

Rezultati Grupe Podravka za I.-IX. 2003.

studeni 2003.

1. Pregled rezultata i ključnih događaja

2. Tržišta i grupe proizvoda

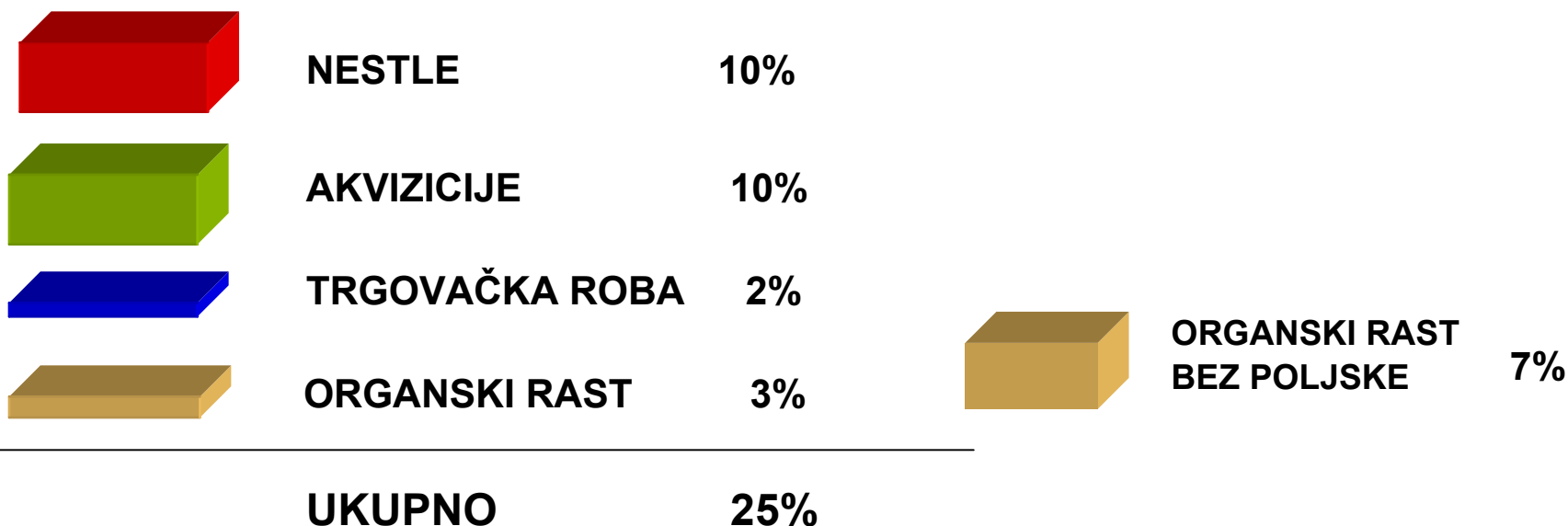
3. Financijski pokazatelji

4. Program “Efikasnost”

- ☐ ostvareni prihodi od prodaje u iznosu od 2.387,9 mil. kn
- ☐ porast prodaje od 25% u odnosu na isto razdoblje 2002.
- ☐ ostvarena neto dobit u iznosu 24 mil. kn što je u odnosu na polugodište 2003. poboljšanje za 53 mil. kn
- ☐ isplaćen EBRD-ov izlazak iz vlasničke strukture
- ☐ 26.09.2003. puštena u rad nova tvornica Podravka jela
- ☐ prihvaćan program zbrinjavanja viška zaposlenika za oko 200 ljudi (trošak zbrinjavanja iznosi 24 mil. kn)
- ☐ dobivena koncesija za 3. kanal nacionalne televizijske mreže sudjelovanjem u Konzorciju čiji je nositelj bio RTL uz ostale članove: Pinta TV, Agrokor, Atlantic Grupa, Splitska banka–HVB
- ☐ preuzeta bivša najveća trgovačka kompanija u RH – Diona d.d. u stečaju preko društva Dinova; pored Podravke ostali članovi (osnivači) Dinove su: Gavrilović, Lura, Kraš i Vindija

Struktura rasta prodaje

U porastu prodaje od 25%, proizvodi Nestle sudjeluju s 10%, proizvodi akviriranih poduzeća s 10%, ostala trgovačka roba s 2% dok je organski rast ostvaren s 3%.



