

DROGA KOLINSKA

LETNO POROČILO 2008

POSLOVNO POROČILO

Skupina Droga Kolinska
Droga Kolinska, d.d., Ljubljana

April 2009

1. UVODNI DEL	3
1.1 Pomembnejši podatki o poslovanju skupine Droga Kolinska za obdobje 2006-2008.....	3
1.2 Pomembnejši poslovni dogodki v letu 2008	3
1.2.1 Pomembnejše statutarne spremembe v strukturi odvisnih družb v letu 2008.....	3
1.2.2 Pregled poslovanja po poslovnih programih	4
1.2.3 Prejete nagrade v letu 2008	5
1.3 Pomembnejši dogodki po koncu leta 2008	6
1.4 Poročilo predsednika uprave	7
1.5 Poročilo nadzornega sveta	9
1.5.1 Delovanje nadzornega sveta	9
1.6 Osebna izkaznica družbe Droga Kolinska	9
1.6.1 Glavna dejavnost in druge pomembnejše dejavnosti družbe.....	10
1.6.2 Položaj družbe v poslovni skupini	10
1.6.3 Organiziranost Skupine Droga Kolinska.....	11
1.7 Poročilo o vodenju in upravljanju	13
1.7.1 Revizija in notranji nadzor.....	13
1.7.2 Struktura upravljanja družbe Droga Kolinska, d. d.	13
1.7.2.1 Temeljni akti organizacije in poslovanja	13
1.7.2.2 Skupni poslovni standardi	13
1.7.2.3 Uprava družbe Droga Kolinska, d. d.	13
1.7.2.4 Nadzorni svet družbe Droga Kolinska, d. d.	14
1.7.2.5 Skupščina delničarjev	14
1.7.3.2 Članstvo v upravljaljskih organih odvisnih družb.....	15
1.7.4 Poročilo po 6. odstavku 70. člena ZGD-1	18
1.7.5 Izjava o upravljanju družbe	19
1.7.5.1 Izjava o spoštovanju Kodeksa upravljanja javnih delniških družb.....	19
2 POSLOVNO POROČILO	25
2.1 Poslanstvo, vizija, strateški cilji in uresničevanje razvojne strategije v letu 2008	25
2.2 Značilnosti gospodarskega okolja v letu 2008	26
2.3 Prodaja in tržni položaj	30
2.3.1 Rezultati prodaje Skupine Droga Kolinska v letu 2008	30
2.3.2 Rezultati prodaje družbe Droga Kolinska, d. d. v letu 2008	32
2.4 Poslovanje po področjih	34
2.4.1 Poslovno okolje	34
2.4.2 Tržni položaj.....	35
2.5 Trženje in blagovne znamke	37
2.5.1 Razvoj in upravljanje blagovnih znamk	37
2.5.3 Program Pijače	38
2.5.4 Program Delikatesni namazi.....	38
2.5.5 Program Topli napitki	38
2.5.6 Program Prigrizki	38
2.6 Zadovoljstvo kupcev	38
2.7 Nabava in dobavitelji	39
2.8 Raziskave in razvoj	40
2.9 Kakovost in sistemi vodenja.....	40
2.10 Finančno upravljanje	41

2.10.1 Naložbe Skupine Droga Kolinska	41
2.10.2 Obvladovanje tveganj	41
2.10.2.1 Premoženjska tveganja	42
2.10.2.2 Upravljanje s finančnimi tveganji	42
2.11 Informacije za delničarje	44
2.11.1 Delnice družbe	44
2.11.2 Spremembe osnovnega kapitala družbe	44
2.11.3 Izplačilo dividend in bilančni dobiček	44
2.11.4 Lastniška struktura družbe Droga Kolinska, d. d.	45
2.11.5 Tržna kapitalizacija	45
2.11.6 Javne objave	45
2.11.7 Stik z delničarji	45
2.13 Načrti za leto 2009	46
3 TRAJNOSTNO POROČILO IN DRUŽBENA ODGOVORNOST	47
3.1 Skrb za zaposlene	47
3.1.1 Zaposleni	47
3.1.2 Kadrovski sistem	50
3.1.3 Izobraževanje in usposabljanje	50
3.1.4 Razvoj kadrov	50
3.1.5. Skrb za vodstvene kadre - izvršni menedžment	51
3.1.6 Skrb za varnost in zdravje pri delu	52
3.1.7 Zdravstveno varstvo in socialna varnost	52
3.1.8 Delavsko soupravljanje	52
3.1.9 Zaposlovanje invalidov	52
3.1.10 Interno komuniciranje	53
3.2 Kakovost in varnost izdelkov	53
3.2.1 Poročilo o reklamacijah potrošnikov v letu 2008 za Skupino Droga Kolinska	55
3.2.1.1 Pregled reklamacij po trgih	56
3.3 Skrb za okolje	57
3.3.1 Okoljska politika	57
3.3.2 Ravnanje z naravnimi viri in energijo	58
3.3.3 Skrb za odpadke	59
3.3.5 Varno ravnanje s škodljivimi in nevarnimi snovmi	60
3.3.6 Skrb za naravno okolje	61
3.3.7 Ekološke storitve in izdelki	61
3.3.9 Standardi in zakonske določbe na področju ravnanja z naravnim okoljem	61
3.4 Podpora družbeni skupnosti	62
3.4.1 Sponzorstva in donacije	62
4 ANALIZA USPEŠNOSTI POSLOVANJA	64
4.1 Analiza uspešnosti poslovanja Skupine Droga Kolinska	64
4.2 Analiza uspešnosti poslovanja družbe Droga Kolinska, d. d.	68

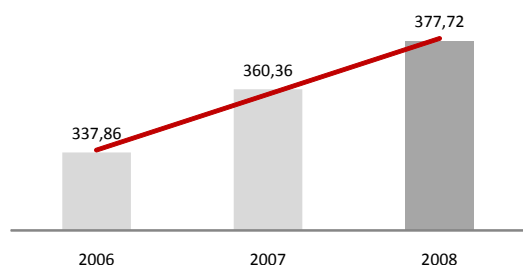
1. UVODNI DEL

1.1 Pomembnejši podatki o poslovanju skupine Droga Kolinska za obdobje 2006-2008

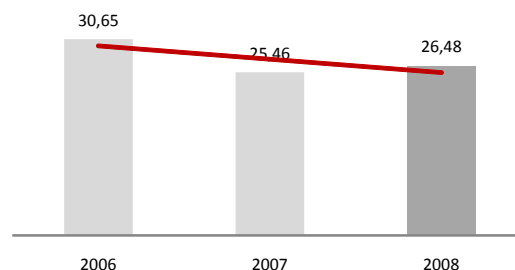
V tisočih EUR

	2006	2007	2008	Indeks 08/07
Poslovni prihodki	344.056	376.338	387.792	103
Poslovni izid iz poslovanja (EBIT)	30.646	25.461	26.481	104
Poslovni izid iz poslovanja pred amortizacijo (EBITDA)	52.215	50.298	50.887	101
Čisti poslovni izid	21.194	14.110	6.207	44
Neto poslovna sredstva	383.583	385.830	409.925	106
Lastniški kapital	227.507	212.698	202.034	95
Zaposleni na dan 31.12.	3.525	3.274	2.953	90
Dodana vrednost na zaposlenega	28	30	30	99
Donos na kapital v %	10,4%	6,6%	3,0%	46
Čisti dobiček na delnico v EUR	1,26	0,80	0,42	53

Čisti prihodki od prodaje Skupine Droga Kolinska



Poslovni izid iz poslovanja (EBIT)



1.2 Pomembnejši poslovni dogodki v letu 2008

1.2.1 Pomembnejše statutarne spremembe v strukturi odvisnih družb v letu 2008

19. marca 2008 je bila izdana sodna odločba o spremembi družbenikov v družbi Tobess, d.o.o., Beograd in o spremembi direktorja družbe. Na podlagi pogodbe je 100-odstotni delež v družbi prešel z družbe NCA Investment Group, d.o.o., Beograd na družbo Droga Kolinska, d.d.

31. marca 2008 je bila sklenjena pogodba o odsvojitvi poslovnega deleža v družbi Vivo, d.o.o. Z odsvojitvijo 51-odstotnega deleža v lasti družbe Droga Kolinska d.d. v last kupca, ki je postal 100-odstotni družbenik družbe Vivo, d.o.o.

7. aprila 2008 je prišlo do vplačila dokapitalizacije družbe Droga Kolinska, d.d., v višini 11,7 milijonov EUR. V teku je bila sprememba statuta družbe in vpisa nove emisije delnic.

22. aprila 2008 je prišlo do spremembe statuta družbe Droga Kolinska, d.d., zaradi povečanja osnovnega kapitala družbe na 61.379.314,81 EUR.

2. septembra 2008 je bila sklenjena pogodba o prodaji dejavnosti med družbama Droga Kolinska, d.d., in Dr. Oetker, d.o.o.

26. septembra 2008 je bila sklenjena pogodba o prodaji dejavnosti med družbama Droga Kolinska, d.d., in ORKA, d.o.o.

3. oktobra 2008 je bila sklenjena pogodba o prodaji dejavnosti med družbama Droga Kolinska, d.d., in Podravka, d.d.

21. novembra 2008 je bila sklenjena pogodba o podaji dejavnosti med družbama Droga Kolinska, d.d., in Žito, d.d.

V letu 2008 se je zgodila sprememba v upravi družbe Droga Kolinska, d.d. Nadzorni svet družbe Droga Kolinska, d.d., Ljubljana je na seji 5. decembra 2008 imenoval Enza Smrekarja in Branka Greganoviča za člana Uprave družbe. Nova člana sta se v Upravi družbe, ki sedaj šteje štiri člane, pridružila članici Uprave Mileni Štular in predsedniku Uprave Slobodanu Vučićeviću.

V letu 2008 je bila vpeljana nova spletna domena www.drogakolinska.com za Skupino Droga Kolinska.

1.2.2 Pregled poslovanja po poslovnih programih

V letu 2008 se je nadaljevala strategija osredotočenja na ključne blagovne znamke v okviru štirih poslovnih programov.

Program Pijače

Leto 2008 je bilo posvečeno 100-letnici obstoja blagovne znamke Donat Mg. Vse aktivnosti v Sloveniji, na Hrvaškem ter v Bosni in Hercegovini so bile usmerjene v počastitev omenjenega jubileja, utrjevanje položaja blagovne znamke Donat Mg, utrjevanje ugleda ter poudarjanje edinstvenosti blagovne znamke in vpetosti v lokalno okolje. Celoten splet aktivnosti, ki je bil osredotočen na končne potrošnike in prodajna mesta, strokovno javnost, lokalno skupnost in medije, je bil dobro zastavljen. To dokazujejo prodajni rezultati in prejete nagrade za celovitost akcije.

Nadaljevali smo tudi s ciljnim tržnim komuniciranjem blagovne znamke Cockta. Aktivnosti, ki smo jih začeli leta 2007, smo nadgradili z akcijo Cockta strip. Akcija je potekala v Sloveniji, Srbiji ter Bosni in Hercegovini. V drugi polovici leta so bile klasične oglaševalske aktivnosti v Sloveniji nadgrajene tudi s Cockta animiranimi filmi, ki so se prav tako kot stripi izdelovali preko Cocktine spletne strani.

Za obe blagovni znamki - Donat Mg in Cockta - je pripravljena triletna strategija trženja, katere del se je že začel izvajati v zadnjem trimesečju leta 2008.

Proizvodno področje programa Pijače sta zaznamovali dve investiciji, in sicer: v polnilnici v Srbiji je prišlo do širitve proizvodnih kapacitet za potrebe proizvodnje Cockte za Srbijo, Makedonijo in Kosovo; v Sloveniji pa smo dokončali kompleks za hranjenje mineralne vode.

Program Topli napitki

Leto 2008 je na področju Toplih napitkov prineslo kar nekaj novosti: v okviru znamke Barcaffé so bili razviti štiri novi izdelki v segmentu instant kave v Sloveniji in sicer 2 v 1, 3 v 1, Freeze in Turboccino. Znamko Grand Pleasure pa smo obogatili z izdelkom premium espresso, ki je bil lansiran v Srbiji.

Na segmentu tradicionalne (turške) kave je Skupina Droga Kolinska povečala svoj tržni delež v Srbiji in Sloveniji ter ohranjala stabilen tržni delež v Makedoniji in Bosni in Hercegovini. Na segmentu instant kave delež Skupine Droga Kolinska raste na vseh trgih, v Sloveniji pa je konkurenci prevzela 2. mesto na trgu. Na segmentu espresso kave je Skupina v Srbiji dosegla položaj tržnega vodje, v Sloveniji pa utrjevala svoje prvo mesto na trgu.

Na vseh segmentih programa Topli napitki je Skupina Droga Kolinska v letu 2008 poenotila pakiranje, izboljšali pa so tudi proces proizvodnje Grand Kafe.

Program Slano in sladko

Skupina Droga Kolinska je v letu 2008 nadaljevala s krepitvijo blagovnih znamk v poslovnem programu Slano in sladko. Tržni delež blagovne znamke Smoki je zrasel na vseh trgih ter si okrepil položaj tržnega vodje na štirih regionalnih trgih - v Srbiji, Črni Gori, Bosni in Hercegovini ter Sloveniji. V Bosni in Hercegovini, Sloveniji in Črni Gori smo vpeljali izdelek Čoko Smoki, z novo tehnološko linijo pa smo povečali tudi njegove proizvodne kapacitete. Prodaja slanih palčk blagovne znamke Prima je na vseh trgih, kjer je izdelek prisoten, v primerjavi z letom 2007, zrasla za 30 odstotkov. Blagovna znamka čokolad Najlepše želje je ubranila močno pozicijo drugega na trgu Srbije in Črne Gore, prav tako pa smo obnovili tovarno in uvedli novo tehnologijo za proizvodnjo čokolade, mini čokoladic in cherry desserta ter avtomatizacijo pakiranja. Na trgu smo predstavili tudi nove okuse: temno čokolado s 75-odstotnim deležem kakava, temno čokolado s pomarančo, čokolado z mlečnim polnjenjem ter polnjene mini čokoladice z okusi mleko, jagoda in jogurt ter kava. Blagovna znamka Bananica je tržni vodja, katerega delež je na trgih Srbije in Črne Gore zopet rasel.

Program Delikatesni namazi

Leto 2008 na programu Delikatesni namazi je bilo izjemno. Dosežena rast prodaje v primerjavi z letom 2007 je bila kar 40-odstotna. Skupina je dosegla pomemben strateški cilj, saj se je blagovna znamka Argeta v vseh državah uvrstila med prve tri blagovne znamke v kategoriji paštet.

V skladu s strategijo blagovne znamke je Skupina Droga Kolinska v letu 2008 uvedla nov okus Argeta losos, ki je še ojačal njen položaj najbolj inovativne blagovne znamke v kategoriji.

Blagovna znamka Argeta je v letu 2008 prejela nagrado srebrni Effie, s čimer smo dokazali tudi svojo učinkovitost komuniciranja v zadnjih dveh letih.

1.2.3 Prejete nagrade v letu 2008

Na 17. Slovenskem oglaševalskem festivalu je Cockta prejela tri priznanja: Grand Prix v kategoriji Interaktivno oglaševanje za spletno mesto www.cockta.eu, Zlato priznanje v kategoriji Celostne oglaševalske akcije za akcijo Cockta brez heca in Nagrado Dobre vile, priznanje žirije SOF za najduhovitejše oglaševanje, ki ga je prejela Droga Kolinska kot oglaševalec za oglas Cockta brez heca.

Na podlagi glasovanja slovenskih oglaševalskih agencij je revija Manager za slovenski slogan desetletja proglasila slogan: »Argeta, dobra stran kruha«.

Cockta je za Tvoj Cockta strip prejela nagrado Zlati Sempler v kategoriji F - Mediji generacije Y.

Cockta je prejela nagrado za najboljšo spletno stran v Sloveniji, ki jo podeljuje Gospodarska zbornica Slovenije - Združenje za informatiko in telekomunikacije v sodelovanju z Ministrstvom za visoko šolstvo, znanost in tehnologijo - Direktoratom za informacijsko družbo.

Srbsko Ministrstvo za trgovino in storitve, Gospodarska zbornica Srbije in dnevnik Privredni pregled so Soko Štarku a.d., Beograd podelili plaketo za najboljšo srbsko korporativno znamko v kategoriji blaga široke potrošnje.

Ekonomist Media Group je podelila nagrado za družbeno odgovornost poslovnemu programu Soko Štarku a.d., Beograd za sodelovanje v projektu izgradnje varne hiše in zaposlitev šestnajstih žensk, žrtev družinskega nasilja.

Slovensko društvo za odnose z javnostmi (PRSS) je Skupini Droga Kolinska podelilo nacionalno strokovno nagrado Prizma za odličnost izvedenih komunikacijskih programov na področju odnosov z javnostmi. V kategoriji učinkovita raba PR orodij oz. PR komunikacijskih programov v programih celostnega komuniciranja, je bila Prizma 2008 podeljena komunikacijskemu programu 100 let blagovne znamke Donat Mg.

Družba Valicon je s pomočjo raziskave PGM ugotovila, da je v Sloveniji v letu 2008 med znamkami široke potrošnje po moči na prvem mestu znamka Barcaffé.

Na Novosadskem sejmu v Srbiji je Skupina Droga Kolinska dosegla 1. mesto in naziv Šampion za čokoladni program ter prejela nagrado Šampion kakovosti za blagovno znamko Smoki.

1.3 Pomembnejši dogodki po koncu leta 2008

Začetek leta 2009 so poslovanje in delovanje Skupine Droga Kolinska zaznamovali naslednji dogodki:

- Carlsberg Croatia in Droga Kolinska Hrvatska sta podpisala pogodbo o distribuciji Cockte v kanalu HoReCa na območju Republike Hrvaške.
- akcija »Za tiste, ki vedo, kaj je dobro. Pikantno! Sveža tuna.« je prejela srebrno nagrado za komunikacijsko odličnost EFFIE za Slovenijo.
- Droga Kolinska in hrvaška družba Podravka iz Koprivnice sta se dogovorili, da bo lastnik programa sadnih namazov, ki se prodajajo pod blagovno znamko Belsad, od 20. februarja 2009 Podravka d.d. iz Koprivnice na Hrvaškem.
- Droga Kolinska in hrvaška družba Franck iz Zagreba sta se dogovorili, da bo lastnik programa kavnih nadomestkov, ki se prodajajo pod blagovno znamko Proja, od 1. marca 2009 Franck d.d. iz Zagreba na Hrvaškem.
- Droga Kolinska d.d. se je odločila, da program kuhinjske soli, ki se prodaja pod blagovno znamko Droga, od 1. julija 2009 ne bo več proizvajala na lokaciji v Portorožu, šest mesecev kasneje, 31.12.2009 pa bo prenehala proizvajati tudi program industrijske soli na omenjeni lokaciji.
- Droga Kolinska d.d. je 8.4.2009 ustavila prodajo programa otroške hrane. Program otroške hrane tako ostaja v portfelju programov Skupine Droga Kolinska.
- Droga Kolinska in podjetje Petlja d.o.o. iz Ptuja sta se dogovorila, da bo lastnik programa čokoladnih namazov, ki se prodajajo pod blagovno znamko Viki, od 24. aprila 2009 Petlja d.o.o. iz Ptuja.

Letnega poročila za leto 2008 Nadzorni svet družbe do njegove objave še ni obravnaval. V začetku meseca aprila je potekel mandat predstavnikom kapitala v Nadzornem svetu družbe Droga Kolinska d.d. Ljubljana. V postopku je imenovanje novih članov.

1.4 Poročilo predsednika uprave

Spoštovani delničarji in poslovni partnerji.

Leto 2008 je bilo obdobje, ko so v Skupini Droga Kolinska v polni meri zaživali nekateri projekti, ki so se začeli že leto prej. Uresničevali smo ključne spremembe v strategiji Skupine. Skozi strategijo fokusiranja smo se osredotočili na ključne programe, trge in blagovne znamke ter temu dokončno prilagodili našo organizacijsko strukturo, ki podpira zastavljeno strategijo. Strategija fokusa in reorganizacija so bile nujni korak za razvoj Droge Kolinske v smeri velikega cilja: postati vodilno mednarodno prehrabno podjetje na trgih jugovzhodne Evrope.

Do konca leta 2008 so se že jasno pokazali učinki obeh, saj je Droga Kolinska v lanskem letu zabeležila krepitev tržnega položaja vseh strateških programov na vseh ključnih trgih. To je dokaz, da je bila sprememba strategije korak v pravo smer, in ne nazadnje zelo dobra priprava na poslovanje v zaostrenih tržnih razmerah leta 2009.

Uresničevanje strateških ciljev ...

V letu 2008 smo uspešno zasledovali naše strateške cilje. Skupina Droga Kolinska se je s ciljem postati vodilni ponudnik v posameznih programih na ključnih trgih osredotočila na zmanjševanje kompleksnosti portfelja kategorij in izdelkov. Tako smo v »zlati izbor« vključili štiri relativno velike kategorije, v katerih so naše blagovne znamke že vzpostavile trden položaj na trgu ali pa izkazujejo velik potencial prihodnje rasti. Gre za programe: Brezalkoholne pijače, Topli napitki, Namazi in Prigrizki, ki vključujejo blagovne znamke z regionalnim potencialom: Barcaffè, Bonito, Grand Kafa, Cockta, Donat, Argeta, Smoki, Prima, Najlepše želje in VIP.

V skladu s strategijo fokusa smo v letu 2008 nestratiške poslovne programe namenili prodaji. Dolej smo prodali program praškastih proizvodov družbi Dr. Oetker, Slovenija. Podravka je kupila program žitnih kosmičev Čoko in Čokolešnik. Podjetje Orka je novi lastnik programa vložene zelenjave in omak Droga, Tomatina in Argo. Družba Žito se je odločila za nakup čajev 1001 cvet, riža in mlevskih izdelkov Zlato polje ter začimb Maestro. Z nakupom omenjenih programov so kupci prevzeli tudi skrb za zaposlene v proizvodnji teh izdelkov. Izmed vseh programov, ki smo jih namenili prodaji, ostajata v procesu prodaje v letu 2009 še dva: proizvodnja soli in program otroške hrane Bebi.

... in njihovi učinki

Ustreznost nove strategije in organizacije Droge Kolinske so v letu 2008 dokazovali tudi poslovni rezultati, ko je Skupina Droga Kolinska zabeležila več kot 387 milijonov EUR poslovnih prihodkov ter s tem preseгла načrtovano rast za 11,8 milijona evrov. Zabeležili smo poslovni izid iz poslovanja pred amortizacijo v višini 51 milijonov evrov.

V letu 2008 so glede na leto 2007 rasli vsi ključni programi Skupine in sicer: Namazi so imeli 39-odstotno rast, Prigrizki 18-odstotno, Topli napitki 9-odstotno in Pijače 3-odstotno rast. Po kategorijah je Skupina Droga Kolinska največji delež prihodkov, 37 odstotkov, zabeležila v kategoriji Topli napitki, sledijo kategorije prigrizki z 21-odstotnim deležem, Namazi s 13-odstotnim deležem, Pijače z 12 odstotki, Prehrabni dodatki s 6 odstotki, Otroška hrana s 5 odstotki ter ostali programi s skupno 6 odstotki prihodkov.

Krepitev lastništva in kadrovske zasedbe

V Drogi Kolinski smo v aprilu 2008 zaključili konsolidacijo lastništva Skupine v matični družbi z odkupom manjšinskih deležev v podjetjih Soko Štark a.d., Beograd in Grand Prom a.d., Beograd. Po zaključku lastniške konsolidacije je družba Droga Kolinska postala edini ali povsem prevladujoči lastnik v vseh članicah Skupine.

Leto 2008 je v okviru strategije fokusa zaznamovalo poglobljeno razvijanje strateških blagovnih znamk. Zavedamo se vpliva potrošniških trendov na oblikovanje izdelkov in blagovnih znamk, zato smo na osnovi raziskave trendov v vsakem od štirih programov uvedli kar nekaj novosti: v kategoriji Topli napitki smo med drugim na trgu predstavili štiri nove izdelke v segmentu instant kave, v kategoriji Namazi pa je na trg prišel nov okus namaza Argeta - losos.

Prihodnji izzivi

Dobri in spodbudni rezultati v preteklem letu so dobra osnova za prihodnji razvoj. Verjamemo, da smo z dosedanjim več kot enoletnim izvajanjem strategije fokusiranja pripravili dobro obrambo pred trenutnimi negotovimi gospodarskimi okoliščinami. Verjamemo namreč, da bodo v težkih poslovnih razmerah lažje preživele močne blagovne znamke, za kar smo pravočasno poskrbeli z osredotočanjem na najpomembnejše blagovne znamke.

Za leto 2009 smo si zastavili ambiciozne cilje. Verjamemo, da nas bo vztrajanje na strategiji fokusiranja in internacionalizacije ter zavzetost naših 3.000 sodelavcev v Skupini Droga Kolinska vodilo k doseganju zastavljenih ciljev.

Naš skupni interes je dolgoročno ustvarjati uspešno in močno Skupino Droga Kolinska. Slediti trendom, vključevati in poslušati potrošnike, sodelovati s poslovnimi partnerji in ustvarjati dodano vrednost za naše delničarje. Želimo ustvarjati prijetno delovno okolje za naše zaposlene, da bodo lahko rasli ter se strokovno in osebnostno razvijali. To so smernice, ki jim pri našem delovanju sledimo in jih uresničujemo. In to so smernice, ki jim bomo sledili tudi v letu 2009.

Slobodan Vučićević
Predsednik Skupine Droga Kolinska
Predsednik Uprave, Droga Kolinska d.d., Ljubljana

1.5 Poročilo nadzornega sveta

1.5.1 Delovanje nadzornega sveta

V letu 2008 se je nadzorni svet delniške družbe Droga Kolinska, d.d., sestal na treh sejah, in sicer: na korespondenčni seji, ki je bila izvedena 9. aprila in na dveh rednih sejah, ki sta potekali 19. maja in 5. decembra. Nadzorni svet je bil s strani uprave ažurno obveščen o pomembnejših tekočih poslovnih zadevah in dolgoročnih načrtih poslovanja Skupine Droga Kolinska. Sprejeti sklepi nadzornega sveta so povzeti v nadaljevanju besedila.

Na prvi korespondenčni seji se je nadzorni svet seznanil, da je bilo dne 7. aprila 2008 vpisanih in v celoti vplačanih vseh 735.447 novih navadnih imenskih kosovnih delnic, ki so predmet sklepa uprave družbe o povečanju osnovnega kapitala iz naslova odobrenega kapitala z dne, 10. decembra 2007, k čimer je nadzorni svet družbe podal soglasje dne 17. decembra 2007. Nadzorni svet je temu ustrezno potrdil predlog spremembe statuta glede osnovnega kapitala in števila delnic.

Na drugi seji se je nadzorni svet seznanil z letnim poročilom 2007, na podlagi predlogov skupščinskih sklepov pa je nadzorni svet potrdil predloge skupščinskih sklepov o uporabi bilančnega dobička, o podelitvi razrešnice za delo upravi in nadzornemu svetu v letu 2007 ter o imenovanju revizorja za poslovno leto 2008. Sprejeto je bilo tudi pisno poročilo nadzornega sveta za leto 2007.

Nadalje se je nadzorni svet seznanil s poročilom o razmerjih z obvladujočo družbo, ki ga je v skladu s 545. členom ZGD-1 pripravilo poslovodstvo družbe Droga Kolinska v razmerju do obvladujoče družbe Istrabenz d.d., ter sklenil slediti sklepnim navedbam v poročilu. Nadzorni svet se je seznanil še s poročilom uprave o tekočih aktivnostih in s poročilom o poslovanju družbe v obdobju od januarja do marca 2008. V nadaljevanju pa je v skladu z 18. členom statuta družbe Droga Kolinska d.d. v povezavi z 281. členom ZGD-1 odobril sklenitev aneksa k podjemni pogodbi med Brankom Greganovičem in družbo Droga Kolinska, d.d.

Na tretji seji se je nadzorni svet seznanil z odstopno izjavo dosedanjega namestnika predsednika nadzornega sveta družbe Droga Kolinska, d.d. Branka Greganoviča in hkrati imenoval dva nova člana uprave, in sicer Branka Greganoviča in Enza Smrekarja. V nadaljevanju se je nadzorni svet seznanil še s poročilom o poslovanju družbe Droga Kolinska, d.d., v obdobju od januarja do oktobra 2008 ter potrdil letni poslovni načrt za leto 2009. Za podpredsednika nadzornega sveta je bil imenovan Miroslav Golubič.

1.6 Osebna izkaznica družbe Droga Kolinska

FIRMA: DROGA KOLINSKA, Živilska industrija, d.d.;

KRAJŠE IME FIRME: Droga Kolinska d.d.

SEDEŽ: Kolinska ulica 1, 1544 Ljubljana

TELEFON: 00386 1 472 15 00

TELEFAKS: 00386 1 472 15 35

ELEKTRONSKI NASLOV: info@drogakolinska.si; info@drogakolinska.com

SPLETNA STRAN: www.drogakolinska.si; www.drogakolinska.com

GLAVNA DEJAVNOST: 15860 predelava čaja in kave

UPRAVA: Slobodan Vučićević, predsednik uprave; Milena Štular, članica uprave; Branko Greganovič, član uprave; Enzo Smrekar, član uprave

PRESEDNIK NADZORNEGA SVETA: Igor Bavčar

ŠTEVILO DRUŽB V SKUPINI: 26

ŠTEVILO DEJAVNOSTI V SKUPINI: 12 glavnih

ŠTEVILO ZAPOSLENIH V SKUPINI: 2953

MATIČNA ŠTEVILKA: 2114011000

ID ZA DDV: SI88736172

ŠTEVILKA VPISA V SODNI REGISTER: 14189800

DATUM VPISA V SODNI REGISTER: 03.05.2005

OSNOVNI KAPITAL DRUŽBE: 61.379.314,81 EUR

ŠTEVILO DELNIC: 14.708.939

KOTACIJA DELNIC: delnice družbe ne kotirajo na organiziranem trgu

1.6.1 Glavna dejavnost in druge pomembnejše dejavnosti družbe

Šifra glavne dejavnosti družbe Droga Kolinska, d. d. je 15.860 - Predelava čaja in kave.

