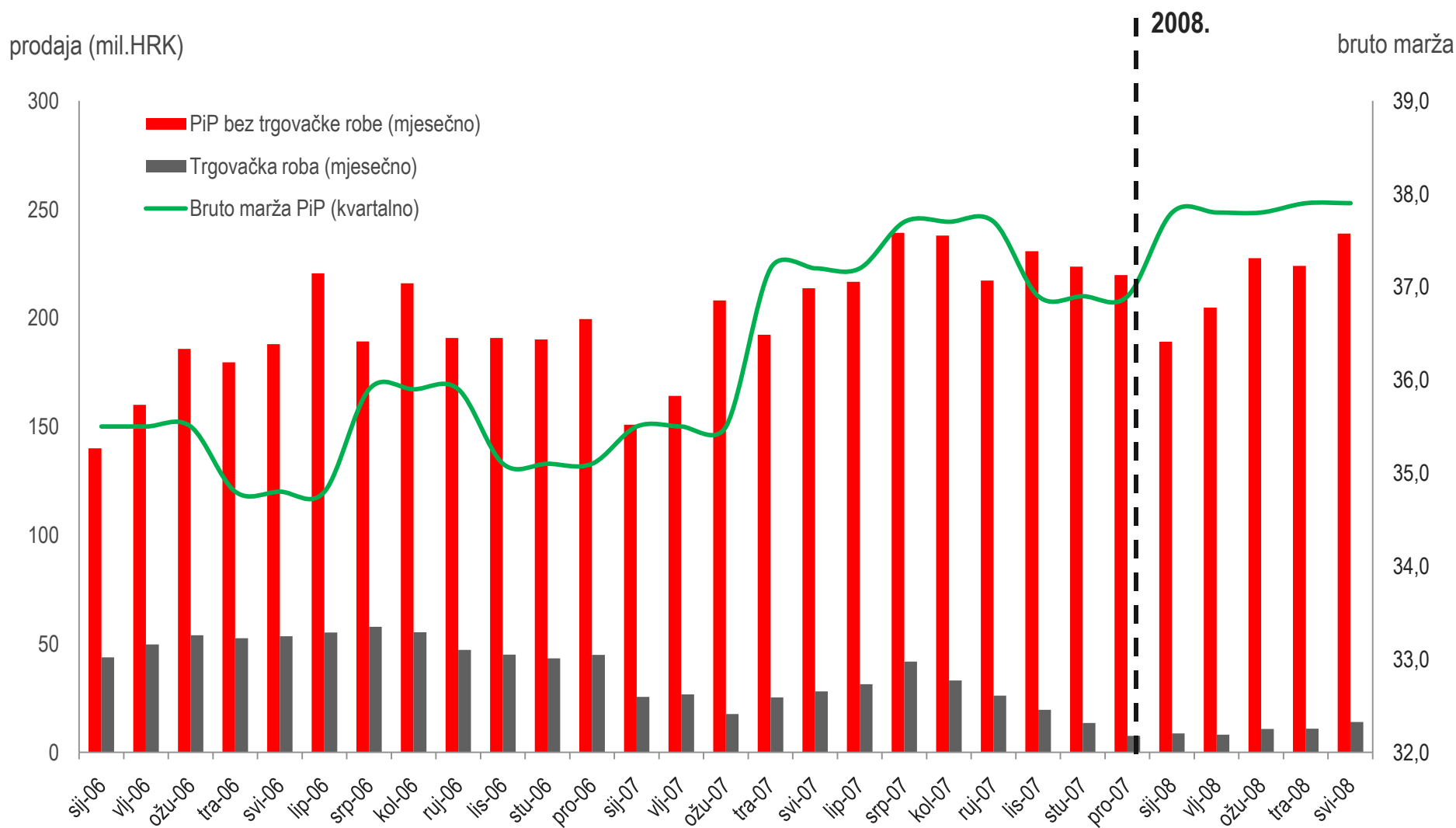
- ukinuto ≈3.000 SKU
- povećana bruto marža SPP Prehrana i pića za 180 bp

