

## **PODRAVKA GRUPA**

*Objava rezultata poslovanja za 2007. godinu*

## Glavna obilježja i događaji Podravka Grupe u 2007. godini

1. Prodaja Podravka marki iznosila je 2.256,5 mil. HRK i predstavlja rast od 8% u odnosu na 2006. Na tržištu Hrvatske Podravka marke ostvarile su rast prodaje od 7% dok su na inozemnim tržištima ostvarile rast prodaje od 9%.
2. Prodaja trgovačke robe iznosila je 296,4 mil. HRK te je zabilježila pad od 45% na što je najviše utjecao pad prodaje trgovačke robe na tržištu jugoistočne Europe (82%). Negativni utjecaj pada prodaje trgovačke robe na ukupnu prodaju tržišta jugoistočne Europe ublažen je rastom prodaje Podravka marki od 13%, gdje su tom rastu najviše pridonijeli rast na tržištu Srbije (35%) i BiH (13%).
3. Nastavkom procesa optimizacije proizvodnog portfelja i smanjenjem troškova prodanih proizvoda razina bruto marže povećana je za 230 bp u odnosu na 2006.
4. Nastavak restrukturiranja odrazio se na pad EBIT marže za 90 bp.
5. Neto marža pala je za 120 bp uslijed većih rashoda od kamata po kreditima i izostanka prihoda od tečajnih razlika po kreditima.
6. Marke Warzywko i Lero uspješno su integrirane u proizvodni portfelj Podravka marki.
7. Ukupna vrijednost investicijskih ulaganja i akvizicija iznosi 291,4 mil. HRK .
8. Sklopljen ugovor o poslovnoj suradnji između Podravke i tvrtke Microsoft prema kojem je riješeno pitanje licenciranja Microsoftovih platformskih proizvoda za sva poduzeća Grupe Podravka koja se nalaze u osamnaest zemalja svijeta.
9. Sklopljen ugovor o poslovnoj suradnji između Podravke, Gastro Grupe i Nacionalne udruge obiteljskih i malih hotela prema kojem će se unaprijediti status Podravkinih proizvoda u hotelsko - ugostiteljskim objektima članovima Nacionalne udruge obiteljskih i malih hotela posredstvom distribucije Gastro Grupe.
10. Sklopljen ugovor o petogodišnjoj suradnji Podravke i SMS-a prema kojem Podravka preuzima prodaju i distribuciju SMS-ovih proizvod. Širenje suradnja Podravke i SMS-a sklapanjem ugovora o suradnji na zajedničkom razvoju prehrambenih proizvoda.
11. Započela proizvodnja proizvoda pod markama Lino i Čokolino u novoj Tvornici dječje hrane.
12. Uspješnim završetkom projekta uvođenja halal standarda u proizvodnju Podravkine mesne industrije i Tvornice koktel peciva, halal certifikatom obuhvaćeni su Podravkini proizvodi na osnovi junećeg, govetskog i peradskog mesa te segment prašaka za mliječne pudinge.
13. Istek petogodišnjeg ugovor između Podravke i Nestléa prema kojem je Podravka distribuirala dio Nestléovog asortimana na tržištu Hrvatske od 2002. godine.

## Napomena

Zbog fokusiranja na najsnažnije Podravkine marke, optimizacije proizvodnog portfelja, interne promjene u načinu praćenja prodaje Podravkinih marki te zbog nedavne kupnje marki Eva, Warzywko, Perfecta i Lero, došlo je i do promjene u načinu izvještavanja javnosti.

Od prvog kvartala 2007. o prodaji izvještavamo kroz sljedeće grupe proizvoda:

### SPP "Prehrana i pića"

#### 1. Podravka marke

- a. Dodaci jelima
- b. Podravka jela – uključuju sljedeće grupe proizvoda iz prijašnje klasifikacije: Podravka jela, Voće i povrće, Rižu, grahorice i ost. proizvode te proizvode Mlina i Pekare
- c. Dječja hrana, slastice i snack
- d. Mesni program i riblje konzerve – uključuje mesni program iz prijašnje klasifikacije te novokupljenu marku Eva - riblje konzerve
- e. Pića

#### 2. Trgovačka roba

#### 3. Ostalo (Prehrana i pića)

### SPP "Farmaceutika"

### SPP "Usluge"

Sukladno navedenim reklasifikacijama usporedno je prikazana prodaja 2006. i 2007. godine.