Ostale pomembnejše dejavnosti so:

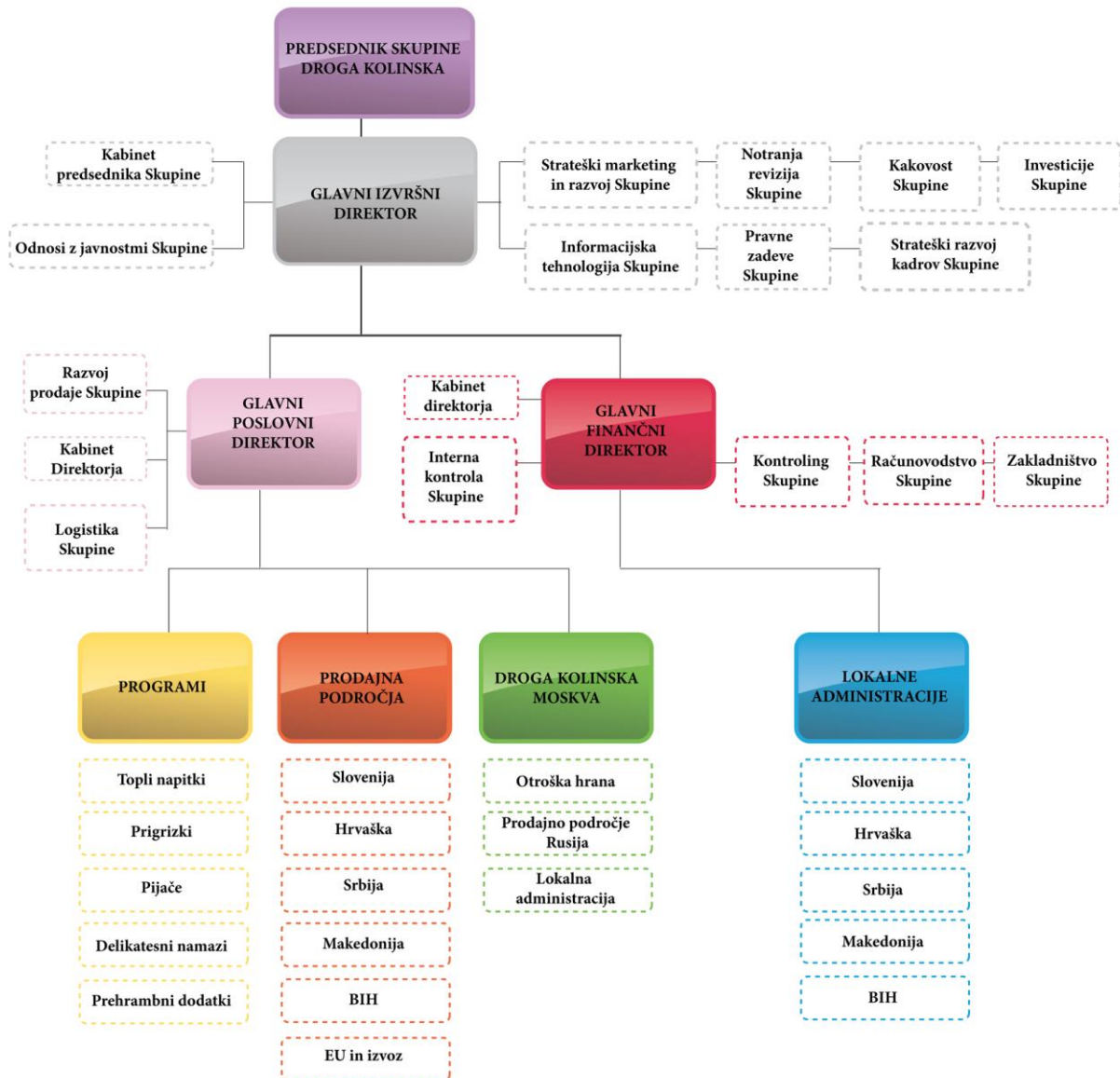
- predelava ter pakiranje kave in čajev;
- proizvodnja mineralnih vod in brezalkoholnih pijač;
- proizvodnja mesnih izdelkov, vključno s tistimi iz perutnine;
- proizvodnja homogeniziranih živil in dietetične prehrane;
- predelava in pakiranje žitaric, začimb in drugih živilskih proizvodov;
- predelava in konzerviranje zelenjave in gob;
- predelava morske soli;
- proizvodnja ekstraktov;
- predelava zdravilnih zelišč in čajev;
- prodaja trgovskega blaga;
- proizvodnja kakava, čokolade in sladkornih izdelkov;
- proizvodnja sadnih in zelenjavnih sokov, predelava in konzerviranje sadja in zelenjave;

1.6.2 Položaj družbe v poslovni skupini

Droga Kolinska, d. d. skupaj s svojimi odvisnimi družbami tvori Skupino Droga Kolinska, ta pa predstavlja sestavni del Skupine Istrabenz.

1.6.3 Organiziranost Skupine Droga Kolinska

Poslovna organiziranost Skupine Droga Kolinska



Pregled posredno in neposredno obvladovanih pravnih oseb/Skupina Droga Kolinska - stanje na dan 31. 12. 2008

DRŽAVA	OBVLADOVANE PRAVNE OSEBE	POSLOVNI DELEŽ	MATIČNA ŠTEVILKA	ZAKONITI ZASTOPNIK
Slovenija	Droga Kolinska Sol d.o.o., Obala 8, 6320 Portorož - Portoroše	100% Droga Kolinska d.d.	3411559000	Dušan Kodra
Hrvaška	Lasago d.o.o., Digitronska 33, 52460 Buje	100 % Droga Kolinska d.o.o. (Zagreb)	040062712	Dušan Poberaj
	Droga Kolinska d.o.o., Prilaz Ivana Visina 7, 10020 Zagreb	100% Droga Kolinska d.d.	080142300	Đurđica Ožegović
BIH	Kofikom d.o.o. Sarajevo, Hasana Brkića 2, 71000 Sarajevo	100% DK TRADE d.o.o. Sarajevo	1704441	Selma Ustalič
	Kofikom Produkt d.o.o. Glavičice, Glavičice bb, 76318 Glavičice	100% Grand Prom AD Beograd	1975528	Milanka Gligić
	Droga d.o.o. Sarajevo, Donji Hadžići br.138, 71240 Hadžići	100% Droga Kolinska d.d.	1-21504	Samir Brodović
	DK Faktor d.d. Sarajevo, Donji Hadžići 138, 71240 Hadžići	96,2079% Droga d.o.o. Sarajevo, ostalo manjšinski d	1-1660	Matjaž Vodopivec
	Koleks Sarajevo, d.o.o., ul. Marka Marulića bb, 71000 Sarajevo	100% Droga Kolinska d.d.	1-6542	v postopku izbrisa
	DK TRADE d.o.o. Sarajevo, Donji Hadžići br.138, 71240 Hadžići	100% Grand Prom AD Beograd	1-25475	Matjaž Vodopivec
	Argeta d.o.o. Sarajevo, Donji Hadžići br.138, 71240 Hadžići	100% Droga Kolinska d.d.	1-25270	Samir Brodović
Srbija	Grand Prom AD Beograd, Surčinska 6a, 11070 Novi Beograd	100% Droga Kolinska d.d.	17173006	Bojan Knežević
	Grand Kafa doo Beograd, Kumodraška broj 249, 11000 Beograd	100% Droga Kolinska d.d.	17588877	Milena Štular
	Unikomerc d.o.o., Surčinska ulica broj 4, 11070 Novi Beograd	100% Grand Prom AD Beograd	7032811	Bojan Knežević
	V5 International d.o.o., Tošin Bunar 216, 11000 Beograd	100% Grand Prom AD Beograd	07469799	Marko Knežević
	AD Palanački Kiseljak, ul. Vojske Jugoslavije br. 2, 11420 Smederevska Palanka	79,4% Droga Kolinska d.d., ostalo manjšinski d	7163835	Dragan Simić
	Štark AD Beograd, Ul. Kumodraška 249, 11000 Beograd	70,524 % Grand Kafa doo Beograd, 23,508% Tobess	7026447	Stela Karl-Čosić
	Soko Štark maloprodaja DOO Beograd, Kumodraška 249, 11000 Beograd	100% Štark AD Beograd	20316403	Alija Jašarević
	Bonito AD Beograd, Bulevar kralja Aleksandra 516a, 11000 Beograd	100% Grand Prom AD Beograd	20092114	Ljubiša Slović
	Tobess d.o.o. Beograd, Surčinska 6a, 11070 Novi Beograd	100% Grand Kafa d.o.o. Beograd	20157534	Stela Karl-Čosić
Črna Gora	DK Mont d.o.o. Podgorica, Mitra Bakića 112, Podgorica	100% Grand Prom AD Beograd	5-0445643/001	Momčilo Zečević
Makedonija	Droga Kolinska d.o.o.e.l. Skopje, Ul. Anton Popov br. 3, 1000 Skopje	100% Grand Prom AD Beograd	6003443	Nebojša Jakimoski
	Droga d.o.o.e.l. Skopje, Ul. Skupi br. 37, 1000 Skopje	100% Droga Kolinska d.d.	5307546	Miroslav Knežević- likvidator
	Slovin Jugokokta d.o.o.e.l Skopje, Ul. Šarplaninska bš, 1000 Skopje	100% Droga Kolinska d.o.o.e.l. Skopje	4052676	Nebojša Jakimoski
Švedska	Droga Livsmedel AB, Vagnmakaregatan 14, 41507 Göteborg	100% Droga Kolinska d.d.	556465-2948	Niclas Carlsson - likvidator
Rusija	ooo Droga Kolinska, zagradnoe sose d1, 115280 Moscow	100% Droga Kolinska d.d.	770919150	Emir Hrković

1.7 Poročilo o vodenju in upravljanju

Jeseni leta 2007 je Skupina Droga Kolinska izpeljala poslovno reorganizacijo, ki jo je vodstvo Skupine potrdilo v obliki sprejetega Pravilnika o organizaciji Skupine Droga Kolinska in v obliki 1. oktobra 2007 sprejetega sklepa o imenovanju vodij posameznih organizacijskih enot. Pravilnik o organizaciji Skupine Droga Kolinska je letu 2008 doživel nekaj sprememb. Te se nanašajo predvsem na reorganizacijo prodajnega območja Hrvaška, o čimer je vodstvo odločilo s sklepom 7. julija 2008, ter na reorganizacijo prodajnega območja Slovenija, o čimer je vodstvo odločilo s sklepom, sprejetim 13. oktobra 2008.

1.7.1 Revizija in notranji nadzor

Dolžnost službe notranje revizije, ki je po novi organizaciji od septembra 2007 organizirana kot centralna služba Notranja revizija Skupine, je, da neodvisno in nepristransko preverja sistem delovanja notranjih kontrol v celotni Skupini. Njen cilj je zagotavljanje pravočasnih in točnih informacij o ustreznosti delovanja družbe, ugotavljanje tveganja ter podajanje priporočila za izboljšanje. Delovanje službe notranje revizije je bilo tudi v letu 2008 usmerjeno predvsem na področje nadzor poslovanja povezanih podjetij v tujini. Izvajali so se redni in izredni pregledi s ciljem preverjanja delovanja notranjih kontrol ter njenih enotnih usmeritev.

1.7.2 Struktura upravljanja družbe Droga Kolinska, d. d.

1.7.2.1 Temeljni akti organizacije in poslovanja

Družba Droga Kolinska ima dvotirni sistem upravljanja. Droga Kolinska deluje v skladu s statutom, sprejetim dne 3. maja 2005, v letu 2008 pa je prišlo do spremembe, ko je aprila 2008 nadzorni svet na podlagi pooblastila iz 4. odstavka 6. člena statuta družbe Droga Kolinska, d.d., sprejel spremembe statuta, ki se nanašajo na znesek osnovnega kapitala in števila delnic.

Eden od notranjih aktov družbe Droga Kolinska je tudi Poslovnik o delu nadzornega sveta, ki od njegovega sprejema na dan 31. maja 2005 ni bil spremenjen.

1.7.2.2 Skupni poslovni standardi

Družba Droga Kolinska podpira uvajanje enotnih poslovnih standardov v Skupini. V letu 2008 je vodstvo 9. junija sprejelo Pravilnik o imenovanju vodilnih kadrov, 16. septembra Pravilnik o odpisih, 18. januarja Pravilnik v zvezi z načinom upravljanja z avtomobilskim fondom. 26. februarja 2008 so poenotili tudi sistemizacijo delovnih mest na nivoju Skupine, 13. oktobra 2008 pa uvedli preventivne ukrepe v Skupini Droga Kolinska zaradi krize finančnih sistemov. S tem so se postavili temelji za enotne standarde poslovanja za vso Skupino.

1.7.2.3 Uprava družbe Droga Kolinska, d. d.

Sestava uprave

Skupina Droga Kolinska je leta 2008 razširila upravo. Na seji nadzornega sveta 5. decembra 2008 sta bila za dobo šestih let imenovana dva nova člana uprave, in sicer Branko Greganovič in Enzo Smrekar. Upravo tako poleg novih članov predstavljata še Slobodan Vučićević, predsednik uprave, in Milena Štular, članica uprave.

Način delovanja uprave

Uprava se srečuje na rednih sejah. Uprava družbe svoje odločitve sprejema v obliki sklepov ali obveznih navodil.

Nagrajevanje uprave

Člani uprave so na podlagi sklenjene Pogodbe o zaposlitvi in poslovanju upravičeni do plače in drugih prejemkov v obliki fiksne mesečne plače in variabilnih prejemkov, o katerih v primeru poslovne uspešnosti in realiziranih načrtov odloča nadzorni svet.

Na seji nadzornega sveta dne 19. maja 2008 je nadzorni svet v skladu s pogodbama o zaposlitvi, ki sta bili sklenjeni 12. aprila 2007, del bilančnega dobička družbe Droga Kolinska za leto 2007 namenil za nagrado Slobodanu Vučićeviću, predsedniku uprave, in Mileni Štular, članici uprave. Skladno s 13. členom statuta družbe Droga Kolinska so člani uprave zaradi svojega dela lahko udeleženi v delitvi dobička družbe, o tem pa odloči skupščina na seji. V letu 2008 je skupščina družbe 25. avgusta del bilančnega dobička namenila za nagrado upravi.

Lastništvo delnic s strani uprave

Člani uprave niso neposredno delničarji družbe. Predsednik uprave družbe Slobodan Vučićević je 100-odstotni lastnik družbe NCA Investment Group d.o.o., Beograd, Srbija, ki je lastnica 5 odstotkov delnic družbe.

1.7.2.4 Nadzorni svet družbe Droga Kolinska, d. d.

Sestava nadzornega sveta

Nadzorni svet družbe Droga Kolinska po odstopu Branka Greganoviča z mesta podpredsednika nadzornega sveta 4. decembra 2008 šteje pet članov. Na seji nadzornega sveta 5. decembra 2008 je bil za novega podpredsednika nadzornega sveta imenovan Miroslav Golubić.

Nadzorni svet Droge Kolinska sestavljajo:

Igor Bavčar, predsednik;
Miroslav Golubić, podpredsednik;
Milan Čadež, član;
Dušan Lorenčič, član-predstavnik delavcev;
Jože Šorgo, član-predstavnik delavcev.

Predstavnikom kapitala v nadzornem svetu je v začetku aprila potekel mandat. V postopku je imenovanje novih članov nadzornega sveta.

Nagrajevanje nadzornega sveta

Člani nadzornega sveta so v letu 2008 prejeli prejemke, kot to določa zakon, statut v drugem odstavku 20. člena in sklep skupščine z dne 25. oktobra 2005. Skupščina je s sklepom z dne 25. avgusta 2008 del bilančnega dobička za leto 2007 namenila za nagrade nadzornemu svetu in hkrati določila kriterij delitve nagrad.

Lastništvo delnic s strani članov nadzornega sveta

Člani nadzornega sveta niso delničarji družbe.

1.7.2.5 Skupščina delničarjev

Skupščina delničarjev poteka v skladu z določbami statuta družbe in relevantne zakonodaje.

V letu 2008 je bila 25. avgusta izvedena skupščina delničarjev. Na njej so bili sprejeti sledeči ključni sklepi:

- Sklep o seznanitvi z letnim poročilom družbe Droga Kolinska d.d. in Skupine Droga Kolinska za leto 2007, z mnenji revizorja in pisnim poročilom nadzornega sveta o pregledu in potrditvi letnega poročila za leto 2007.
- Sklep o podelitvi razrešnice Upravi in Nadzornemu svetu družbe za delo v letu 2007.
- Sklep o uporabi bilančnega dobička.

- Sklep o imenovanju revizorja družbe Droga Kolinska d.d.

1.7.3.2 Članstvo v upravljavskih organih odvisnih družb

Spodnje tabele prikazujejo stanje na dan 31. 12. 2008.

Posloводство v Skupini Droga Kolinska

DRUŽBA	IME, PRIIMEK	FUNKCIJA	MANDAT
Droga Kolinska d.d. (SI)	Slobodan Vučičević	predsednik uprave	12.4.2007 (6 let)
	Milena Štular	članica uprave	12.4.2007 (6 let)
	Branko Greganovič	član uprave	05.12.2008 (6 let)
	Enzo Smrekar	član uprave	05.12.2008 (6 let)
Droga Kolinska Sol d.o.o. (SI)	Dušan Kodra	direktor	7.10.2008 (neomejen čas)
Lasago d.o.o. (HR)	Dušan Poberaj	direktor	9.9.2008 (neomejen čas)
Droga Kolinska d.o.o. (HR)	Đurđica Ožegović	direktor	28.5.2008 (neomejen čas)
	Borut Mavsar	prokurist	28.5.2008 (neomejen čas)
Kofikom d.o.o. Sarajevo (BIH)	Selma Ustalič	direktorica	17.1.2006 (neomejen čas)
Kofikom Produkt d.o.o. Glavičice (BIH)	Milanka Gligić	direktorica	11.9.2006 (neomejen čas)
Droga d.o.o. Sarajevo (BIH)	Samir Brodović	direktor	20.12.2006 (1 leto)
DK Faktor d.d. Sarajevo (BIH)	Matjaž Vodopivec	direktor	5.11.2007 (4 leta)
Koleks Sarajevo, d.o.o. (BIH)	ni direktorja/ družba je v fazi likvidacije		
Argeta d.o.o. Sarajevo (BIH)	Samir Brodović	direktor	29.05.2008 (4 leta)
DK TRADE d.o.o. Sarajevo (BIH)	Matjaž Vodopivec	direktor	15.10.2007 (4 leta)
Grand Prom AD Beograd (RS)	Bojan Knežević	direktor	1.6.2007 (neomejen čas)
	Dragoljub Prijić	namestnik direktorja	Od 10.4.2008
	Miroslav Knežević	namestnik direktorja	Od 1.9.2008
	POSLOVNI ODBOR: Milena Štular	predsednik	16.9.2005- 30.4.2008 od 27.4.2007; od 27.9.2007 predsed. od 16.8.2005; od 27.9.2007 namest.
Grand Kafa doo Beograd (RS)	Slobodan Vučičević	namestnik predsednika	od 28.6.2006
	Branko Greganovič Bojan Knežević	neizvršni član izvršni član	od 27.4.2007
Grand Kafa doo Beograd (RS)	Milena Štular	direktorica	29.8.2007 (neomejen čas)
	Dragoljub Prijić	namestnik direktorja	od 10.4.2008
Unikomerc d.o.o. (RS)	Bojan Knežević	direktor	1.4.2007 (neomejen čas)
	Dragoljub Prijić	namestnik direktorja	Od 10.4.2008
VS International d.o.o. (RS)	Marko Knežević	direktor	27.5.1999 (neomejen čas)
	Miroslav Knežević	namestnik direktorja	od 1.9.2008
	Dragoljub Prijić	namestnik direktorja	od 10.4.2008

AD Palenački Kiseljak (RS)	<p>Dragan Simić</p> <p>Miroslav Knežević</p> <p>Dragoljub Prijić</p> <p>IZVRŠNI ODBOR: Dragan Simić Miroslav Kenžević Snežana Batinić</p> <p>UPRAVNI ODBOR: Andrej Bele Dušan Lorenčić Aleš Vesel Aleksandar Marković Igor Erak - podal pisno odstopno izjavo, čaka se na sklic Upravnega odbora Pal Kis.</p>	<p>direktor</p> <p>namestnik direktorja</p> <p>namestnik direktorja</p> <p>predsednik član član</p> <p>predsednik član član član</p>	<p>12.6.2008- do prve naslednje letne skupščine delničarjev Od 01.09.2008</p> <p>12.6.2008- do razrešitve 12.6.2008</p> <p>24.5.2008- do prve naslednje letne skupščine delničarjev</p>
Štark AD Beograd (RS)	<p>Stela Karl-Čosić Miroslav Knežević</p> <p>Dragoljub Prijić</p> <p>UPRAVNI ODBOR: Slobodan Vučićević Siniša Mali Milena Štular Branko Greganovič Milan Milićević Vera Kreculj Slobodan Zdravković</p>	<p>direktor</p> <p>namestnik direktorja</p> <p>namestnik direktorja</p> <p>predsednik član član član član član</p>	<p>Od 10.4.2008 Od 1.9.2008</p> <p>Od 10.4.2008.</p> <p>30.6.2008 do prve naslednje letne skupšč. Od 2.7.2008</p>
Soko Štark maloprodaja d.o.o. Beograd (RS)	<p>Alija Jašarević Miroslav Knežević</p> <p>Dragoljub Prijić</p>	<p>direktor</p> <p>namestnik direktorja</p> <p>namestnik direktorja</p>	<p>24.3.2008 (neomejen čas) od 1.9.2008</p> <p>od 10.4.2008</p>
Bonito AD Beograd (RS)	<p>Ljubiša Slović Mia Ristić Miroslav Knežević</p> <p>Dragoljub Prijić</p>	<p>direktor</p> <p>prokurist</p> <p>namestnik direktorja</p> <p>namestnik direktorja</p>	<p>13.11.2006 (neomejen čas)</p> <p>13.11.2006 (neomejen čas) od 1.9.2008</p> <p>od 1.9.2008</p>
Tobes d.o.o. Beograd DK Mont d.o.o. Podgorica	<p>Stela Karl-Čosić Momčilo Zečević</p>	<p>direktor</p> <p>izvršni direktor</p>	<p>23.4.2008 (4 leta)</p> <p>12.2.2008 (neomejen čas)</p>
Droga Kolinska d.o.o.e.l. Skopje (MK)	Nebojša Jakimoski	direktor	1.7.2008 nedoločen čas
Droga d.o.o.e.l. Skopje (MK)- v likvidaciji	Miroslav Knežević	likvidator	5.10.2007 (1 leto)
Slovin Jugokokta d.o.o.e.l. Skopje (MK)	Nebojša Jakimoski	direktor	14.7.2008 nedoločen čas

Droga Livsmedel AB (SE)	od 13.3.2006 dalje ni direktorja; pooblastila direktorja ima vsak posamezni član uprave (Board of Directors) UPRAVA: 22.6.2007 do zaključka naslednjega letnega zasedanja uprave Enzo Smrekar član Nina Ježovnik član Matjaž Stražišar član		
OOO Droga Kolinska (RU)	Emir Hrković	direktor	20.9.2005 (neomejen čas)

Nadzorstveni organi v Skupini Droga Kolinska

DRUŽBA	IME, PRIIMEK	FUNKCIJA	MANDAT
Droga Kolinska d.d. (SI)	NADZORNI SVET: Igor Bavčar Miroslav Golubić Milan Čadež Josip Šorgo Dušan Lorenčič	predsednik član član član- predstavnik zaposlenih član- predstavnik zaposlenih	6.4.2005 (4 leta) 6.4.2005 (4 leta) 6.4.2005 (4 leta) 13.9.2005 (4 leta) 13.9.2005 (4 leta)
Droga Kolinska Sol d.o.o. (SI)		ni posebnega nadzorstvenega organa	
Lasago d.o.o. (HR)		ni posebnega nadzorstvenega organa	
Droga Kolinska d.o.o. (HR)		ni posebnega nadzorstvenega organa	
Kofikom d.o.o. Sarajevo (BIH)		ni posebnega nadzorstvenega organa	
Kofikom Produkt d.o.o. Glavičice (BIH)		ni posebnega nadzorstvenega organa	
Droga d.o.o. Sarajevo (BIH)		ni posebnega nadzorstvenega organa	
DK Faktor d.d. Sarajevo (BIH)	NADZORNI ODBOR: Aleš Vesel Nina Ježovnik Hladnić Samir Brodović REVIZIJSKI ODBOR: Petra Glavina Selma Ustalić Jasmina Torej	predsednik član član predsednik član član	10.12.2007 (4 leta) 10.12.2007 (4 leta)
Soko- Štark d.o.o. Glavičice (BIH)		ni posebnega nadzorstvenega organa	
Koleks Sarajevo, d.o.o. (BIH)		ni nadzorstvenega organa/ družba je v fazi likvidacije	
Argeta d.o.o. Sarajevo (BIH)	NADZORNI ODBOR: Marko Jazbec (odstop) Gregor Hoefflerle	predsednik član	v postopku je sprememba članstva
DK TRADE d.o.o. Sarajevo (BIH)		ni posebnega nadzorstvenega organa	
Grand Prom AD Beograd (RS)		ni posebnega nadzorstvenega organa	
Grand Kafa doo Beograd (RS)		ni posebnega nadzorstvenega organa	
Unikomerc d.o.o. (RS)		ni posebnega nadzorstvenega organa	
VS International d.o.o. (RS)		ni posebnega nadzorstvenega organa	

AD Palenački Kiseljak (RS)	NADZORNI ODBOR: Petra Glavina Nina Ježovnik Hladnić Zoran Četić	predsednik član član	24.5.2008- do prve naslednje letne skupščine delničarjev
Štark AD Beograd (RS)	NADZORNI ODBOR: Ljubiša Slović Nina Ježovnik Hladnić Martina Sosić		30.6..2008 do prve letne skupščine predsednik član član
Bonito AD Beograd (RS)			ni posebnega nadzorstvenega organa
Tobess d.o.o. Beograd (RS)			ni posebnega nadzorstvenega organa
DK Mont d.o.o. Podgorica			ni posebnega nadzorstvenega organa
Droga Kolinska d.o.o.e.l. Skopje (MK)			ni posebnega nadzorstvenega organa
Droga d.o.o.e.l. Skopje (MK)	ni posebnega nadzorstvenega organa/ družba je v fazi likvidacije		
Slovin Jugokokta d.o.o.e.l. Skopje (MK)			ni posebnega nadzorstvenega organa
Droga Livsmedel AB (SE)			ni posebnega nadzorstvenega organa
OOO Droga Kolinska (RU)			ni posebnega nadzorstvenega organa

1.7.4 Poročilo po 6. odstavku 70. člena ZGD-1

Na podlagi zakona o prevzemih je družba Droga Kolinska, d.d., v letu 2008 zavezana k uporabi navedenega Zakona, zato je potrebno navesti tudi podatke po stanju na zadnji dan poslovnega leta s pojasnili.

Kot izhaja iz statuta, je osnovni kapital družbe Droga Kolinska d.d. razdeljen na 14.708,939 navadnih prosto prenosljivih imenskih kosovnih delnic. Vsaka kosovna delnica ima enak delež in pripadajoč znesek v osnovnem kapitalu. Delnice so prosto prenosljive in imajo enake pravice, tako da tvorijo en razred. Vsaka delnica daje imetniku pravico do enega glasu na skupščini družbe, sorazmernega dela dobička (dividende) v primeru njegovega izplačila delničarjem, sorazmernega dela preostalega premoženja po likvidaciji ali stečaju družbe. Drugih vrednostnih papirjev, razen delnic z glasovalno pravico, družba ni izdala. Omejitve prenosa delnic ne obstojijo.

Prikaz kvalificiranih deležev v neposrednem imetništvu delnic družbe Droga Kolinska d.d.:

Vir: KDD na dan 31.12.2008

Zap. št.	Oznaka	Naziv lastnika	Država	Št. delnic	Delež
1.	DRKR	ISTRABENZ d.d.	SVN	13.083.492	89%
2.	DRKR	BANKA KOPER d.d. Dvojezična firma: BANKA	SVN	890.000	6%
3.	DRKR	NCA INVESTMENT GROUP DOO BEOGRAD	SRB	735.447	5%
				14.708.939	100%

Predsednik uprave družbe Droga Kolinska, d.d., Slobodan Vučićević je 100-odstotni lastnik družbe NCA Investment Group d.o.o., Beograd, ki je lastnica 5 odstotkov delnic Droga Kolinska d.d.

Vrednostni papirji družbe, ki zagotavljajo posebne kontrolne pravice, v družbi Droga Kolinska d.d. ne obstajajo.

Droga Kolinska d.d. nima delniške sheme za delavce.

Delnice družbe Droga Kolinska d.d. nimajo nobenih omejitev glasovalnih pravic.

Družbi Droga Kolinska d.d. niso znani nobeni dogovori med delničarji, ki bi lahko povzročili omejitev prenosa vrednostnih papirjev ali glasovalnih pravic.

Droga Kolinska d.d. nima nobenih posebnih pravil, ki bi se nanašala na imenovanje ter zamenjavo članov organov vodenja ali nadzora, ali ki bi se nanašala na spremembe statuta. Podlaga za navedeno ravnanje je tako lahko zgolj zakon, statut družbe ter Poslovnik o delu nadzornega sveta, v kolikor gre za pravila o imenovanju ter zamenjavi članov organov vodenja ali nadzora. Navedeni poslovnik določa način oblikovanja predlogov za nove člane nadzornega sveta, izvolitev predsednika in namestnika nadzornega sveta ter nekaj pravil o imenovanju uprave.

Poslovodstvo družbe Droga Kolinska d.d. nima pooblastil za izdajo ali nakup lastnih delnic. V skladu s 6. členom statuta družbe je uprava družbe pooblaščen za povečanje osnovnega kapitala z izdajo novih delnic v prvih petih letih po vpisu družbe v sodni register do 50 odstotkov osnovnega kapitala. Uprava mora pred izdajo novih delnic pridobiti soglasje nadzornega sveta.

Družba Droga Kolinska d.d. ni stranka v takšnih pogodbah, ki pričnejo učinkovati, se spremenijo ali prenehajo na podlagi spremembe kontrole v družbi, ki je posledica ponudbe, kot jo določa zakon, ki ureja prevzeme.

Družba Droga Kolinska d.d. nima dogovorov med družbo in člani njenega organa vodenja ali nadzora ali delavci, ki bi predvidevali nadomestilo, če ti zaradi ponudbe, kot jo določa zakon, ki ureja prevzeme odstopijo, so odpuščeni brez utemeljenega razloga ali njihovo delovno razmerje preneha.

1.7.5 Izjava o upravljanju družbe

Družba Droga Kolinska d.d. je pri svojem poslovanju v letu 2008 kot vodilo dobre poslovne prakse uporabljala Kodeks upravljanja javnih delniških družb. Izjave o spoštovanju kodeksa upravljanja javnih delniških družb so bile objavljene dne 31. maja 2006, 25. aprila 2007 in zadnja 18. februarja 2009 v sistemu obveščanja Ljubljanske borze Seonet.

1.7.5.1 Izjava o spoštovanju Kodeksa upravljanja javnih delniških družb

V Izjavi o spoštovanju Kodeksa upravljanja javnih delniških družb, ki ga je družba objavila 18. februarja 2009 in je bila oblikovana na podlagi sprejetih sprememb in dopolnitev z dne 5. februarja 2007, je družba navedla odstopanja pri sledenju priporočilom ter pojasnila razloge zanj v luči poslovanja v letu 2008 in namere bodočega poslovanja. Celotni tekst izjave je razviden iz Priloge na koncu tega poglavja.

Priloga 1

IZJAVA O SPOŠTOVANJU KODEKSA UPRAVLJANJA JAVNIH DELNIŠKIH DRUŽB

Uprava družbe Droga Kolinska, d.d., je 18. februarja 2009 na Seonet-u objavila Izjavo o spoštovanju Kodeksa upravljanja javnih delniških družb (v nadaljnjem besedilu Kodeks), katerega spremembe in dopolnitve so bile sprejete 5. februarja 2007. Kodeks je javno dostopen na spletnih straneh Ljubljanske borze v slovenskem

<http://www.ljse.si/cgi-bin/jve.cgi?att=%205213&sid=vCnRj0extHd5g6SJ>

in angleškem jeziku <http://www.ljse.si/cgi-bin/jve.cgi?att=5223&sid=vCnRj0extHd5g6SJ>.