- SKU s nezadovoljavajućim obrtajem
- SKU s nezadovoljavajućom profitabilnošću

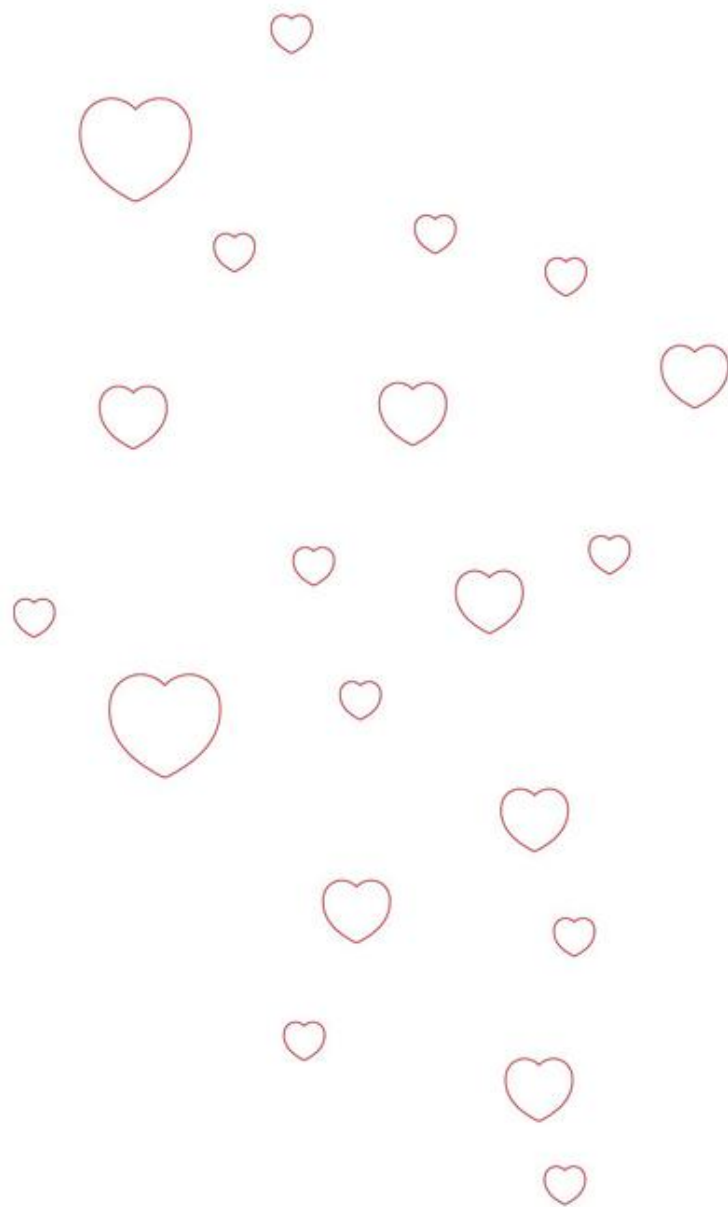
SKU Stock-keeping Unit

# Pozitivno kretanje bruto marže SPP Prehrane i pića

## Kretanje prodaje i profitabilnosti SPP Prehrane i pića



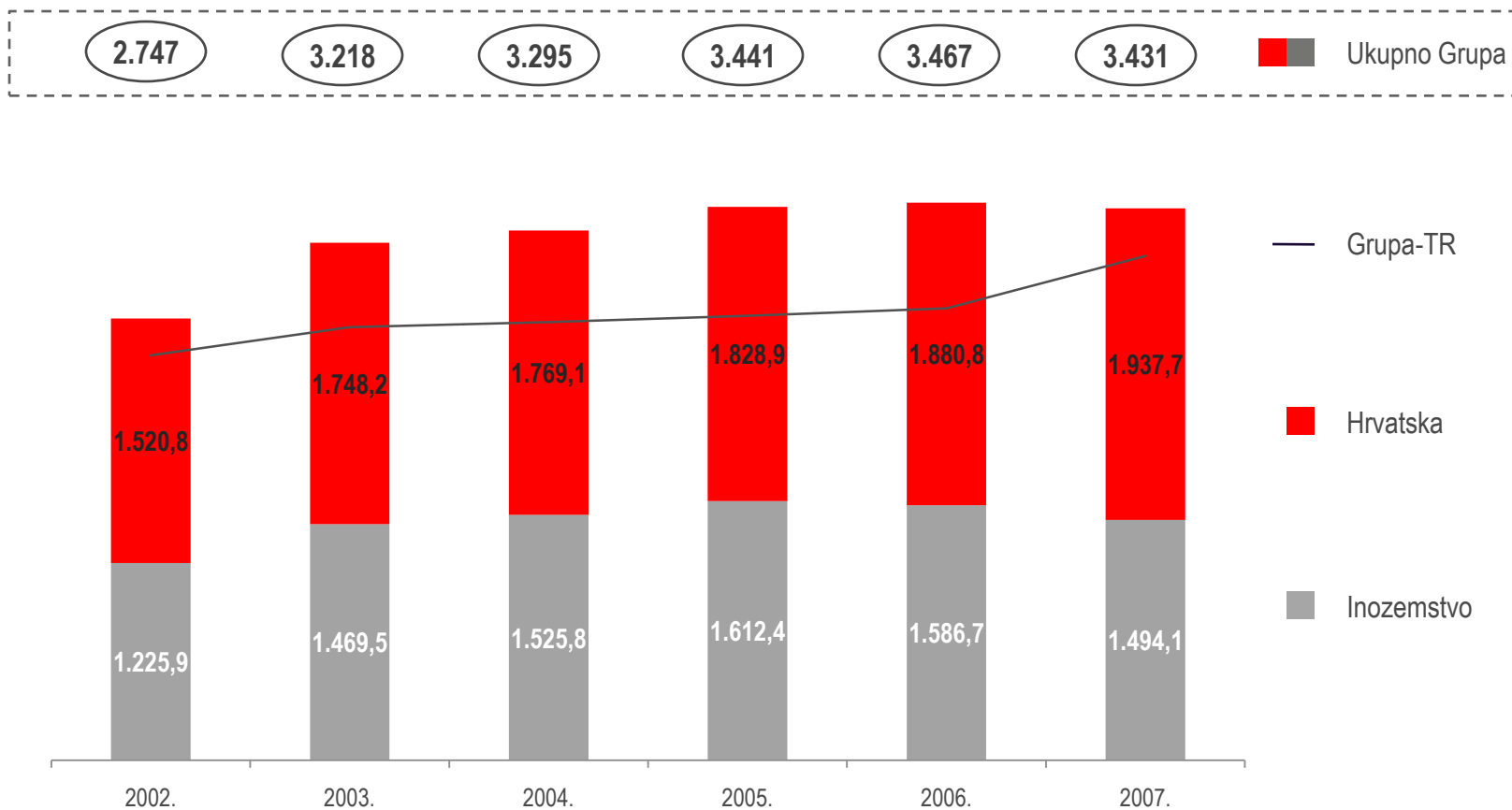
Rezultati poslovanja 2007.



