



Glavna skupština Podravke d.d. u 2016. godini

22. srpnja 2016. godine, Koprivnica.





Postignuća u 2015. godini

Rezultati poslovanja u 2015. godini

Izvještaj o stjecanju vlastitih dionica

Rezultati poslovanja u H1 2016.

Značajni događaji u 2015. godini



Dokapitalizacija Podravke d.d.:

- Izdano novih 1.700.000 redovnih dionica; interes 33% veći od ponude; pokrenut ESOP program,
- Prikupljeno 510 milijuna kuna; 85% sredstava iskorišteno za akviziciju Žita, ostalo za Belupo tvornicu i internacionalnu ekspanziju.



Akvizicija slovenske prehrambene kompanije Žito:

- 21. travnja → SPA za 51,5% dionica Žita potpisan; 5. listopada → zatvorena transakcija; 23. studenog → stečeno dodatnih 35,3% dionica,
- 19. siječnja 2016. → odluka Glavne skupštine Žita o istiskivanju manjinskih dioničara i delistanju sa Ljubljanske burze.



Početak gradnje Belupo tvornice:

- Investicija od 507,3 milijuna kuna, 60% financirano kreditom, 40% financirano vlastitim sredstvima; cilj → dodatni kapaciteti i nove tehnologije,
- government incentive received in the amount of 40% of the total investment cost, as income tax benefits that can be used in the next 10 years.



Pripajanje mesne kompanije Danica u Podravku d.d. :

- Puna integracija će donijeti bolji fokus na mesni program s ciljem jačanja konkurentske pozicije,
- Očekuje se da će dodatne uštede u gotovo svim poslovnim procesima poboljšati poslovne indikatore poslovanja.



Konsolidacija Mirne:

- Uklanjanje razloga za otvaranje stečajnog postupka, konsolidacija Mirne započela početkom travnja,
- U prvoj polovici kolovoza, Podravka je dosegla 84,2% vlasničkog udjela u Mirni.

Jedinstvenim pripravnničkim programom SHAPE kreiramo dodatnu vrijednost kompanije



- Visoki kriteriji zapošljavanja
- Ujednačenost procesa
- Kriteriji jednaki za sve kandidate
- Transparentnost selekcije

U tri godine zaposlili:

93 prip. VSS
40 prip. SSS



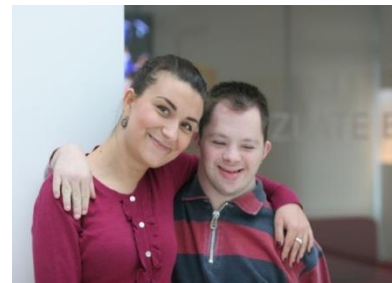
- Prema jasno strukturiranom programu
- Vođenjem od strane mentora
- Smanjujemo vrijeme nesamostalnosti u radu



- Poticanje usmjerenosti na individualni i timski doprinos kompaniji
- Poštivanje i življenje kompanijskih vrijednosti
- Razvoj društveno odgovorne osviještenosti i aktivne podrške

Razvojem zaposlenika mlađih dobnih skupina gradimo i osiguravamo budućnost kompanije

suradnja s Klubom Latica



uređenje PRC-a



Podrška globalnoj kampanji osobama s rijetkim bolestima



Pripravnici i djeca s invaliditetom



pomoć Slavoniji



DODATNI DOPRINOST KOMPANIJI I DRUŠTVENOJ ZAJEDNICI = TRAJNO MIJENJANJE KULTURE

Osiguravamo kontinuirani rast kompanije kroz razvoj ljudi

Mnoštvo strukturiranih razvojnih programa

neki od programa:

Recept za izvrsnost – razvoj talenata

Podravkina Prodajna Akademija

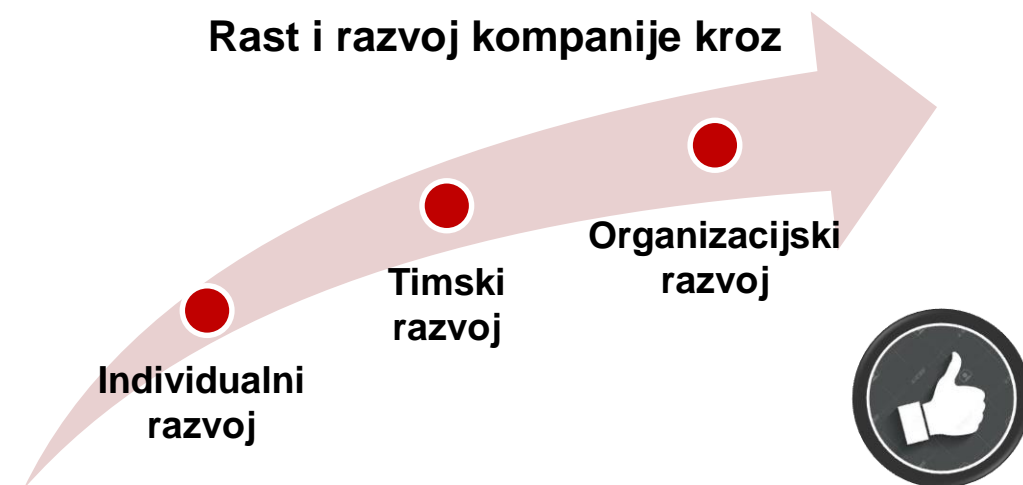


SHAPE UP – kontinuirani razvoj mladih zaposlenika nakon pripravnništva

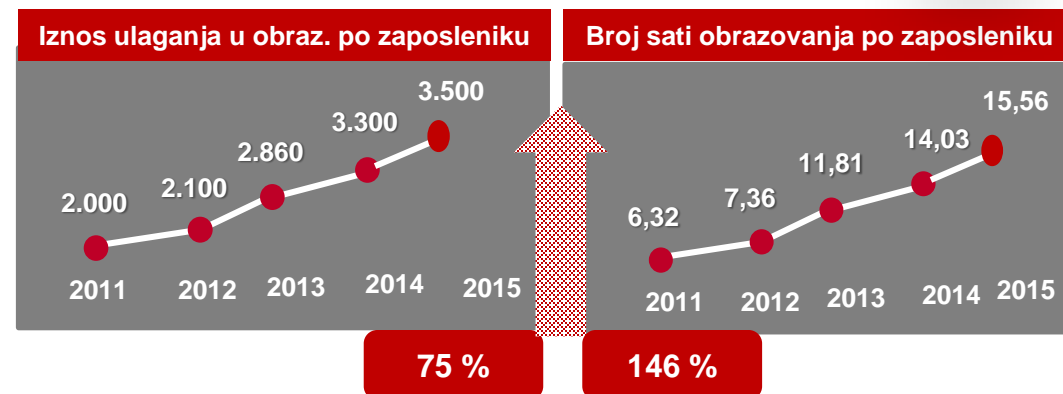


- Razinu kompetentnosti podižemo kroz **brojne razvojne programe**
- Gradimo kulturu **kompanije** koja **konstantno uči**
- **Dostupnost** cjelokupnog **razvoja** nam je jako važna

