



GODIŠNJE IZVJEŠĆE  
GRUPA PODRAVKA 2015.

# Sadržaj

Grupa Podravka u 2015. godini .....	3
Istraživanje i razvoj Grupe Podravka .....	13
Istraživanje i razvoj Podravka .....	14
Istraživanje i razvoj Belupo .....	16
Novi proizvodi.....	17
Novi proizvodi Podravka .....	18
Novi proizvodi Belupo .....	20
Nagrade i priznanja .....	21
Društvena zajednica .....	25
Aktivnosti na području zaštite okoliša u 2015. godini.....	27
Aktivnosti na području zaštite okoliša Podravka .....	28
Aktivnosti na području zaštite okoliša Belupo .....	30
Certifikacije sustava upravljanja Grupe Podravka u 2015. godini .....	33
Certifikacije Podravka .....	34
Certifikacije Belupo .....	36
Životopisi članova Nadzornog odbora i Uprave.....	37
Životopisi članova Nadzornog odbora .....	38
Životopisi članova Uprave .....	43
Rezultati poslovanja.....	45
Očekivani razvoj Grupe Podravka.....	58
Čimbenici rizika.....	63
Korporativno upravljanje .....	69
Izjava o primjeni korporativnog upravljanja.....	70
Glavna skupština.....	71
Nadzorni odbor.....	72
Uprava .....	74
Kodeks korporativnog upravljanja .....	75
Godišnji upitnik .....	76
Vrijednosni papiri Društva.....	86

**GRUPA PODRAVKA U 2015.**  
(važniji događaji)

## Važniji događaji

### FORMIRANE NOVE TRŽIŠNE REGIJE I STAVLJEN NAGLASAK NA INTERNACIONALNO POSLOVANJE

Početak godine predstavljen je plan daljnijeg jačanja internacionalizacije poslovanja te formiranja novih tržišnih regija, čime se s 1. siječnja 2015. godine mijenja i model izvještavanja o poslovanju. Riječ je o četiri novoformirane regije, Adria regija u koju se ubrajaju tržište Hrvatske te dosadašnje tržište jugoistočne Europe, potom regija Europa koja sadrži ostala tržišta EU, zatim regija Rusija i zemlje CIS-a te regija Nova tržišta pod koju spadaju Amerika, Azija, Australija te Afrika. Ovime se značajno smanjuje dosadašnja razina kompleksnosti upravljanja tržištima što ima za cilj efikasnije korištenje vlastite veličine i znanja te pružanja kvalitetnije i troškovno učinkovitije podrške tržištima na kojima Podravka posluje. Objedinjavanje različitih funkcija u okviru novoformiranih zona omogućit će tržištima da povećaju svoj fokus na stvaranje dodatne potražnje.

### OSNOVAN REGIONALNI URED ZA BLISKI ISTOK I SJEVERNU AFRIKU

U skladu s novom organizacijom upravljanja tržištima i redefiniranjem tržišnih zona poslovanja te fokusiranjem na kategorije i zemljopisne regije, Podravka je osnovala regionalni ured za Bliski istok i Sjevernu Afriku sa sjedištem u Dubaiju, gospodarskom sjedištu Ujedinjenih Arapskih Emirata. Za direktora Podravkinog društva u Dubaiju imenovan je Nermin Salman, menadžer s bogatim internacionalnim iskustvom. Podravkin ured otvoren je u okviru jedne od najvećih i brzorastućih svjetskih zona slobodne carinske trgovine pod imenom Jafza (Jebel Ali Free Zone), čime je Podravka ujedno postala prva hrvatska kompanija koja je investirala u slobodnu carinsku zonu, a što je izazvalo veliko zanimanje poslovnog svijeta u regiji.

Osim toga, pokrenuti su postupci registracije društva u Dar es Salaamau (Tanzanija) te predstavništva u Pekingu (Kina) kao preduvjeti za početak poslovanja na tim tržištima.

