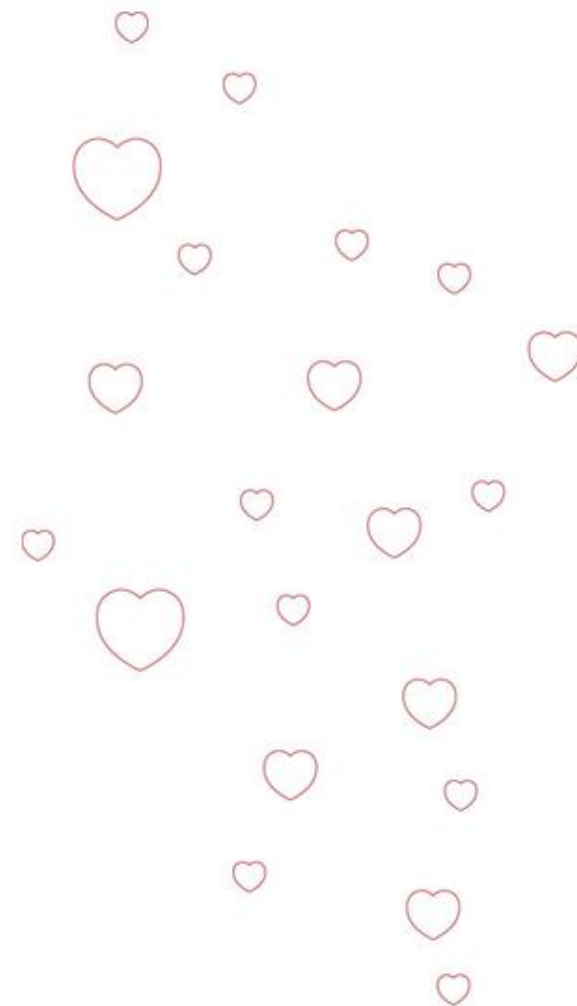
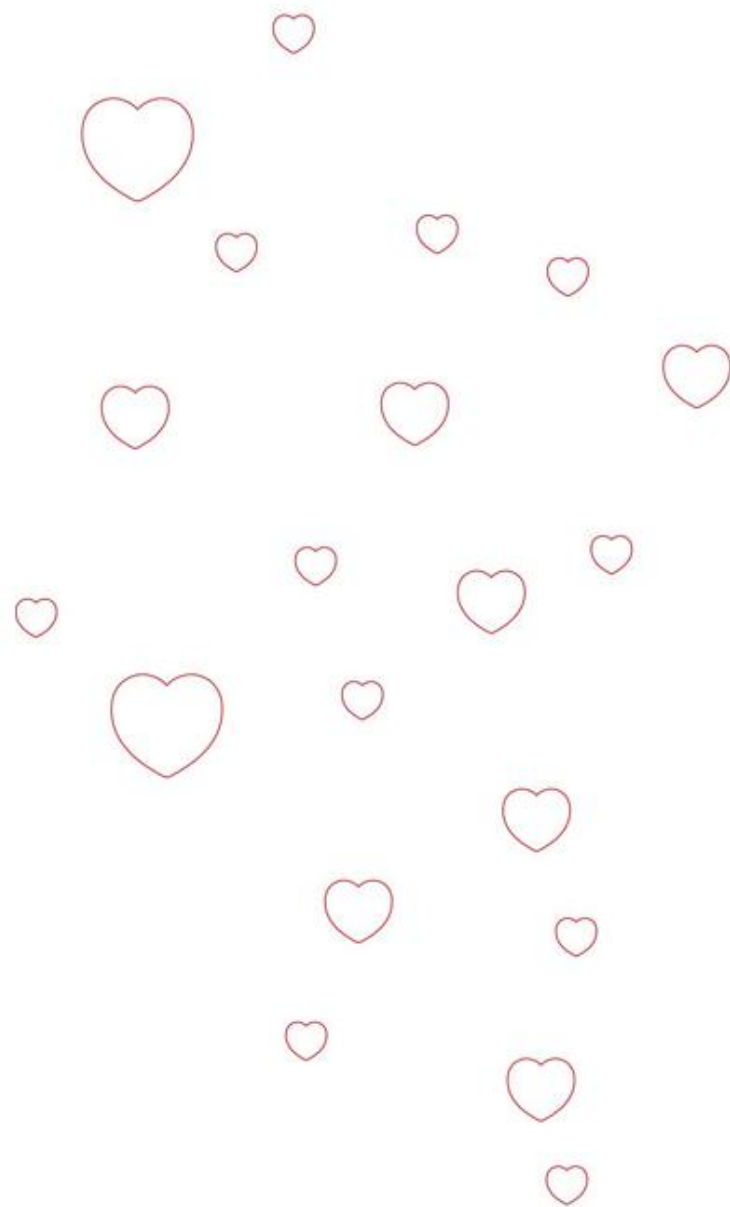


Glavna skupština dioničara

22. srpanj 2008., Koprivnica



Glavna obilježja poslovanja u 2007.



