



## **REZULTATI POSLOVANJA GRUPE PODRAVKA ZA RAZDOBLJE 1.-6.2010.**

### **Glavna obilježja poslovanja**

1. Ukupna prodaja Grupe Podravka u prvih šest mjeseci 2010. godine iznosila je 1.662,7 milijuna HRK, što predstavlja pad od 4% u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Prodaja strateškog poslovnog područja (SPP) Prehrana i pića iznosila je 1.315,8 milijuna HRK, što predstavlja pad prodaje od 4%, dok je prodaja SPP Farmaceutika iznosila 346,9 milijuna HRK, što predstavlja pad prodaje od 6%.
2. Operativni troškovi Grupe Podravka manji su za 92,9 milijuna HRK (-6%).
3. Ostvarena neto dobit Grupe Podravka iznosi 31,2 milijuna HRK, što predstavlja rast od 80% u odnosu na isto razdoblje prošle godine.
4. Neto dobit Grupe Podravka bez izvanrednih stavki iznosi 57,0 milijuna HRK, što predstavlja rast od 61% u odnosu na isto razdoblje prošle godine.

### **Važni događaji**

1. Dana 25.1.2010. godine Erste Factoring d.o.o. pozvao je Podravku d.d. da kao avalist isplati obvezu po Ugovoru o financiranju temeljem mjenice, sklopljenom s Fima Grupom d.d. (kao Klijentom) i Podravkom d.d. (kao Avalistom) u iznosu od 102,7 milijuna HRK. Za navedeni iznos izvršene su rezervacije u financijskim izvještajima za 2009. godinu. Podravka d.d. je pokrenula postupak za naplatu navedenog iznosa od Fima Grupe d.d., odnosno njenih pravnih sljednika.
2. Dana 8.2.2010. godine Podravka d.d. je uspješno okončala izdanje druge tranše komercijalnih zapisa u kojoj je Raiffeisenbank Austria d.d. (RBA) bila dealer izdanja. Ukupni nominalni iznos tranše iznosio je 130,0 milijuna HRK, prinos 9,15%, cijena izdanja bila je 91,638 %, a dospijeće 364 dana. Druga tranša komercijalnih zapisa Podravke d.d. je, kao i prva tranša, izazvala veliki interes brojnih institucionalnih investitora, među kojima su najznačajniji mirovinski i investicijski fondovi te osiguravajuća društva. Prestigle ponude višestruko su premašile iznos izdanja, a sredstva su korištena za refinanciranje prve tranše izdane u veljači 2009. godine. Ukupna vrijednost Programa izdanja komercijalnih zapisa Podravke d.d. iznosi 350 milijuna HRK.

3. Dana 25.3.2010. godine u Koprivnici je održana Glavna skupština Podravke d.d., na kojoj su donesene sljedeće odluke:

1. Odluka o opozivu predsjednika i zamjenika predsjednika Glavne skupštine Podravke d.d. - kako je predloženo od strane Uprave i Nadzornog odbora Podravke d.d. te objavljeno u sazivu Glavne skupštine i
2. Odluka o izboru predsjednika i zamjenika predsjednika Glavne skupštine Podravke d.d. - istovjetno kako je predloženo od strane Uprave i Nadzornog odbora Podravke d.d. te objavljeno u sazivu Glavne skupštine.

Obzirom da na Glavnoj skupštini nije donesena Odluka o izmjenama i dopunama Statuta Podravke d.d., Uprava i Nadzorni odbor Podravke d.d. - kao predlagatelji - odustali su od svojih daljnjih prijedloga pod točkama dnevnog reda broj 6 (Odluka o opozivu članova Nadzornog odbora Podravke d.d.) i točke broj 7 (Odluka o izboru članova Nadzornog odbora Podravke d.d.), kako je objavljeno u sazivu Glavne skupštine.

4. Dana 29.3.2010. godine dionica Podravke d.d. ušla je *blue chip* indeks Zagrebačke burze CROBEX10. Komisija za indeks je 11.3.2010. godine izvršila prvu reviziju tog indeksa i to na temelju podataka o trgovanju za razdoblje od 1.9.2009. do 28.2.2010. godine, koja je pokazala da je dionica Podravke d.d. zadovoljila uvjete za uključanje u indeks. Indeks CROBEX10 počeo se objavljivati 7.9.2009. godine. Bazni datum je 31.7.2009. godine, a bazna vrijednost iznosi 1.000. CROBEX10 je vagan na osnovi *free float*a tržišne kapitalizacije, pri čemu je težina pojedine dionice ograničena na 20%. U CROBEX10 uključeno je 10 dionica iz sastava indeksa CROBEX s najvećom *free float* tržišnom kapitalizacijom i prometom.
5. Dana 31. svibnja 2010. godine Nadzorni odbor Podravke d.d. je na svojoj 54. sjednici donio odluku o imenovanju predsjednika i članova Uprave Podravke d.d..  
Za predsjednika Uprave Podravke d.d. imenovan je dotadašnji predsjednik Uprave Miroslav Vitković, a za članove Uprave Društva imenovani su Lidija Kljajić, Krunoslav Bešvir, Marin Pucar i Miroslav Repić.  
Branku Vuljaku prestao je mandat kao zamjeniku člana Uprave Podravke d.d. te se istovremeno nastavio, odnosno ponovno aktivirao njegov mandat kao člana Nadzornog odbora Društva.  
Mandat imenovanog predsjednika i članova Uprave Podravke d.d. počeo je teći od dana njihova imenovanja.
6. Mineralnoj vodi pod markom Studenac dodijeljeno je priznanje Superior Taste Award nagrada International Taste & Quality Instituta iz Bruxellesa - jedne od vodećih svjetskih organizacija koja ocjenjuje kvalitetu okusa svih kategorija proizvoda iz segmenta prehrane i pića. U Superior Taste Award kategoriji ocjenjuju se isključivo proizvodi koji se nalaze na policama trgovina, a u proces ocjenjivanja mogu ući proizvodi samo onih kompanija koje posjeduju certifikate kontrole kvalitete. Studenac je ocijenjen maksimalnom ocjenom od tri zvjezdice te svrstan u kategoriju proizvoda vrhunskog okusa i kvalitete, a važnost ove nagrade najbolje ilustrira činjenica da u pravilu manje od 10% svih proizvoda koji sudjeluju u testiranju uspiju osvojiti tri zvjezdice, odnosno više od 90% mogućih bodova.

