



REZULTATI POSLOVANJA GRUPE PODRAVKA ZA RAZDOBLJE 1.-6. 2009.

Glavna obilježja i događaji

1. Ukupna prodaja Grupe Podravka u prvoj polovici 2009. godine iznosila je 1.737,6 milijuna HRK što predstavlja rast od 2% u odnosu na isto razdoblje 2008. godine.
2. Strateško poslovno područje (SPP) Prehrana i pića ostvarilo je pad prodaje od 2%, dok je prodaja SPP Farmaceutika porasla za 18%.
3. Prodaja Podravka marki iznosila je 1.177,2 milijuna HRK i na razini je prošlogodišnje.
4. Bruto marža Grupe pala je za 100bp uslijed promjene strukture prodaje u SPP Farmaceutika.
5. Operativna marža Grupe zabilježila je rast od 50bp.
6. Ukupna vrijednost kapitalnih ulaganja u promatranom razdoblju iznosila je 49,3 milijuna HRK.
7. Otvoren je novi skladišno – distributivni centar u Dugopolju.
8. Potpisan je ugovor s Impromom d.o.o. u stečaju o davanju licencnog prava korištenja robne marke Gušti Podravki d.d. te je potpisan ugovor o uslužnoj proizvodnji pod tom markom u pogonima kompanije Improm d.o.o. u stečaju.
9. Vegeta je dobila priznanje "Hit FMCG" u Poljskoj.
10. Podravkin Pekmez od šljiva i Sardine u maslinovom ulju dobitnici su priznanja Superior Taste Award za izvrsnost okusa koje dodjeljuje International Taste & Quality Institute iz Bruxellesa.

Napomena

Novom organizacijom poslovanja strateškog poslovnog područja (SPP) Prehrane i pića krajem 2008. godine, došlo je i do nove klasifikacije grupa proizvoda prema poslovnim programima (PP). Sukladno ovim promjenama od prvog kvartala 2009. godine o prodaji Grupe Podravka izveštavamo na sljedeći način:

SPP "Prehrana i pića"

1. Poslovni program Hrana

- Podravka marke
 - Podravka jela (Podravka jela, Voće i povrće, Riža i grahorice, Mlin i Pekara, Zamrznuto)
 - Dječja hrana, slastice i snack
 - Riba i riblji proizvodi
- Ostalo

2. Poslovni program Dodaci jelima

- Podravka marke
- Ostalo

3. Poslovni program Meso

- Podravka marke
- Ostalo

4. Poslovni program Pića

- Podravka marke
- Ostalo

SPP "Farmaceutika"

SPP "Usluge"

Obzirom na klasifikaciju proizvoda u 2009. godini, prodaja 2008. unutar PP Hrana prema navedenim grupama proizvoda razlikuje se od one objavljene u izvještajnom razdoblju 2008. Unutar svakog poslovnog programa zasebno je iskazana prodaja Ostalo, koja obuhvaća prodaju trgovačke robe, privatnih marki, uslužnu proizvodnju i B2B.

Klasifikaciji proizvoda u 2009. usporedno je prilagođena prodaja 2008. godine.

Izjava o odricanju od odgovornosti

Ova objava sadrži određene izjave o budućim događajima u vezi s financijskim stanjem, rezultatima aktivnosti i poslovanjem Grupe Podravka. Te izjave o budućnosti predstavljaju očekivanja ili mišljenja Društva o budućim događajima, uključuju poznate i nepoznate rizike te nesigurnosti koje bi mogle uzrokovati da se stvarni rezultati, učinak ili događaji bitno razlikuju od onih izraženih ili pretpostavljenih u tim izjavama.

Prihodi od prodaje po strateškim poslovnim područjima

Red. br.	SPP	u milijunima HRK				
		1.-6. 2009.		1.-6. 2008.		Indeks 2:4
0	1	Iznos	%	Iznos	%	6
1.	Prehrana i pića	1.366,6	78,7	1.393,1	81,5	98
2.	Farmaceutika	368,5	21,2	312,9	18,3	118
3.	Usluge	2,5	0,1	2,9	0,2	86
Ukupno		1.737,6	100,0	1.708,9	100,0	102

Prihodi od prodaje Grupe Podravka iznosili su 1.737,6 milijuna HRK i veći su za 2% u odnosu na isto razdoblje 2008. godine.