Rast i razvoj Podravka marki

**RAST
PRODAJE
PODRAVKA MARKI**

+8%

**RAZVOJ
NOVIH
PROIZVODA**

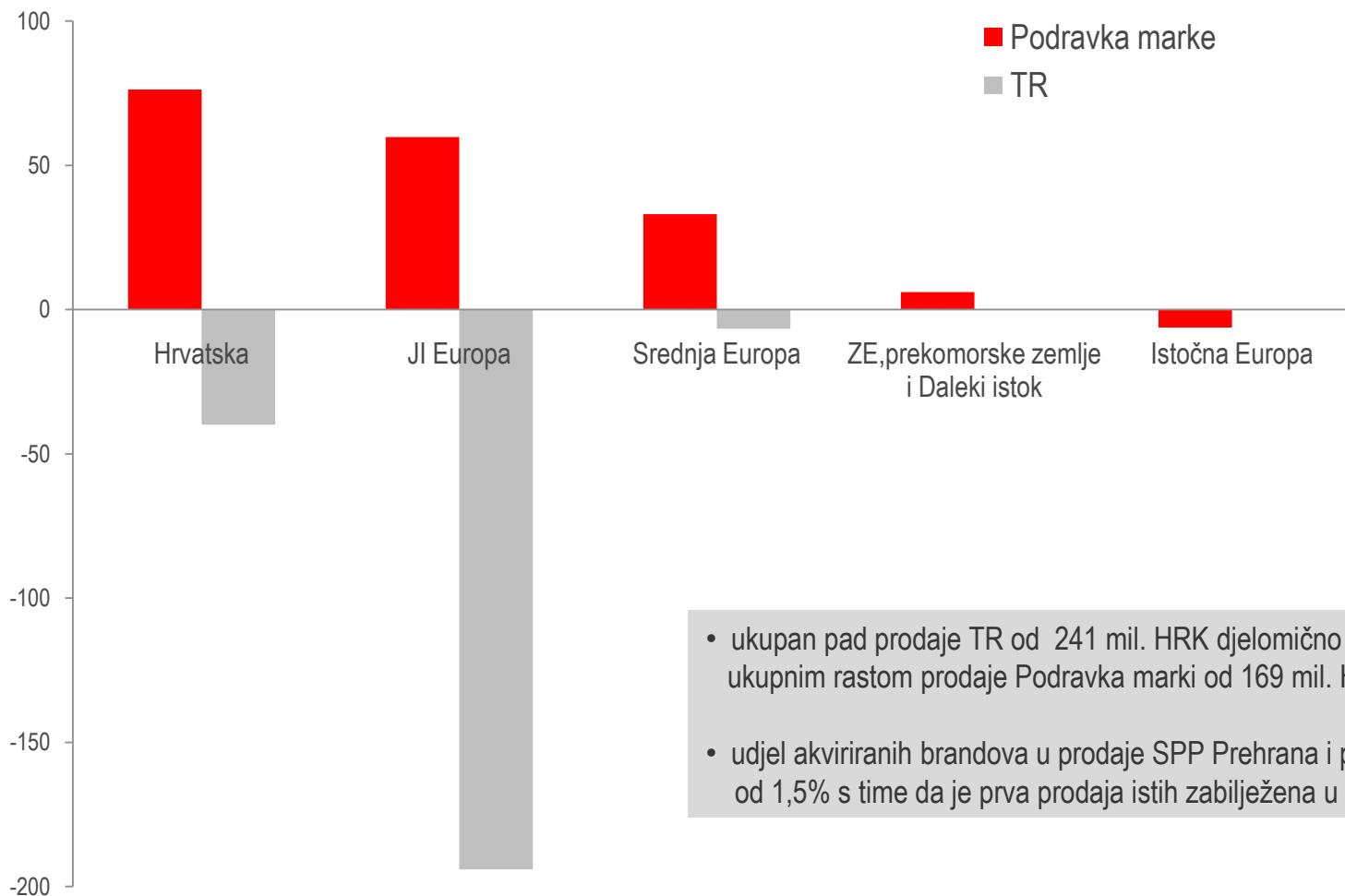
**VEĆA I EFIKASNIJA
ULAGANJA U
MARKETING AKTIVNOSTI**

+14%

Rast prodaje Podravka marki

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

mil. HRK



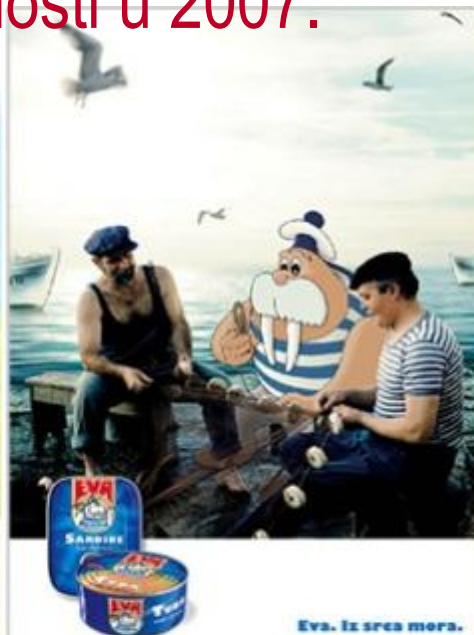
- ukupan pad prodaje TR od 241 mil. HRK djelomično je ublažen ukupnim rastom prodaje Podravka marki od 169 mil. HRK
- udjel akviriranih brandova u prodaje SPP Prehrana i pića na razini je od 1,5% s time da je prva prodaja istih zabilježena u drugoj polovici 2007.

Marketing aktivnosti u 2007.



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

Podravka



Eva. Iz sreća mora.



NOVO

Lino keks

- ✓ od visokokvalitetnog brašna i maslaca
- ✓ kompleksi minerala i vitamina
- ✓ bez poliprenila i emulgatora

Prirrodna i zdrava Lino dječja hrana



Od sreća sreću

Podravka



Osvježenje s Dalekog istoka!

NOVO!

VICEZ TER zeleni čaj

Podravka



voćni čaj brusnica

Podravka



Čokolino

svijet po tvom

OKUS KOJI SE PAMTI.

Podravka



Fina obitelj.

Gotovo za samo 2 min.

Podravka gotova jela. U okusu je tajna cijela.

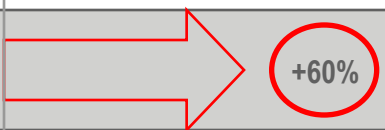
Podravka

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.



2007.



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.