# Prodaja Grupe Podravka

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

mil.HRK



**CAGR\***  
2002. – 2007.

3,8 %

3,7 %

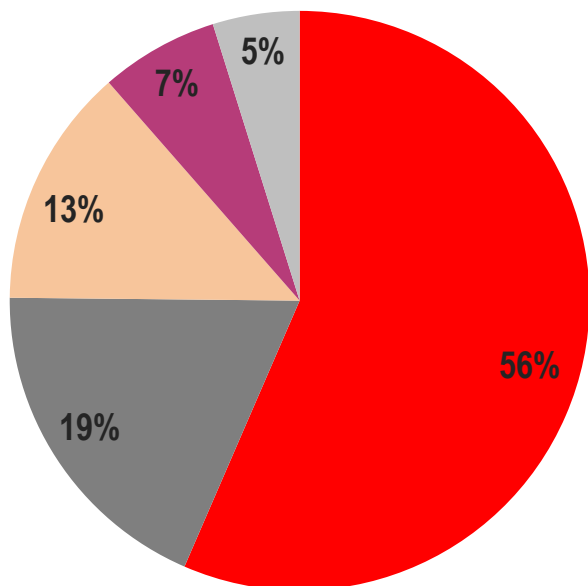
4,1 %

3,3 %

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

# Pregled prodaje prema tržištima

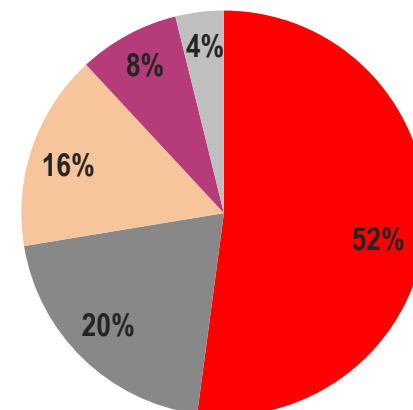
Pregled prodaje Grupe Podravka prema tržištima



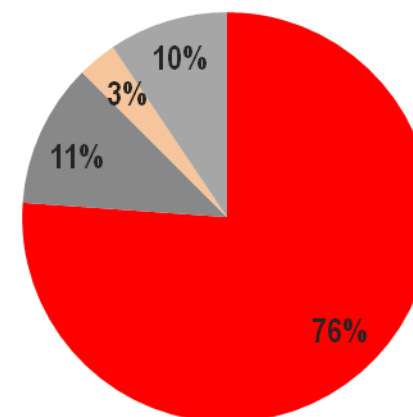
- Hrvatska
- Jugoistočna Europa
- Srednja Europa
- Zapadna Europa, prekomorske zemlje i Daleki istok
- Istočna Europa

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

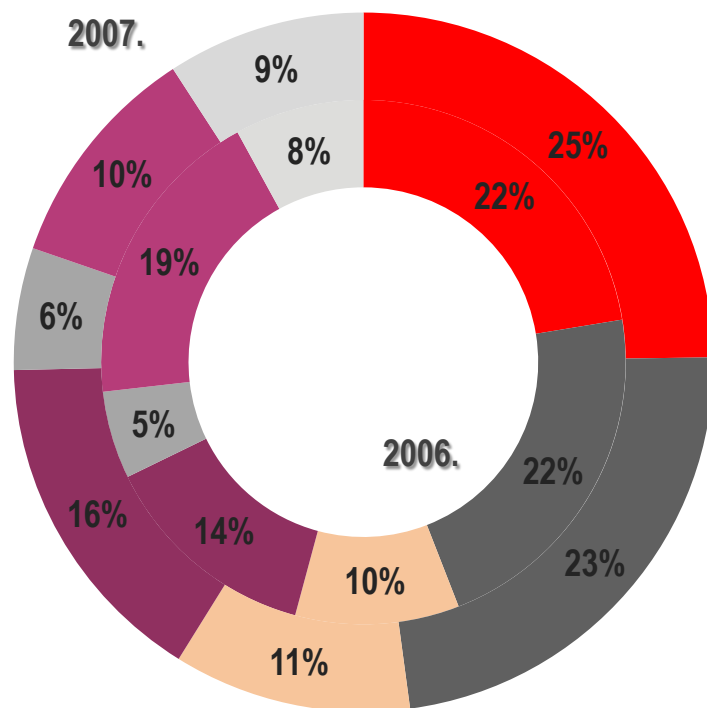
Pregled prodaje Prehrane i pića prema tržištima