Prihodi od prodaje SPP Prehrana i pića iznosili su 1.366,6 milijuna HRK što predstavlja pad prodaje od 2%, pri čemu prodaja Podravka marki nije zabilježila pad te je na jednakoj razini kao i prošle godine. Na tržištu Hrvatske prodaja SPP Prehrana i pića ostvarilo je pad od 3%, dok istovremeno na inozemnom tržištu pad prodaje SPP Prehrana i piće iznosi 1%.

SPP Farmaceutika ostvarilo je prodaju u iznosu od 368,5 milijuna HRK što predstavlja rast od 18% u odnosu na isto razdoblje u 2008. godini. Porast prodaje SPP Farmaceutika na tržištu Hrvatske iznosio je 6%, a većim dijelom generiran je rastom prodaje ljekarničkog biznisa posredstvom poslovne divizije Ljekarne Deltis Pharm¹. Prema ATK klasifikaciji², najznačajniji rast prodaje na tržištu Hrvatske u grupi proizvoda lijekova na recept ostvarili su lijekovi s djelovanjem na živčani sustav (9%) te lijekovi za liječenje sustavnih infekcija (3%). U skupini bezreceptnih proizvoda najznačajniji porast bilježe OTC lijekovi (23%) zahvaljujući konstantnom rastu prodaje Neofena i Lupoceta. Na inozemnom tržištu SPP Farmaceutika ostvarilo je prodaju od 137,0 milijuna HRK što predstavlja porast od 47%. Rast prodaje inozemnih tržišta generiran je rastom prodaje na tržištu Bosne i Hercegovine (118%) zahvaljujući akviziciji Farmavite.

SPP Usluge u promatranom razdoblju ostvarilo je prodaju od 2,5 milijuna HRK te u ukupnoj prodaji Grupe sudjeluje tek s 0,1%³.

¹ Ljekarne Deltis Pharm zdravstvene su ustanove osnovane od strane Deltis Pharma d.o.o. i u vlasništvu su Belupa, a osnovano je s ciljem preuzimanja i konsolidiranja odnosno okrupnjavanja privatnog ljekarničkog poslovanja u Hrvatskoj

² Anatomsko-terapijsko-kemijski sustav razvrstavanja lijekova

³ SPP Usluge neće biti dio analize koja slijedi obzirom da u ukupnoj prodaji Grupe sudjeluje tek s 0,1%

Novi proizvodi u drugom kvartalu 2009. godine



Tuna salata Dalmatina i tuna salata Mediterana

predstavljaju kvalitetan i hranjiv obrok bogat dijetalnim vlaknima iz raznovrsnog povrća uz neizostavne Omega 3 masne kiseline iz komadića tunjevine.



Fant mješavine za tjesteninu s piletinom i gljivama, za špagete bolognese i za špagete carbonara

namijenjene su svima koji bi željeli imati lagano i brzo spremljeno jelo za ručak. Upravo takvo može se pripremiti korištenjem novih Fant mješavine za tjesteninu, a pomno odabrani začini i ostali sastojci proizvoda daju jelu neodoljiv okus i osobni pečat.



Sladoled Čokolino čokolada & mlijeko, sladoled

Schwarzwald i sladoled Banana-split novi su sladoledi izrazito kremaste strukture i atraktivnog izgleda te su izvor energije i osvježjenja.



Studena brusnica – ačaj i Studena kruška - jabuka

Sport aromatizirane su vode na bazi izvorske vode Studena. Karakterizira ih vrlo nizak sadržaj kalorija u odnosu na uobičajena osvježavajuća bezalkoholna pića i dodatak B vitamina. Aromatizirane vode Studena savršeno osvježavaju jer u sebi spajaju kristalnu lakoću izvorske vode i punoću voćnog okusa.



Neofen direkt pripada skupini nesteroidnih protuupalnih lijekova i antireumatika koji ublažavaju bolove, snižavaju povišenu tjelesnu temperaturu i djeluju protuupalno.