Sve grupe proizvoda ostvarile su u razdoblju I.-IX. 2003. godine rast u odnosu na isto razdoblje 2002. godine, osim Vegete uslijed lošije prodaje u Poljskoj.

1. Pregled rezultata i ključnih događaja

2. Tržišta i grupe proizvoda

3. Financijski pokazatelji

4. Program “Efikasnost”

Prihodi od prodaje prema tržištima

Na tržištu Hrvatske zabilježen je rast prodaje od 20% dok je na inozemnim tržištima zabilježen rast od 32%.

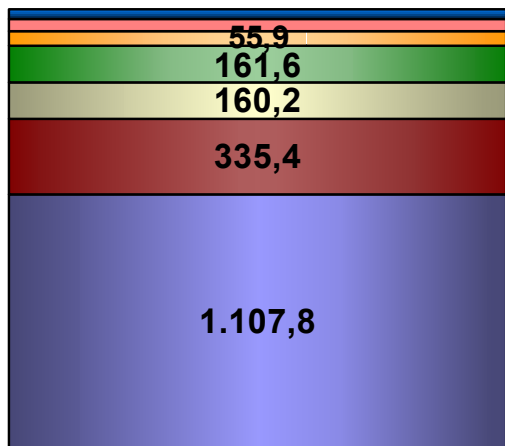
mil. kn

1.915,4

+25%

2.388,0

-48%



I-IX 2002

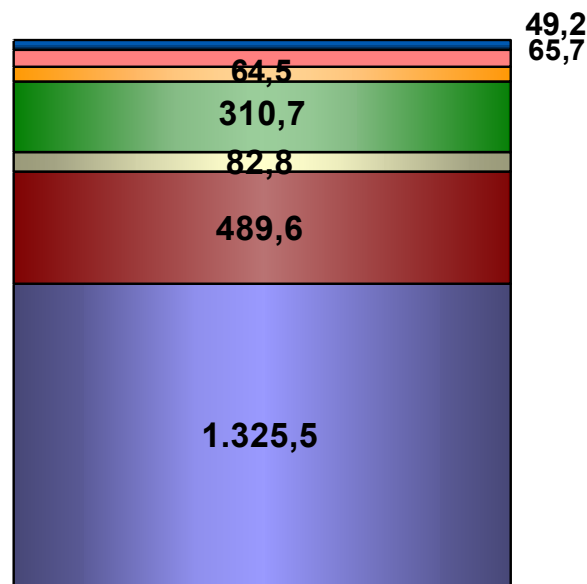
- Hrvatska
- Poljska i Pribaltik
- Istočna Europa
- Projektna tržišta

39,0
55,5

+92%

+46%

+20%



I-IX 2003

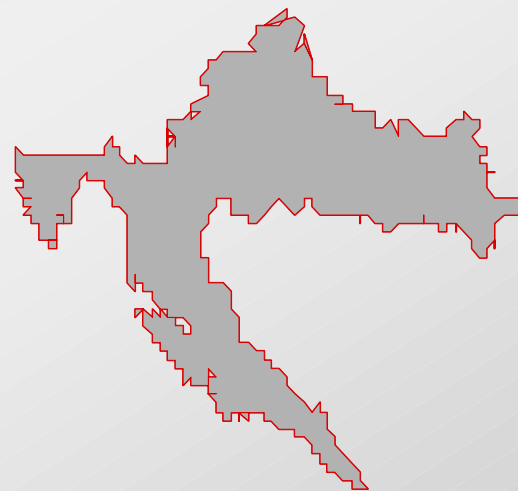
- Jugoistočna Europa
- Srednja Europa i Njemačka
- SAD, Kanada, Zap. Europa, Skandinavija

*u projektna tržišta ubrajaju se Italija, Rusija, Ukrajina, Grčka i ostalo

Osnovne značajke tržišta:

❑ organski rast na tržištu RH iznosi 9%. U odnosu na isto razdoblje prošle godine zabilježen je porast prodaje svih grupa proizvoda.

