

Koprivnica, 24. srpnja 2024.

## **Grupa Podravka u prvih šest mjeseci 2024. značajno povećala prihode od prodaje i dobit**

Grupa Podravka u prvih je šest mjeseci 2024. ostvarila gotovo **deset posto veće prihode od prodaje nego u istom razdoblju lani**. Oni su iznosili **380,4 milijuna eura, odnosno 34,1 milijun eura više**. Prihodi segmenta Prehrane pritom su porasli za 25,3 milijuna eura ili 9,6 posto u odnosu na prvih šest mjeseci 2023., dok je rast prihoda segmenta Farmaceutike iznosio 8,8 milijuna eura ili 10,8 posto.

Najznačajniji rast prihoda Podravka je u segmentu Prehrane u prvih šest mjeseci 2024. ostvarila na tržištu zapadne Europe, gdje se **posebice izdvaja Njemačka, s rastom od čak 78,4 posto u odnosu na isto razdoblje lani**. Na **tržištu SAD-a** prihodi od prodaje vlastitih brendova rasli su **25,4 posto**, dok projekt pozicioniranja Podravke USA kao središta za izvoz brendova jugoistočne Europe u SAD napreduje prema planu te je volumen distribucijskih aktivnosti u SAD-u povećan pet puta u odnosu na isto razdoblje lani. Prodaja je snažno rasla i u jugoistočnoj Europi, ukupno deset posto, a najznačajnije u BiH i Crnoj Gori. Na tržištu Hrvatske zabilježen je rast prodaje od 7,5%.

Ovako značajan rast prihoda od prodaje rezultat je rasta na svim tržištima i u njemu se reflektiraju mnogobrojne aktivnosti i promjene uvedene tijekom prošle godine. Intenzivno se radilo na restrukturiranju inozemnih tržišta, širenju mreže kupaca, širenju portfelja i izvozu, ali i na sveobuhvatnom redefiniranju cjenovnih politika na svim inozemnim tržištima radi povećanja profitabilnosti izvoza.

Dobri rezultati vidljivi su i u operativnoj dobiti **Grupe prije amortizacije (EBITDA), koja je u prvoj polovici godine iznosila je 65,8 milijuna eura. Riječ je o rastu od 17,5 milijuna eura, odnosno 36,2 posto** u usporedbi s prvih šest mjeseci prošle godine. **Neto dobit iz poslovanja** iz koje su isključene jednokratne stavke (normalizirana dobit) za prvih šest mjeseci ove godine iznosila je **38,8 milijuna eura, gotovo pedeset posto više od normalizirane neto dobiti za isto razdoblje prošle godine kada je iznosila 26 milijuna eura**.

„Rezultati ostvareni u prvoj polovici godine potvrda su ispravnosti odluka o transformaciji nastupa na inozemnim tržištima, ali i upornosti u provedbi tih odluka kojima smo bili posvećeni u proteklom razdoblju. Posebno možemo biti zadovoljni širenjem poslovanja i povećanjem profitabilnosti na tržištima zapadne Europe, naročito Njemačke, ali i Austrije te Amerike. To su tržišta na koja smo posebno usmjerili svoju pozornost. Rast prodaje na inozemnim tržištima rezultat je povećanih količina prodaje, ali i odluke da cijene po kojima prodajemo naše proizvode na bogatijim tržištima ne mogu biti niže od onih po kojima ih prodajemo u Hrvatskoj. Uspjeli smo povećati izvoz, istovremeno pozicionirajući Podravkine proizvode na način na koji to kvaliteta našeg portfelja i zaslužuje. Iako je pred nama još puno posla, ovi rezultati potvrđuju da su aktivnosti na unutarnjoj transformaciji Podravkinog poslovanja jednako uspješne, kao i naše brojne investicije koje su često vidljivije zbog svoje opipljivosti. Naravno, zasluge za ova postignuća idu svim zaposlenicima Podravke koji zajedničkim naporima provode sve naše zacrtane ciljeve i potrošačima nastavljaju pružati samo najkvalitetnije usluge i proizvode“, **poručila je Martina Dalić, predsjednica Uprave Podravke**.

Kako je istaknula, cijelo prvo polugodište, kao i ostatak godine obilježen je dovršetkom velikih investicija koje se provode u sklopu Podravkinog investicijskog ciklusa koji je započeo 2021.

Otvorena je nova Tvornica tjestenine u Koprivnici, a nedavno i novi pogon za preradu rajčice u Varaždinu. Investicija u novi pogon za preradu rajčice središte je Podravkinog projekta povećanja proizvodnje rajčice i ostvarivanja samodostatnosti u ovoj sirovini. To znači da će sva rajčica u Podravkinim najvažnijim proizvodima, koje izvozimo širom svijeta, biti rajčica s hrvatskih polja.

Osim pogona za preradu rajčice, dovršena je i modernizacija pogona pekare u Mariboru, u Koprivnici je započela gradnja novog Transportnog centra, a najesen se očekuje dovršetak i otvorenje logističko-distributivnog centra, najveće investicije u sklopu Strategije poslovanja Grupe Podravka do 2025. Uz sve navedeno, početkom godine predstavljen je i novi vizualni identitet prilagođen potrebama i ciljevima kompanije. Time je korporativni logotip Grupe Podravka prvi puta odvojen od proizvodnog logotipa brenda Podravka.

**Završetak prvog polugodišta obilježen je odlukom Fortenova grupe o izboru Podravke kao preferiranog partnera za kupnju poljoprivrednih kompanija Belje, PIK Vinkovci, Vupik, Energija Gradec, Belje Agro-vet i Felix.** Sukladno tome, Podravka i Fortenova grupa potpisale su Ugovor o ekskluzivnosti kojim se potvrđuje da je Podravka preferirani partner, a temeljem kojeg je Podravka uplatila i 15 milijuna eura pologa za ovo preuzimanje. Dvršetak procesa prodaje uslijedit će nakon dodatnih pregovora i usuglašavanja kupoprodajnog ugovora te dobivanja svih potrebnih odobrenja regulatornih tijela u Hrvatskoj i regiji.

Tijekom cijele godine Podravka, također, nastavlja s ulaganjima u modernizaciju poljoprivredne proizvodnje. Jedan od ključnih ciljeva jest i daljnje ulaganje u sustave navodnjavanja, odnosno proširenje poljoprivrednih površina pod navodnjavanjem, što je preduvjet za uspješnu proizvodnju povrća i jačanje konkurentnosti domaće poljoprivredne proizvodnje. Ove je godine intenzivirana i suradnja s poljoprivrednim kooperantima, posebno u proizvodnji rajčice. Samo za tu povrtnu kulturu sklopljeno je dvostruko više ugovora nego prošle godine. Sve ovo omogućit će sigurnost opskrbe tvornica kvalitetnim sirovinama, jačanje liderske pozicije i konkurentnosti te, u konačnici, zadovoljstvo krajnjih potrošača.