Ostali nagrađeni Podravkini proizvodi - Ajvar Blagi, Lino lada, Mješavina za krafne, Mješavina za kukuruzni kruh i Mješavina za kruh sa sjemenkama, također su ostvarenim ocjenama osigurali da sljedeće tri godine na ambalaži komuniciraju internacionalno prepoznatljiv znak kvalitete "Superior Taste Award 2010", što ih etablira među visokokvalitetne prehrambene proizvode.

7. Temeljem analize tržišnog potencijala marke Vegeta u „culinary“ segmenta, zaključeno je da marka Vegeta ima vrlo veliki potencijal za širenje u segmentu specijalnih dodatka jelima na tržištu Poljske. Iz toga razloga donesena je strateška odluka za iskorak u kategoriju specijalnih dodataka jelima, koja će dugoročno generirati rast prodaje, te biti vrlo važan korak u daljnjem razvoju marke Vegeta u Poljskoj i ostalim tržištima srednje Europe. Ovim projektom je potrošačima na tržištu Poljske predstavljeno 25 novih proizvoda pod markom Vegeta.
8. Podravkina Vegeta Natur u Poljskoj je proglašena Hit FMCG proizvodom 2010. godine prema izboru utjecajnog časopisa za trgovce Życie Handlowe. Vegetu Natur, najboljom novinom u trgovinama ocijenili su direktori vodećih prodajnih lanaca, koji su birali proizvode s najvećim potencijalom zarade. U izboru za nagradu za hit proizvod široke potrošnje ocjenjivački sud u obzir je uzimao originalnost i kvalitetu proizvoda, njegovu dostupnost u trgovinama, cijenu, pakiranje i prodajnu podršku.  
Vegeta Natur potpuno je novi proizvod u segmentu univerzalnih začina, koji je nadahnut prirodom i namijenjen svima koji žele uživati u okusu, a pridaju važnost zdravoj prehrani.

## Napomena

Završetkom restrukturiranja unutar SPP Usluge, od prvog kvartala 2010. godine prodaju Grupe Podravka prikazujemo prema dva strateška poslovna područja - SPP Prehrana i pića i SPP Farmaceutika, te ćemo o prodaji Grupe Podravka izvještavati 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, Zamrznuta hrana)
  - 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"

Obzirom na činjenicu da je završen proces restrukturiranja unutar SPP Usluge, izvršena je i reklasifikacija prihoda tog SPP-a te se prikaz strukture prihoda od prodaje Grupe Podravka razlikuje od one objavljene u izvještajnom razdoblju 2009. godine. Za svaki poslovni program unutar SPP Prehrana i pića zasebno je iskazivana prodaja Ostalo, koja od 2010. godine uz prodaju trgovačke robe, privatnih marki, uslužne proizvodnje te B2B obuhvaća i dio prihoda nekadašnjeg SPP Usluge, koji su zbog završetka restrukturiranja smanjeni na najmanju moguću mjeru.

Klasifikaciji u 2010. godini usporedno je prilagođena prodaja 2009. 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. 2010.		1.-6. 2009.		Indeks 2:4
0	1	Iznos	%	Iznos	%	6
1.	Prehrana i pića	1.315,8	79,1	1.368,5	78,8	96
2.	Farmaceutika	346,9	20,9	369,1	21,2	94
<b>Ukupno</b>		<b>1.662,7</b>	<b>100,0</b>	<b>1.737,6</b>	<b>100,0</b>	<b>96</b>

Prihodi od prodaje Grupe Podravka u prvih šest mjeseci 2010. godine iznosili su 1.662,7 milijuna HRK i manji su za 4% u odnosu na isto razdoblje 2009. godine.

Prodaja SPP Prehrana i pića iznosila je 1.315,8 milijuna HRK što predstavlja pad prodaje od 4% u usporedbi s istim razdobljem prošle godine. Ovaj pad generiran je padom prodaje SPP Prehrana i pića u Hrvatskoj (-11%) budući da se na tržištu Hrvatske još uvijek ne nazire oporavak domaće potrošnje. Negativni trendovi u prometu u trgovini na malo<sup>1</sup> i zaposlenosti<sup>2</sup>, koji su nastavljeni i u drugom kvartalu 2010. godine, pridonose nastavku loših očekivanja potrošača što negativno utječe na domaću potrošnju. Prodaja SPP Prehrana i pića na inozemnim tržištima raste za 2% i najvećim je dijelom rezultat gospodarskog oporavka i rasta potrošnje zemalja Europske unije, čija kontribucija u ukupnoj prodaji SPP Prehrane i pića iznosi 30%, što ujedno predstavlja i rast od 7% u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Prema grupama tržišta, inozemna tržišta koja bilježe porast prodaje su tržište zapadne Europe, prekooceanskih zemalja i Dalekog istoka (19%) gdje se najviše ističu tržišta Australije (43%), Turske (829%) i Austrije (28%) te tržište srednje Europe (10%), na kojima se najviše ističu tržišta Poljske (25%) i Češke (7%). Pad prodaje zabilježen je na tržištu jugoistočne Europe (-6%) na kojem je još uvijek izražen utjecaj gospodarske krize za razliku od zemalja zapadne i srednje Europe.