Rast i razvoj kompanije kroz



Povećanje financijskog ulaganja i broja sati obrazovanja

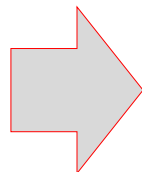


Priznanje za izvrsnost u upravljanju ljudskim potencijalima

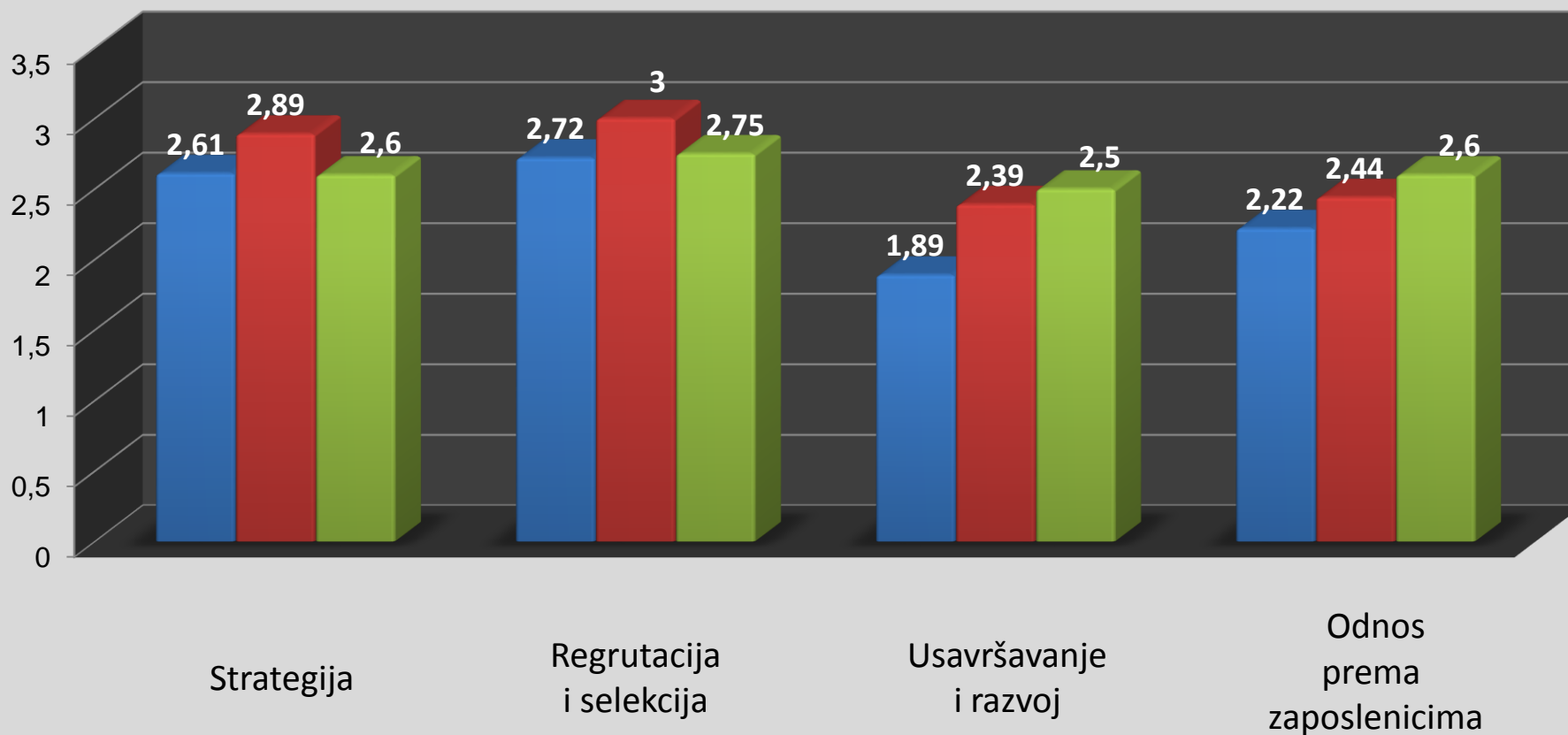


CEP

CERTIFIKAT
POSLODAVAC
PARTNER



neovisan i mjerljiv certifikat uspjeha poslodavcu u području upravljanja ljudskim resursima



**KONSTANTNO
PODIŽEMO
REZULTATE**

■ Podravka 2014
■ Podravka 2015
■ Ostale kompanije



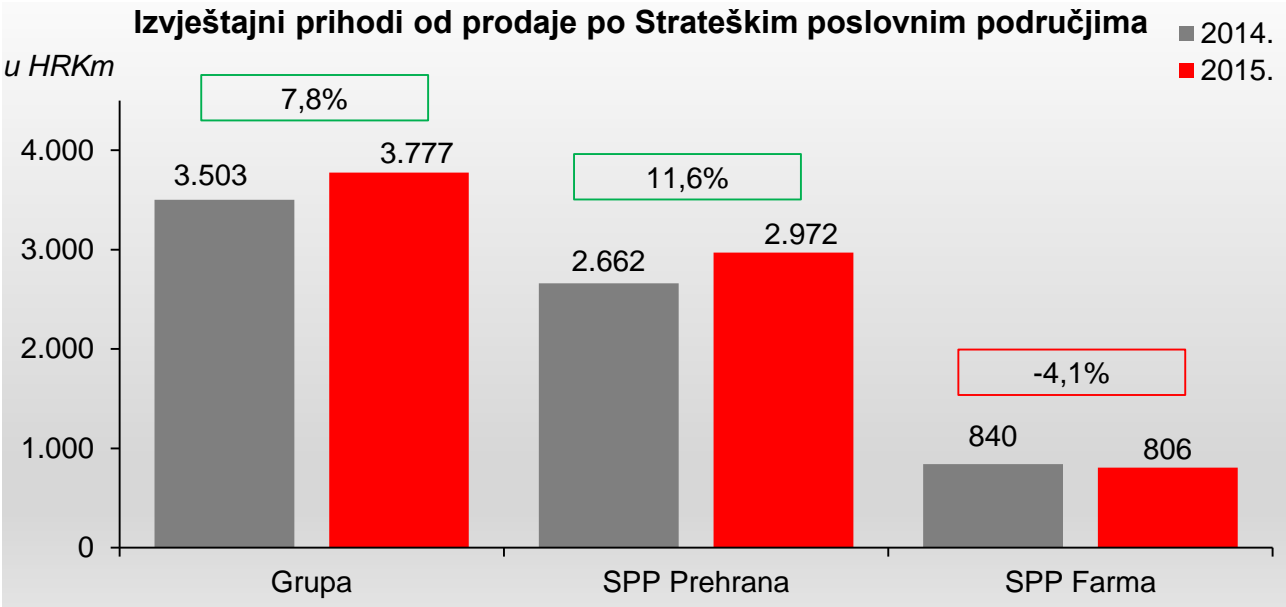
Postignuća u 2015. godini

Rezultati poslovanja u 2015. godini

Izvještaj o stjecanju vlastitih dionica

Rezultati poslovanja u H1 2016.

Ostvaren organski rast vlastitih prehrambenih brandova od 2,7% unatoč negativnim tečajnim razlikama



Neto utjecaj tečajnih razlika na prihode od prodaje:

HRKm	Vlastiti brandovi	Ostala prodaja	Ukupno	Valuta	HRKm
Prehrana	(21,4)	(0,5)	(21,9)	RUB	(57,8)
Farmaceutika	(35,9)	(0,3)	(36,2)	RSD	(4,3)
Grupa	(57,3)	(0,8)	(58,1)	EUR	(2,6)
				BAM	(1,3)
				USD	7,9
				Other	(0,0)
				Total	(58,1)

- utjecaj tečajnih razlika na prihode od prodaje pokazuje za koliko kuna bi prihodi od prodaje bili viši ili niži da su valutni tečajevi ostali na razini onih u 2014. godini.

SPP Prehrana isključujući utjecaj akviriranog asortimana i pića:

- vlastiti brandovi** → 2,7% viši prihodi uslijed rasta prihoda kategorije kulinarstvo (+2,6%) te kategorije dječja, za doručak i ostala hrana (+5,4%),
- ostala prodaja** → 8,5% niži prihodi prvenstveno uslijed niže tržišne cijene maka u regiji Europa,
- ukupno SPP Prehrana** → 1,3% viši prihodi.

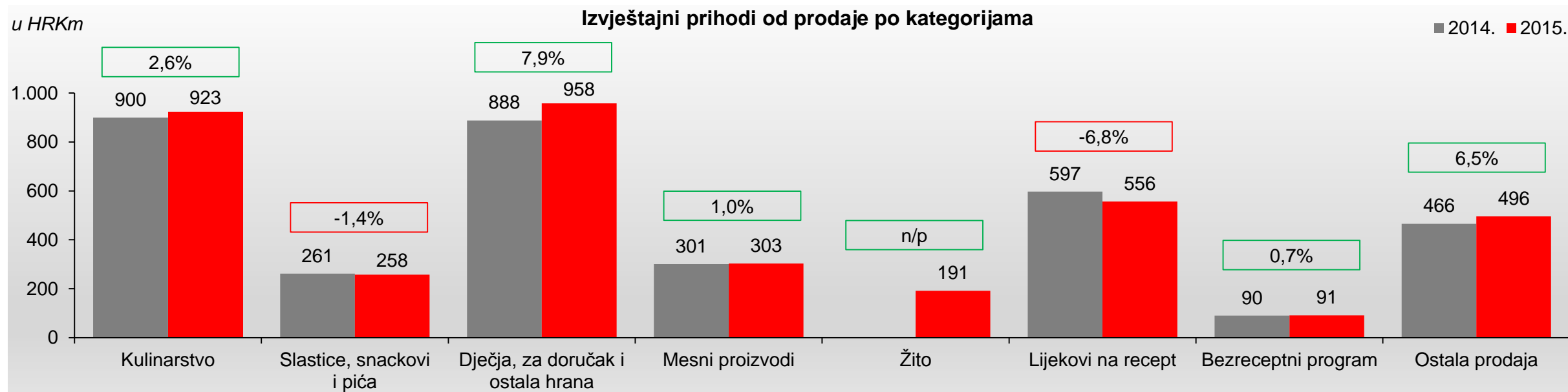
Grupa Podravka isključujući utjecaj akviriranog asortimana i pića:

- vlastiti brandovi** 0,7% rast prihoda, **ostala prodaja** 4,5% pad prihoda, **ukupno** na razini 2014.