V tej Izjavi o spoštovanju Kodeksa upravljanja javnih delniških družb je družba navedla odstopanja pri sledenju priporočilom in pojasnila razloge zanj v luči poslovanja v letu 2008 ter hkrati, glede na spremembe in dopolnitve zadevnega Kodeksa nakazala tudi nameravane oz. zelene spremembe bodočega poslovanja, vse v smeri prizadevanja, da bi v čim večji meri spoštovala priporočila Kodeksa. Odstopanja od Kodeksa in razlogi zanj so navedeni v tekstu spodaj.

Družba si bo prizadevala v čim večji meri upoštevati tudi neobvezujoča priporočila Kodeksa ter v skladu s tem ciljem ustrezno izpopolnjevati svoj sistem upravljanja.

Ob morebitnem odstopanju od podane izjave o spoštovanju Kodeksa bo družba poskrbela za ustrezno ažurno objavo.

Odstopanja od priporočil in razlogi zanj:

V poglavju 1: Razmerje med družbo, delničarji in drugimi interesnimi skupinami
--

1.1.1. Osnovni cilj delniške družbe, ki opravlja pridobitno dejavnost, je maksimiranje vrednosti družbe. Ta in drugi cilji, ki jih družba zasleduje pri opravljanju svoje dejavnosti, naj bodo zapisani v statutu družbe.

Družba v statutu nima posebej zapisanih ciljev, ki jih zasleduje pri svojem delovanju. Nedvomno pa je eden izmed teh ciljev tudi maksimiziranja vrednosti družbe, ki predstavlja enega pomembnejših elementov gospodarnega načina poslovanja.

1.2.5. V primeru povečanja ali zmanjšanja osnovnega kapitala družbe ter v primeru pridobivanja oziroma odsvajanja lastnih delnic družbe naj družba skladno z načelom enake obravnave delničarjev upošteva določila o prednostni pravici delničarjev v sorazmerju z njihovim deležem v kapitalu družbe.

Statut družbe v 6. členu vsebuje določilo, da lahko uprava ob povečanju osnovnega kapitala (odobreni kapital) odloči o izključitvi prednostne pravice delničarjev do novih delnic, za kar pa potrebuje soglasje nadzornega sveta.

1.2.6. Družba naj spodbuja vse delničarje k aktivnemu in odgovornemu izvrševanju njihovih pravic, pri čemer jih obvešča, kateri načini izvrševanja lahko škodijo družbi oziroma drugim delničarjem družbe. Družba naj spodbuja večjo zastopanost delničarjev na skupščini tudi posredno prek finančnih in drugih organizacij ter pooblaščenecv (organizirano zbiranje pooblastil, objava informacij o pooblaščenecih).

Družba posebej ne organizira zbiranja pooblastil. Družba zastopa stališče »aktivnega delničarja«, tako da je vsakemu posameznemu delničarju prepuščena izbira, ali se bo skupščine udeležil ali ne ter seveda ali se je bo udeležil osebno ali pa s pooblastitvijo svojega zaupnika prenesel uresničevanje upravljaljskih pravic nanj.

1.3.7. Poslovodstvo naj poskrbi, da družba ob sklicu skupščine uporablja informacijsko tehnologijo, ki zagotavlja delničarjem enakomerno obveščenost in učinkovito uresničevanje njihovih pravic. Pri objavljanju podatkov in materialov iz drugega do četrtega odstavka te točke in njihovem uvrščanju na uradno spletno stran družbe, naj poslovodstvo spoštuje pravila enakomernega obveščanja.

V objavi sklica skupščine naj poslovodstvo navede tudi naslov uradne spletne strani družbe.

Poslovodstvo naj z zakonom zahtevana poročila in gradiva objavi na uradni spletni strani družbe, skupaj s sklicem skupščine, objavo dnevnega reda, predlogi za sprejemanje sklepov in utemeljitvijo teh predlogov. Če naj skupščina odloča o spremembah statuta, naj poslovodstvo na uradni spletni strani družbe objavi besedilo predlaganih sprememb z utemeljitvijo.

Hkrati naj poslovodstvo na uradni spletni strani družbe objavi tudi skupno število delnic in glasovalnih pravic ter število delnic in glasovalnih pravic po posameznem razredu, po stanju ob sklicu skupščine.

Podatki in materiali iz drugega do četrtega odstavka te točke naj bodo od sklica skupščine dostopni na poslovnem naslovu družbe.

Družba je do sedaj na svojih spletnih objavljala sklic skupščine, dnevni red, predloge sklepov z obrazložitvijo, letno poročilo ter poročilo nadzornega sveta. V prihodnosti ima družba namen v objavi sklica navesti tudi naslov uradne spletne strani družbe, na uradnih spletnih straneh objaviti tudi skupno število delnic in glasovalnih pravic po stanju ob sklicu skupščine ter besedilo predlaganih sprememb statuta z utemeljitvijo.

1.3.18. Člane nadzornega sveta in člane upravnega odbora naj skupščina delničarjev voli posamično.

Skupščina družbe je zaenkrat odločala le o izvolitvi enega novega člana nadzornega sveta, predstavnika delničarjev oz. kapitala. Načelno stališče družbe za vnaprej pa je, da se vse kandidate za člane nadzornega sveta voli skupaj. Prednost takšnega načina je strokovno uravnotežena sestava nadzornega sveta. Poslovnik o delu nadzornega sveta namreč določa, da nadzorni svet ali posebna komisija nadzornega sveta pri izbiranju predlogov za kandidate upoštevata, da imajo ustrezno strokovno znanje, izkušnje in sposobnosti ter časovno razpoložljivost.

1.3.19. Skupščina naj sprejema sklepe o razrešnici organom vodenja ali nadzora ločeno za vsak organ. Član organa vodenja ali nadzora naj ne glasuje o svoji razrešnici.

Skupščina družbe je v letu 2006 odločala skupaj o podelitvi razrešnice upravi in nadzornemu svetu družbe. V letih 2007 in 2008 pa je o podelitvi razrešnice upravi in nadzornemu svetu Skupščina odločala v ločenih sklepih.

1.3.20. Poslovodstvo mora, takoj ko je to mogoče, objaviti na skupščini sprejete sklepe skupščine ter informacijo o morebitnih na skupščini delničarjev napovedanih izpodbojnih ali ničnostnih tožbah.

V objavi naj poslovodstvo navede tudi:

- skupno število na skupščini zastopanih delnic in glasovalnih pravic ter število zastopanih delnic in glasovalnih pravic po posameznem razredu;
- za vsak predlagani sklep rezultate glasovanja, ki vsebujejo vsaj število delnic v zvezi s katerimi so bili oddani glasovi, število oddanih glasov in v odstotkih izražene glasove za in proti;
- jasno identifikacijo petih na skupščini prisotnih ali zastopanih največjih delničarjev družbe, ter za vsakega takšnega delničarja število njegovih delnic in število njegovih glasovalnih pravic; glasovalne pravice naj bodo izražene tudi v odstotku glede na vse glasovalne pravice družbe in glede na glasovalne pravice v razredu delnic;
- informacije o uporabi bilančnega dobička, podatke o višini dividende, datumu preseka, na katerega se ugotavljajo upravičenci do dividende, datumu izplačila dividend;
- kadar se sprejeti sklepi nanašajo na izdajo novih serijskih vrednostnih papirjev natančen opis pravic in obveznosti, ki izhajajo iz vrednostnega papirjev;

Poslovodstvo družbe mora vsakršno cenovno občutljivo informacijo, ki je bila razkrita na skupščini družbe, nemudoma objaviti.

Družba do sedaj priporočila ni v celoti sledila in sicer vezano na drugo alinejo priporočila v objavi ni navedla števila delnic in števila oddanih glasov, ampak zgolj odstotek deleža glasov glede na število oddanih glasov, odstotek deleža zastopanih delnic z glasovalno pravico in odstotek deleža glede na vse delnice z glasovalno pravico. Nadalje družba delno ni izvajala priporočila iz tretje alineje in sicer ni objavila skupnega odstotka glasovalnih pravic prvih petih največjih delničarjev glede na vse delnice z glasovalno pravico, saj je imela družba na dan skupščine. Družba bo zadevno priporočilo upoštevala pri nadaljnjem delovanju.

2.2.1. Priporoča se, da upravo sestavlja več članov, pri čemer se eden izmed njih imenuje za predsednika uprave. Razdelitev delovnih področij in nalog med člani uprave in način njihovega sodelovanja naj družba določi v svojih aktih (statut, poslovnik o delu uprave).

8. člen statuta družbe določa, da ima lahko uprava največ pet članov, 3. odstavek 9. člena statuta družbe pa določa, da uprava lahko sprejme poslovnik o delu uprave. Do vključno dne 11.4.2007 je imela družba enočlansko upravo, tako da razdelitev delovnih področij in nalog med člani uprave in način njihovega sodelovanja ter posledično poslovnik o delu uprave ni potreben. Z dnem 12.4. 2007 je delo nastopila nova uprava, ki je sestavljena iz dveh članov, z dnem 5.12.2008 pa sta bila imenovana še dva člana uprave, tako da uprava sedaj šteje štiri člane glede na navedeno dejstvo družba sledi zadevnemu priporočilu, v kratkem pa bo sprejet tudi ustrezen poslovnik u delu uprave.

2.2.4. Posamezni člani uprave naj popolno, izčrpno, natančno in sproti obveščajo predsednika uprave o vseh pomembnejših dogajanjih in potekih posameznih poslov na področjih, za katere so pristojni.

Kot nadaljevanje pojasnila pod točko 2.2.1. družba navaja, da bo glede na povečanja števila članov uprave z dnem 12.4.2007 in 5.12.2008, uprava sprejela ustrezní notranji akt, ki bo potrebna razmerja in dolžnosti medsebojnega obveščanja med člani uprave jasno opredelil.

2.3.2. Politika določanja višine plačil, povračil in drugih ugodnosti članov uprave naj bo vnaprej določena in naj upošteva kriterije, kot so zlasti:

- obseg nalog posameznega člana uprave,
- uspešnost posameznega člana uprave,
- velikost družbe in njeno finančno stanje,
- zahtevnost vodenja družbe glede na njeno poslovno ter organizacijsko kompleksnost,
- splošne gospodarske razmere, v katerih posluje družba,
- uspešnost poslovanja družbe,
- izpolnjevanje strateških in letnih načrtov,
- nagrade članov uprave v povezanih družbah;
- priporočila za nagrajevanje, ki so jih sprejele ustrezne stanovske organizacije.

Navedeni kriteriji so spoštovani, vendar ne v okviru splošnega akta, temveč jih določa individualna pogodba s članom uprave. V okviru določil o plači in drugih prejemkih je tako predvidena mesečna fiksna plača, plača iz naslova uspešnosti, nagrada za izjemne podjetniške dosežke, posebej pa so opredeljene tudi druge ugodnosti. S statutom družbe je tudi omogočena udeležba uprave pri dobičku, lahko tudi v delnicah družbe.

2.3.4. Delniške opcije ali primerljivi finančni instrumenti lahko služijo kot variabilni del prejemkov, ki naj dolgoročno spodbuja k doseganju večje storilnosti in lojalnosti družbi. Merila zanje naj bodo podrobno določena vnaprej z uporabo primerjalnih parametrov, kot so na primer donosnost delniškega indeksa ali doseganje vnaprej predvidene rasti tečaja delnic družbe. Pri tem naj se merila uspešnosti in drugi pogoji iz opcijskega načrta ne spreminjajo z veljavnostjo za nazaj (retroaktivno).

Odškodnine in denarna nadomestila za neizkoriščene opcije niso dovoljeni.

in

2.3.5. Član uprave ki pridobi delnice na podlagi opcijskih upravičenj (opcijski načrt) ali na podlagi delniškega načrta, naj ne bo upravičen prodati tako pridobljenih delnic še najmanj 2 leti po prenehanju mandata, v katerem jih je pridobil.

V novem mandatu jih sme odsvojiti le, če v tem mandatu pridobi nove delnice pred odsvojitvijo tistih iz prejšnjega mandata.

Družba v notranjih aktih nima posebej predvidenega nagrajevanja oz. spodbujanja pri delu z delniškimi opcijami ali primerljivimi instrumenti. Do sedaj tega tudi ni izvajala.

3.1.5. Nadzorni svet sprejme poslovnik o svojem delu, ki naj bo pod enakimi pogoji dostopen vsem delničarjem in svetu delavcev.

Nadzorni svet družbe je poslovnik o delu nadzornega sveta sprejel na svoji 4. seji dne 31.5.2005. Do sedaj je bil poslovnik dostopen vsem delničarjem na sedežu družbe, družba pa bo vpogled v njegovo vsebino v kratkem omogočila tudi na svoji internetni strani.

3.1.7. Nadzorni svet naj se sestane brez prisotnosti članov uprave v primerih, ko odloča o imenovanju predsednika uprave, nagrajevanju uprave ter o oceni svojega dela.

Dosedanja praksa dela nadzornega sveta družbe je bila, da o nagrajevanju uprave ter oceni svojega dela, kar opravi v okviru sprejema poročila nadzornega sveta v povezavi s potrjevanjem letnega poročila, odloča v prisotnosti uprave.

3.1.9. Nadzorni svet naj uporablja informacijsko tehnologijo za razpošiljanje gradiv in sklic sej. Vse člane nadzornega sveta naj se na seje vabi enako. Če je to smotrno zaradi velikosti nadzornega sveta ali krajevne oddaljenosti članov, se priporoča, da nadzorni svet uporablja informacijsko tehnologijo tudi za izvedbo sej in glasovanje o predlogih sklepov. Vsaj enkrat letno naj se člani nadzornega sveta sestanejo osebno.

Sklic sej skupaj z gradivom se članom nadzornega sveta družbe, glede na njihov izražen interes, pošilja po pošti. Pošiljanje gradiva po elektronski pošti je bilo do sedaj prakticirano pri korespondenčnih sejah. Poslovnik o delu nadzornega sveta v 18. členu namreč omogoča tudi uporabo informacijske tehnologije.

3.1.10. Predsednik nadzornega sveta naj člane nadzornega sveta vzpodbuja k učinkovitemu in aktivnemu opravljanju funkcije. Če se posamezni član ne udeležuje sej nadzornega sveta oziroma pri opravljanju svoje funkcije ni aktiven, naj bo to razvidno iz pisnega poročila skupščini. Enkrat letno naj nadzorni svet ovrednoti svoje delo. Ocena dela nadzornega sveta naj vključuje oceno sestave organa, organizacije in delovanja kot skupine, ovrednotenje usposobljenosti in učinkovitosti vsakega njegovega člana in posameznih komisij nadzornega sveta. Nadzorni svet naj s tem postopkom določi ukrepe za izboljšanje učinkovitosti (sestava, izobraževanje, dinamika in udeležba na sejah, informiranje in priprava na seje ...).

Nadzorni svet družbe je povzel in ovrednotil delo celotnega nadzornega sveta v poročilu nadzornega sveta, ki je javno objavljeno skupaj z letnim poročilom in tako javno dostopno vsem delničarjem družbe. Usposobljenost in učinkovitost vsakega njegovega člana ni posebej navedena, ker to glede na njihovo vestnost in aktivnost ter skrbno izbiro ob sami izvolitvi članov ni bilo potrebno.

3.4.2. Višina in način določanja višine posameznih plačil, povračil in drugih ugodnosti članov nadzornega sveta se določita s sklepom skupščine ali s statutom. Pri določitvi višine plačil naj se upoštevajo kriteriji, kot so:

- obseg nalog in odgovornosti članov nadzornega sveta,
- strokovnost in aktivnost članov nadzornega sveta,
- velikost družbe in kompleksnost poslovanja družbe,
- splošne gospodarske razmere, v katerih posluje družba.

Priporoča se, naj se pri oblikovanju konkretnih meril smiselno upoštevajo tudi kriteriji za plačilo članov nadzornih svetov, ki jih sprejema in določa ustrezna stanovska organizacija.

Družba ne upošteva kriterija strokovnosti pri določitvi višine plačil, ker meni, da to ni potrebno. Pri tem izhaja iz stališča, da so vsi člani nadzornega sveta, tako predstavniki delničarjev kot predstavniki delavcev, izvoljeni s strani pristojnih organov, izbrani na podlagi kriterija strokovnosti. Aktivnost članov nadzornega sveta je upoštevana pri plačilu sejnine, ne pa tudi pri plačilu za opravljanje funkcije člana nadzornega sveta.

3.4.4. Član nadzornega sveta, ki je hkrati član posloводства povezane družbe, naj za izvajanje svojih nalog člana nadzornega sveta ne prejema posebnih plačil razen povračil stroškov.

Družba tega priporočila ne spoštuje iz razloga pravičnega in enakopravnega obravnavanja vseh članov nadzornega sveta. Po stališču družbe je namreč bistveno, da je funkcija člana nadzornega sveta samostojna in da predstavlja veliko odgovornost in skrb.

3.4.6. Zavarovanje odškodninske odgovornosti v zvezi z opravljanjem nalog članov nadzornih svetov naj varuje interese družbe in ne članov nadzornega sveta.
in

3.4.7. Če člani nadzornega sveta odškodninsko zavarujejo svojo odgovornost pri delovanju v nadzornem svetu, sami krijejo stroške zavarovanja. Družba naj zavarovanje odgovornosti sklepa le za tisti del škode, ki lahko presega premoženje članov nadzornih svetov in ki družbi brez zavarovanja ne bo mogla biti povrnjena.

Družba nima sklenjenega zavarovanja odgovornosti članov nadzornega sveta.

3.5.5. Natančnejše kriterije družbe za presojo obstoja nasprotja interesov ter postopke ravnanja v zvezi z njim naj družba določi v poslovniku nadzornega sveta, statutu ali v posebnem kodeksu upravljanja družbe. Priporoča se, da se glede postopka določijo vsaj naslednji ukrepi:

- posamezni član nadzornega sveta pojasni nasprotje interesov in se vzdrži glasovanja;
- v utemeljenih primerih lahko pred glasovanjem predsednik nadzornega sveta zahteva od članov nadzornega sveta, naj izjavijo, ali imajo glede zadeve, ki je predmet glasovanja, nasprotje interesov;
- dejstvo, da se je posamezni član nadzornega sveta vzdržal glasovanja iz razloga nasprotja interesov, ter morebitna pojasnila ali izjave članov nadzornega sveta v zvezi s tem, naj se zapišejo v zapisnik seje nadzornega sveta.

Obstoj bistvenega nasprotja interesov ali obstoj očitnega nasprotja interesov, ki ni zgolj začasne narave, naj bo v razmerju do posameznega člana nadzornega sveta razlog za prenehanje njegovega mandata.

Družba do sedaj zadevnemu priporočilu ni sledila. Družba si bo vnaprej prizadevala urediti tudi to področje v skladu s priporočilom.

V poglavju 7: Revizija in sistem notranjih kontrol

7.1.4. Revizor naj bo prisoten na skupščini delničarjev družbe. Kadar delniška družba nima oblikovane posebne revizijske komisije, naj bo revizor prisoten na vseh sejah nadzornega sveta oziroma upravnega odbora, kjer se sprejemajo odločitve povezane z letnim poročilom ali sistemom notranjih kontrol in obvladovanja tveganj.

Družba kljub temu da do sedaj ni imela oblikovane posebne revizijske komisije, revizor ni bil navzoč na vseh sejah nadzornega sveta, kjer so se sprejemale odločitve povezane z letnim poročilom ali sistemom notranjih kontrol in obvladovanja tveganj. V kolikor bo zaznati interes članov nadzornega sveta, se bo v bodoče izvajala drugačna praksa.

Ta izjava bo trajno objavljena tudi na uradni spletni strani družbe www.drogakolinska.si.

Ljubljana, 20. januar 2009

Predsednik uprave
Slobodan Vučićević

Predsednik nadzornega sveta
Igor Bavčar

2 POSLOVNO POROČILO

2.1 Poslanstvo, vizija, strateški cilji in uresničevanje razvojne strategije v letu 2008

Vizija Skupine Droga Kolinska je z lastnimi blagovnimi znamkami postati prvi ponudnik prehrambnih izdelkov v regiji ob preseganju povprečnega panožnega donosa.

Poslanstvo podjetja je, da s ponudbo kakovostne hrane in pijače vsak dan zadovoljuje potrebe potrošnikov vseh starosti, lastnikom zagotavlja povečevanje vrednosti kapitala, sodelavcem pa ponuja okolje za izpopolnjevanje njihovih podjetniških idej.

STRATEŠKI CILJI Skupine Droga Kolinska do leta 2014:

- postati največje prehrambno podjetje v regiji jugovzhodne Evrope tako z rastjo podjetja kot z nadaljnjim kapitalskim povezovanjem;
- intenzivna internacionalizacija podjetja ob upoštevanju lokalne zakonodaje in značilnosti posameznih trgov;
- osredotočenost in vlaganje v razvoj lastnih blagovnih znamk s ciljem izboljšane dobičkonosnosti in povečevanja vrednosti za delničarje;
- povečevanje poslovne učinkovitosti in tržne uspešnosti s standardizacijo poslovanja, stroškovno racionalizacijo in s poenotenimi procesi na nivoju Skupine;
- celovito obvladovanje zagotavljanja kakovosti naših izdelkov in storitev;
- skrb za okolje z uporabo okolju prijazne tehnologije;
- skrb za zaposlene z vzdrževanjem strokovnosti, stalnimi izobraževanji in spodbujanjem inovativnosti.

Uresničevanje sprejete razvojne strategije v letu 2008

V letu 2008 so bile aktivnosti na nivoju Skupine Droga Kolinska usmerjene na vsa ključna področja delovanja podjetja. Zavedanje v podjetju je, da je v konsolidirani in izjemno konkurenčni prehrambni industriji, s povečano pogajalsko močjo trgovcev v vseh državah, potrebna osredotočenost poslovanja na ključne kategorije in trge ter jasna postavitve prioritet. Beseda »fokus« je bila tako v letu 2008 ključna beseda na nivoju celotne Skupine.

Ena večjih strateških odločitev v letu 2008 je bila odločitev o novi poslovni strategiji podjetja, ki temelji na osredotočenosti na ključne programe, ključne trge in ključne blagovne znamke. Gre preprosto za to, da podjetje ni imelo in nima neskončno veliko različnih virov (človeških, finančnih, materialnih ...), zato je moralo sprejeti odločitev o tem, kaj bo zadržalo v portfelju, kaj ukinilo oziroma odprodalo in katere širitve si lahko privošči. Takšna odločitev je postavila jasno usmeritev za prihodnje delovanje podjetja.

Strategija fokusa pomeni, da se je Skupina Droga Kolinska osredotočila na tiste kategorije, ki so relativno velike, imajo ustrezní potencial rasti in v katerih so naše blagovne znamke že prisotne ali imajo občutni tržni položaj. Fokus je zahteval zmanjšanje kompleksnosti portfelja, tako števila kategorij, kot števila artiklov. Zmanjševanje števila artiklov je sicer proces, ki se je začel že v letu 2007, temu pa je v letu 2008 sledila implementacija odločitve o zmanjševanju števila poslovnih programov. Proces optimizacije portfelja je platforma, ki bo omogočila hitrejšo rast ključnih programov in blagovnih znamk.

V letu 2008 smo tako izstopili iz niza manjših programov, saj ni bilo mogoče zagotoviti sredstev za razvoj vseh obstoječih blagovnih znamk. Tako je Skupina izstopila iz naslednjih programov in blagovnih znamk:

- začimbe in omake Maestro
- riž in mlevski izdelki Zlato polje
- žitne kašice Čoko & Čokolešnik
- vložena zelenjava Droga
- praški Royal in Regina
- čaji 1001 cvet in Grand pleasure.

Poleg procesa osredotočenja je bilo leto 2008 tudi leto konsolidacije Skupine. Vodstvo podjetja je v drugi polovici leta 2008 intenzivno utrjevalo nov način vodenja, vpeljalo nova znanja in nadaljevalo z gradnjo nove organizacijske kulture podjetja.

Na nivoju Skupine je bilo uvedenih veliko projektov na praktično vseh področjih delovanja: ocenjevanje in nova sistematizacija delovnih mest, sistem gradnje in usposabljanja ključnih kadrov, Akademija Droga Kolinska, deljenje dobrih praks, oblikovanje timov blagovnih znamk, sistem mesečnega poročanja in kvartalnih pregledov. Posebej ponosni smo na Akademijo Droge Kolinske, katere cilj je ustvarjati in vzgajati kadre, ki bodo znali svoje potenciale razvijati, znanje prenašati in se prilagajati spremembam v okolju in industriji. V Akademijo smo vključili zaposlene iz vseh poslovnih funkcij in organizacijskih enot, saj je osnovni cilj tega internega izobraževanja postaviti standarde poslovanja in vpeljati nove metode dela skozi interno izobraževanje.

V letu 2008 smo po odločitvi o osredotočenju pričeli s procesom postavitve in oblikovanja strategij razvoja teh ključnih programov do leta 2011. Poleg tega smo v letu 2008 pričeli tudi s procesom pregleda in postavitve novih temeljev blagovnih znamk.

Jasno je, da je projekt nove strategije povezan z novo organiziranostjo Skupine in z novo organizacijsko kulturo. Brez te zaokrožene celote bi bila implementacija vseh projektov praktično nemogoča. V današnjih razmerah globalnega gospodarstva Skupina še posebej potrebuje enotno kulturo, ki povezuje zaposlene v različnih državah, ki delajo za isti cilj v poslovnem programu.

Poleg gradnje blagovnih znamk, ki ustvarjajo vrednost in so ključne v naši industriji, pa je bilo v letu 2008 ključno tudi obvladovanje cen surovin in delo z dobavitelji. Cene surovin so bile v letu 2008 zaradi globalnih procesov zelo visoke, izpostavljene spremembam na svetovnih borzah in spremembam tečajev. Zaradi vseh teh sprememb - na geografskih trgih, v prehranski industriji in generalnih sprememb okolja - je uvajanje novih, vedno zahtevnejših izdelkov, ki povečujejo ugled naših blagovnih znamk in prodajo, izjemno pomemben proces, saj omogoča rast podjetja v bodoče.

Skupina Droga Kolinska je ob vseh aktivnostih v letu 2008 zrasla v mednarodno družbo, s sedežem v Sloveniji, ki je nedvomno eden glavnih igralcev v regionalni prehranski industriji.

2.2 Značilnosti gospodarskega okolja v letu 2008

Slovenija

Poslovno okolje

Decembra 2008 je bila v Sloveniji tretjič zapored zabeležena deflacija, povprečna letna inflacija pa je bila 5,7-odstotna. K skupni rasti cen so v lanskem letu največ pripomogle višje cene hrane in brezalkoholnih pijač, stanovanjske opreme ter storitev. Stopnja brezposelnosti je na letnem nivoju znašala 6,7 odstotkov, povprečna mesečna bruto plača pa 1.550 evrov. Slovenski trg je sicer majhen, a zelo konkurenčen. Slovenija je po podatkih Business Monitor International za leto 2008 ocenjena kot država z najnižjo stopnjo tveganja med državami Srednje in Vzhodne Evrope.

Prehranska industrija

Prehranska industrija v Sloveniji v več kot 400 podjetjih zaposluje približno 22.000 ljudi in predstavlja okoli 4,5 odstotka BDP. Večina podjetij je v domači lasti, približno 78 odstotkov pa je majhnih podjetij. Večina podjetij je lokalnih, s slabšo regijsko prisotnostjo. Delež porabe za hrano kot odstotek od BDP je v letu 2008 znašal 10 odstotkov, povprečno slovensko gospodinjstvo pa je za hrano in pijačo porabilo približno 20 odstotkov celotnega letnega zaslužka. V letu 2004 je vlada sprejela amandma za zaščito pravic potrošnikov, ki je v skladu z

direktivami EU. Največje podjetje v industriji je Droga Kolinska, ki se je v letu 2008 odločila odprodati ne-strateške blagovne znamke in se tako osredotočiti na ključne kategorije: kava, namazi, brezalkoholne pijače in funkcionalne vode ter sladko-slani prigrizki. Ljubljanske mlekarne so vodilni proizvajalec mleka in mlečnih izdelkov, Perutnina Ptuj je ob povezavi z Jato in KKP postalo eden večjih rejcev mesa in proizvajalcev mesnih izdelkov. Žito je največji proizvajalec moke, kruha, testenin, zmrznjene hrane in sladkih izdelkov. Naslednje večje podjetje je Mlinotest, ki je proizvajalec moke, sladkih izdelkov in testenin. Žito in Mlinotest skupaj predstavljata več kot polovico celotne proizvodnje kruha. V segmentu sladkih prigrizkov in čokolade je najmočnejša slovenska znamka Gorenjka, z veliko konkurenco podjetij iz regije (Kraš) in multinacionalk (Milka). Vodilni proizvajalec sokov v Sloveniji je Fructal, lokalni zastopnik podjetja Coca-Cola v Sloveniji pa je podružnica, ki sodi pod Coca-Cola Hellenic Bottling Company s sedežem v Atenah.

V Sloveniji gredo **spremembe navad prehranjevanja** v smeri trendov EU: več manjših obrokov, ki so že pripravljene oz. pol-pripravljene, rast sladko-slanih prigrizkov, na drugi strani pa tudi zdrava in funkcionalna hrana in pijača. Potrošniki so na eni strani cenovno občutljivi, na drugi strani pa se polarizirajo okoli izdelkov z višjo dodano vrednostjo. Trgovci povečujejo konkurenco z izdelki dobre kakovosti, a nižjimi cenami (trgovske blagovne znamke) in z razvojem trgovskih blagovnih znamk (od cenovno občutljivih do premium blagovnih znamk). Na trgu z visokim življenjskim standardom, ki je med najvišjimi v regiji, imajo priložnost multinacionalke z inovacijami in poznanimi blagovnimi znamkami ter izdelki trgovskih blagovnih znamk in diskontni trgovci.

Razvoj trgovine

Slovenski trgovinski trg je zelo konsolidiran trg, saj prvi trije igralci Mercator, Spar in Tuš obvladujejo 70 odstotkov trga. Pivovarna Laško je v lanskem letu najavila prodajo deleža v Mercatorju, kar je povzročilo veliko nemira in ugibanj, kdo bo novi lastnik verige Mercator. Pojavilo se je več imen verig iz EU in tudi verig iz regije. Poleg lastniškega dogajanja v Mercatorju je slovenski trgovinski trg v lanskem letu zabeležil veliko rast hard diskonti, ki imajo po ocenah skupaj že 10-odstotni tržni delež. Med njimi sta najbolj agresivna Hofer s 40 trgovinami in Lidl s 27 trgovinami.

Delež trgovskih blagovnih znamk je v zadnjih letih v Sloveniji močno narasel (v povprečju za 30 odstotkov), različno močan pa je njihov delež po kategorijah. Zelo zanimiva kategorija za trgovske blagovne znamke so brezalkoholne pijače, mlečni izdelki, slani prigrizki, medtem ko so deleži namazov, kave in čokolade pod 10 odstotki. V Mercatorju trgovske blagovne znamke predstavljajo 12 odstotkov, v Sparu pa 17 odstotkov njihove celotne prodaje.