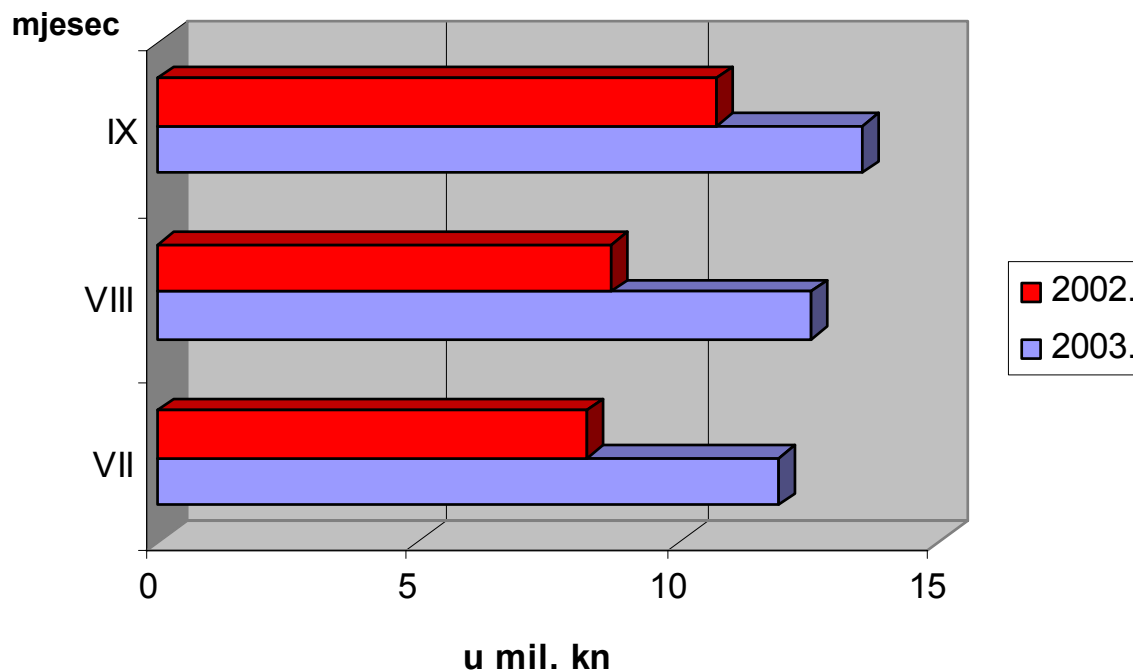
Vegeta	2%
Podravka jela	8%
Meso i mesne prerađevine	7%
Lino, Dolcela i Kviki	2%
Voće i povrće	9%
Pića	46%
Mlinarski i pekarski proizvodi	5%
Trgovačka roba	408%



**Tržište RH u prodaji
Prehrane* = 49,3%.**

*Prehrana = Grupa Podravka - Belupo

Tržište Poljske i Pribaltika se stabilizira. Ostvarene mjesečne prodaje su dvostruko veće nego na početku 2003. godine. Prodaja 3. kvartala veća je za 37% u odnosu na prodaju 3. kvartala 2002.



u ukupnoj prodaji Grupe

Tržište jugoistočne Europe

20,5%

- ❑ na tržištu JIE zabilježen porast prodaje od 46% od čega najveći utjecaj ima porast prodaje Nestle-a (27% od ukupnog porasta) kao i znatan organski rast (8% ukupnog porasta)

Tržište srednje Europe i Njemačke

13,0%

- ❑ uslijed akvizicija u Češkoj i Slovačkoj ostvaren je porast prodaje od 92,3% u odnosu na prvih devet mjeseci 2002. što je povećalo udjel u prodaji Grupe sa 8,4%

