

PREDSTAVITEV POSLOVNIH REZULTATOV LETA 2008 IN NAČRTOV ZA LETO 2009

GRADIVO ZA MEDIJE

Mirna, 21. marec 2009

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

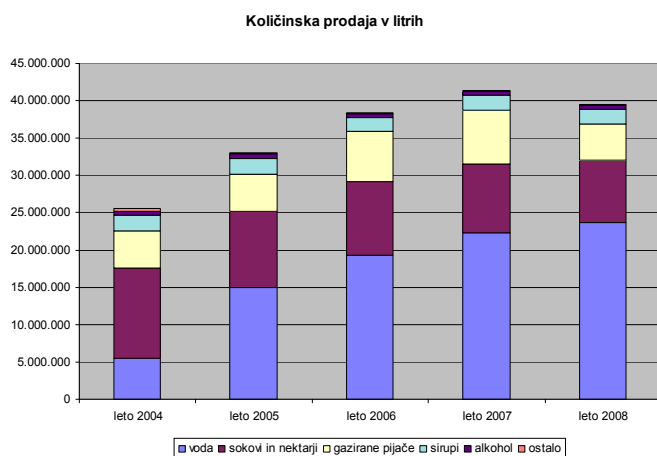
POSLOVANJE DELNIŠKE DRUŽBE DANA V LETU 2008

V podjetju Dana smo v letu 2008 ustvarili 13,1 mio EUR čistih prihodkov, kar je 3,1 odstotka več kot leta 2007. Čisti dobiček je v letu 2008 znašal 236 tisoč EUR in je večji od lanskega leta za 14,26 %.

Konec leta je bilo v družbi zaposlenih 121 delavcev, od tega 66 moških in 55 žensk. Povprečna starost zaposlenih je bila 45 let.

Prodaja

Hitra rast prodaje, ki smo jo beležili v zadnjih petih letih, se je v letu 2008 umirila.



V letu 2008 smo prodali skupaj za 39,5 milijonov litrov pijač, kar je za 4,1 odstotkov manj kot lani. Za 1,1 odstotka smo presegli prodane količine vode v litrih glede na preteklo leto, medtem ko je na ostalih produktih opazen trend upadanja potrošnje.

Čisti prihodki od prodaje na domačem trgu so v letu 2008 znašali 11,16 milijonov EUR in so v primerjavi z letom 2007 večji za 9 %. Količinska prodaja na domačem trgu je bila 35,28 milijonov litrov pijač in je v primerjavi z letom 2007 večja za 1,7 %.

V preteklem letu ne moremo biti zadovoljni s prodajo na izvoznih trgih. Delež izvoza je v letu 2008 predstavljal 15,11 % (v letu 2007 19,64 %). V mesecu juliju nam je poslovno sodelovanje odpovedal največji kupec na nemškem tržišču in do konca leta nam izpad prodaje ni uspelo nadoknaditi z novimi kupci.

V letu 2008 smo trgu ponudili novo vodo DANA s sokom granatnega jabolka, borovnice in ginsenga, BIODAN sokove z okusom pomaranče in jabolka, otroške pijače pod blagovno znamko BIBA in Dana naravno mineralno vodo polnjeno v 0,33 litrske plastenke. V septembru smo lansirali na trg novo priznano blagovno znamko Sinalco. Uvedli smo tri okuse – pomaranča, cola in limona, ki jih prodajamo v plastenkah 0,5 L in 1,5L. Danes smo z izdelkom prisotni v trgovskih centrih Mercator in Spar. Dobro prodajo beležimo tudi v vending aparatih. Na področju gaziranih pijač bomo še vedno velik poudarek dali pospeševanju prodaje v trgovskih centrih in oglaševanju.

Zaposleni, izobraževanje in usposabljanje

Zastavljeni cilji, ki smo si jih zadali, za širitev in posodobitev podjetja, zahtevajo tudi stabilno in uravnoteženo kadrovsko politiko. V delniški družbi Dana je bilo na dan 31.12.2008 zaposlenih 121 delavcev, od tega 66 moških in 55 žensk. V letu 2008 se je v primerjavi s preteklim letom zmanjšalo število zaposlenih za 4 delavce, kar pomeni 3,2 % zmanjšanje. Največja je bila potreba po zaposlovanju upravljalcev strojev za nove linije, starostne in invalidske upokojitve pa so razlog za zmanjšanje števila zaposlenih. Kvalifikacija struktura zaposlenih se postopoma zvišuje, zaposleni z višjo in visoko izobrazbo predstavljajo 13,2 % delež.

V družbi se zavedamo, da je za doseganje strateških ciljev potrebno vlaganje v znanje in sposobnosti delavcev. Izobraževanje zaposlenih je pomembna naloga na področju razvoja kadrov kot vir povečanja intelektualnega kapitala ter možnost hitrejšega upravljanja s spremembami v podjetju.