SPP Farmaceutika ostvarilo je prodaju u iznosu od 346,9 milijuna HRK, što predstavlja pad prodaje od 6% u odnosu na isto razdoblje 2009. godine. Navedeni pad proizlazi iz niže razine prodaje na tržištu Hrvatske (-11%), koja je rezultat pada prodaje lijekova na recept (-10%) i bezreceptnih proizvoda (-18%). Krajem lipnja stupila je na snagu nova Osnovna i Dopunska lista lijekova HZZO-a<sup>3</sup> sa sniženim cijenama velikog broja lijekova. Kako je navedeno sniženje cijena lijekova bilo najavljeno mjesecima unaprijed, kupci lijekova (distributeri, veletrgovine) smanjivali su svoje zalihe očekujući niže cijene. Pad prodaje bezreceptnih proizvoda posljedica su krize i pada kupovne moći jer se potrošači odriču lijekova koji im nisu prijeko potrebni. Na inozemnom tržištu SPP Farmaceutika ostvarilo je porast prodaje od 2%, generiran porastom prodaje lijekova na recept (13%). Inozemna tržišta na kojima je zabilježen najveći porast prodaje su tržišta Rusije (85%), Slovačke (25%), Srbije (20%) te Češke (13%).

<sup>1</sup> Pad prodaje u trgovini na malo iznosio je 6,1%; izvor: Državni zavod za statistiku, Mjesečno statističko izvješće broj 6, 2010. (podatak se odnosi na razdoblje 1.-5.2010.)

<sup>2</sup> Porast ukupnog broja nezaposlenih iznosio je 18,9%; izvor: Državni zavod za statistiku, Mjesečno statističko izvješće broj 6, 2010. (podatak se odnosi na razdoblje 1.-5.2010.)

<sup>3</sup> Hrvatski zavod za zdravstveno osiguranje



## Novi proizvodi u drugom kvartalu 2010. godine



**Vegeta marinada univerzalna, Vegeta marinada pikantna, Vegeta marinada mediteranska i Vegeta marinada s češnjakom** namijenjene su svima koji žele umjeren i idealno zaokružen okus jela od mesa i ribe, gulaša, paprikaša i variva s povrćem. Upravo zahvaljujući odličnoj kombinaciji ulja i octa, sušenog povrća i začina, Vegeta marinade su garancija neodoljivog okusa vaših jela s roštilja, pečenja i sl. Proizvodi ne sadrže konzervanse, pojačivače okusa niti arome.

**Juha s povrtnim i gris okruglicama, Juha s mesnim i gris okruglicama i Juha s jetrenim i gris okruglicama** nove su Podravkine juhe, a karakteristično za sva tri proizvoda je da svaka vrećica juhe sadrži ekstra puno dvovrsnih okruglica.



**Lino Vanillino pahuljice** neodoljivog su okusa vanilije, sa 7 vitamina i dodatkom bijele čokolade.

**Lino pillows** odličan su izbor za početak dana i uživanje u jedinstvenom okusu kojeg pruža kombinacija najkvalitetnijih žitarica i hrskavih jastučića punjenih kakao kremom.

**Lino keksolino jabuka** odlična je kombinacija žitarica, keksa i prave jabuke, sa 9 vitamina i kalcijem.

**Fant mješavina za chilli con carne** idealna je baza za pripremu pikantno začinenog jela.

**Fant mješavina za meso s povrćem u woku** pomoći će u pripremi egzotičnog jela na jednostavan način.

**Fant mješavina za pirjano povrće Ratatouille** pomoći će u pripremi specijaliteta od povrća, a sadrži kombinaciju različitog povrća i odabranog začinskog bilja.

**Fant mješavina za Stroganoff** idealna je baza za pripremu poznatog ruskog jela Stroganoff.



**Zelene masline, Zelene masline otkoštice i Zelene masline punjene pastom od paprike.** Preuzimanjem marke SMS, vjernim potrošačima ponuđena je prepoznatljiva tradicionalna receptura i kvaliteta koja je sada osvježena novim dizajnom.

## Specijalni dodaci jelima na tržištu Poljske pod markom Vegeta

**Vegeta do ... / Vegeta za ...** je prijedlog za suvremene potrošače koji cijene savršeno začinjena jela s bogato izraženim okusom.

U sastav linije spada 15 klasičnih kompozicija dodataka jelima najveće kvalitete sušenog bilja i povrća specijalno izabranih za najpopularnija jela, jednako poljskih tradicionalnih jela – između ostalog za mljeveno meso, bigos, fileke, piletinu, kao i za svjetska jela – za kineska, meksička i talijanska jela, te za kebab ili ražnjiće. Zahvaljujući bogatoj ponudi dodataka jelima iz linije **Vegeta do...** / **Vegeta za ...** moguće je brzo, jednostavno i bez puno muke pripremiti omiljena jela.

**Vegeta do pikantnog kurczaka / za začinjenu piletinu,**  
**Vegeta do kurczaka / za piletinu, Vegeta do grilla / za grill,**  
**Vegeta do pikantnog grilla / za pikantni grill, Vegeta do grillowanych szaszłyków / za šašljik,** **Vegeta do mięsa mielonego / za mljeveno meso, Vegeta do bigosu / za bigoš,**  
**Vegeta do ryb / za ribu, Vegeta do flaków / za fileke,** **Vegeta do gulaszu / za gulaš, Vegeta do wieprzowiny / za svinjetinu,** **Vegeta do kebaba i gyrosa / za kebab, Vegeta do dań włoskich / za talijanska jela,** **Vegeta do dań chińskich / za kineska jela, Vegeta do dań meksykańskich / za meksička jela**



**Vegeta Natur do ... / Vegeta Natur za ...** nastala je uz pomoć inspiracije bogatstva iz prirode. Svaki od 10 originalnih dodataka jelima **Vegeta Natur za...** sastoji se od isključivo prirodnih i specijalno odabranih sastojaka – aromatiziranog bilja, sušenog povrća i svježih začina. Proizvodi ne sadrže nikakve umjetne dodatke, pojačivače okusa ili konzervanse. U ponudi dodataka jelima iz serije **Vegeta Natur za ...** može se pronaći interesantnih kompozicija, jednako za topla jela - za jela s gljivama, za jela s krumpirom ili za zapečeno povrće, kao i za hladna jela – za kefir, za sir s vrhnjem, za mozzarellu s rajčicom kao i za razne salate.



