



Koprivnica - Rijeka, 29. svibnja 2007. godine

PRIOPĆENJE ZA MEDIJE

PREDMET: Podravka kupila Lero

Danas je u Rijeci potpisan ugovor o kupoprodaji marke Lero na temelju kojeg je Podravka postala vlasnik ove poznate marke proizvoda u kategoriji bezalkoholnih napitaka. Ugovore su potpisali predsjednik Uprave Podravke Darko Marinac i Ivica Hanžek, predsjednik Uprave Istravina, dosadašnjeg vlasnika Lera.

Darko Marinac je nakon potpisivanja Ugovora izjavio: "Kao što smo i najavljivali, krenuli smo u jačanje naše tržišne pozicije u kategoriji bezalkoholnih napitaka. Vjerujemo kako ćemo akvizicijom marke Lero odnosno proširenjem asortimana na kategorije juiceva, nektara, sirupa i drugih sokova pakiranih u modernoj i tehnološki naprednoj ambalaži povećati atraktivnost naših pića."

Predsjednik Uprave Istravina Ivica Hanžek tom je prigodom rekao: "Za Istravino navedena transakcija dio je realizacije poslovne politike koja će se odvijati kroz sljedeće procese: restrukturiranje firme, kapitalizaciju unutrašnjih resursa i povećanje profita, selekciju asortimana, prilagođavanje tržišnim prilikama, a osobito amortizaciju utjecaja ulaska Hrvatske u Europsku uniju.

Naglasak će biti na specijalizaciji i jačanju robnih grupa vina i alkoholnih pića te integriranom tržišnom nastupu firmi akvizicija Roto-prometa (Iločki podrumi i Valandovo). Vlastiti vinogradi i ulaganje u primarnu proizvodnju već su prvi korak u ostvarenju navedenog cilja.

Preuzimanjem već razvijene i stalno rastuće, u segmentu negaziranih napitaka, marke proizvoda Lero, Podravka će osnažiti tržišne pozicije ukupnog poslovanja kategorije pića. U Podravki već najavljuju i skoro uvođenje novog asortimana proizvoda funkcionalnih sokova što je u skladu s recentnim kretanjima u navikama i preferencijama potrošača. Isto tako, planira se i jačanje prisutnosti proširenog asortimana pića u kanalu prodaje HORECA kroz uvođenje ugostiteljskih oblika pakiranja juiceva i nektara.

Uvođenjem asortimana pod markom Lero u postojeću prodajnu infrastrukturu Podravka će ostvariti troškovnu sinergiju u području prodaje i distribucije, odnosno smanjiti jedinične fiksne troškove prodaje i distribucije.

Ovom transakcijom predviđa se i preuzimanje ugovornih obveza o uslužnoj proizvodnji koje Istravino ima prema trećim osobama poput primjerice proizvodnje Cockte, Orangine i drugih marki iz kategorije bezalkoholnih napitaka.