## Izjava o odricanju od odgovornosti

*Ova objava sadrži određene izjave o budućim događajima u vezi s financijskim stanjem, rezultatima aktivnosti i poslovanjem Podravka Grupe. Te izjave o budućnosti predstavljaju očekivanja ili mišljenja Društva o budućim događajima uključuju poznate i nepoznate rizike te nesigurnosti koje bi mogle uzrokovati da se stvarni rezultati, učinak ili događaji bitno razlikuju od onih izraženih ili pretpostavljenih u tim izjavama.*

## Prihodi od prodaje po strateškim poslovnim područjima

u mil. HRK

Red. br.	SPP	2007.		2006.		Indeks 2:4
		Iznos	%	Iznos	%	
0	1	2	3	4	5	6
1.	Prehrana i pića	2.810,6	81,9	2.852,1	82,2	99
2.	Farmaceutika	614,3	17,9	605,1	17,5	102
3.	Usluge	6,9	0,2	10,3	0,3	67
<b>Ukupno</b>		<b>3.431,8</b>	<b>100,0</b>	<b>3.467,5</b>	<b>100,0</b>	<b>99</b>

Na razini Grupe ostvareni su ukupni poslovni prihodi u iznosu od 3.521,6 mil. HRK od čega su prihodi od prodaje iznosili 3.431,8 mil. HRK i manji su za 1% u odnosu na 2006. godinu.

Prodaja SPP Prehrana i pića iznosila je 2.810,6 mil. HRK odnosno 82% prodaje Grupe i u odnosu na 2006. zabilježila je pad prodaje od 1%. Na ostvarenu razinu prodaje SPP Prehrana i pića utjecao je pad prodaje trgovačke robe na inozemnim tržištima (-81%) uz istovremeni snažan rast Podravka marki zabilježen na domaćem (7%) i inozemnim tržištima (9%). Prekidom distribucije Nestléovih proizvoda na tržištima BiH, Makedonije i Srbije, relativni udjel trgovačke robe u prodaji Grupe pao je s 16% u 2006. na 9% u 2007. godini. Pad prodaje SPP Prehrana i pića od 7% na inozemnim tržištima gotovo je u cijelosti nadoknađen rastom prodaje SPP Prehrana i pića na tržištu Hrvatske od 5% temeljem rasta prodaje Podravka marki.

SPP Farmaceutika ostvarilo je prodaju od 614,3 mil. HRK što predstavlja rast od 2% u odnosu na 2006. godinu. Pad prodaje SPP Farmaceutika na tržištu Hrvatske (1%) rezultat je pada prodaje lijekova na recept od 4% uslijed kontinuiranih korekcija (smanjenja) cijena lijekova s liste HZZO-a, dok su bezreceptni proizvodi na domaćem tržištu zabilježili rast od 24%. Na inozemnim tržištima SPP Farmaceutika zabilježilo je prodaju od 148,1 mil. HRK što predstavlja rast prodaje tog tržišta od 10%. Rast prodaje inozemnih tržišta generiran je rastom prodaje lijekova na recept od 8% i rastom prodaje bezreceptnih proizvoda od 48%. Najveći rast prodaje na inozemnim tržištima ostvarilo je tržište Rusije (36%).

SPP Usluge u promatranom razdoblju ostvarilo je prodaju od 6,9 mil. HRK te u ukupnoj prodaji Grupe sudjeluje tek s 0,2%.

## Prihodi od prodaje po grupama proizvoda

Red. br.	GRUPA PROIZVODA	u mil. HRK				
		2007.		2006.		Indeks 2:4
0	1	Iznos	%	Iznos	%	6
		2	3	4	5	
<b>1.</b>	<b>Podravka marke</b>	<b>2.256,5</b>	<b>65,7</b>	<b>2.087,6</b>	<b>60,2</b>	<b>108</b>
	Dodaci jelima	666,0	19,4	639,0	18,4	104
	Podravka jela	649,0	18,9	618,2	17,8	105
	Mesni program i riblje konzerve	443,3	12,9	387,8	11,2	114
	Dječja hrana, slastice i snack	309,1	9,0	288,4	8,3	107
	Pića	189,1	5,5	154,1	4,4	123
<b>2.</b>	<b>Trgovačka roba</b>	<b>296,4</b>	<b>8,6</b>	<b>537,1</b>	<b>15,5</b>	<b>55</b>
<b>3.</b>	<b>Ostalo (Prehrana i pića)</b>	<b>257,7</b>	<b>7,5</b>	<b>227,4</b>	<b>6,6</b>	<b>113</b>
<b>4.</b>	<b>Lijekovi</b>	<b>614,3</b>	<b>17,9</b>	<b>605,1</b>	<b>17,5</b>	<b>102</b>
<b>5.</b>	<b>Usluge</b>	<b>6,9</b>	<b>0,2</b>	<b>10,3</b>	<b>0,3</b>	<b>67</b>
	<b>Ukupno</b>	<b>3.431,8</b>	<b>100,0</b>	<b>3.467,5</b>	<b>100,0</b>	<b>99</b>

Unutar Podravka marki sve grupe proizvoda ostvarile su rast prodaje u odnosu na isto razdoblje prošle godine, što je rezultiralo ukupnim rastom Podravka marki od 8%. Organska prodaja Podravka marki- prodaja Podravka marki umanjena za prodaju marki Warzywko i Lero, zabilježila je rast od 6%.

