

Glavna skupština dioničara

Podravke d.d.



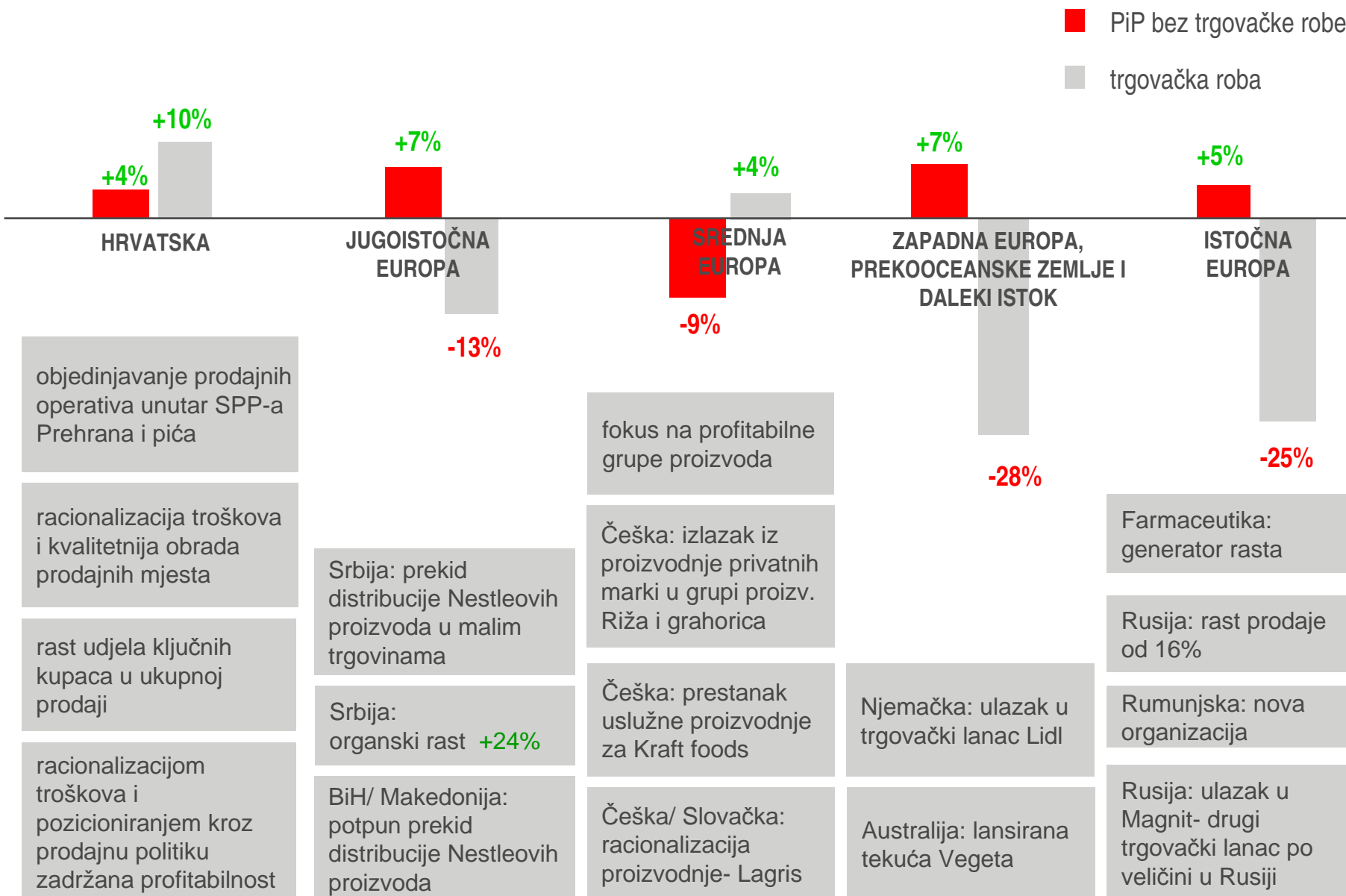
10. srpnja 2007., Koprivnica

2006.

Poslovanje Grupe Podravka u 2006.

- organski rast
- marketinške aktivnosti
- investicije
- rast kroz akvizicije
- razvoj novih proizvoda
- optimizacija proizvodnog portfelja
- istek ugovora o distribuciji Nestléovih proizvoda
- rast bruto marže
- restrukturiranje poslovanja

Organski rast prodaje Prehrane i pića u 2006.



Novi proizvodi pod brandom Podravka u 2006.



Gotova jela lansirana
u veljači 2006.



Dok pročitaš najnovije vijesti
RUČAK JE GOTOV



Kada želiš nešto brzo i kuhano
Podravka gotova jela najukusniji su
izbor. Jednostavna su za pripremu i
gotova u trenu.

Pripremi ih brzo i uživaj polako.



Gotovi umaci
lansirani u lipnju
2006.



Tortilja čips i dip
lansirani u
studenom 2006.



Džemovi extra
lansirani u studenom
2006.



Sjeckana rajčica
lansirani u veljači
2006.



Novi proizvodi pod brandom Vegeta u 2006.



Vegeta pikant lansirana u rujnu 2006.



Tekuća Vegeta lansirana na tržište Australije u svibnju 2006.



- Porast prodaje od 34% u dodacima jelima u 2006.
- Povećanje tržišnog udjela na ukupnom tržištu dodataka jelima s 22% na 29%



Novi proizvodi pod brandom Lino i Čokolino u 2006.



Lino®

Lino dječja hrana
s probiotikom
lansirana u srpnju
2006.