Pregled prodaje Farmaceutike prema tržištima



# 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**

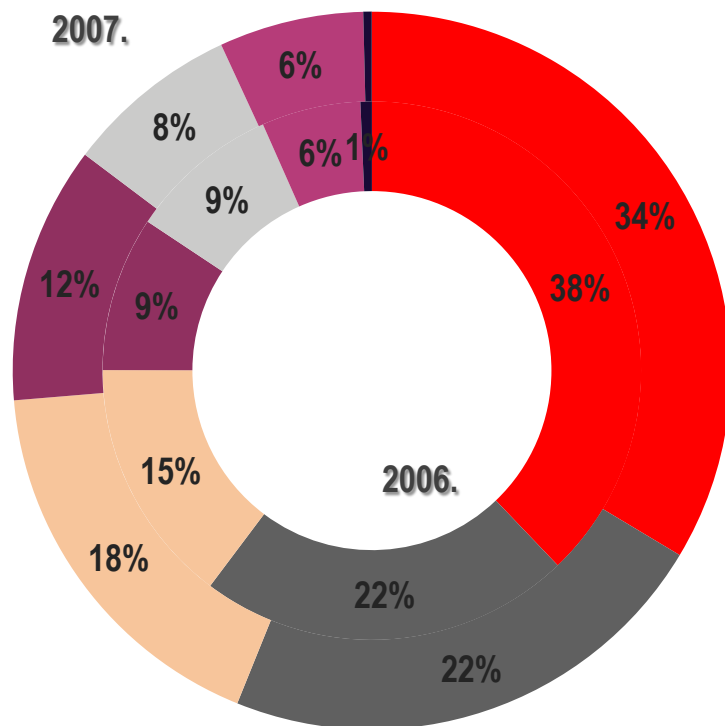
Ukupni rast prodaje SPP Prehrana i pića

**-1%**

Rast Podravka marki

**+8%**

# SPP Farmaceutika



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

Prodaja SPP Farmaceutika

**614,3 mil. HRK**

Ukupni rast prodaje SPP Farmaceutika

**+2%**



# 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               | 143,0    | -26%    | 149,6            | 184,2 | -19%    |
| EBIT           | 92,3           | 126,2    | -27%    | -23,6               | -14,0    | -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           | 39,0     | 230 bp  | 36,9                | 35,1     | 180 bp  | 61,5             | 57,9  | 360 bp  |
| EBITDA marža % | 7,5            | 9,4      | -190 bp | 3,8                 | 5,0      | -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 |

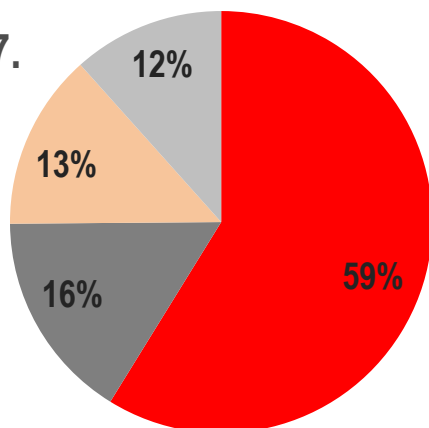
# Struktura operativnih troškova

3.428,3 mil. HRK

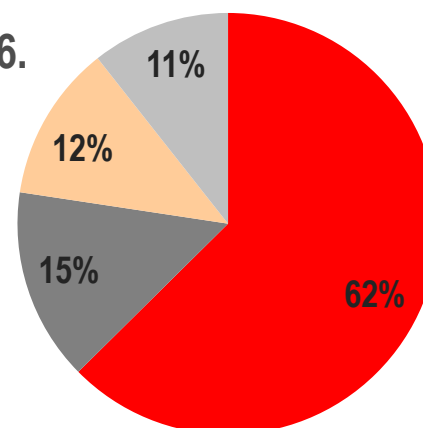
3.381,5 mil. HRK

OPERATIVNI TROŠKOVI

2007.



2006.



2007. / 2006.

% prodaje

- Troškovi prodanih proizvoda
- Troškovi prodaje i distribucije
- Troškovi marketinga
- Opći i administrativni troškovi \*