### ISPITIVANJE ORGANIZACIJSKE KLIME I ZADOVOLJSTVA POSLOM

Budući da je ključ uspješnosti svake kompanije zadovoljstvo zaposlenika, još je 2012. započelo ispitivanje organizacijske klime i zadovoljstva poslom u kompaniji, a taj je proces nastavljen i u 2015. godini. Dobiveni rezultati pružili su vrijedne informacije kako zaposlenici doživljavaju kompaniju, kojim su područjima zadovoljni, a u kojima vide prostor za poboljšanja.

### POKRETANJE POSTUPKA PRIPAJANJA DANICE D.O.O.

Nastavljajući proces provođenja mjera za povećanje poslovne efikasnosti, Uprava Podravke donijela je odluku o pokretanju postupka pripajanja ovisnog društva s ograničenom odgovornošću Danica d.o.o. Tijekom zadnje tri godine u Danici d.o.o. provedene su određene mjere restrukturiranja odnosno racionalizacije poslovanja te su poboljšani financijski pokazatelji poslovanja, a daljnje poboljšanje moguće je ostvariti kroz potpunu integraciju mesnog programa u sustav Podravka prehrane.

#### STIMULATIVNE OTPREMNINE

Radnicima koji su donijeli odluku o odlasku iz kompanije, omogućene su stimulatívne otpremnine u iznosu od 5.000,00 kuna neto za svaku godinu neprekinutog radnog staža u Podravki. S obzirom da je riječ o otpremnina-ma koje su iznad zakonom zajamčenog iznosa, Podravka je željela radnici-ma koji su se odlučili na odlazak dostojno zahvaliti za njihov doprinos koji su ugradili u razvoj kompanije. Za stimulatívnu otpremninu se odlučilo 82 radnika i to 55 iz Podravke, 7 iz Danice te 20 iz Belupa.

#### DAN INVESTITORA

Zainteresirani investitori, predstavnici investicijskih i mirovinskih fondova te brokerskih kuća i poslovni analitičari odazvali su se Danu investitora u Podravki. Cilj ovog dinamičnog, interaktivnog događanja bio je predstaviti investitor-skoj zajednici rezultate poslovanja Grupe Podravka u 2014. godini, pozitivne i negativne utjecaje na iste te smjernice poslovanja i planove za 2015. godinu.

#### KLUB IZVOZNIKA U PODRAVKI

14. susret Kluba izvoznika održan je u Podravki, jednoj od prvih članica kluba osnovanog na inicijativu poslovnog tjednika Lider. Važnost izvo-zne inicijative naglasio je i sam predsjednik Vlade RH koji je sudjelovao na ovom događanju. U ime Podravke, predsjednik Uprave Zvonimir Mršić predstavio je kompaniju domaćina kroz povijest, proizvodni portfelj i fi-nancijske rezultate, s naglaskom na međunarodno poslovanje uz predstavljanje započete II faze internacionalizacije Podravke.

#### KONTROLA NAD OVISNIM DRUŠTVOM MIRNA D.D. ROVINJ

Podravka je na dan 31. ožujka preuzela kontrolu nad ovisnim društvom Mirna d.d. Rovinj te je zbog specifičnosti uvjeta kupoprodaje dionica u na-vedenom društvu stjecanje rezultiralo priznavanjem negativnog goodwilla odnosno prihoda od povoljne kupnje u iznosu od 24,7 milijuna kuna. Na-vedeni prihod predstavlja jednokratnu stavku priznatu pri prvoj konsolida-ciji Mirne d.d. te se iskazuje i u neto dobiti na dan stjecanja.

#### STJECANJE VEĆINSKOG PAKETA REDOVNIH DIONICA SLOVENSKEG ŽITA

Podravka je u Ljubljani s konzorcijem prodavatelja sklopila Ugovor o ku-poprodaji dionica društva Žito, prehrambena industrija, d.d. Ljubljana, jednog od najvećih i najpoznatijih prehrambenih proizvođača u Sloveni-ji koji ima i vrlo veliku prepoznatljivost na tržištima jugoistočne Europe. Temeljem sklopljenog Ugovora, Podravka će, nakon odobrenja nadležnih Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja te po ispunjenju ugovornih uvjeta, steći većinski paket od 51,55 posto redovnih dionica Žita, po cijeni od EUR 180,1 po dionici, odnosno za cjelokupan iznos od EUR 33.027.818.