Marketinške aktivnosti



Smer razvoja podjetja, ki smo si jo zadali pred petimi leti, ostaja nespremenjena. S paleto naših izdelkov in storitev želimo vzpodbujati boljše življenje. Tako smo v letu 2008 pripravili novo komunikacijsko strategijo, s katero smo kupce pričeli nagovarjati s sloganom Živite boljše življenje. S tem sloganom opozarjamo javnost na problematiko, s katero se soočamo v današnjem življenju in jih pozivamo k ekološki osveščenosti po ohranjanju čistega in zdravega okolja, k strpnosti ter zdravemu načinu življenja in prehranjevanja.

Ugled in prepoznavnost družbe in blagovne znamke Dana dvigujemo tudi s predstavitvami svojih izdelkov vsem ciljnim javnostim preko sejmskih nastopov in različnih razstav. Tako smo se leta 2008 udeležili sejma Gast Expo v Ljubljani, PLMA v Amsterdamu, v sodelovanju z Gospodarsko zbornico Mednarodno kmetijsko-živilskega sejma v Gornji Radgoni. Skupaj s poslovnim partnerjem smo se predstavili tudi na dveh sejmišnih na Kitajskem.

Družbena odgovornost

V podjetju Dana izkazujemo poslušnost za potrebe okolja. Naš cilj je, da še naprej podpiramo predvsem dejavnosti s področja športa, izobraževanja, kulture, delovanja društev, v katerih so vključeni naši zaposleni, pa tudi v širši skupnosti, če so dogodki vezani na poslovanje našega podjetja. Med večjimi projekti, ki smo jih podprli v letu 2008, so bili: ŠKL, Šport špas, znotraj katerega sta zelo odmevna projekta tek treh generacij in fundacija Pismo srca, kolesarski maraton Dana, 24. maratonov po Dolenjski, ... Podpiramo tudi RK Trimo, KK Krka in NK Mirna.

NAČRTI ZA LETO 2009

Na slovenskem trgu bomo še naprej uveljavljali zasledovanje strategije ohranjanja tržnih deležev svojih izdelkov v okvirih blagovnih podskupin izdelkov. V letu 2009 načrtujemo **rast prihodkov za 5 odstotkov** in **količinsko prodajo 40 milijonov litrov**. Cilje bomo dosegli s pospešenimi marketinškimi aktivnostmi in z novimi izdelki, ki pomembno prispevajo k pridobivanju novih kupcev. Veliko pozornost posvečamo razvoju novih pijač, s katerimi uresničujemo želje in potrebe naših kupcev.

Novi izdelki v letu 2009

Dana s sokom limone & melisa je osvežilna pijača z dodatkom limoninega soka in izvlečkom melise. Zmanjšana količina sladkorja, kot je značilno za to skupino pijač, in rahlo bolj kisel okus je namenjen osvežitvi. Limona je nam vsem dobro poznana, saj jo koristimo vedno, ko nas napadejo prehladna obolenja. Sveže iztisnjen limonin sok uničuje klice. Pospešuje tudi izločanje seča in se na ta način odstranjujejo bakterije iz telesa, kar je izrednega pomena za ohranjanje človekovega zdravja. Ker deluje poživljajoče, limona pomaga tudi k boljši koncentraciji, znižuje povišan krvni tlak, blaži migreno. Melisa pa se uporablja predvsem kot blago pomirilo pri nespečnosti, proti tesnobi in nemirnosti. Zmanjšuje občutek živčnosti in tako pomaga pri umirjanju srčnega utripa.



Drugi okus je **Dana s sokom bele slive & zeleni čaj**, ki vsebuje sok slive mirabele in izvleček zelenega čaja. Sliva s svojim kislom - sladkim okusom nudijo prijetno osvežitev v vročih dneh. Pijači smo dodali še izvleček zelenega čaja, ki slovi kot močan antioksidant. Učinkuje protivnetno, protibakterijsko ter spodbuja razstrupljevalne procese v telesu.

Vode bomo trgu ponudili v 0,5L in 1,5L PET embalaži.

Kupcem se bomo približali tudi z novo obliko pakiranja z mešanimi okusi.



V letu 2009 bomo še nadalje veliko pozornost posvečali blagovni znamki Sinalco, saj smo si za leto 2009 zastavili cilj količinske prodaje 2 milijona litrov pijače. Nadaljevali bomo s pridobivanjem novih potrošnikov z aktivnostmi tržnega komuniciranja in aktivnostmi pospeševanja prodaje.

Večji poudarek bo tudi na prodaji alkoholnih pijač, katere sedaj tržimo sami in na programu proizvodnje polizdelkov (baze, emulzije, sirupi).

Ker nas čaka nepredvidljivo okolje in trg, bomo, kot že vsako leto tudi letos, dali velik poudarek na kontroliranju stroškov.

Za hitrejše upravljanje s spremembami v podjetju in prilagajanju trga je pomembna naloga zaposlenih tudi izobraževanje. Veliko pozornost bomo namenjali spodbujanju izobraževanja za pridobitev višje stopnje strokovne izobrazbe, projektnemu vodenju in kompetencam zaposlenih, ki jih zaposleni morajo obvladati, da lahko prispevajo k uspešnosti podjetja.