SPP Farmaceutika:

- vlastiti brandovi** → 5,8% niži prihodi uslijed značajnog tečajnog utjecaja (-35,9m kuna), obustave operacija u Ukrajini i Kazahstanu (procjena -11,2m kuna) i utjecaja HZZO-a (procjena -10,0m kuna),
- ostali prihodi** → 3,6% veći prihodi uslijed rasta prihoda trgovačke robe u kompaniji Farmavita,
- ukupno SPP Farmaceutika** → 4,1% niži prihodi.

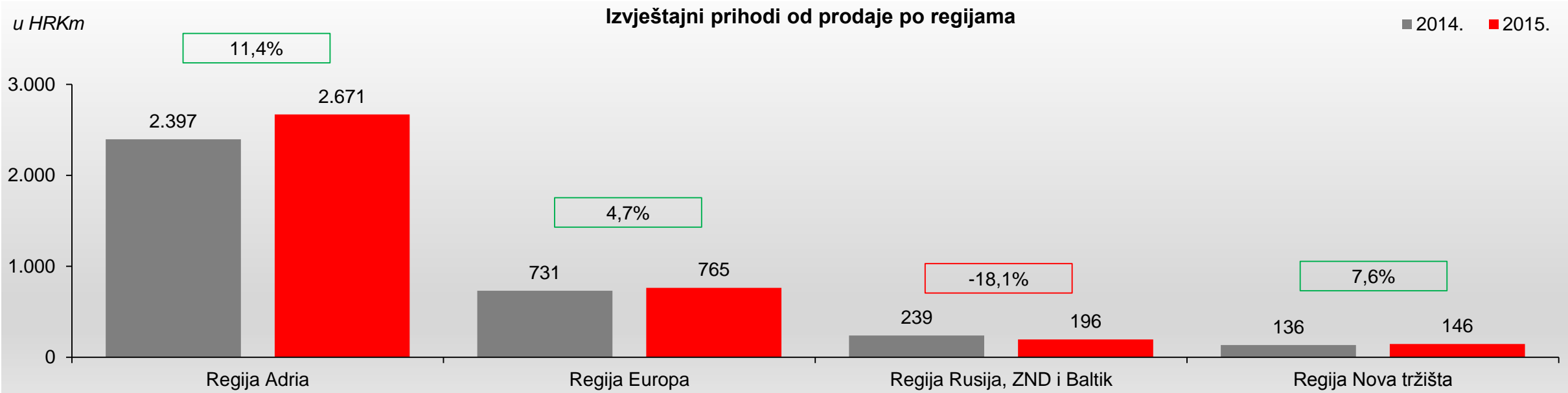
Značajan organski rast prihoda kategorije dječja, za doručak i ostala hrana u 2015. godini



Ključne značajke:

- **kulinarstvo** → rast prihoda potkategorije univerzalnih začina i potkategorije juha,
- **slastice, snackovi i pića** → **bez utjecaja asortimana pića** koji je na prodaju, prihodi su niži 2,4% uslijed racionalizacije asortimana, aktivnosti konkurencije te općeg smanjenja veličine kategorije snacka,
- **dječja, za doručak i ostala hrana** → **isključujući asortiman Mirne**, prihodi rastu 5,4% zahvaljujući rastu prihoda potkategorija dječje hrane, kondimenata i zamrznutog povrća,
- **mesni proizvodi** → **isključujući PIK asortiman** prihodi su niži 2,7% uslijed jačih marketinških aktivnosti konkurencije,
- **Žito** → konsolidacija Q4 2015. prihoda Žita; u cijeloj 2015. godini Žito je ostvarilo 3,7% rasta prihoda vlastitih brandova,
- **lijekovi na recept** → utjecaj ruske rublje od -32,3m kuna, procijenjen utjecaj obustave operacija u Ukrajini i Kazahstanu od -11.2m kuna, procijenjen utjecaj HZZO-a od -10,0m kuna,
- **bezreceptni program** → 5,1% rast prihoda OTC potkategorije na tržištu Hrvatske,
- **ostala prodaja** → **isključujući prihode Žita**, 3,7% niži prihodi uslijed niže tržišne cijene maka, djelomično kompenzirano višim prihodima trgovačke robe u kompaniji Farmavita.

Adria regija je bila glavni motor rasta prihoda u 2015. godini



Ključne značajke:



















- **regija Adria** → 1,4% rast prihoda **isključujući akvirirani asortiman i pića**, uglavnom kao rezultat rasta prihoda potkategorija juha, dječje hrane te lijekova na recept,
- **regija Europa** → 0,4% rast prihoda **isključujući akvirirani asortiman i pića**; 5,3% rast prihoda vlastitih brandova koji je kompenzirao niže prihode maka,
- **regija Rusija, ZND i Baltik** → negativan utjecaj ruske rublje od -22,4m kuna na prehranu i -35,4m kuna na farmaceutiku; **bez utjecaja tečaja**, prihodi regije su rasli 5,6%, uglavnom uslijed povećanja prihoda potkategorije smrznutog povrća,
- **regija Nova tržišta** → 6,2% rast prihoda **isključujući akvirirani asortiman i pića** uslijed rasta prihoda kategorije kulinarstvo u Australiji i SAD-u.

Neto utjecaj tečajnih razlika na prihode:

Regija	HRKm
Adria	(7,9)
Europa	(0,1)
Rusija, ZND, Baltik	(57,8)
Nova tržišta	7,7

- utjecaj tečajnih razlika na prihode od prodaje pokazuje za koliko kuna bi prihodi od prodaje bili viši ili niži da su valutni tečajevi ostali na razini onih u 2014. godini.

Pozitivan utjecaj konsolidacije Žita u Q4 2015. na profitabilnost segmenta prehrane

2015. (u HRKm) ¹	Prehrana bez Žita		Dobit od povoljne kupnje Žita		Prehrana izvještajno			
Prihodi od prodaje	2.732,3		2,6%	-	n/p	2.971,6		11,6%
Bruto dobit	1.030,3		1,8%	-	n/p	1.110,8		9,7%
EBITDA	227,6		16,0%	115,7	n/p	369,3		88,3%
EBIT	106,6		41,4%	115,7	n/p	237,6		215,0%
Neto dobit nakon MI	86,4		199,5%	110,4	n/p	210,0		628,2%
2015. (% prihoda od prodaje) ²	Prehrana bez Žita				Prehrana izvještajno			
Bruto marža	37,7%		-32 bb			37,4%		-65 bb
EBITDA marža	8,3%		+96 bb			12,4%		+506 bb
EBIT marža	3,9%		+107 bb			8,0%		+516 bb
Neto marža nakon MI	3,2%		+208 bb			7,1%		+598 bb

Ključne značajke:

Prehrana bez Žita:




























- niža **bruto marža** kao rezultat promjene strukture prodaje, s rastom prodaje asortimana koji ima nižu bruto maržu od prosjeka segmenta prehrane,
- na **operativnu dobit** u 2015. utjecalo je: (i) 24,8m kuna pozitivnog efekta konsolidacije Mirne, (ii) 33,0m kuna troškova otpremnina i (iii) 9,4m kuna troškova povezanih s akvizicijom i konsolidacijom Žita; na operativnu dobit u 2014. utjecalo je 65,2m kuna troškova otpremnina,
- na **neto dobit nakon manjinskih interesa** u 2015. utjecalo je 6,7m kuna financijskih troškova povezanih s ESOP-om te 11,6m kuna odgođenog poreznog prihoda.

Utjecaj Žita:

- utjecaj dobiti od povoljne kupnje na EBITDA i EBIT od 115,7m kuna te na neto dobit nakon manjinskih interesa od 110,4m kuna.

¹Ostvarenje u 2015.; % promjene u usporedbi s 2014.; ²% prihoda od prodaje u 2015.; promjena baznih bodova u usporedbi s 2014.

Profitabilnost segmenta Prehrane kompenzirala je nižu profitabilnost segmenta Farmaceutike u 2015.

2015. (u HRKm) ¹	Prehrana izvještajno	Farmaceutika	Grupa izvještajno
Prihodi od prodaje	2.971,6  11,6%	805,7  (4,1%)	3.777,2  7,8%
Bruto dobit	1.110,8  9,7%	424,6  (8,4%)	1.535,5  4,0%
EBITDA	369,3  88,3%	98,9  (19,0%)	468,2  47,1%
EBIT	237,6  215,0%	47,7  (40,6%)	285,2  83,3%
Neto dobit nakon MI	210,0  628,2%	187,3  194,4%	397,3  329,7%
2015. (% prihoda od prodaje) ²	Prehrana izvještajno	Farmaceutika	Grupa izvještajno
Bruto marža	37,4%  -65 bb	52,7%  -245 bb	40,7%  -149 bb
EBITDA marža	12,4%  +506 bb	12,3%  -225 bb	12,4%  +331 bb
EBIT marža	8,0%  +516 bb	5,9%  -363 bb	7,6%  +311 bb
Neto marža nakon MI	7,1%  +598 bb	23,2%  1.567 bb	10,5%  +788 bb

Ključne značajke:

▪ Farmaceutika:













- niži prihodi od prodaje negativno utjecali na cijelu profitabilnost,
- niža **bruto marža** kao rezultat promjene strukture prodaje pri čemu je zabilježen pad prodaje vlastitih brandova uz nepromijenjenu prodaju trgovačke robe,
- tečajne razlike po kupcima i dobavljačima (u ostalim operativnim troškovima) iznosile su -23,3m kuna u 2015., a -43,7m kuna u 2014.,
- na **neto dobit nakon MI** je u 2015. dodatno utjecalo 1,3m kuna financijskih troškova povezanih s ESOP-om te 163,7m kuna odgođenih poreznih prihoda.