Prihodi od prodaje po grupama proizvoda

Red. br.	GRUPA PROIZVODA	u milijunima HRK				
		1.-6. 2009.		1.-6. 2008.		Indeks 2:4
		Iznos	%	Iznos	%	
0	1	2	3	4	5	6
1.	PP HRANA	739,6	42,6	743,7	43,5	99
	Podravka marke	581,8	33,5	564,7	33,0	103
	- Podravka jela	352,7	20,3	348,5	20,4	101
	- Dječja hrana, slastice i snack	161,1	9,3	153,9	9,0	105
	- Riba i riblji proizvodi	68,0	3,9	62,3	3,6	109
	Ostalo	157,8	9,1	179,0	10,5	88
2.	PP DODACI JELIMA	336,8	19,4	346,2	20,2	97
	Podravka marke	329,1	18,9	337,9	19,7	97
	Ostalo	7,7	0,5	8,3	0,5	93
3.	PP MESO	173,0	10,0	175,6	10,3	99
	Podravka marke	160,0	9,2	161,5	9,5	99
	Ostalo	13,0	0,8	14,1	0,8	92
4.	PP PIĆA	117,2	6,7	127,6	7,5	92
	Podravka marke	106,3	6,1	113,0	6,6	94
	Ostalo	10,9	0,6	14,6	0,9	75
5.	Lijekovi	368,5	21,2	312,9	18,3	118
6.	Usluge	2,5	0,1	2,9	0,2	86
	Ukupno	1.737,6	100,0	1.708,9	100,0	102

PP Hrana ostvario je pad prodaje od 1%, no prodaja Podravka marki unutar ovog poslovnog programa porasla je za 3%. Porast prodaje grupe proizvoda Podravka jela (1%) baziran je na porastu prodaje na tržištu jugoistočne Europe (10%) uz najveći doprinos tržišta Bosne i Hercegovine (18%) i Slovenije (22%). Najveći porast unutar grupe proizvoda Podravka jela ostvarile su Juhe koje u promatranom razdoblju rastu za 7% te Proizvodi na bazi rajčice čija prodaja raste za 19%. Prodaja grupe proizvoda Dječja hrana, slastice i snack porasla je za 5%, a najviše su doprinijela tržišta Bosne i Hercegovine (17%) i Slovenije (8%). Grupa proizvoda Riba i riblji proizvodi raste za 9% temeljem rasta prodaje na tržištima Mađarske (113%), Slovenije (30%) i Bosne i Hercegovine (10%).

Prodaja PP Dodaci jelima pala je za 3% u odnosu na isto razdoblje prošle godine temeljem pada prodaje u Hrvatskoj (-5%) i na inozemnim tržištima (-2%). Niža prodaja na inozemnim tržištima proizlazi iz pada prodaje na tržištu srednje Europe (-17%), odnosno Poljske (-21%) gdje je došlo do snažnog pada vrijednosti poljskog zlota (-21%). Prodaja PP Dodaci jelima istovremeno bilježi porast na tržištima jugoistočne Europe (12%), istočne Europe (5%) i zapadne Europe, prekooceanskih zemalja i Dalekog istoka (10%).

Prodaja PP Meso ostvarila je pad prodaje od 1% koji proizlazi iz manje prodaje na inozemnim tržištima (-5%) dok je prodaja u Hrvatskoj na razini prošlogodišnje. Na pad prodaje u inozemstvu najviše je utjecala niža prodaja na tržištu zapadne Europe, prekooceanskih zemalja i Dalekog istoka (-18%), dok je istovremeno u jugoistočnoj Europi prodaja ove grupe proizvoda porasla za 5%.

Prodaja PP Pića niža je za 8% u odnosu na isto razdoblje 2008. godine, čemu najviše pridonosi pad prodaje u Hrvatskoj (-9%), no niža razina prodaje ostvarena je i u inozemstvu (-3%). Iako prodaja PP Pića bilježi pad, porast prodaje su zabilježili Izvorska voda (6%) i Čaj (6%), dok je prodaji značajnije doprinijela i nova grupa proizvoda Praškasti napici.

