

Glavna skupština

**Godišnje izvješće Uprave Podravke d.d.
o poslovanju grupe Podravka u
2004. godini i o stanju Društva**

Sadržaj

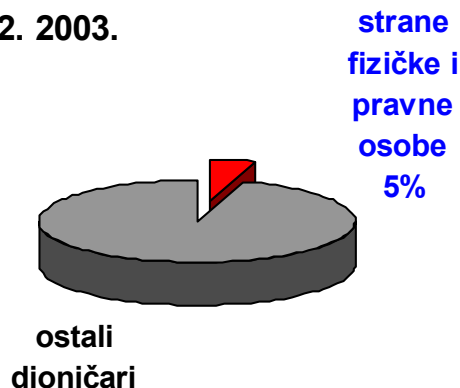
- 1. Značajni događaji u 2004. godini**
- 2. Prodaja Grupe Podravka**
- 3. Rezultat poslovanja Grupe Podravka**
- 4. Podravka u okruženju**
- 5. Tržište kapitala u 2004. godini**
- 6. Osvrt na I - VI 2005. godini**

1. Značajni događaji u 2004. godini

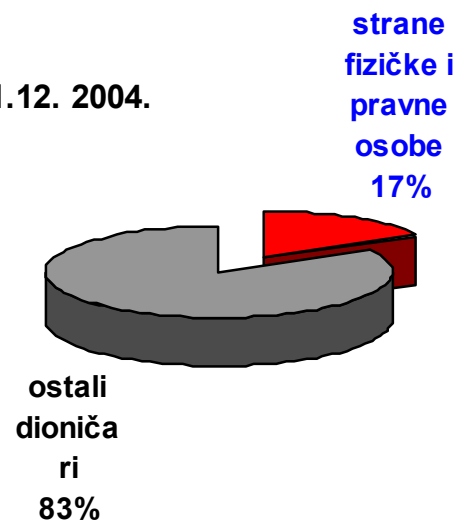
...dioničari

- ostvarena neto dobit u iznosu 84,2 mil. kn što predstavlja 746% rasta
- prijedlog dividende u bruto iznosu od 5 kn po dionici odnosno u iznosu 26.635.900 kn
- značajniji ulazak stranih investitora u vlasničku strukturu
 - u 2003. godini nema većeg stranog investitora među prvih 10 dioničara
 - u 2004. godini prvih 10 stranih pravnih osoba drži 10,83% TK

31.12. 2003.



31.12. 2004.



... financiranje

- emisijom obveznica uvrštenih u I Kotaciju ZSE poboljšana struktura bilance Grupe Podravke u pogledu ročnosti duga te cijene kapitala.
- dodatni efekti polučeni emisijom obveznica:
 - jačanje institucionalnih investitora
 - promidžbeni efekat-**PRVA PRAVA KORPORATIVNA OBVEZNICA**

<i>Vrijednost izdanja</i>	<i>Datum izdanja</i>	<i>Cijena izdanja</i>	<i>Godišnji prinos</i>	<i>Datum dospjeća</i>
27 mil. EUR	20.02.2004.	100	5,00%	20.02.2007.

- aktivna trgovina obveznicama na ZSE

PODR 07	5,000%	20-vlj-07	99,30	100,30	5,442%	4,806%	234
PLV 11	5,750%	12-svi-11	99,15	100,15	5,922%	5,718%	265

Izvor:HAAB Dnevno izvješće sa tržišta kapitala, 20.06.2005.

...poslovanje

- u okviru projekta efikasnosti:
 - optimalizacija proizvodnih kapaciteta (zatvaranje tvornice u Mohacsu)
 - spajanje Podravke International Bratislava sa tvrtkom Lagris u Slovačkoj



- otvorenje nove tvornice krutih i polukrutih lijekova Belupo d.d.

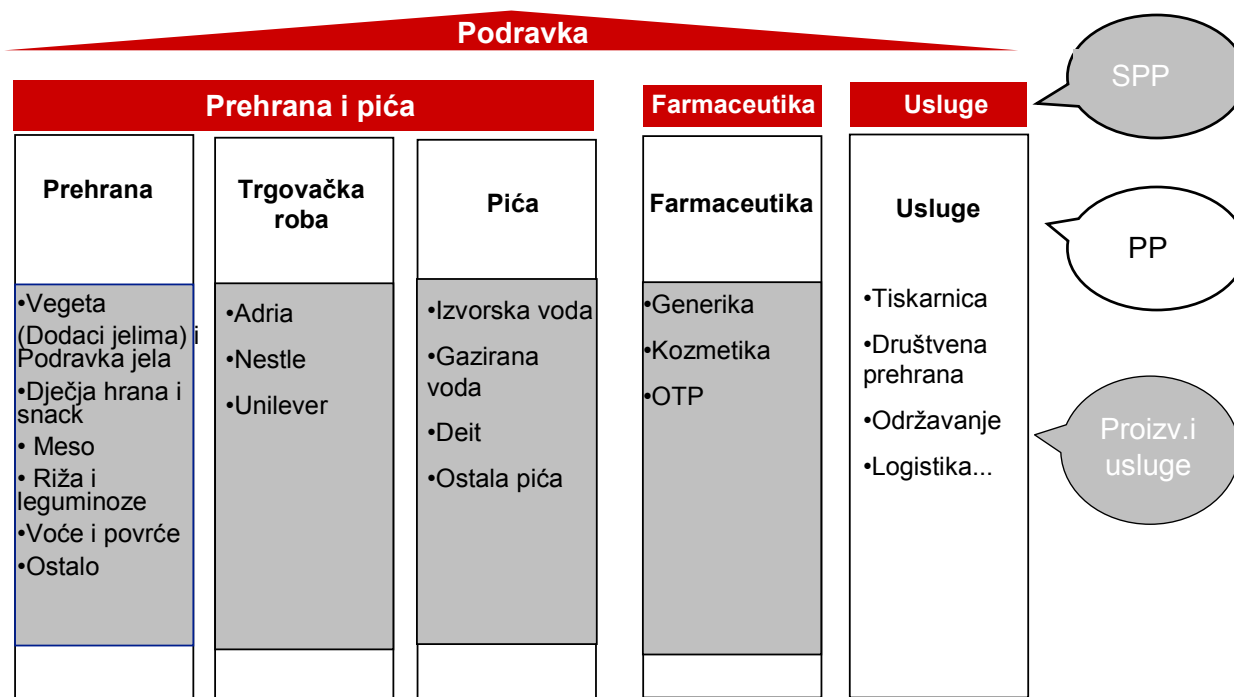


- ugovor o ekskluzivnoj distribuciji sladoleda na području RH sa Unileverom



...reorganizacija

- usvojena nova organizacijska struktura Podravke d.d. u rujnu 2004. godine
- redefiniranje poslovnih procesa prema tri strateška poslovna područja: Prehrana i Pića, Farmaceutika, Usluge



... priznanje Vegeti u Poljskoj

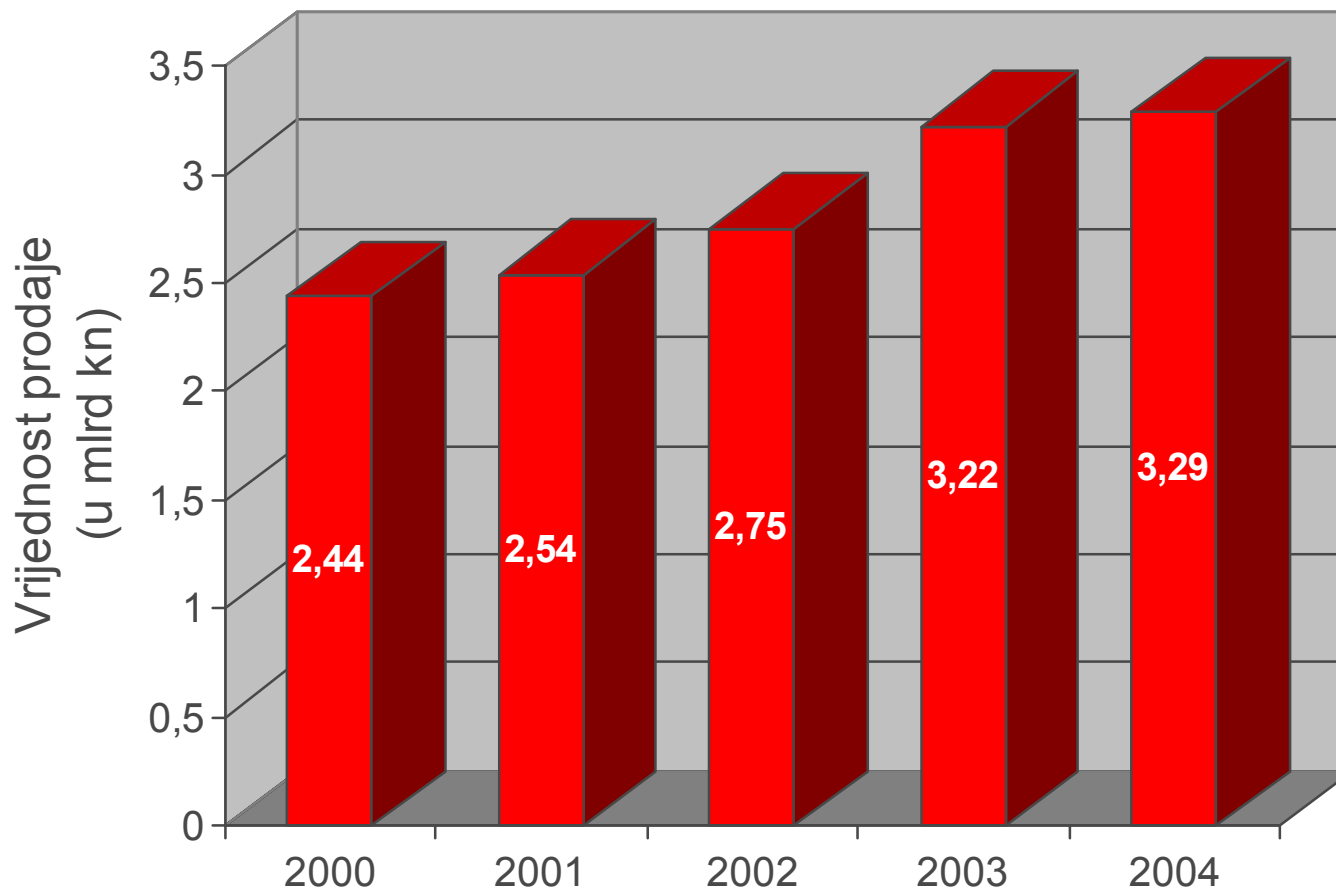
- Prema istraživanju Young & Rubicam Vegeta je u Poljskoj treća marka sa najvećim potencijalom rasta

1.	Lipton	11.	Pudliszki
2.	RMF FM	12.	Jacobs
3.	Vegeta	13.	Hortex
4.	Wedel	14.	Blend-a-med
5.	Delicje Szampańskie	15.	Nescafe
6.	Nivea	16.	Hochland
7.	Adidas	17.	Nokia
8.	Polska	18.	Polsat
9.	Radio ZET	19.	Knorr
10.	TVN	20.	Tymbark



2. Prodaja Grupe Podravka

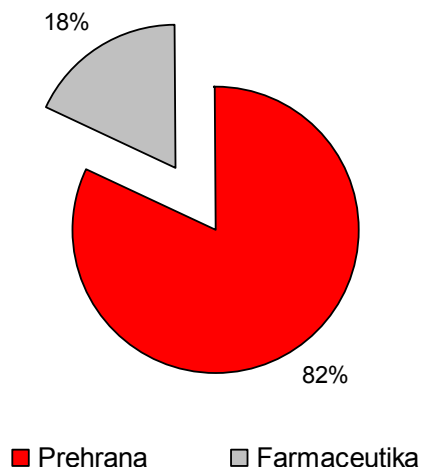
Kretanje prodaje u Grupi Podravka 2000. – 2004.