Čokolino®

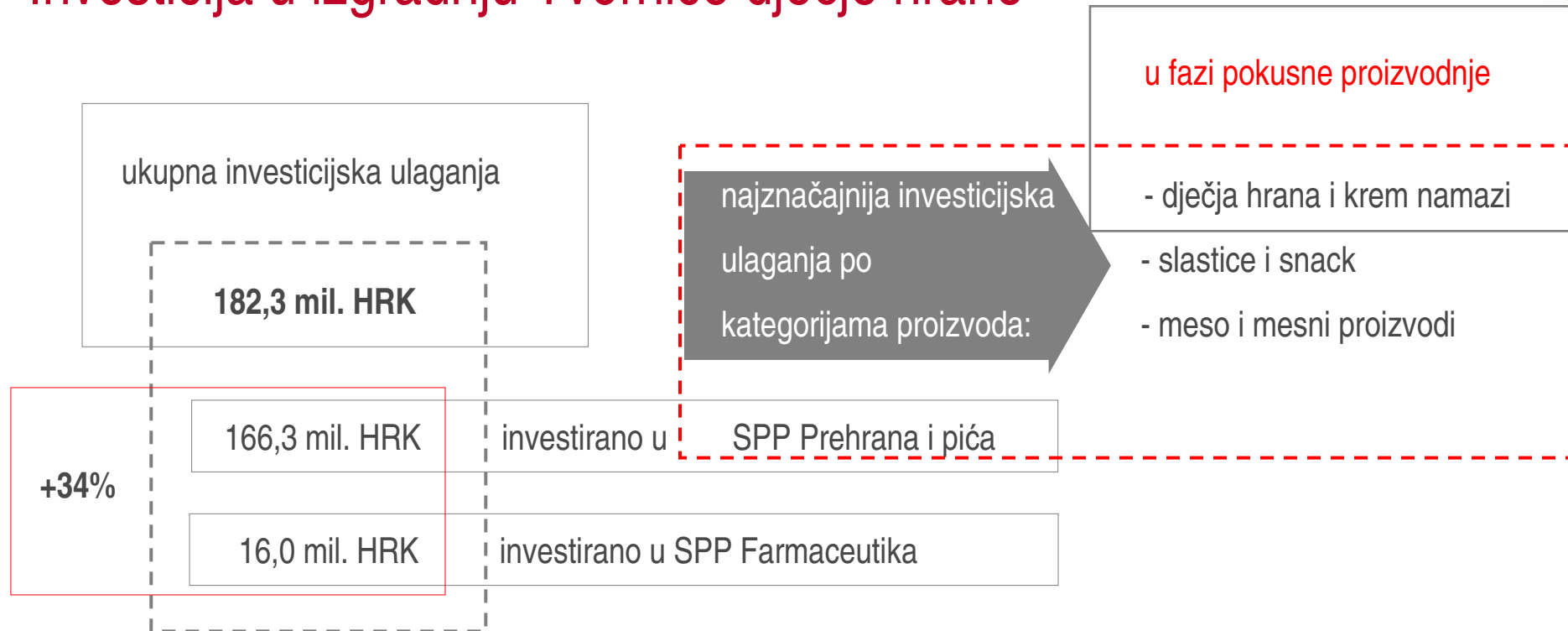


Čokolino kremni
namaz lansiran u
rujnu 2006.



Čokolino žitarice
lansirane u veljači
2006.

Investicija u izgradnju Tvornice dječje hrane



Eva u proizvodnom portfelju Podravke



jedan od najprihvaćenijih brandova ribljih konzervi u Hrvatskoj i jugoistočnoj Europi (istraživanje GfK)



među prvim brandovima prema prepoznatljivosti, korištenju i omiljenosti u kategoriji sardina na tržištima Hrvatske i jugoistočne Europe (istraživanje GfK)



kategorija s velikim potencijalom širenja asortimana novim proizvodima



od 2007.godine prodaja asortimana pod brandom Eva iskazuje se unutar Podravka marki