Grupa proizvoda Dodaci jelima u promatranom razdoblju ostvarila je rast prodaje od 4%. Pad prodaje dodataka jelima (-2%) na domaćem tržištu nadoknađen je rastom te grupe proizvoda na inozemnim tržištima (6%) od čega je organskim rast dodataka jelima na inozemnim tržištima iznosio 3%. Podravka je u prvoj polovici godine kupila marku Warzywko i dodatno ojačala svoju leadersku poziciju na tržištu Poljske, najznačajnijem tržištu dodataka jelima. Rast prodaje dodataka jelima od 34% na tržištu Poljske generiran je snažnim (organskim) rastom marke Vegeta od 20%.

Podravka jela ostvarila su rast prodaje od 5% čemu doprinosi rast prodaje od 7% na tržištu Hrvatske i rast prodaje od 3% na inozemnim tržištima. Najveći rast prodaje Podravka jela od 6% zabilježen je na tržištu jugoistočne Europe uz najveći doprinos tržišta Srbije (29%).

Grupa proizvoda Mesni program i riblje konzerve ostvarila je rast prodaje od 14% generiran rastom prodaje na tržištu Hrvatske (7%) i tržištu jugoistočne Europe (44%). Uz rast Mesnog programa od 7%, ukupan rast ove grupe proizvoda baziran je i na snažnom rastu prodaje ribljih konzervi od 54%. Regionalno poznata marka ribljih konzervi- Eva, na tržištu Hrvatske ostvarila je rast prodaje od 39% dok je na tržištu jugoistočne Europe ostvarila rast prodaje od 61% temeljem rast na tržištu BiH (67%) i tržištu Srbije (56%).

Grupa proizvoda Dječja hrana, slastice i snack ostvarila je rast prodaje od 7% generiran rastom prodajom na tržištu Hrvatske (8%) i inozemnim tržištima (7%). Najveći porast prodaje unutar grupe Dječja hrana slastice i snack ostvarili su Slastice (16%), Čokolino namaza (8%) i Čokolino žitarice (34%). Uz tržište Hrvatske značajniji rast ove grupe ostvaren je na tržištu Srbije (34%) i BiH (10%).

Najveći relativni rast od 23% ostvaren je u grupi proizvoda Pića generiran prodajom marke Lero na domaćem tržištu. Podravka je kupnjom Lera ojačala svoju tržišnu poziciju u kategoriji bezalkoholnih napitaka proširenjem asortimana na kategorije juiceva, nektara, sirupa te drugih sokova. Na tržištu Hrvatske grupa proizvoda Pića ostvarila je rast prodaje od 18%, dok je prodaja na tržištu BiH porasla za 95% temeljem snažne prodaje kategorije Studena Ledeni čaj. Organski rast Pića u 2007. iznosio je 3%.

### Novi proizvodi u četvrtom kvartalu 2007. godine



#### Kelly's chips s okusom Vegete

Zajednička suradnja između Podravke i austrijske firme Kelly's rezultirala je projektom co-brandinga Vegete te Kelly's chipsa. Riječ je o ukusnom snacku s prirodnom aromom te posebnim dodirima Vegetine originalnosti. Proizvod je trenutno u fazi testiranja prodaje na tržištima Austrije i Slovenije.



#### Puding okus rum punč. Puding okus vrhnje karamel.

Novi kombinirani okusi Dolcela pudinga u sebi objedinjuju čari starinskih slastica i modernih vremena koja zahtijevaju laganu slasticu koja se priprema brzo i jednostavno. Kuhanje pudinga traje svega 1-2 minute, a ovisno o daljnjoj primjeni kuhanog pudinga ovisi vrijeme, način hlađenja, dodaci i ukršavanje.



#### Trostruka fantazija. Parfe fantazija. Bijela fantazija.

Dolcela višekomponentni proizvodi sadrže sve osnovne sastojke za pripremu kolača, olakšavaju njihovu pripremu i izvrsnog su okusa. Ova tri nova proizvoda karakterizira jednostavna i brza priprema bez pečenja.



#### Bijeli čaj

Poznat je kao čarobni sastojak "eliksira mladosti". Za njega se odabiru samo najfiniji i najmlađi listići i pupoljci još prekriveni tankim bijelim dlačicama biljke čajevac. Zbog svoje minimalne obrade i pomno birane selekcije listova i pupoljaka, izdvaja se od zelenog čaja, jer sadrži više polifenola - antioksidansa koji pomažu organizmu u borbi protiv slobodnih radikala.

## Prihodi od prodaja Podravka Grupe po tržištima

u mil. HRK

Red. br.	TRŽIŠTA	2007.		2006.		Indeks 2:4
		Iznos	%	Iznos	%	
0	1	2	3	4	5	6
1.	Hrvatska	1.937,7	56,4	1.880,8	54,2	103
2.	Jugoistočna Europa	640,2	18,7	778,7	22,5	82
3.	Srednja Europa	459,9	13,4	434,8	12,5	106
4.	Zapadna Europa, prekooceanske zemlje i Daleki istok	226,4	6,6	221,9	6,4	102
5.	Istočna Europa	167,6	4,9	151,3	4,4	111
<b>Ukupno</b>		<b>3.431,8</b>	<b>100,0</b>	<b>3.467,5</b>	<b>100,0</b>	<b>99</b>