Struktura prodaje Grupa I–XII 2004.

- ukupna prodaja iznosi 3,3 mlrd. kn
- stopa porasta prodaje 2,4% u odnosu na 2003.

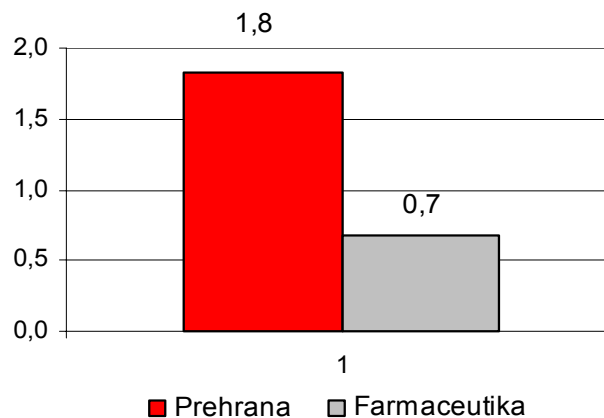
Struktura prodaje I-XII 2004



• Struktura rasta prodaje Grupe:

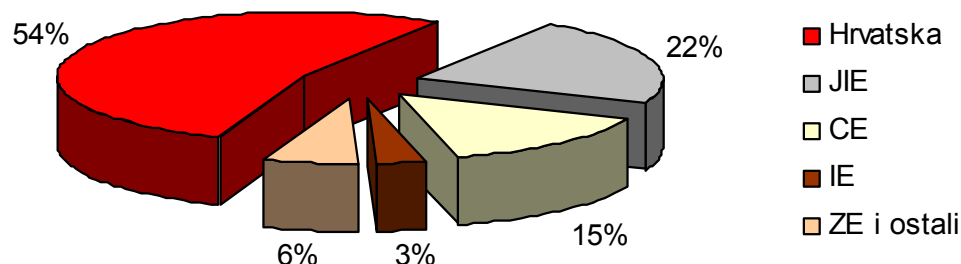
- prehrana i pića 1,8%
- farmaceutika 0,7%

Struktura rasta prodaja Grupe



Napomena: SPP Usluge sudjeluje u ukupnoj realizaciji sa 0,3%

Struktura prodaje po tržištima



Tržište JIE: Slovenija, BiH, Makedonija, Srbija, Kosovo i Crna Gora

Tržište CE: Češka Republika, Slovačka Republika, Mađarska i Poljska

Tržište ZE i ostali: SAD, Kanada, Austrija, Švedska, Švicarska, Njemačka, Australija, Francuska, V. Britanija, Norveška, Italija, Belgija, Brazil, Čile, Novi Zeland, Gvineja Liberija, Turska Grčka

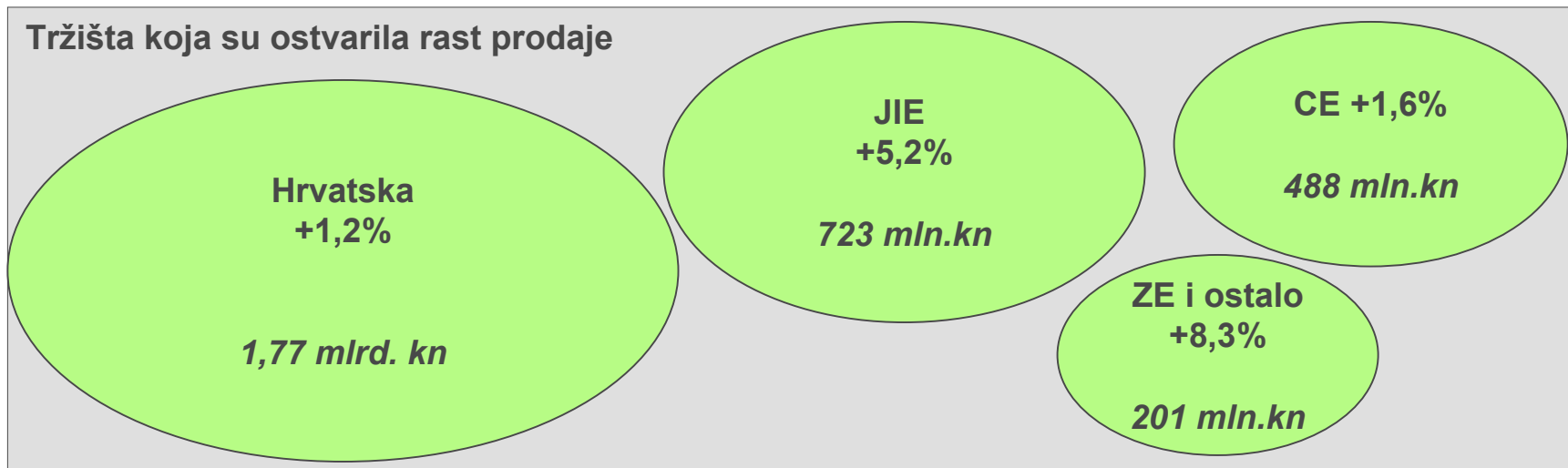
Tržište IE: Rusija, Ukrajina, Letonija, Estonija, Litva, Rumunjska, Kazahstan, Bjelorusija, Bugarska

- na tržištu RH, koje u ukupnoj prodaji sudjeluje sa 54%, ostvaren je rast od 1,2% dok je na inozemnim tržištima, koja sudjeluju u ukupnoj prodaji sa 46%, ostvaren rast od 4%

Prodaja Grupe Podravka po tržištima

Prodaja I-XII 2004. godine

Tržišta koja su ostvarila rast prodaje



Tržišta koja su ostvarila pad prodaje

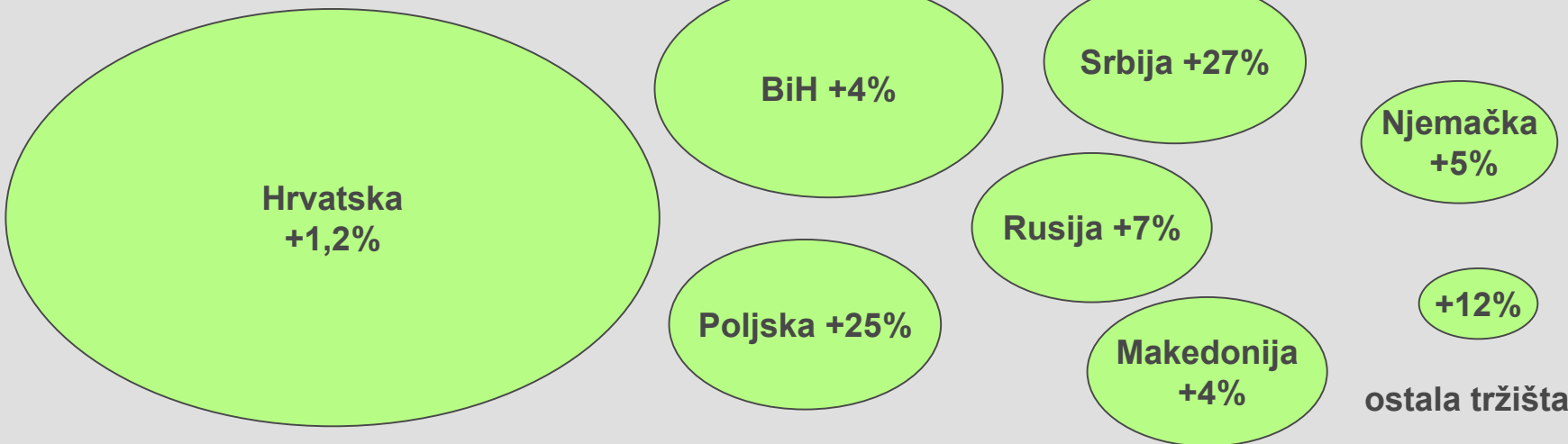


* Negativan utjecaj na realizaciju tržišta Istočne Europe imao je nepovoljan tečaj USD

Prodaja Grupe Podravka po zemljama

Prodaja I-XII 2004. godine / porast u odnosu na 2003. godinu

Porast ostvarile



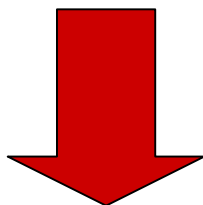
Pad ostvarile





Rusija – strateško tržište Podravke

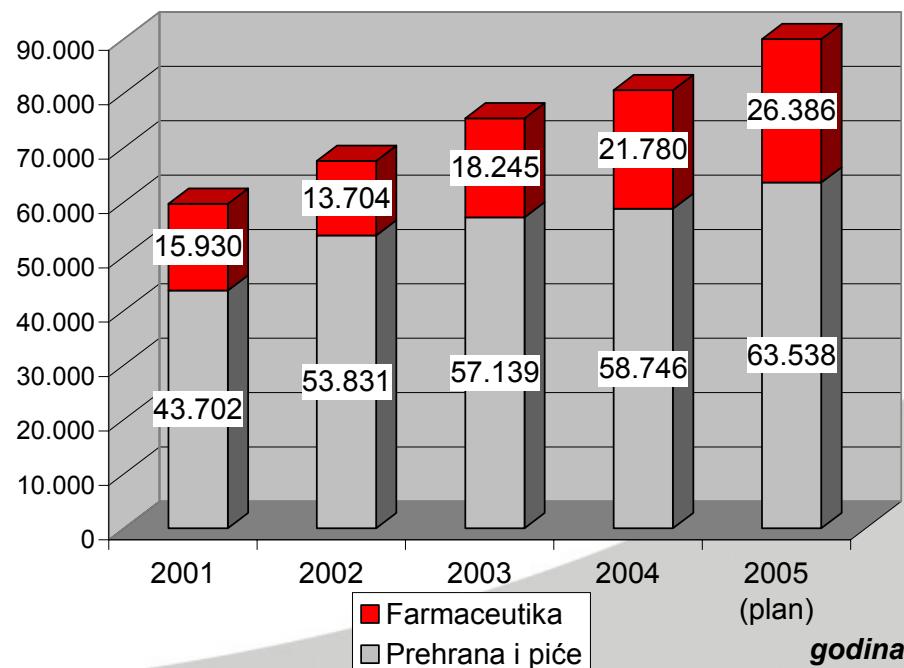
Razvoj tri strateške kategorije – Vegeta, Dječja hrana, Podravka jela
Ciljana stopa rasta više od 15% godišnje



1. 2006. = 10 mln USD na Vegeti (ex W)
2. dugoročno tržišni lider u dj. hrani
3. juhe – među 3 igrača

Kvalitetna kontrola i širenje distribucije
Prilagođavanje lokalnim okusima

*Kretanje neto eksterne prodaje 2001. - 2005. u Rusiji
u 000 HRK*



Tržište Hrvatske

**Hrvatska
+1,2%**

- 54% ukupne prodaje ostvareno je na tržištu Hrvatske
- ostvarena prodaja u 2004. godini iznosi 1,77 mlrd.kn što predstavlja porast prodaje od 1,2%
 - rast prodaje ostvarile su gotovo sve grupe proizvoda: 3% Vegeta, 4% slastice i snack, 4 % lijekovi, 10% trgovačka roba...
 - pad prodaje pića od 15% (mineralne i izvorske vode Studenac i Studena te ostalih napitaka) ostvaren je zbog loših vremenskih prilika te zbog snažnog ulaska konkurenata na tržište RH.
- strateški savez sa tvrtkama Nestle i Unilever



Tržište Hrvatske

TOP 20 kupaca

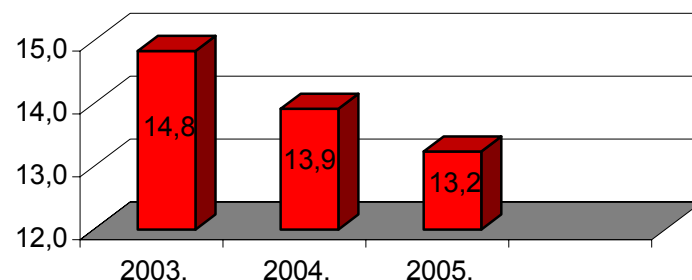
Godina	Udio u prodaji
2001	52%
2002	65%
2003	74%
2004	77%
2005	80%