Jugovzhodna Evropa

Hrvaška

Poslovno okolje

Hrvaška je bila v letu 2008 v stabilnem makroekonomskem stanju. Hrvaško gospodarstvo je zelo odvisno od potrošnje, ki temelji na turizmu. Velika šibka točka Hrvaške je zadolženost hrvaškega gospodarstva v tujini za kar 90 odstotkov BDP; pomemben delež dolga bo morala Hrvaška odplačati v letu 2009. Neposredne tuje investicije na Hrvaškem so usmerjene v finančni sektor, trgovino in energetiko; največji investitor je Avstrija. Hrvaška je več let odlagala pričetek izvajanja strukturnih reform, ki jih bo morala izvesti, če bo želela zaključiti pogajanja za vstop v EU.

Stopnja inflacije na Hrvaškem se je v drugi polovici leta 2008 prepopolovila in se je z julijskih 8,5 odstotkov v novembru znižala na 4,7 odstotkov. Rast cen je še vedno zelo visoka, kar je predvsem posledica rasti cene hrane in energentov. Stopnja brezposelnosti je odvisna od turistične sezone in je na letnem nivoju znašala 12,8 odstotkov, povprečna mesečna bruto plača je 1.060 evrov.

Prehrambna industrija

Prehrambna industrija na Hrvaškem (več kot 1.000 podjetij) ustvari približno 20 odstotkov celotne proizvodne vrednosti, zaposluje 45.000 ljudi in predstavlja največji delež BDP.

Sektor prehrambne industrije se konsolidira; glavni igralci na trgu sta Agrokor, ki je največji delničar v verigi Konzum in se širi tudi regionalno (Bosna, Makedonija) in Podravka s proizvodnjo v Sloveniji, na Poljskem, Slovaškem in Češkem.

Tudi na Hrvaškem gredo **spremembe navad prehranjevanja** v smeri trendov EU; to pomeni več manjših obrokov, ki so že pripravljene oz. pol-pripravljene, rast sladko-slanih prigrizkov, po drugi strani pa tudi zdrava in funkcionalna hrana in pijača. Mineralne brezalkoholne pijače bodo v naslednjih letih še vedno imele okoli 40-odstotni delež brezalkoholnega sektorja, ki mu bodo sledili sokovi in nektarji.

Delež porabe za hrano kot odstotek od BDP je v letu 2008 na Hrvaškem znašal 4,3 odstotke, kar bo v naslednjih letih imelo trend padca, saj bodo potrošniki porabili več za ostale, bolj luksuzne izdelke. Poraba za hrano na prebivalca je v letu 2008 znašala 560 USD. Potrošniki še vedno ostajajo cenovno občutljivi, trgovci pa povečujejo konkurenco z izdelki dobre kakovosti, a nižjimi cenami (trgovske blagovne znamke). Največjo priložnost imajo na eni strani diskontni trgovci, na drugi pa multinacionalke. Hrvaški trg hrane in pijače ostaja atraktiven za tuja podjetja, predvsem zaradi visoke porabe na prebivalca v segmentu pijač (brezalkoholnih in alkoholnih). Poleg pijače je s strani domačih proizvajalcev močan mlečni sektor, sladko-slani izdelki in izdelki v konzervah (namazi, pripravljene obroki).

Vstop tujih konkurentov na hrvaški trg še povečuje koncentracijo prehrambne industrije, močno pa se koncentrira tudi trgovina. V luči teh dejstev bo hrvaška prehrambna industrija še naprej iskala poti ekspanzije na območju držav bivše Jugoslavije, medtem ko bodo majhna podjetja zanimive tarče predvsem za podjetja iz EU. Velike vstopne ovire na trg še vedno predstavljajo vstopni davki in zakonodaja.

Proizvajalci brezalkoholnih pijač se intenzivno borijo za ukinitve dodatnih taks za nepovratno embalažo, ki se zaradi cenovno občutljivih potrošnikov nanje ne more prenesti, s tem pa se zmanjšuje konkurenčnost tega sektorja.

Razvoj trgovine

V devetdesetih letih so mali trgovci in trgovine predstavljali okoli 70 odstotkov trga. Po vojni se je pričel proces konsolidacije in danes najmočnejši trije trgovci obvladujejo približno polovico hrvaškega trga, top 15 trgovcev pa okoli 70 odstotkov trga. Turizem znatno vpliva na razvoj trgovskih formatov in moderne trgovine. Na prvem mestu med trgovci ostaja Konzum s 30-odstotnim tržnim deležem, sledita pa Billa in Kaufland. Od tujih trgovcev so prisotni Rewe in Mercator, pa tudi nemški Metro, Billa in Kaufland ter italijanski trgovci Mercatone in Coop. Tržni delež hard diskontov je pribl 4-odstoten.

Mercator je vstopil na trg leta 1999 s ciljem, da osvoji 10-odstotni tržni delež. Danes ima na Hrvaškem več kot 80 trgovin, s povezavo z lokalnim trgovcem Plodine pa je pridobil še 50 dodatnih trgovin. Zadnji nakup Mercatorja (Presoflex) je v njihov portfolio dodal še 40 trgovin. Delež trgovskih blagovnih znamk se je od leta 2004, ko se je pričel ta trend, podvojil in danes imajo te znamke 10-odstotni tržni delež. Proces konsolidacije trgovine in rast modernih formatov trgovin ostaja trend še naprej.

Srbija

Poslovno okolje

Srbija je sporočila, da bo v letu 2009 zaprosila za pridobitev statusa kandidatke za članstvo v EU. Pogajanja so bila v preteklosti zaradi nesodelovanja s haaškim sodiščem ustavljena. Relativna pozicija države se je v letu 2008 poslabšala, kljub temu pa je tržni potencial zaradi

močne integracije z EU, majhne zasičenosti trga ter močnega priklica in želje po uveljavljenih blagovnih znamkah velik. Prebivalci Srbije so kljub nizki povprečni mesečni bruto plači, ki znaša 570 evrov, v veliki meri usmerjeni k t.i. image izdelkom. Atraktivnost srbske države pa še vedno trpi zaradi nerešenih političnih in ekonomskih okoliščin, vključujoč korupcijo in aktivnosti sivega trga ter nerešeno privatizacijo. Neposredne tuje investicije so usmerjene v finančni sektor, predelovalno industrijo in v dejavnost poslovanja z nepremičninami.

Stopnja inflacije je bila lani najnižja septembra, ko je znašala 9,9 odstotkov, najvišja, 12,3-odstotna, pa je bila oktobra. V letu 2008 se je najbolj podražila hrana, in sicer za 18 odstotkov. Rast cen je še vedno zelo visoka, kar je predvsem posledica rasti cene hrane in energentov. Registrirana stopnja brezposelnosti je še vedno visoka, 18,1-odstotna. Srbski dinar je konec lanskega leta in v času globalne krize zelo volatilen.

Tržni in državni riziko Srbije ostaja nad regionalnim povprečjem. Postopno višanje prihodkov prebivalcev in velikost populacije nad 8 milijoni prebivalcev pa prispevata k rasti prehranskega trga, s fokusom na urbana območja.

Prehranska industrija

V naslednjih petih letih se pričakuje, da se bo v Srbiji večala kupna moč, ki se bo odražala v manjšem deležu porabe za hrano na gospodinjstvo, pričakuje pa se večanje deleža prihodkov, namenjenih pijači in tobačnim izdelkom. Poraba za hrano na prebivalca je v letu 2008 znašala 1.080 USD.

Generalno se ocenjuje, da ima srbski trg bolj dolgoročni kot pa srednje- ali kratkoročni potencial. Investicije in pozicija tujih podjetij se bodo skladno s sodelovanjem z državami EU tudi vnaprej izboljševale. Sodobni trendi, kot so skrb za zdravje, rast debelosti ipd., bodo v državo prihajale zelo počasi in absolutno dominirale samo v večjih urbanih področjih. Kratkoročno trg obvladujejo tuje investicije v kombinaciji z dobro pozicioniranimi lokalnimi proizvajalci, npr. Swislion - Takovo. Srbi so na splošno veliki potrošniki sladkih izdelkov in čokolade.

V segmentu pijač se pričakuje, da se bo nadaljeval trend rasti mineralnih vod. Med cola pijačami je tako kot do sedaj prevladujoč trend blagovnih znamk, kot sta Pepsi in Coca-Cola. Faktor, ki bo vplival na rast prehranskega trga, je predvsem povečan interes za blagovne znamke, predvsem v Beogradu in ostalih velikih mestih.

Med sektorji v prehranski industriji je najbolj razvit sektor mlečnih proizvodov, v katerem deluje 36 večjih proizvajalcev in 130 privatnih mlekarn. Večina potrebuje tuje investicije, da bi prišla na nivo in stanje pred vojno. Razvejana je tudi mesno predelovalna industrija, z vodilnim podjetjem Carnex. Na področju toplih napitkov konkurenco podjetju Grand kafa predstavlja izraelska skupina Strauss, ki je v decembru 2006 zaključila investicijo v proizvodnjo v Srbiji, s katero so podvojili obstoječo kapaciteto proizvodnje kave in katere cilj je bil povečanje regijske širitve. Knjaz Miloš je vodilni konkurent na področju mineralnih vod.

Razvoj trgovine

Srbska trgovina se počasi konsolidira, čeprav so tudi v letu 2008 male trgovine predstavljale več kot polovico trga. Vodilni trgovec je skupina Delta, ki ima 15-odstotni tržni delež. Delta Maxi, del skupine Delte holding, je v letu 2008 kupil bosanskega trgovca Tropic. V lanskem letu je precej zrasla veriga trgovin Idea v lasti hrvaškega Konzuma in povečala število maloprodajnih objektov. Tudi ponudnik Interex je odprl prvo trgovino v Beogradu.

Mercator (M Rodić) je v letu 2008 po Novem Sadu odprl še nov center v Nišu. Mercator je po nakupu Rodića druga največja veriga v Srbiji, s ciljem obvladovati 10-odstotni tržni delež v letu 2010. Poleg domačih trgovcev se počasi prebujajo tudi tuje verige (interes francoske verige Cora, hrvaškega Getro-ja, grškega Veropulusa).

V januarju 2008 je interes za vstop na srbski trg izrazil tudi avstrijski Spar, ki bi bil poleg vstopa v Beograd prisoten tudi v bolj ruralnih območjih. Konsolidacija trgovine se bo nadaljevala tudi v prihodnje, s partnerstvi in povezavami med tujimi in domačimi verigami (kot npr. Mercator in Rodić).

Delež trgovskih blagovnih znamk je na srbskem trgu okoli dvo odstoten, a se tudi ta trend počasi prebujajo; v novembru 2008 je Delta pod blagovno znamko Amata lanisrala svoje izdelke kave.

Bosna in Hercegovina

Poslovno okolje

Ocenjuje se, da bo Bosna in Hercegovina zaradi finančne krize zelo močno občutila umik investitorjev, s tem se bo zmanjšal obseg neposrednih investicij, kar bo upočasnilo gospodarsko rast.

Stopnja registrirane brezposelnosti je septembra 2008 znašala 40,5 odstotkov, brezposelnost pa je dosti večja med ženskami kot med moškimi. Povprečna bruto mesečna plača znaša 587 evrov. Najvišja inflacija je bila v letu 2008 zabeležena julija (10,16 odstotkov), kasneje se je začela umirjati. K inflaciji so največ prispevale višje cene hrane ter stroški stanovanj, vode in elektrike.

Makedonija

Poslovno okolje

Makedonija je v drugem četrtletju leta 2008 zabeležila visoko, 6,5-odstotno realno gospodarsko rast, ki je posledica rasti gradbeništva in finančnih storitev. Inflacija se je lansko leto strmo zniževala, z 10,1 odstotka v juniju na 5,2 odstotka v novembru. Povprečna mesečna bruto plača je septembra znašala 450 evrov.

2.3 Prodaja in tržni položaj

2.3.1 Rezultati prodaje Skupine Droga Kolinska v letu 2008

V letu 2008 smo v Skupini Droga Kolinska ustvarili 378 milijonov čistih prihodkov od prodaje in za 5 odstotkov presegli prihodke v letu 2007 in za odstotek presegli načrtovano letno raven. Skupina Droga Kolinska je z rastjo prodaje ključnih programov nadomestila in celo presegla izpad prihodkov iz naslova ukinjenih prodajnih programov Unilever in Repro. Generatorji rasti prihodkov so predvsem poslovni programi delikatesni namazi, prigrizki in topli napitki.

Najvišjo 40% rast prodaje glede na preteklo leto dosegajo delikatesni namazi, ki v celotni prodaji Skupine Droga Kolinske predstavljajo 13 odstotkov prihodkov. Visoko rast prodaje, in sicer kar za 9-odstotno, dosegajo Topli napitki, ki v celoti predstavljajo 37 odstotkov celotne prodaje Skupine, in Prigrizki, katerih prodaja je glede na preteklo leto zrasla za 18 odstotkov in predstavljajo 21 odstotkov od celotne prodaje Skupine Droga Kolinske.

Delež čistih prihodkov od prodaje po področjih Skupine Droga Kolinska v letu 2008



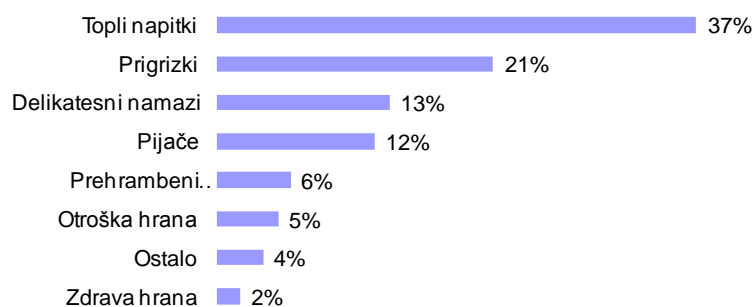
Struktura čistih prihodkov od prodaje v letih 2006, 2007 in 2008 po programih Skupine Droga Kolinska

v 1000 EUR

Poslovni program	2006	2007	2008	Indeks 08/06	Indeks 08/07
Topli napitki	114.904	128.410	140.261	122	109
Pijače	43.394	44.670	46.066	106	103
Pijače	158.298	173.080	186.328	118	108
Prigrizki	54.417	68.728	80.901	149	118
Delikatesni namazi	36.018	36.172	50.452	140	139
Otroška hrana	13.569	16.683	17.991	133	108
Prehrambeni dodatki	36.633	28.565	21.504	59	75
Zdrava hrana	5.603	5.744	7.012	125	122
Ostalo	26.305	26.130	9.059	34	35
Hrana	172.544	182.022	186.918	108	103
Ostalo	7.016	5.257	4.475	64	85
Skupaj	337.858	360.359	377.721	112	105

Najvišji delež prihodkov v celotni prodaji predstavljajo Topli napitki. Glede na preteklo leto in glede na načrt dosega najvišjo rast turška kava predvsem na račun blagovne znamke Grand kafa, ki v celotni prodaji Skupine Droga Kolinske predstavlja 13 odstotkov.

Delež čistih prihodkov od prodaje po poslovnih programih v letu 2008



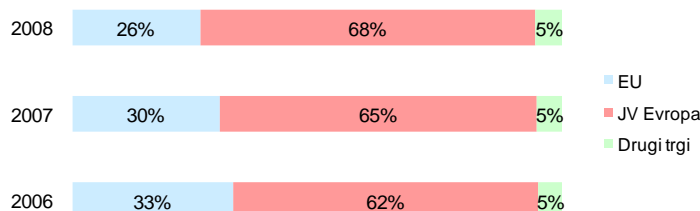
Skupina Droga Kolinska je ustvarila 68 odstotkov čistih prihodkov od prodaje na trgih Jugovzhodne Evrope, med katerimi so najpomembnejši prodajni trgi držav nekdanje Jugoslavije. V primerjavi z letom 2007 beležimo najvišjo rast na trgih Jugovzhodne Evrope in sicer za 11 odstotkov na račun Delikatesnih namazov, Prigrizkov in Toplih napitkov. Na evropskih trgih smo prodali 26 odstotkov od celotne prodaje Skupine Droga Kolinska, kar je za 9 odstotkov manj kot v letu 2007 predvsem zaradi izpada prihodkov na račun odprodaje prodajnega programa Unilever in Repro. Hkrati je bila dosežena rast prodaje predvsem na področju pijač. Na drugih trgih smo dosegli 5 odstotkov čistih prihodkov od prodaje Skupine Droga Kolinska predvsem na področju hrane, kjer dosegamo dobre rezultate s prodajo otroške hrane.

Struktura čistih prihodkov od prodaje v letu 2008 po področjih in območjih Skupine Droga Kolinska

Področje	Območje			Skupaj
	Evropska unija	Jugovzhodna Evropa	Drugi trgi	
Pijača	52.595	132.307	1.426	186.328
Hrana	43.716	124.080	19.122	186.918
Ostalo	2.373	2.086	16	4.475
Skupaj	98.684	258.473	20.564	377.721

v 1000 EUR

Delež čistih prihodkov od prodaje po področjih Skupine Droga Kolinska



Primerjava strukture čistih prihodkov od prodaje leta 2006, 2007 in 2008 po območjih Skupine Droga Kolinska

Območje	V 1000 EUR					
	2006	2007	2008	Indeks 08/06	Indeks 08/07	
Evropska unija	111.250	108.839	98.684	89	91	
Jugovzhodna Evropa	210.056	232.670	258.473	123	111	
Drugi trgi	16.552	18.850	20.564	124	109	
Skupaj	337.858	360.359	377.721	112	105	

2.3.2 Rezultati prodaje družbe Droga Kolinska, d. d. v letu 2008

V letu 2008 je družba Droga Kolinska, d.d., ustvarila 186 milijonov evrov čistih prihodkov od prodaje in tako kljub izpadu prihodkov iz naslova prodajnih programov Unilever in Repro dosegla raven iz leta 2007. K uspešni prodaji v letu 2008 sta najbolj pripomogla poslovna programa Topli napitki in Delikatesni namazi.

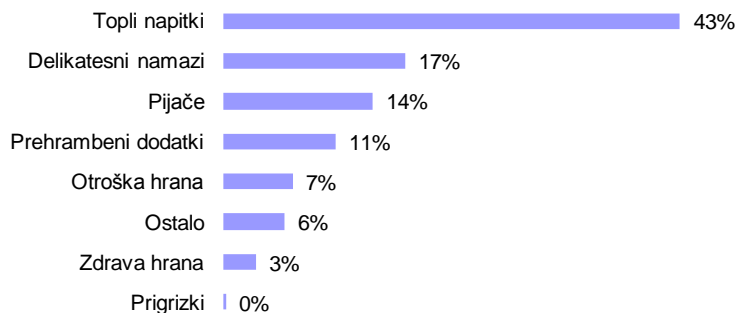
Družba Droga Kolinska, d.d., je večino čistih prihodkov od prodaje ustvarila v segmentu Pijač. Ta odstotek se je v primerjavi s preteklim letom povečal iz 51 na 57 odstotkov. S segmentom hrane je bilo ustvarjenih 41 odstotkov celotnih čistih prihodkov od prodaje. Delež segmenta ostalo, ki zajema storitve in material, znotraj celotnih čistih prihodkov ostaja nespremenjen in znaša 2 odstotka.

Struktura čistih prihodkov od prodaje v letu 2006, 2007 in 2008 po prodajnih področjih družbe Droga Kolinska, d.d.

Poslovni program	v 1000 EUR				
	2006	2007	2008	Indeks 08/06	Indeks 08/07
Topli napitki	30.753	70.171	79.637	259	113
Pijače	23.561	25.436	26.111	111	103
Pijače	54.314	95.607	105.748	195	111
Prigrizki	184	879	513	279	58
Delikatesni namazi	26.851	22.985	31.719	118	138
Otroška hrana	13.468	11.809	12.172	90	103
Prehrambeni dodatki	5.574	24.250	19.625	352	81
Zdrava hrana	4.828	4.939	5.785	120	117
Ostalo	87.167	22.541	6.769	8	30
Hrana	138.072	87.403	76.584	55	88
Ostalo	0	4.207	4.004	-	95
Skupaj	192.387	187.217	186.336	97	100

Največjo rast čistih prihodkov od prodaje je družba Droga Kolinska dosegla s programom Toplih napitkov, ki so se, glede na leto 2007, povečali za 13 odstotkov, oziroma 9,5 milijonov evrov. Odstotno so se najbolj povečali čisti prihodki od prodaje na programu Delikatesnih namazov, in sicer za 38 odstotkov glede na leto 2007. K temu so veliko prispevali novi okusi namazov (tuna, losos, pikant), ki so se odlično izkazali tako na slovenskem trgu kot na trgih bivše Jugoslavije. Poleg Toplih napitkov in Delikatesnih namazov so prodajne rezultate iz leta 2007 preseгли poslovni programi Pijače, Otroška hrana in Zdrava hrana.

Delež čistih prihodkov od prodaje po prodajnih programih družbe Droga Kolinska, d.d., v letu 2008



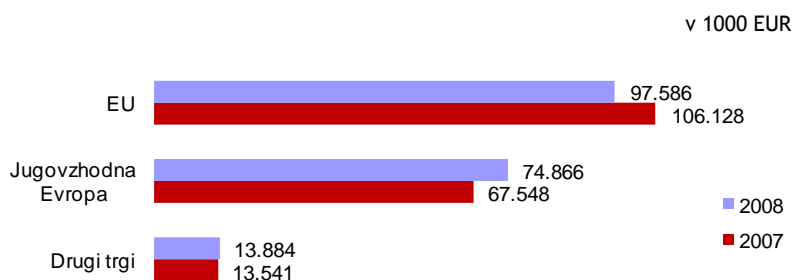
Ukinitve prodajnega programa Unilever in prodaja programa Repro je imela v letu 2008 največji vpliv na spremembo geografske strukture prodaje družbe Droga Kolinska, d.d. V primerjavi z letom 2007 se je prodaja na trgih Evropske Unije zaradi ukinitve omenjenih dveh programov znižala, kar se odraža predvsem na slovenskem trgu. Ostali trgi Evropske Unije so namreč porasli za 19 odstotkov. Droga Kolinska, d.d., je z rastjo prodaje ključnih programov nadomestila izpad prihodkov iz naslova ukinitvenih prodajnih programov, in sicer na trgih Srbije, Švice, Rusije, Avstrije, BIH in Makedonije. V Sloveniji je bilo tako ustvarjenih 46 odstotkov, na ostalih trgih pa 54 odstotkov od celotnih čistih prihodkov od prodaje. Največji del čistih prihodkov je bil ustvarjen na območju Evropske unije, in sicer 52,4 odstotkov, sledi Jugovzhodna Evropa s 40,2 odstotka in drugi tuji trgi s 7,4 odstotka. Najpomembnejši tuji trgi za družbo so države nekdanje Jugoslavije, Ruska federacija in države EU.

Struktura čistih prihodkov od prodaje v letu 2008 po področjih in območjih družbe Droga Kolinska, d.d.

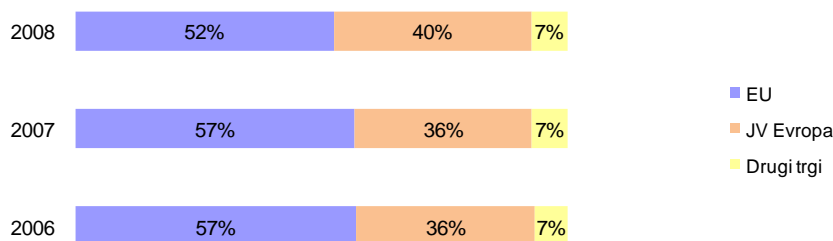
v 1000 EUR

Področje	Območje			Skupaj
	Evropska unija	Jugovzhodna Evropa	Drugi trgi	
Pijača	52.568	51.894	1.286	105.748
Hrana	42.832	21.170	12.582	76.584
Ostalo	2.186	1.802	16	4.004
Skupaj	97.586	74.866	13.884	186.336

Primerjava čistih prihodkov od prodaje leta 2008 glede na leto 2007 po območjih družbe Droga Kolinska, d.d.



Delež čistih prihodkov od prodaje po območjih družbe Droga Kolinska, d.d.



2.4 Poslovanje po področjih

2.4.1 Poslovno okolje

Poleg domačega slovenskega trga so trgi bivše Jugoslavije glavni trgi poslovanja Skupine Droga Kolinska. Ravno tako za posamezne programe Skupine Droga Kolinska potencial predstavljajo tudi posamezne države znotraj držav EU25. V Rusiji je ključna kategorija program otroške hrane, priložnost pa predstavljajo tudi nekatere druge kategorije. Prodaja v teh kategorijah je bila v letu 2008 majhna, a s potencialom rasti.

Trendi prehranske industrije kot reakcija na spremenjene potrošniške navade prihajajo v regijo z različnim tempom. Slovenija, kot zrel trg, je občutljiva na trende zdravo, funkcionalno, vode in premium izdelki. V ostale države regije ti trendi prihajajo z zakasnitvijo in imajo zaenkrat še manjše stopnje rasti. Po drugi strani pa močnejše stopnje rasti izdelkov beležimo na programih sladkih in slanih prigrizkov, cola pijač, mineralnih pijač ipd. V Skupini

Droga Kolinska skrbimo za kontinuirano spremljanje in tudi postavljanje svetovnih trendov ter jih upoštevamo pri oblikovanju strategij blagovnih znamk in podjetja v celoti.

Poslovno leto 2008 je zaznamovala tudi gospodarska in finančna kriza, ki je nastopila v septembru 2008 in se bo v letu 2009 pokazala tudi v prehrabni industriji. Vendar se ocenjuje, da prehrabna industrija ne bo prizadeta tako močno kot druge industrije (npr. avtomobilska, gospodinjski aparati, storitve ...). Business Monitor International je določil dva kazalnika, ki naj bi merila stopnjo recesije v prehrabni industriji: skupna poraba za hrano v USD in poraba alkoholnih pijač v USD. Ocenjuje se, da bo imela kriza v državah regije posreden vpliv, in sicer preko realnega sektorja.

2.4.2 Tržni položaj

Leto 2008 je bilo izjemno uspešno pri utrjevanju tržnih položajev in ugleda blagovnih znamk Skupine Droga Kolinska. Razlog za uspeh je uvedba in izvajanje strategije osredotočenja na ključne poslovne programe in strateške blagovne znamke.

Skupina Droga Kolinska ima po raziskavi merjenja moči znamk po PGM (Product group manager) najmočnejše blagovne znamke v segmentu **toplih napitkov** - kave, pri čemer gre za kategorijo, v kateri ima podjetje v lasti dve različni, zelo uspešni znamki: Barcaffe in Grand. Obe blagovni znamki sta prisotni v vseh kavnih segmentih, v tradicionalni turški kavi, espresso kavi in novem, trendovskem instant segmentu, ter zagotavljata dobro regijsko pokritost.

Regionalno gledano je Barcaffe vodilna blagovna znamka na slovenskem trgu, na drugih trgih pa je precej manj izražena. Blagovna znamka Barcaffe je v Sloveniji v letu 2008 v vseh segmentih izboljšala svoj tržni položaj - v segmentu turške kave ima 67-odstotni količinski tržni delež in 74-odstotni vrednostni tržni delež TD. Leto 2008 je bilo za Barcaffe tudi leto cappuccino napitkov, saj smo v tem segmentu lansirali vrsto novih izdelkov. Barcaffe je tako v segmentu cappuccino napitkov dosegel 3. Mesto, 21-odstotni količinski tržni delež in 22-odstotni vrednostni tržni delež, takoj za multinacionalkama Nestle in Jacobs. V Sloveniji je Barcaffe v letu 2008 prepoznana tudi kot najmočnejša blagovna znamka široke potrošnje, pred Milko in Barillo. Kavo Barcaffe uporablja dve tretjini zvestih pivcev kave v Sloveniji.

Podoben tržni položaj kot Barcaffe na slovenskem trgu ima na srbskem trgu in tržišču BiH blagovna znamka Grand kafa. Na obeh trgih je njen močan konkurent znamka Doncafe, vendar je kljub temu po podatkih PGM Grand kafa na obeh tržiščih najmočnejša znamka kave. Hkrati je v Srbiji Grand kafa že tradicionalno med desetimi najmočnejšimi znamkami dobrin široke potrošnje, v BiH pa se (predvsem zaradi »domače« konkurence) nahaja okoli dvajsetega mesta med znamkami široke potrošnje. Grand kafa je v letu 2008 na srbskem trgu zadržala vodilno pozicijo v segmentu turške kave s 40-odstotnim količinskim in vrednostnim tržnim deležem, v segmentu cappuccino napitkov pa osvojila 3. mesto s 14-odstotnim količinskim in 16-odstotnim vrednostnim tržnim deležem. Na trgu Bosne in Hercegovine je Grand kafa na 2. mestu v segmentu turške kave in na 3. mestu v segmentu cappuccino napitkov. V Makedoniji je tržni delež Grand kafe v letu 2008 zabeležil kontinuirano rast, tako je Grand kafa na 2. mestu takoj za konkurentom Rio.

Barcaffe in Grand kafa skupaj pokrivata 44 odstotkov pivcev klasične kave v regiji (Barcaffe uporablja regionalno 12 odstotkov pivcev klasične kave, Grand pa 33 odstotkov). Poleg blagovnih znamk Barcaffe in Grand kafa pa je v portfoliu Skupine Droga Kolinska tudi kava Bonito, ki je prisotna samo na srbskem trgu. Bonito, ki se nahaja v cenovno občutljivem segmentu, ima trenutno 8-odstotni količinski in 6,6-odstotni vrednostni tržni delež. Na splošno je segment toplih napitkov v regiji izjemno konkurenčen; v letu 2008 je tako srbska Delta na trg lansirala izdelke kave pod znamko Amata. V segmentu instant in cappuccino napitkov pa je Doncafe v letu 2008 popolnoma prenovil svoj portfolio izdelkov.

Glede na individualne blagovne znamke Skupine Droga Kolinska je po podatkih PGM njena najmočnejša znamka Argeta, ki predstavlja tudi regionalno najmočnejšo znamko pašet. V kategoriji **delikatesnih namazov** je Argeta v Sloveniji najmočnejša znamka pašete, v BiH in Makedoniji pa med najmočnejšimi znamkami široke potrošnje sploh, saj jo uporablja skoraj tri četrtine jedcev pašete. Na teh trgih potrošniki ne kupujejo pašete, ampak Argeto. Z drugačnostjo, kakovostjo, vedno novimi okusi, tudi močno prisotnostjo blagovne znamke v BiH tudi v obliki proizvodnega obrata je Argeta postala multinacionalna znamka, ki jo regionalna konkurenca težko dohaja in posnema.

Blagovna znamka Argeta je za leto 2008 prejela tudi srebrno nagrado za komunikacijsko odličnost EFFIE za Slovenijo. Nagrada je rezultat sistematičnega truda in dela na blagovni znamki v zadnjih dveh letih - od repozicioniranja v letu 2007 v smeri premium blagovne znamke, do prenove komunikacijskega stila in uvajanja novih okusov v letu 2008. Argeta je v svoji kategoriji dosegla vodstvo, tržni delež pa je rasel hitreje kot pri konkurenci. Regionalno Argeto uporablja tretjina jedcev pašete, zanimivo pa je, da na svojem izvornem, slovenskem trgu ni tako dominantna kot na drugih tržiščih v regiji.