▪ Porezni poticaji za tvornicu Belupa:

- Belupo je primio porezne poticaje za izgradnju nove tvornice u iznosu od 163,7m kuna. U 2015. Belupo je inicijalno priznao maksimalno odobrenu visinu poticaja kao odgođenu poreznu imovinu i porezni prihod.

¹Ostvarenje u 2015.; % promjene u usporedbi s 2014.; ²% prihoda od prodaje u 2015.; promjena baznih bodova u usporedbi s 2014.

Kretanje operativnih troškova bilo je u skladu s razvojem poslovanja

Operativni troškovi	2015./2014. bez Žita	2015./2014. izvještajno
Troškovi sadržani u prodanim proizvodima	3,0% 	10,6% 
Opći i administrativni troškovi (G&A)	(8,4%) 	(5,4%) 
Troškovi prodaje i distribucije (S&D)	1,8% 	11,1% 
Troškovi marketinga (MEX)	8,2% 	11,5% 
Ostali troškovi	(17,6%) 	(18,9%) 
Ukupno	1,9% 	8,5% 

Ključne značajke:

▪ Troškovi sadržani u prodanim proizvodima (COGS) bez Žita:

- 3,0% viši COGS uslijed organskog rasta segmenta prehrane, ali i anorganskog rasta segmenta prehrane (Mirna i PIK asortiman),

▪ Opći i administrativni troškovi (G&A) bez Žita:

- u 2015. zabilježeno je 41,1m kuna troškova otpremnina i 9,4m kuna troškova povezanih s akvizicijom i integracijom Žita, dok je u 2014. zabilježeno 72,1m kuna troškova otpremnina; isključujući navedene utjecaje, G&A troškovi su niži 2,5%; isključujući utjecaj troškova Mirne koji nisu bili uključeni u 2014., G&A troškovi bili bi 6,9% niži,

▪ Troškovi prodaje i distribucije (S&D) bez Žita:

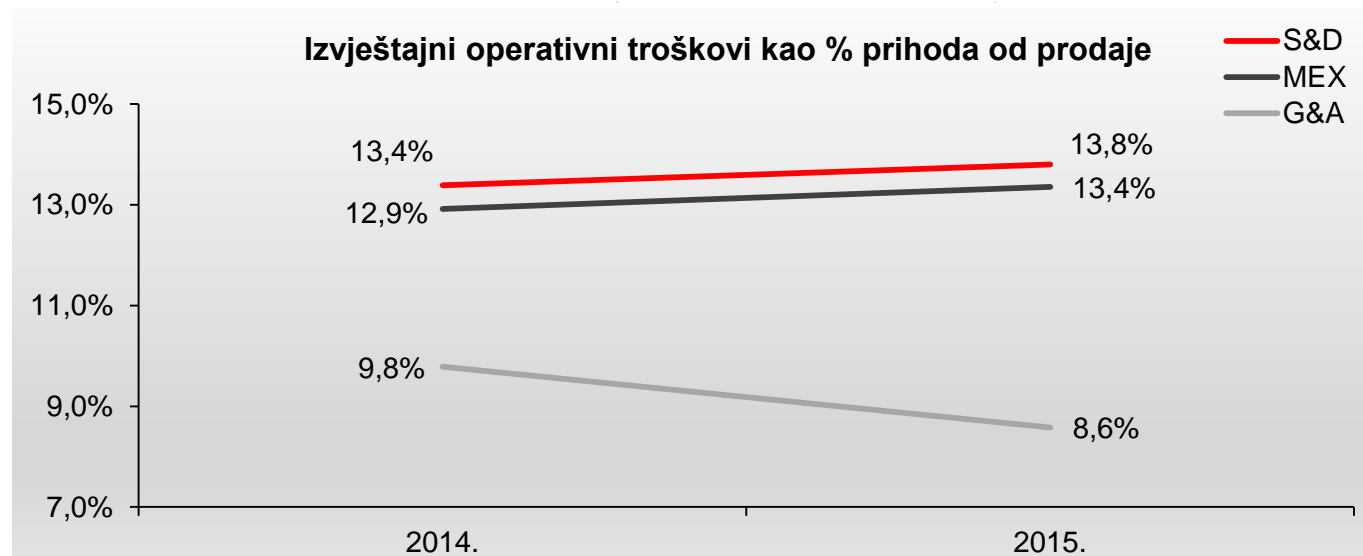
- utjecaj inicijalnih troškova povezanih s odlukom o ulasku nova tržišta te utjecaj S&D troškova prehrambene kompanije u Rusiji i Mirne, koji nisu bili uključeni u 2014.; isključujući navedene utjecaje, S&D troškovi niži su 2,7%,

▪ Troškovi marketinga (MEX) bez Žita:

- snažnije marketinške aktivnosti povezane s otvaranjem novih tržišta, kategorijom kulinarstvo u Zapadnoj Europi te asortimanom dječje hrane i mesnih proizvoda u regiji Adria,

▪ Ostali troškovi bez Žita:

- 37% niže neto tečajne razlike po kupcima i dobavljačima.





Postignuća u 2015. godini

Rezultati poslovanja u 2015. godini

Izvještaj o stjecanju vlastitih dionica

Rezultati poslovanja u H1 2016.

Izvještaj Uprave Podravke d.d. o stjecanju vlastitih dionica

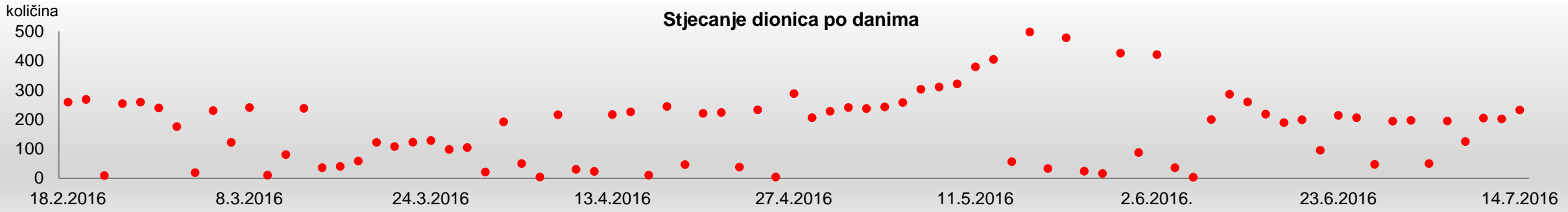
Program stjecanja vlastitih dionica

- **Temelj** za stjecanje vlastitih dionica je ovlast dana Upravi Odlukom Glavne skupštine od 3. lipnja 2015. godine,
- **Svrha** programa stjecanja vlastitih dionica je realizacija ESOP¹ programa i nagrađivanje menadžmenta,
- **Ukupni broj dionica** stečenih Programom zajedno s dionicama koje Izdavatelj već drži, ne smije prijeći 10% temeljnog kapitala Izdavatelja u trenutku stjecanja,
- **Dionice se stječu** isključivo na Zagrebačkoj burzi po cijeni ne višoj od zadnje nezavisne transakcije,
- **Trajanje** ovog Programa je, sukladno Odluci o stjecanju vlastitih dionica, tijekom razdoblja od 5 godina od dana donošenja Odluke o stjecanju vlastitih dionica.

Realizacija Programa stjecanja vlastitih dionica

- U razdoblju od 18.02.2016. do 14.07.2016. Podravka d.d. je stekla 14.032 vlastitih dionica što čini 0,197% temeljnog kapitala,
- Trošak stjecanja navedenih dionica je iznosio 4,7 milijuna kuna,
- Na dan 22.07.2016. Podravka d.d. drži 191.543 vlastitih dionica, što čini 2,7% temeljnog kapitala.

Ukupan broj izdanih dionica	Broj stečenih vlastitih dionica	Udio u temeljnom kapitalu	Trošak stjecanja ²
7.120.003	14.032	0,197 %	4.690.387,23 HRK



¹Employee stock ownership programme; ²Uključuje naknadu za transakcije.