**Vegeta Natur do ziołowego kurczaka / za piletinu sa zacinima,** **Vegeta Natur do złocistego kurczaka / za zlatnu piletinu, Vegeta Natur do grilla / za grill,** **Vegeta Natur do grillowanych warzyw / za povrće grill, Vegeta Natur do dań z ziemniaków / za jela od krumpira,** **Vegeta Natur do tostów i zapiekanek / za tost, Vegeta Natur do salatek / za salate,** **Vegeta Natur do kefiru i twarogu / za svježi sir, Vegeta Natur do mozzarelli i pomidorów / za mozzarellu s rajčicom,** **Vegeta Natur do dań z grzybów / za jela s gljivama**



## Prihodi od prodaje po grupama proizvoda

u milijunima HRK						
Red. br.	GRUPA PROIZVODA	1.-6. 2010.		1.-6. 2009.		Indeks 2:4
		Iznos	%	Iznos	%	
0	1	2	3	4	5	6
1.	<b>PP HRANA</b>	<b>697,2</b>	<b>41,9</b>	<b>741,3</b>	<b>42,7</b>	<b>94</b>
	Podravka marke	558,8	33,6	590,0	34,0	95
	- Podravka jela	325,1	19,6	353,4	20,4	92
	- Dječja hrana, slastice i snack	170,0	10,2	168,6	9,7	101
	- Riba i riblji proizvodi	63,7	3,8	68,0	3,9	94
	Ostalo	138,4	8,3	151,3	8,7	91
2.	<b>PP DODACI JELIMA</b>	<b>346,9</b>	<b>20,9</b>	<b>336,8</b>	<b>19,4</b>	<b>103</b>
	Podravka marke	337,9	20,3	329,1	18,9	103
	Ostalo	9,0	0,6	7,7	0,5	117
3.	<b>PP MESO</b>	<b>176,4</b>	<b>10,6</b>	<b>173,0</b>	<b>10,0</b>	<b>102</b>
	Podravka marke	155,9	9,4	159,6	9,2	98
	Ostalo	20,5	1,2	13,4	0,8	153
4.	<b>PP PIĆA</b>	<b>95,3</b>	<b>5,7</b>	<b>117,4</b>	<b>6,7</b>	<b>81</b>
	Podravka marke	91,6	5,5	106,3	6,1	86
	Ostalo	3,7	0,2	11,1	0,6	33
5.	<b>Lijekovi</b>	<b>346,9</b>	<b>20,9</b>	<b>369,1</b>	<b>21,2</b>	<b>94</b>
	<b>Ukupno</b>	<b>1.662,7</b>	<b>100,0</b>	<b>1.737,6</b>	<b>100,0</b>	<b>96</b>

Prodaja PP Hrana niža je za 6% u usporedbi s prvih šest mjeseci 2009. godine. Navedeni pad proizlazi iz niže razine prodaje ovog Poslovnog programa u Hrvatskoj, dok je prodaja PP Hrana na inozemnim tržištima na prošlogodišnjoj razini. Grupa proizvoda Podravka jela, s padom prodaje od 8%, najviše pridonosi padu ovog Poslovnog programa. Prodaja grupe proizvoda Dječja hrana, slastice i snack porasla je za 1%, uz najveći doprinos tržišta Slovenije (10%) te Bosne i Hercegovine (4%). Na pad prodaje grupe proizvoda Riba i riblji proizvodi od 6% najviše je utjecala niža razina prodaje navedene grupe proizvoda na tržištu jugoistočne Europe (-10%) i tržištu Hrvatske (-7%).

Rast prodaje PP Dodaci jelima (3%) ostvaren je kao rezultat porasta prodaje na inozemnim tržištima (7%), dok je na tržištu Hrvatske prodaja pala za 12%. Najveći apsolutni rast ovog Poslovnog programa bilježi tržište srednje Europe gdje je u prvih šest mjeseci 2010. godine prodaja porasla za 13%. U srednjoj Europi ističe se rast prodaje ovog programa na tržištu Poljske (24%), čiji rast djelomično proizlazi iz oporavka tečaja poljskog zlota u odnosu na tečaj kune (10%<sup>4</sup>). Značajan rast ostvaren je i na tržištu zapadne Europe, prekooceanskih zemalja i Dalekog istoka (16%), uz najveći doprinos tržišta Australije (43%) te Turske (706%).

Prodaja PP Meso porasla je za 2% u usporedbi s istim razdobljem 2009. godine temeljem rasta prodaje na tržištu zapadne Europe, prekooceanskih zemalja i Dalekog istoka (47%). Na navedenom je tržištu porast ovog Poslovnog programa baziran na rastu prodaje Konzerviranih gotovih jela i Pašteta.

U prvih šest mjeseci 2010. godine PP Pića bilježi nižu prodaju za 19% u odnosu na isto razdoblje 2009. godine. Najveći utjecaj na ovaj pad prodaje ima tržište Hrvatske (-19%), gdje je osim pada organske

<sup>4</sup> izračunat s osnove prosječnog tečaja za promatrana razdoblja



prodaje (-14%) zabilježena i niža prodaja privatnih marki (-79%). Niža razina prodaje ostvarena je i u inozemstvu (-17%) pod utjecajem pada prodaje trgovačke robe na tržištu Slovenije (-23%) i pada prodaje Ledenih čajeva na tržištu Bosne i Hercegovine (-27%). U promatranom razdoblju grupe proizvoda Praškasti napici i Sirupi ostvarile su rast prodaje, no nisu ublažile pad organske prodaje PP Pića.