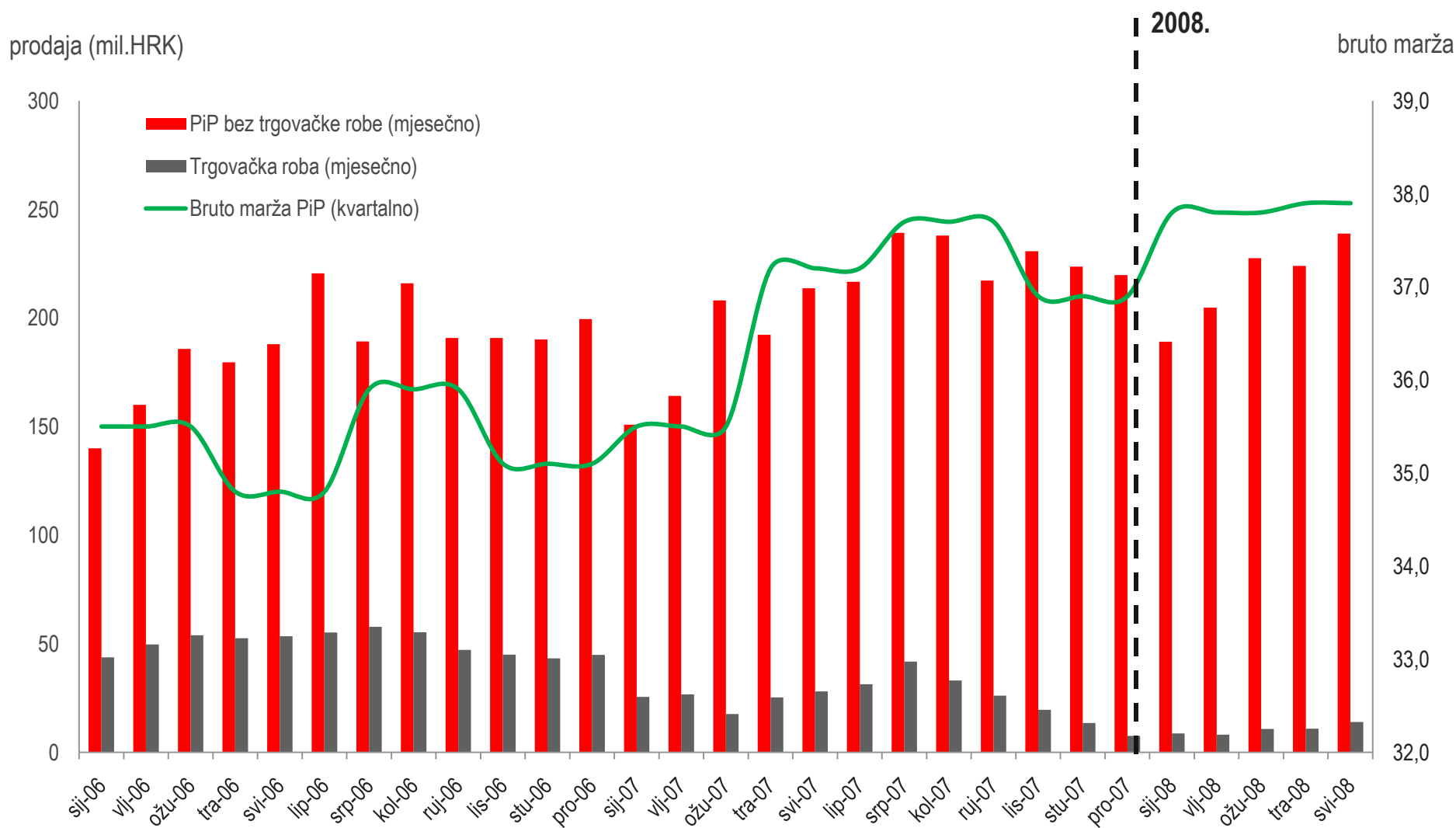
- ukinuto ≈3.000 SKU
- povećana bruto marža SPP Prehrana i pića za 180 bp