- okrupnjavanje trgovine
- jačanje pregovaračke pozicije trgovine
- dolazak hard diskontera
- privatne marke
- koncentracija hotelskih kuća
- Management kompanije (Falkensteiner, Valamar, Maistra, SOL MELIA, Vienna International H&R)

• Odgovor Podravke:

- Jedinstvena prodaja Tržišta RH (prehrana, piće, zamrznuti program, Danica)
- Nastavak trenda smanjivanja troškova distribucije i prodaje
- Kroz strateško partnerstvo sa tvrtkama Nestle i Unilever ostvarujemo suradnju u prodaji i distribuciji te koristimo njihova iskustva i primjenjujemo njihove standarde

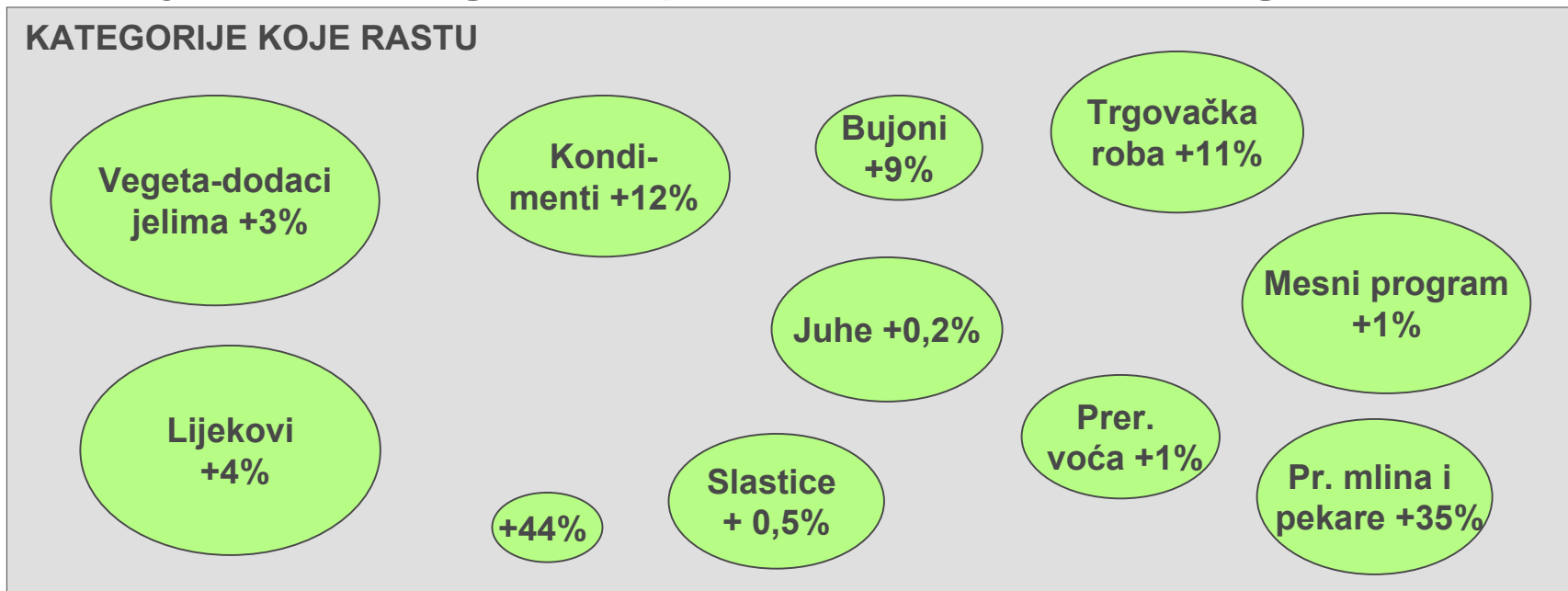
Udio troškova u realizaciji



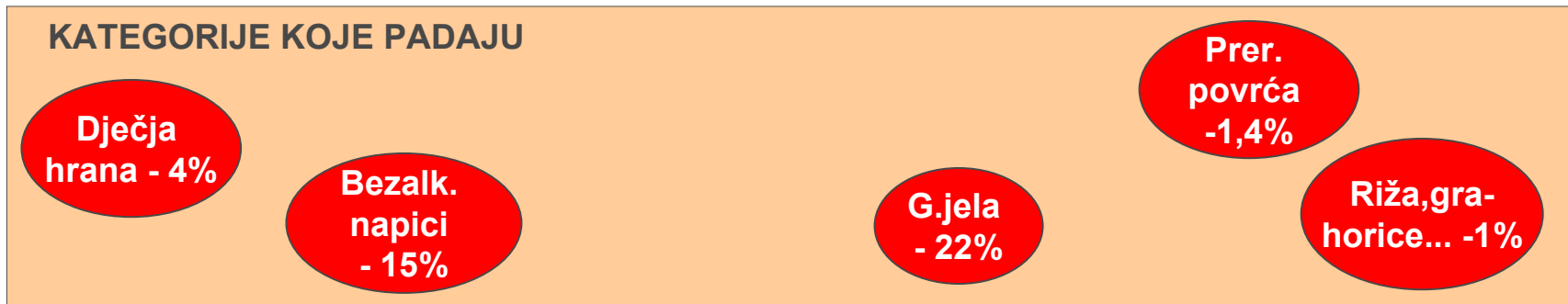
Prodaja Grupe Podravka po kategorijama

Prodaja I-XII 2004. godine / porast u odnosu na 2003.godinu

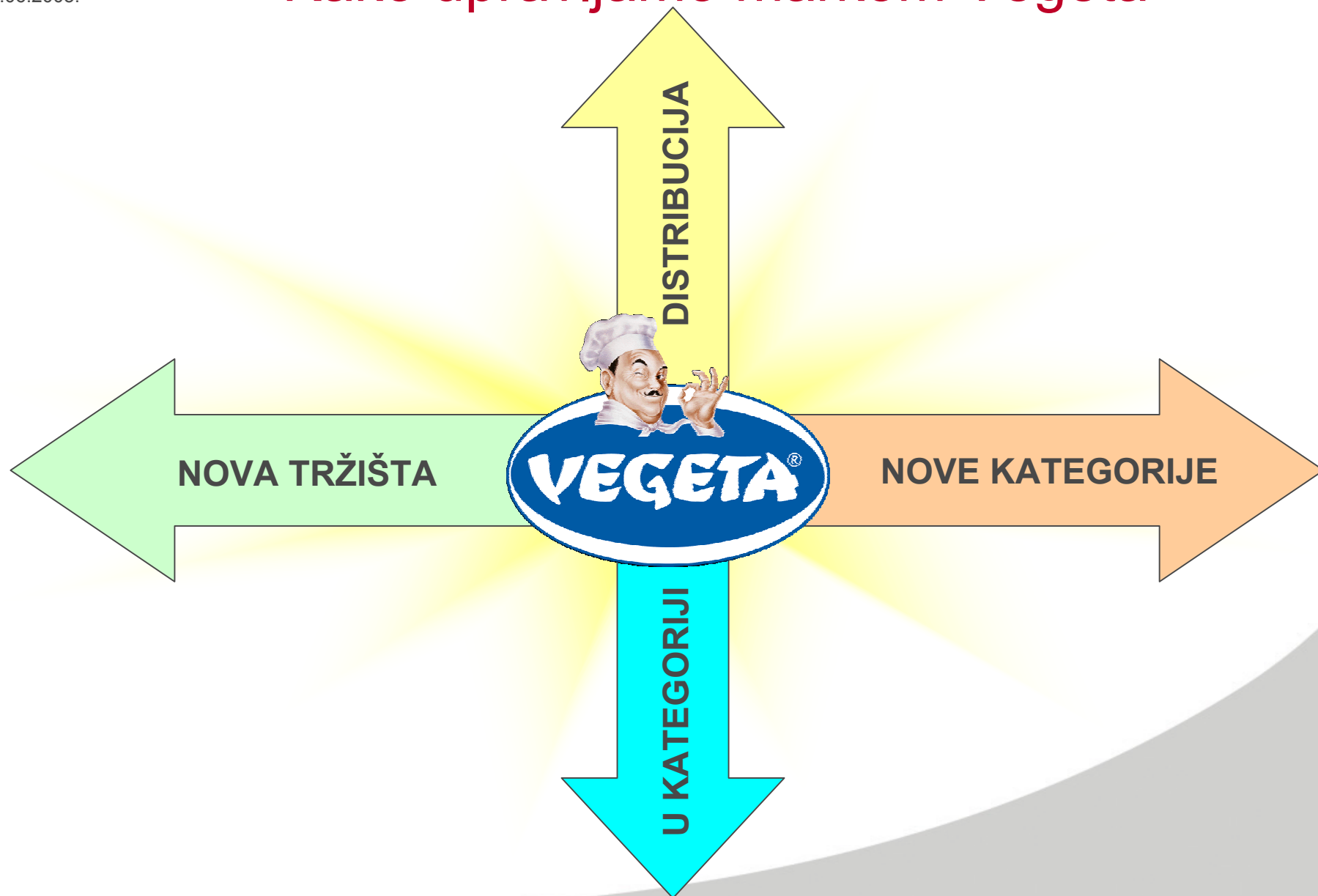
KATEGORIJE KOJE RASTU



KATEGORIJE KOJE PADAJU



Kako upravljamo markom Vegeta

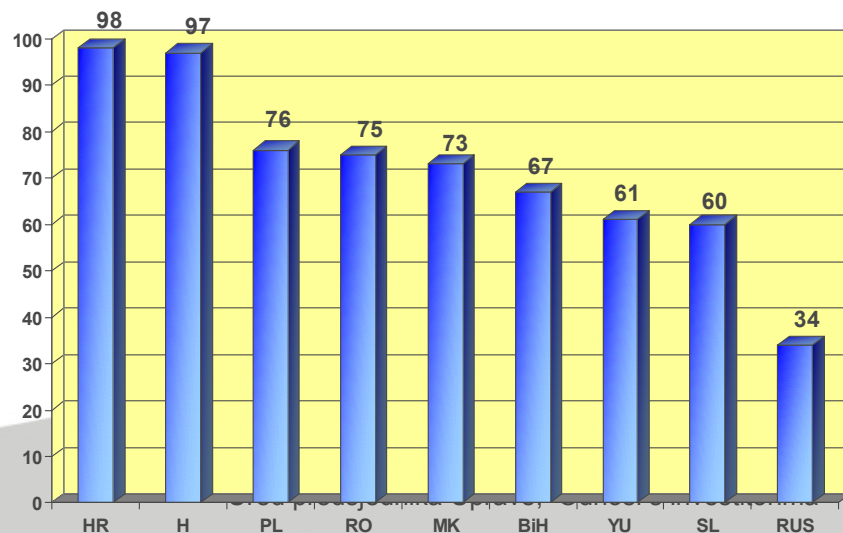
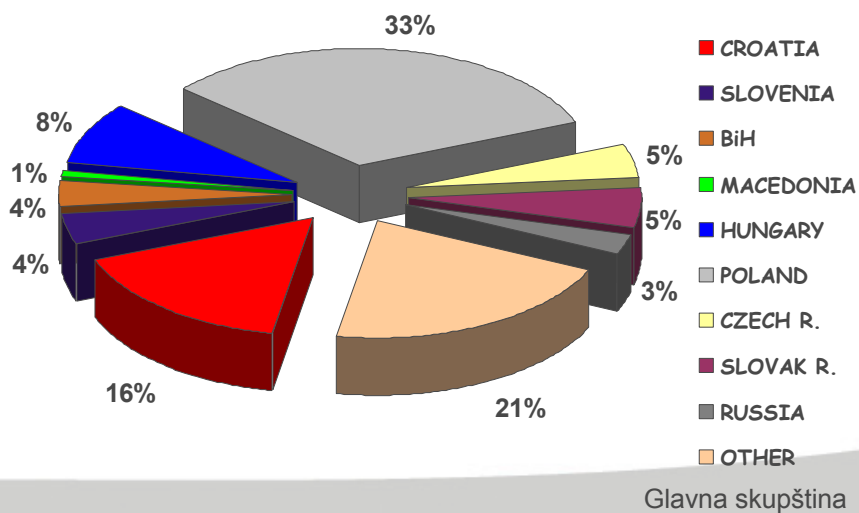