■ ■ ■ ■ Ukupno

-5%

+10%

+14%

+11%

+1%

59%

16%

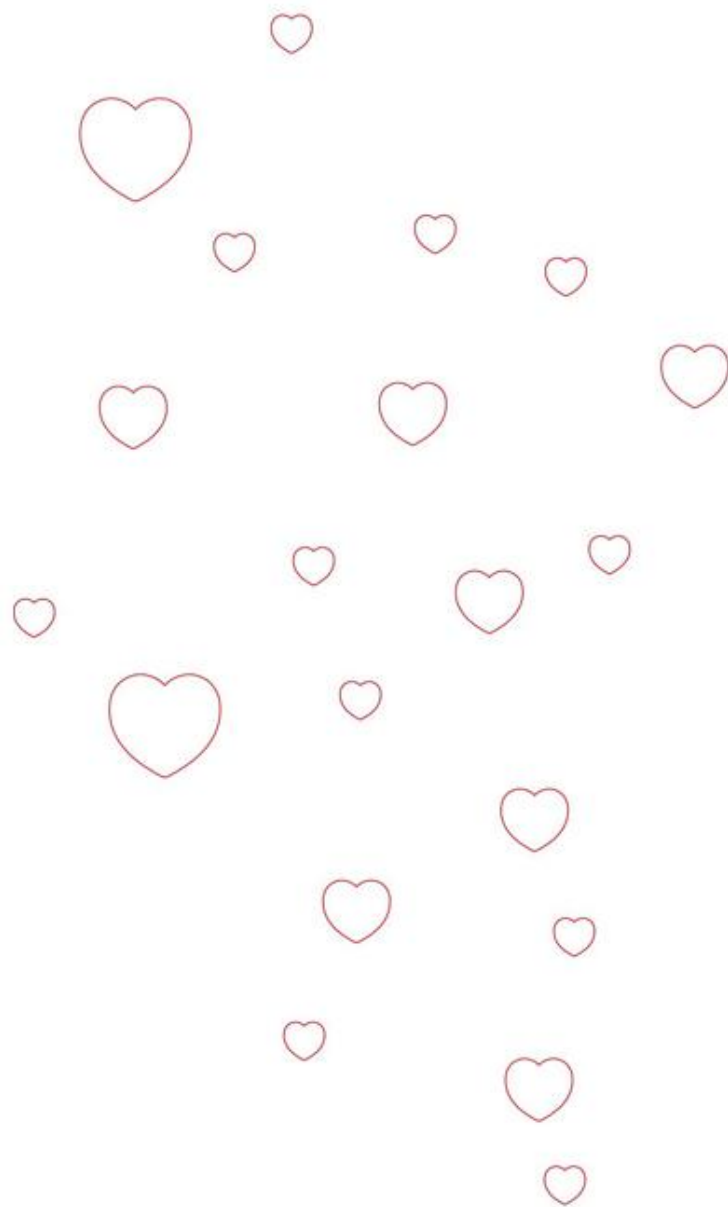
14%

11%

100%

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

Strategija 2008. – 2011.