- SKU s nezadovoljavajućim obrtajem
- SKU s nezadovoljavajućom profitabilnošću

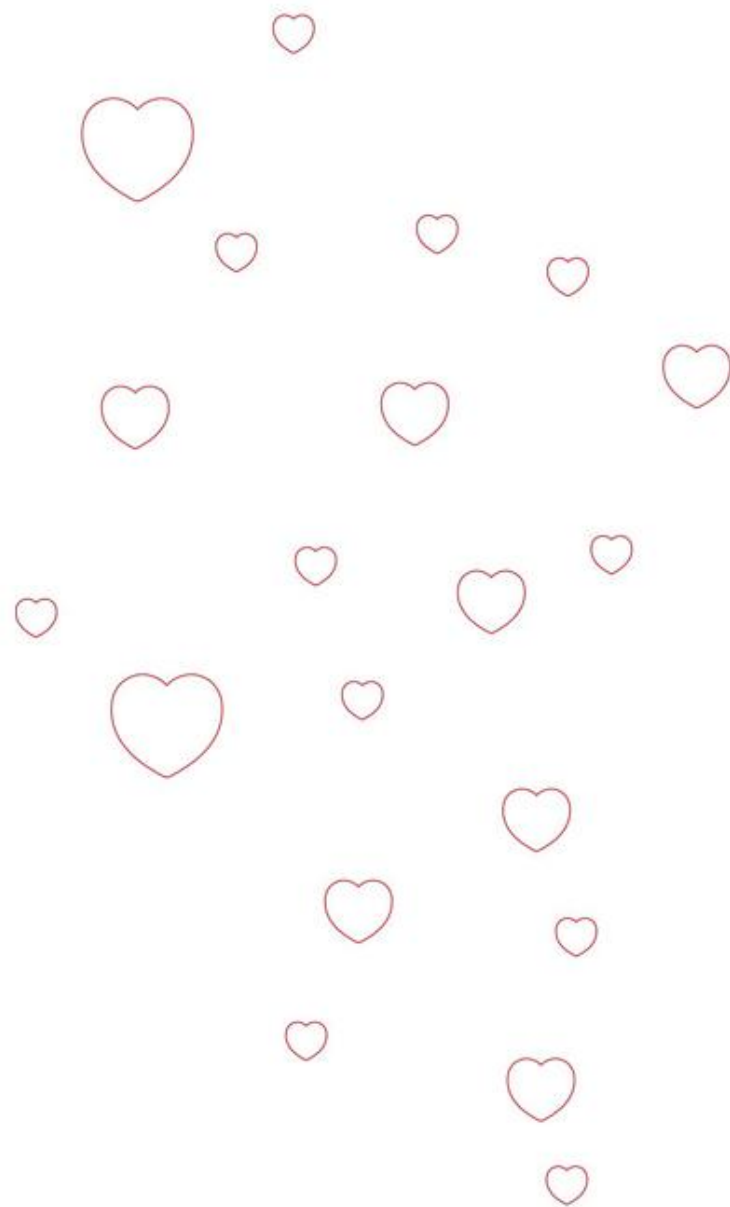
SKU Stock-keeping Unit

Pozitivno kretanje bruto marže SPP Prehrane i pića

Kretanje prodaje i profitabilnosti SPP Prehrane i pića



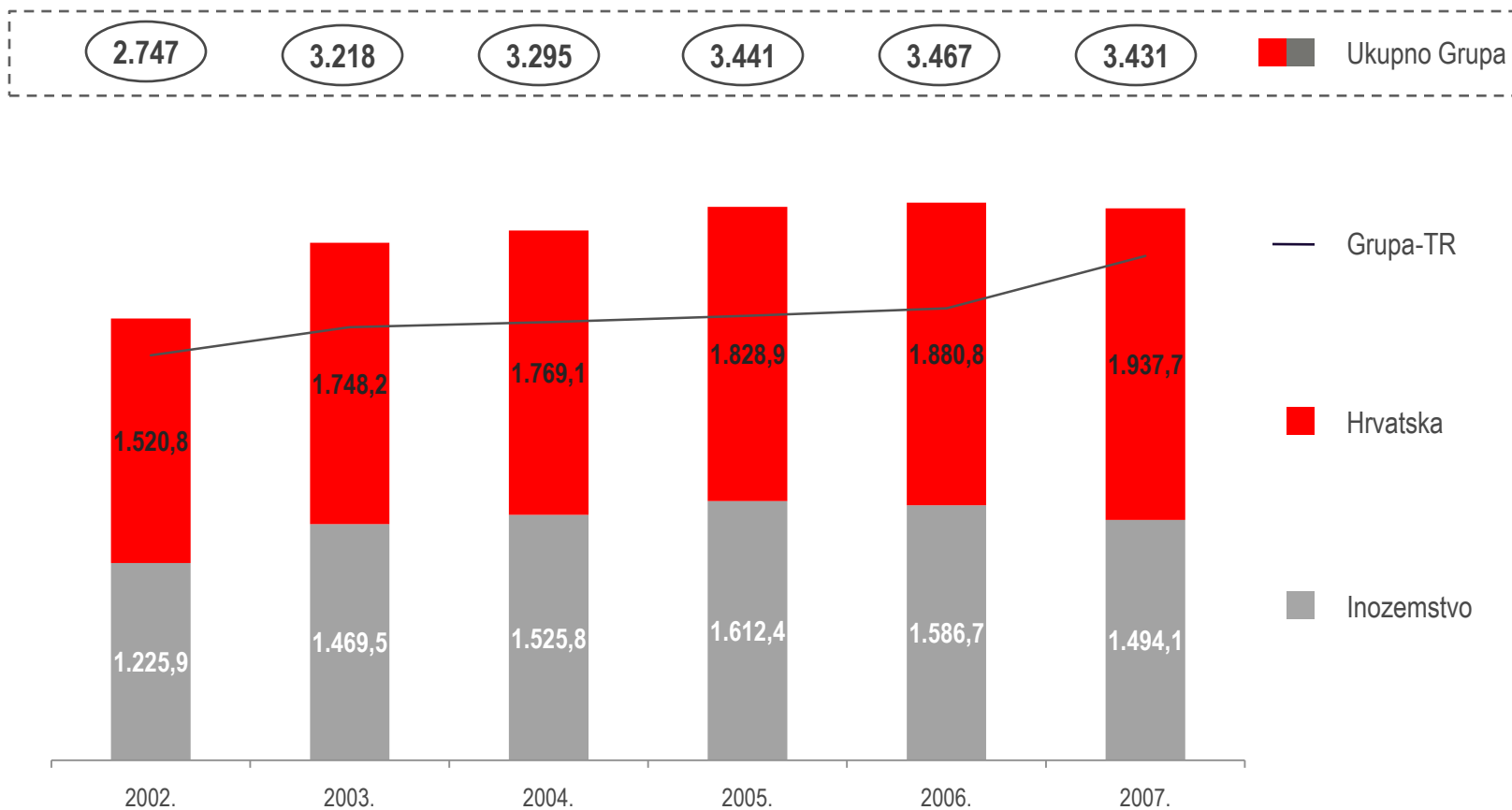
Rezultati poslovanja 2007.



Prodaja Grupe Podravka

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

mil.HRK



CAGR*

2002. – 2007.