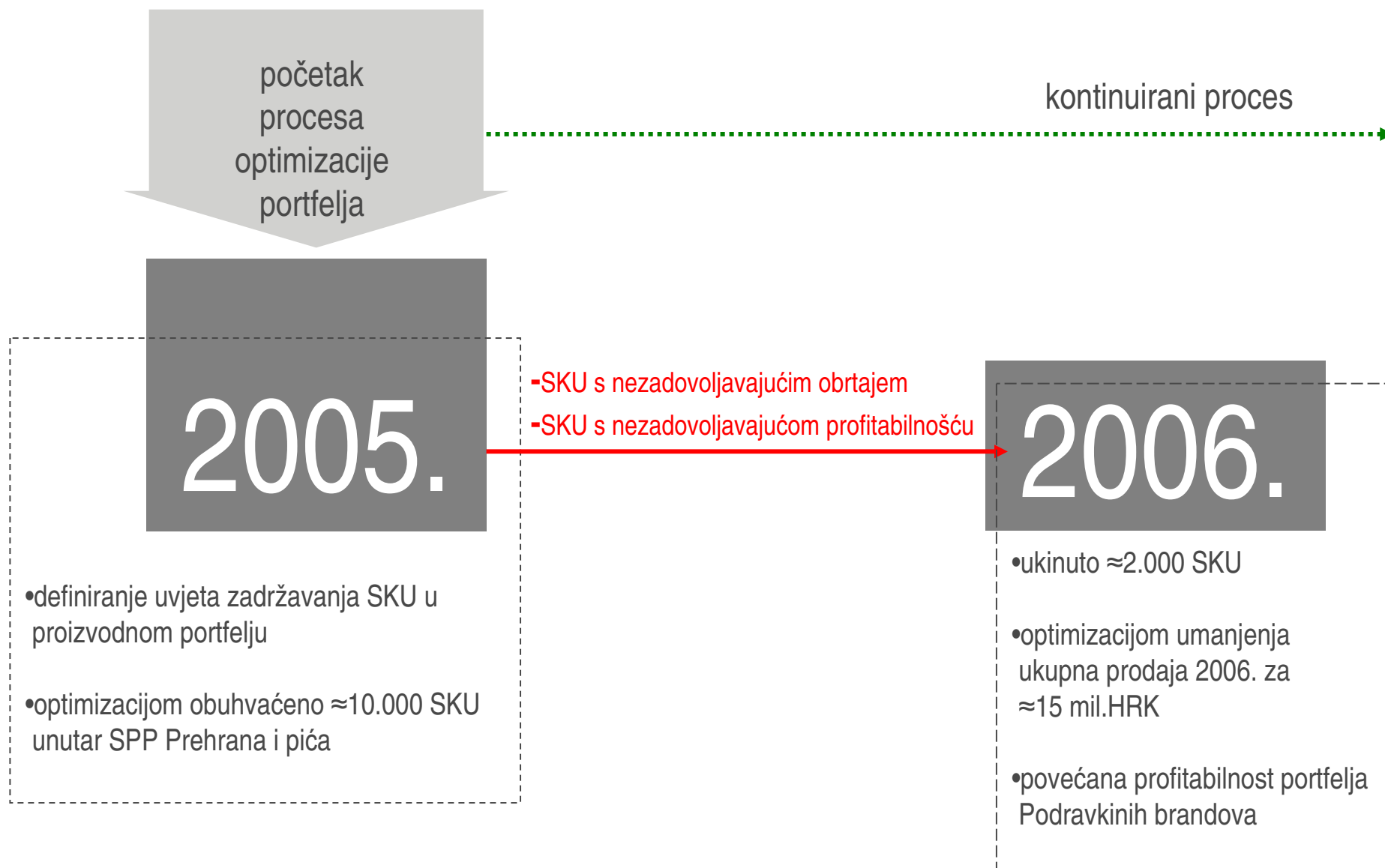
Sardina



Tuna



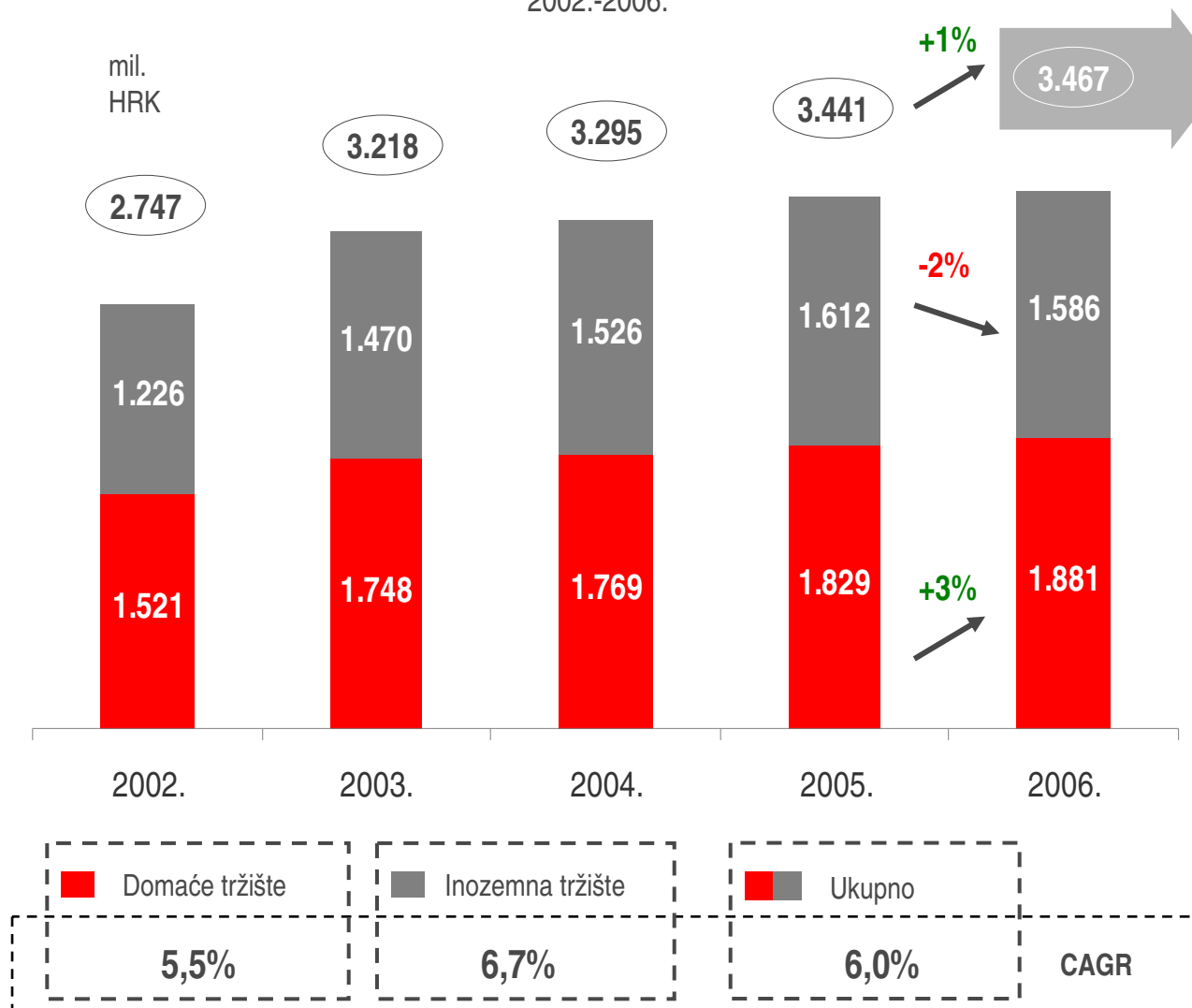
Optimizacija proizvodnog portfelja (SKU-a)



Prodaja Grupe Podravka u 2006.

Rast prodaje na domaćem i inozemnom tržištu

2002.-2006.



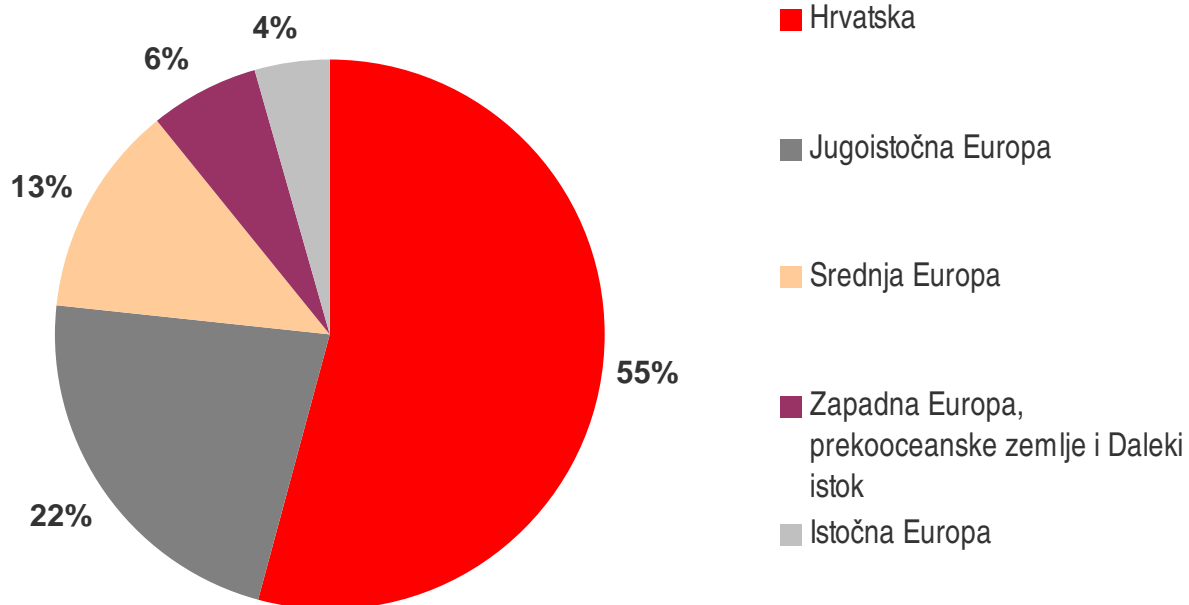
-ukupan pad prodaje trgovačke robe od **21 mil. HRK** u potpunosti je nadomješten organskim rastom

-grupe proizvoda Podravka marki s najvećim rastom prodaje:

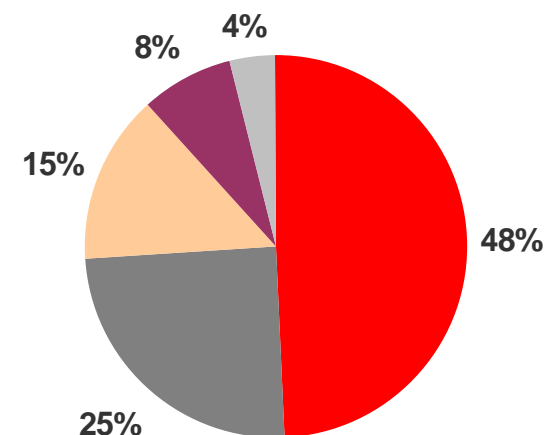
- Dječja hrana, slastice i snack 7%
- Meso i mesni proizvodi 5%
- Podravka jela 4%
- Voće i povrće 4%

Struktura prodaje po tržištima

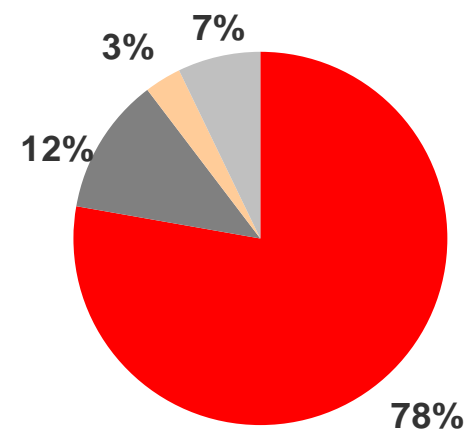
Struktura prodaje Grupe Podravka
prema tržištima



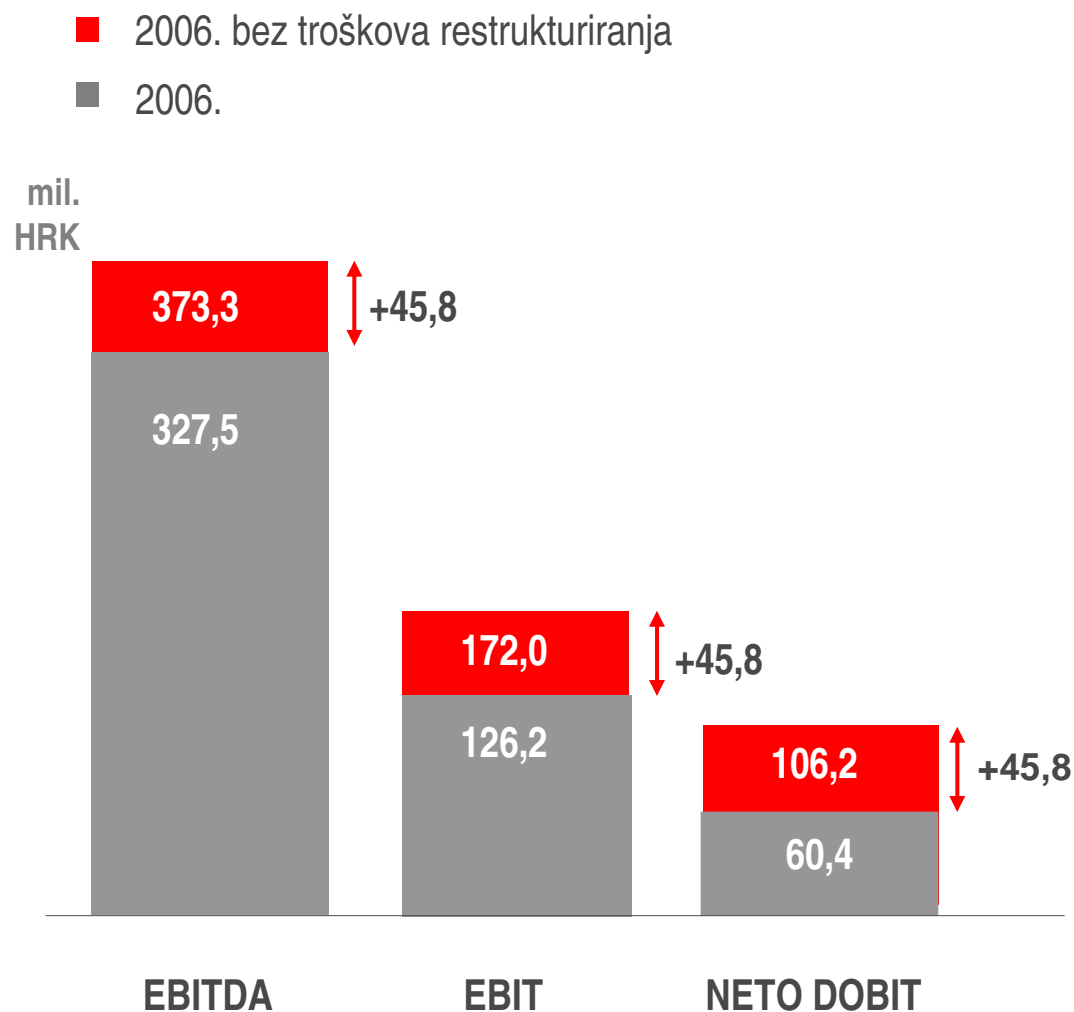
Struktura prodaje Prehrane i pića prema
tržištima



Struktura prodaje Farmaceutike prema
tržištima



Proces restrukturiranja u 2006.



Uprava donijela odluku o nastavku procesa izdvajanja dijelova kompanije koji se bave neosnovnom djelatnošću

Izdvajanje Koprivničke tiskarnice d.o.o.

Spajanje poduzeća u Poljskoj

Potpisan novi Kolektivni ugovor

Otpremnine

Interna preraspodjela zaposlenika s ciljem smanjenja zapošljavanja sezonskih/povremenih zaposlenika

Rezultati poslovanja bez utjecaja troškova restrukturiranja

Grupa Podravka	Rezultati bez utjecaja troškova restrukturiranja			Izvještajni rezultati		
	2006.	2005.	06./05.	2006.	2005.	06./05.
Prodaja	3.467,5	3.441,4	1%	3.467,5	3.441,4	1%
Bruto dobit	1.351,2	1.336,9	1%	1.351,2	1.336,9	1%
EBITDA	373,3	315,9	18%	327,5	308,5	6%
EBIT	172,0	92,9	85%	126,2	85,5	48%
Neto dobit	106,2	70,0	52%	60,4	62,6	-4%
Bruto marža %	39,0	38,8	12 bp	39,0	38,8	12 bp
EBITDA marža %	10,8	9,2	159 bp	9,4	9,0	48 bp
EBIT marža %	5,0	2,7	226 bp	3,6	2,5	116 bp
Neto marža %	3,1	2,0	103 bp	1,7	1,8	-8 bp

Predložena dividenda za 2006.

ukupno dionica 5.420.003

- trezorske dionice (03.07.2007.) 18.206

dionice s pravom isplate dividende 5.401.797

predložena dividenda 5,00 HRK

iznos dividende

27.008.985 HRK

isplatit će se do 31.12.2007.