### Prihodi od prodaja Grupe Podravka po tržištima<sup>5</sup>

u milijunima HRK						
Red. br.	TRŽIŠTA	1.-6. 2010.		1.-6. 2009.		Indeks 2:4
		Iznos	%	Iznos	%	
0	1	2	3	4	5	6
1.	Hrvatska	792,1	47,6	886,8	51,0	89
2.	Jugoistočna Europa	387,8	23,3	427,2	24,6	91
3.	Srednja Europa	248,6	15,0	224,1	12,9	111
4.	Zapadna Europa, prekooceanske zemlje i Daleki istok	142,8	8,6	120,3	6,9	119
5	Istočna Europa	91,4	5,5	79,2	4,6	115
Ukupno		1.662,7	100,0	1.737,6	100,0	96

Na tržištu Hrvatske ostvarena je prodaja u iznosu od 792,1 milijuna HRK što čini 47,6% ukupne prodaje Grupe Podravka. Prodaja u prvih šest mjeseci ove godine bilježi pad od 11% u odnosu na isto razdoblje 2009. godine, a navedeni pad generiran je nižom razinom prodaje SPP Prehrana i pića (-11%) te nižom razinom prodaje SPP Farmaceutika (-11%). Nastavak negativnih kretanja u domaćem gospodarstvu dovodi do porasta sklonosti štednji i smanjenoj potrošnji što se odražava na razinu prodaje na tržištu Hrvatske.

U promatranom je razdoblju prodaja na inozemnim tržištima iznosila 870,6 milijuna HRK što predstavlja 52,4% ukupne prodaje Grupe Podravka i označava porast udjela inozemnih tržišta u ukupnoj prodaji. Ukupna prodaja na inozemnim tržištima bilježi porast od 2% u usporedbi s istim razdobljem u 2009. godini, a porast prodaje ostvarila su sva inozemna tržišta osim jugoistočne Europe. Najveći apsolutni rast prodaje ostvaren je na tržištu srednje Europe (11%), čemu najviše pridonosi rast prodaje na tržištu Češke (7%) i Poljske (27%), gdje je istovremeno zabilježen i rast tečaja poljskog zlotu u odnosu na tečaj kune (10%). Tržište zapadne Europe, prekooceanskih zemalja i Dalekog istoka također bilježi značajan porast prodaje (19%) uz najveći doprinos tržišta Australije (43%), Turske (338%) te Austrije (28%), dok je porast prodaje na tržištu istočne Europe (15%) generiran višom razinom prodaje na tržištu Rusije (18%). Na tržištu jugoistočne Europe zabilježen je pad prodaje od 9% generiran padom prodaje na tržištu Bosne i Hercegovine (-13%) i Srbije (-13%).

<sup>5</sup> 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, Turska, 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

Red. br.	TROŠAK	u milijunima HRK				
		1.-6. 2010.		1.-6. 2009.*		Indeks 2:4
0	1	Iznos	%	Iznos	%	6
1.	Troškovi prodanih proizvoda	973,8	62,5	1.031,0	62,5	94
2.	Troškovi prodaje i distribucije	262,4	16,9	274,4	16,6	96
3.	Troškovi marketinga	203,0	13,0	198,6	12,0	102
4.	Opći i administrativni troškovi	118,6	7,6	146,7	8,9	81
<b>Ukupno</b>		<b>1.557,8</b>	<b>100,0</b>	<b>1.650,7</b>	<b>100,0</b>	<b>94</b>

\* reklasifikacija troškova

Operativni troškovi Grupe Podravka u prvih šest mjeseci 2010. godine iznosili su 1.557,8 milijuna HRK, što predstavlja pad operativnih troškova za 6% (92,9 milijuna HRK) u odnosu na isto razdoblje prošle godine.

Troškovi prodanih proizvoda zabilježili su pad od 6% (57,2 milijuna HRK) i u korelaciji su s padom prihoda od prodaje. Od troškova prodanih proizvoda najveći pad su zabilježili troškovi materijala izrade (-7%) i troškovi radnika (-4%), dok su porast zabilježili jedino troškovi energije (9%). Obzirom na novu, smanjenu cijenu plina za velike potrošače<sup>6</sup> realno je za očekivati da će se rast troškova energije do kraja godine ublažiti.

Troškovi prodaje i distribucije iznosili su 262,4 milijuna HRK što predstavlja pad od 4% (12,0 milijuna HRK). Uz ostvarene niže troškove prodajne operative, troškovi prodaje zabilježeni su pad od 4%, a pad od 4% zabilježili su i troškovi logistike i distribucije uslijed pada troškova skladištenja (-6%).

Troškovi marketinga iznosili su 203,0 milijuna HRK i zabilježili su rast od 2% (4,4 milijuna HRK), a većim dijelom su rezultat snaže marketinške kampanje koja je pratila projekt predstavljana 25 novih specijalnih dodataka jelima na tržištu Poljske.

Boljom organizacijom i kontrolom administrativnih poslova uz racionalnije korištenja savjetničkih usluga, opći i administrativni troškovi zabilježili su pad od 19% (28,1 milijuna HRK) u odnosu na isto razdoblje prošle godine. U narednom razdoblju, s uspostavljanjem nove organizacijske strukture, očekuje se daljnji pad udjela općih i administrativnih troškova u ukupnim operativnim troškovima.

<sup>6</sup> od 1. 7. 2010. cijena plina za velike potrošače u Koprivnici (koji troše više od milijun prostornih metara godišnje), novim cjenikom GKP Komunalac d.o.o., smanjit će se ovisno o ukupnoj proizvodnji za 6%-10% odnosno s 2,66 HRK na 2,42-2,48 HRK za prostorni metar; izvor: <http://193.58.252.6/pdf/2010%5C06%5C30%5C15A15.PDF>

## Profitabilnost Grupe Podravka

u milijunima HRK						
Grupa Podravka	IZVJEŠTAJNI REZULTAT		KORIGIRANI REZULTAT **		promjena (2/3)	promjena (4/5)
	1.-6. 2010.	1.-6. 2009.*	1.-6. 2010.**	1.-6. 2009.**		
	1	2	3	4	5	6
Prihodi od prodaje	1.662,7	1.737,6	1.662,7	1.737,6	-4%	-4%
Bruto dobit	688,9	706,6 *	688,9	706,6 *	-3%	-3%
EBITDA	152,4	154,8	178,3	173,0	-2%	3%
EBIT	74,7	73,9	100,6	92,1	1%	9%
Neto dobit	31,2	17,3	57,0	35,5	80%	61%
Profitne marže %						
Bruto marža	41,4	40,7	41,4	40,7	70bp	70bp
EBITDA marža	9,2	8,9	10,7	10,0	30bp	70bp
EBIT marža	4,5	4,3	6,0	5,3	20bp	70bp
Neto marža	1,9	1,0	3,4	2,0	90bp	140bp

\* usklađeno

\*\* bez izvanrednih stavki

Bruto marža Grupe Podravka u prvih šest mjeseci 2010. godine povećala se za 70bp u odnosu na isto razdoblje prošle godine, a rezultat je promjena u strukturi prodaje strateških poslovnih područja.