Prihodi od prodaja Grupe Podravka po tržištima⁴

Red. br.	TRŽIŠTA	u milijunima HRK				
		1.-6. 2009.		1.-6. 2008.		Indeks 2:4
0	1	Iznos	%	Iznos	%	6
1.	Hrvatska	886,8	51,0	893,8	52,3	99
2.	Jugoistočna Europa	427,2	24,6	352,9	20,6	121
3.	Srednja Europa	224,1	12,9	267,6	15,7	84
4.	Zapadna Europa, prekooceanske zemlje i Daleki istok	121,3	7,0	116,3	6,8	104
5.	Istočna Europa	78,2	4,5	78,3	4,6	100
Ukupno		1.737,6	100,0	1.708,9	100,0	102

U promatranom razdoblju na tržištu Hrvatske ostvareno je 51% ukupne prodaje Grupe Podravka. Prodaja na domaćem tržištu iznosila je 886,8 milijuna HRK te je niža je za 1% u odnosu na isto razdoblje u 2008. godini. Niža razina prodaje uzrokovana je padom prodaje SPP Prehrana i piće (-3%) dok istovremeno SPP Farmaceutika bilježi porast od 6%.

Na inozemnim tržištima ostvarena je prodaja u iznosu 850,8 milijuna HRK što predstavlja rast od 4% u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Najveći porast ukupne prodaje ostvaren je na tržištu jugoistočne Europe (21%) čemu najviše pridonosi rast prodaje na tržištu Bosne i Hercegovine (42%), no primjetan je porast prodaje i na tržištima Slovenije (10%) i Crne Gore (15%). Prodaja na tržištu srednje Europe pala je za 16% pod utjecajem pada prodaje na tržištima Češke (-23%) i Poljske (-21%). Pad prodaje na tržištu Češke rezultat je usmjeravanja prodaje Riže i grahorica u brendirane proizvode i izlaska iz B2B segmenta te iz privatnih marki i uslužne proizvodnje, čime bi se trebala poboljšati profitabilnost ove kategorije. Pad prodaje u Poljskoj uzrokovan je slabljenjem vrijednosti poljskog zlotu u odnosu na tečaj kune (-21%). Najveći rast Podravka marki ostvaren je na tržištu jugoistočne Europe (8%), no porast prodaje Podravka marki ostvaren je i na tržištu zapadne Europe, prekooceanskih zemlja i Dalekog istoka (8%) te na tržištu istočne Europe (8%).

⁴ Jugoistočna Europa - Albanija, Bosna i Hercegovina, Crna Gora, Kosovo, Makedonija, Slovenija, Srbija
Srednja Europa - Češka, Mađarska, Poljska, Slovačka
Zapadna Europa, prekooceanske zemlje i Daleki istok - Austrija, Australija, Benelux, Francuska, Kanada, Njemačka, SAD, Skandinavija, Švicarska, Velika Britanija i ostale prekooceanske zemlje i zemlje zapadne Europe
Istočna Europa - Pribaltičke zemlje, Rumunjska, Rusija, Ukrajina, Bugarska i ostale zemlje istočne Europe

Struktura operativnih troškova

u milijunima HRK						
Red. br.	TROŠAK	1.-6. 2009.		1.-6. 2008.		Indeks 2:4
0	1	2	3	4	5	6
1.	Troškovi prodanih proizvoda	1.029,7	62,4	996,9	60,3	103
2.	Troškovi prodaje i distribucije	475,8	28,8	492,8	29,8	97
3.	Opći i administrativni troškovi	145,2	8,8	163,7	9,9	89
Ukupno		1.650,7	100,0	1.653,4	100,0	100

U promatranom razdoblju operativni troškovi Grupe Podravka iznosili su 1.650,7 milijuna HRK i zabilježili su blagi pad od 2,7 milijuna HRK u odnosu na isto razdoblje prošle godine.

Uz rast prodaje od 2%, kod operativnih troškova rast su zabilježili samo troškovi prodanih proizvoda koji su porasli za 3% (32,8 milijuna HRK). Rast ovih troškova treba sagledati kroz promjene u poslovanju SPP Farmaceutika. Ulaskom Belupa u ljekarnički biznis i distribuciju lijekova povećali su se troškovi nabavne vrijednosti roba SPP Farmaceutika (221%), što se odrazilo na pad bruto marže Grupe.