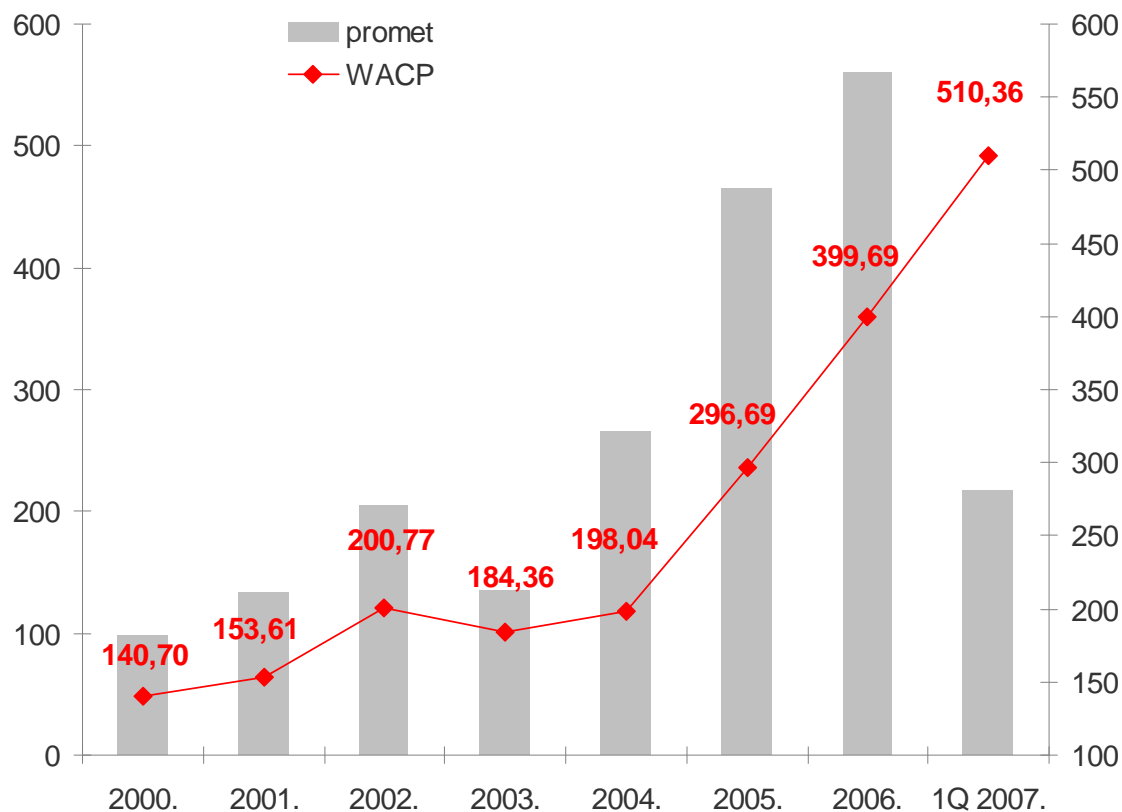
Preostala tekuća dobit

3.464.892HRK

Ostale rezerve

23.544.093 HRK

Kretanje prometa i cijene PODR-R-A


31.12.2006.

Zadnja cijena (HRK)	470,01
Tržišna kapit. (mil. HRK)	2.547,5
12 mjeseci max / min (HRK)	495 / 315,01
12 mjeseci promet (mil. HRK)	671,8
Prosječni dnevni promet (mil. HRK)	2,69
Free float (%)	73

POKAZATELJI

	2006.	2005.
EPS	11,2	11,7
P/E	41,8	27,1
BVPS	322,3	354,5
P/B	1,5	0,9
P/S	0,7	0,5

WACP	2005.	2006.	promjena
	296,69 HRK	399,69 HRK	+35%

2007.

Rezultati poslovanja Grupe u 1. kvartalu 2007.

u milijunima HRK

GRUPA PODRAVKA				Prehrana i pića			Farmaceutika		
	1.-3. 2007.	1.-3. 2006.	promjena	1.-3. 2007.	1.-3. 2006.	promjena	1.-3. 2007.	1.-3. 2006.	promjena
Prihodi od prodaje	716,6	758,2	-5%	594,9	635,8	-6%	121,7	122,4	-1%
Bruto dobit	301,2	295,5	2%	231,1	226,8	2%	70,1	68,7	2%
EBITDA	76,4	78,9	-3%	54,7	52,7	4%	21,7	26,2	-17%
EBIT	30,5	25,0	22%	18,8	10,0	88%	11,7	15,0	-22%
Neto dobit	15,0	16,2	-8%	8,1	6,8	19%	6,9	9,4	-27%
Marže profitabilnosti									
Bruto marža	42,0	39,0	300 bp	38,8	35,7	310 bp	57,6	56,2	140 bp
EBITDA marža %	10,7	10,4	30 bp	9,2	8,3	90 bp	17,9	21,4	-350 bp
EBIT marža %	4,3	3,3	100 bp	3,2	1,6	160 bp	9,6	12,3	-270 bp
Net marža %	2,1	2,1	0 bp	1,4	1,1	30 bp	5,6	7,7	-210 bp

Nagrade i priznanja

Veljača 2007.



Reputation Institute proglasio je Podravku najuglednijom tvrtkom u Hrvatskoj u 2006. godini, a svojim rezultatom- Reputation Institute Score, zauzela je 21. mjesto na globalnoj ljestvici najuglednijih tvrtki.



Superbrand Rusija 2006. - Vegeta u Rusiji drugi put uzastopce dobila nagradu Superbrand.

Ožujak 2007.



Partners for Financial Stability (PFS) Program
www.pfsprogram.org

Prema istraživanju Zagrebačke škole ekonomije i menagementa (ZŠEM) u suradnju s East-West Management Institutom, Podravka je među najbolje ocijenjenim hrvatskim kompanijama u kvaliteti izvještavanja investitorske javnosti i izvještavanju o društvenoj odgovornosti kompanije.



Svibanj 2007.



Priznanje Superbrand Hrvatska dobili najpoznatiji Podavkini brandovi: Podravka, Vegeta, Čokolino i Fini- Mini



Nagradu Cropak za najbolju ambalažu dobila je Eva u kategoriji serije hrvatskih proizvoda. Ovu nagradu, od 2004. dodjeljuju Institut za ambalažu i tiskarstvo, stručni časopis Ambalaža i tvrtka Tectus.