3,8 %

3,7 %

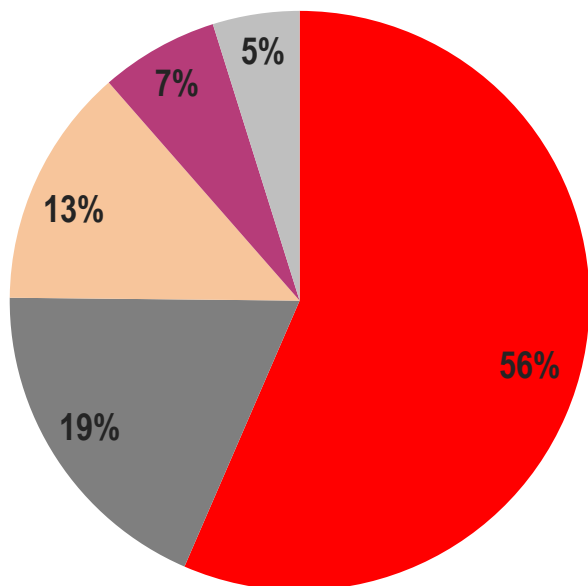
4,1 %

3,3 %

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

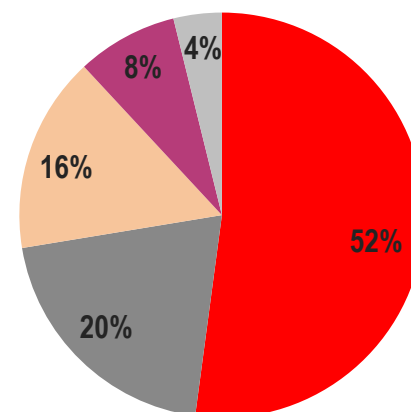
Pregled prodaje prema tržištima

Pregled prodaje Grupe Podravka prema tržištima

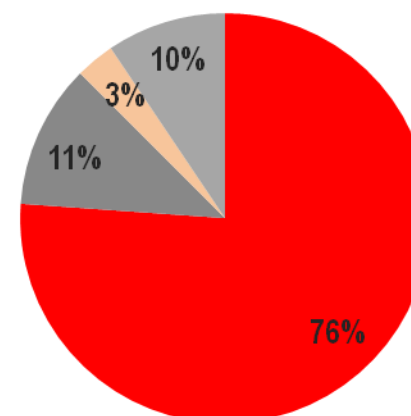


- Hrvatska
- Jugoistočna Europa
- Srednja Europa
- Zapadna Europa, prekomorske zemlje i Daleki istok
- Istočna Europa