Tržište SAD, Kanade, Zap. Europe i Skandinavije

2,8%

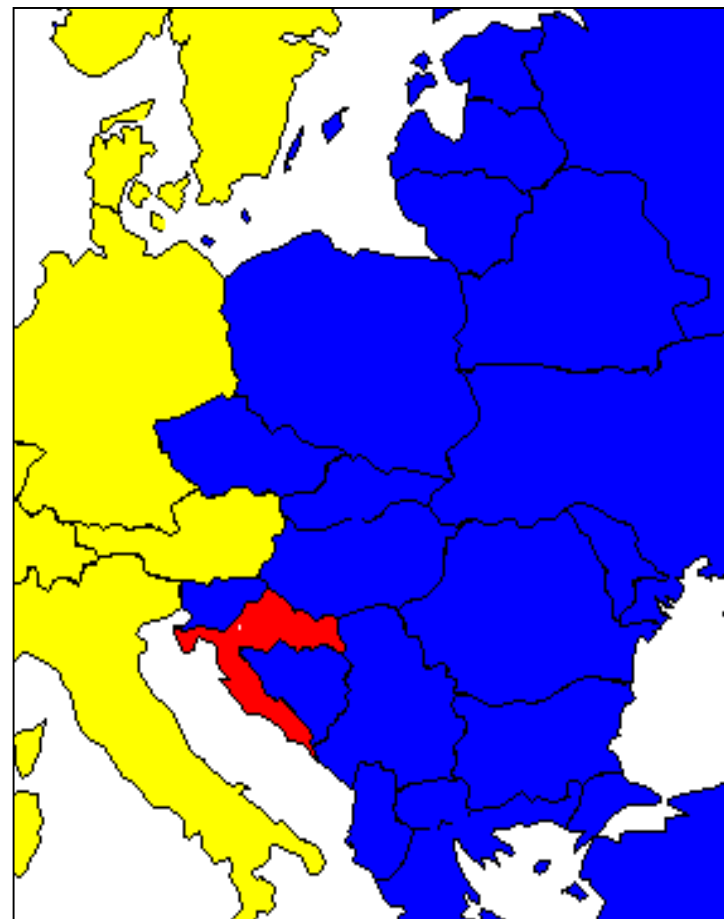
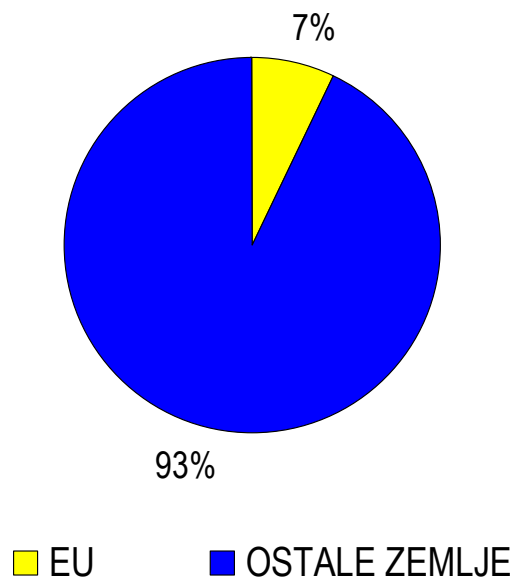
- ❑ ostvaren je porast prodaje od 18,4% (po 9% organski rast i akvizicije)

Tržište istočne Europe

2,7%

- ❑ u prvom devet mjeseci 2003. ostvaren je rast prodaje od 15,2% pri čemu je najviše pridonio organski rast (14% od ukupnog rasta)

Trenutna prodaja izvan
Hrvatske

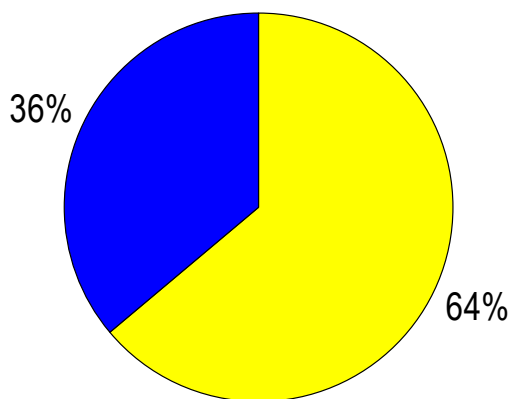


Prodaja izvan Hrvatske...