Cockta se v kategoriji **brezalkoholnih pijač** na eni strani uspešno kosa z močnimi multinacionalkami in skoraj domicilnim položajem Coca-Cole na Hrvaškem, na drugi strani pa s poplavo trgovskih znamk in poceni lokalnih različic »cola« pijač v regiji. Gre za znamko, ki med ključnimi znamkami Skupine Droga Kolinska zahteva veliko marketinškega truda, saj je edina, ki se v svoji blagovni skupini za tržni delež bori z (globalno) dominantno znamko - Coca-Colo. Blagovna znamka Cockta je kljub uvedbi novega konkurenčnega izdelka Coca-Cola Zero v Sloveniji v letu 2008 zadržala 2. mesto med cola pijačami (28-odstotni količinski tržni delež, 32-odstotni vrednostni tržni delež). Na Hrvaškem trgu je Cockta na 3. mestu v segmentu cola pijač (7,5-odstotni količinski tržni delež in 7.9-odstotni vrednostni tržni delež), na ostalih trgih pa je Cockta na 3 oz 4. mestu.

Donat Mg, funkcionalna voda v portfoliu Skupine Droga Kolinska, je po svoji edinstvenosti kot znamka zelo podobna Cockti: gre za produkta, ki se razlikujeta od svojih konkurentov na trgu - Cockta s svojo zeliščno esenco in Donat Mg z visoko vsebnostjo magnezija in prijaznim okusom. V obeh primerih gre za znamki z dodano vrednostjo, ki je resnično drugačna od konkurence. To spoštujejo tudi potrošniki, saj so po podatkih PGM za obe znamki pripravljeni plačati več kot za povprečno znamko v njihovih blagovnih skupinah. Leto 2008 je zaznamovala tudi 100-letnica blagovne znamke Donat Mg, v okviru katere se je ob povečani marketinški prisotnosti še poudarila njen inovativen tržni položaj. Edinstveno marketinško podporo obletnici blagovne znamke Donat Mg je nagradila tudi stroka, saj je Skupina Droga Kolinska v letu 2008 prejela nagrado Prizma Slovenskega društva za odnose z javnostmi, in sicer za odličnost celotnega komunikacijskega spleta.

Poslovni program **sladkih in slanih prigrizkov** je četrti pomemben segment v portfoliu Skupine Droga Kolinska. Ta s podkategorijami flipsov, slanih palčk, čokoladnih tablic, impulznih nakupov in vaflejev predstavlja zelo atraktiven poslovni program. Kategorije so zanimive v svetovnem in evropskem merilu, izdelki pa se prilagajajo porcijskemu pakiranju. Razvoj segmenta gre v smer premium izdelkov, inovacij novih izdelkov, okusov in pakiranje ter sledi filozofiji »privoščite si nekaj zase«.

Blagovne znamke v tej kategoriji so na trgu poznane blagovne znamke Smoki in Čoko Smoki, Prima, Najlepše želje, Bananica in VIP napolitanke. V letu 2008 je Smoki kot praktično generična blagovna znamka močno utrdil svojo pozicijo v vseh državah regije; v Srbiji je zelo močan vodilni ponudnik na trgu (67%količinski tržni delež, 66% vrednostni tržni delež), v Sloveniji pa se sistematično osredotočeno marketinško delovanje skozi celo leto 2008 pozna tudi na povečanem tržnem položaju (45% količinski tržni delež, 37% vrednostni tržni delež).

Blagovna znamka Čoko Smoki je s prihodom na trg v letu 2007 ustvarila podsegment sladkega prigrizka in povečala privlačnost te kategorije. Blagovna znamka Prima je v letu 2008 v sicer cenovno občutljivi podkategoriji v Srbiji zasedla 3. mesto, v Črni Gori je na 2. mestu, medtem

ko si bo v BiH še morala utrditi svoj tržni položaj. Blagovna znamka čokolad Najlepše želje je v Srbiji v letu 2008 zadržala 2. mesto takoj za konkurentom, multinacionalno blagovno znamko Milka. Tudi Bananica je na srbskem trgu v letu 2008 utrdila svojo vodilno pozicijo v segmentu impulznih nakupov.

2.5 Trženje in blagovne znamke

2.5.1 Razvoj in upravljanje blagovnih znamk

Razvoj in upravljanje blagovnih znamk v Skupini Droga Kolinska je tesno povezano z implementacijo nove kulture, saj želimo, da zaposleni razmišljajo o blagovnih znamkah, da ljubijo svoje blagovne znamke in da živijo njihove vrednote.

V letu 2008 smo pričeli s procesom priprave nove strategije za posamezno kategorijo in blagovne znamke znotraj kategorij, ki jo bomo v letu 2009 zaključili. Gre za proces, s katerim smo postavili okvir za strateško razmišljanje upravljanja kategorij in blagovnih znamk:

- Jasen fokus in določitev prioritet blagovnih znamk.
- V fokus smo postavili blagovne znamke in ne izdelkov.
- Določitev ciljev in vizije razvoja posamezne kategorije in blagovne znamke do leta 2011.
- Določitev trgov, kjer bomo tekmovali, kategorije in blagovne znamke, v katere bomo investirali, in način, kako bomo vzdrževali konkurenčno prednost.
- Preusmeritev razmišljanja iz količinske rasti na rast profitabilnosti blagovnih znamk.
- Gradnja kulture ustvarjanja vrednosti.

Proces oblikovanja strategije do leta 2014 je sestavljen iz dveh korakov:

1. Strategija in vizija razvoja kategorije; to pomeni določiti jasen cilj in poti, kako bomo zastavljeni cilj dosegli, glavne mejnike razvoja in predvsem glavne KPI pokazatelje (kako bomo merili zastavljeni razvoj).
2. Strategija razvoja blagovne znamke in postavitve platforme blagovne znamke. Oblikovanje strategije blagovnih znamk sledi podobnim ključnim principom kot oblikovanje strategije ključnih kategorij. S platformo blagovnih znamk pa določamo njene temelje, kaj je bistvo naših blagovnih znamk, kako želimo da nas vidijo naši potrošniki. Na tej osnovi, ki je pravzaprav potencial razvoja, oblikujemo strategijo in taktiko razvoja blagovne znamke - segmentacija, targetiranje in pozicioniranje, 4P, potrebne investicije ipd. Postavitev strategije blagovne znamke zahteva tudi razmislek o razvoju arhitekture blagovnih znamk oziroma izdelkov (glede na stanje življenjskega cikla, v katerem je posamezna blagovna znamka), na koncu pa merjenje uspešnosti skozi finančne pokazatelje.

Na poslovnem programu **Prehrambni dodatki** se je v letu 2008 nadaljevala strategija iz leta 2007 ter marketinško osredotočenje na tri blagovne znamke: Maestro, Zlato polje in Čoko/Čokolešnik. Poleg Slovenije ključne trge predstavljajo še Hrvaška ter Bosna in Hercegovina.

V letu 2008 se je nadaljevala optimizacija prodajnega asortimana in s tem izboljševanje ekonomike posameznega programa. V začetku leta 2008 je uprava Skupine Droga Kolinska sprejela sklep o odprodaji vseh blagovnih znamk v okviru poslovnega programa Prehrambni dodatki. Proces odprodaje se je začel marca 2008, do konca leta pa so bili odprodani sledeči programi:

- naravne začimbe Droga: kupec Dera foods
- Regina, Royal, Kremin in Citronka: kupec Dr.Oetker
- Čoko, Čokolešnik: kupec Podravka
- Vložena zelenjava, gorčica, hreni, raguji, paradižnikove omake in koncentрати: kupec Orka
- Maestro, Zlato polje: kupec Žito (proces bo zaključen v letu 2009).

Sam proces odprodaje ni vplival na osnovno dejavnost poslovnega programa, saj smo leto zaključili uspešno in dosegli vse zastavljene cilje.

2.5.3 Program Pijače

Na področju trženja v Srbiji je bila v letu 2008 zaključena združitev prodaje brezalkoholnih pijač v organizacijsko shemo prodajnega področja Srbija.

2.5.4 Program Delikatesni namazi

V letu 2008 smo na poslovnem programu Delikatesni namazi oblikovali t.i. ekipo za upravljanje blagovne znamke (brand team). Glavni namen ekipe je vpeljati sodelavce iz celotne regije v sistem upravljanja blagovne znamke. Vrednost in moč delovanja ekipe se je še posebej pokazala pri pripravi koncepta in izvedbi akcije tržnega komuniciranja za nov izdelek Argeta losos. Prvič smo projekt izvedli tako, da so bile vse glavne kreacije za medijsko komuniciranje izvedene na enak način v vseh državah, kjer smo lansirali nov okus.

2.5.5 Program Topli napitki

Poslovni program Topli napitki, v okviru katerega v Skupini Droga Kolinska skrbimo za kavo in kavne napitke, je v letu 2008 zaznamovala ustanovitev ekip za vodenje blagovnih znamk. Vpeljali smo proces projektnega vodenja, s čimer smo povečali učinkovitost komunikacij in uspeh projektov.

V letu 2008 smo tudi v okviru programa Topli napitki nadaljevali s strategijo osredotočenosti na ključne blagovne znamke. Okrepili smo blagovni znamki Barcaffè in Grand kafa ter odprodali program čajev 1001 cvet.

2.5.6 Program Prigrizki

V letu 2008 smo v Poslovnem programu Prigrizki močno dvignili standarde varnosti naših izdelkov, uvedli podatke o prehrabni vrednosti izdelkov na njihove embalaže in vzpostavili klicni center za potrošnike.

Razvili smo nove okuse standardnih čokolad Najlepše želje: temna čokolada s 75 odstotki kakava, temna čokolada s pomarančo, čokolada z mlečnim polnjenjem; in tri nove okuse mini čokolad Najlepše želje: z mlečnim polnjenjem, kavnim polnjenjem in polnjenjem z okusom jagode in jogurta. Hkrati smo uvedli tudi novo kreacijo embalaže. Vse skupaj smo podkrepili z akcijo repositioniranja blagovne znamke.

Trženje Čoko smokija smo razširili na trg Bosne in Hercegovine, Slovenije in Črna Gore. Veliko pa je bilo opravljenega tudi na področju posodobitve in povečanja funkcionalnosti proizvodnih prostorov.

2.6 Zadovoljstvo kupcev

V Skupini Droga Kolinska se zavedamo ključnega pomena zadovoljstva kupcev. Od njihovega zadovoljstva in zvestobe našim znamkam je odvisen uspeh celotne Skupine. Zato smo v letu 2008 na trgih, kjer smo prisotni, začeli izvajati merjenje zadovoljstva kupcev.

V Sloveniji smo s sistematičnim merjenjem zadovoljstva kupcev začeli v začetku novembra 2008. Merjenje se izvaja v obliki izpolnjevanja anket na dlančniku (FM). Po doslej zbranih

ugotovitev gre za razmeroma visoko rangirane opisne subjektivne ocene, predvsem poslovdij, namenjene podpori odločanja vodij služb ključnih kupcev in posledičnega ciljnega oblikovanja konkretnih profilov posamičnih kupcev po lokacijah. Temu sledijo tudi smernice že izvedenih in načrtovanih oblik izobraževanj, glede nadgradnje odnosov s kupci, pristopov in komunikacije.

Zadovoljstvo končnih porabnikov v Sloveniji spremljamo in analiziramo na podlagi poročil o izvedenih degustacijah oz. promocijah. Indikator zadovoljstva končnih porabnikov predstavlja tudi odzivnost porabnikov v zvezi z nagradnimi igrami in interaktiven pristop na spletni strani (Cockta strip).

Na Hrvaškem s terena dobivamo povratne informacije o **zadovoljstvu kupcev** od vodij ključnih kupcev, vodij prodajnih centrov in trgovskih potnikov. Predstavljajo nam smernice za načrtovanje aktivnosti pri posameznih ključnih kupcih in za nadaljnjo čim uspešnejšo komunikacijo in poslovanje.

Zadovoljstvo končnih porabnikov na Hrvaškem merimo na osnovi poročil z degustacij in promocij (Argeta, Donat Mg, Cockta). Veliko pove tudi odziv na nagradne igre (Cockta strip, Cockta film), obisk razstavnih prostorov na sejmih in kongresih, telefonska vprašanja potrošnikov o naših izdelkih ipd.

V Makedoniji, Srbiji, Črni gori in Bosni in Hercegovini ni bilo izvedenih uradnih raziskav zadovoljstva kupcev in končnih porabnikov. Zbirajo pa se povratne informacije na sestankih s kupci in srečanjih s potrošniki, na predstavitvah in pokušinah izdelkov, ki kažejo na visoko stopnjo zadovoljstva tako enih kot drugih.

2.7 Nabava in dobavitelji

Organizacija

Zahvaljujoč novi organizaciji Nabave, vključene v posamezni program, je prišlo do ozke specializacije, boljšega poznavanja nabavnega trga in posameznih dobaviteljev. Medsebojna komunikacija med nabavnimi službami posameznih poslovnih programov je pripomogla k izmenjavi podatkov o skupnih nabavnih skupinah. Odnosi s ključnimi dobavitelji strateških materialov so v letu 2008 ostali dobri. Vse to je pripomoglo k nadzoru ključnih materialov, ki so se zato podražili v veliko manjši meri, kot se je to dogajalo na trgu.

Večina strateških materialov je bila zagotovljena v okviru letnih pogodb, ki so zagotavljale večinoma zgolj količine, o višini cen pa smo se dogovarjali na kvartalni oz. polletni ravni.

Razmere na nabavnih trgih

V prvem polletju leta 2008 so se na nabavnih trgih nadaljevali in še zaostri trendi iz leta 2007. Prišlo je do precejšnje rasti cen strateških vhodnih surovin (masti in olja, mleka v prahu in ostalih izdelkov na osnovi mleka, kava, kakav, plastika, embalažni materiali, žitarice, zelenjava). Rasti cen na posameznih segmentih so bile tudi do 100-odstotne. V drugi polovici leta 2008 pa je bilo že zaznati rahlo padanje cen pri posameznih nabavnih skupinah.

Izbira dobaviteljev

Pri izbiri dobaviteljev ima ključni pomen zanesljivost in partnerski odnos. Čedalje pogosteje se dogaja, da dobavitelj, ki ponuja najnižjo ceno, ni zanesljiv in ne more zagotavljati zadostnih količin, rednih dobav ali zelene kakovosti. Izbira novih dobaviteljev je zato precej dolgotrajen postopek, skozi katerega dobavitelj pokaže svojo zanesljivost na vseh področjih.

Partnerski odnos

Pri dobaviteljih je pomembna tudi tehnološka oz. tehnična podpora, saj s posameznimi dobavitelji razvijamo skupne projekte, med njimi spremembe embalažnih materialov, uvajanje novih materialov, zamenjava posameznih materialov ipd.

Nabavna funkcija v Skupini Droga Kolinska je iz leta v leto bolj pomembna, saj lahko s svojim delom pripomore h konkurenčnosti celotne družbe.

Skupaj s Službo kakovosti izvaja nabava tudi redne presoje in ocenjevanja dobaviteljev. Na osnovi tega pripravijo skupaj z dobavitelji korektivne ukrepe, ki pripomorejo k še boljši učinkovitosti celotnega nabavnega sistema.

2.8 Raziskave in razvoj

V skladu z novo organizacijsko shemo Skupine Droga Kolinska, vsak posamezni proizvodni program vključuje tudi področje raziskav in razvoja izdelkov svojih blagovnih znamk.

2.9 Kakovost in sistemi vodenja

Integriran sistem vodenja v družbi Droga Kolinska d.d. je orodje vodstva za doseganje dogovorjenih ciljev. Ključni namen vzpostavitve standardov je obvladovanje in izboljševanje poslovanja ter povečevanje zadovoljstva naših odjemalcev.

Vodenje kakovosti

Sistem vodenja kakovosti po standardu ISO 9001, katerega osnovni načeli sta osredotočenost na odjemalca in procesni pristop, obvladujemo v družbi Droga Kolinska d.d. že od leta 1995, ko sta takrat še samostojni podjetji Droga d.d. in Kolinska d.d. pridobili certifikat za skladno delovanje z zahtevami ISO 9001. Sledili sta družbi Štark AD leta 1998 ter Droga Kolinska Skopje d.o.o.e.l. leta 2003, postopek za uvajanje HACCP pa je v teku. Družba Grand Prom AD se je imetnikom certifikata pridružila leta 2007. Droga Kolinska Skopje pa je nosilec certifikata ISO 9002:2000 za planiranje, nabavo, prodajo in distribucijo programa Droge Kolinske.

Zagotavljanje varnih živil

V Skupini Droga Kolinska gradimo učinkovit sistem vodenja varnih živil na načelih HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point System) - preventivnega sistema, ki je osredotočen na obvladovanje kritičnih kontrolnih točk. Sistem HACCP, ki deluje kot del integriranega sistema vodenja kakovosti, je bil v letu 2008 nadgrajen in razširjen na vse proizvodne lokacije Skupine Droga Kolinska.

Družbeno odgovorni izdelki in storitve

Izdelki:

- Cockta - brez kofeina in ortofosforne kisline.
- Argeta - brez konzervansov, s potrošniku prijaznim, lahkim načinom odpiranja.
- Donat Mg - edinstvena, visoko mineralizirana naravna voda, bogata z magnezijem, z zdravilnim učinkovin za specifičen segment uporabnikov.
- Barcaffè - uporabniku prijazno odpiranje 100- in 250-gramskega pakiranja.
- Dodana vrednost za vse izdelke Skupine Droga Kolinska: kakovost in inovativnost, ki temeljita na tradiciji.

Storitve: kakovostna storitev, prodajna in poprodajna podpora, informatizacija poslovanja, poenotenje procesov in postopkov - interni standardi.

2.10 Finančno upravljanje

2.10.1 Naložbe Skupine Droga Kolinska

V letu 2008 je Skupina Droga Kolinska za naložbe namenila 20,7 milijonov evrov, kar je 10 odstotkov manj od načrtovanih. Več kot polovico naložb je bilo namenjenih poslovnim programom, kjer smo 4 milijone evrov vložili v posodobitev proizvodnega procesa v Sloveniji v programu pijač ter za tehnološke posodobitve linije čokoladnih programov v segmentu prigrizkov (4 milijone evrov). Poleg tega smo vlagali tudi v razvoj AFH segmenta na trgu Srbije in Slovenije ter obnovili logistične kapacitete na trgu Srbije. Velika večina ostalih investicij pa se je nanašala na obnovitvene investicije.

2.10.2 Obvladovanje tveganj

Za **obvladovanje tveganj** je ključnega pomena vzpostavitev procesa sistematičnega spremljanja dejavnikov tveganja in redna priprava ocene izpostavljenosti posameznim dejavnikom tveganj. V skladu s ciljem, da bi postali največje prehrambno podjetje v regiji, se Skupina Droga Kolinska zaveda nujnosti obvladovanja sprememb, pravočasnega odzivanja, razvoja ter prepletenosti dejavnikov v poslovnem okolju in organizaciji.

Zaradi vedno večje nepredvidljivosti širšega poslovnega okolja in liberalizacije gospodarskih tokov (ukinitve uvozno/izvoznih dajatev in postopno ukinjanje izvoznih spodbud v EU), na drugi strani pa še vedno močne državne regulative v nekaterih državah bivše Jugoslavije, Skupina Droga Kolinska posveča vedno večjo skrb **politiki upravlja s tveganji**. Glavne usmeritve predstavljajo zmanjšanje nepredvidljivosti poslovnega okolja, povečanje zanesljivosti poslovnega načrtovanja ter znižanje nestanovitnosti pričakovanih denarnih tokov in načrtovanih dobičkov s ciljem zagotavljanja rasti premoženja lastnikov.

Med **poslovnimi tveganji** v letu 2008 je bilo največ pozornosti namenjene spremljanju konkurenčnosti Skupine Droga Kolinska pri prodaji izdelkov. V Skupini se prodajna tveganja obvladujejo z ustreznimi trženjskimi aktivnostmi, fleksibilno organizacijo in kontinuiranim razvojem izdelkov, ki upoštevajo značilnosti potrošnikov in lokalnih prodajnih trgov. Z močnimi lastnimi blagovnimi znamkami Skupina znižuje tveganje naraščajoče pogajalske moči kupcev, zato ocenjuje, da je izpostavljenost tovrstnim tveganjem zmerna.

Pri **procesu nabave** so dejavniki tveganja povezani predvsem z obvladovanjem nepričakovanih sprememb cen surovin, dobavnih rokov in kakovosti vhodnih surovin. Razvoj strateškega sodelovanja z dobavitelji je eno pomembnejših področjih delovanja v Skupini Droga Kolinska in vključuje dolgoročna partnerstva s ključnimi dobavitelji, oskrbo s stroškovno najugodnejšimi nabavnimi viri, skupen razvoj pri kakovosti in tehnološki novosti izdelkov. Kljub temu pa je nenačrtovana rast cen borznih surovin v prvi polovici leta 2008 neugodno vplivala na uspešnost poslovanja Skupine Droga Kolinska. Zaradi značilnosti nabavnih trgov ključnih surovin je izpostavljenost nabavnim cenovnim tveganjem srednja.

V okviru tveganj delovanja je bilo največ pozornosti namenjene **upravljanju s tveganji zaposlenih**, predvsem na področju zaščite pri delu in dialoga s sindikati. Tveganja iz varstva pri delu so opredeljena z ustreznimi pravilniki, ki predpisujejo tudi ukrepe za zagotavljanje ustrezne varnosti zaposlenih. Tveganja so povezana predvsem z mehanskimi poškodbami s strojno opremo, transportnimi sredstvi in zdrs. V Skupini Droga Kolinska se tveganja delovanja ocenjujejo kot zmerna.

Ocena stopnje **požarne ogroženosti** je zmerna, za vse lokacije so izdelane ocene požarne ogroženosti, ki so jih potrdili ustrezni strokovnjaki.

Tveganja proizvodnih procesov, ki se nanašajo na nedelovanje ključne opreme, se omejujejo z rednimi vzdrževalnimi pregledi, s strokovno usposobljenimi sodelavci in z rednimi preventivnimi pregledi.

2.10.2.1 Premoženjska tveganja

Izpostavljenost premoženjskim tveganjem se v Skupini Droga Kolinska ocenjuje kot nizko. Premoženje Skupine je primerno zavarovano.

2.10.2.2 Upravljanje s finančnimi tveganji

Izpostavljenost posameznim vrstam tveganj narekuje potrebo, da se področju obvladovanja tveganj nameni posebna pozornost. Upravljanje s tveganji je v skladu s politiko Droge Kolinske pomemben del celotnega procesa upravljanja, ki ima za cilj povečanje zanesljivosti doseganja načrtovanih poslovnih ciljev Droge Kolinske, d.d. in Skupine Droga Kolinska. Upošteva se, da so vsa poslovna tveganja hkrati tudi finančna tveganja ter da vplivajo na plačilno sposobnost in pošteno vrednost sredstev in dolgov.

V okviru redne dejavnosti ocenjujemo izpostavljenost posameznim vrstam tveganj in sprejemamo ukrepe za varovanje pred njimi na poslovnem, naložbenem in finančnem področju, poleg tega pa se pred določenimi tveganji tudi zavarujemo.

Na področju finančnih tveganj je posebna pozornost namenjena obvladovanju naslednjih tveganj:

- valutno tveganje,
- obrestno tveganje,
- tveganje visoke nestanovitnosti cen surove kave,
- tveganje neizpolnitve nasprotne stranke in
- likvidnostno tveganje.

Valutno tveganje

Tako družba Droga Kolinska, d.d. kot tudi Skupina Droga Kolinska sta zaradi mednarodnega delovanja in svoje geografske razvejanosti izvoznih in uvoznih poslov močno izpostavljeni valutnim tveganjem.

Med valutnimi tveganji prevladujejo tveganja, ki izvirajo iz izvajanja poslovnih aktivnosti na vseh trgih, kjer je ameriški dolar osnovna valuta poslovanja. Na vseh takih trgih smo v letu 2008 poskušali izpostavljenost zmanjšati z uravnavanjem obsega prodaje in nabave v tej valuti, pred valutnimi tveganji pa smo se kratkoročno zavarovali s terminskimi valutnimi pogodbami in drugimi finančnimi instrumenti.

Valutnemu tveganju v ameriških dolarjih je izpostavljena predvsem družba Droga Kolinska. Zaradi pomembnosti srbskega tržišča v celotnem portfelju prodaje Skupine je pomembna izpostavljenost tudi tečaju EUR/RSD. Glede na to, da instrumentov zavarovanja na tem segmentu skorajda ni oziroma so zelo dragi, se to tveganje zmanjšuje z usklajevanjem aktivnih in pasivnih postavk v RSD, kar v praksi pomeni aktivno cenovno politiko na strani prodaje, ki je v največji možni meri prilagojena gibanju tečaja RSD s hkratnim zadolževanjem v RSD.

Proces obvladovanja valutnih tveganj in upravljanja je v Skupini Droga Kolinska organiziran v službi zakladništva družbe Droga Kolinska, d.d.

Nabava kave je za celotno Skupino centralizirana v družbi Droga Kolinska, d. d., s čimer je ščitenje tečaja EUR/USD na ravni Skupine postalo mnogo lažje tudi v operativnem smislu.

Glede na ukrepe, ki jih izvajamo, da bi se zavarovali pred valutnim tveganjem, ocenjujemo, da je izpostavljenost tovrstnemu tveganju srednja.

Obrestno tveganje

Obrestno tveganje predstavlja tveganje, da bo višina obrestnih odhodkov Skupine nihala zaradi spremembe obrestnih mer.

V letu 2008 smo izvajali dodatne aktivnosti za zaščito pred obrestnim tveganjem z obrestnimi zamenjavami in ostalimi finančnimi instrumenti na osnovi EURIBOR-a in amortizacijskih načrtov finančnih dolgov Skupine.

Večina finančnih obveznosti Skupine je vezana na spremenljivo obrestno mero EURIBOR, zato je obrestna izpostavljenost visoka. Tveganje poskušamo obvladovati z izvedenimi finančnimi instrumenti. V letu 2008 je bila tretjina finančnih obveznosti Skupine zaščitene pred obrestnim tveganjem z izvedenimi finančnimi instrumenti. Upošteva se izdane obveznice s fiksno obrestno mero pa je bil delež obveznosti s fiksno obrestno mero polovičen.

Tveganje visoke nestanovitnosti cen surove kave

Nestanovitnost ameriškega dolarja in sočasna izpostavljenost cenovnemu tveganju ob spremembah cene kave na svetovnih borzah sta nam tudi v letu 2007 narekovali, da smo ceno kave zagotavljali z rokavnimi nakupi, denarni tok načrtovanih poslov pa varovali s sklenitvijo terminskih pogodb.

Tveganje visoke nestanovitnosti cen surove kave obvladujemo z njegovim sistematičnim upravljanjem v okviru »tima za kavo«. Ta postavlja in spremlja strategijo ter tekočo poslovno politiko, ki zajema:

- dnevno spremljanje trga kave in reakcije na spremembe (v primeru doseganja planskih cen se kava kupuje za daljše obdobje, vnaprejšnji nakup za obdobje treh do šestih mesecev, nakup diferenc v primeru dobrih cen diferenc);
- varovanje nihanja tečaja EUR/USD;
- iskanje cenejših nadomestnih vrst kave.

Tveganje neizpolnitve nasprotne stranke

Tveganje neizpolnitve nasprotne stranke je tveganje, v okviru katerega se zaradi neporavnanih pogodbenih obveznosti nasprotne stranke zmanjšajo gospodarske koristi družbe.

Možnost, da terjatve do kupcev in drugih pravnih oseb ne bodo plačane ali da ne bodo plačane v celoti, obvladujemo z intenzivnim spremljanjem, nadzorovanjem in sistematičnim izterjevanjem zapadlih terjatev. Poleg tega redno spremljamo bonitete partnerjev in večino terjatev zavarujemo pri SID - Prvi kreditni zavarovalnici, d. d. Del terjatev pa zavarujemo tudi z drugimi instrumenti (menice, bančne garancije).

Izpostavljenost tveganju neizpolnitve nasprotne stranke omejujemo tudi z določitvijo zneska limita odprtih terjatev do posameznih poslovnih partnerjev.

Ocenjujemo, da je bila večino leta 2008 izpostavljenost kreditnemu tveganju družbe Droga Kolinska, d. d. nizka, s tem da smo bili z zaostritvijo finančne krize v drugi polovici leta 2008 priča podaljševanju plačilnih rokov s strani naših kupcev.

Zaradi plačilne nediscipline v Bosni in Hercegovini, Srbiji in Črni gori, Makedoniji ter na Hrvaškem je bila izpostavljenost kreditnemu tveganju družb Skupine Droga Kolinska na teh trgih v letu 2008 razmeroma visoka. Zato smo imeli v letu 2008 preko SID - Prve kreditne zavarovalnice, d. d. zavarovane terjatve do kupcev naših povezanih podjetij na Hrvaškem ter v Bosni in Hercegovini.

Ocenjujemo, da je izpostavljenost družbe Droga Kolinska, d. d. in Skupine Droga Kolinska zaradi te oblike tveganj zmerna.

Likvidnostno tveganje

Preoblikovanje sredstev, ki imajo nedenarno obliko (zaloge in terjatve) v denarno, je izpostavljeno vsem poslovnim tveganjem, ki določajo, ali bo prišlo do prekinitve procesa pretvarjanja sredstev v denar. V matični družbi Droga Kolinska, d. d. kot tudi v Skupini posebno pozornost zato namenjamo spremljanju gibanja in vrednotenja zalog in terjatev. Z usklajevanjem ročnosti terjatev in obveznosti obvladujemo denarne tokove in skušamo optimizirati kratkoročno plačilno sposobnost.

Likvidnostno tveganje v družbi Droga Kolinska, d. d. je bilo v prvi polovici leta 2008 nizko zaradi pozitivnega poslovanja, stabilnih rednih prilivov s strani kupcev ter učinkovitega časovnega usklajevanja prilivov in odlivov. Pri tem pa so nam koristile tudi ustrezne kratkoročne kreditne linije pri različnih bankah. V drugi polovici leta pa smo zaradi zaostritve svetovne finančne krize beležili večje pritiske na likvidnost, tako da likvidnostno tveganje v tem obdobju ocenjujemo kot zmerno.

2.11 Informacije za delničarje

Družba Droga Kolinska objavlja cenovno občutljive in druge pomembne informacije o svojem poslovanju v sistemu obveščanja Ljubljanske borze Seonet, razen če zakon ali statut določata drugače. Za sprotno obveščanje družba uporablja različna komunikacijska sredstva t.j. sporočila za javnost, predstavitvene publikacije, objave na spletnih straneh družbe idr.

V odnosu do javnosti je letno poročilo eno ključnih orodij komuniciranja poslovanja družbe, zato je dostop do letnih poročil za leta 2005, 2006 in 2007 omogočen na internetni strani http://www.drogakolinska.com/sl/poslovanje/letna_porocila/.

Na spletni strani pa je objavljen tudi statut družbe Droga Kolinska in sicer na naslovu: http://www.drogakolinska.com/sl/poslovanje/upravljanje_druzbe/statut/.

2.11.1 Delnice družbe

Delnice družbe so izdane v nematerializirani obliki in so bile 13. maja 2005 vpisane v centralni register vrednostnih papirjev pri Centralni klirinško depotni družbi, d. d. Vse delnice so prosto prenosljive in imajo enake pravice, tako da tvorijo en razred.

2.11.2 Spremembe osnovnega kapitala družbe

22. aprila 2008 je bil zaradi povečanja osnovnega kapitala družbe na 61.379.314,81 EUR spremenjen statut družbe Droga Kolinska, d.d. 7. maja 2008 je bil prejet sklep o vpisu dokapitalizacije družbe Droga Kolinska, d.d. v sodni register. Izdanih je bilo 735.447 novih delnic.

Družba Droga Kolinska, d. d. nima predvidene delniške sheme oz. delniškega načrta za zaposlene.