Pregled prodaje Prehrane i pića prema tržištima

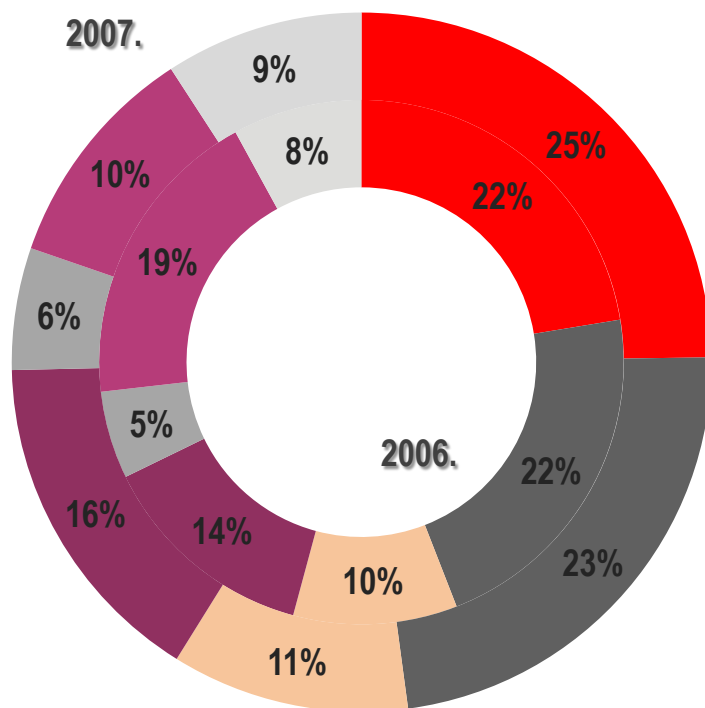


Pregled prodaje Farmaceutike prema tržištima



* 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

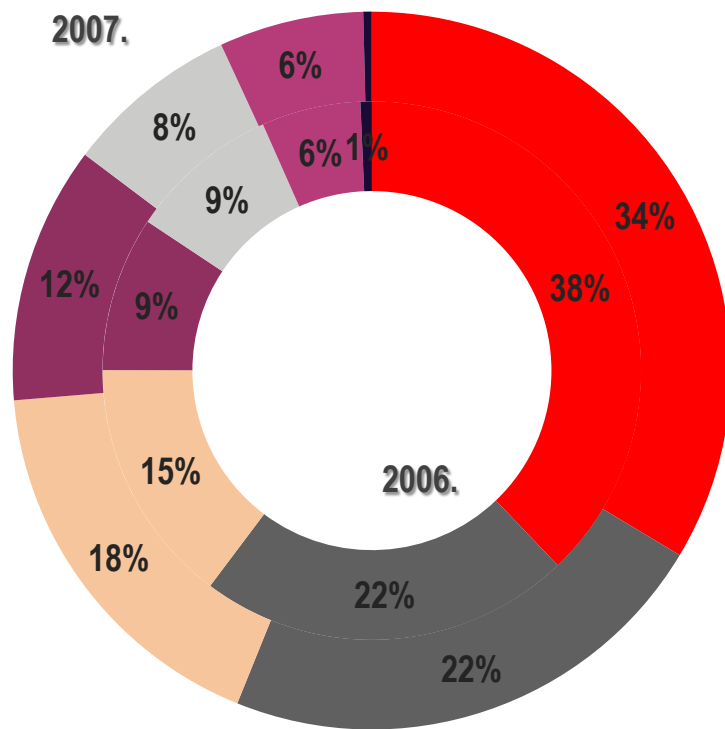
Ukupni rast prodaje SPP Prehrana i pića

-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%

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

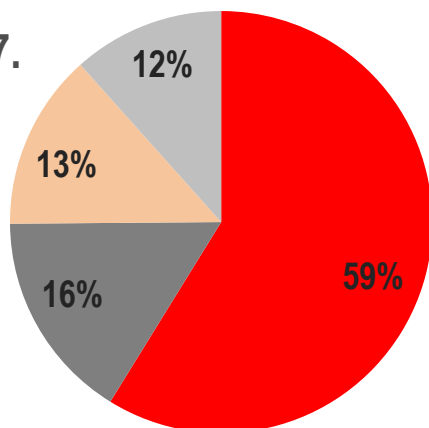
Struktura operativnih troškova

3.428,3 mil. HRK

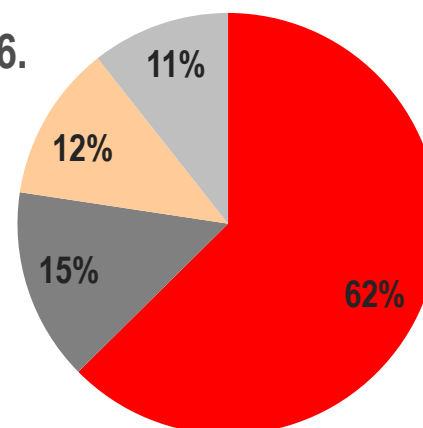
3.381,5 mil. HRK

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%

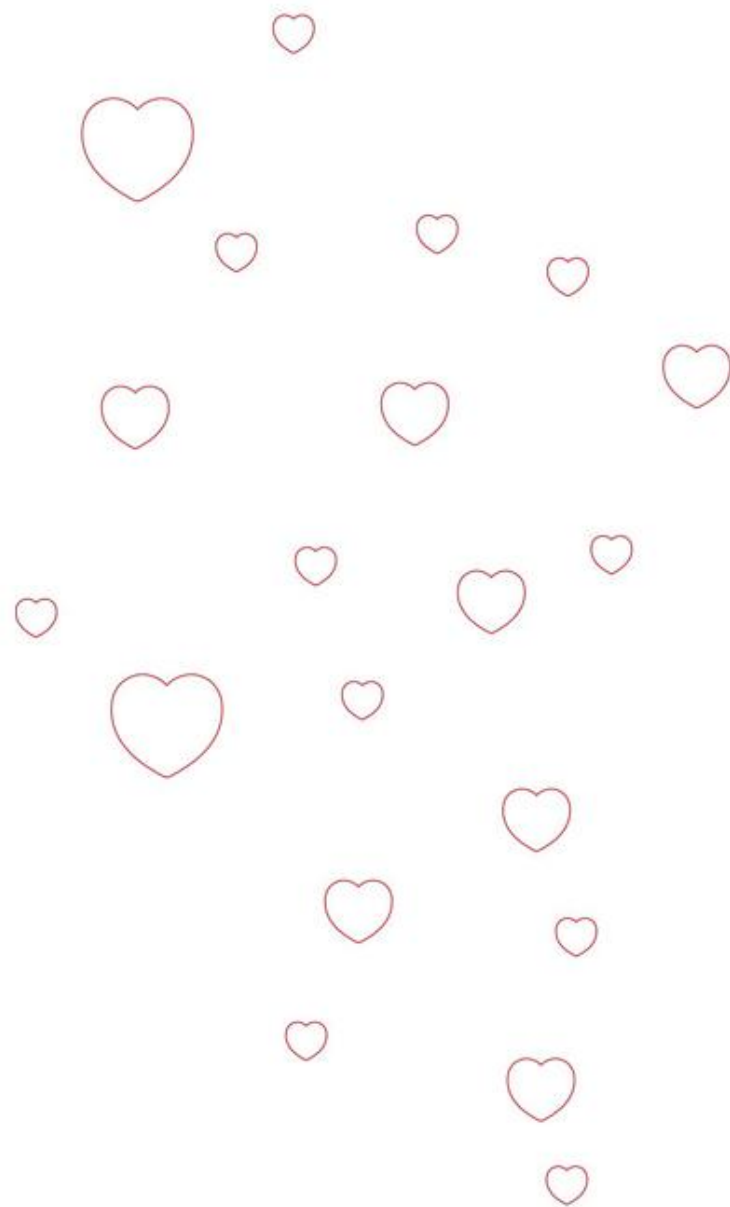
14%

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.