Kako upravljamo markom Vegeta

**Naš
način**

Da bi PROIZVOD postao uspješna internacionalna MARKA u prehrambenoj industriji potrebno je:

- razumijeti potrebe POTROŠAČA
- ugraditi u proizvod funkcionalnu vrijednost
- stvarati esenciju marke
- kreativno komunicirati vrijednosti marke
- koristiti postojeće iskustvo i “know-how”



3. Rezultat poslovanja Grupe Podravka

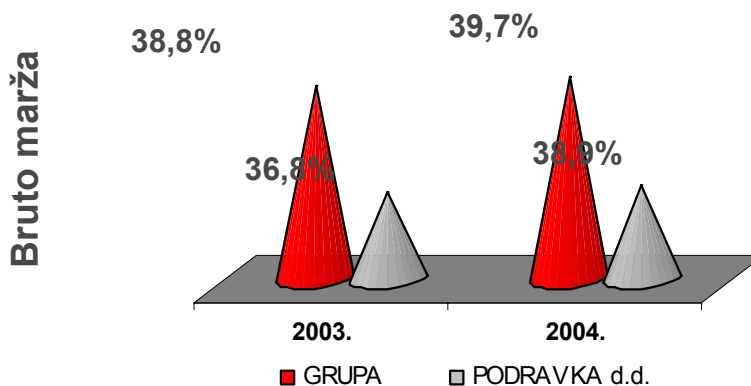
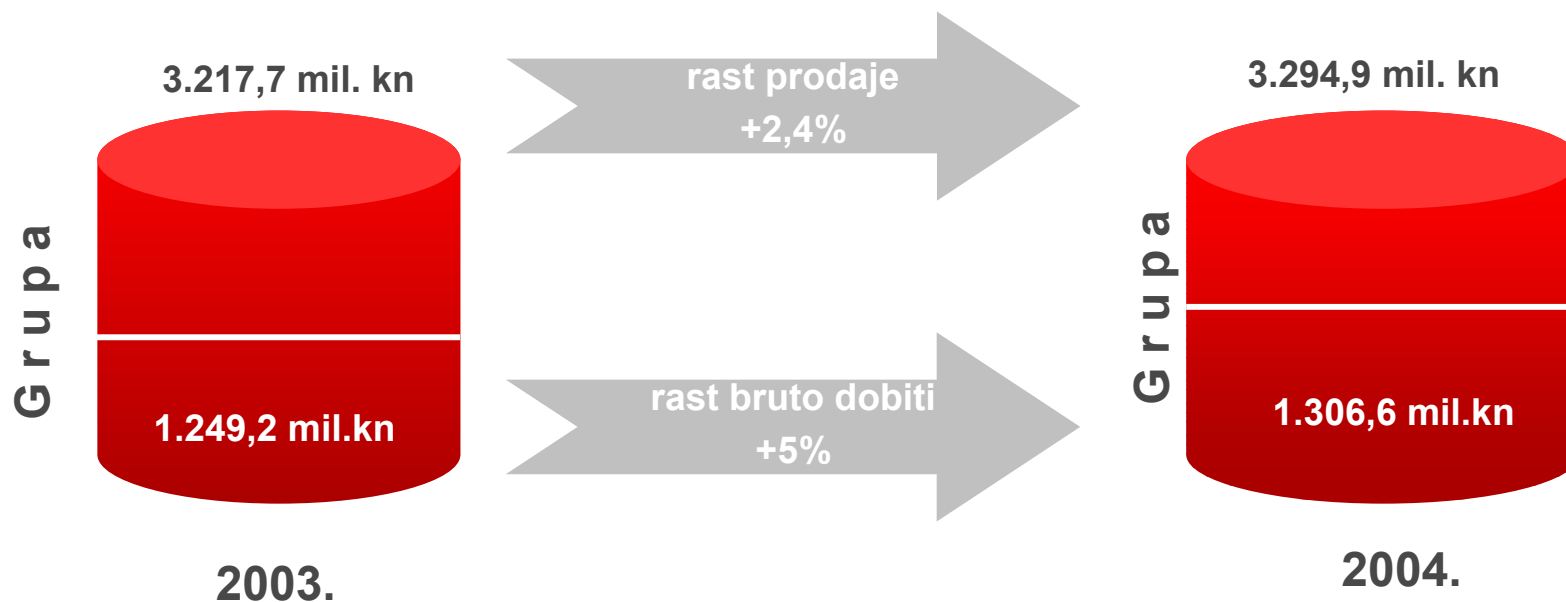
Financijski pokazatelji

GRUPA PODRAVKA

PODRAVKA d.d.

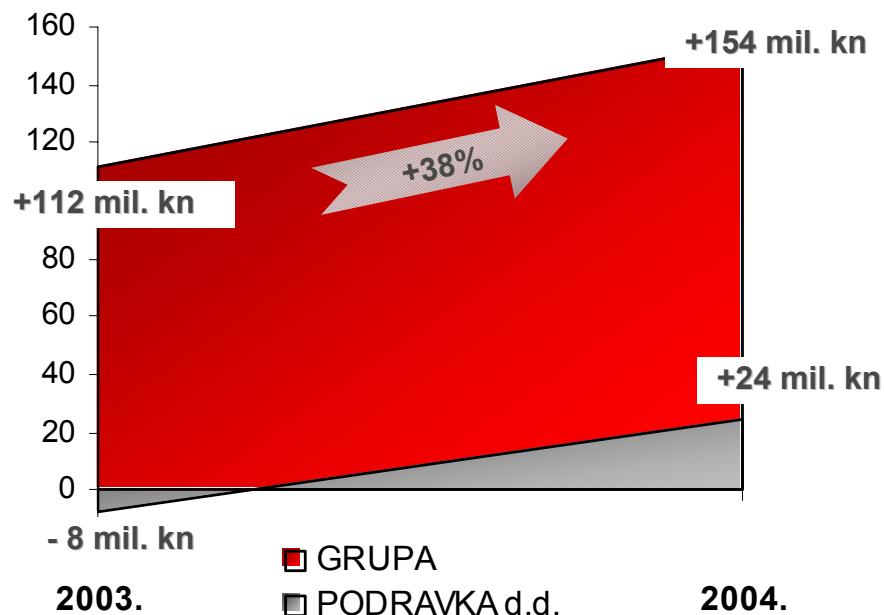
<i>U milijunima kn</i>	<i>I-XII 2004. I-XII 2003. promjena</i>			<i>I-XII 2004</i>	<i>I-XII 2003. promjena</i>	
<i>Prihodi od prodaje</i>	3.294,9	3.217,7	2%	1.541,5	1531,7	1%
<i>Bruto dobit</i>	1.306,6	1.249,2	5%	600,3	564,0	6%
<i>EBITDA</i>	384,2	336,8	14%	162,2	113,7	43%
<i>EBIT</i>	154,4	112,0	38%	24,1	-7,6	417%
<i>Neto dobit</i>	84,2	10,0	746%	32,7	-20,3	261%
<i>ROE (%)</i>	4,5	2,4	210bp	1,9	-1,2	312bp
<i>ROA (%)</i>	2,5	1,2	130bp	1,2	-0,7	198bp
<i>Profitne marže u %</i>	<i>I-XII 2004</i>	<i>I-XII 2003</i>	<i>promjena</i>	<i>I-XII 2004</i>	<i>I-XII 2003. promjena</i>	
<i>Bruto marža</i>	39,7	38,8	83bp	38,9	36,8	212bp
<i>EBITDA marža</i>	11,7	10,5	119bp	10,5	7,4	310bp
<i>EBIT marža</i>	4,7	3,5	121bp	1,6	-0,5	206bp
<i>Neto marža</i>	2,6	0,3	225bp	2,1	-1,3	345bp

Prihodi od prodaje i bruto dobit

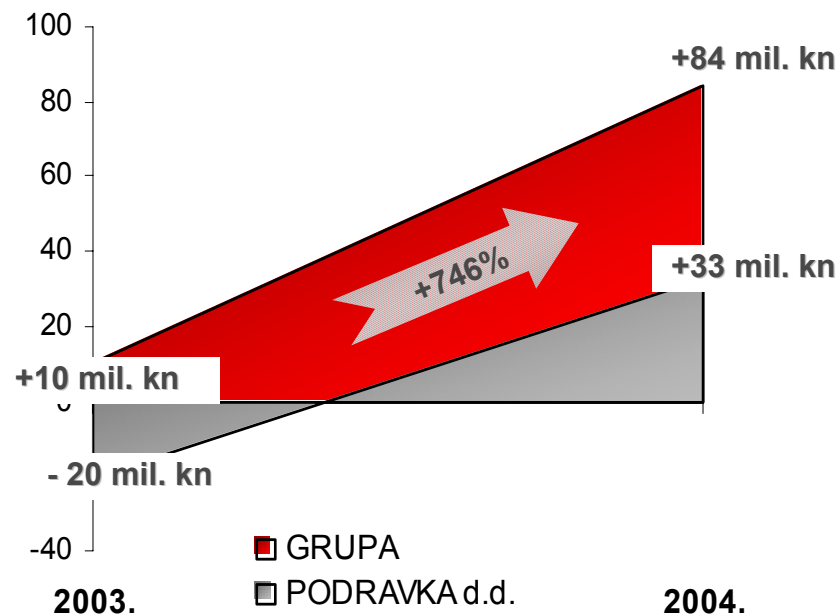


Kontribucija Podravke u profitabilnosti

EBIT Grupe i Podravke



Neto dobit Grupe i Podravke



GRUPA PODRAVKA

Marže (%)	I-XII 2004	I-XII 2003	promjena
EBITDA marža	11,7	10,5	119bp
EBIT marža	4,7	3,5	121bp
Neto marža	2,6	0,3	225bp

PODRAVKA d.d.