...nakon proširenja EU – 1.svibnja 2004.

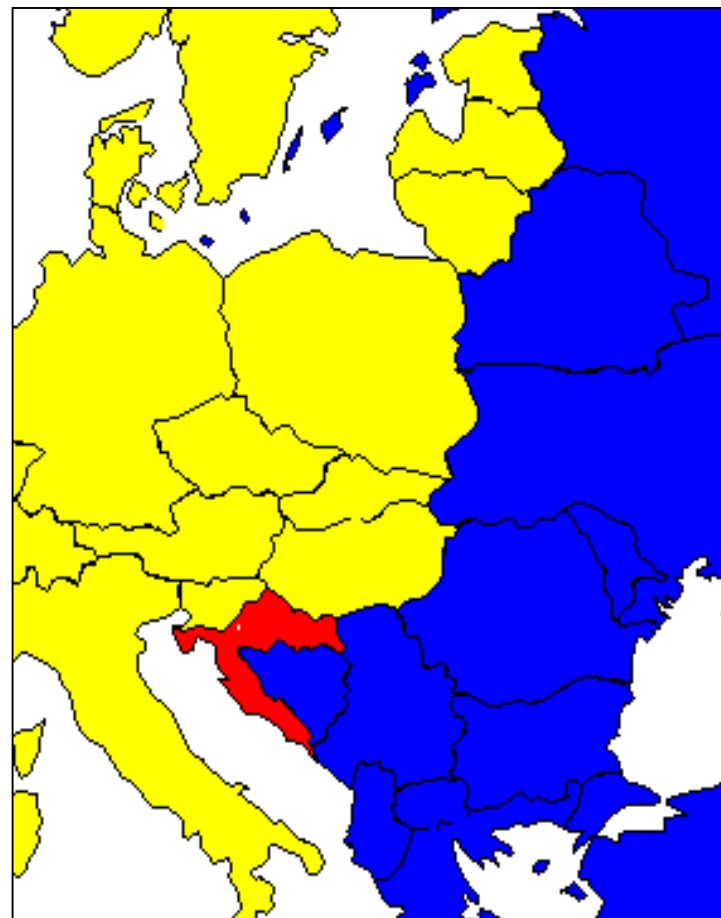
Podravka i Vegeta su najpoznatiji prehrambeni brandovi u regiji.