PRIORITETIpostizanje
prioriteta
kroz

1

Strategija rasta

PROGRAM RAST

organski rast

akvizicije

2

Podizanje profitabilnosti
i konkurentnosti

PROGRAM PROFITABILNOST

proizvodnja

administracija

prodaja, distribucija, logistika

3

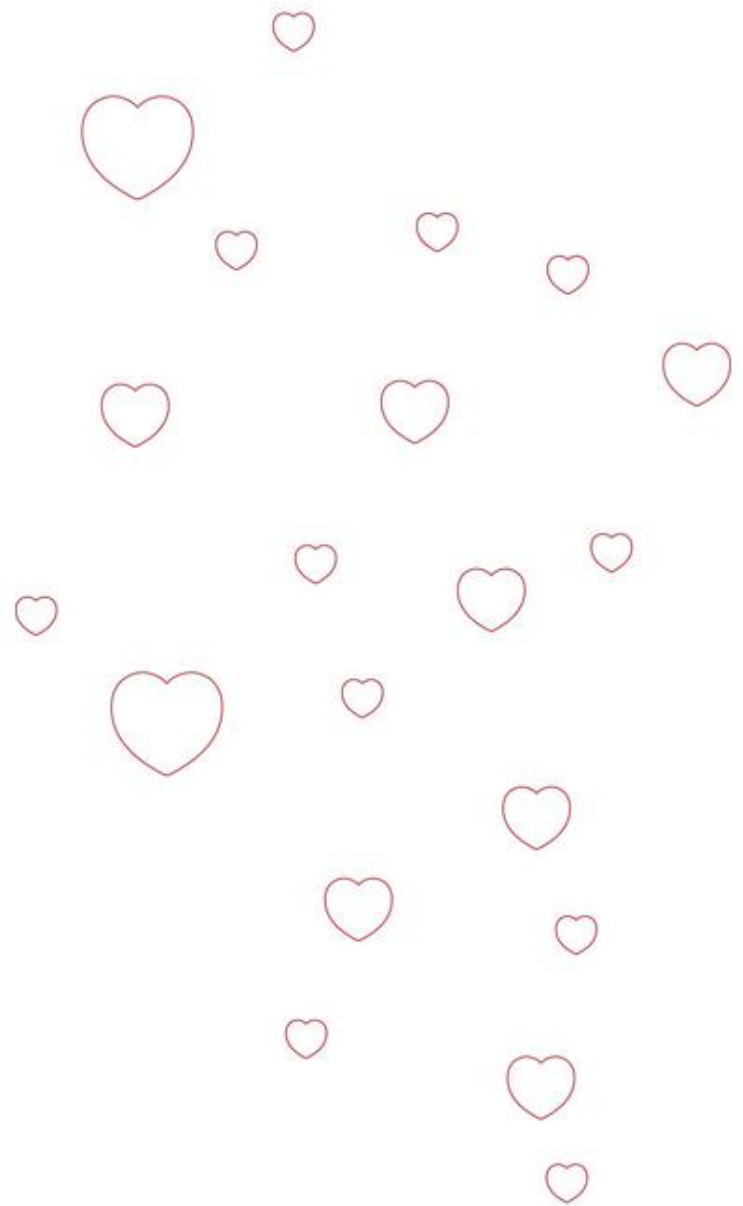
Efikasnost upotrebe
kapitala

PROGRAM KAPITALIZACIJE IMOVINE

smanjenje obrtnog kapitala

kapitalizacija imovine