	I-XII 2004	I-XII 2003.	promjena
	10,5	7,4	310bp
	1,6	-0,5	206bp
	2,1	-1,3	345bp

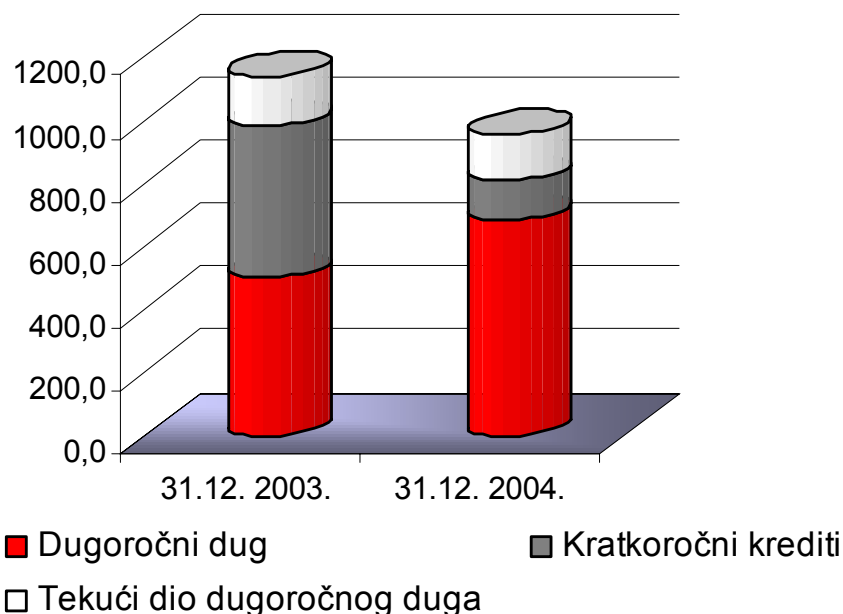
Poslovni rashodi

- **poslovni rashodi rasli 0,8% što je sporije od rasta prodaje**
- **troškovi prodanih proizvoda u strukturi prodaje iznose 60,3% što je za cca 1% manje od 2003. godine**
- **troškovi prodaje i distribucije u prodaji čine 25,6% dok su u 2003. godini činili 25,1% prodaje**
- **opći i administrativni troškovi smanjeni su sa 10,4% u 2003. godini na 10,2% u 2004. godini**

Bilanca i zaduženost Grupe Podravka

<i>U mil. kn</i>	<i>12/31/04</i>	<i>12/31/03</i>
Novac	116,1	139
Ukupna tekuća imovina	1.528,0	1.520
Ukupna imovina	3.416,5	3.494
Dugoročni dug	684,5	501
Kratkoročni dug	123,0	479
Tekući dio duga	148,8	157
Vlasnička glavica	1.879,4	1.779
Ukupna pasiva	3.416,5	3.494
<i>Pokazatelji</i>	<i>12/31/04</i>	<i>12/31/03</i>
Koeficijent tekuće likvidn.	1,8	1
D/E	50,9%	63,9%
Neto dug (mil. kn)	840,2	998
Senior Net Debt/EBITDA	2,2	3
Pokriće troškova kamata	2,5	2,3

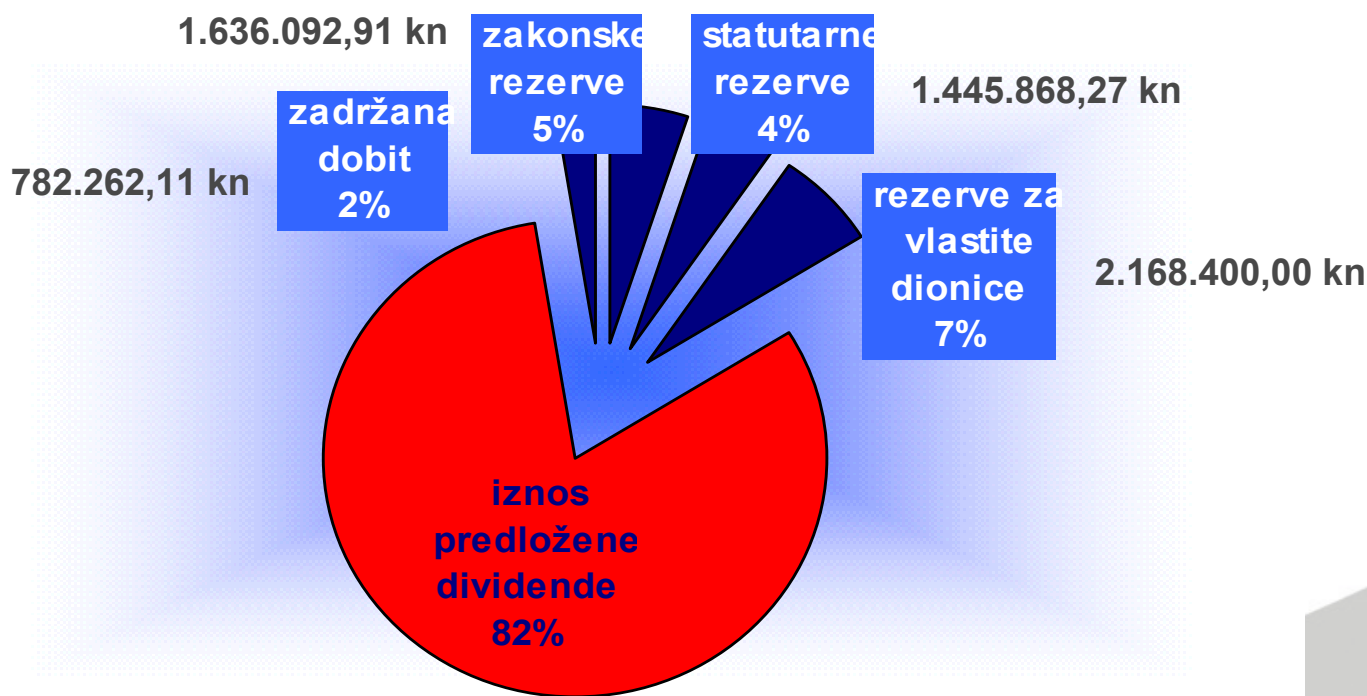
Struktura zaduženosti Grupe Podravka



- Ukupna zaduženost smanjena za 16%
- Refinanciranjem smanjen udio kratkoročnih kredita → smanjenje troškova financiranja
- Poboľšan pokazatelj pokrića troškova kamata

Upotreba dobiti

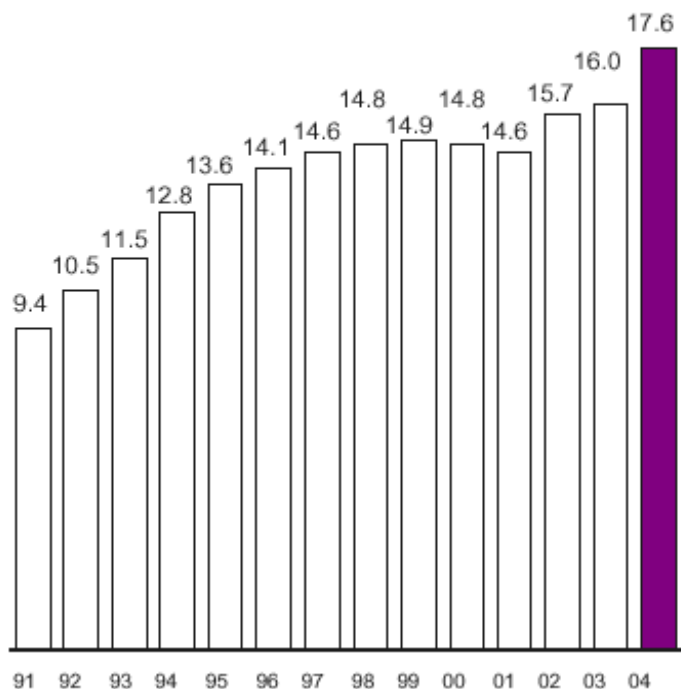
- prijedlog dividende u bruto iznosu od 5 kn po dionici odnosno u iznosu 26.635.900 kn koja će biti isplaćena najkasnije do 31.12.2005. godine
- udio dividende u ostvarenoj neto dobiti Grupe iznosi 32%, dok u neto dobiti Podravke d.d. iznosi 82%



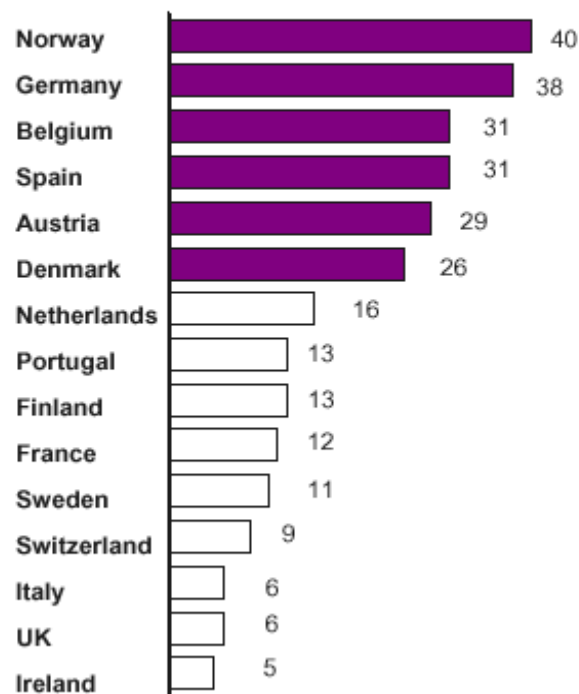
4. Podravka u okruženju

Razvoj diskontnih maloporodaja

Razvoj udjela diskonata u Europi



Udjel diskonata prema tržištima



- tjedno se otvori 5 Aldi PC i 6 Lidl PC

Izvor: AC Nielsen, TNS

Podravka u okruženju

- uslijed rastućih marketinških ulaganja konkurencije, Podravka mora pronaći ravnotežu marketinških ulaganja po pojedinim asortimanima i tržištima
- trend pada interesa potrošača za velikim pakiranjima, kao i snažan pritisak na smanjivanje cijene po pakiranjima izazov je za Podravku
- pojačati promociju bradnova s visokom novostvorenom vrijednosti
- intenziviranje suvremenih kanala marketinga (elektronički mediji)
- bolje poznavanje ponašanja potrošača – korištenje povezanih baza potrošača sa rezanjem cijena određenih usluga vezanih uz usluge prema potrošaču
- veličina sama po sebi nije dovoljna za dugoročni uspjeh – sposobnost inovacija i redizajna asortimana te brzina njihova plasiranja na tržište je ključan faktor uspjeha!

5. Tržište kapitala u 2004.godini

Dionica Podravke

Datum: 31.12. 2004.

12 mj max/min u kn 239/ 162

Zadnja cijena (kn / €) 239/ 31,16

Tržišna kap. (m kn / m €) 1.295,4 / 168,9

Broj izdanih dionica: 5,420,003

Preporuke:

RBA

ERSTE

HYPO-ALPE ADRIA

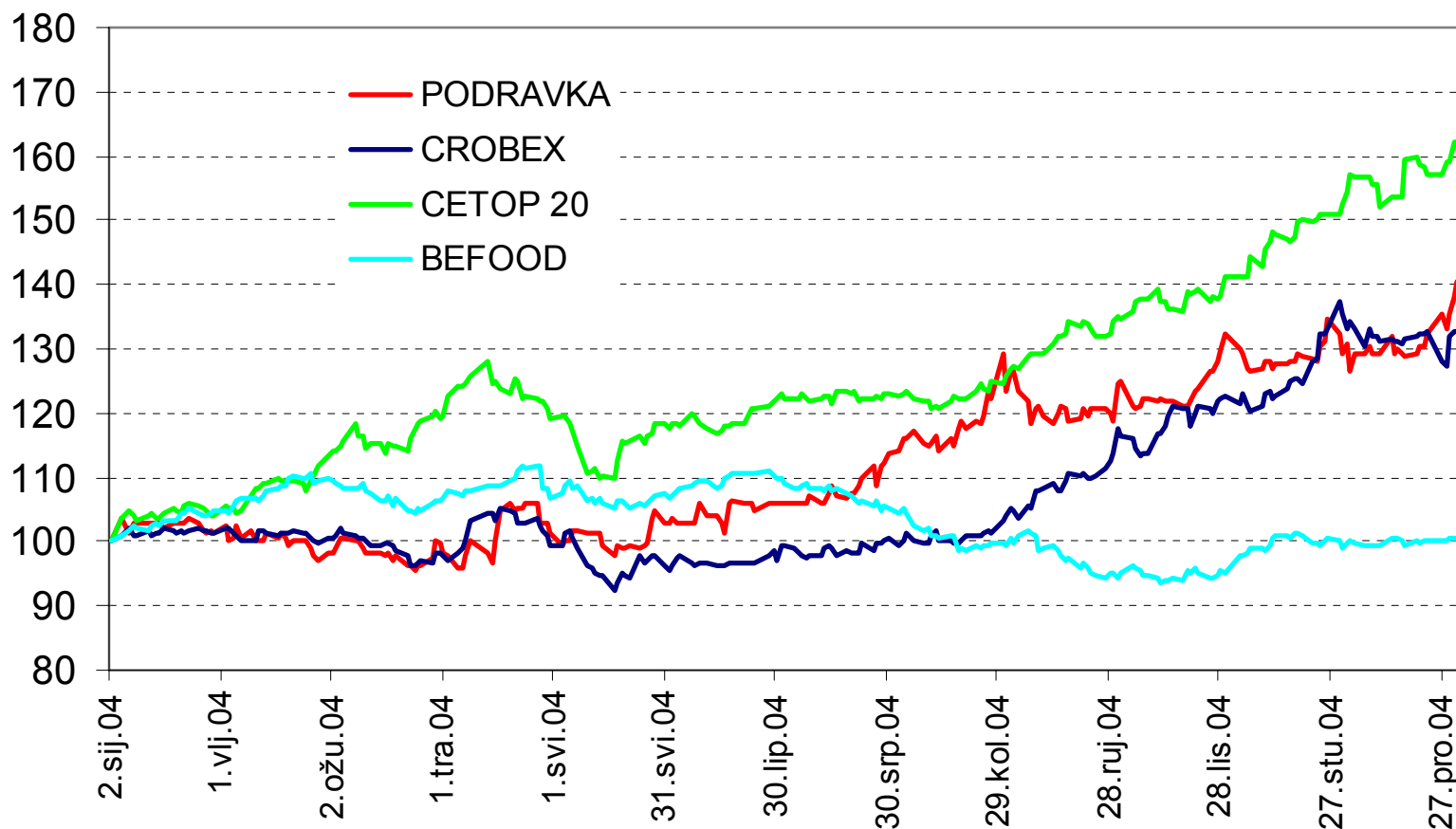
FIMA

HOLD

ACCUMULATE

HOLD

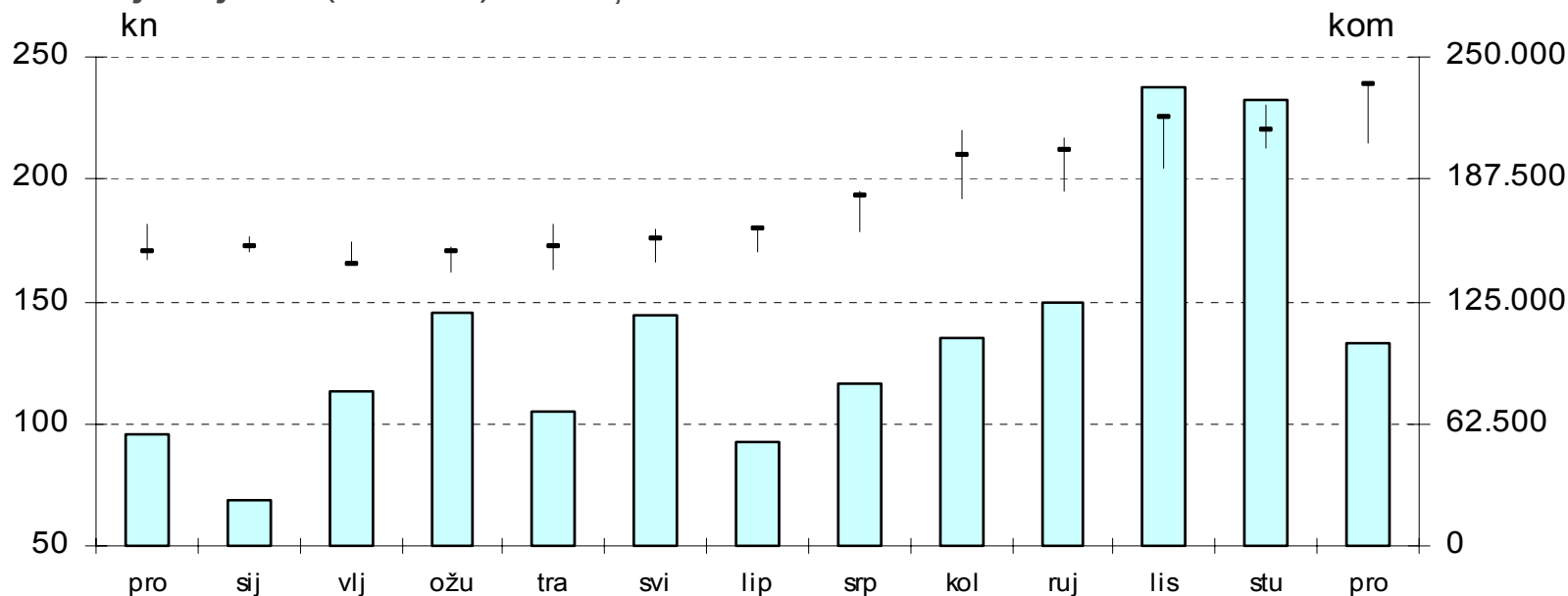
HOLD



Prometi i cijene

Ponderirana prosječna
zadnja cijena (WACP): 198,04 kn

— najviša
■ zadnja
— najniža

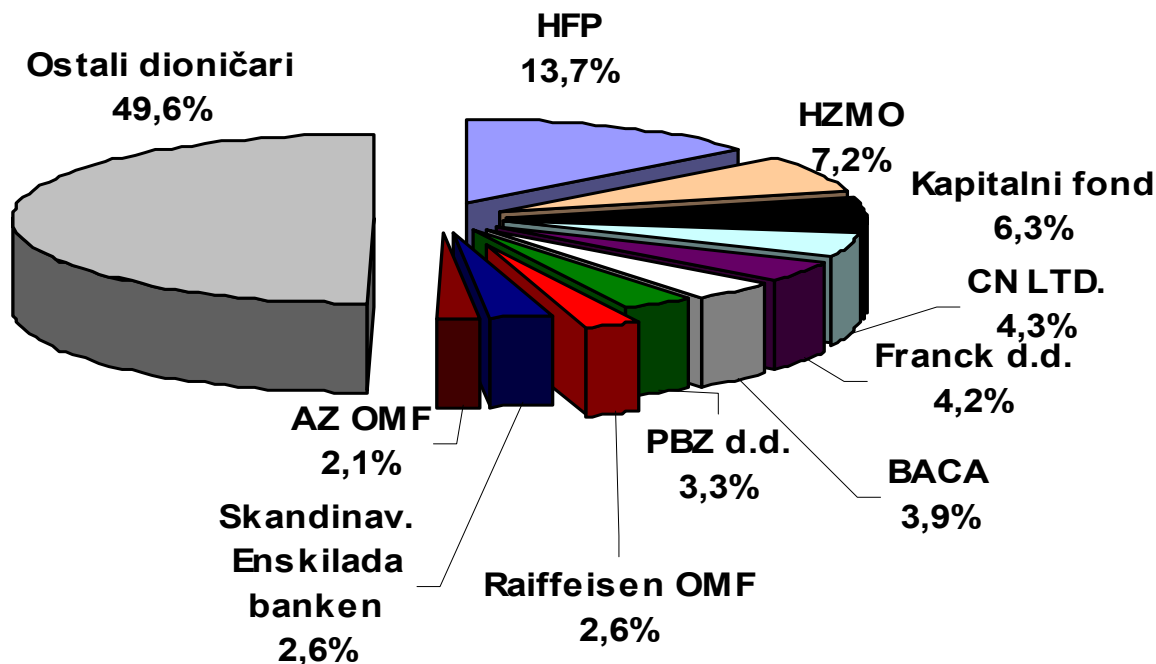


- ukupni promet u 2004. iznosi 266 mil. kn dok je tijekom 2003. promet iznosio 135,2 mil. kn
- prosječni dnevni promet u 2004. godini iznosi 1,1 mil. kn (isto i u 2003.)
- najveći mjesečni promet od 50 mil. kn ostvaren je u studenom
- brzina prometa za 2004. iznosi 20,6% dok je u 2003. iznosila 14,63%

Struktura dioničara Podravke

Na dan
31.12.2004.

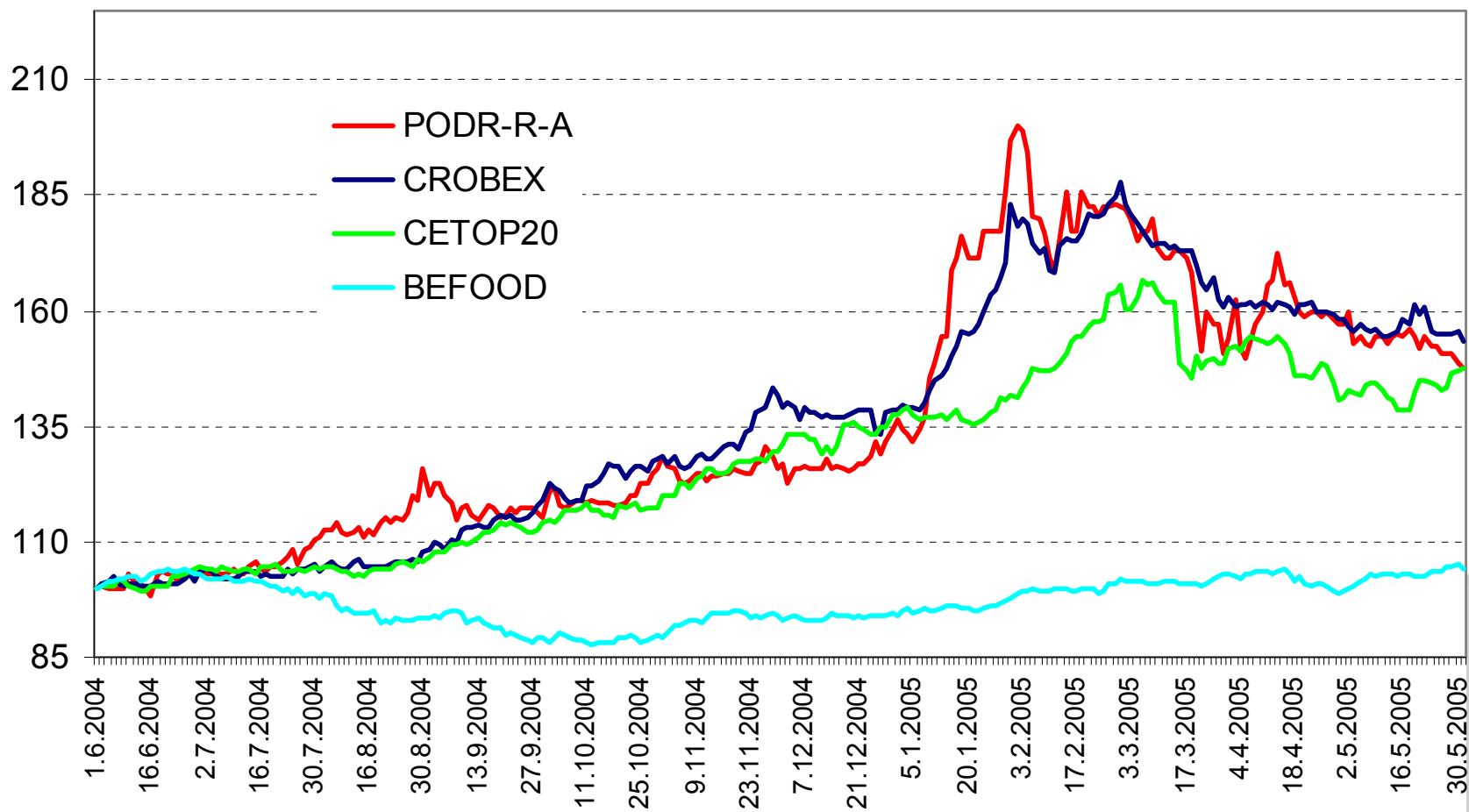
- 10 najvećih dioničara zajedno imaju udjel od 50,4% temeljnog kapitala
- na ostale fizičke i pravne osobe odnosi se 49,7% temeljnog kapitala, u čemu trezorske dionice čine 1,7% TK



Dionica Podravke

Datum: 31.05.2005.
 12 mj. max / min u kn 365 / 170
 Zadnja cijena (kn / €) 258/ 35,31
 Tržišna kap. (mil kn / €) 1. 398,4 / 191,4
 Broj izdanih dionica: 5. 420.003