2.11.3 Izplačilo dividend in bilančni dobiček

V skladu s sklepom skupščine z dne 25. avgusta 2008, je družba Droga Kolinska, d. d. izplačala dividende v višini 10.002.078 evrov. Skupščina delničarjev je na seji med drugim odločala tudi o uporabi bilančnega dobička in ga namenila za nagrade upravi in nadzornemu svetu ter za prenos v preneseni dobiček.

2.11.4 Lastniška struktura družbe Droga Kolinska, d. d.

Lastniška struktura družbe Droga Kolinska, d.d. na dan 31. decembra 2008:

Zap. št.	Oznaka	Naziv lastnika	Država	Število delnic	Delež
1	DRKR	Istrabenz d.d.	SVN	13.083.492	89 %
2	DRKR	Banka Koper d.d.	SVN	890.000	6 %
3	DRKR	NCA Investment Group DOO Beograd	SRB	735.447	5 %
				14.708.939	100 %

2.11.5 Tržna kapitalizacija

Družba v letu 2008 ni kupovala ali prodajala lastnih delnic.

2.11.6 Javne objave

Korporativno komuniciranje Skupine Droga Kolinska poteka v duhu graditve ugleda Skupine, seznanjanja vseh zainteresiranih javnosti s strategijo podjetja in s pomembnejšimi poslovnimi odločitvami.

Skupina Droga Kolinska je v letu 2008 komunicirala naslednje pomembnejše poslovne dogodke in odločitve:

- utrjevanje zavedanja prenovljene organizacijske strukture Skupine,
- odločitve o prestrukturiranju portfelja proizvodnih programov, osredotočenju na najbolj dobičkonosne programe, ki so generatorji rasti, in o odprodaji manjših proizvodnih programov,
- konsolidacija lastništva družbe,
- kotizacija obveznice konec maja 2008,
- družba Droga Kolinska bo s pomočjo mednarodnega razpisa prodala zemljišča ob Šmartinski cesti v Ljubljani
- o sklepih skupščine
- novi lastnik blagovnih znamk Regina in Royal bo družba Dr. Oetker,
- novi lastnik programa vložene zelenjave bo družba Orka,
- novi lastnik programa žitnih kosmičev bo družba Podravka,
- novi lastnik programov čaji, riži, mlevski izdelki, začimbe in mešanice bo družba Žito,
- novi distributer programa Milupa bo Meritt International,
- nastale spremembe v vodstvu Skupine Droga Kolinska - Nadzorni svet družbe Droga Kolinska, d.d., Ljubljana je na seji imenoval Enza Smrekarja in Branka Greganoviča za člana uprave družbe. Nova člana se bosta v upravi družbe, ki sedaj šteje štiri člane, pridružila članici uprave Mileni Štular in predsedniku uprave Slobodanu Vučićeviću.

2.11.7 Stik z delničarji

Za dodatne informacije se delničarji lahko obrnejo na naslov:

Droga Kolinska, d. d.
Odnosi z javnostmi
Ga. Suzana Bagari
Kolinska ulica 1
1544 Ljubljana
Tel.: +386 1 472 16 95

2.13 Načrti za leto 2009

Leto 2009 bo za Skupino leto obvladovanja sprememb zaradi negotovih razmer in krize v makro okolju. Vsi napor v letu 2009 bodo osredotočeni na procese, ki na trgih z upočasnjeno rastjo zagotavljajo vzdrževanje konkurenčne prednosti podjetja:

- Krepitev kompetenc zaposlenih in internih sposobnosti podjetja, da bo podjetje ostalo konkurenčno v zunanjem okolju.
- Operativna učinkovitost - obvladovanje vseh skupin stroškov.
- Investiranje v znanje, ki je gorivo našega podjetja.
- Sistematično spremljanje potrošniških navad in vplivov sprememb življenjskega stila potrošnikov na našo industrijo.

V letu 2009 je treba na strateški ravni nadaljevati z vsemi odprtimi projekti: dokončati strategije za vse ključne kategorije, povečati frekvenco in nadzor nad poslovanjem podjetja, izboljšati operacionalizacijo procesov na nivoju celotnega podjetja, nadaljevati z implementacijo sistema nagrajevanja in sistema vzpostavitve gradnje naslednikov, nadaljevati s konceptom Akademije Droga Kolinska in drugimi projekti. Prav tako v letu 2009 uvajamo nove projekte, kot so: projekt sistematičnega upravljanja s tveganji na nivoju posamezne poslovne enote in na nivoju Skupine, analiza razporeditve dobička med različnimi aktivnostmi, ki tvorijo verigo vrednosti v posamezni kategoriji, merjenje dobičkonosnosti blagovnih znamk, projekt družbene odgovornosti do okolja.

Nova korporativna strategija in nova organizacija sta oblikovani tako, da omogočata in spodbujata delovanje v mednarodnem okolju. Skupina Droga Kolinska ostaja osredotočena na trge nekdanje Jugoslavije. Že danes največji trg predstavlja Srbija, ki ima v kategorijah, v katerih Skupina tekmuje, velik potencial. Slovenija ostaja pomemben trg in platforma za širjenje na trge EU. Droga Kolinska je v zadnjih nekaj letih prerasla v mednarodno skupino, ki večino svojih prihodkov ustvari zunaj Slovenije, takšni pa so tudi načrti za leto 2009.

Mednarodni trgi za Skupino predstavljajo izziv, zato bo leto 2009 osredotočeno tudi na utrjevanje nove organizacijske kulture in znanj. Gre za sprejemanje veliko različnih odločitev v mednarodnem okolju: od načina vstopa na tuje trge, preučitve stroškov, ki nastajajo z vstopom, možnosti povečanja ekonomije obsega, prihrankov z naslova proizvodnje in razvoja, podaljševanje življenjskega cikla posameznega izdelka, preučitve možnih tveganj vstopa ipd. Seveda pa ima internacionalizacija poslovanja tudi pozitivne učinke, saj Skupina pridobiva nove, sveže ideje, mednarodne izkušnje ter tako razvija osebna in splošna znanja ter pridobiva izkušnje. V Skupini Droga Kolinska bomo svoje delovanje osredotočili na to, da v letu recesije, upočasnitve in stagnacije ne upočasnimo razvoja naših blagovnih znamk.

3 TRAJNOSTNO POROČILO IN DRUŽBENA ODGOVORNOST

3.1 Skrb za zaposlene

3.1.1 Zaposleni

Kadrovska politika v Skupini Droga Kolinska temelji na ustvarjanju optimalne organizacije dela in delovnih pogojev za zaposlene ter odgovarjanju na njihove potrebe po znanju. Z razvojem naših zaposlenih sledimo zastavljenim strateškim ciljem, krepimo znanja in veščine zaposlenih ter skrbimo za varstvo pri delu in varnost delavcev.

V letu 2008 v Skupini Droga Kolinska beležimo zmanjšanje števila zaposlenih, kar je posledica kontinuirane optimizacije vseh delovnih procesov ter usklajevanja organizacije z novo strategijo in poslovno strukturo. Standardna fluktuacija (upoštevajoč samo prostovoljne odhode zaposlenih) znaša v Sloveniji 3 odstotke, v Srbiji pa 6 odstotkov.

Število zaposlenih v Skupini Droga Kolinska in družbi Droga Kolinska d.d.

Družba	2006	2007	2008
Droga Kolinska d.d.	939	865	696
Vivo, d.o.o, Ljubljana	10	9	0
Lasago d.o.o. Buje	8	8	8
Droga d.o.o. Sarajevo	6	5	0
Konzum d.d. Sarajevo	6	4	0
Droga Kolinska d.o.o. Zagreb	87	81	78
Kolinska Moskva d.o.o. Moskva	50	56	60
Palanački Kiseljak a.d. Smed. Palanka	126	109	105
Argeta d.o.o. Sarajevo	71	74	74
Štark a.d. Beograd	1.389	1.199	1.082
Grand Prom a.d. Beograd	572	580	566
Droga Kolinska d.o.o.e.l. Skopje	80	81	93
VS International d.o.o. Beograd	9	9	7
Kofikom d.o.o. Sarajevo	3	1	0
Kofikom Produkt d.o.o. Bjeljina	35	37	37
DK Trade Sarajevo	146	153	147
Droga Livsmedel, AB, Goteborg	4	3	0
SKUPAJ	3.541	3.274	2.953

Zaposlitvena politika

Cilj politike zaposlovanja v Skupini Droga Kolinska je zagotoviti optimalno število zaposlenih določenega izobrazbenega profila za potrebe poslovnih procesov. Delovna mesta in zahteve za opravljanje dela na določenih delovnih mestih so opredeljena v sistemu delovnih mest. V letnem planu se določi število zaposlenih za vsako organizacijsko enoto v vsakem poslovnem letu. Politika zaposlovanja je tudi predmet internih aktov službe razvoja človeških virov.

Starostna struktura zaposlenih v Skupini Droga Kolinska in družbi Droga Kolinska, d. d.

Tekom leta 2008 ni bilo večjih sprememb v starostni strukturi zaposlenih v družbi in Skupini Droga Kolinska. Minimalne razlike, ki se kažejo, so posledica zmanjševanja števila zaposlenih in naravnega staranja zaposlenih.

Starostna struktura zaposlenih v Skupini Droga Kolinska na dan 31. december 2008

Družba	18-20	21-25	26-30	31-35	36-40	41-45	46-50	51-55	56 in več
Droga Kolinska d.d.	0,0	2,0	9,0	10,0	13,0	19,0	23,0	17,0	7,0
Lasago d.o.o. Buje	0,0	0,0	0,0	12,5	12,5	50,0	12,5	12,5	0,0
Droga Kolinska d.o.o. Zagreb	0,0	3,0	17,0	27,0	15,0	13,0	4,0	12,0	9,0
Kolinska Moskva d.o.o. Moskva	1,7	6,7	11,7	25,0	15,0	8,3	10,0	10,0	11,6
Palanački Kiseljak a.d. Smed. Palanka	0,0	0,0	8,2	24,5	21,4	19,4	13,3	10,2	3,1
Argeta d.o.o. Sarajevo	0,0	14,0	11,0	20,0	16,0	19,0	14,0	7,0	0,0
Štark a.d. Beograd	0,0	0,8	3,7	20,2	23,1	24,0	14,9	10,4	2,9
Grand Prom a.d. Beograd	0,0	5,3	21,5	28,6	18,7	13,4	5,6	5,1	1,8
Droga Kolinska d.o.o.e.l. Skopje	1,1	4,3	25,8	23,7	17,2	14,0	6,5	6,5	1,0
VS International d.o.o. Beograd	0,0	0,0	0,0	28,6	42,9	14,3	14,3	0,0	0,0
Kofikom Produkt d.o.o. Bjeljina	0,0	0,0	21,6	27,0	8,1	18,9	16,2	5,4	2,7
DK Trade Sarajevo	0,0	7,0	31,0	24,0	18,0	7,0	6,0	5,0	2,0

Izobrazbena struktura zaposlenih v Skupini Droga Kolinska in družbi Droga Kolinska, d. d.

Tudi izobrazbena struktura zaposlenih se ni veliko spremenila glede na prejšnje obdobje. V vseh članicah Skupine prevladujeta IV. in V. stopnja izobrazbe (skupaj 54 odstotkov), kar je logično, saj večino zaposlenih predstavljajo proizvodni delavci in terenski komercialisti. Okoli 14 odstotkov zaposlenih ima VII. oziroma VIII. stopnjo izobrazbe.

Izobrazbena struktura zaposlenih v Skupini Droga Kolinska na dan 31. 12. 2008

Stopnja izobrazbe	število	delež
I	258	9
II	128	4
III	554	19
IV	1058	35
V	393	13
VI	169	6
VII	374	13
VIII	18	1
IX	1	0

Družba	I.	II.	III.	IV.	V.	VI.	VII.	VIII.	IX.	Skupaj
										31.12.2008
Droga Kolinska d.d.	115	75	10	166	154	42	122	11	1	696
Lasago d.o.o. Buje	1	0	0	6	0	0	1	0	0	8
Droga Kolinska d.o.o. Zagreb	2	0	0	3	47	7	19	0	0	78
Kolinska Moskva d.o.o. Moskva	0	13	0	0	6	0	41	0	0	60
Palanački Kiseljak a.d. Smed. Palanka	8	5	22	47	1	7	15	0	0	105
Argeta d.o.o. Sarajevo	1	0	32	27	2	11	1	0	0	74
Štark a.d. Beograd	100	15	264	468	109	39	83	4	0	1.082
Grand Prom a.d. Beograd	31	5	166	244	8	51	59	2	0	566
Droga Kolinska d.o.o.e.l. Skopje	0	0	2	4	66	1	19	1	0	93
VS International d.o.o. Beograd	0	1	3	2	0	1	0	0	0	7
Kofikom Produkt d.o.o. Bjeljina	0	10	15	8	0	3	1	0	0	37
DK Trade Sarajevo	0	4	40	83	0	7	13	0	0	147

Struktura zaposlenih po spolu

	Moški	ženske
Delež	55	45
število	1626	1336

Zaposlitev za določen/nedoločen čas, pogodbeno delo ipd.

Določen čas		Nedoločen čas		Pogodbeno delo		drugo	
število	delež	število	delež	število	delež	število	delež
94	3	2868	96	20	0.6	12	0.4

Stopnja absentizma

Število bolniških, izgubljeni dnevi.

Število bolniških	29,082*
Izgubljeni dnevi	3,301*

*Poprečje

Enakost na delovnem mestu

Enakost na delovnem mestu zagotavlja zakon oziroma pravilnik o delu in kolektivna pogodba.

Štipendiranje

Glede na leto 2007 se število štipendistov Skupine Droga Kolinska ni spremenilo. Štipendije so bile podeljene samo v pravni osebi Soko Štark, in sicer v vrednosti 1.569.588,00 RSD (17.015,30 EUR). Tudi v prihodnje se ne načrtuje povečanja števila štipendij.

Organizacijska klima in meritve zadovoljstva zaposlenih

Konec leta 2008 smo v Skupini Droga Kolinska izvedli merjenje klime in zadovoljstva vseh zaposlenih. V prvo organizirano raziskavo zadovoljstva zaposlenih so bile zajete vse članice Skupine. Odziv je bil visok, 67-odstoten. Za raziskavo je bil uporabljen vprašalnik, ki je vseboval 75 trditev, razdeljenih v 12 skupin: skupno zadovoljstvo s Skupino Droga Kolinska kot delodajalcem, vizija in vodstvo Skupine, interna komunikacija, moje delo, neposredni nadrejeni, organizacija, organizacijska kultura, plača in pogoji dela, delovno okolje, izobraževanje in karierni razvoj, fizični pogoji dela in lojalnost. Vsaka trditev se je ocenjevala s petstopenjsko lestvico.

Poprečna ocena zadovoljstva s Skupino Droga Kolinska kot delodajalcem je 3,7. Sodelujoči v raziskavi so izkazali večje zadovoljstvo na področjih, vezanih na njihovo delo, fizične pogoje dela in delovno okolje, nekaj manj zadovoljni so z organizacijo, vizijo in vodstvom Skupine, ter z organizacijsko kulturo. Sodelujoči so najmanj zadovoljni s komunikacijo, izobraževanjem in razvojem, še posebno nezadovoljni pa so s plačami in pogoji zaposlitve.

Raziskava je pokazala, da so najbolj zadovoljni zaposleni v Makedoniji, Bosni in Hercegovini in na Hrvaškem, medtem ko so najmanj zadovoljni zaposleni v Sloveniji in Srbiji.

Za leto 2009 je predvidena ista raziskava, ki bo omogočila spremljanje učinkov ukrepov, ki bodo sprejeti, s ciljem izboljšanja posameznih segmentov, kot tudi vzpostavljanja internih standardov (t.i. benchmark) in specifičnih razvojnih ciljev na vseh področjih poslovanja, ki vplivajo na zadovoljstvo zaposlenih.

Kadrovski projekti

Najpomembnejši projekt leta 2008 na področju upravljanja s človeškimi viri je bilo ovrednotenje in razporeditev vseh delovnih mest v Skupini Droga Kolinska. Projekt je zagotovil poenoteno metodologijo in kriterije za ovrednotenje vseh delovnih mest s stališča njihove zahtevnosti in vpliva na poslovanje Skupine, kot tudi razvrščanje delovnih mest po istem načelu v vsaki organizacijski enoti, ne glede na državo, v kateri posluje. Na ta način smo zagotovili interno enakost.

Na tej osnovi so bili opredeljeni plačni razredi, v katere so bila razporejena delovna mesta iste ali podobne zahtevnosti. Razponi plačnih razredov so bili narejeni na podlagi verodostojnih raziskovanj o skupnih plačah na lokalnem trgu, s čimer je bila zagotovljena eksterna konkurenčnost.

Celoten projekt je omogočil postavitev novih, skupnih standardov za bonitete zaposlenih v celi Skupini, predvsem pa je dobro izhodišče za izdelavo podrobnih lokalnih sistemov nagrajevanja, ki bodo upoštevali vse lokalne posebnosti, zakone, predpise in splošne akte.

3.1.2 Kadrovski sistem

V družbi Droga Kolinska kadrovski sistem ureja SAP HR modul. Ta je bil samo delno uveden v Sloveniji, in sicer predvsem za namene kadrovske administracije. V letu 2008 je potekal projekt SAP Review, ki je definiral nove cilje in dodatne podmodule v okviru HR modula.

3.1.3 Izobraževanje in usposabljanje

V letu 2008 so investicije v izobraževanje zaposlenih v Skupini Droga Kolinska znašali 417.000 evrov. V okviru tega je bilo izvedenih 23.512 ur izobraževanja, kar povprečno pomeni 10 ur izobraževanja na zaposlenega.

Stroški v letu 2008	417.000
Število ur izobraževanj	23.512
Število ur na zaposlenega	10

Največ izobraževanja zaposlenih je bilo organiziranega v Sloveniji in v Srbiji, kjer je tudi največji del zaposlenih Skupine Droga Kolinska. V Sloveniji je bil v letu 2008 poudarek na internem izobraževanju predvsem prodajnega osebja, pa tudi srednjega in nižjega nivoja vodstvenih delavcev.

Organizirana je bila tudi interna delavnica s ciljem zmanjševanja bolniške. Zaposleni so se udeležili tudi raznih strokovnih seminarjev, konferenc in svetovanj. Tudi v Srbiji je bilo za zaposlene organiziranih veliko internih in eksternih izobraževanj, konferenc in tečajev.

3.1.4 Razvoj kadrov

V okviru razvoja kadrov v Skupini Droga Kolinska smo se v Sloveniji še posebej osredotočili na izobraževanje za uspešno komuniciranje, sodelovanje in vodenje. Izobraževanja so bila namenjena predvsem zaposlenim v prodaji ter srednjemu in nižjemu vodstvenemu kadru.

V okviru učenja uspešnega komuniciranja za prodajo so se zaposleni učili:

- psiholoških osnov uspešne komunikacije,
- uspešne komunikacije kot osnove za uspešno sodelovanje,
- tehnik uspešne komunikacije s poudarkom na razreševanju konfliktnih situacij,
- tehnik uspešne komunikacije.

Izobraževanje za srednji in nižji vodstveni kader je zajemalo:

- o osnove komuniciranja,
- o profesionalno vodenje - prilagajanje stilov vodenja,
- o tehnike vodenja sestankov, podajanja informacij in sprejemanja povratnih informacij.

V Srbiji je bilo največ izobraževanj s področja timskega dela in strateškega pogajanja. Poleg omenjenega je za prenos internih znanj in internih dobrih praks na nivoju Skupine Droga Kolinska organizirana Akademija Droga Kolinska. Organizirani so bili štiri moduli, na katerih je na vsakem sodelovalo med 40 in 58 zaposlenih. Vsi predavatelji, strokovnjaki na svojem področju dela, so bili zaposleni v Skupini Droga Kolinska. V letu 2008 so bila izvedena naslednja predavanja:

1. GENERAL INFORMATION AND DEVELOPMENT STRATEGY OF THE COMPANY TO 2010
2. FOOD INDUSTRY ANALYSIS
3. ORGANIZATIONAL CULTURE
4. SYSTEMS TO ENSURE QUALITY
5. NEW ROLE OF MARKETING
6. TRADE MARKETING
7. KEY ACCOUNT MANAGEMENT
8. NEW SALES CHANNELS
9. TRADEMARK MANAGEMENT
10. LAUNCH OF A NEW PRODUCT & GRAND KAFA CASE
11. MARKETING RESEARCH
12. MARKETING COMMUNICATION
13. CATEGORY MANAGEMENT

Glede na to, da je bilo delo Akademije Droga Kolinska s strani zaposlenih visoko ocenjeno, se bo Akademija z novim programom in novimi temami nadaljevala tudi v letu 2009.

3.1.5. Skrb za vodstvene kadre - izvršni menedžment

V vodstveni kader Skupine Droga Kolinska sodi 54 ključnih zaposlenih: predsednik in člani uprave, generalni direktorji poslovnih programov in prodajnih področij, direktorji centralnih služb in lokalnih administracij, direktorji in vodje sektorjev v prodajnih programih in prodajnih področjih.

Vodstvo je pretežno moško (63 odstotkov), prevladuje visoka strokovna izobrazba (70 odstotkov), 13 odstotkov pa jih ima končan magistrski študij. Poprečna starost je 42 let. Največ (52 odstotkov) jih je starih od 36 do 45 let, 22 odstotkov jih je mlajših od 45 let in 22 odstotkov jih je starih med 46 in 55 let.

V letu 2008 je stopil v veljavo poseben način nagrajevanja vodstva (Management Incentive System), ki je zamišljen kot sistem skupnega nagrajevanja (Total Reward System), sestavljen iz materialnih in nematerialnih nagrad. V podporo delovanja novega sistema nagrajevanja je uveden sistem upravljanja učinkovitosti (Performance Management System), ki meri uspešnost vsakega vodstvenega delavca glede na postavljene cilje in opredeljen nabor kompetenc.

Letni razgovori, namenjeni razvoju zaposlenih, so predvideni za 1. kvartal leta 2009. Njihova osnova so osebni razvojni načrti, ki so jih pripravili ključni vodstveni delavci v Skupini in so usklajeni z njihovimi poslovnimi cilji ter potrebnimi kompetencami in osebnimi ambicijami. V letu 2008 smo za letne razgovore izvajali izobraževanje: postavljanje ciljev, podajanje informacij in sprejemanje povratnih informacij ter ocena delovne uspešnosti (performance appraisal).

Performance management System bo v letu 2009 dopolnjen s t.i. ocenjevanjem po metodi 360 stopinj (360 Degree Review), na osnovi lastnega modela kompetenc. Cilj je vsesplošni razvoj vodstva.

3.1.6 Skrb za varnost in zdravje pri delu

Skrb za zdravje zaposlenih v Skupini Droga Kolinska poteka v skladu s pravilniki o delu v posebnih pogojih za delo oziroma v skladu z notranjimi in zunanjimi akti, ki uravnavajo posebne zdravstvene pogoje za opravljanje določenih del.

Za zaposlene v tovarni Soko Štark v Srbiji je v lokalnem zdravstvenem domu organizirana ambulanta, v kateri zaposleni lahko opravljajo redne in izredne zdravstvene preglede. Za vse zaposlene v Srbiji so organizirana posebna svetovanja (diabetes, rak dojke ...) in cepljenje proti gripi.

	Težje	lažje
število	3	39

Vsi zaposleni so zavarovani za primer poškodbe pri delu.

3.1.7 Zdravstveno varstvo in socialna varnost

V družbi Droga Kolinska je vzpostavljeno dodatno pokojninsko zavarovanje v okviru II. pokojninskega stebra. Za vse zaposlene za nedoločen čas družba Droga Kolinska kot delodajalec vplačuje mesečne premije. Izjema so zaposleni, ki jim do upokojitve manjka manj kot pet let. Zaposleni za določen čas pridobijo pravico do vplačevanje pokojninskega zavarovanja v II. steber po enem letu dela v podjetju.

3.1.8 Delavsko soupravljanje

V okviru Skupine Droga Kolinska v Sloveniji in na Hrvaškem delujeta sindikat in svet delavcev. V Srbiji sindikat deluje v treh pravnih osebah: Soko Štark, Grand Prom in Palanački Kiseljak. V Bosni in Hercegovini in Makedoniji pa ni vzpostavljenega delavskega soupravljanja.

Sindikati so v letu 2008 izvajali svoje redne aktivnosti.

3.1.9 Zaposlovanje invalidov

V Sloveniji področje zaposlovanja invalidov določa zakonodaja, ki za področje prehrabene industrije predpisuje 6-odstotno kvoto za zaposlovanje invalidov. V ostalih državah, kjer posluje Skupina Droga Kolinska to področje še ni zakonsko urejeno.

Družba Droga Kolinska je zakonsko določeno kvoto zaposlovanja invalidov presegala do septembra 2008. V času, ko smo presegali kvoto, smo bili oproščeni plačila prispevkov delojemalcev za PIZ v višini 15,5 odstotkov ter plačila prispevkov delodajalcev za PIZ v višini 8,85 odstotkov.

Od septembra dalje Droga Kolinska, d.d. ni več izpolnjevala kvote. Vzrok za neizpolnjevanje kvote je v zmanjšanju zaposlenih invalidov oz. v odpovedi pogodbe o zaposlitvi. Postopek poteka preko Komisije, ki je formirana pri Ministrstvu za delo, družino in socialne zadeve. V letu 2008 je delovno razmerje zaključilo 15 invalidov. Nova invalidnost pa je nastala pri dveh delavcih.

3.1.10 Interno komuniciranje

Interno komuniciranje predstavlja pomemben način obveščanja zaposlenih o dogajanju v podjetju, komuniciranja z zaposlenimi in ustvarjanja pozitivne organizacijske klime. V Skupini Droga Kolinska se za interno komuniciranje uporablja naslednja orodja:

Informator

Informator je elektronsko pismo standardizirane in prepoznavne oblike. Prejmejo ga vsi zaposleni, ki imajo v Skupini Droga Kolinska svoj elektronski naslov, skrbnice in skrbniki oglasnih desk pa Informator natisnejo in ga ustrezno izobesijo, da ga lahko preberejo tudi tisti, ki elektronskega naslova nimajo. Informator prevajamo v lokalne jezike in ga distribuiramo v Skupini.

Interno glasilo Naš glas

Naš glas je tiskani medij, ki zaposlenim nudi predvsem slikovni material in informacije, ki niso vezane na trenutek nastanka. To so npr.: intervjuji s sodelavci, razvoj in lastnosti izdelkov naših blagovnih znamk, organizacija in poslovanje, aktivnosti na trgih in podobno. V Skupini izhajata dve tovrstni glasili, eno v Sloveniji in drugo v Srbiji.

Osebna srečanja - sestanki

Sestanki so redna oblika medsebojnega komuniciranja v Skupini Droga Kolinska, ki so glede na namen, vsebino in sklicatelja organizirani različno.

DK share point portal

DK Share point portal je novost leta 2008. Portal omogoča učinkovito elektronsko izmenjavo informacij in kreiranje skupnih baz elektronskih dokumentov. V podporo temu projektu je bilo organizirano tudi izobraževanje za nosilce posameznih vsebin na portalu.

Mnenjske skrinjice

V Skupini Droga Kolinska se zavedamo pomena dvosmerne komunikacije med podjetjem in njegovimi zaposlenimi. Tako smo na vseh lokacijah Skupine Droga Kolinska postavili posebno označene skrinjice, ki zaposlenim omogočajo postavljanje vprašanj in izražanje mnenja.

Brošure za zaposlene

S ciljem promoviranja nove korporativne organizacijske kulture, njenih principov in vrednot so vsi zaposleni v Skupini Droga Kolinska prejeli brošure o vrednotah v Skupini. Na to temo so bile organizirane tudi predstavitve.

Politika odprtih vrat

Politika odprtih vrat je orodje komuniciranja uprave z zaposlenimi, ki omogoča dostopnost in odprtost do pogovora med upravo in zaposlenimi. Vsak izmed zaposlenih ima ob poprejšnji uskladitvi termina možnost razgovora z vodstvom Skupine.

3.2 Kakovost in varnost izdelkov

Osnovna naloga v procesu obvladovanja varnosti in kakovosti izdelkov je izvajanje notranjega nadzora izdelkov vseh lastnih blagovnih znamk. V okviru tega:

- sledimo novim tveganjem, pravočasno načrtujemo izboljšave in preventivne ukrepe za obvladovanje mikrobioloških, fizikalnih in kemijskih dejavnikov tveganj s ciljem zagotavljanja varnih izdelkov.

- prenašamo dobre prakse znotraj Skupine ter zagotavljamo interna usposabljanja odgovornih oseb za notranji nadzor. V letu 2008 so bili štiri nove vodje proizvodne kakovosti usposobljeni za obvladovanje programov Prigrizki in Topli napitki.

Z namenom zagotavljanja predpisane skladnosti izvajamo naslednje aktivnosti:

- načrtovanje izdelkov v skladu z najnovejšimi spoznanji o varnosti živil
- vodenje proizvodnje v skladu z dobro proizvodno prakso
- ocenjevanje dobaviteljev surovin in embalaže
- obvladovanje pogodbenih proizvajalcev
- kontrola in preskušanje živil in embalažnih materialov
- obvladovanje neskladnih proizvodov
- posredovanje dokazil o kakovosti in varnosti kupcem.

Tudi v letu 2008 je bilo opravljenih veliko preizkušanj skladnosti surovin in izdelkov ter mikrobioloških preiskav živil in higiene. Na področju mikrobioloških preiskav so bile izdelane preventivne študije, ki ocenjujejo resnost in verjetnost dejavnikov tveganja, ki se lahko pojavijo zaradi napačne uporabe proizvodov pri potrošniku. Občasna kemijska preskušanja pa so potrjevala stabilnost izdelkov v času roka uporabe, validirala proizvodne procese in preverjala hranilno vrednost živil.

V letu 2008 je bilo na embalažo vseh novih izdelkov vpeljana t.i. GDA označevanje, ki prikazuje vsebnost hranil z največjim vplivom na zdravje in pri katerem so hranila podana kot delež dnevni orientacijskih vrednosti na obrok živila.

Vrednotenje kakovosti pošiljk surovin in embalaže v letu 2008 je pokazalo, da so deleži neskladnih dobav na enaki ravni kot v letu 2007, vzroki neskladnosti pa so različni, med drugimi tudi ta, da so bili z določenimi surovinami v letu 2008 večji kakovostni problemi tudi na svetovnem trgu - tak primer je riž.

V okviru uradnega nadzora živil v EU in hitrega pretoka informacij je bil v letu 2008 evidentiran nov pomemben dejavnik kemijskih tveganj, to je prisotnost melamina v mleku kitajskega izvora, sicer pa so se ponavljala druga že znana tveganja; v mednacionalnem informacijskem sistemu je bila zaznana rast primerov živil z vsebnostjo mikotoksinov in pesticidov. V Skupini Droga Kolinska je bila v letu 2008 organizirana interna mreža hitrega obveščanja, tako da informacije o novih tveganjih učinkovito prehajajo med trgi in s tem omogočajo obvladovanje novih tveganj. Tak način ukrepanja smo uporabili v melaminski krizi - verjetnost prisotnosti melamina v naših surovinah smo preko dokazovanja sledljivosti pošiljk ovrgli. Prav tako smo aktivno ukrepali v primeru informacije iz ZDA, ki je opozarjala na možnost okužbe arašidne paste s salmonelo.

