

PREDSTAVITEV POSLOVNIH REZULTATOV LETA 2007 IN NAČRTOV ZA LETO 2008

GRADIVO ZA MEDIJE

Mirna, 29. marec 2008

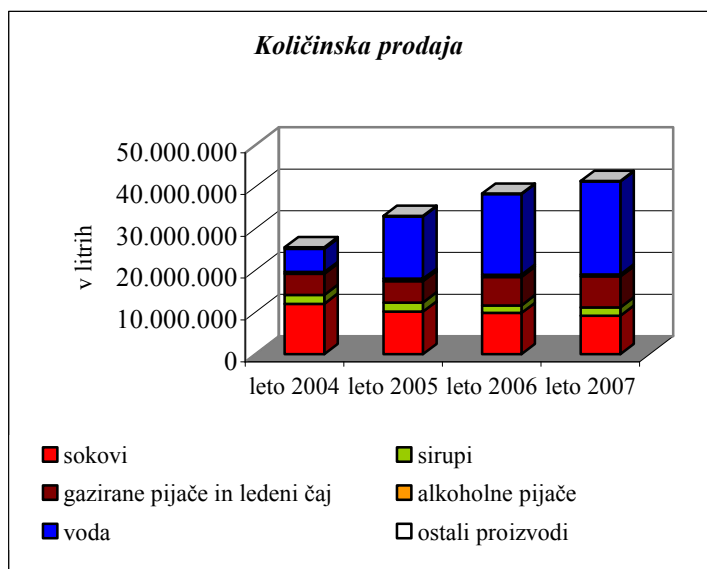
Dodatne informacije:
Nataša Mejaš, vodja marketinga
elektronska pošta: natasa.mejas@dana.si
telefon: 07 34 64 262

POSLOVANJE DELNIŠKE DRUŽBE DANA V LETU 2007

V podjetju Dana smo v letu 2007 nadaljevali uspešno poslovanje. Čisti prihodki Dane, d.d. so v letu 2007 znašali 12,7 milijonov EUR in so se v primerjavi z letom 2006 povečali za 8,5 odstotkov. V letu 2008 načrtujemo rast prodaje za 10 odstotkov.

Čisti dobiček je v letu 2007 znašal 0,2 milijona EUR in je več kot polovico manjši od planiranega. Vzrok za manjši dobiček gre pripisati nepričakovanemu visokemu skoku cen vhodnih surovin, materialov in energije ter dodatnim stroškom, ki so nastali zaradi zagona in testiranja novih polnilnih linij.

Delež prodaje na tuje trge smo v letu 2007 povečali in sedaj le-ta predstavlja 24,5 odstotkov skupne prodaje. Največjo rast beležimo na nemškem trgu, medtem ko padec dolarja negativno vpliva na profitabilnost izvoza v ZDA. Med najpomembnejšimi trgi so tudi Hrvaška in Italija.



V letu 2007 smo napolnili 41,4 milijonov litrov pijač, kar je za 8 odstotkov več kot v letu 2006. Največjo 15 odstotno rast smo zabeležili pri Dana naravno minerala voda in Dana naravno mineralna voda s sokom.

Velika uspešnica leta 2007 je bila Dana naravna mineralna voda s sokom pomaranče in ameriškega slamnika. Zelo dobro se je prodajala v vseh trgovinskih sistemih in gostinskih lokalih. Tudi ostala dva okusa – hruška in jabolko sta postala bistveno bolj prepoznavna kot v letu 2006.

Preko pooblaščenega distributerja smo gostinskemu sektorju prodali dva krat več pijač kot leto prej.

Na področju investicij smo investirali 5 milijonov evrov v povečanje kapacitet proizvodnje in izboljšanje standarda kvalitete polnjenja izdelkov. Zgradili smo novo proizvodnjo halo s 1.300 m² uporabnih površin, v katero smo preselili proizvodnjo polizdelkov, skladišče za etikete in v glavnem delu postavili novo polnilno linijo za polnjenje v PET embalažo. Obnovili smo tudi del obstoječe proizvodnje hale, kjer smo postavili polnilno linijo za polnjenje v stekleno embalažo.