Tom akvizicijom, Podravka konsolidira svoj položaj te postaje lider u nekoliko dodatnih kategorija proizvoda, čime se značajno poboljšava tržišna pozicija.

Nakon završetka transakcije, Grupa Podravka će se svrstati u sam vrh pre-hrambene industrije na tržištu Slovenije. Proširenjem poslovanja u kom-plementarnim grupama proizvoda stvaraju se mogućnosti proizvodnih i

prodajno-marketinških sinergija, čime se poboljšava efikasnost poslovanja obje kompanije te povećava njihova konkurentnost. Posebno vrijedi naglasiti kako se ovime otvara mogućnost prodaje proizvoda Žita kroz prodajno-distributivnu mrežu Podravke u više od 20 zemalja svijeta.

**POSEBAN DOPRINOS U PROMICANJU  
IZVRSNOSTI HRVATSKOGA  
GOSPODARSTVA**

Po prvi puta Ministarstvo vanjskih i europskih poslova dodijelilo je nagradu hrvatske diplomacije za poseban doprinos u promicanju izvrsnosti hrvatskoga gospodarstva u svijetu. Kao najbolju kompaniju prepoznali su Podravku i dodijelili joj zlatnu plaketu. Nagrada je zasnovana na rezultatima ankete provedene među veleposlasticima, konzulima i gospodarskim savjetnicima u diplomatskim misijama i konzularnim predstavništva RH u inozemstvu. Hrvatski su diplomati birali tri kompanije koje su prema njihovom iskustvu u proteklom razdoblju dale poseban doprinos i ostavile posebno profesionalan dojam pri nastupima u inozemstvu.

Ovo je još jedna potvrda izvrsnosti u radu kompanije koja je jedna od vodećih u jugoistočnoj, srednjoj i istočnoj Europi, s uredima i predstavništva u 23 zemlje svijeta, vlastitom distributivnom mrežom u 10 zemalja i portfeljem od 800 različitih proizvoda prisutnih na više od 50 tržišta diljem svijeta.

**PODRAVKIN DAN OTVORENIH  
INOVACIJA**

U Podravki je održan prvi Dan otvorenih inovacija, jedan od najinovativnijih dana organiziranih u ovoj kompaniji. "Neka 8. svibnja bude upisan u povijest Podravke kada smo počeli s novom kreativnom kuhinjom u kompaniji", poručio je predsjednik Uprave Podravke Zvonimir Mršić.

**HRVOJE KOLARIĆ IMENOVAN  
PREDSJEDNIKOM UPRAVE BELUPA D.D.**

Nadzorni odbor Belupa d.d. imenovao je magistra farmacije i poslovnog upravljanja Hrvoja Kolarića na novi petogodišnji mandat za predsjednika Uprave Belupa d.d. Također, članicom Uprave Belupa d.d. imenovana je mr. Ksenija Punčikar, magistra ekonomije i poslovnog upravljanja – dosadašnja glavna financijska direktorica društva. Dosadašnji član Uprave Belupa d.d., Stanislav Biondić, kojem je istekao petogodišnji mandat, ostaje u Belupu d.d. kao savjetnik Uprave.

**OTVOREN NOVI POSLOVNO-SKLADIŠNI  
OBJEKT FARMAVITE**

Farmavitin novi poslovno-skladišni objekt "C" nalazi se u neposrednoj blizini postojećih objekata i prostire se na 4.000 četvornih metara. Objekt je izgrađen s namjenom proširenja skladišnih kapaciteta kako bi se adekvatno odgovorilo na rast prodaje i proširenje vlastitog proizvodnog portfelja te pružanje konsignacijskih usluga, u skladu s najvišim međunarodnim standardima.