Warzywko i Perfecta



poljska Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja
odobrila Podravki akviziciju branda Warzywko i
Perfecta



Warzywko- poljski brand za univerzalne i specijalne
dodatke jelima i bujone



Perfecta- brand u Rusiji, Ukrajini i Rumunjskoj za
univerzalne dodatke jelima



akvizicijom Warzywka Podravka će ojačati leadersku
poziciju na poljskom tržištu dodataka jelima



akvizicijom Warzywka Podravka će ući u “medium
price” segment na tržištu Poljske te proširiti bazu i
profil potrošača

Warzywko



Perfecta



Akvizicija branda Lero



Podravka kupila brand Lero kojim će ojačati tržišnu poziciju u kategoriji bezalkoholnih napitaka



ovom akvizicijom Podravka proširuje postojeći asortiman na kategoriju juiceva, nektara, sirupa i drugih sokova pakiranih u modernoj i tehnološki naprednoj ambalaži



uvođenjem asortimana pod markom Lero u postojeću prodajnu infrastrukturu Podravka će ostvariti troškovnu sinergiju u području prodaje i distribucije



Podravka je kupnjom Lera preuzela i ugovorne obveze o uslužnoj proizvodnji prema trećim osobama- Cockte, Orange i dr. marki iz kategorije bezalkoholnih napitaka

Voćni sirup



Voćni sokovi



Osvježavajuća bezalkoholna pića



Prodaja Grupe Podravka u 1. kvartalu 2007.