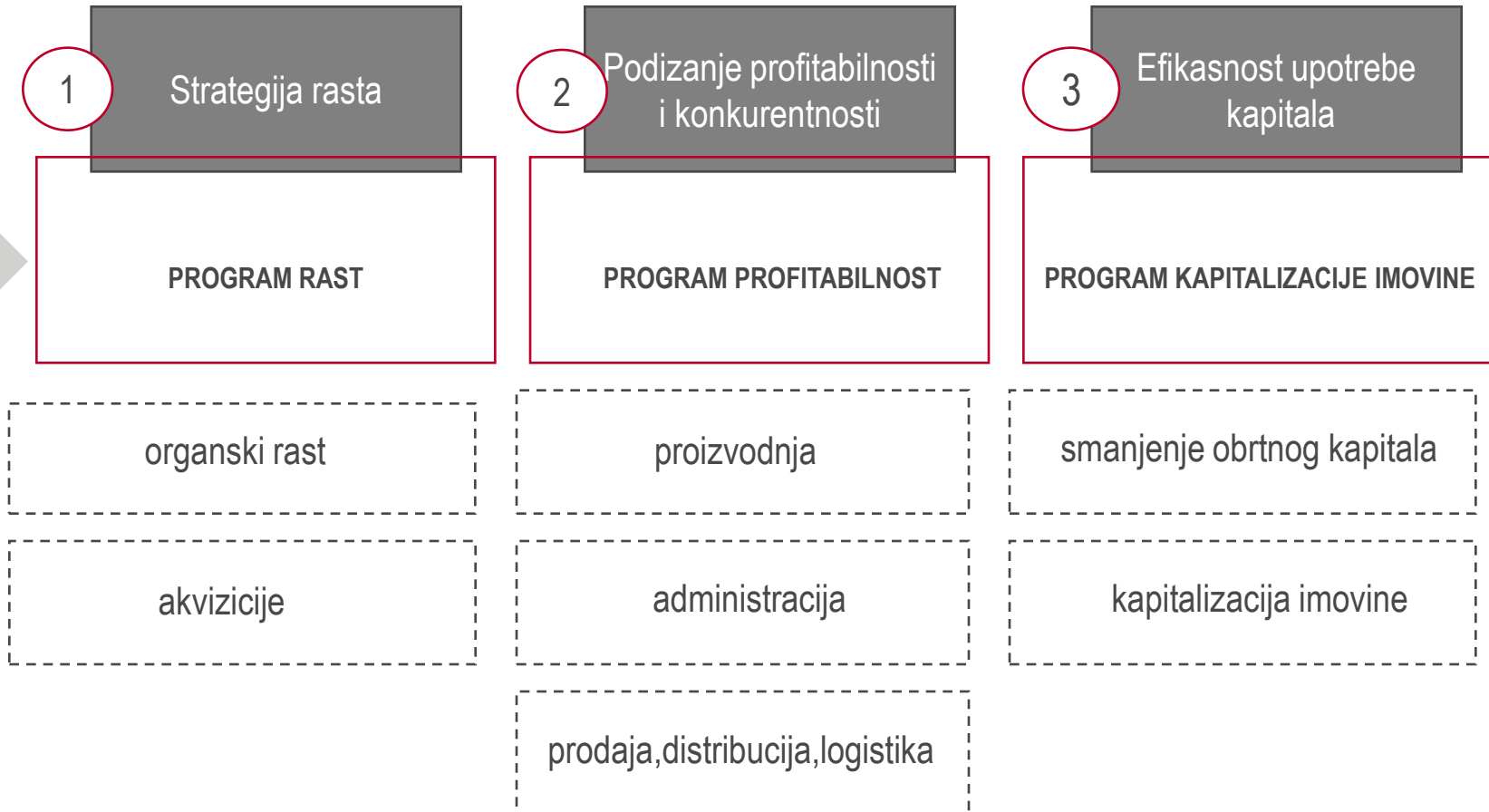


# Strategija 2008. – 2011.

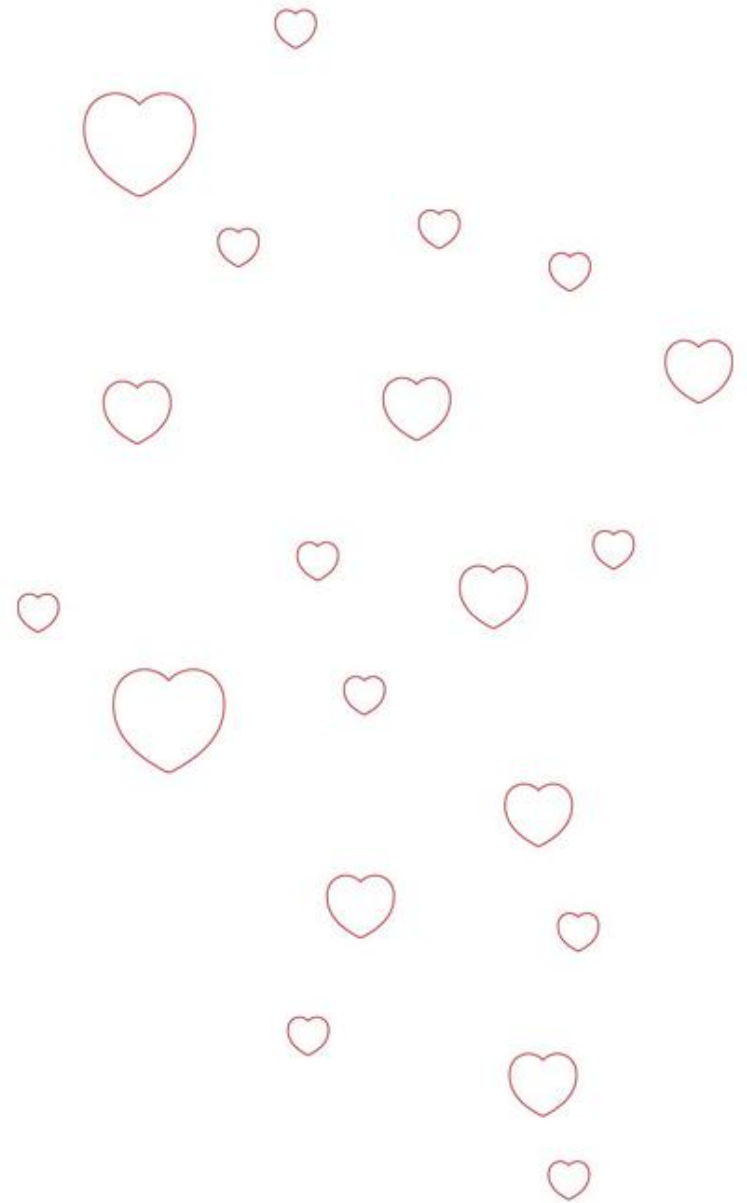
2008.