Očekivana prodaja
izvan Hrvatske



■ EU

■ OSTALE ZEMLJE



■ Hrvatska

■ EU

■ Ostale zemlje

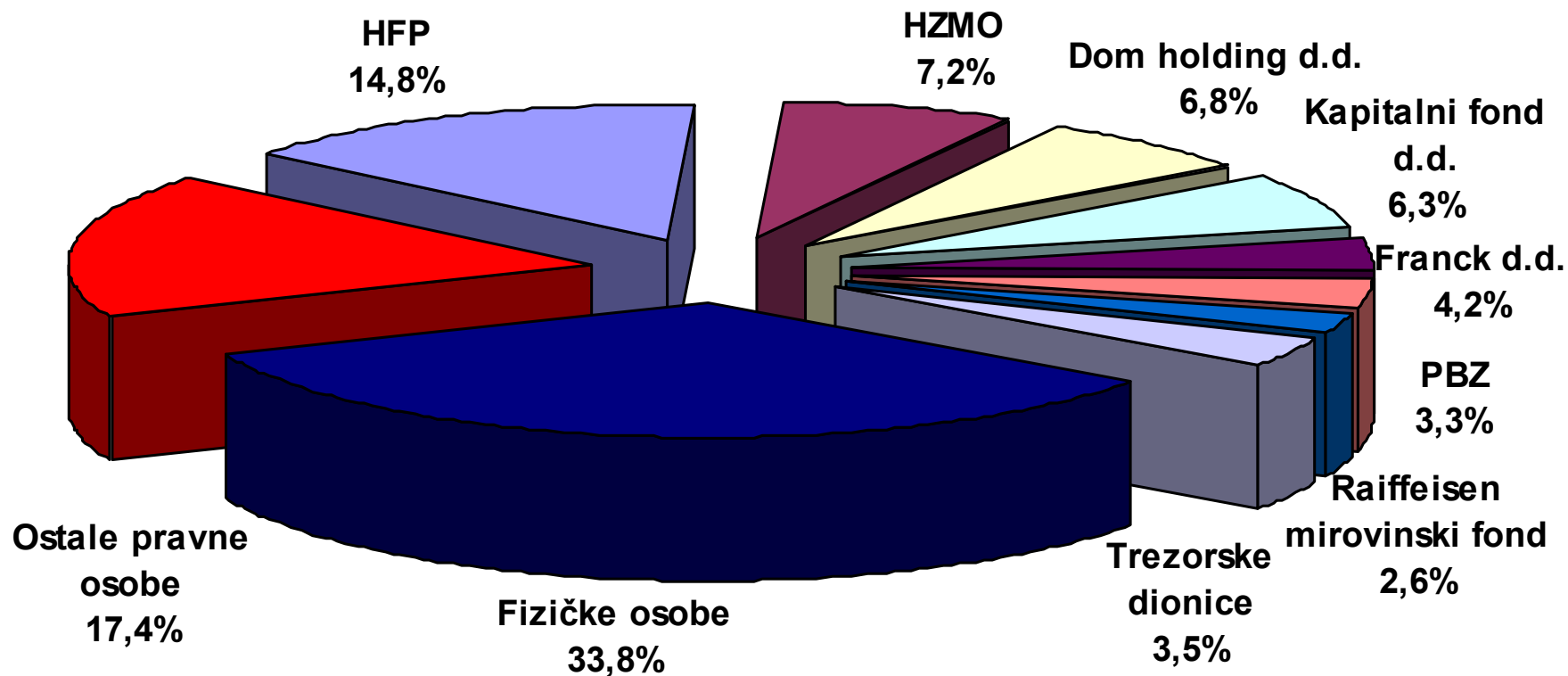
1. Pregled rezultata i ključnih događaja