Tržište Hrvatske ostvarilo je prodaju od 1.937,7 mil. HRK što čini 56% ukupne prodaje Podravka Grupe i porast prodaje od 3% u odnosu na 2006. godinu. Rast prodaje Podravka marki od 7% na tržištu Hrvatske generiran je rastom prodaje svih grupa proizvoda izuzev Dodataka jelima čija prodaja je ostvarila pad od 2%. Na domaćem tržištu pad je zabilježila i prodaja trgovačke robe (-14%), a obzirom na istek ugovora o distribuciji Nestléovih proizvoda (na tržištu Hrvatske) s kraja 2007. u budućem razdoblju očekuje se daljnje smanjenje prodaje trgovačke robe na domaćem tržištu. SPP Prehrana i pića na tom tržištu uvećalo je prodaju za 5% u odnosu na 2006. godinu.

SPP Farmaceutika ostvarilo je 76% prodaje na hrvatskom tržištu i u promatranom razdoblju ostvarilo je pad prodaje od 1%. Znatian dio prodaje SPP Farmaceutike na tržištu Hrvatske baziran je na prodaji receptnih lijekova čija je vrijednosna prodaja podložna promjenama (smanjenju) cijene lijekova na listi Hrvatskog zavoda za zdravstveno osiguranje. Prodaja bezreceptnih proizvoda na tržištu Hrvatske ostvarila je rast od 24%.

Uz očekivani pad prodaje trgovačke robe na inozemnim tržištima od 81%, ukupno gledano, inozemna tržišta ostvarila su prodaju u iznosu od 1.494,1 mil. HRK što predstavlja pad od 6%. Utjecaj pada prodaje trgovačke robe na inozemnim tržištima djelomično je pokriven rastom prodaje Podravka marki od 9% i rastom prodaje SPP Farmaceutika od 10%. Na inozemnim tržištima najveći rast Podravka marki ostvaren je na tržištu jugoistočne Europe (13%) i tržištu srednje Europe (11%).

Od inozemnih tržišta najveći rast ukupne prodaje ostvaren je na tržištu istočne Europe (11%) čemu najviše pridonosi rast prodaje SPP Farmaceutike od 38%. Najveći rast prodaje SPP Farmaceutike ostvaren je na tržištu Rusije (36%) i to najvećim dijelom prodajom lijekova iz skupine dermatika.



## Struktura operativnih troškova

Red. br.	TROŠAK	u mil. HRK				
		2007.		2006.		Indeks 2:4
		Iznos	%	Iznos	%	
0	1	2	3	4	5	6
1.	Troškovi prodanih proizvoda	2.016,0	58,8	2.116,3	62,6	95
2.	Troškovi prodaje i distribucije	1.013,9	29,6	906,0	26,8	112
3.	Opći i administrativni troškovi	398,4	11,6	359,2	10,6	111
<b>Ukupno</b>		<b>3.428,3</b>	<b>100,0</b>	<b>3.381,5</b>	<b>100,0</b>	<b>101</b>

Operativni troškovi Podravka Grupe porasli su za 1% u odnosu na 2006. godinu, a njihova strukturalna promjena rezultat je unapređenja poslovnih procesa i restrukturiranja poslovanja Grupe.

Smanjenje troškova prodanih proizvoda od 5% rezultat je procesa centralizacije nabave, kontinuiranog provođenja optimizacije proizvodnog portfelja te pada udjela prodaje trgovačke robe u ukupnoj prodaji Grupe. Rast troškova prodaje i distribucije od 12% najvećim dijelom rezultat je većih marketinških ulaganja koja su u odnosu na prošlu godinu zabilježila rast od 13%. Povrat ulaganja u marketing novih, ali i postojećih proizvoda očituje se kroz rast prodaje Podravka marki, ali i rast njihova tržišnog udjela ili zadržavanje postojećeg na rastućim tržištima / kategorijama. Troškovi marketinga rast će u budućim razdobljima i zauzimati sve veći udjel u strukturi troškova prodaje i distribucije. Nastavkom procesa restrukturiranja porasli su opći i administrativni troškovi (11%), a najveći utjecaj na taj rast imali su troškovi otpremnina koji su za 40% veći u odnosu na 2006.

## Profitabilnost Podravka Grupe

Podravka Grupa	u mil. HRK		
	2007.	2006.	promjena (2/3)
	1	2	
Prihodi od prodaje	3.431,8	3.467,5	-1%
Bruto dobit	1.415,9	1.351,2	5%
EBITDA	255,8	327,5	-22%
EBIT	92,3	126,2	-27%
Neto dobit	18,3	60,4	-70%
Profitne marže %			
Bruto marža	41,3	39,0	230 bp
EBITDA marža	7,5	9,4	-190 bp
EBIT marža	2,7	3,6	-90 bp
Neto marža	0,5	1,7	-120 bp



Bruto marža Podravka Grupe porasla je za 230 bp u odnosu na 2006. i rezultat je rasta prodaje profitabilnijih proizvoda unutar grupe proizvoda Podravka marke (optimizacija proizvodnog portfelja) uz istovremeno smanjenja udjela niskoprofitabilne trgovačke robe u ukupnoj prodaji. Rast operativnih troškova u 2007. odrazio se na pad EBIT marže za 90 bp. Neto marža pala je za 120 bp i pod utjecajem je rasta troškova financiranja odnosno opterećena je većim rashodima od kamata po kreditima i negativnim tečajnim razlikama po kreditima.