Usprkos izvanrednim stavkama u iznosu od 25,9 milijuna HRK, koje se odnose na usklađenje vrijednosti obveznice u iznosu od 24,1 milijuna HRK (financijska obveza po fer vrijednosti u računu dobiti i gubitka) i usklađenje vrijednosti / prodaju udjela u investicijskim fondovima u iznosu 1,8 milijuna HRK, zabilježeni su pozitivni pomaci u profitabilnosti Grupe Podravka.

U usporedivom prikazu prvih šest mjeseci 2009. godine uvećana je operativna dobit za iznos izvanrednih stavki od 18,2 milijuna HRK, a odnose se na usklađenje vrijednosti obveznice (13,2 milijuna HRK), usklađenje vrijednosti / prodaju udjela u investicijskim fondovima (3,3 milijuna HRK) te otpremnine (1,7 milijuna HRK) kojih nije bilo u 2010. godini.

Korigirana operativna dobit Grupe Podravka u prvih šest mjeseci 2010. godine, za gore navedene izvanredne stavke, iznosi 100,6 milijuna HRK, što predstavlja rast operativne dobiti za 9% (8,5 milijuna HRK) i rast operativne marže od 70bp u odnosu na rezultate operativnog poslovanja u prvih šest mjeseci 2009. godine prikazane na usporediv način.

Korigirana neto dobit prvih šest mjeseci 2010. godine iznosi 57,0 milijuna HRK, što predstavlja rast od 61% (21,5 milijuna HRK) u odnosu na neto dobit prvih šest mjeseci 2009. godine prikazane na usporediv način. Veća neto dobit rezultat je nižih troškova financiranja (-30%), čemu su značajno doprinijeli prihodi od tečajnih razlika po kreditima, ali i niži rashodi od kamata po kreditima (-15%).

## Profitabilnost SPP Prehrane i pića

u milijunima HRK

SPP Prehrana i pića	IZVJEŠTAJNI REZULTAT		KORIGIRANI REZULTAT **		promjena (2/3)	promjena (4/5)
	1.-6. 2010.	1.-6. 2009.	1.-6. 2010.	1.-6. 2009.		
1	2	3	4	5	6	7
Prihodi od prodaje	1.315,8	1.368,5 *	1.315,8	1.368,5 *	-4%	-4%
Bruto dobit	500,2	517,0 *	500,2	517,0 *	-3%	-3%
EBITDA	87,3	90,8	113,1	109,0	-4%	4%
EBIT	31,1	32,5	57,0	50,8	-4%	12%
Neto dobit	7,1	-4,1	33,0	14,1	273%	134%
<i>Profitne marže (%)</i>						
Bruto marža	38,0	37,8	38,0	37,8	20bp	20bp
EBITDA marža	6,6	6,6	8,6	8,0	0bp	60bp
EBIT marža	2,4	2,4	4,3	3,7	0bp	60bp
Neto marža	0,5	-0,3	2,5	1,0	80bp	150bp

\* usklađeno

\*\* bez izvanrednih stavki

Usprkos padu prodaje SPP Prehrana i pića (-4%), u prvih šest mjeseci 2010. godine bruto marža zabilježila je rast od 20bp, što je rezultat nešto povoljnije strukture prodaje u kojoj je zabilježen porast udjela prodaje proizvoda više profitabilnosti. U odnosu na isto razdoblje prošle godine, operativni troškovi zabilježili su pad od 5%, a u strukturi operativnih troškova zabilježen je pad svih troškova uz iznimku troškova marketinga. Troškovi prodanih proizvoda manji su za 4%, a na njihovo kretanje najvećim dijelom su se odrazili niži troškovi materijala izrade (-6%) i troškova radnika (-5%). U strukturi troškova prodanih proizvoda rast je zabilježen kod troškova energije (14%), no obzirom na novu, smanjenu cijenu plina za velike potrošače do kraja godine realno je očekivati da će se rast troškova energije do kraja godine ublažiti.

U strukturi ostalih operativnih troškova pad su zabilježili troškovi prodaje i distribucije (-6%) i administrativni troškovi (-22%), dok su troškovi marketinga zabilježili rast (4%).

Usklađenje vrijednosti obveznice i usklađenje vrijednosti / prodaja udjela u investicijskim fondovima u punom iznosu teretilo je poslovanje SPP Prehrane i pića. Uz pad operativnih troškova (-5%) i korekciju rezultata za iznos izvanrednih stavki, korigirana operativna dobit zabilježila je rast od 12% (6,2 milijuna HRK) u odnosu na prvih šest mjeseci 2009. godine prikazanih na usporediv način. Operativna marža zabilježila je rast od 60bp.

Niži troškovi financiranja (-36%) rezultat su nižih rashoda od kamata po kreditima i prihoda od tečajnih razlika po kreditima, što se uz niži efektivni porez na dobit pozitivno odrazilo na rast korigirane neto dobiti (134%). Korigirana neto marža zabilježila je pozitivan pomak od 150bp.