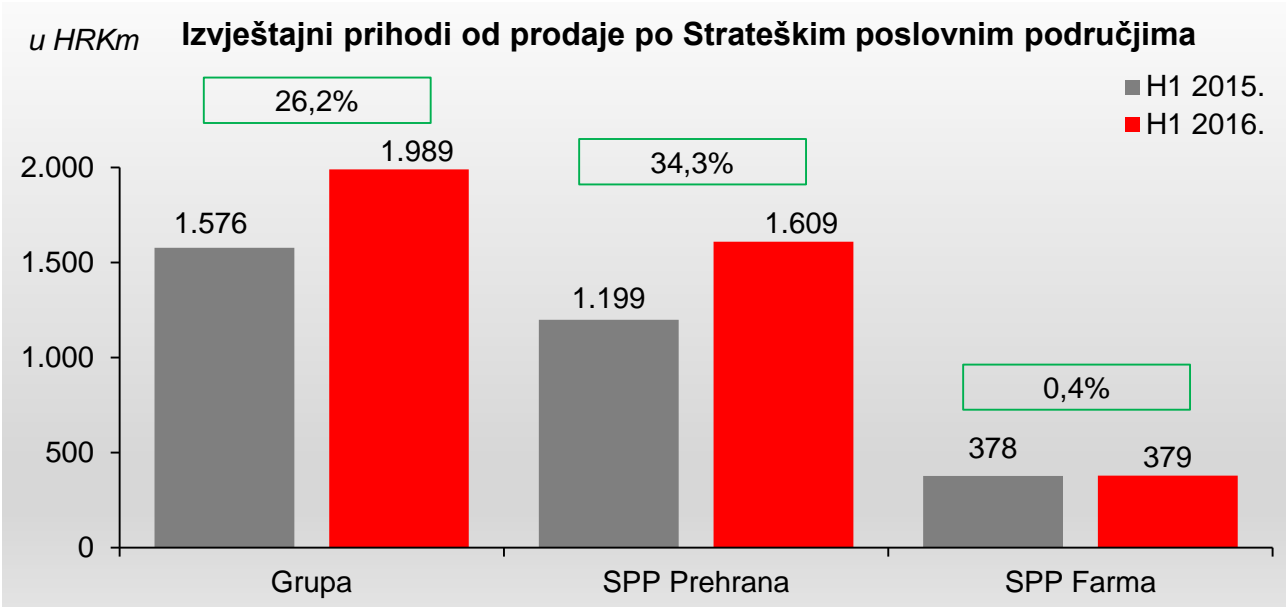
Postignuća u 2015. godini

Rezultati poslovanja u 2015. godini

Izvještaj o stjecanju vlastitih dionica

Rezultati poslovanja u H1 2016.

Vlastiti brandovi ostvarili su 4,3% rasta prodaje u H1 2016. na pro-forma razini bez utjecaja FX-a



Neto utjecaj tečajnih razlika na prihode od prodaje:

HRK <u>m</u>	Vlastiti brandovi	Ostala prodaja	Ukupno	Valuta	HRK <u>m</u>
Prehrana	(25,0)	(1,1)	(26,2)	RUB	(25,6)
Farmaceutika	(16,1)	(0,4)	(16,4)	EUR	(5,9)
Grupa	(41,1)	(1,5)	(42,6)	Ostalo	(11,1)
				Ukupno	(42,6)

- Utjecaj tečajnih razlika na prihode od prodaje pokazuje za koliko kuna bi prihodi od prodaje bili viši ili niži u H1 2016. da su valutni tečajevi ostali na razini onih u H1 2015.

SPP Prehrana pro-forma¹:

- **Vlastiti brandovi** → 1,2% viši prihodi (+3,1% bez FX-a), uslijed rasta prihoda velike većine kategorija,
- **Ostala prodaja** → 2,1% viši prihodi (+2,6% bez FX-a) uslijed novih projekata u potkategoriji trgovačke robe,
- **Ukupno SPP Prehrana** → 1,4% viši prihodi (+3,0% bez FX-a).

SPP Farmaceutika¹:

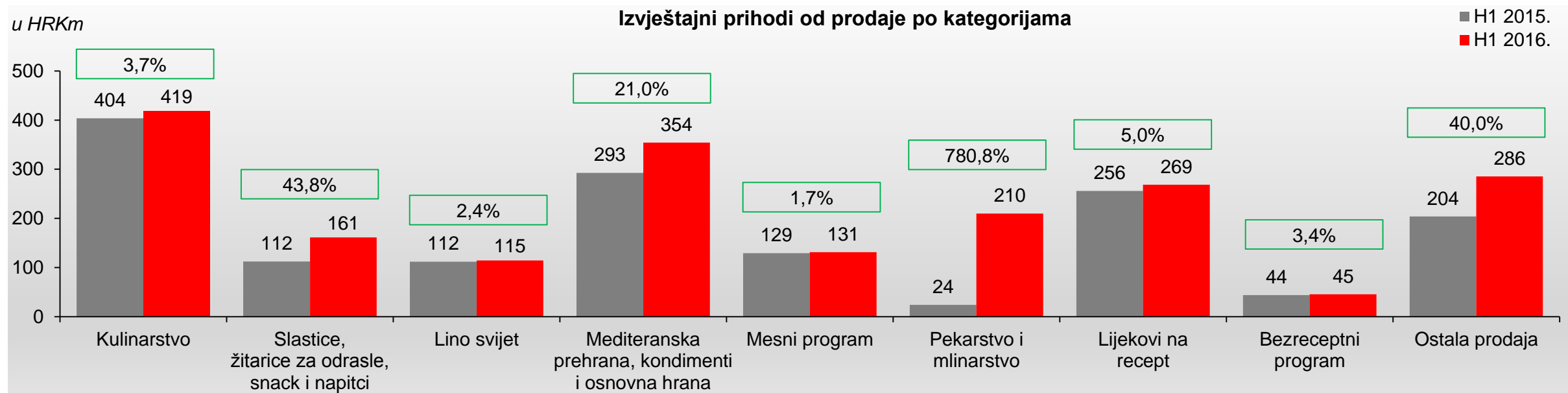
- **Vlastiti brandovi** → 4,8% viši prihodi (+10,2% bez FX-a) uslijed širenja poslovne suradnje na tržištu Rusije,
- **Ostali prihodi** → 16,5% niži prihodi (-16,1% bez FX-a) uslijed stavljanja većeg fokusa na vlastite brandove,
- **Ukupno SPP Farmaceutika** → 0,4% viši prihodi (+4,7% bez FX-a).

Grupa Podravka pro-forma¹:

- **Vlastiti brandovi** → 1,9% viši prihodi (+4,3% bez FX-a),
- **Ostali prihodi** → 2,9% niži prihodi (-2,3% bez FX-a),
- **Ukupno Grupa Podravka** → 1,2% viši prihodi (+3,3% bez FX-a).

¹Postoci u tekstu odnose se na ostvarenje u H1 2016. naspram H1 2015. pod pretpostavkom da je Grupa Žito konsolidirana od početka 2015.

Velika većina kategorija ostvarila je organski rast prihoda od prodaje na pro-forma razini

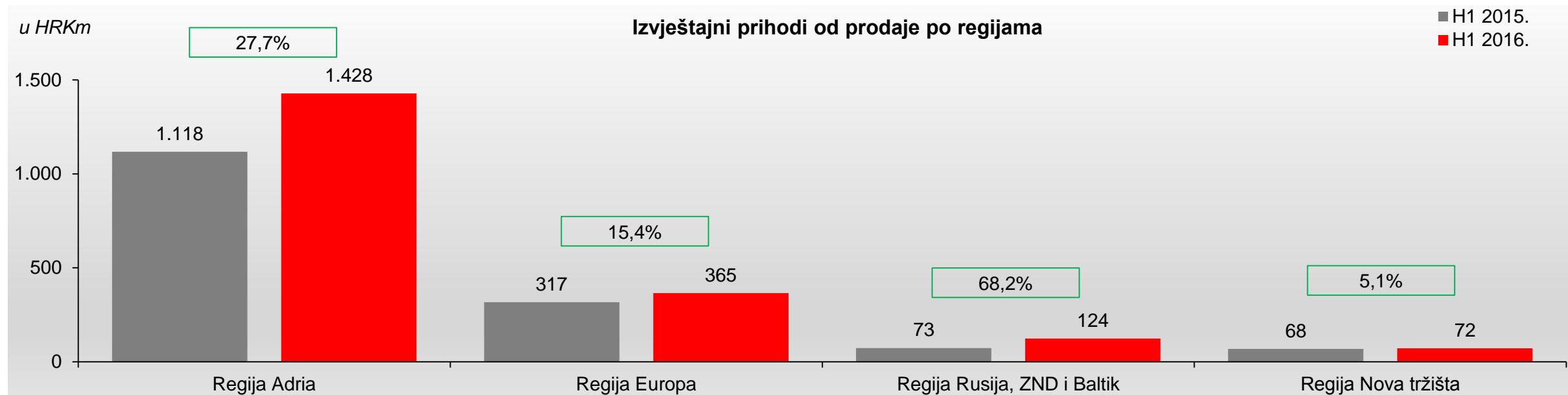


Pro-forma ostvarenje kategorija u H1 2016.¹:

- **Kulinarstvo (+1,0%; +4,3% bez FX-a)** → provedene promotivne aktivnosti na brandu Vegeta u Poljskoj te uspješna implementacija novog poslovnog modela u Rusiji,
- **Slastice, žitarice za odrasle, snack i napitci (-7,3%; -6,7% bez FX-a)** → privremena promjena u dinamici isporuka potkategorije konditorstvo,
- **Lino svijet (+2,4%; +3,0% bez FX-a)** → provedene aktivnosti na brandu Lino Lada u Hrvatskoj, uvođenje asortimana dječjih kašica,
- **Mediterranska prehrana, kondimenti i osnovna hrana (+3,1%; +5,0% bez FX-a)** → rast zamrznutog povrća na tržištu Rusije, promotivne aktivnosti na potkategoriji riže i tjestenine u Sloveniji, rast distribucije kondimenata na tržištu Njemačke,
- **Mesni program (+1,7%; +2,6% bez FX-a)** → širenje distribucije asortimana pašteta na tržište Rusije,
- **Pekarstvo i mlinarstvo (+5,1%; +6,0% bez FX-a)** → povećane aktivnosti na tržištu Slovenije, širenje distribucije i asortimana na europskim tržištima,
- **Lijekovi na recept (+5,0%; +10,7% bez FX-a)** → širenje poslovne suradnje na tržištu Rusije, širenje asortimana lijekova za srce i krvne žile na tržištu Bosne i Hercegovine,
- **Bezreceptni program (+3,4%; +7,1% bez FX-a)** → širenje poslovne suradnje na tržištu Rusije, širenje asortimana lijekova na tržištu Slovenije,
- **Ostala prodaja (-2,9%; -2,3% bez FX-a)** → niža prodaja trgovačke robe u farmaceutici.

¹Postoci u tekstu odnose se na ostvarenje u H1 2016. naspram H1 2015. pod pretpostavkom da je Grupa Žito konsolidirana od početka 2015.

Inozemna tržišta ostvarila su rast prihoda od prodaje od 3,3% u H1 2016.


















Pro-forma ostvarenje regija u H1 2016.¹:













- **Regija Adria (-1,8%; -1,1% bez FX-a)** → pad vrijednosti pojedinih tržišnih kategorija i pritisak privatnih robnih marki u kategoriji Mediteranska prehrana, kondimenti i osnovna hrana; niži prihodi trgovačke robe u segmentu farmaceutike,
- **Regija Europa (-0,2%; +1,3% bez FX-a)** → niži prihodi ostale prodaje u segmentu prehrane; niži prihodi segmenta farmaceutike; rast prihoda vlastitih brandova segmenta prehrane uslijed širenja distribucije i asortimana,
- **Regija Rusija, ZND i Baltik (+64,7%; +98,8% bez FX-a)** → pozitivan utjecaj uspješne implementacije novog poslovnog modela u segmentu prehrane na tržištu Rusije; širenje poslovne suradnje u segmentu farmaceutike na tržištu Rusije,
- **Regija Nova tržišta (+1,2%; +4,5% bez FX-a)** → širenje distribucije i asortimana kompanije Žito.

¹Postoci u tekstu odnose se na ostvarenje u H1 2016. naspram H1 2015. pod pretpostavkom da je Grupa Žito konsolidirana od početka 2015.

Fokus na vlastite brandove i troškovnu optimizaciju pozitivno utjecali na profitabilnost farmaceutike

H1 2016. (u HRKm) ¹	Izveštajno Prehrana		Farmaceutika		Izveštajno Grupa Podravka	
Prihodi od prodaje*	1.609,5	 34,3%	379,1	 0,4%	1.988,5	 26,2%
Bruto dobit	525,2	 25,2%	198,5	 1,9%	723,8	 17,8%
EBITDA	155,7	 11,5%	66,3	 17,3%	222,0	 13,2%
EBIT	84,3	 (2,4%)	45,5	 23,6%	129,8	 5,4%
Neto dobit nakon MI	66,9	 (0,7%)	30,3	 23,8%	97,3	 5,8%

*Reklasifikacija ugovorenih naknada s kupcima za promotivne, marketinške i slične aktivnosti s pozicije MEX na umanjeње prihoda.

H1 2016. (% prihoda od prodaje) ²	Izveštajno Prehrana		Farmaceutika		Izveštajno Grupa Podravka	
Bruto marža	32,6%	 -235 bb	52,4%	 +76 bb	36,4%	 -257 bb
EBITDA marža	9,7%	 -197 bb	17,5%	 +252 bb	11,2%	 -128 bb
EBIT marža	5,2%	 -197 bb	12,0%	 +225 bb	6,5%	 -129 bb
Neto marža nakon MI	4,2%	 -146 bb	8,0%	 +151 bb	4,9%	 -94 bb

¹Ostvarenje u H1 2016.; % promjene u usporedbi s H1 2015.; ²% prihoda od prodaje u H1 2016.; promjena baznih bodova u usporedbi s H1 2015.

Ključne značajke u H1 2016.:
















Izveštajno Prehrana:

- Pozitivan utjecaj konsolidacije Mirne u H1 2015. od 24,8m kuna,
- Niža profitabilnost asortimana Grupe Žito u odnosu na prosječnu profitabilnost asortimana segmenta prehrane dovela je do nižih profitnih marži u H1 2016.













Farmaceutika:

- 1,2% niži troškovi sadržani u prodanim proizvodima kao rezultat fokusa na vlastite brandove i smanjene distribucije trgovačke robe,
- 2,9% niži ukupni poslovni rashodi (bez troškova sadržanih u prodanim proizvodima) uslijed pozitivnih tečajnih razlika po kupcima i dobavljačima te fokusa na troškovnu optimizaciju,
- Blago smanjenje neto financijskih troškova, dok je efektivna porezna stopa u H1 2016. bila na razini statutarne.

Rast pro-forma profitabilnosti Grupe Podravka na svim razinama

H1 2016. (u HRKm) ¹	Pro-forma Prehrana		Farmaceutika		Pro-forma Grupa Podravka	
Prihodi od prodaje*	1.609,5	 1,4%	379,1	 0,4%	1.988,5	 1,2%
Bruto dobit	525,2	 4,1%	198,5	 1,9%	723,8	 3,5%
EBITDA	155,7	 (5,6%)	66,3	 17,3%	222,0	 0,3%
EBIT	84,3	 (8,0%)	45,5	 23,6%	129,8	 1,1%
Neto dobit nakon MI	66,9	 (7,5%)	30,3	 23,8%	97,3	 0,4%

*Reklasifikacija ugovorenih naknada s kupcima za promotivne, marketinške i slične aktivnosti s pozicije MEX na umanjeње prihoda.

H1 2016. (% prihoda od prodaje) ²	Pro-forma Prehrana		Farmaceutika		Pro-forma Grupa Podravka	
Bruto marža	32,6%	 +85 bb	52,4%	 +76 bb	36,4%	 +81 bb
EBITDA marža	9,7%	 -71 bb	17,5%	 +252 bb	11,2%	 -10 bb
EBIT marža	5,2%	 -53 bb	12,0%	 +225 bb	6,5%	 0 bb
Neto marža nakon MI	4,2%	 -40 bb	8,0%	 +151 bb	4,9%	 -4 bb

¹Ostvarenje u H1 2016.; % promjene u usporedbi s H1 2015.; ²% prihoda od prodaje u H1 2016.; promjena baznih bodova u usporedbi s H1 2015.

Ključne značajke u H1 2016.:

Pro-forma Prehrana:

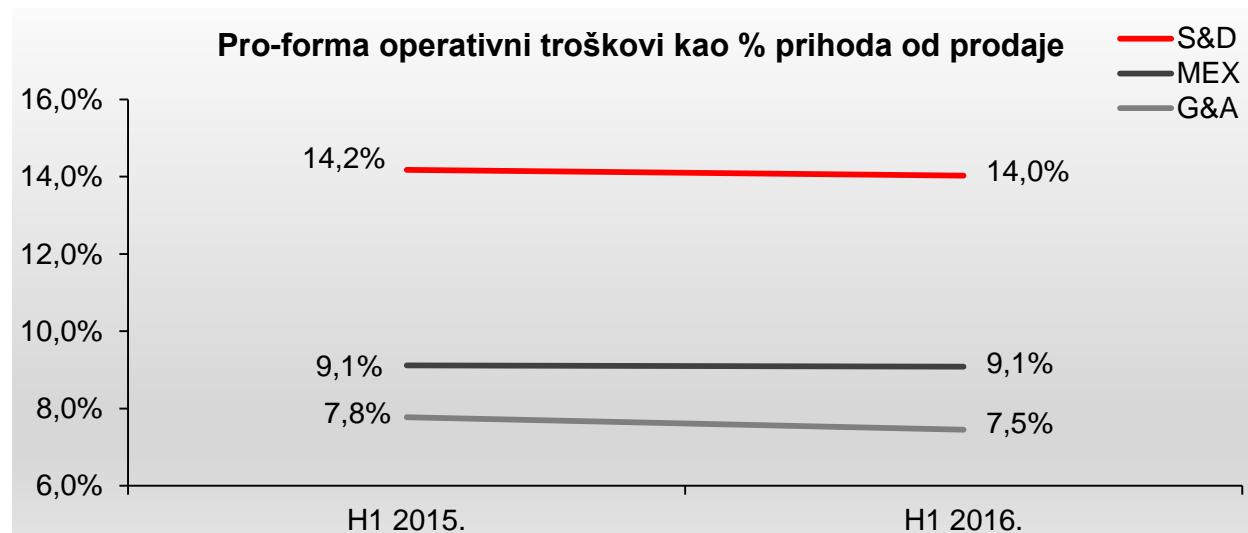
- Troškovi sadržani u prodanim proizvodima na razini usporednog razdoblja uslijed smanjenja cijena određenih sirovina,
- Ukupni poslovni rashodi (bez troškova sadržanih u prodanim proizvodima) niži su 0,9% kao rezultat fokusa na troškovnu optimizaciju,
- Niži neto financijski troškovi i porezna obveza,
- Usporedno razdoblje pod pozitivnim utjecajem konsolidacije Mirne od 24,8m kuna.

Grupa Podravka:

- Pad cijena pojedinih sirovina, smanjenje distribucije trgovačke robe u segmentu farmaceutike,
- 1,4% niži ukupni poslovni rashodi (bez troškova sadržanih u prodanim proizvodima) uslijed fokusa na troškovnu optimizaciju te pozitivnih tečajnih razlika po kupcima i dobavljačima,
- Niži neto financijski troškovi u H1 2016.,
- Usporedno razdoblje pod pozitivnim utjecajem konsolidacije Mirne od 24,8m kuna.

Pozitivan utjecaj fokusa na troškovnu optimizaciju te pozitivnih tečajnih razlika

Operativni troškovi	H1 2016. / H1 2015. pro-forma	
Troškovi sadržani u prodanim proizvodima (COGS)	(0,1%)	➔
Opći i administrativni troškovi (G&A)	(3,0%)	➔
Troškovi prodaje i distribucije (S&D)	0,1%	➔
Troškovi marketinga (MEX)	0,8%	➔
Ostali troškovi	n/p	➔
Ukupno	(0,5%)	➔



Ključne značajke u H1 2016. na pro-forma razini:

▪ Troškovi sadržani u prodanim proizvodima (COGS):

- 0,1% niži COGS uslijed pada cijena pojedinih sirovina te smanjenja distribucije trgovačke robe u kompaniji Farmavita,

▪ Opći i administrativni troškovi (G&A):

- 3,0% niži uslijed, među ostalim, nižih troškova konzultantskih usluga i ostalih usluga,

▪ Troškovi prodaje i distribucije (S&D):

- Na razini usporednog razdoblja uz pozitivni utjecaj optimizacije troškova najamnina i prijevoza,

▪ Troškovi marketinga (MEX):

- Snažnije marketinške aktivnosti povezane na tržištu Rusije i na Novim tržištima,

▪ Ostali troškovi:

- Pozitivne neto tečajne razlike po kupcima i dobavljačima u H1 2016. su pozitivno utjecale na rezultat,

▪ Ukupni poslovni rashodi (svi poslovni rashodi osim COGS-a):

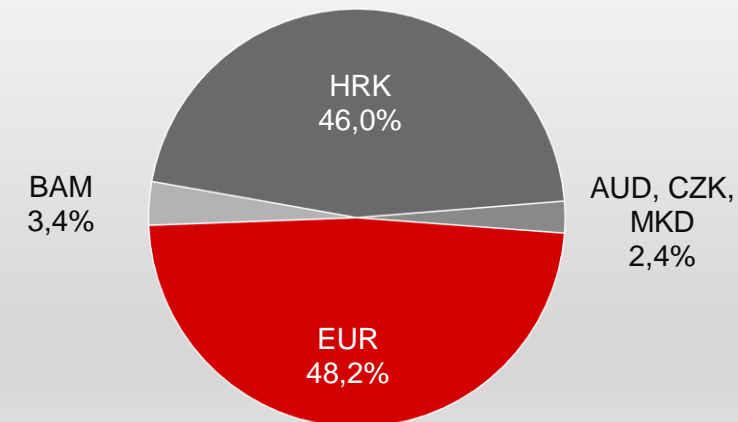
- Ukupni poslovni rashodi niži su za 1,4% kao rezultat fokusa na troškovnu optimizaciju te pozitivnih tečajnih razlika po kupcima i dobavljačima.

Održivi nivo zaduženosti nakon akvizicije Grupe Žito

(u HRK 000) ¹	H1 2016.	2015.	% promjene
Neto dug	1.022.108	922.380	↑ 10,8%
Troškovi kamata	36.186	36.918	↓ (2,0%)
Neto dug / EBITDA	2,1	2,0	↑ 5,0%
EBITDA / Troškovi kamata	13,7	12,7	↑ 7,7%
Omjer kapitala i ukupne imovine	58,2%	57,0%	↑ +127 bb

¹Svi pokazatelji računa dobiti i gubitka računati su na razini zadnjih 12 mjeseci, dok su bilančne stavke uzete na kraju razdoblja.

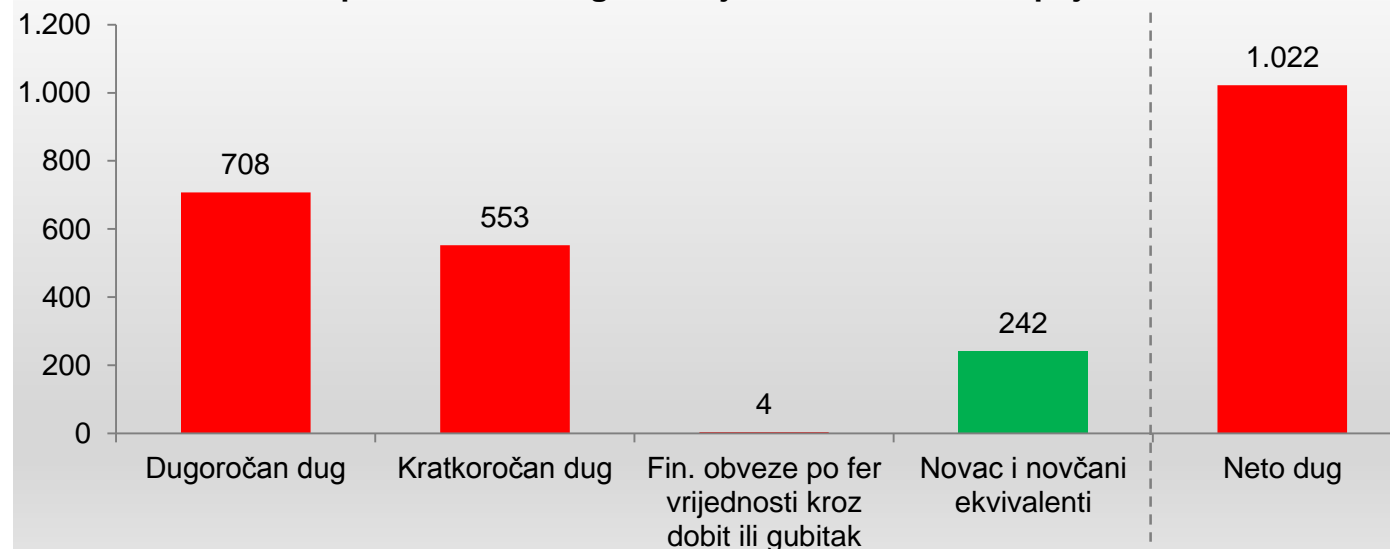
Valutna struktura duga na 30. lipnja 2016.



Ključne značajke:

- Porast neto duga → korištenje kredita za potrebe izgradnje nove farmaceutske tvornice,
- Niži troškovi kamata → otplata dijela kredita,
- Neto dug/EBITDA računat na osnovi pro-forma EBITDA cijelu 2015., bez dobiti od povoljne kupnje Žita i impairmenta Žita iznosi 2,1,
- **Prosječan ponderirani trošak duga:**
 - Na 30. lipnja 2016. → 2,9%,
 - Na 31. prosinca 2013. → 4,3%.