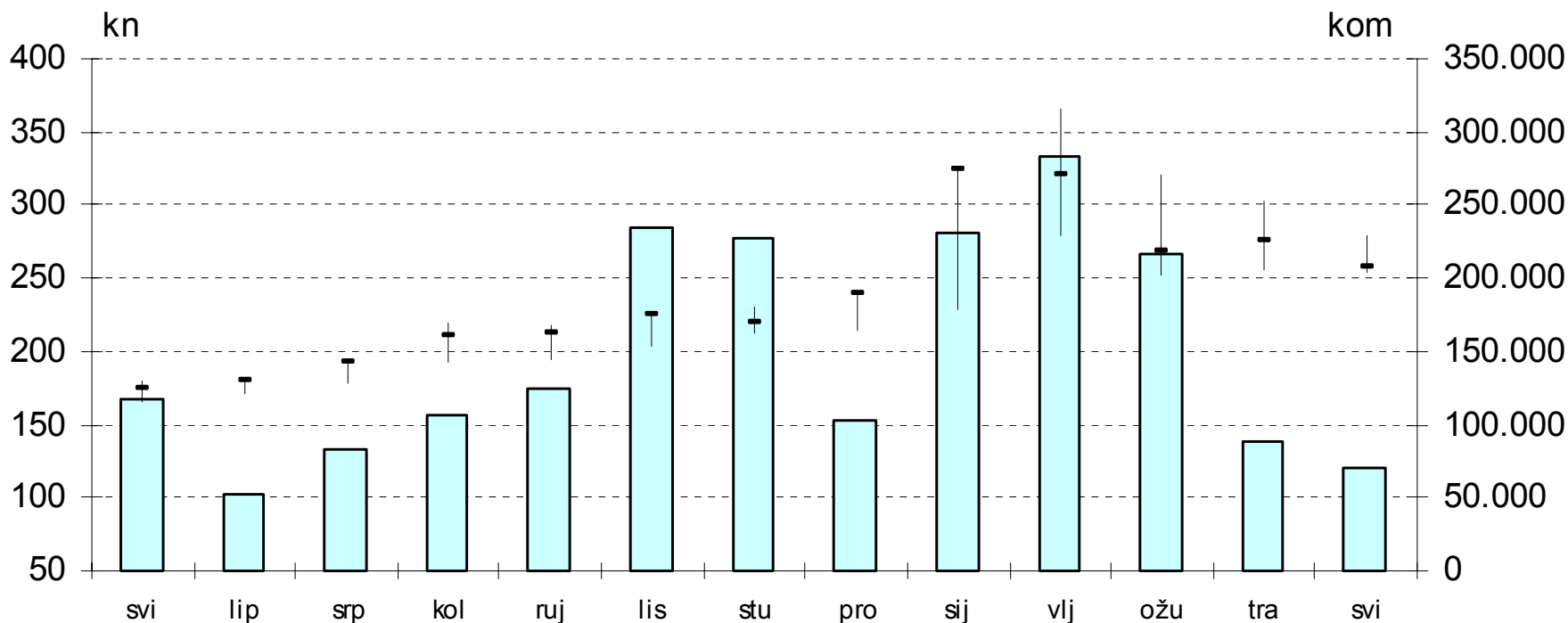
Preporuke analitičara::
 RBA HOLD
 ERSTE ACCUMULATE
 HYPO-ALPE ADRIA HOLD
 FIMA HOLD



Prometi i cijene

Prosječna ponderirana
cijena (WACP): 253,3 kn

— najviša
■ zadnja
— najniža



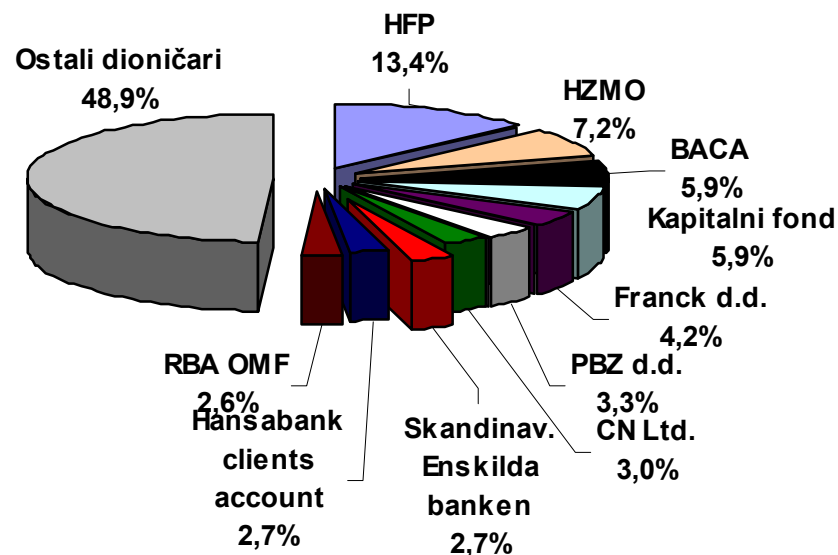
- ukupni promet u razdoblju 01.06. 2004. – 31.05. 2005. iznosi 460 mil. kn
- prosječni dnevni promet iznosi 1,8 mil. kn
- najveći mjesečni promet (90 mil. kn) ostvaren je u veljači 2005.

Struktura dioničara Podravke

- 10 institucionalnih investitora posjeduje 51% temeljnog kapitala
- fizičke i pravne osobe zajedno drže 49% temeljnog kapitala

Struktura dioničara na dan 31.05.2005.

DIONIČARI	BROJ DIONICA	% TEMELJNOG KAPITALA
HFP	725.780	13,39%
HZMO	391.186	7,22%
BACA	322.405	5,95%
Kapitalni fond	321.804	5,94%
Franck d.d.	229.630	4,24%
PBZ d.d.	178.657	3,30%
CN Ltd.	159.960	2,95%
Skandinav. Enskilda banken	148.157	2,73%
Hansabank clients account	147.962	2,73%
RBA OMF	142.756	2,63%
Ostali dioničari	2.651.706	48,92%
UKUPNO:	5.420.003	100,00%



Promjene kod najvećih dioničara

- za razdoblje 31.12.2003. do 31.12.2004.

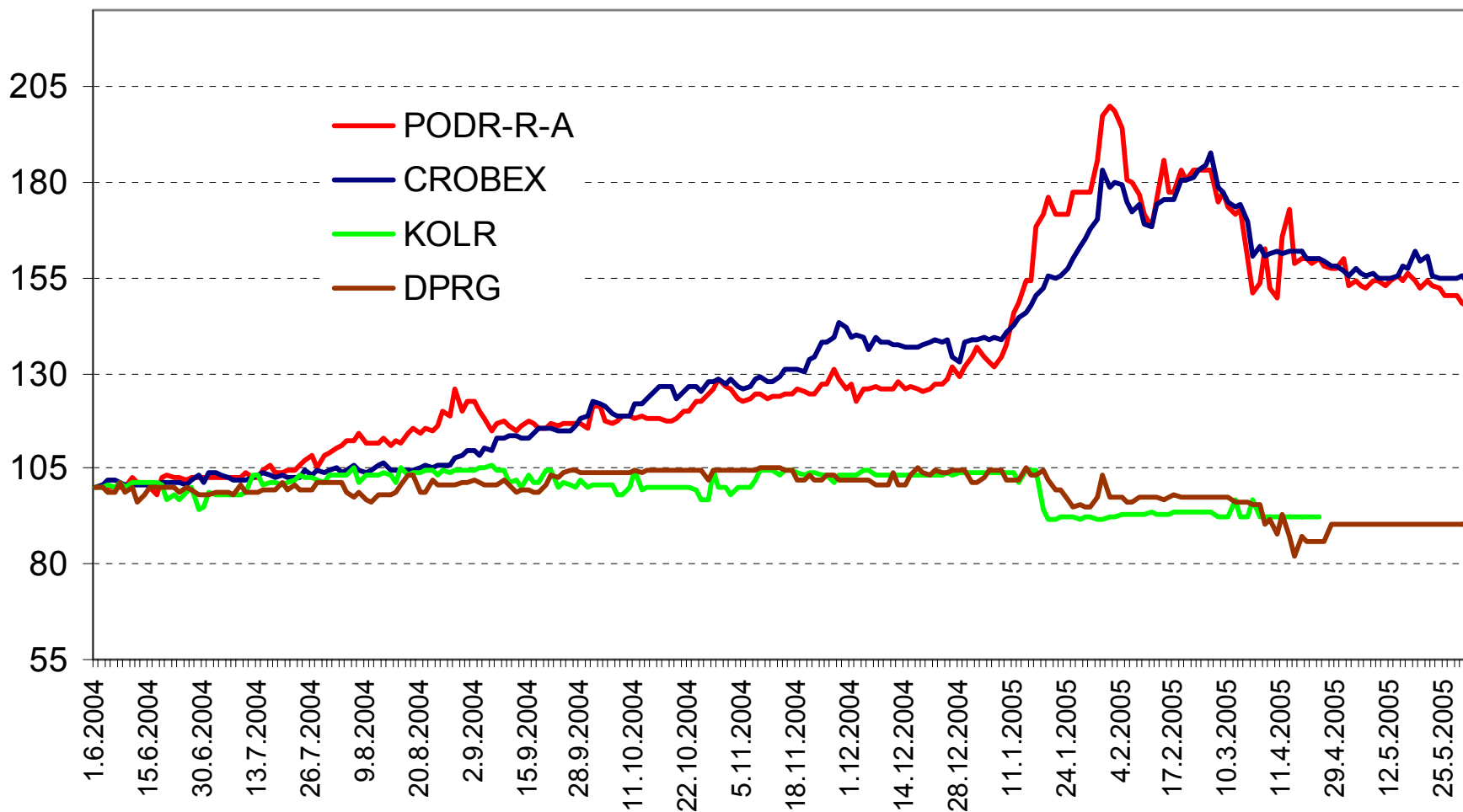
R.br.	Prezime i ime/Skracena tvrtka	Stanje na dan 31.12.2004.	% u TK	% u TK 2003	Promjena 31.12.2004/ 31.12.2003.
1	HFP	743.370	13,72	14,81	-59.469
2	HZMO	391.186	7,22	7,22	0
3	KAPITALNI FOND D.D.	341.804	6,31	6,31	0
4	CN LTD.	234.223	4,32	0,79	191.332
5	FRANCK D.D.	229.630	4,24	4,24	0
6	BACA AG	210.899	3,89	0,79	167.818
7	PBZ D.D.	178.638	3,30	3,41	-6.110
8	RBA OMF	142.756	2,63	2,58	2.759
9	SKANDINAVISKA ENSKILDA BANKEN	141.623	2,61	0,00	141.623
10	AZ OMF	115.489	2,13	1,42	38.435
11	ELKA D.D.	111.442	2,06	2,06	0
12	PBZ CROATIA OSIGURANJE D.D. OMF	94.193	1,74	1,80	-3.503
13	PODRAVKA D.D.	92.823	1,71	3,42	-92.774
14	HANSABANK CLIENTS ACCOUNT	88.250	1,63	0,00	88.250
15	HAAB	77.410	1,43	0,00	77.410
16	MEDVIDOVIC MARIJAN	58.250	1,07	1,07	0
17	PBZ D.D./PBZ-SP	55.000	1,01	0,00	55.000
18	RBA D.D.	53.974	1,00	0,22	41.922
19	ZAGREBACKA BANKA D.D./PICTET ET CIE	53.708	0,99	0,64	18.764
20	ERSTE PLAVI OMF	53.311	0,98	0,00	Erste+Plavi
	Ukupno:	3.467.979	63,98	50,80	