## Profitabilnost SPP Farmaceutika

u milijunima HRK

IZVJEŠTAJNI REZULTAT			
SPP Farmaceutika	1.-6. 2010.	1.-6. 2009.	promjena (2/3)
1	2	3	4
Prihodi od prodaje	346,9	369,2 *	-6%
Bruto dobit	188,7	189,6	0%
EBITDA	65,2	64,0	2%
EBIT	43,6	41,4	5%
Neto dobit	24,0	21,4	12%
<i>Profitne marže (%)</i>			
Bruto marža	54,4	51,3	310bp
EBITDA marža	18,8	17,3	150bp
EBIT marža	12,6	11,2	140bp
Neto marža	6,9	5,8	110bp

\* usklađeno

Pad narudžbi lijekova na recept od strane kupaca lijekova (distributera, veletrgojstva) u iščekivanju novih cijena na listi HZZO-a, te pad prodaje bezreceptnih proizvoda, uslijed pada kupovne moći potrošača na domaćem tržištu, utjecali su na pad prodaje SPP Farmaceutika (-6%). S padom prodaje pali su i troškovi prodanih proizvoda (-12%), no istovremeno je zbog povoljnije strukture prodaje i cijena sirovine, bruto marža zabilježila rast od 310bp. U strukturi operativnih troškova pad su zabilježili i opći i administrativni troškovi (-12%) te troškovi marketinga (-1%), dok su rast zabilježili samo troškovi prodaje i distribucije (2%). Pad operativnih troškova (-8%) odrazio se na rast operativne dobiti za 5% (2,2 milijuna HRK) te rast operativne marže od 140bp.

Na rast neto dobiti od 12% (2,6 milijuna HRK) pozitivno su utjecali niži troškovi financiranja (-16%), uslijed nižih rashoda od kamata po kreditima i prihoda od tečajnih razlika po kreditima, dok je neto marža zabilježila rast od 110bp u odnosu na isto razdoblje prošle godine.

## **Glavne smjernice plana poslovanja za 2010. godinu**

Uprava Podravke d.d. je donijela, a Nadzorni odbor prihvatio, poslovni plan za 2010. godinu. Poslovnim planom predviđen je nastavak racionalizacije troškova, posebno administrativnih troškova, čime bi se trebao osigurati rast profitabilnosti. Planirana operativna marža kretati će se na razini od 6%, čemu će doprinijeti rast profitabilnosti SPP Prehrane i pića, ali i oporavak profitnih marži SPP Farmaceutika pod utjecajem rasta prodaje i promjene strukture prodaje povezanog društva Farmavite d.o.o. Rast prihoda od prodaje planiran je na razini od oko 2%. Tijekom 2010. godine posebna pažnja će se usmjeriti na smanjenje zaduženosti, tako se do kraja 2010. godine planira smanjenje zaduženosti za daljnjih 100 milijuna HRK.

### **Napomena:**

Sukladno ostvarenim prihodima od prodaje u razdoblju prvih šest mjeseci 2010. godine, pristupit će se izradi nove procjene prihoda od prodaje za 2010. godinu, te nove procjene operativnih troškova kojom će se detektirati područja za nove mjere ušteda. Cilj je ostvariti korelaciju prihodovne i rashodovne strane poslovanja kako bi se ostvarila planirana profitabilnost.

Obzirom na dospijeće obveznice u svibnju 2011. godine, a u svrhu pronalaženja najpovoljnijeg rješenja restrukturiranja duga, započeti su razgovori s kreditorima Grupe Podravka. Restrukturiranjem duga osigurali bi se povoljniji uvjeti kreditiranja za srednjoročno razdoblje, te bi se osiguralo zadržavanje financijske stabilnosti, ali bi se osigurala i stabilnost operativnog poslovanja te likvidnost u slučaju nastavka širenja na strateškim tržištima i u strateškim kategorijama.

## KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O DOBITI

(u tisućama HRK)

	1.-6. 2010.	1.-6. 2009.
Prihodi od prodaje	1.662.738	1.737.645
Troškovi sadržani u prodanim proizvodima	(973.839)	(1.031.034)
<b>Bruto dobit</b>	<b>688.899</b>	<b>706.611</b>
Prihodi od ulaganja	7.771	7.797
Ostali gubici, neto	(36.575)	(17.689)
Opći i administrativni troškovi	(118.637)	(146.730)
Troškovi prodaje i distribucije	(262.374)	(274.350)
Troškovi marketinga	(202.997)	(198.553)
Ostali rashodi	(1.381)	(3.207)
<b>Dobit iz redovnog poslovanja</b>	<b>74.706</b>	<b>73.879</b>
Troškovi financiranja	(34.887)	(49.804)
<b>Dobit prije poreza na dobit</b>	<b>39.819</b>	<b>24.075</b>
Porez na dobit	(8.332)	(6.588)
<b>Neto dobit</b>	<b>31.487</b>	<b>17.487</b>
<b>Dobit razdoblja za raspodjelu:</b>		
Vlasnicima matice	31.158	17.309
Vlasnicima nevladajućih udjela	329	178

**KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O FINANCIJSKOM POLOŽAJU**  
(u tisućama HRK)

	30.06. 2010.	31.12. 2009.
<b>AKTIVA</b>		
<b>Dugotrajna imovina</b>		
Nekretnina, postrojenja i oprema	1.671.045	1.711.646
Goodwill	42.877	42.877
Nematerijalna imovina	305.545	311.609
Odgodena porezna imovina	52.838	53.589
Ostala financijska imovina	11.092	11.573
<b>Ukupna dugotrajna imovina</b>	<b>2.083.397</b>	<b>2.131.294</b>
<b>Kratkotrajna imovina</b>		
Zalihe	661.906	646.839
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	1.119.282	1.186.974
Financijska imovina po fer vrijednosti u računu dobiti i gubitka	9.094	22.321
Novac i novčani ekvivalenti	189.753	145.269
	1.980.035	2.001.403
Dugotrajna imovina koja se drži radi prodaje	3.740	4.004
<b>Ukupna kratkotrajna imovina</b>	<b>1.983.775</b>	<b>2.005.407</b>
<b>UKUPNA AKTIVA</b>	<b>4.067.172</b>	<b>4.136.701</b>
<b>PASIVA</b>		
<b>Dionička glavnica</b>		
Dionički kapital	1.583.691	1.583.691
Pričuve	106.456	109.825
Preneseni gubitak	(64.754)	(95.849)
<b>Udjel vlasnika matice</b>	<b>1.625.393</b>	<b>1.597.667</b>
Nevladajući udjeli	34.500	34.361
<b>Ukupna glavnica</b>	<b>1.659.893</b>	<b>1.632.028</b>
<b>Dugoročne obveze</b>		
Financijske obveze po fer vrijednosti u računu dobiti i gubitka	-	336.300
Dugoročni dug	431.597	452.916
Rezerviranja	28.440	29.226
Odgodena porezna obveza	7.249	7.616
<b>Ukupne dugoročne obveze</b>	<b>467.286</b>	<b>826.058</b>
<b>Kratkoročne obveze</b>		
Financijske obveze po fer vrijednosti u računu dobiti i gubitka	360.750	-
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	757.015	849.077
Kratkoročni krediti	803.675	805.050
Rezerviranja	18.553	24.488
<b>Ukupne kratkoročne obveze</b>	<b>1.939.993</b>	<b>1.678.615</b>
<b>Ukupne obveze</b>	<b>2.407.279</b>	<b>2.504.673</b>
<b>UKUPNA PASIVA</b>	<b>4.067.172</b>	<b>4.136.701</b>



**KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O PROMJENAMA GLAVNICE***(u tisućama HRK)*

	Dionički kapital	Pričuve	Preneseni gubitak / Zadržana dobit	Ukupno	Manjinski udjel	Ukupno
<b>Stanje 31. prosinca 2009.</b>	<b>1.583.691</b>	<b>109.825</b>	<b>(95.849)</b>	<b>1.597.667</b>	<b>34.361</b>	<b>1.632.028</b>
Neto dobit za godinu	-	-	31.158	<b>31.158</b>	-	<b>31.158</b>
Ostala sveobuhvatna dobit	-	-	-	-	-	-
Ukupna sveobuhvatna dobit	-	-	31.158	<b>31.158</b>	-	<b>31.158</b>
Tečajne razlike	-	(3.369)	-	<b>(3.369)</b>	139	<b>(3.230)</b>
Kupovina vlastitih dionica	-	-	-	-	-	-
Prodaja vlastitih dionica	-	-	-	-	-	-
Realizacija opcija	-	-	-	-	-	-
Fer vrijednost opcija	-	-	-	-	-	-
Prijenos iz ostalih i zakonskih pričuva	-	-	(63)	<b>(63)</b>	-	<b>(63)</b>
<b>Stanje 30. lipnja 2010.</b>	<b>1.583.691</b>	<b>106.456</b>	<b>(64.754)</b>	<b>1.625.393</b>	<b>34.500</b>	<b>1.659.893</b>

**KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O NOVČANOM TOKU***(u tisućama HRK)*

	1.-6. 2010.	1.-6. 2009.
<b>Neto dobit</b>	<b>31.158</b>	<b>17.309</b>
Porez na dobit	8.332	6.588
Amortizacija	77.728	80.914
Gubitak / (dobit) od prodaje dugotrajne imovine	215	(906)
Vrijednosno usklađenje dugotrajne materijalne imovine	(2.681)	-
Vrijednosno usklađenje kratkotrajne imovine	13.759	8.793
Vrijednosno usklađenje ulaganja	1.726	3.335
Vrijednosno usklađenje obveza po fer vrijednosti u računu	24.128	13.178
Dugoročna rezerviranja	(1.153)	575
Prihod od kamata	(6.540)	(6.280)
Rashod od kamata	48.151	54.896
Učinak promjene tečaja	(10.967)	(8.931)
Manjinski interes	329	221
Ostale stavke koje ne utječu na gotovinu	368	(9.245)
 <b>Promjene u radnom kapitalu</b>		
Povećanje zaliha	(20.078)	(43.152)
Smanjenje potraživanja od kupaca	44.085	59.982
Smanjenje ostale kratkotrajne imovine	13.919	121.954
Povećanje / (smanjenje) obveza prema dobavljačima	3.327	(74.244)
(Smanjenje) / povećanje ostalih obveza	(88.592)	36.183
<b>Neto novac ostvaren poslovanjem</b>	<b>137.214</b>	<b>261.170</b>

**KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O NOVČANOM TOKU (nastavak)**  
*(u tisućama HRK)*

	1.-6. 2010.	1.-6. 2009.
<b>Novčani tok od poslovnih aktivnosti</b>		
Novac ostvaren poslovanjem	137.214	261.170
Plaćeni porez	(12.795)	(9.896)
Plaćene kamate	(60.715)	(72.751)
<b>Neto novac ostvaren poslovnim aktivnostima</b>	<b>63.704</b>	<b>178.523</b>
<b>Neto novčani tok od ulagačkih aktivnosti</b>		
Iznosi plaćeni za nekretnine, postrojenja i opremu i nematerijalnu imovinu	(39.248)	(53.236)
Prodaja materijalne i nematerijalne imovine	6.177	2.583
Dani dugoročni krediti i depoziti	(298)	-
Povrat danih dugoročnih kredita i depozita	460	355
Kupnja utrživih vrijednosnica	-	(5.198)
Prodaja utrživih vrijednosnica	11.500	-
Dani kratkoročni krediti i depoziti	(178)	(40.018)
Naplaćene kamate	6.540	-
<b>Neto novac korišten u ulagačkim aktivnostima</b>	<b>(15.047)</b>	<b>(95.514)</b>
<b>Novčani tok od financijskih aktivnosti</b>		
Nabava vlastitih dionica	-	(6.390)
Primici od dugoročnih kredita	1.389	16.212
Otplata dugoročnih kredita	(56.352)	(41.462)
Primici od kratkoročnih kredita	401.696	494.602
Otplata kratkoročnih kredita	(350.906)	(617.773)
<b>Neto novac korišten u financijskim aktivnostima</b>	<b>(4.173)</b>	<b>(154.811)</b>
<b>Neto povećanje / (smanjenje) novca i novčanih ekvivalenata</b>	<b>44.484</b>	<b>(71.802)</b>
Novac i novčani ekvivalenti na početku razdoblja	145.269	270.609
Novac i novčani ekvivalenti na kraju razdoblja	189.753	198.807

Kompanija sa srcem



[www.podravka.com](http://www.podravka.com)

Podravka d.d.  
Odnosi s investitorima

[www.podravka.hr](http://www.podravka.hr)  
[ir@podravka.hr](mailto:ir@podravka.hr)