S 1. septembrom 2008 je v veljavo stopila Uredba 396/05, ki ureja mejne vrednosti ostankov pesticidov v hrani in krmu. Vsebnost ostankov pesticidov v živilih mora biti nizka, kot je le mogoče, in varna za potrošnika. Nova pravila so izredno zapletena, zaradi razhajajočih se mnenj o skladnosti med različnimi državami članicami EU pa se je bilo treba za odločitve o skladnosti surovin pogosto posvetovati s pristojnimi nacionalnimi in evropskimi inštitucijami. Prehodno obdobje do bolj jasnega tolmačenja zahtev bo trajalo še nekaj časa, do takrat pa bo oteženo usklajevanje zahtev z dobavitelji, od katerih se pričakuje popoln nadzor na področju pridelave.

Problemi varnosti in kakovosti izdelkov na trgu

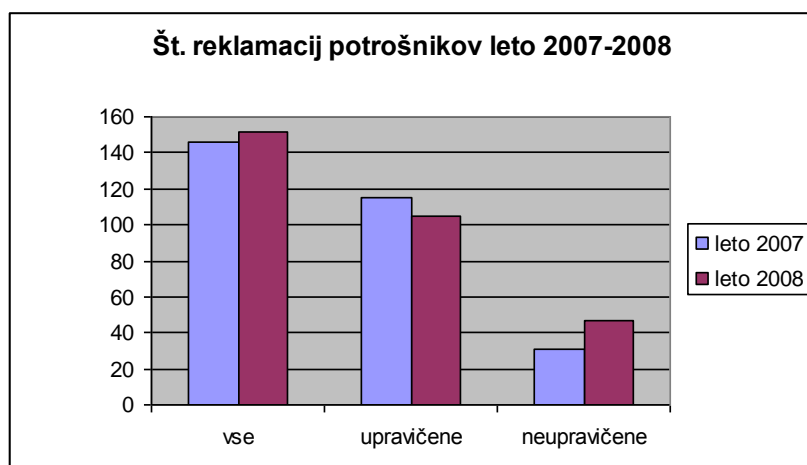
Učinkovitost internega nadzora nad varnostjo in kakovostjo izdelkov v letu 2008 je bila na ravni načrtovane. Število upravičenih reklamacij se je zmanjšalo, vsi izdelki so bili popolnoma varni, zato odpoklicev s trga ni bilo.

3.2.1 Poročilo o reklamacijah potrošnikov v letu 2008 za Skupino Droga Kolinska

V letu 2008 so bila na nivoju Skupine Droga Kolinska izdana navodila za postopek reševanja reklamacij potrošnikov. V navodilih so po trgih definirane odgovorne osebe za sprejemanje in reševanje reklamacij. Navodila predvidevajo tudi učinkovite postopke, s katerimi ugotavljamo vzroke reklamacij in preprečujemo ponovitve.

V letu 2008 je bilo izvedenih šest umikov izdelkov z različnih trgov. Izdelki so bili neskladni z zakonodajo ali neprimerni za potrošnika, v nobenem primeru pa niso ogrožali zdravja potrošnika. V medijih so bila objavljena pojasnila o napakah in vzrokih umikov, skladno z resnostjo problemov pa so bile obveščene pristojne službe oziroma naši kupci. Umiki so bili izvedeni hitro in učinkovito, s čimer je bila izpostavljenost potrošnika omejena na najnižjo možno raven.

V letu 2008 je bilo med izdelki Skupine Droga Kolinska (lastna proizvodnja, pogodbeno proizvodnja, tuje blagovne znamke) obravnavano skupaj 152 reklamacij potrošnikov. Od tega je bilo 105 reklamacij upravičenih (70 odstotkov) in 47 neupravičenih (30 odstotkov). Primerjava z letom 2007 kaže rahlo povečanje števila reklamacij (za 4 odstotke) vendar je število in delež upravičenih reklamacij manjši za 9 odstotkov. (slika1)

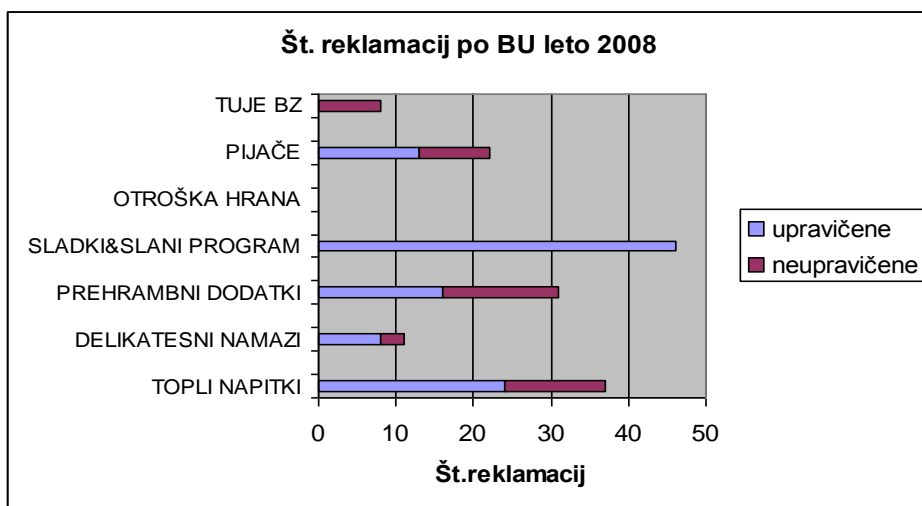


Slika 1: Število upravičenih /neupravičenih reklamacij 2007-2008

Pregled reklamacij po poslovnih programih (BU) pokaže, da je bilo največ evidentiranih reklamacij na programih Sladko in slano, Topli napitki in Prehrambni dodatki. Največji delež upravičenih reklamacij je na programu Sladko & Slano (100 odstotkov). Za program Otroška hrana ni podatkov, koliko reklamacij je bilo na tujih trgih (Rusija ...)

V primerjavi z letom 2007 je največje povečanje reklamacij na programu Pijače ter Sladko in slano. Zmanjšanje reklamacij pa je bilo zabeleženo na programih Prehrambni dodatki in Tuje blagovne znamke.

Pri vseh programih sta bila glavna vzroka reklamacij neustrezno pakiranje in senzorika. Samo v programu Prehrambni dodatki so glavni vzrok biološki tujki. Prisotnost tujkov v izdelku predstavlja veliko tveganje za potrošnika. Zaradi tega je potrebno temu vzroku posvetiti največ pozornosti pri reševanju reklamacij in preprečitvam ponovitev.



Slika 2: Število reklamacij po poslovnih programih v letu 2008

Na področju osveščanja potrošnika v smislu zdrave hrane so mediji v letu 2008 posvetili pozornost predvsem alergenom, pravi preplah pa povzročili s problemom kumarina v cimetu. Vzporedno je tudi v strokovnih krogih potekala razprava o škodljivih vplivih kumarina, ki ga v večjih količinah najdemo v cimetu vrste Cassia. Prevladuje mnenje, da pri običajni prehrani tveganje ni takšno, da bi morali omejiti trgovanje s to vrsto cimeta. Droga Kolinska se je odločila, da samoiniciativno opozori potrošnika na morebitno nevarnost v primeru dolgotrajnega uživanja velikih količin mletega cimeta, ter ustrezna opozorila podala na deklaracijah izdelkov.

3.2.1.1 Pregled reklamacij po trgih

Slovenija

V letu 2008 smo v Sloveniji obravnavali 59 reklamacij. 33 reklamacij je bilo upravičenih (56 odstotkov) in 26 neupravičenih (44 odstotkov). Primerjava z letom 2007 kaže, da je število upravičenih reklamacij manjše (za 37 odstotkov). Glavni razlog je v ukinitvi nekaterih programov (Unilever, repro ...).

Največje število upravičenih reklamacij je bilo na blagovnih znamkah: Zlato polje - 6 (18 odstotkov), Argeta - 6 (18 odstotkov) in Donat Mg (12 odstotkov). V primerjavi z letom 2007 je bilo ugotovljeno povečanje števila reklamacij pri blagovnih znamkah Zlato Polje in Donat Mg.

Od vseh upravičenih reklamacij je bilo 45 odstotkov (15 reklamacij) reklamacij zaradi prisotnosti tujkov v izdelkih. To pomeni 15-odstotno povečanje v primerjavi z letom 2007.

Hrvaška

V letu 2008 je bilo evidentiranih 13 reklamacij (54 odstotkov upravičenih). Primerjava z letom 2007 kaže povečanje reklamacij za 500 odstotkov. Največje število reklamacij sta imeli Cockta (62 odstotkov) in Donat Mg (23 odstotkov). Vzroki reklamacij so bili neustrezna senzorična kakovost Cockte in prisotnost bele usedline v Donatu Mg.

Bosna in Hercegovina

V letu 2008 je bilo zabeleženih šest reklamacij. Vse reklamacije so bile upravičene. V primerjavi z letom 2007 to pomeni zmanjšanje števila reklamacij za 66 odstotkov. Največ reklamacij je bilo zaradi Donata Mg, vzrok pa je bila prisotnost bele usedline v izdelku.

Srbija

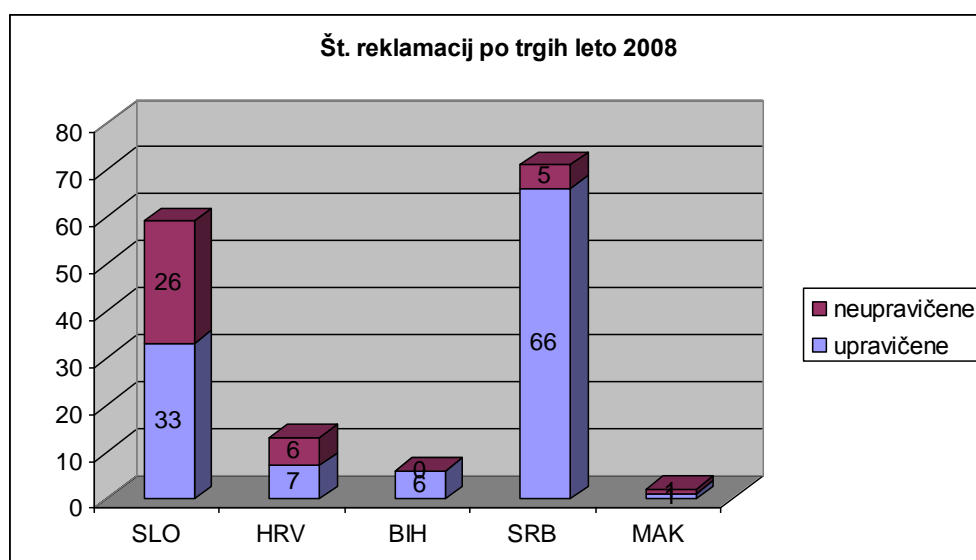
V letu 2008 je bilo v Srbiji evidentiranih 73 reklamacij. 66 reklamacij je bilo upravičenih (90 odstotkov) in 5 neupravičenih (24 odstotkov). Primerjava z letom 2007 pokaže povečanje števila reklamacij za 40 odstotkov.

Največ reklamacij je bilo na blagovnih znamkah: Piškoti, Keksi, Vaflji - 19 (28 odstotkov), Grand kafa - 12 (18 odstotkov) in Najlepše želje - 8 (12 odstotkov).

26 odstotkov (17 reklamacij) vseh reklamacij je bilo zaradi prisotnosti tujkov v izdelku. To pomeni 8-odstotno zmanjšanje v primerjavi z letom 2007.

Makedonija

V letu 2008 sta bile v Makedoniji dve reklamaciji. Obe sta bili na programu Delikatesni namazi, vzrok pa je pripisan neustreznemu pakiranju.



Slika 3: Število reklamacij po trgih leto 2008

3.3 Skrb za okolje

3.3.1 Okoljska politika

Skupina Droga Kolinska svojo okoljsko politiko uresničuje s premišljenim delovanjem in proučevanjem vplivov svoje dejavnosti na okolje ter s tem omejuje njegovo onesnaževanje. Pri svoji dejavnosti uporablja najsodobnejšo tehnologijo, ki ji omogoča doseganje okoljevarstvenih ciljev. Odpadke, ki nastajajo tako v proizvodnih procesih kot na ostalih področjih njenega delovanja, obvladuje z zagotavljanjem njihove predelave in jih okolju primerno odstranjuje.

Naravne vire uporablja učinkovito ter izvaja ustrezne ukrepe za preprečevanje nesreč oziroma omejevanje njihovih posledic.

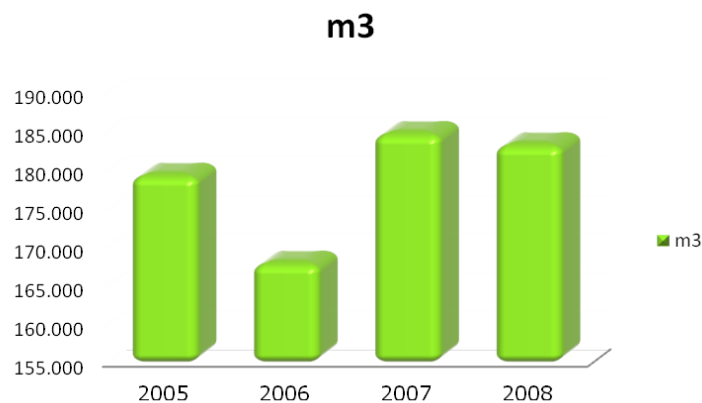
Ekološko naravnost Droge Kolinske dokazuje certifikat po zahtevah standarda ISO 14001, ki ga je prvič pridobila leta 2001 (Droga d.d.) oz. 2004 (Kolinska d.d.). Leta 2007 je bila veljavnost certifikata uspešno podaljšana do marca 2010.

Okoljsko politiko kot del celovite politike vodenja določa vodstvo Skupine Droga Kolinska. V okviru rednega letnega vodstvenega pregleda preverja doseganje okoljevarstvenih ciljev ter ob upoštevanju zakonskih in drugih zahtev postavlja izhodišča za nenehno izboljševanje uspešnosti sistema ravnanja z okoljem.

3.3.2 Ravnanje z naravnimi viri in energijo

V Drogi Kolinski uporabljamo vodo v hladilne, komunalne in industrijske namene. V proizvodnem procesu dodatno vodo uporabljamo pri izdelavi izdelkov ter pri sušenju na valjih.

V letu 2008 smo porabo vode zmanjšali za dva odstotka v primerjavi s predhodnim letom.

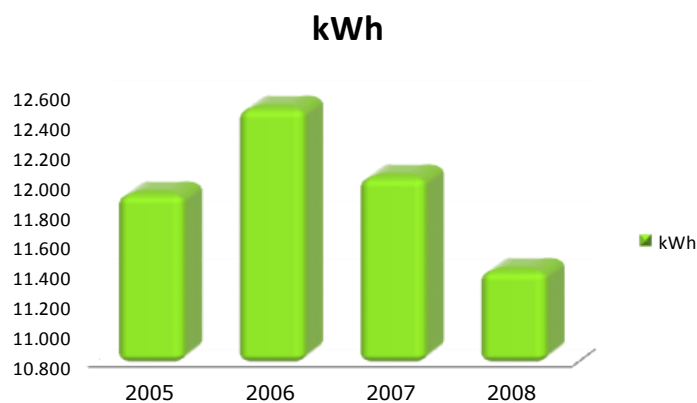


Primerjava porabe vode v družbi Droga Kolinska, d.d.

Prečiščevanje odpadnih voda zagotavljamo z uporabo čistilnih naprav v proizvodnih obratih. Za izboljšanje delovanja čistilne naprave programa delikatesnih namazov smo izvedli niz ukrepov. Opravili smo temeljito kontrolo delovanja naprave (flotacija) za čiščenje odpadnih voda. Osnovni namen je bil dvigniti učinkovitost delovanja čistilne naprave ter doseči čim višji učinek čiščenja in konstantnega doseganja mejnih izpustnih vrednosti.

Posledice naše dejavnosti redno preverjamo z obratovalnimi monitoringi voda. Rezultati preiskav odpadnih voda v okviru obratovalnih monitoringov proizvodnih enot v Sloveniji so pokazali, da vzorci ustrezajo Uredbi o emisiji snovi in toplote pri odvajanju odpadnih vod v vode in javno kanalizacijo, Uredbi o emisiji snovi pri odvajanju odpadnih vod iz naprav za proizvodnjo alkoholnih in brezalkoholnih pijač ter Uredbi o emisiji snovi pri odvajanju odpadne vode iz naprav za obdelavo in predelavo živalskih in rastlinskih surovin ter mleka pri proizvodnji hrane za prehrano ljudi in živalske krme.

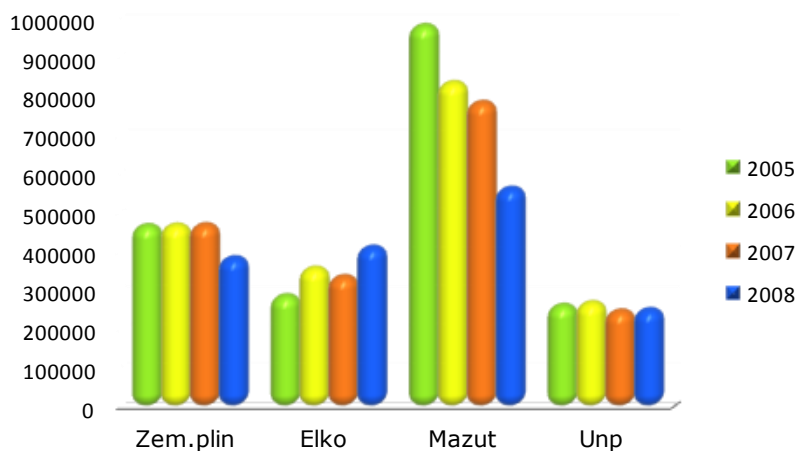
V letu 2008 smo sprejeli več ukrepov z namenom zmanjševanja porabe električne energije. Obstoječo varčno tehnologijo skušamo še dodatno optimizirati. Med ukrepe, s katerimi smo uspeli delno zmanjšati porabo električne energije, sodijo zamenjava kompresorja in prehod na uporabo elektronske dušilke neonske razsvetljave.



Primerjava porabe električne energije v družbi Droga Kolinska, d.d. med leti 2005/2008

Nenehno spremljanje porabe energijskih virov in vode je naše ključno vodilo pri doseganju cilja izboljševanja energetske učinkovitosti ter posledično varovanja okolja. To nam omogoča pravočasno zaznavanje morebitnih odstopanj in daje možnost za oblikovanje predvsem preventivnih ukrepov, da bi privarčevali energijo in vodo.

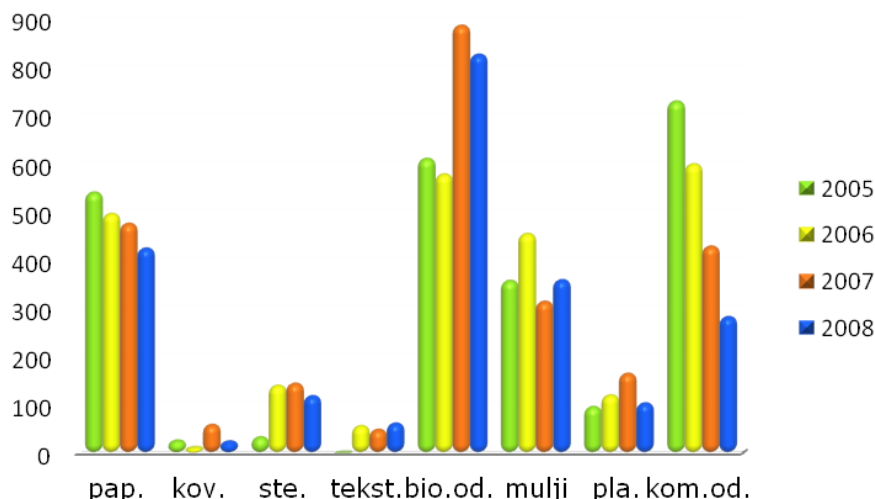
Poraba tehničnih goriv se v večini primerov zmanjšuje, kar lahko pripišemo predvsem spreminjanju obsega proizvodnje. Na področju povečevanja energetske učinkovitosti lahko v letu 2008 izpostavimo izboljšanje izkoriščanja tople sanitarne vode, kar smo dosegli s sistemom predgretja.



Primerjava porabe tehničnega goriva v družbi Droga Kolinska, d.d.
(UNP v m³, Ze.pl. v m³, ELKO v l, Mazut v kg)

3.3.3 Skrb za odpadke

Pri opravljanju svoje dejavnosti nastajajo v družbi Drogi Kolinski različni odpadki, ki jih ločeno zbiramo in oddajamo pooblaščenim organizacijam za predelavo odpadkov. Na osnovi ustreznega ločevanja odpadkov smo v zadnjem letu uspeli zmanjšati komunalne odpadke za **35 odstotkov**. V primerjavi z letom 2005 so se količine komunalnih odpadkov na račun ločevanja zmanjšale za dobrih **60 odstotkov**.



Primerjava ločeno zbranih odpadkov na dvorišču družbe Droga Kolinska, d.d.

V letu 2009 je predvidena razširitev hladilnice za shranjevanje bioloških odpadkov in montaža nadstreška za organske odpadke.

3.3.4 Kakovost zraka

Družba Droga Kolinska upravlja z manjšimi viri onesnaževanja zraka, kamor sodita dva izpusta iz odvodnika pražarne kave v Izoli, odvod iz parnega kotla proizvodnje v Mirni, dve mali kurilni napravi za ogrevanje in pripravo vode ter sušilnica soli v Portorožu. Meritve izpustov v zrak so pokazale, da izmerjene vrednosti ustrezajo predpisanim mejnim vrednostim, ki so opredeljene v Uredbi o emisiji snovi v zrak iz malih in srednjih kurilnih naprav, Uredbi o emisiji snovi v zrak iz nepremičnih virov onesnaževanja in Uredbi o emisiji snovi v zrak iz nepremičnih plinskih turbin z vhodno močjo manj kot 50 MW in nepremičnih motorjev z notranjim zgorevanjem.

3.3.5 Varno ravnanje s škodljivimi in nevarnimi snovmi

V Drogi Kolinski, d.d. nevarne snovi uporabljamo predvsem v obliki energentov, čistil in surovin ter v manjših količinah za potrebe proizvodnje, vzdrževanja in laboratorijev. V fizikalno-kemijskem laboratoriju rokujejo z laboratorijskimi količinami različnih kemikalij. Vrsta, količina ter postopek priprave reagentov so predpisani v posameznih preskusnih metodah oziroma standardih, po katerih izvajajo posamezne preskusne metode. Glede na to da laboratorij ni prepoznan kot pomemben okoljski vidik, se meritve delovnih pogojev izvajajo na vsake tri leta.

Pri ravnanju z nevarnimi snovmi upoštevamo določila varnostnih listov, navodila proizvajalcev, veljavne zakonodaje, sistemskih dokumentov in delovnih navodil.

Na lokaciji, kjer se kot gorivo uporablja mazut, stoji vozilo pri prečrpavanju goriva na pretakalni ploščadi, upoštevajoč sistemska navodila in zakonodajo na tem področju (Pravilnik o tem, kako morajo biti zgrajena in opremljena skladišča ter transportne naprave za nevarne in škodljive snovi Ur.l. SRS, št. 3/1979).

Obvladovanje nesreč in potencialnih izrednih razmer v primeru razlitja nevarne snovi obravnava predpis Nesreče in potencialne izredne razmere, v katerem je opisan postopek ukrepanja v primeru razlitij.

3.3.6 Skrb za naravno okolje

V Skupini Droga Kolinska se zavedamo, da se skrb za okolje začne pri vsakem posamezniku. Trudimo se, da z učinkovitim sistemom ravnanja z okoljem in sistemom notranjega in zunanjega komuniciranja, osveščanja in usposabljanja dvigujemo ekološko zavest vsakega posameznika ter vzpostavljamo okoljsko kulturo podjetja, ki bo navzoča v vseh dejavnostih in bo prispevala svoj delež tudi k razvoju širše družbene okoljske kulture.

Skrb za okolje smo prenesli v svoje vsakodnevne dejavnosti, posredujemo jo poslovnim partnerjem (dobaviteljem, pogodbenim partnerjem,...), tako da jih obveščamo o naših postopkih in zahtevah na posameznih lokacijah.

3.3.7 Ekološke storitve in izdelki

Izdelki Droge Kolinske so uporabniku prijazni. Pri razvoju svojih izdelkov je poleg tržnega, nabavnega in tehnološkega vidika vedno v ospredju tudi okoljski vidik. Našo okoljsko usmeritev dokazujemo z uporabo zelene pike. Znak zelena pika označuje, da je embalaža izdelka vključena v sistem ravnanja z odpadno embalažo ter da se zbira, ponovno uporabi, reciklira ali drugače ustrezno predela. Zelena pika je najbolj razširjen ekološki znak v Evropi in se pojavlja na embalaži izdelkov. Znak zelena pika pomeni tudi, da je proizvajalec vključen v sistem SLOPAK za ravnanje z odpadno embalažo ter da svoje obveznosti v zvezi s tem redno poravnava.

3.3.8 Skrb za ekološko osveščene dobavitelje

Naši poslovni partnerji se v okviru pogodb oziroma pisnih dogovorov zavežejo, da bodo ravnali po naših usmeritvah, ki so zabeležene v sistemski, tehnološki in kontrolni dokumentaciji. Poslovne partnerje seznanjamo o našem sistemu ravnanja z okoljem tudi preko politike vodenja, ki je vsem zunanjim zainteresiranim strankam v vpogled pri vratarju na posameznih lokacijah.

Z rednimi presojami dobaviteljev preverjamo, v kolikšni meri njihovo obvladovanje kakovosti in varnosti živil oziroma embalaže za živila ustreza našim zahtevam. Nove dobavitelje izbiramo na osnovi različnih kriterijev, med katerimi je tudi ocena ekološke naravnosti.

Projekti na področju ekologije

V letu 2008 smo na področju investicijskih vlaganj v ekologijo v naših proizvodnih enotah opravili manjša vlaganja v posodobitve in rekonstrukcijo nekaterih delov opreme. Namen tovrstnih projektov je izboljšati delovanje posameznih delov opreme in ga narediti ekološko sprejemljivejšega. Glede na dejstvo, da smo v letu 2007 v prenovo ali izboljšanje posameznih delov proizvodnje vložili več investicijskih sredstev, smo se v letu 2008 odločili za manjše izboljšave. Skupna vrednost naložb v letu 2008 tako ni presegla 40.000 evrov.

3.3.9 Standardi in zakonske določbe na področju ravnanja z naravnim okoljem

V Droga Kolinski, d.d. imamo na področju ravnanja z naravnim okoljem sistem vodenja certificiran po zahtevah standarda ISO 9001 in ISO 14001, upoštevajoč sistem varnih živil. Redno sledimo vsem zakonskim določbam, ki obravnavajo področja naših aktivnosti. Posebno pozornost posvečamo zakonodaji na področju okolja. Vse spremembe vnašamo v interni okoljski register - zbornik trenutno veljavnih zakonodajnih zahtev.

Certifikat ISO 9001 smo prvič pridobili leta 1996, certifikat ravnanja z okoljem pa leta 2001. V letu 2008 sta bili po načrtu izvedeni obe kontrolni presoji.

3.4 Podpora družbeni skupnosti

3.4.1 Sponzorstva in donacije

Droga Kolinska je podjetje, ki je zmožno, sposobno in pripravljeno soustvarjati širše družbeno sožitje in nase prevzeti odgovornost za boljše življenje v okolju, v katerem deluje. Dobri odnosi se lahko zgradijo in ohranjajo le z medsebojnim zaupanjem in sodelovanjem, zato je potrebno v okolje vračati, kar se iz njega črpa.

Sponzorstva in donatorstva spodbujajo zdrav, dejaven in kakovosten način preživljanja prostega časa ter zdravo prehranjevanje. Posebna pozornost velja lokalni skupnosti.

Sponzorska in donatorska politika Skupine Droga Kolinska je skladna s poslovno strategijo in z vrednotami Skupine Droga Kolinska, prilagojena pa je tudi potrebam posameznih blagovnih znamk. Razlogi za sponzoriranje in doniranje so tako večinoma poslovne narave, z namenom doseganja poslovnih ciljev, kot so:

- graditi ugled podjetja,
- dvigniti njegovo prepoznavnost,
- graditi identiteto podjetja,
- predstaviti izdelke, vzpostaviti neposreden stik potrošnika z izdelkom in povečati prodajo.

Sponzorstvo tako postaja vse bolj pomemben poslovni proces, ki zasleduje poslovne cilje, obenem pa se na novo uveljavlja kot orodje odnosov z javnostmi, saj z njim podjetje izraža tudi odgovornost do splošne javnosti in okolja, v katerem se pojavlja.

Sponzorska in donatorska politika Skupine Droga Kolinska je zapisana v Strategiji sponzorstev in donatorstev.

Zaradi različnosti ciljnih skupin, podob in vrednot posameznih blagovnih znamk se izbira sponzorskih projektov razlikuje od ene blagovne znamke do druge, pri čemer je treba upoštevati temeljne usmeritve na korporativni ravni. Prav zato je vsak vodja blagovne znamke odgovoren za izbor in izvedbo aktivnosti, vezanih na njeno/njegovo blagovno znamko. Odgovornost za sponzorstva na korporativni ravni ter za politiko doniranja nosi služba za odnose z javnostmi.

Struktura sponzorstev in donacij

področje	sponzorstva	donacije
kultura	20	3
šport	75	2
izobraževanje in znanost	5	15
zdravstvo	0	10
humanitarni nameni	0	70
ostalo (če je večji delež, dopišite področje)	0	0
Skupaj	100	100

V Skupini Droga Kolinska je bilo v letu 2008 za sponzorstva namenjenih 1.134.000 evrov. V družbi Droga Kolinska, d.d. pa 531.000 evrov.

Nekaj pomembnejših projektov

Humanitarnost

Skupina Droga Kolinska je tudi v letu 2008 nadaljevala dolgoletno sodelovanje z Rdečim križem Slovenije in Karitasom Slovenije. Sodelovanje vključuje doniranje hrane. V Bosni in Hercegovini smo v preteklem letu obdarili mlade v domovih za bolne in osirotele otroke. V Beogradu smo

podprli zaposlitev žena, ki so žrtve družinskega nasilja. Pomagali pa smo tudi slepim in slabovidnim.

Zdravstvo

Ob 100. obletnici blagovne znamke Donat Mg je bila organizirana spletna dobrodelna dražba desetih posebno oblikovanih steklenic Donata Mg z unikatnimi etiketami, ki so nosile pomembno zgodbo iz leta 1908. Zbranih je bilo 10.000 evrov za nakup avtomatskega zunanjega defibrilatorja in dodatne opreme ter medicinskih aparatov, s katerimi bodo v zdravstveni postaji Rogaška Slatina nadgradili kakovost dela v nujni medicinski pomoči.

V Kliničnem centru Srbije smo pomagali pri posodobitvi inventarja in v ta namen darovali posteljnino.

Izobraževanje in znanost

V želji po večji ozaveščenosti mladih o prometu smo sponzorirali kviz za osnovnošolce »Kaj veš o prometu«, ki ga organizira Avto moto zveza Srbije. Podprli smo akcijo primarne selekcije sekundarnih surovin v osnovnih šolah. Filološki gimnaziji v Beogradu smo pomagali pri nakupu Brailove naprave za slepe in slabovidne. Že tradicionalno pa sodelujemo tudi s poslovno šolo IEDC Bled in Ekonomsko fakulteto v Ljubljani.