Karakteristike prodaje

Grupa Podravka

Prodaja Grupe 717 mil.HRK

Promjena (07/06) -5%

Organski rast

Podravka marke 473 mil.HRK

Promjena (07/06) +3%

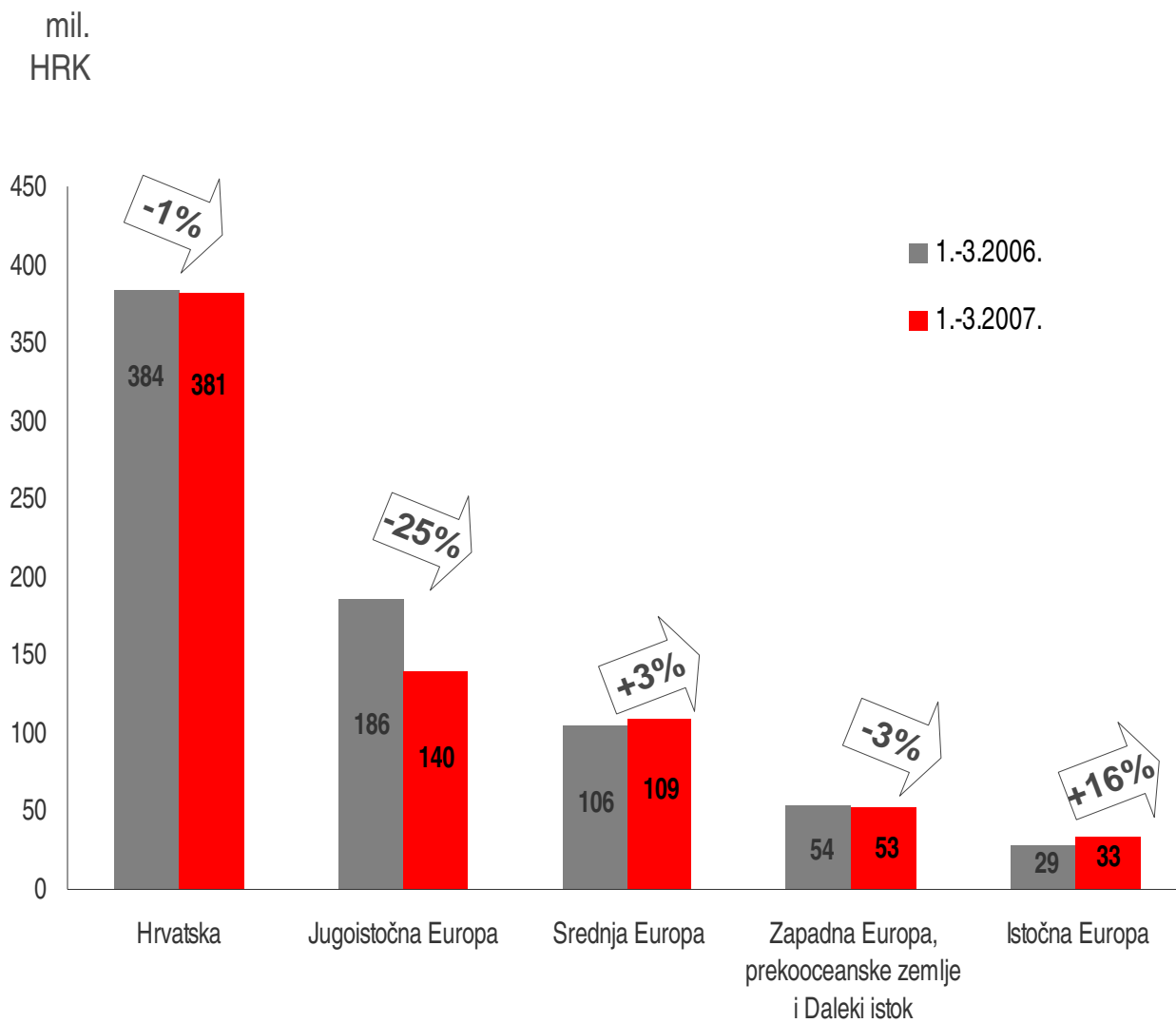
Trgovačka roba 70 mil.HRK

Promjena (07/06) -46%

Farmaceutika 122 mil.HRK

Promjena (07/06) -1%

Prodaja Grupe Podravka po tržištima

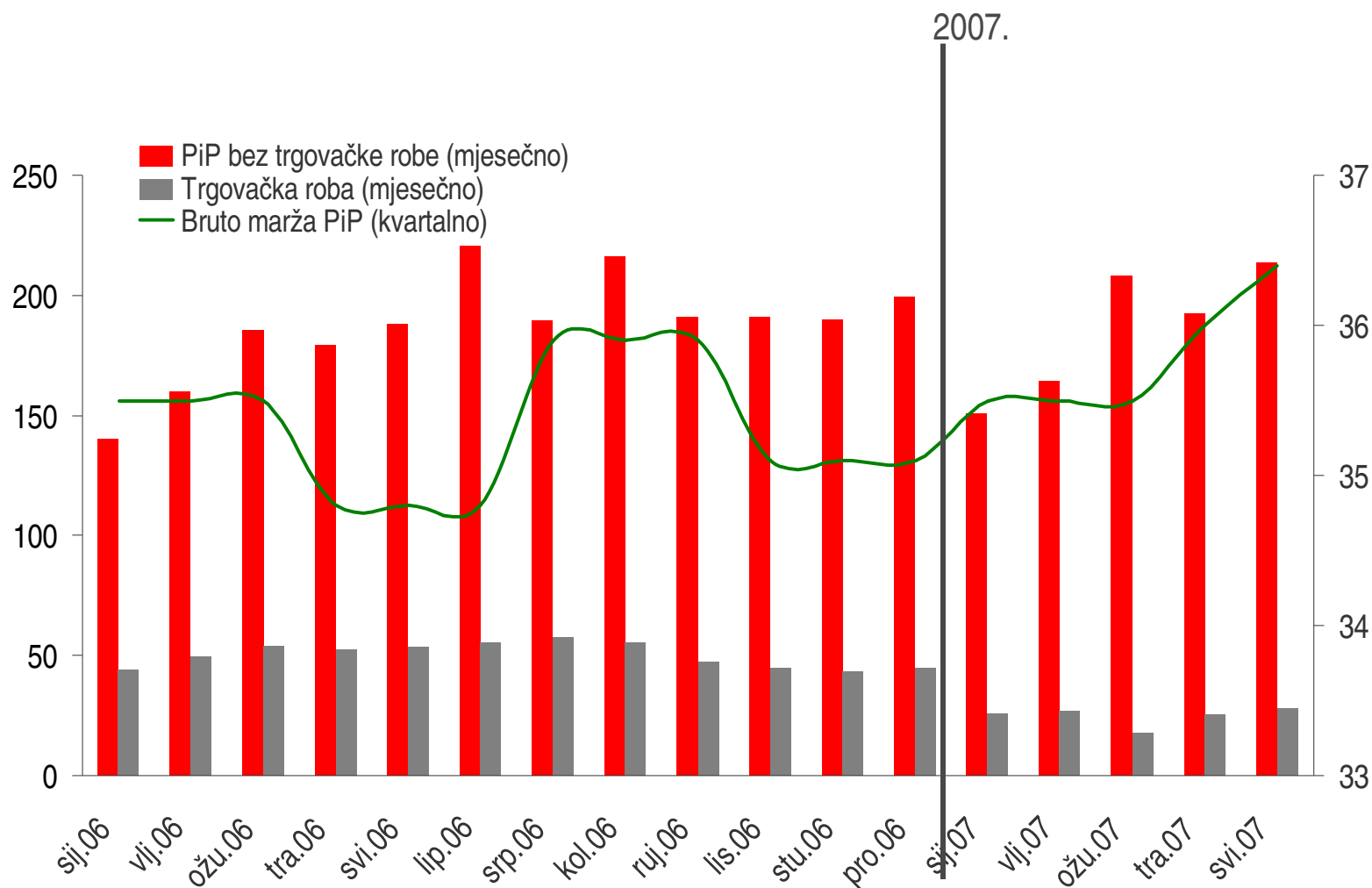


Pozitivno kretanje profitabilnosti Prehrane i pića

Kretanje prodaje i profitabilnosti Prehrane i pića

prodaja
mil.HRK

bruto
marža %



Utjecaj na rezultat poslovanja u 2007.

POSLOVNI PROCESI	UTJECAJ (dinamika)	UTJECAJ NA RDG
pad prodaje Grupe obzirom na pad prihoda od trgovačke robe	do kraja 2009.	■ prodaja / ↑ bruto marža
restrukturiranje	do kraja 2008.	↑ G&A troškovi / ↓ neto dobit
optimizacija proizvodnog portfelja	kontinuirano	↑ bruto marža / ↑ EBIT
ulaganje u istraživanje i razvoj	kontinuirano	↑ R&D troškovi / ↓ EBIT
investicije u marketing	kontinuirano	↑ prodaja / ↓ EBIT
akvizicija brandova	kontinuirano	↑ prodaja / ↑ EBIT

Promjene u Nadzornom odboru Podravke

NADZORNI ODBOR	
postojeći članovi Nadzornog odbora	novoizabrani članovi Nadzornog odbora
Marko Ećimović Boris Hmelina Goran Gazivoda Milan Artuković Ksenija Horvat Franjo Maletić	Josip Pavlović Dražen Sačer Damir Felak Dubravko Štimac Mladen Vedriš -predsjednik NO
6 članova	5 članova
11 članova	

Promjene u srednjem menadžmentu


SREDNJI MENADŽMENTU 06/07	
Pavel Pichler- Direktor tržišta, Češka, ožujak '06	
Zoran Stoilkovski- Direktor prodaje, Makedonija, kolovoz '06	
Cristina D.Saracu- Direktor tržišta, Rumunjska, listopad '06	
Tim Bowen- Direktor prodaje, Australija i Daleki istok, listopad '06	
Michal Jung- Direktor marketinga, Poljska, siječanj '07	
Radim Kratochvil- Direktor prodaje, Češka, siječanj '07	
Sonja Zarubica- Direktor marketinga, Crna Gora, lipanj '07	

Strategija restrukturiranja

Tri prioriteta strateškog restrukturiranja do 2011.god.



Kako ostvariti strateške prioritete?

 Ciljevi za 2011.god.