Novoizgrađeno skladište je početkom 2015. prošlo sve potrebne inspekcije te je u ožujku 2015. Agencija za lijekove i medicinska sredstva BiH dodijelila Dozvolu za promet lijekovima na veliko i za novu lokaciju.

## PROIZVODI IZ VLASTITA RAZVOJA NA FARMACEUTSKOM TRŽIŠTU EU

Belupovi proizvodi iz vlastita razvoja, Adapalen 1mg/g Creme i Adapalen 1 mg/g Gel registrirani su u Njemačkoj i Austriji, putem ugovornog partnera Dr Pflieger, pod nazivom Dipalen. Za lijek Oxazepam 15 mg tablete iz vlastita razvoja uspješno je provedena studija bioekvivalencije u EU, zbog čega je i taj proizvod iz vlastita razvoja postao registrabilan na zahtjevnim EU tržištima te je tijekom 2015. vođen registracijski postupak u Danskoj.

## GLAVNA SKUPŠTINA PODRŽALA DOKAPITALIZACIJU I ORGANIZIRANO RADNIČKO DIONIČARSTVO

Glavna skupština dioničara Podravke d.d. podržala je sve prijedloge odluka Uprave i Nadzornog odbora upućenih na odlučivanje. Među ostalim, odluku o povećanju temeljnog kapitala Društva te s time povezanu odluku o organiziranom radničkom dioničarstvu. Izdaje se novih 1,7 milijuna redovnih dionica Podravke d.d. po cijeni od 300 kuna. U prvom krugu upisa dionica pravo sudjelovanja imaju samo radnici kroz program Organiziranog radničkog dioničarstva (ESOP program). ESOP program uključuje davanje prava radnicima društava Podravka d.d., Danica d.o.o., Belupo d.d. i Ljekarne Deltis Pharm na prvenstveni upis i uplatu dionica u okviru povećanja temeljnog kapitala Društva. ESOP program uključuje i sustav nagrađivanja na način da svakom radniku koji stekne dionice Društva isključivo putem ESOP programa u okviru 1. kruga upisa i uplate dionica i zadrži sve tako stečene dionice u razdoblju od dvije odnosno tri godine od dana stjecanja, Društvo dodijeli dodatne dionice Društva. Ključno je načelo jednakosti svih radnika kod sudjelovanja u programu i svim radnicima ponudit će se isti uvjeti sudjelovanja u ESOP programu.

Osnovni ciljevi ESOP programa za Podravku su:

- daljnji razvoj lojalnosti radnika kroz sudjelovanje u vlasništvu kompanije
- povećanje produktivnosti Podravke temeljeno na srednjoročnim i dugoročnim efektima programa (motiviranost, efikasnost, poduzetnost, predanost...)
- uključivanje radnika u vlasništvo nad dionicama Podravke pod povlaštenim uvjetima jer takvu priliku dio radnika nikada nije imao
- povezivanje interesa zaposlenika s interesima vlasnika
- stvaranje dodatnog impulsa ostvarenja strategije društva, u smislu povezivanja interesa rasta i profitabilnosti s jedne strane i dugoročne dobrobiti za radnike s druge strane.

## NAJAVLJEN POČETAK UPISA NOVIH DIONICA PODRAVKE D.D.

U prostorijama Zagrebačke burze pred zainteresiranim aktualnim i potencijalnim velikim investitorima održana je prezentacija procesa dokapitalizacije Podravke d.d. i time najavljen početak upisa novih dionica Podravke d.d. Upis novih dionica Podravke d.d. počeo je 7. srpnja i to u I. krugu samo za radnike Podravke d.d. i povezanih joj društava te u II. krugu za postojeće dioničare. U II. krugu upisa pravo upisa i uplate dionica imaju dioničari Podravke d.d. koji su, u skladu s pravilima SKDD-a, imali evidentirane dionice na svom računu nematerijaliziranih vrijednosnih papira u SKDD-u na dan 3. lipnja 2015. godine, i to najviše:

- 1.385.360 novih dionica koje nisu bile predmet upisa i uplate u I. krugu u odnosu na koje dioničari imaju pravo prvenstva upisa i uplate te
- ovisno o ishodu upisa i uplate novih dionica iz I. kruga, preostale nove dionice iz I. kruga koje eventualno ne budu upisane i uplaćene u I. krugu.