Šport

Na področju športa smo s sponzorskimi sredstvi podprli naslednje dogodke: Športne igre mladih na Hrvaškem, otroški Smoki maraton v Beogradu, Ženski tek okoli jezera v Beogradu, otroško smučarsko reprezentanco Slovenije in pokal Argeta, Atletsko zvezo Slovenije, ženski rokometni klub Krim in slovensko nordijsko reprezentanco. Tradicionalno smo podprli tudi zaključek svetovnega pokala v smučarskih skokih v Planici.

Kultura

Na kulturnem področju smo v letu 2008 podprli tekmovanje za pesem Evrovizije, kava blagovne znamke Grand Pleasure pa je postala uradna kava festivala. V Srbiji smo sponzorirali serijo »Ranjeni Orao«, ki je dosegla rekordno gledanost. Pomagali smo pri gradnji cerkve Svetega Save ter podprli Tartini Festival v Piranu, Festival Lent v Mariboru in Glasbeno poletje Rogaška v Rogaški Slatini.

4 ANALIZA USPEŠNOSTI POSLOVANJA

4.1 Analiza uspešnosti poslovanja Skupine Droga Kolinska

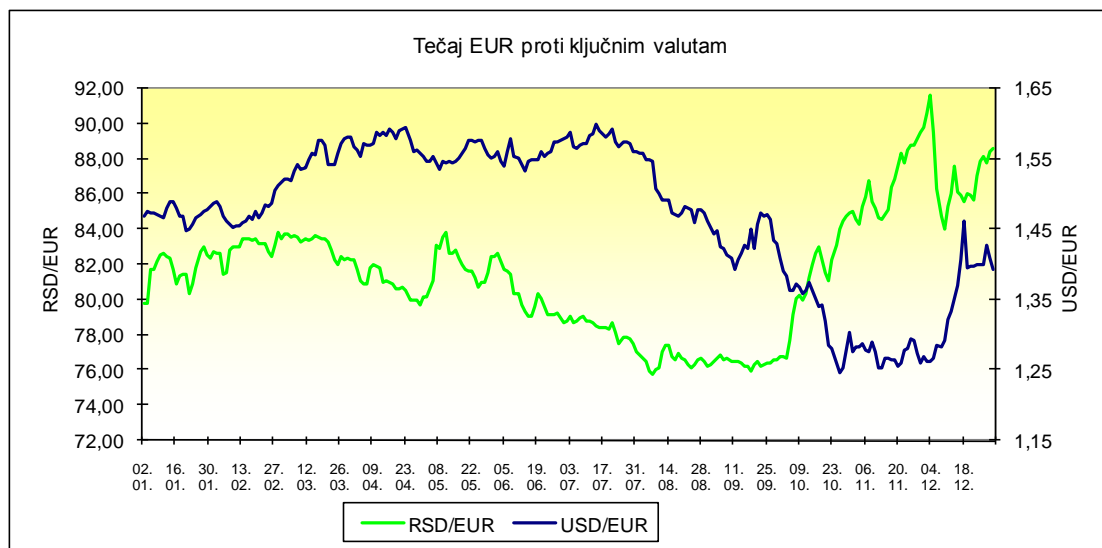
V tisočih EUR

	2006	2007	2008	Indeks 08/07
Poslovni prihodki	344.056	376.338	387.792	103
Poslovni izid iz poslovanja (EBIT)	30.646	25.461	26.481	104
Poslovni izid iz poslovanja pred amortizacijo (EBITDA)	52.215	50.298	50.887	101
Čisti poslovni izid	21.194	14.110	6.207	44
Neto poslovna sredstva	383.583	385.830	409.925	106
Dodana vrednost na zaposlenega	28	30	30	99

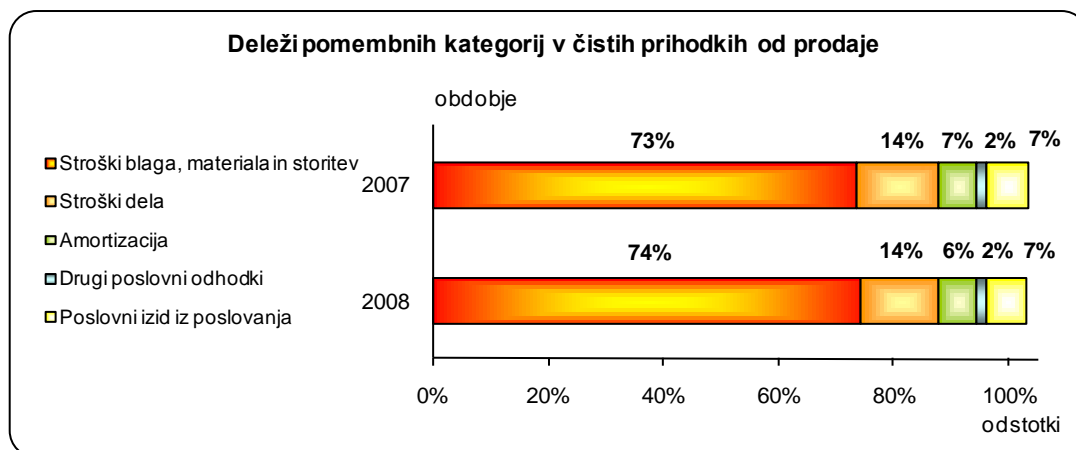
Leto 2008 je bilo za Skupino Droga Kolinska leto prestrukturiranja prodajnega portfelja in osredotočenosti na ključne blagovne znamke, ki imajo visok potencial rasti in so v regiji že močno prisotne. Strateški poslovni programi so v letu 2008 dosegali izjemno dobre prodajne rezultate, saj so v celoti nadomestili izpad prihodkov iz naslova ukinjenih in odprodanih programov v letu 2007. Skladno s strategijo internacionalizacije in razvoja ključnih blagovnih znamk smo tudi v letu 2008 nadaljevali z odprodajo nestrateških programov.

Kljub dobri prodaji na vseh ključni trgih Skupine Droga Kolinska so se negativni vplivi finančne krize posredno pokazali tudi v poslovnih rezultatih. Finančna kriza je neposredno vplivala na visoko volatilitnost tečajev za nas pomembnih valut kot sta ameriški dolar in srbski dinar ter na padec obrestnih mer. Posledice so občutne, saj je gibanje srbskega dinarja, ki je v primerjavi z lanskim letom depreciral za 11,8 odstotka, bistveno vplivalo na višino uresničenih prihodkov, neugodne spremembe tečaja dolarja v zadnjem kvartalu pa so povečale stroške poslovanja. V letu 2008 se je cena kave, ene izmed ključnih surovin, v primerjavi z letom 2007 povečala za 11-odstotkov.

Volatilitnost gibanja tečaja RSD/EUR in USD/EUR v letu 2008



V letu 2008 je Droga Kolinska zabeležila 378 milijonov evrov čistih prihodkov iz prodaje in poslovni izid iz poslovanja pred amortizacijo v višini 51 milijonov evrov. V Skupini Droga Kolinska smo, kljub prenehanju prodaje programov Unilever in repro, v letu 2008 uresničili 5-odstotno rast čistih prihodkov od prodaje in za odstotek presegli zastavljene cilje. To smo dosegli z rastjo naših ključnih poslovnih programov.



Opomba: Pri izračunu deležev smo čiste prihodke od prodaje povečali za spremembo vrednosti zalog proizvodov in nedokončane proizvodnje.

Sama struktura stroškov se v letu 2008 ni spremenila. Največji, 74-odstotni delež, predstavljajo stroški blaga, materiala in storitev, ki so se v primerjavi z načrtovano in lanskoletno ravno povečali za 4 odstotke. Rast je poleg večjega obsega prodaje deloma posledica rasti cen ključnih surovin.

Kljub 5-odstotni rasti prihodkov od prodaje so se stroški storitev v primerjavi s preteklim letom povečali le za odstotek, in so za 2 odstotka nižji od načrtov. Poleg vlaganj v ključne blagovne znamke je k rasti storitev najbolj vplivalo povečanje transportnih storitev zaradi rasti cen goriv. V primerjavi s predhodnimi leti pa je opazen trend zniževanja deleža storitev v celotnih poslovnih prihodkih.

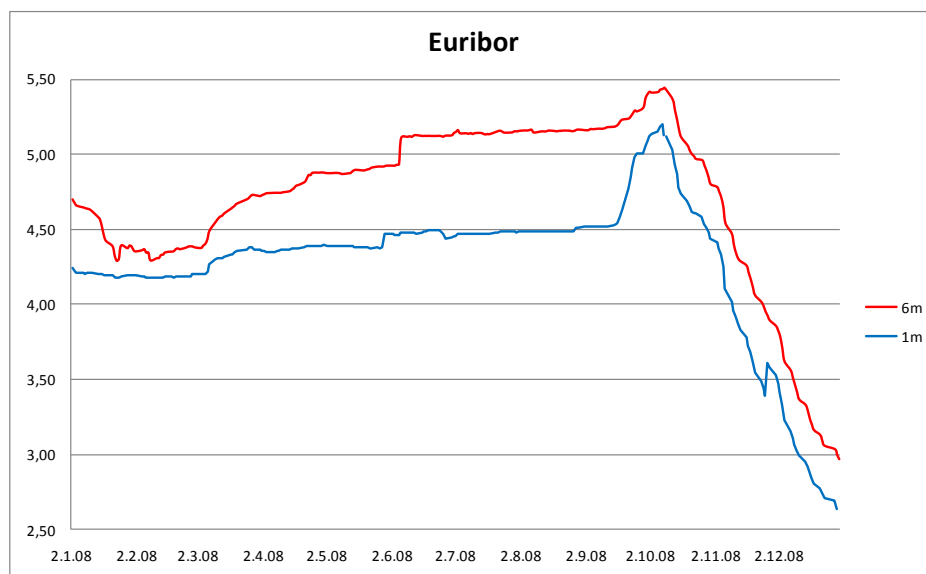
Stroški dela so znašali 50,9 milijona evrov in so za 2 odstotka nižji kot leta 2007 ter za odstotek višji od načrtovanih. V Skupini Droga Kolinska se nadaljuje negativen trend zaposlovanja, saj se število zaposleni zmanjšuje zaradi optimizacije poslovnih procesov in odprodaj nestrateških programov. Konec leta 2008 se je število zaposlenih v primerjavi s stanjem na dan 31. december 2007 znižalo za 10 odstotkov.

Drugi poslovni odhodki skupaj z odpisi vrednosti ohranjajo enak delež v poslovnih prihodkih kot preteklo leto, vendar pa zaradi nenačrtovanih enkratnih postavk, predvsem nenačrtovanih ekoloških dajatev na hrvaškem trgu in popravkov terjatev do družb v likvidaciji, presegajo načrtovano raven.

V letu 2008 smo ustvarili 26 milijonov evrov poslovnega izida iz poslovanja (EBIT), ki predstavlja 7,0-odstotni delež čistih prihodkov od prodaje in je za 4 odstotke višji kot v letu 2007. Nižji EBIT in EBIT marža od načrtovane sta posledica rasti stroškov surovin in energentov ter nenačrtovanih poslovnih odhodkov enkratnega značaja. Poslovni izid iz poslovanja, povečan za strošek amortizacije (EBITDA), v višini 51 milijonov evrov je odstotek višji od lanskoletnega, ne dosega pa načrtovane ravni.

V letu 2008 je negativni finančni izid Skupine Droga Kolinska znašal 19,5 milijonov evrov, kar je za 101 odstotkov več kot v letu 2007 in 112 odstotkov več, kot je bilo načrtovano. Na povečanje finančnih odhodkov so poleg večjega obsega zadolževanja najbolj vplivale neugodne razmere na finančnih trgih konec leta 2008. Iz naslova depreciacije srbskega dinarja, krepitev ameriškega dolarja in drastičnega padca obrestnih mer so se povečali finančni odhodki iz naslova negativnih tečajnih razlik in prevrednotenja izvedenih finančnih instrumentov, ki za 9,5 milijonov evrov presegajo lanskoletno raven.

Gibanje medbančne obrestne mere (EURIBOR)



V tekočem letu smo ustvarili 6 milijonov evrov čistega poslovnega izida in dosegli 3,0-odstotno dobičkonosnost kapitala.

V letu 2008 smo na zaposlenega uresničili 31 tisoč evrov dodane vrednosti (80-odstotno doseganje letnega načrta). V primerjavi z letom 2007 se je dosežena dodana vrednost na zaposlenega zvišala za 10 odstotkov, kar je posledica predvsem večje produktivnosti in optimizacije zaposlovanja.

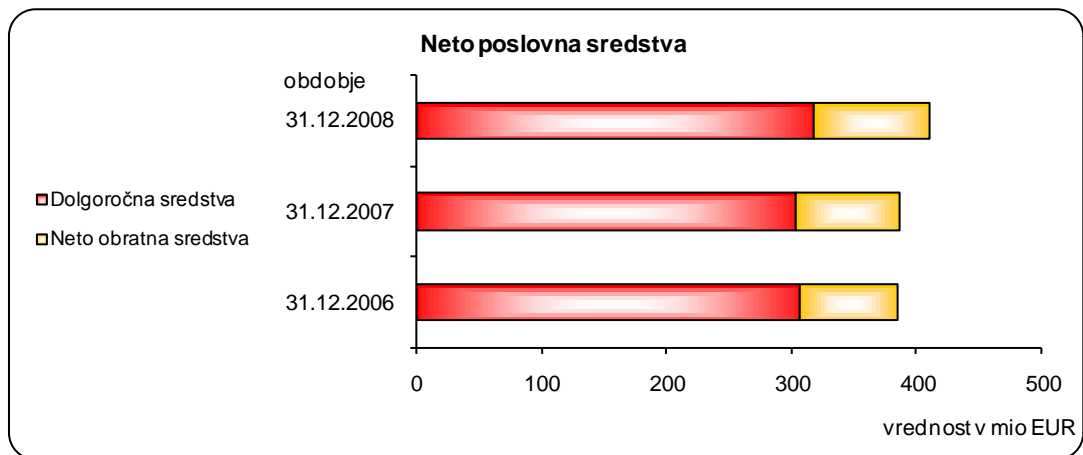
Finančna struktura Skupine Droga Kolinska

V tisočih EUR

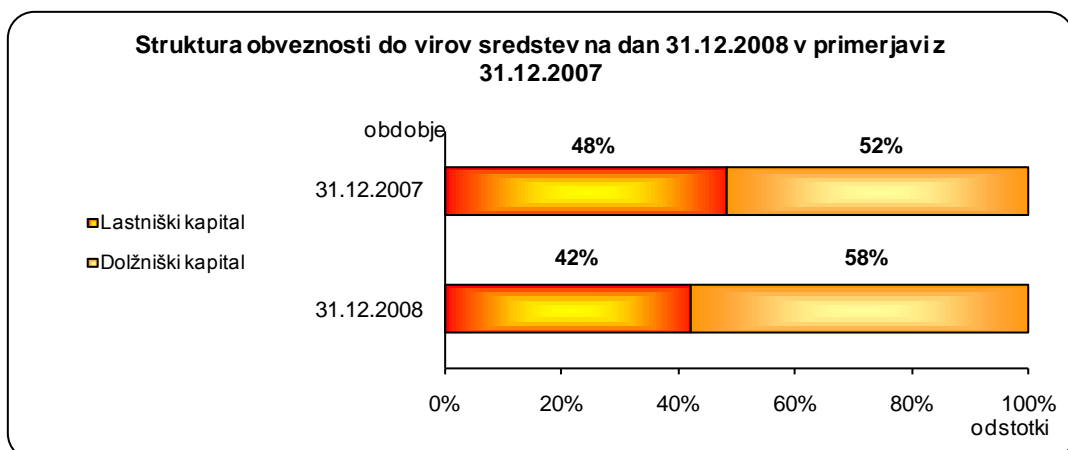
	31.12. 2008	Delež	31.12. 2007	Delež
Dolgoročna sredstva	317.013	66 %	302.966	69 %
Kratkoročna sredstva	164.555	34 %	137.481	31 %
SREDSTVA	481.568	100 %	440.447	100 %
Kapital	202.034	42 %	212.698	48 %
Obveznosti	279.533	58 %	227.749	52 %
OBVEZNOSTI DO VIROV SREDSTEV	481.568	100 %	440.447	100 %

Bilančna vsota Skupine Droga Kolinska je na dan 31. decembra 2008 znašala 482 milijonov evrov in je za 41 milijonov presegla raven, zabeleženo na dan 31. decembra 2007. Povečanje je posledica rasti kratkoročnih in dolgoročnih sredstev. Na 20-odstotno povečanje kratkoročnih sredstev je v največji meri vplivala 24-odstotna rast poslovnih terjatev, med katerimi izkazujemo terjatve iz naslova odprodaj nestrategičnih programov, zaključenih konec leta 2008, in rast kratkoročnih finančnih naložb. Rast dolgoročnih sredstev (5-odstotna) je bila posledica 14-odstotne rasti neopredmetenih dolgoročnih sredstev.

Neto poslovna sredstva družbe zaradi opisanih trendov rasti sredstev skozi opazovano obdobje beležijo rast.



Kapital Skupine znaša na dan 31. december 2008 202 milijona evrov in se je glede na stanje v letu 2007 (31. 12. 2007) nominalno znižal za 11 milijonov evrov, kar je predvsem posledica znižanja manjšinskega kapitala iz naslova konsolidacije lastništva v povezanih družbah. V strukturi virov sredstev se na račun rasti finančnih obveznosti povečuje dolžniški kapital. Finančne obveznosti so se glede na stanje konec leta 2007 povečale za 23 odstotkov.



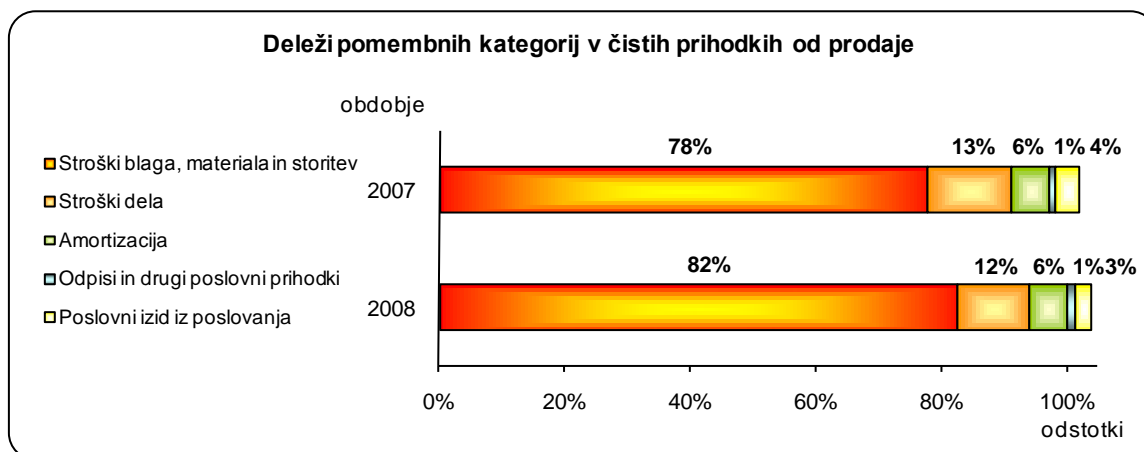
Računovodski kazalniki poslovanja Skupine Droga Kolinska:

	2008	2007
1. Kazalniki gospodarnosti		
1.1. Koeficient gospodarnosti poslovanja	1,07	1,07
1.2. Koeficient celotne gospodarnosti	1,02	1,04
1.3. Stopnja dobičkonosnosti poslovnih prihodkov	6,8 %	6,8 %
2. Kazalniki vodoravnega finančnega ustroja		
2.1. Koeficient neposredne pokritosti kratkoročnih obveznosti (hitri koeficient)	0,07	0,11
2.2. Koeficient pospešene pokritosti kratkoročnih obveznosti (pospešeni koeficient)	0,80	0,99
2.3. Koeficient kratkoročne pokritosti kratkoročnih obveznosti (kratkoročni koeficient)	1,03	1,39
3. Kazalniki obračanja		
3.1. Dnevi vezave terjatev iz poslovanja	86	76
3.2. Dnevi vezave zalog	37	38
4. Kazalnik dobičkonosnosti		
4.1. Stopnja čiste dobičkonosnosti kapitala	3,0 %	6,6 %
5. Kazalniki financiranja		
5.1. Stopnja lastniškosti financiranja	42 %	48 %
5.2. Stopnja dolgoročnosti financiranja	67 %	78 %
5.3. Stopnja dolžniškosti financiranja	58 %	52 %
6. Kazalniki investiranja		
6.1. Stopnja osnovnosti investiranja	65 %	68 %
6.2. Stopnja dolgoročnosti investiranja	66 %	69 %

4.2 Analiza uspešnosti poslovanja družbe Droga Kolinska, d. d.

	2006	2007	2008	Indeks 08/07
Poslovni prihodki	193.440	192.859	193.267	100
Poslovni izid iz poslovanja (EBIT)	20.413	6.990	5.018	72
Poslovni izid iz poslovanja pred amortizacijo (EBITDA)	31.915	19.015	16.353	86
Čisti poslovni izid	10.559	850	-1.623	-
Neto poslovna sredstva	296.406	324.330	333.165	103
Dodana vrednost na zaposlenega	55	48	47	97

V družbi Droga Kolinska, d.d., smo v letu 2008 uresničili 193 milijonov evrov poslovnih prihodkov in presegli lanskoletno raven za 408 tisoč evrov. Preseganje je v veliki meri posledica prihodkov iz naslova odprodaje nestrategičkih programov, ki jih izkazujemo med drugimi poslovnimi prihodki. Kljub prenehanju prodaje programov Unilever in repro, nam je z rastjo prodaje ključnih programov in deloma povečano prodajo surovin povezanim podjetjem uspelo ohraniti lanskoletno raven čistih prihodkov od prodaje. Največjo rast prodaje smo ustvarili na poslovnem področju delikatesnih namazov (38-odstotna rast), kjer smo na trgu nastopili z dvema novima okusoma (tuna in losos), po povečanju prodaje mu sledita področji toplih napitkov (8-odstotna rast) in pijač (2-odstotna rast).



Opomba: Pri izračunu deležev smo čiste prihodke od prodaje povečali za spremembo vrednosti zalog proizvodov in nedokončane proizvodnje.

Zaradi spremenjene prodajne strukture se je povečal delež stroškov blaga, materiala in storitev, ki je za 4 odstotke presegel lanskoletno raven. Na rast so najbolj vplivale podražitve cen ključnih surovin na mednarodnih trgih, med katerimi je imela velik pomen 11-odstotna rast cen kave kot ključne surovine, sledijo vplivi rasti cen riža, mleka v prahu, jedilnega olja in moke, kar je povzročilo podražitev celotnih proizvodnih stroškov. Prihranke smo dosegli pri nabavi embalaže, katere cena je nižja od lanskoletne ravni.

Stroški dela v višini 22 milijonov evrov so za 13 odstotkov nižji od lanskoletne ravni. Znižanje smo dosegli z zmanjšanjem števila zaposlenih zaradi ukinitve proizvodnje Unileverja in odprodaje nestrategskih programov.

Drugi poslovni odhodki v višini 2,1 milijonov evrov so za 23 odstotkov preseglili lanskoletne. Porast je posledica predvsem višjih dajatev (koncesija na črpanje voda in nadomestil za uporabo stavbnih zemljišč).

V letu 2008 smo uresničili 5,0 milijone evrov **poslovnega izida iz poslovanja (EBIT)**, kar predstavlja 2,7-odstotni delež čistih prihodkov od prodaje. Znižanje poslovnega izida iz poslovanja v primerjavi s predhodnim letom je posledica rasti cen ključnih surovin, spremenjene strukture prodaje in višjih odpisov.

Poslovni izid iz poslovanja, povečan za strošek amortizacije (EBITDA), znaša 16 milijonov evrov in predstavlja 8,8-odstotni delež v čistih prihodkih od prodaje. Uresničen EBITDA ne dosega lanskoletnega iz že omenjenih vzrokov.

V tekočem poslovnem letu smo imeli negativen **finančni izid** v višini 7 milijonov evrov, kar je poleg višjih odhodkov za obresti posledica negativnih učinkov prevrednotenja finančnih instrumentov na pošteno vrednost in prevrednotovalnega popravka terjatev do kupcev, kjer glavnina predstavlja odpis terjatev do povezanega podjetja v zapiranju.

V tekočem letu smo imeli negativen **čisti poslovni izid** v višini 1,6 milijona evrov. Negativni izid je posledica prehodnega obdobja odprodaj nestrategskih programov in prestrukturiranja prodajnega portfelja.

V letu 2008 smo realizirali 47 tisoč evrov **od dane vrednosti na zaposlenega**. Dodana vrednost na zaposlenega ima v zadnjih letih trend padanja, kar je posledica prestrukturiranja prodajnega portfelja družbe.

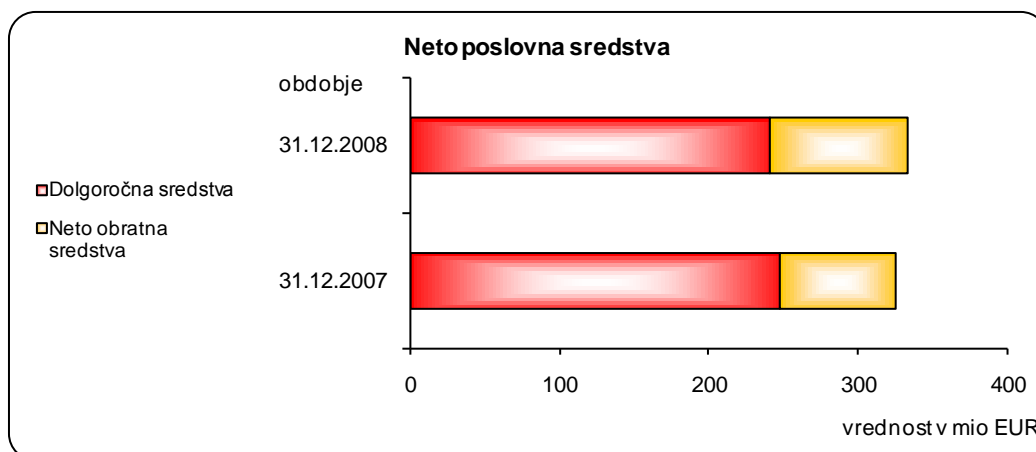
Finančna struktura družbe Droga Kolinska, d.d.:

V tisočih EUR

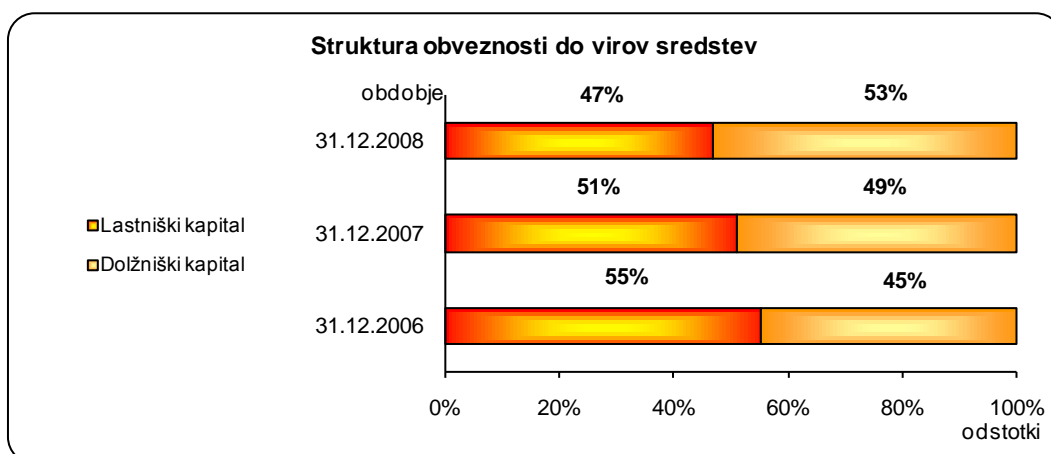
	31. 12. 2008	Delež	31. 12. 2007	Delež
Dolgoročna sredstva	240.394	61%	247.339	68%
Kratkoročna sredstva	153.097	39%	114.617	32%
SREDSTVA	393.491	100%	361.956	100%
Kapital	184.705	47%	184.815	51%
Obveznosti	208.786	53%	177.141	49%
OBVEZNOSTI DO VIROV SREDSTEV	393.491	100%	361.956	100%

Bilančna vsota je na dan 31. decembra 2008 znašala 393 milijonov evrov in je za 9 odstotkov višja glede na stanje 31. decembra 2007. Povečanje je posledica rasti **kratkoročnih sredstev**, na katero je v največji meri vplivala 44-odstotna rast poslovnih terjatev kot posledica terjatev iz naslova odprodaj nestrategičnih programov. Vrednost **dolgoročnih sredstev** je v primerjavi s stanjem na dan 31. decembra 2007 nižja za 3 odstotke (vrednostno 7 milijonov evrov), kar je predvsem posledica odprodaj programov in odprodaj proizvodnih sredstev ob zapiranju proizvodnih lokacij.

Skozi opazovano obdobje smo imeli trend rasti neto poslovnih sredstev, kar je posledica rasti neto obratnih sredstev.



Lastniški kapital na dan 31. decembra 2008 v višini 185 milijonov evrov predstavlja 47 odstotkov bilančne vsote. Iz naslova dokapitalizacije družbe se je osnovni kapital glede na stanje 31. decembra 2007 povečal za 3 milijone evrov (5 odstotnih točk), kapitalske rezerve pa za 8,7 milijonov evrov (10 odstotnih točk). Delež kapitala v strukturi virov sredstev skozi obdobje pada, kar je posledica povečevanja zadolženosti in negativnega izida tekočega leta.



Računovodski kazalniki poslovanja družbe:

	2008	2007
1. Kazalniki gospodarnosti		
1.1. Koeficient gospodarnosti poslovanja	1,03	1,04
1.2. Koeficient celotne gospodarnosti	0,99	1,00
1.3. Stopnja dobičkovnosti poslovnih prihodkov	2,6 %	3,6 %
2. Kazalniki vodoravnega finančnega ustroja		
2.1. Koeficient neposredne pokritosti kratkoročnih obveznosti (hitri koeficient)	0,05	0,03
2.2. Koeficient pospešene pokritosti kratkoročnih obveznosti (pospešeni koeficient)	1,09	1,24
2.3. Koeficient kratkoročne pokritosti kratkoročnih obveznosti (kratkoročni koeficient)	1,21	1,52
3. Kazalniki obračanja		
3.1. Dnevi vezave terjatev iz poslovanja	145	125
3.2. Dnevi vezave zalog	35	39
4. Kazalnik dobičkonosnosti		
4.1. Stopnja čiste dobičkonosnosti kapitala	-0,9 %	0,5 %
5. Kazalniki financiranja		
5.1. Stopnja lastniškosti financiranja	47 %	51 %
5.2. Stopnja dolgoročnosti financiranja	68 %	79 %
5.3. Stopnja dolžniškosti financiranja	53 %	49 %
6. Kazalniki investiranja		
6.1. Stopnja osnovnosti investiranja	27 %	31 %
6.2. Stopnja dolgoročnosti investiranja	61 %	68 %