PRIORITETI

postizanje  
prioriteta  
kroz



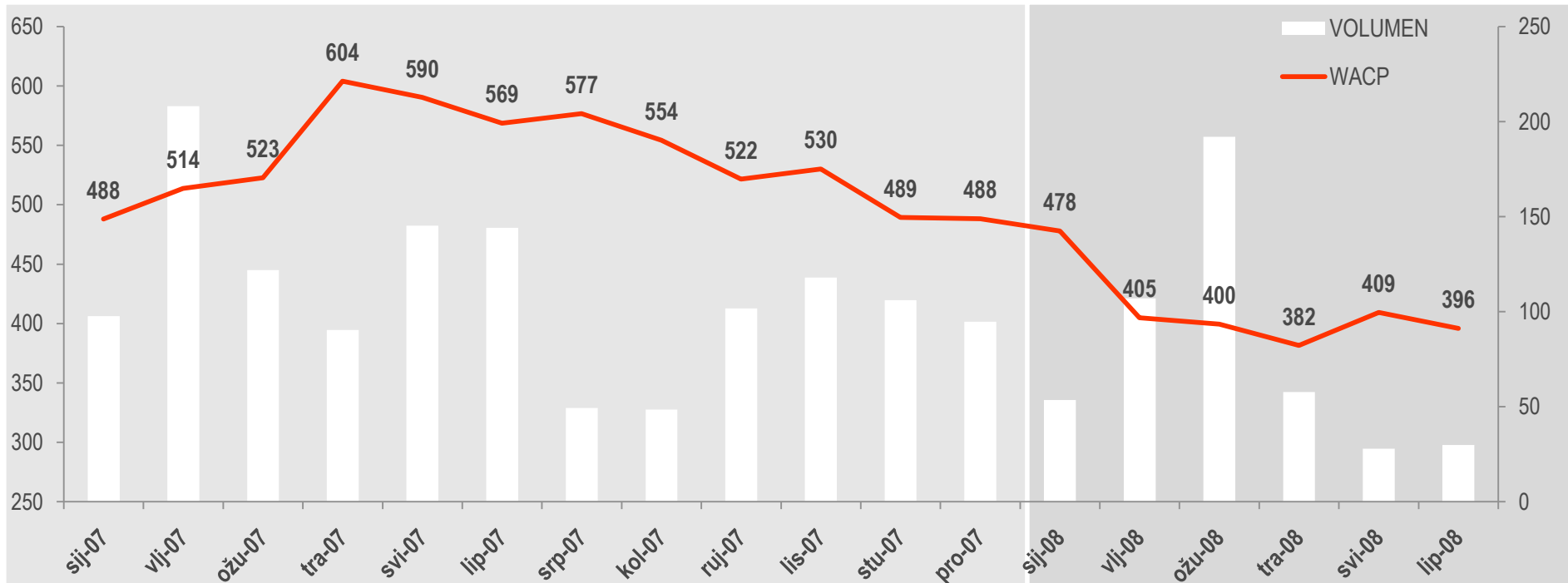
Dionica



# Kretanje dionice u razdoblju 2007.- 1H 2008.

HRK

'000 kom.



2007.

2006.

2007.

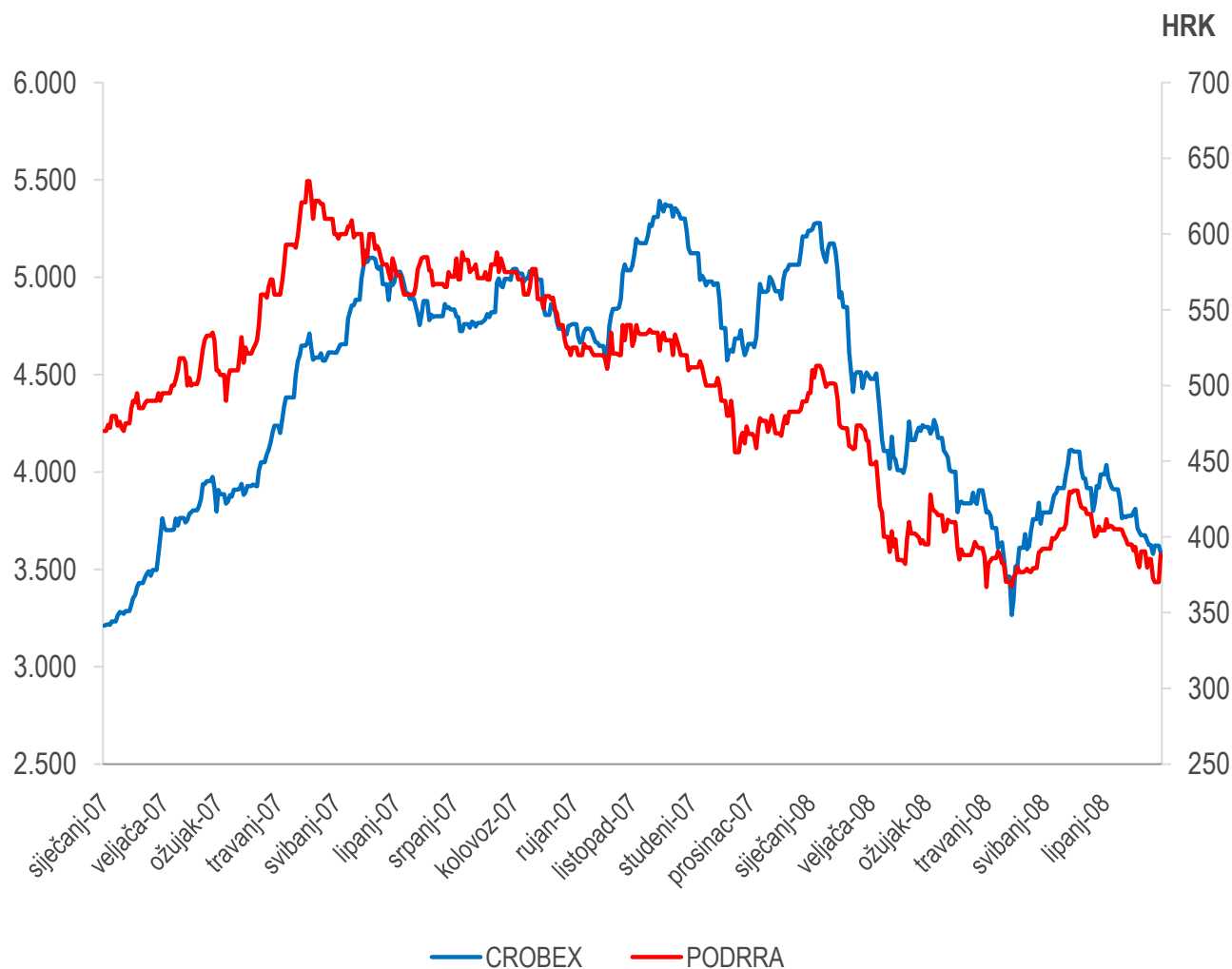
1.-6. 2008.