Promjene kod najvećih dioničara

- za razdoblje 31.12.2004. do 31.05.2005

R.br.	Prezime i ime/Skracena tvrtka	Stanje na dan 31.05.2005.	% u TK	% u TK 2004.	Promjena 31.05.2005/ 31.12.2004.
1	HFP	725.780	13,39	13,72	-17.590
2	HZMO	391.186	7,22	7,22	0
3	BACA	322.405	5,95	3,89	111.506
4	KAPITALNI FOND	321.804	5,94	6,31	-20.000
5	FRANCK D.D.	229.630	4,24	4,24	0
6	PBZ D.D.	178.657	3,30	3,30	19
7	CN LTD.	159.960	2,95	4,32	-74.263
8	SKANDINAVISKA ENSKILDA BANKEN	148.157	2,73	2,61	6.534
9	HANSABANK CLIENTS ACCOUNT	147.962	2,73	1,63	59.712
10	RBA OMF	142.756	2,63	2,63	0
11	RBA D.D.	106.251	1,96	1,00	52.277
12	PBZ CROATIA OSIGURANJE OMF	100.424	1,85	1,74	6.231
13	PODRAVKA D.D.	82.156	1,52	1,71	-10.667
14	AZ OMF	77.351	1,43	2,13	-38.138
15	HAAB	73.829	1,36	1,43	-3.581
16	MEDVIDOVIC MARIJAN	58.250	1,07	1,07	0
17	RBA D.D./ZBIRNI SKRBNIČKI RACUN - ZA SP	56.670	1,05	0,34	38.479
18	PBZ D.D./PBZ-SP	55.000	1,01	1,01	0
19	ZAGREBACKA BANKA D.D./PICTET ET CIE	46.409	0,86	0,99	-7.299
20	SZIF D.D.	46.145	0,85	0,85	0
	Ukupno:	3.470.782	64,04	62,13	

Usporedba dionica prehrambene industrije



- dionica Podravke d.d. podudara se s kretanjem Crobex-a
- dionica Podravke odudara od trenda prehrambenih kompanija listanih na Ljubljanskoj burzi

Usporedba poslovanja (u USD)

Usporedba Podravke i drugih prehrambenih kompanija – 2004./2003.

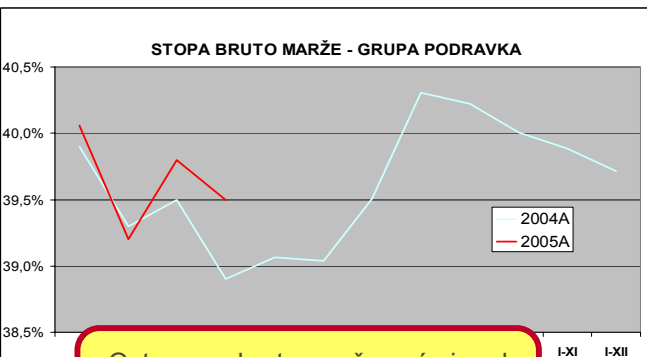
	Prodaja (USD m)	Porast prodaje	Porast neto dobiti	EBIT marža	Neto marža
Podravka (CRO)	545.9	13.7%	839.3%	4.7%	2.6%
Kolinska (SLO)	125.0	9.4%	-26.3%	6.3%	3.3%
Droga Portoroz (SLO)	122.0	11.6%	-35.5%	3.9%	2.7%
Rieber & Son CEE operations (NOR)	158.2	8.9%	n.a.	-0.6%	n.a.
Rieber & Son Group (NOR)	516.2	13.5%	6.3%	8.9%	5.2%

Izvor: Podaci kompanija, Erste bank, stope rasta izražene na bazi USD

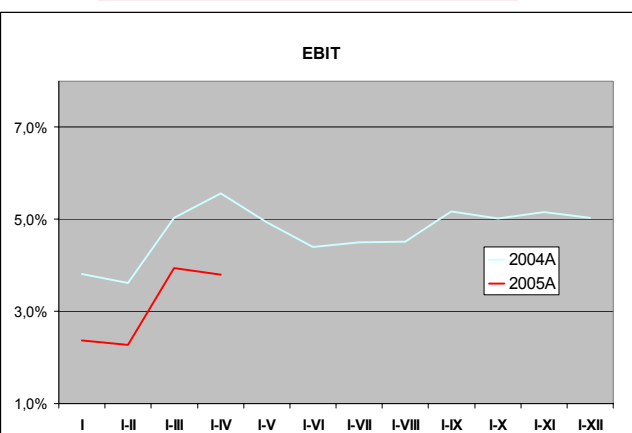
6. Osvrt na I - VI 2005. godini

Financijski položaj

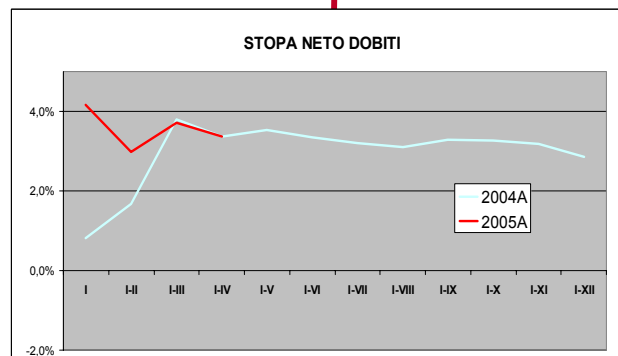
GRUPA PODRAVKA



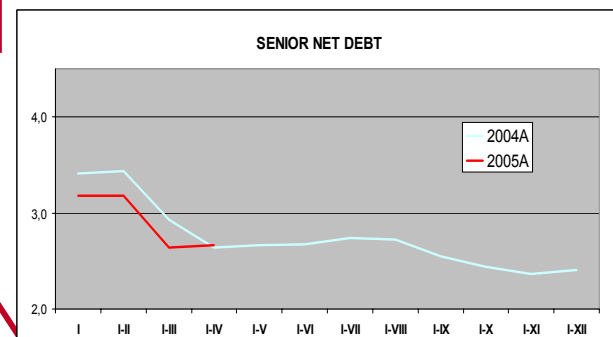
Ostvarena bruto marža veća je od ostvarene u istom razdoblju prošle godine.



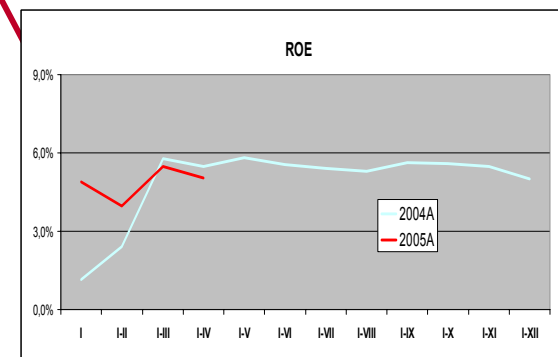
Udio EBIT-a u vrijednosti prodaje je ispod prošlogodišnjeg



Stopa neto dobiti je na nivou prošle godine



Senior net debt na nivou prošlogodišnjeg

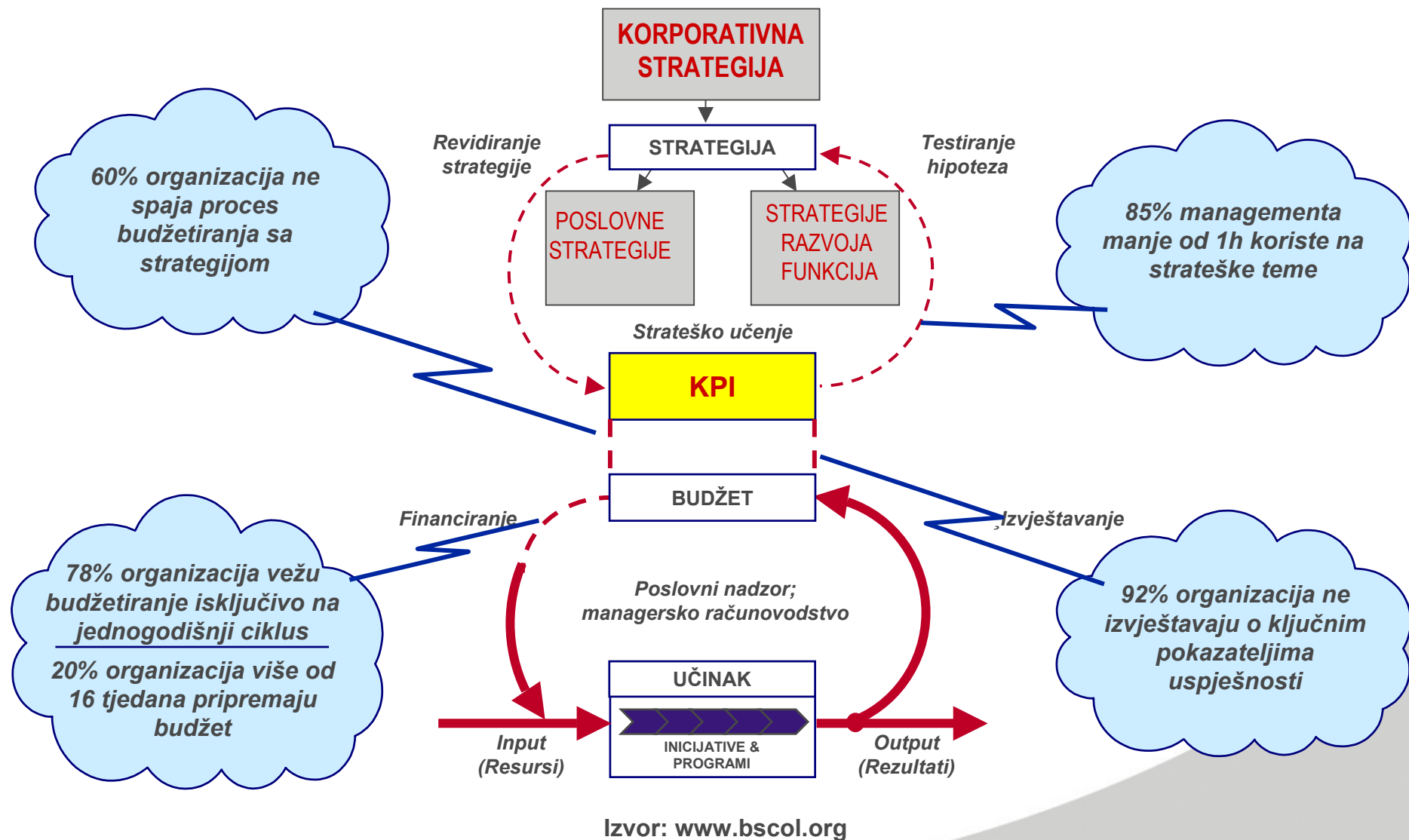


ROE je neznatno ispod nivoa prošle godine

Očekivanja za I-VI 2005.

- Prodaja - rast u prodaji SPP Prehrane i pića sa fokusom na zadržavanje prodaje u SPP Farmaceutika
- Marže - velik pritisak na marže na što će odgovor biti promjene i pomaci unutar “product mix-a”
- Troškovi – djelovati će se na smanjivanje udjela troškova prodaje i distribucije
- EBIT – povećanje udjela EBIT-a u vrijednosti prodaje
- Operativna efikasnost usmjeriti će se na angažirani kapital i promjene procesa

Strateško vs. operativno planiranje



STAVLJEN DODATNI FOKUS NA IMPLEMENTACIJSKU DIMENZIJU STRATEGIJE –
U PRIPREMI KPI SUSTAV PRAĆENJA USPJEŠNOSTI MANAGEMENTA

Planiranje, Odnosi s investitorima

Potrošač u fokusu naših aktivnosti

- smanjivanje troškova i usmjeravanje sredstava u marketing
 - istraživanje tržišta
 - usmjeravanje pažnje na POTROŠAČA



- optimizam
- timski rad
- Uštede kroz centralizaciju procesa nabave
- Optimalizacija likvidnosti kroz cash management
- Optimalizacija zaliha

“Današnje probleme ne možemo riješiti ako razmišljamo na isti način kako smo razmišljali kad smo ih stvorili.”

Albert Einstein

Kompanija sa srcem



www.podravka.com