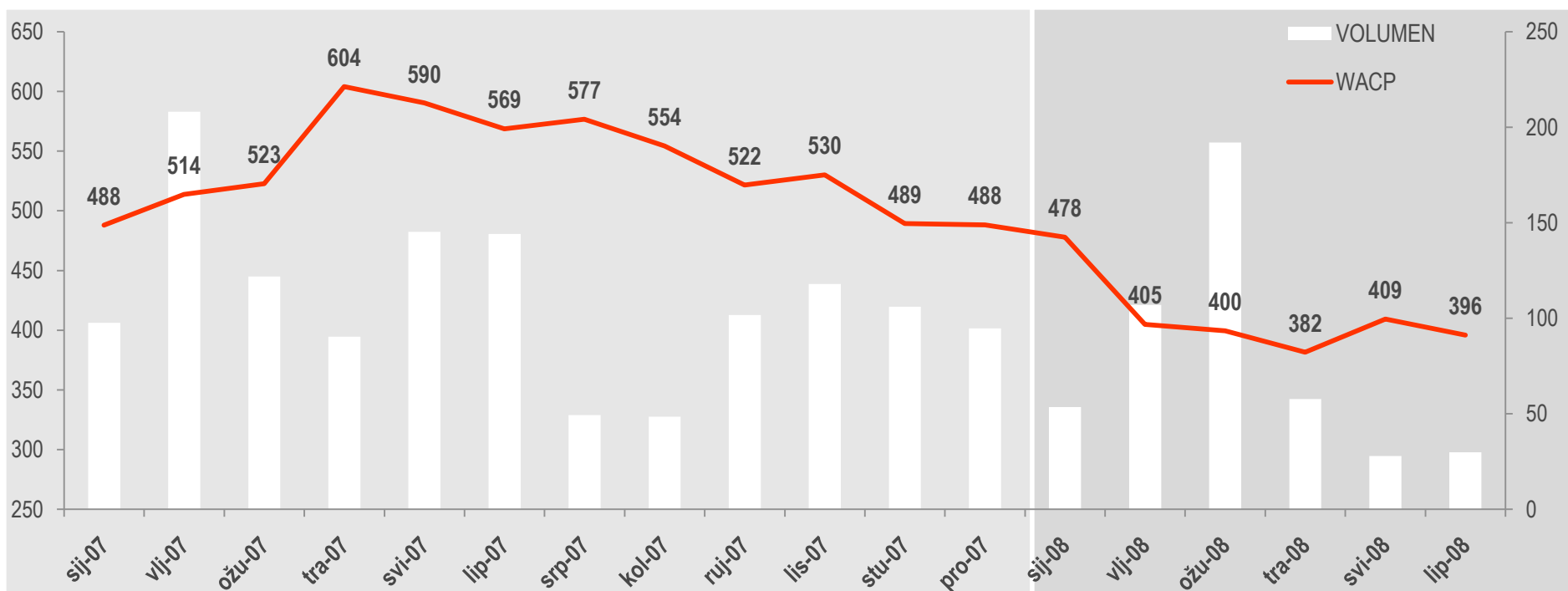
Dionica



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

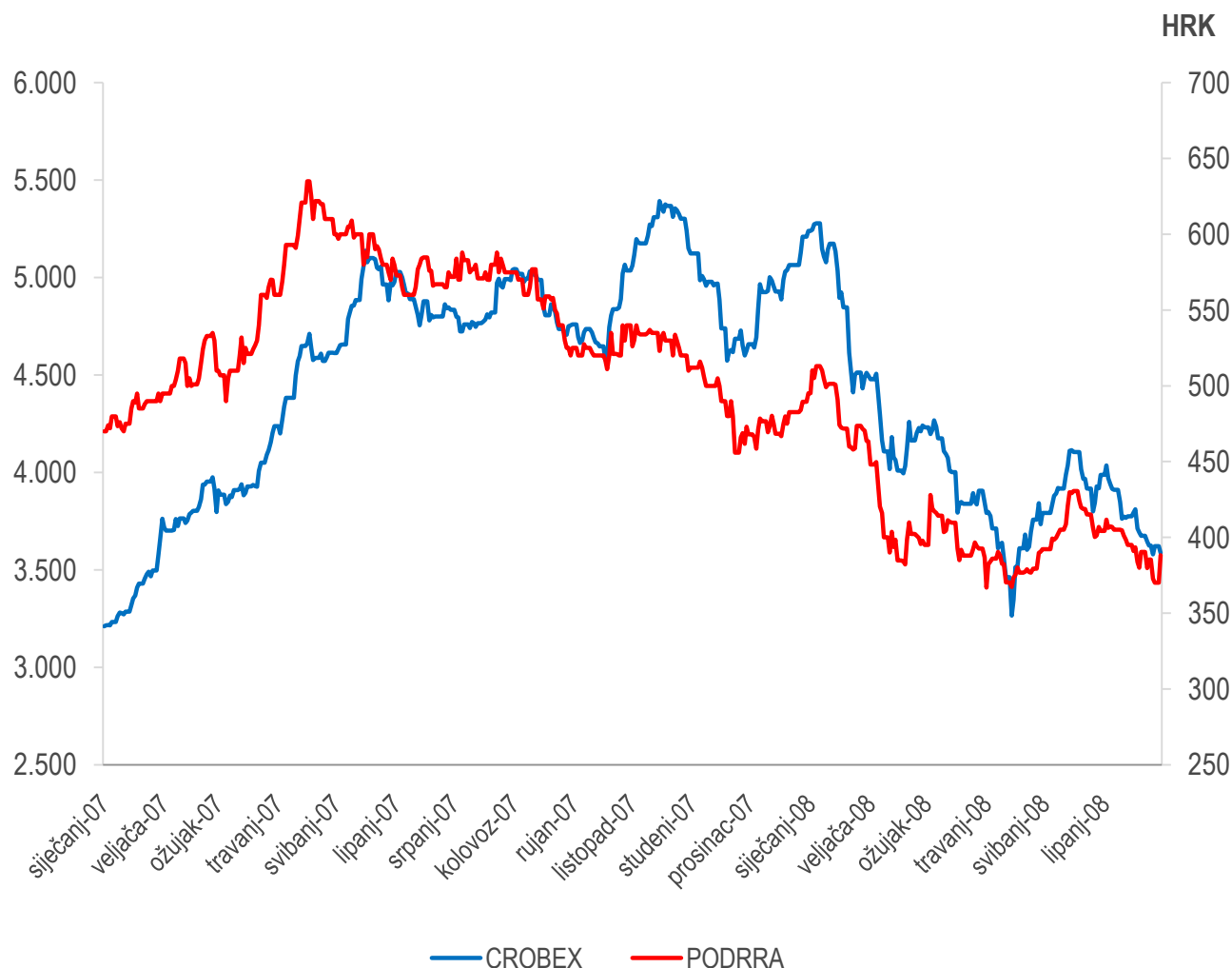
Trž. kapitalizacija (mil.HRK)

2.764,2

2.032,6

Usporedno kretanje PODR-R-A i CROBEX-a

Usporedno kretanje PODR-R-A i CROBEX-a



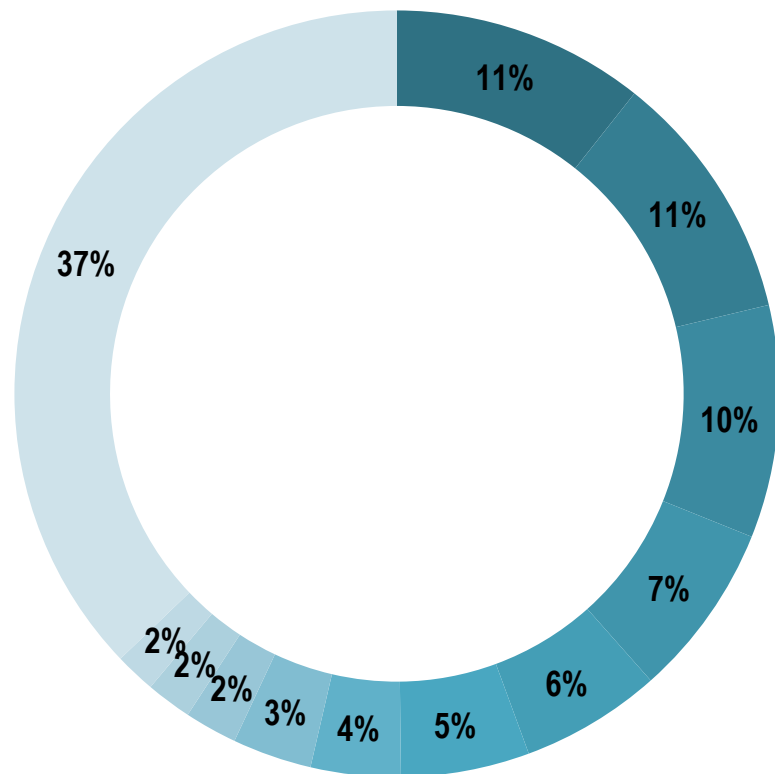
UDJELI U INDEKSIMA (30.06.2008.)

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