|          |        |       |
|----------|--------|-------|
| EPS      | 3,43   | 11,24 |
| P/E      | 148,63 | 41,83 |
| BVPS     | 358,9  | 322,3 |
| P/B      | 1,4    | 1,5   |
| P/S      | 0,8    | 0,7   |
| P/EBIT   | 30,0   | 20,2  |
| P/EBITDA | 10,8   | 7,8   |

|                               |         |         |
|-------------------------------|---------|---------|
| Zadnja cijena                 | 510,00  | 375,01  |
| Naviša cijena                 | 645,00  | 514,00  |
| Najniža cijena                | 440,00  | 351,10  |
| Prosječna cijena (WACP)       | 535,25  | 407,98  |
| Promet (mil.HRK)              | 707,5   | 185,0   |
| Trž. kapitalizacija (mil.HRK) | 2.764,2 | 2.032,6 |

# Usporedno kretanje PODR-R-A i CROBEX-a

## Usporedno kretanje PODR-R-A i CROBEX-a



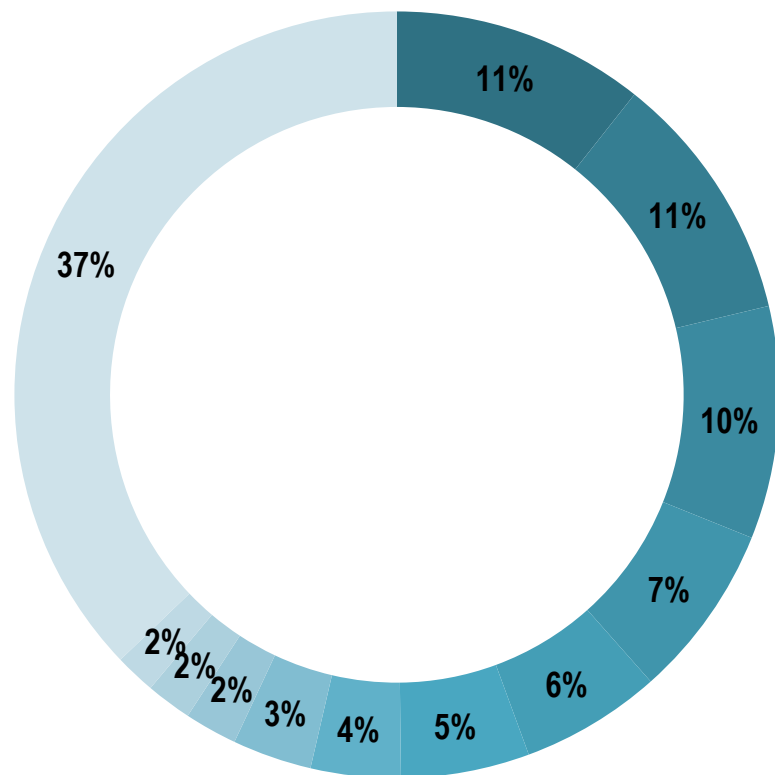
### UDJELI U INDEKSIMA (30.06.2008.)

|            |        |
|------------|--------|
| CROBEX     | 3,910% |
| CROEMI     | 5,506% |
| CROX       | 5,310% |
| SETX (EUR) | 0,857% |

### PREPORUKE

|       |             |
|-------|-------------|
| ERSTE | AKUMULIRATI |
| FIMA  | DRŽATI      |
| HAAB  | DRŽATI      |
| RBA   | DRŽATI      |

# Struktura dioničara na 15.07. 2008.



|                                 |       |
|---------------------------------|-------|
| ▶ TOP 10                        | 61,1% |
| ▶ ostale pravne i fizičke osobe | 38,9% |

|                                    |           |
|------------------------------------|-----------|
| ■ FIMAAMI Ltd.                     | 576.880   |
| ■ HFP/HZMO                         | 575.598   |
| ■ HFP                              | 533.226   |
| ■ Bank Austria Creditanst. AG      | 399.586   |
| ■ Kapitalni fond d.d.              | 321.804   |
| ■ AZ OMF                           | 293.778   |
| ■ PBZ Croatia osiguranje d.d. OMF  | 205.090   |
| ■ Erste plavi OMF                  | 181.204   |
| ■ Skandinaviska Enskilda banken ZR | 120.520   |
| ■ Raiffeisenbank Austria d.d./R5   | 104.654   |
| ■ Trezorski račun                  | 93.028    |
| ■ Ostali dioničari                 | 2.014.635 |
| Ukupno dionica                     | 5.420.003 |

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



Kompanija sa srcem