Troškovi prodaje i distribucije zabilježili su pad od 3% (17,0 milijuna HRK) u odnosu na prošlu godinu, a najveću kontribuciju u tome padu imalo je smanjenje troškova marketinga (-13%) te smanjenje troškova logistike i distribucije (-5%). Troškovi prodajne operative istovremeno su zabilježili porast (10%), što se ponovno treba sagledati kroz promjene u poslovanja SPP Farmaceutika.

Provedena reorganizacija s kraja 2008. godine, koja je imala za cilj uspostavljanje optimalne organizacije uz revidiranje troškova svake organizacijske cjeline, odrazila se na daljnje smanjenje općih i administrativnih troškova u visini 18,5 milijuna HRK (-11%), koji su u promatranom razdoblju smanjili i svoj relativni udjel u operativnim troškovima.

Profitabilnost Grupe Podravka

u milijunima HRK			
Grupa Podravka	1.-6. 2009.	1.-6. 2008.	promjena (2/3)
1	2	3	4
Prihodi od prodaje	1.737,6	1.708,9	2%
Bruto dobit	708,0	712,1	-1%
EBITDA	154,8	141,6	9%
EBIT	73,9	65,6	13%
Neto dobit	17,3	22,9	-24%
<i>Profitne marže (%)</i>			
Bruto marža	40,7	41,7	-100bp
EBITDA marža	8,9	8,3	60bp
EBIT marža	4,3	3,8	50bp
Neto marža	1,0	1,3	-30bp

Grupa Podravka ostvarila je prihode od prodaje u iznosu 1.737,6 milijuna HRK što predstavlja rast od 2%, no promjena u strukturi prodanih proizvoda odrazila se na pad bruto marže Grupe za 100bp. Pozitivni efekti provedene reorganizacije i daljnja optimizacija operativnih procesa unutar Grupe odrazile su se na rast operativne dobiti (13%) uz poboljšanje operativne marže za 50bp. Financiranje kapitalnih investicija iz prethodnog razdoblja odrazilo se na rast troškova financiranja Grupe za 60%, obzirom da je veći dio kapitalnih investicija financiran kroz dug. Uz nešto nižu efektivnu stopu poreza na dobit, rast troškova financiranja odrazio se na pad neto dobiti (-24%) te posljedično i na pad neto marže za 30bp.

Profitabilnost prema strateškim poslovnim područjima

u milijunima HRK						
SPP	Prehrana i pića			Farmaceutika		
	1.-6. 2009.	1.-6. 2008.	promjena (2/3)	1.-6. 2009.	1.-6. 2008.	promjena (5/6)
1	2	3	4	5	6	7
Prihodi od prodaje	1.366,6	1.393,1	-2%	368,5	312,9	18%
Bruto dobit	518,4	526,5	-2%	189,6	185,6	2%
EBITDA	90,8	73,6	23%	64,0	68,0	-6%
EBIT	32,5	14,4	126%	41,4	51,3	-19%
Neto dobit	-4,1	-12,1	66%	21,4	35,0	-39%
<i>Profitne marže (%)</i>						
Bruto marža	37,9	37,8	10bp	51,5	59,3	-780bp
EBITDA marža	6,6	5,3	130bp	17,4	21,7	-430bp
EBIT marža	2,4	1,0	140bp	11,2	16,4	-520bp
Neto marža	-0,3	-0,9	60bp	5,8	11,2	-540bp

Pad prodaje i pad bruto dobiti SPP Prehrane i pića nisu se negativno odrazili na kretanje bruto marže ovog SPP-a, već je ona u promatranom razdoblju zabilježila pozitivan pomak od 10bp. Rast bruto marže rezultat je optimalnog korištenja ljudskih resursa u proizvodnim procesima, ali i pada prodaje proizvoda niže profitabilnosti u strukturi prodaje SPP Prehrane i pića. Operativna marža porasla je za 140bp temeljem smanjenja troškova prodaje i distribucije (-10%) te smanjenja općih i administrativnih troškova (-7%). U strukturi troškova prodaje i distribucije najviše su smanjeni troškovi marketinga (-20%), dok je pad općih i administrativnih troškova determiniran pozitivnim efektima reorganizacije ovog SPP-a. Iako je zabilježeno značajno povećanje operativne dobiti, očekivano veći troškovi financiranja (42%) rezultirali su neto gubitkom od 4,1 milijun HRK, no istovremeno je neto marže zabilježila porast od 60bp.