5 mlrd HRK

EBIT: 9%

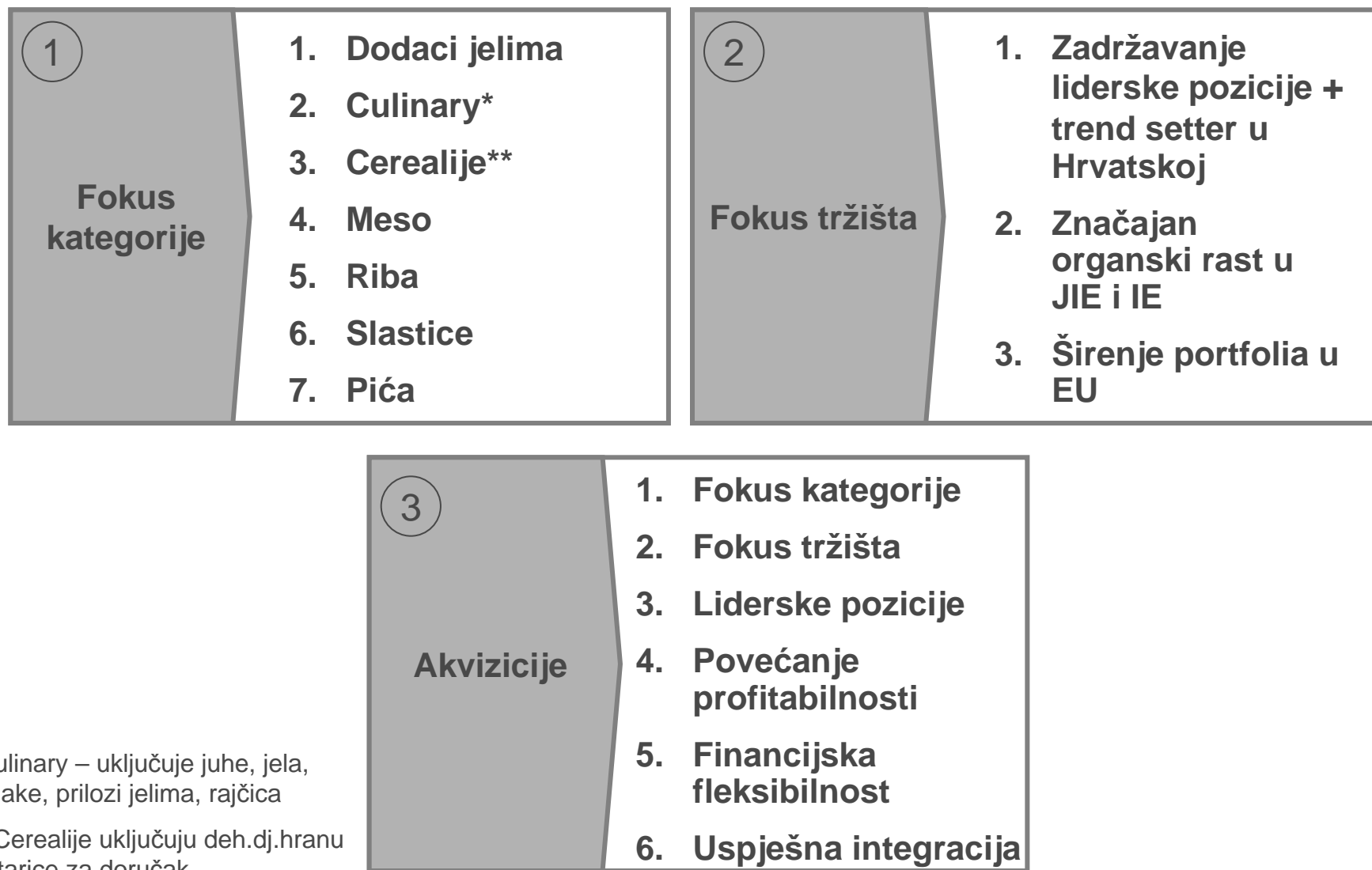
ROA cilj 4%

1 Strategija profitabilnog rasta	2 Podizanje profitabilnosti i konkurentnosti	3 Efikasnost upotrebe kapitala
Organski rast	Akvizicije	Proizvodnja
	Admini-stracija	Prodaja, Distribucija + Logistika
		Smanjenje obrtnog kapitala
		Kapitalizacija imovine

**UPRAVLJANJE PROCESIMA – CPM POTPORNI PROGRAM RESTRUKTURIRANJA
“CORPORATE PERFORMANCE MANAGEMENT”**

Program “Rast” s pripadajućim projektima

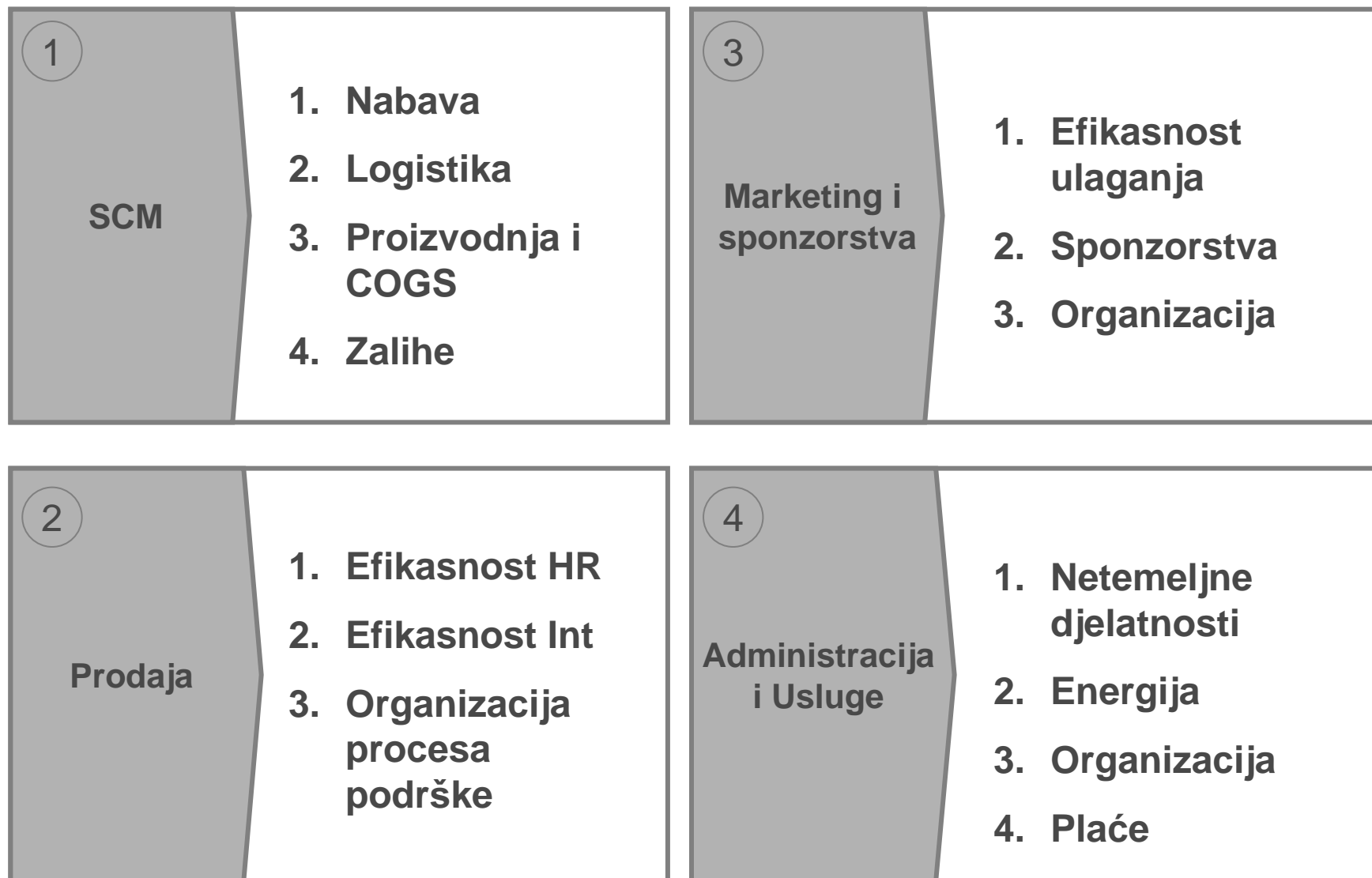
Srpanj 2007.



*Culinary – uključuje juhe, jela, umake, prilozi jelima, rajčica

** Cerealije uključuju deh.dj.hranu i žitarice za doručak

Program "Profitabilnost" s pripadajućim projektima



Program “Kapitalizacija imovine” s pripadajućim projektima



Kompanija sa srcem



www.podravka.com