### Profitabilnost prema strateškim poslovnim područjima

u mil. HRK						
SPP	Prehrana i pića			Farmaceutika		
	2007.	2006.	promjena (2/3)	2007.	2006.	promjena (5/6)
1	2	3	4	5	6	7
Prihodi od prodaje	2.810,6	2.852,0	-1%	614,3	605,1	2%
Bruto marža	1.038,4	1.000,3	4%	377,5	350,5	8%
EBITDA	106,2	143,0	-26%	149,6	184,2	-19%
EBIT	-23,6	-14,0	69%	115,9	139,9	-17%
Neto dobit	-60,5	-40,6	49%	78,9	100,7	-22%
Profitne marže						
Bruto marža	36,9	35,1	180 bp	61,5	57,9	360 bp
EBITDA marža %	3,8	5,0	-120 bp	24,4	30,4	-600 bp
EBIT marža %	-0,8	-0,5	-30 bp	18,9	23,1	-420 bp
Neto marža %	-2,2	-1,4	-80 bp	12,8	16,6	-380 bp

Na razini SPP Prehrana i pića procesom optimizacija proizvodnog portfelja testirana je profitabilnost i obrtaj svakog SKU-a (Stock-keeping Unit) te se njihov broj u dvije godine provođenja procesa prepolovio. Utjecaj tog procesa očituje se kroz kontinuirano poboljšanje profitabilnosti SPP Prehrana i pića na razini bruto marže koja je u odnosu na 2006. porasla za 180 bp. Na rast bruto marže utjecao je i pad troškova prodanih proizvoda, reduciran kroz unapređenje proizvodnih procesa i kroz proces centralizacije nabave. Operativna marža SPP Prehrana i pića bilježi pad od 30 bp uslijed rasta troškova prodaje i distribucije te rasta općih i administrativnih troškova (uključeni i troškovi restrukturiranja). Pad neto marže od 80 bp djelomično je rezultat rasta troškova financiranja koji su porasli 5% nakon provedenog akvizicijskog ciklus u razdoblju 2006./ 2007.

Rast bruto marže SPP Farmaceutika od 360 bp rezultat je blage strukturalne promjene prodaje odnosno rasta udjela visokoprofitabilnih bezreceptnih proizvoda u ukupnoj prodaji te značajnijih ušteda na razini troškova prodanih proizvoda (-7%). Bezreceptni proizvodi bilježi rast prodaje od 27% u odnosu na 2006. i predstavljaju prodaju koja nije podložna cjenovnim pritiscima HZZO-a. Pad operativne i neto marže u 2007. godini može se objasniti strukturom prošlogodišnje operativne dobiti koja je bila uvećana izvanrednim prihodima (izvanredni prihodi ostvareni pozitivnom presudom u sudskom sporu s Avenom d.o.o.).

Temeljem Zakona o računovodstvu Republike Hrvatske, Uprava je dužna osigurati da konsolidirani financijski izvještaji za svaku financijsku godinu budu pripremljeni u skladu s Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFI), koje objavljuje Odbor za Međunarodne računovodstvene standarde, tako da daju istinitu i objektivnu sliku financijskog stanja i rezultata poslovanja Podravka d.d. i ovisnih društava ("Grupa") za to razdoblje.

Nakon provedenih istraživanja, Uprava razumno očekuje da Grupa ima odgovarajuća sredstva za nastavak poslovanja u doglednoj budućnosti. Iz navedenog razloga, Uprava i dalje prihvaća načelo nastavka poslovanja pri izradi konsolidiranih financijskih izvještaja.

Pri izradi financijskih izvještaja Uprava je odgovorna:

- da se odaberu i potom dosljedno primjenjuju odgovarajuće računovodstvene politike;
- da prosudbe i procjene budu razumne i oprezne;
- da se primjenjuju važeći računovodstveni standardi, a svako materijalno značajno odstupanje obznani i objasni u konsolidiranim financijskim izvještajima; te
- da se konsolidirani financijski izvještaji pripreme po načelu nastavka poslovanja, osim ako je neprimjereno pretpostaviti da će Grupa nastaviti svoje poslovne aktivnosti.

Uprava je odgovorna za vođenje ispravnih računovodstvenih evidencija, koje će u bilo koje doba s prihvatljivom točnošću odražavati financijski položaj Grupe, kao i usklađenost s hrvatskim Zakonom o računovodstvu. Uprava je također odgovorna za čuvanje imovine Grupe, pa stoga i za poduzimanje razumnih mjera da bi se spriječile i otkrile pronevjere i ostale nezakonitosti.