2. Tržišta i grupe proizvoda

3. Financijski pokazatelji

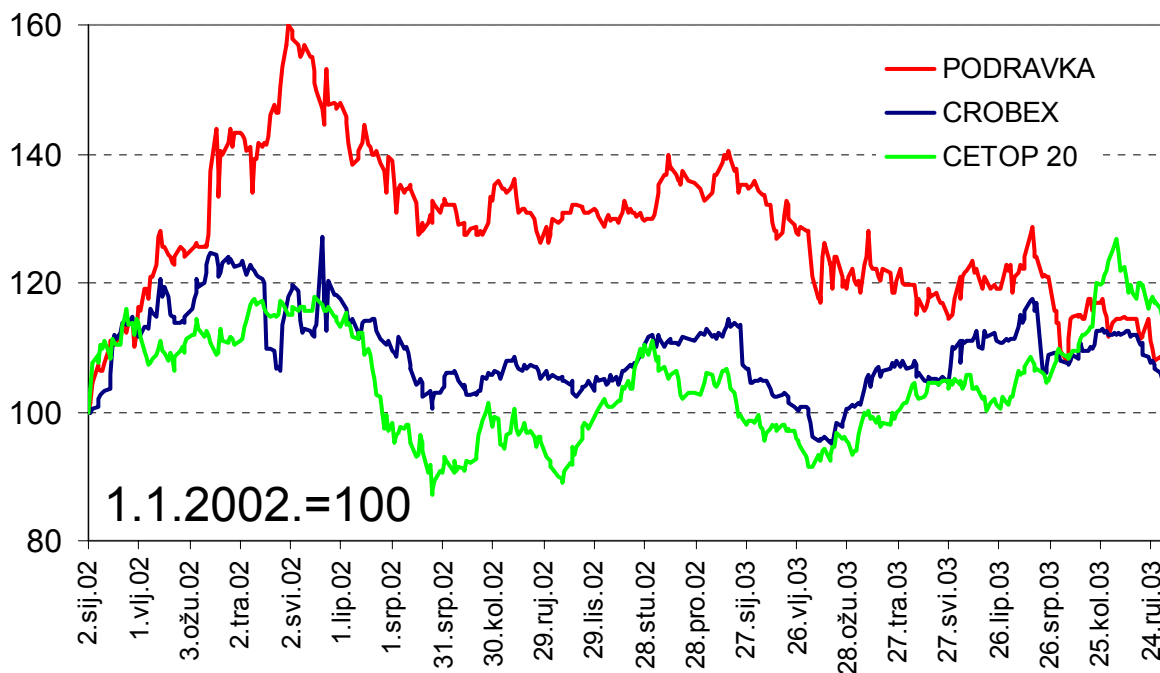
4. Program “Efikasnost”

GRUPA PODRAVKA				PODRAVKA d.d.		
<i>U milijunima kn</i>	I-IX 2003	H1 2003	promjena	I-IX 2003	H1 2003	promjena
Prihodi od prodaje	2.388	1.527	56,4%	1.141	724	57,5%
EBIT	105	27	283,3%	12	-17	+29 mil. kn
Neto dobit	24	-29	+ 53,5 mil. kn	67	13	402,1%
<i>Profitne marže u %</i>	I-IX 2003	H1 2003	promjena	I-IX 2003	H1 2003	promjena
EBIT marža	4,4	1,8	260,9bp	1,1	-2,4	341,8bp
Neto marža	1,0	-1,9	293,2bp	5,9	1,8	401,5bp



Datum: 30.09.2003.
12 mj. max / min kn 215 / 165
Zadnja cijena (kn / €) 165,0/ 25,2
Bloomberg code: PODR.ZA
Tržišna kap. (mil kn / €) 892,2 / 119,1
Broj izdanih dionica: 5.410.404

Udio prometa dionicom Podravke u ukupnom prometu dionicama u prvih devet mjeseci 2003. na ZSE iznosio je 10,6% dok je u istom razdoblju 2002. udio iznosio 16,9%. Najveći mjesečni promet ostvaren je u siječnju u iznosu od 15,1 mil. kn.



1. Pregled rezultata i ključnih događaja

2. Tržišta i grupe proizvoda

3. Financijski pokazatelji

4. Program “Efikasnost”

Cilj programa *Efikasnost* je u petogodišnjem razdoblju smanjiti glavne grupe troškova u njihovom relativnom udjelu, što se postiže zacrtanim programom mjera. Ostvarenjem programa trebali bi se doseći prosjeci pokazatelja u prehrambenoj industriji Europe.

- ☐ program *Efikasnost* koji se provodi na svim organizacijskim razinama i funkcijama već daje svoje prve rezultate
- ☐ do kraja 2003. godine provedene mjere rezultirat će uštedama u ukupnom iznosu 55 – 58 milijuna kuna - stavke koje najviše doprinose ostvarivanju programa:
 - ✓ troškovi zaposlenih – ukupni efekt smanjivanja sezonskog zapošljavanja (nova tvornica juha) i ostalih ušteda
 - ✓ marketinška ulaganja – rebalans marketing plana
 - ✓ Belupo – rebalansom Plana poslovanja za 2003. godinu Belupo se obvezao ostvariti veću neto dobit od planirane.



Hvala!