Zastavljeni cilji, ki smo si jih zadali za širitev in posodobitev podjetja, zahtevajo tudi stabilno in uravnoteženo kadrovske politiko. V delniški družbi Dana je bilo na dan 31.12.2007 zaposlenih 125 delavcev, od tega 65 moških in 60 žensk. Dejansko se je v tem letu povečalo število zaposlenih za 2,5 odstotkov v primerjavi s predhodnim letom. Potrebe po dodatnem strokovnem kadru sta narekovali dve novi polnilni liniji. Kvalifikacijska struktura zaposlenih se postopoma zvišuje, zaposleni z višjo in visoko izobrazbo predstavljajo 12,8 odstotni delež.

V družbi se zavedamo, da je za doseganje strateških ciljev potrebno vlaganje v znanje in sposobnosti delavcev. Izobraževanje zaposlenih je pomembna naloga na področju razvoja kadrov kot vir povečanja intelektualnega kapitala ter možnost hitrejšega upravljanja s spremembami v podjetju. V letu 2007 smo se zaposleni v družbi Dana v povprečju izobraževali in usposabljali 25 ur, kar je za 79 odstotkov več v primerjavi z letom prej.

Ugled in prepoznavnost družbe in blagovne znamke Dana dvigujemo tudi s predstavitvami svojih izdelkov vsem ciljnim javnostim preko sejmskih nastopov in različnih razstav. Tako smo se leta 2007 udeležili sejma PLMA v Amsterdamu in v sodelovanju z Združenjem polnilcev embaliranih vod razstavljali na sejmu Narava–zdravje 2007 na Gospodarskem razstavišču. Sodelovali smo na mednarodnem ocenjevanju sadnih sokov, brezalkoholnih pijač in predpakiranih vod, pod okriljem 45. mednarodnega kmetijsko-živilskega sejma na Pomurskem sejmu v Gornji Radgoni, na katerem smo prejeli zlato medaljo za Dana vodo s sokom pomaranče & ameriški slamnik in za Dana naravno mineralno vodo.

V podjetju Dana podpiramo športne in izobraževalne dejavnosti. Tako v šolskem letu 2007/2008 skupaj z Media športom sodelujemo v projektu fundacije Pismo srca, ki spodbuja mlade, socialno ogrožene in posebej nadarjene učence, ki se odlikujejo na področju športa, kulture, umetnosti ali ekologije. Na osnovi tega sodelovanja je delniška družba Dana donirala štipendijo učencu Andreju Tomšiču, ki obiskuje Osnovno šolo Mirna.

NAČRTI ZA LETO 2008

V letu 2008 načrtujemo rast prodaje za 10 odstotkov. Dosegli jo bomo s pospešenimi marketinškimi aktivnostmi in z novimi izdelki, ki pomembno prispevajo k pridobivanju novih kupcev. Veliko pozornost posvečamo razvoju novih pijač, s katerimi uresničujemo želje in potrebe naših kupcev.

DANINE NOVOSTI V LETU 2008

- Dana s sokom granatnega jabolka, borovnice in ginsenga

Voda s sokom je na voljo v 0,5 in 1,5 litrskih plastenkah. Sok granatnega jabolka se ujema z lastnostmi borovnice, kot sadeža z veliko vitamina C, različnih antioksidantov in ostalih koristnih prehranskih dodatkov.

Posebnost te vode je v dodanem ginsengu. Ginseng uporabljajo vzhodni narodi že 5000 let, nekatere njegove učinke je raziskala in znanstveno potrdila tudi zahodna medicina. Dokazali so, da izvlečki korenine ginsenga delujejo na organizem tako, da izboljša sposobnost prilagajanja na neugodne zunanje in notranje razmere ter zviša odpornost organizma proti infekcijam. Ginseng vpliva ugodno tudi na presnovo, kar se pokaže kot povečana telesna vzdržljivost ter izboljšane psihične in umske sposobnosti.