Potpisao za i u ime Uprave:

Darko Marinac

Podravka d.d.

Ante Starčevića 32  
48 000 Koprivnica  
Republika Hrvatska

Zagreb, 31. ožujka 2008. godine

**IZVJEŠTAJ NEOVISNOG REVIZORA****Dioničarima Društva Podravka d.d.:**

Obavili smo reviziju konsolidiranih financijskih izvještaja društva Podravka d.d. ("Društvo") i ovisnih društava, Koprivnica ("Grupa") koji se sastoje od konsolidirane bilance na dan 31. prosinca 2007. godine, konsolidiranog računa dobiti i gubitka, konsolidiranog izvještaja o promjenama u vlasničkoj glavnici i konsolidiranog izvještaja o tijeku novca za godinu koja je tada završila, te sažetog prikaza značajnih računovodstvenih politika i bilježaka uz konsolidirane financijske izvještaje.

Reviziju konsolidiranih financijskih izvještaja Grupe za godinu koja je završila 31. prosinca 2006. godine obavio je drugi revizor koji je u svojem izvještaju od 29. ožujka 2007. godine izrazio mišljenje bez kvalifikacija o tim financijskim izvještajima.

*Odgovornost Uprave za konsolidirane financijske izvještaje*

Sastavljanje te objektivan prikaz konsolidiranih financijskih izvještaja u skladu s Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja potpadaju u djelokrug odgovornosti Uprave, a to obuhvaća: ustrojavanje, uspostavljanje i održavanje internih kontrola koje su relevantne za sastavljanje i objektivan prikaz konsolidiranih financijskih izvještaja bez materijalno značajnih pogrešaka u prikazu, bilo kao posljedica prijevare ili pogreške, odabir i primjenu odgovarajućih računovodstvenih politika te davanje računovodstvenih procjena primjerenih danim okolnostima.

*Odgovornost revizora*

Naša je odgovornost izraziti neovisno mišljenje o konsolidiranim financijskim izvještajima na temelju naše revizije. Reviziju smo obavili u skladu s Međunarodnim revizijskim standardima. Navedeni standardi nalažu da postupamo u skladu s etičkim pravilima te da reviziju planiramo i obavimo kako bismo se u razumnoj mjeri uvjerali da konsolidirani financijski izvještaji ne sadrže materijalno značajne pogreške u prikazu.

Revizija uključuje primjenu postupaka kojima se prikupljaju revizijski dokazi o iznosima i drugim podacima objavljenim u konsolidiranim financijskim izvještajima. Odabir postupaka zavisi od prosudbe revizora, uključujući i procjenu rizika materijalno značajnog pogrešnog prikaza konsolidiranih financijskih izvještaja, bilo kao posljedica prijevare ili pogreške. U procjenjivanju rizika, revizor procjenjuje interne kontrole koje su relevantne za sastavljanje te objektivno prezentiranje konsolidiranih financijskih izvještaja kako bi odredio revizijske postupke primjerene danim okolnostima, a ne kako bi izrazio mišljenje o učinkovitosti internih kontrola. Revizija također uključuje i ocjenjivanje primjerenosti računovodstvenih politika koje su primijenjene te značajnih procjena Uprave, kao i prikaza konsolidiranih financijskih izvještaja u cjelini.

Uvjereni smo da su revizijski dokazi koje smo prikupili dostatni i primjereni kao osnova za izražavanje našeg mišljenja.

**Audit • Tax • Consulting • Financial Advisory.**Member of  
**Deloitte Touche Tohmatsu**

## IZVJEŠTAJ NEOVISNOG REVIZORA (nastavak)

### *Značajke koje utječu na revizorsko mišljenje*

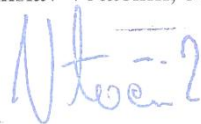
Kao što je navedeno u bilješci 20 uz konsolidirane financijske izvještaje, na dan 20. prosinca 2007. godine, Grupa je sklopila ugovor o prodaji imovine i o povratnom najmu iste imovine u okviru financijskog najma, u kojem je Grupa najmoprimac. Međunarodni računovodstveni standard 17 Najmovi („MRS 17“) nalaže da se u slučaju transakcija prodaje i povratnog najma u okviru financijskog najma, višak prihoda od prodaje iznad knjigovodstvenog iznosa imovine ne treba odmah priznati kao prihod u financijskim izvještajima prodavača-najmoprimca, nego se treba odgoditi i amortizirati tijekom razdoblja najma. Grupa je priznala cjelokupni prihod od prodaje imovine u trenutku sklapanja ugovora, što nije u skladu s MRS-om 17. Slijedom navedenog rezultat Grupe za godinu koja je završila na dan 31. prosinca 2007. godine je precijenjen za 42.925 tisuća kuna, a odgođeni prihodi budućeg razdoblja su podcijenjeni za isti iznos.