SPP Farmaceutika zabilježilo je pad profitabilnosti uslijed promjene strukture prodaje, u kojoj je i dalje prisutan značajan porast prodaje Farmavite (većim dijelom distribucija lijekova) i Deltis Pharma (ljekarnički biznis), koje karakterizira niža profitabilnost poslovanja u odnosu na profitabilnost Belupa. Iz tog razloga povećali su se troškovi prodanih proizvoda (41%) te troškovi prodaje i distribucije (27%), što se odrazilo na pad operativne marže za 520bp. Snažniji pad operativne marže ublažen je smanjenjem općih i administrativnih troškova (18%). Rast troškova financiranja (124%) rezultat je akvizicijskih aktivnosti u 2008. godini, koje su dijelom bile financirane kroz dug, što je rezultiralo padom neto marže za 540bp.

KONSOLIDIRANI RAČUN DOBITI I GUBITKA

(u tisućama kuna)

	1.- 6. 2009.	1.- 6. 2008.
Prihodi od prodaje	1.737.645	1.708.949
Troškovi sadržani u prodanim proizvodima	(1.029.681)	(996.866)
Bruto dobit	707.964	712.083
Ostali prihodi	7.797	11.253
Ostali dobici, neto	(17.689)	164
Opći i administrativni troškovi	(145.144)	(163.717)
Troškovi prodaje i distribucije	(475.842)	(492.797)
Ostali rashodi	(3.207)	(1.361)
Dobit iz redovnog poslovanja	73.879	65.625
Troškovi financiranja	(49.804)	(31.086)
Dobit prije poreza na dobit	24.075	34.539
Porez na dobit	(6.588)	(11.016)
Dobit nakon poreza na dobit	17.487	23.523
Vlasnicima manjinski udjela	(178)	(616)
Neto dobit	17.309	22.907

KONSOLIDIRANA BILANCA

(u tisućama kuna)

	30.06. 2009.	31.12. 2008.
AKTIVA		
Dugotrajna imovina		
Nekretnina, postrojenja i oprema	1.736.918	1.770.858
Goodwill	48.428	48.428
Ostala nematerijalna imovina	342.364	343.599
Odgođena porezna imovina	42.006	44.552
Ostala financijska imovina	52.133	61.705
Ukupna dugotrajna imovina	2.221.849	2.269.142
Kratkotrajna imovina		
Zalihe	678.116	631.760
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	1.293.093	1.435.538
Financijska imovina po fer vrijednosti u računu dobiti i gubitka	28.925	23.539
Novac i novčani ekvivalenti	198.807	270.609
Dugotrajna imovina koja se drži radi prodaje	4.329	4.517
Ukupna kratkotrajna imovina	2.203.270	2.365.963
UKUPNA AKTIVA	4.425.119	4.635.105
PASIVA		
Dionička glavnica		
Dionički kapital	1.580.966	1.587.356
Pričuve	77.660	83.458
Zadržana dobit	271.904	258.578
Udjel vlasnika matice	1.930.530	1.929.392
Manjinski udjel	34.334	34.113
	1.964.864	1.963.505
Dugoročne obveze		
Financijske obveze po fer vrijednosti u računu dobiti i gubitka	332.250	318.750
Dugoročni dug	560.763	597.572
Rezerviranja	28.568	27.339
Odgođena porezna obveza	7.702	8.356
	929.283	952.017
Kratkoročne obveze		
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	781.649	844.453
Kratkoročne krediti	733.094	858.455
Rezerviranja	16.229	16.675
	1.530.972	1.719.583
Ukupne obveze	2.460.255	2.671.600
UKUPNA PASIVA	4.425.119	4.635.105

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O PROMJENAMA GLAVNICE

(u tisućama kuna)