- BIODAN sokovi z okusom pomaranče in jabolka

BIO postaja del določenega življenjskega stila, ki se osredotoča na kakovost in zdravje. Gre za iskanje življenjskega ravnovesja. V januarju smo podpisali pogodbo s Inštitutom za kontrolo in certifikacijo v kmetijstvu in gozdarstvu iz Maribora o vključitvi v postopek pridobivanja certifikata BIO Slovenija za dva okusa BIODAN jabolko in BIODAN pomaranča. Osnovna dejavnost Inštituta je opravljanje nalog certifikacijskega organa po standardu SIST EN 45011 na področju pridelave in predelave kmetijskih pridelkov in živil.

Postopek pridobivanja certifikata je natančno predpisan, strogo nadzorovan in voden, saj lahko v primeru ugotovljene neskladnosti inštitut certifikat tudi odvzame.

Živila označena z znakom »ekološka«, »eko« ali »bio«, morajo vsebovati najmanj 95 % sestavin kmetijskega izvora iz ekološke pridelave. Vsebujejo lahko do 5 % sestavin kmetijskega izvora, ki niso bile pridelane ekološko, vendar samo tiste sestavine, ki so določene z Uredbo. Tako BIO izdelke prepoznamo po znaku certifikacijskega organa, znaku »ekološki«, ki ga dodeli Ministrstvo za kmetijstvo in v letu 2009 se mu bo pridružil še prenovljeni evropski »ekološki« znak.

Omenjena sokova bomo pridružili liniji DAN z imenom BIODAN, ki že tako kakovostnim sokovom dodaja še večjo kakovost. Sadje za te sokove je pridelano s postopki integrirane pridelave, kar pomeni brez umetnih pesticidov, fungicidov, gnojil, hormonov rasti, dodatkov za podaljšanje obstojnosti (gnitje)... Pridelava in predelava je korak nazaj v našo preteklost, obnavljajo se postopki, ki so jih uporabljali naši dedki in babice. Zato je količina pridelanih živil manjša, kakovost pa večja. Zato BIO sokove odlikuje polnost okusa in arome, svežina in zavest, da smo veliko storili zase in za naravo.



- V letošnjem letu bomo trgu ponudili tudi otroške pijače pod blagovno znamko BIBA in Dana naravno mineralno vodo polnjene v **0,33 litrske plastenke**.



- V drugi polovici leta imamo v načrtu pričeti s polnjenjem in trženjem osvežilnih brezalkoholnih gaziranih pijač za nemško multinacionalko **Sinalco**. Sinalco je zelo ugledna blagovna znamka z več kot 100-letno tradicijo in je danes prisotna v več kot 40-tih državah sveta. V Dani priprave že zelo intenzivno potekajo, odločili smo se, da bomo polnili osvežilne brezalkoholne gazirane pijače v treh okusih, v plastenkah volumna 0,5 in 1,5 L.



NOVA KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA



V podjetju Dana za leto 2008 pripravljamo **ново komunikacijsko strategijo**, s katero želimo ohraniti in pridobiti delež kupcev v visokoko konkurenčni panogi. Kupce bomo nagovarjali s sloganom **Živite boljše življenje**. S tem sloganom bomo opozarjali javnosti na problematike, s katerimi se soočamo v današnjem življenju in jih pozivali k ekološki osveščenosti po ohranjanju čistega in zdravega okolja, k strpnosti ter zdravemu načinu življenja in prehranjevanja. Ravnoveseje z ljudmi okoli sebe, z naravo in z materialnimi stvarmi pa prinaša srečo in veselje.

Nove produkte bomo kupcem predstavili na sejnih v Sloveniji in tujini. Februarja smo se udeležili sejma GastExpo v Ljubljani, maja pa bodo naši izdelki predstavljeni na sejmu PLMA v Amstrdamu in na sejmu SIAL v Šanghaju.