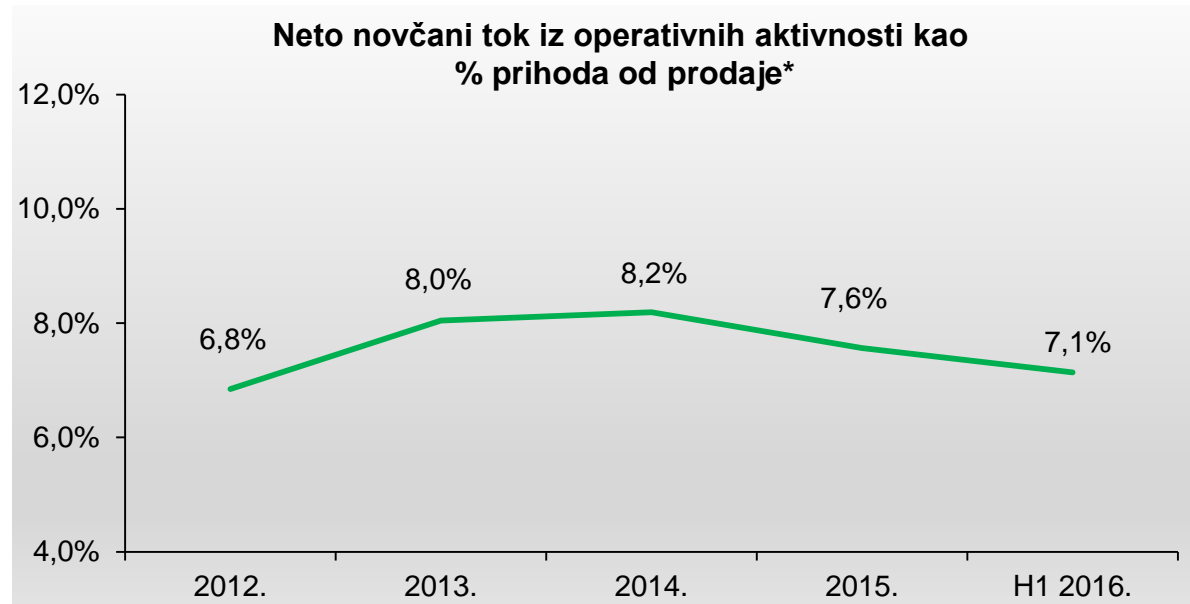
Komponente neto duga u milijunima kuna na 30. lipnja 2016.



Stabilna razina neto novčanog toka od operativnih aktivnosti

Ključne značajke u H1 2016.:

- Neto novčani tok od operativnih aktivnosti → 142,0m kuna → pozitivan utjecaj smanjenja zaliha i potraživanja, uz negativan utjecaj smanjenja obveza,
- Neto novčani tok od investicijskih aktivnosti → -235,6m kuna → prvenstveno uslijed 223,1m kuna kapitalnih investicija,
- Neto novčani tok od financijskih aktivnosti → 44,0m kuna,
- Kapitalne investicije u 2016. se očekuju da budu na razini od 500-600m kuna, u 2017. na razini od 300-400m kuna, a u 2018. godini na razini od 250-350 milijuna kuna.



*Prihodi u 2012.-2014. nisu reklasificirani za troškove marketinga.

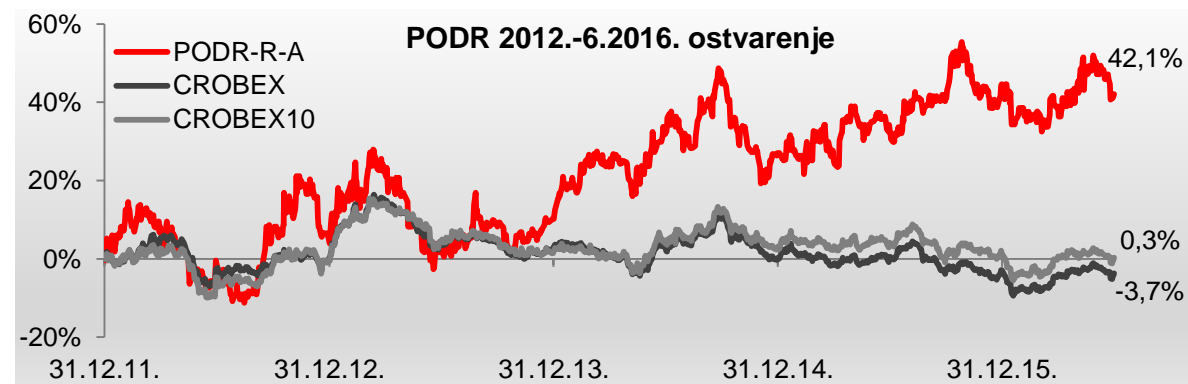
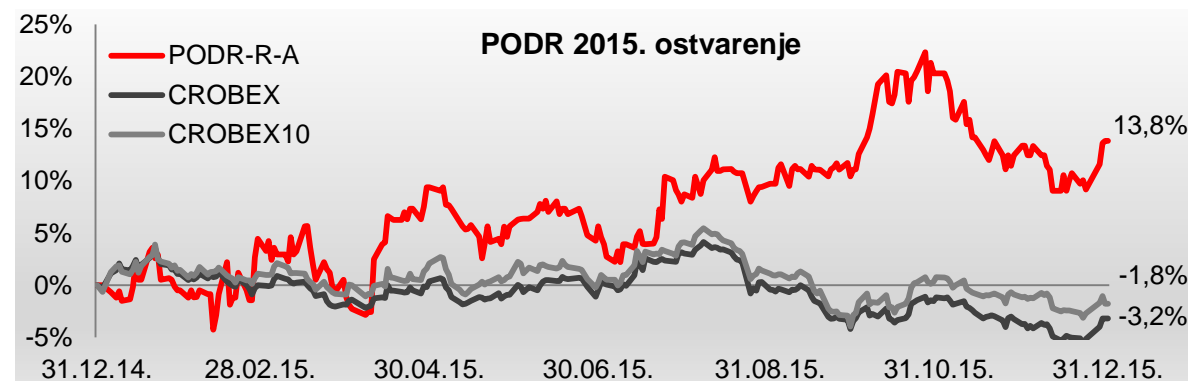
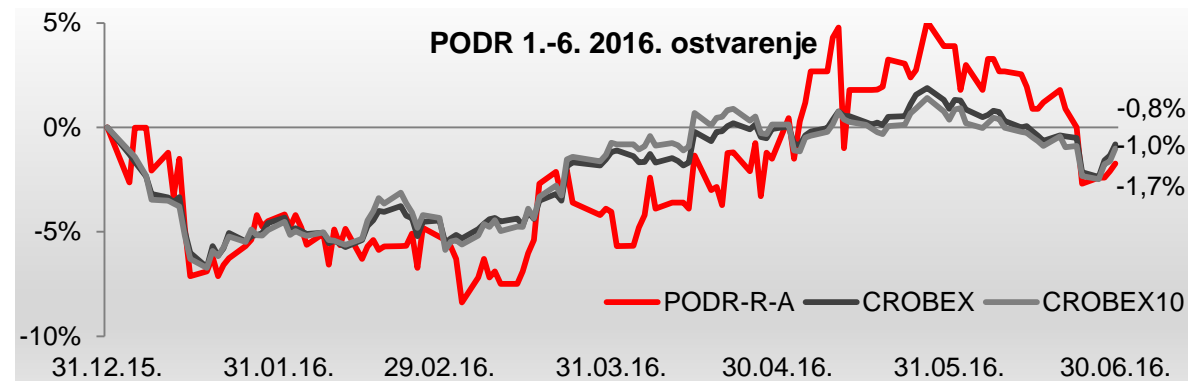
Očekivanja analitičara ukazuju na potencijal rasta cijene dionice Podravke

(HRK; jedinice)	H1 2016.	H1 2016./ H1 2015.	2015. / 2014.	2014. / 2013.
Prosječna dnevna cijena	329,2	7,5%	7,4%	16,3%
Prosječan dnevni broj transakcija	9	(28,4%)	(9,1%)	39,6%
Prosječan dnevni volumen	1.064	(24,8%)	11,3%	105,4%
Prosječan dnevni promet	360.165,6	(19,1%)	19,6%	134,2%
Izveštajna dobit po dionici	59,0	(11,1%)	276,9%	38,8%
Normalizirana dobit po dionici ¹	24,8	8,1%	31,6%	(8,8%)

¹Izračunato na bazi zadnjih 12 mjeseci, pri čemu su uzeti pro-forma brojevi za cijelu 2015., bez dobiti od povoljne kupnje Žita, impairmenta Žita i odgođenih poreznih prihoda.

Analitičar	Preporuka	Ciljana cijena	Potencijal ²
 InterCapital	Kupiti	364,78 kuna	9,7%
 Raiffeisen BANK	Držati	353,00 kuna	6,2%
 ERSTE Group	Kupiti	355,00 kuna	11,3%
 UniCredit	Kupiti	398,96 kuna	20,0%
 WOOD & COMPANY	Držati	371,00 kuna	11,6%

²U odnosu na zadnju tržišnu cijenu na 20.07.2016.





Glavna skupština Podravke d.d. u 2016. godini

22. srpnja 2016. godine, Koprivnica.