	Dionički kapital	Pričuve	Zadržana dobit	Ukupno	Manjinski interes	Ukupno
Stanje 1. siječnja 2009.	1.587.356	83.458	258.578	1.929.392	34.113	1.963.505
Izmjena početnog stanja	0	0	0	0	0	0
Tečajne razlike	0	(9.781)	0	(9.781)	43	(9.738)
Neto dobit	0	0	17.309	17.309	178	17.487
Kupovina vlastitih dionica	(6.390)	0	0	(6.390)	0	(6.390)
Prodaja vlastitih dionica	0	0	0	0	0	0
Realizacija opcija	0	0	0	0	0	0
Fer vrijednost opcija	0	0	0	0	0	0
Prijenos iz ostalih i zakonskih pričuva	0	3.983	(3.983)	0	0	0
Stanje 30. lipnja 2009.	1.580.966	77.660	271.904	1.930.530	34.334	1.964.864

KONSOLIDIRANI NOVČANI TOK

(u tisućama kuna)

	1. -6. 2009.	1. -6. 2008.
Neto dobit	17.309	22.907
Porez na dobit	6.588	11.016
Amortizacija	80.914	75.988
Dobit od prodaje dugotrajne imovine	(906)	(798)
Vrijednosno usklađenje kratkotrajne imovine	8.793	3.841
Vrijednosno usklađenje ulaganja i imovine raspoložive za prodaju	228	0
Vrijednosno usklađenje kapitalne dobiti	0	(11.327)
Dugoročna rezerviranja	575	(588)
Prihod od kamata	(6.280)	(12.810)
Rashod od kamata	54.896	33.740
Učinak promjene tečaja	(8.931)	1.356
Manjinski interes	221	7.349
Ostale stavke koje ne utječu na gotovinu	7.040	(2.818)
Promjene u radnom kapitalu		
(Povećanje) / smanjenje zaliha	(43.152)	(37.943)
Povećanje potraživanja od kupaca	59.982	(136.977)
Smanjenje ostale kratkotrajne imovine	121.954	130.392
Povećanje / (smanjenje) obveza prema dobavljačima	(74.244)	(2.364)
Povećanje/ (smanjenje) ostalih obveza	36.183	50.210
Novac generiran poslovanjem	261.170	131.174

KONSOLIDIRANI NOVČANI TOK (nastavak)

(u tisućama kuna)

	1. -6. 2009.	1. -6. 2008.
Novčani tok od poslovnih aktivnosti		
Novac generiran poslovanjem	261.170	131.174
Plaćeni porez	(9.896)	(16.858)
Plaćene kamate	(72.751)	(41.971)
Neto novac ostvaren poslovnim aktivnostima	178.523	72.345
Neto novčani tok od ulagačkih aktivnosti		
Kupnja dionica i udjela	0	(25.037)
Nabava materijalne i nematerijalne imovine	(53.236)	(70.703)
Prodaja materijalne i nematerijalne imovine	2.583	455
Dani dugoročni krediti i depoziti	0	(4.577)
Povrat danih dugoročnih kredita i depozita	355	379
Dani kratkoročni krediti i depoziti	(40.018)	(68.855)
Nabava utrživih vrijednosnica	(5.198)	(7.400)
Neto novac korišten u ulagačkim aktivnostima	(95.514)	(175.738)
Novčani tok od financijskih aktivnosti		
Nabava vlastitih dionica	(6.390)	(13.146)
Prodaja vlastitih dionica	0	6.869
Primici od dugoročnih kredita	16.212	43.687
Otplata dugoročnih kredita	(41.462)	(46.405)
Primici od kratkoročnih kredita	494.602	412.153
Otplata kratkoročnih kredita	(617.773)	(338.038)
Neto novac ostvaren financijskim aktivnostima	(154.811)	65.120
Neto smanjenje novca i novčanih ekvivalenata	(71.802)	(38.273)
Novac i novčani ekvivalenti na početku razdoblja	270.609	112.549
Novac i novčani ekvivalenti na kraju razdoblja	198.807	74.276

Kompanija sa srcem



www.podravka.com

Podravka d.d.
Odnosi s investitorima

www.podravka.hr
ir@podravka.hr