### *Mišljenje*

Po našem mišljenju, izuzev učinka činjenice navedene u prethodnom odjeljku, konsolidirani financijski izvještaji prikazuju objektivno, u svim materijalno značajnim odrednicama, financijski položaj Grupe na dan 31. prosinca 2007. godine, te rezultate njenog poslovanja i novčane tokove za godinu koja je tada završila u skladu s Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja.

**Deloitte d.o.o., Zagreb**

**Branislav Vrtačnik, ovlaštani revizor**



31. ožujka 2008. godine



# KONSOLIDIRANI RAČUN DOBITI I GUBITKA

(u tisućama kuna)

	2007.	2006.
Prihodi od prodaje	3.431.826	3.467.504
Troškovi sadržani u prodanim proizvodima	(2.015.956)	(2.116.279)
<b>Bruto dobit</b>	<b>1.415.870</b>	<b>1.351.225</b>
Prihodi od ulaganja	22.623	14.755
Ostali dobici, neto	67.189	27.196
Opći i administrativni troškovi	(398.369)	(359.245)
Troškovi prodaje i distribucije	(550.955)	(500.581)
Troškovi marketinga	(462.993)	(405.411)
Ostali rashodi	(1.108)	(1.731)
<b>Dobit iz redovnog poslovanja</b>	<b>92.257</b>	<b>126.208</b>
Troškovi financiranja	(58.340)	(50.059)
<b>Dobit prije poreza na dobit</b>	<b>33.917</b>	<b>76.149</b>
Porez na dobit	(15.581)	(15.788)
<b>Neto dobit</b>	<b>18.336</b>	<b>60.361</b>
<b>Zarada po dionici:</b>		
- osnovna	3,40	11,24
- razrijeđena	3,34	11,04

# KONSOLIDIRANA BILANCA

(u tisućama kuna)

	2007.	2006.
<b>AKTIVA</b>		
<b>Dugotrajna imovina</b>		
Nekretnine, postrojenja i oprema	1.669.321	1.633.454
Goodwill	29.137	28.357
Nematerijalna imovina	199.419	58.868
Financijska imovina raspoloživa za prodaju	-	1.394
Odgodena porezna imovina	35.491	24.137
Ostala financijska imovina	60.917	11.243
	<b>1.994.285</b>	<b>1.757.453</b>
<b>Kratkotrajna imovina</b>		
Zalihe	594.522	564.485
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	1.153.886	1.241.505
Financijska imovina po fer vrijednosti u računu dobiti i gubitka	6.163	3.046
Novac i novčani ekvivalenti	112.549	126.118
	<b>1.867.120</b>	<b>1.935.154</b>
Dugotrajna imovina koja se drži radi prodaje	5.469	7.898
<b>Ukupna kratkotrajna imovina</b>	<b>1.872.589</b>	<b>1.943.052</b>
<b>UKUPNA AKTIVA</b>	<b>3.866.874</b>	<b>3.700.505</b>
<b>PASIVA</b>		
<b>Dionička glavnica</b>		
Dionički kapital	1.628.467	1.427.329
Pričuve	138.641	148.503
Zadržana dobit	177.864	170.848
	<b>1.944.972</b>	<b>1.746.680</b>
<b>Dugoročne obveze</b>		
Financijske obveze po fer vrijednosti u računu dobiti i gubitka	354.000	372.158
Dugoročni dug	113.498	153.177
Rezerviranja	25.412	22.007
	<b>492.910</b>	<b>547.342</b>
<b>Kratkoročne obveze</b>		
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	762.338	920.346
Kratkoročni krediti	649.216	456.860
Rezerviranja	17.438	29.277
	<b>1.428.992</b>	<b>1.406.483</b>
<b>Ukupne obveze</b>	<b>1.921.902</b>	<b>1.953.825</b>
<b>UKUPNA PASIVA</b>	<b>3.866.874</b>	<b>3.700.505</b>

# KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O PROMJENI GLAVNICE

(u tisućama kuna)

	Dionički kapital	Pričuve	Zadržana dobit	Ukupno
Stanje 1. siječnja 2006.	1.635.796	125.514	159.849	1.921.159
Tečajne razlike (neto prihod direktno priznati u kapitalu)	-	2.828	-	2.828
Neto dobit za godinu	-	-	60.361	60.361
Ukupno priznati prihodi u 2006.	-	2.828	60.361	63.189
Kupovina vlastitih dionica	(9.721)	-	-	(9.721)
Prodaja vlastitih dionica	9.649	-	-	9.649
Realizacija opcija	14.210	-	(2.160)	12.050
Fer vrijednost opcija	16.271	-	-	16.271
Odobrena dividenda	-	(19.921)	(7.120)	(27.041)
Prijenos u ostale i zakonske pričuve	-	40.082	(40.082)	-
Opcije na vlastite dionice	(238.876)	-	-	(238.876)
<b>Stanje 31. prosinca 2006.</b>	<b>1.427.329</b>	<b>148.503</b>	<b>170.848</b>	<b>1.746.680</b>
Izmjena početnog stanja	-	134	(2.513)	(2.379)
Tečajne razlike (neto prihod direktno priznati u kapitalu)	-	8.205	-	8.205
Neto gubitak za godinu	-	-	18.336	18.336
Ukupno priznati prihodi u 2007.	-	8.205	18.336	26.541
Kupovina vlastitih dionica	(57.526)	-	-	(57.526)
Realizacija opcija	11.106	-	-	11.106
Fer vrijednost opcija	8.682	-	-	8.682
Odobrena dividenda	-	(25.703)	(1.305)	(27.008)
Prijenos u ostale i zakonske pričuve	-	7.502	(7.502)	-
Istek opcija na vlastite dionice	238.876	-	-	238.876
<b>Stanje 31. prosinca 2007.</b>	<b>1.628.467</b>	<b>138.641</b>	<b>177.864</b>	<b>1.944.972</b>



# KONSOLIDIRANI NOVČANI TOK

(u tisućama kuna)

	2007.	2006.
<b>Neto dobit</b>	<b>18.336</b>	<b>60.361</b>
Porez na dobit	15.581	15.788
Amortizacija	163.516	201.252
Dobit od prodaje dugotrajne imovine	(46.311)	(3.900)
Dobit od prodaje imovine raspoložive za prodaju	(1.810)	(9.812)
Vrijednosno usklađenje kratkotrajne imovine	14.282	14.341
Rashod dugotrajne materijalne imovine	-	7.583
Vrijednosno usklađenje dugotrajne imovine	989	(906)
Vrijednosno usklađenje imovine raspoložive za prodaju	(224)	-
Vrijednosno usklađenje kapitalne dobiti	478	15.388
Povećanje rezerviranja	3.405	10.306
Vrijednosno usklađenje obveza po fer vrijednosti u računu dobiti i gubitka	(18.801)	-
Dobit od prodaje financijske imovine po fer vrijednosti, financijske imovine raspoložive za prodaju i ulaganja u društvo u Grupi	-	(13.693)
Prihod od kamata	(16.810)	(8.338)
Rashod od kamata	57.008	45.907
Otpis danih kredita	3.593	134
Učinak promjene tečaja	5.006	(2.558)
Ostale stavke koje ne utječu na gotovinu	(7.419)	(5.655)
<b>Promjene u radnom kapitalu:</b>		
(Povećanje) / smanjenje zaliha	(35.267)	3.310
Povećanje potraživanja od kupaca	(62.606)	(117.573)
Smanjenje ostale kratkotrajne imovine	143.147	7.951
Povećanje obveza prema dobavljačima	82.455	79.033
Povećanje / (smanjenje) ostalih obveza	5.454	(5.239)
<b>Neto novac generiran poslovanjem</b>	<b>324.002</b>	<b>293.680</b>

# KONSOLIDIRANI NOVČANI TOK

(u tisućama kuna)

	2007.	2006.
<b>Neto novčani tok iz poslovnih aktivnosti</b>		
Novac generiran poslovanjem	324.002	293.680
Plaćeni porez	(35.021)	(15.661)
Plaćene kamate	(55.705)	(50.465)
<b>Neto novac ostvaren poslovnim aktivnostima</b>	<b>233.276</b>	<b>227.554</b>
<b>Neto novčani tok od ulagačkih aktivnosti</b>		
Prodaja dionica i udjela	1.436	12.919
Iznosi plaćeni za nekretnine, postrojenja i opremu i nematerijalnu imovinu	(362.497)	(182.316)
Prodaja materijalne i nematerijalne imovine	73.757	6.143
Prodaja imovine namijenjene prodaji	4.415	15.420
Dani dugoročni krediti i depoziti	(56.000)	-
Povrat danih dugoročnih kredita i depozita	2.148	2.565
Kupnja utrživih vrijednosnica	(3.010)	(9.105)
Prodaja utrživih vrijednosnica	-	35.525
Dani kratkoročni krediti i depoziti	-	(252.000)
Povrat danih kratkoročnih kredita i depozita	2.000	-
Primljene kamate	1.326	145
<b>Neto novac korišten u ulagačkim aktivnostima</b>	<b>(336.425)</b>	<b>(370.704)</b>
<b>Novčani tok od financijskih aktivnosti</b>		
Nabava vlastitih dionica	(57.526)	(9.721)
Prodaja vlastitih dionica	24.888	22.583
Primici od dugoročnih kredita	40.429	10.330
Otplata dugoročnih kredita	(177.151)	(333.573)
Primici od kratkoročnih kredita	965.276	667.626
Otplata kratkoročnih kredita	(679.328)	(562.170)
Primici od izdanih obveznica	-	375.000
Isplata dividende	(27.008)	(27.041)
<b>Neto novac ostvaren financijskim aktivnostima</b>	<b>89.580</b>	<b>143.034</b>
<b>Neto smanjenje novca i novčanih ekvivalenata</b>	<b>(13.569)</b>	<b>(116)</b>
Novac i novčani ekvivalenti na početku razdoblja	126.118	126.234
Novac i novčani ekvivalenti na kraju razdoblja	112.549	126.118