Prikupljena sredstva prvenstveno se planiraju koristiti za financiranje akvizicije dionica društva Žito d.d. Ljubljana, za ulaganje u širenje poslovanja na novim tržištima te kao djelomični izvor financiranja investicije izgradnje nove tvornice krutih, polukrutih i tekućih lijekova Belupa čime se namjeravaju osigurati dovoljni proizvodni kapaciteti za daljnji rast i razvoj, naglasio je tijekom održane prezentacije dokapitalizacije velikim investitorima Zvonimir Mršić, predsjednik Uprave Podravke.

#### USPJEŠNO PROVEDENA DOKAPITALIZACIJA I ESOP PROGRAM

Proces upisa i uplate novih dionica odvijao se u dva kruga. U I. i II. krugu upisa i uplate novih dionica Podravke d.d. valjano je upisano svih 1.700.000 novih dionica i ukupno uplaćeno 510 milijuna kuna, a iskazani interes za novim dionicama Podravke d.d. bio je više od 30 posto veći od raspoloživog broja dionica. Postojeći dioničari i radnici ukupno su upisali i uplatili više od 2,26 milijuna novih dionica od ukupno raspoloživih 1,7 milijuna što ukazuje na izniman interes za kupnju dionica Podravke d.d. U I. krugu koji je bio namijenjen isključivo za radnike i trajao od 7. do 13.7.2015., upisano je i uplaćeno sveukupno 88.475 novih dionica od strane 615 radnika. U II. krugu u kojem su nove dionice mogli upisivati postojeći dioničari, a koji je trajao od 7. do 20.7.2015, upisano je i uplaćeno sveukupno 2.174.304 novih dionica, čime je iskazana potražnja značajno premašila broj dionica na raspolaganju. III. krug upisa i uplate novih dionica nije se provodio, budući da je u I. i II. krugu upisa i uplate upisano i uplaćeno 100% ukupnog iznosa izdanja novih dionica.

#### ZNANJE U FOKUSU

U suradnji s domaćim i stranim partnerima iz poslovne i akademske zajednice, Podravka je organizirala poslovno-tehnološku konferenciju o e-učenju, kolaboraciji i inovacijama "Znanje u fokusu". Konferencija na internacionalnoj razini u suradnji s partnerima promiče važnost udruživanja s poslovnom, društvenom i akademskom zajednicom u svrhu zajedničkog stvaranja društva znanja. Uplatom kotizacije za konferenciju, sudionici su pomogli školovanje izvrsnih studenata dodiplomskih i diplomskih studija u sklopu Podravkine Zaklade "prof. Zlata Bartl". Ukupno je prikupljeno 30.000,00 kuna u cijelosti je uplaćeno Zakladi, čija je svrha promicanje i poticanje stvaralačkog i inovativnog znanstveno-istraživačkog rada među visokoobrazovanim mladim ljudima.

#### POČETAK RADOVA NA IZGRADNJI NOVIH BELUPOVIH TVORNICI

Predsjednik Vlade Republike Hrvatske Zoran Milanović te brojni uzvanici obilježili su početak radova na izgradnji glavnog objekta Belupovih novih tvornica krutih i polukrutih te tekućih oblika lijekova, u čiju gradnju i opremanje Podravka Grupa ulaže oko 400 milijuna kuna i koje će kada bude dovršene, u prvom kvartalu 2017. zaposliti stotinjak novih zaposleni-



ka. Temeljni kamen, u obliku tablete, rad akademskog kipara Igora Lenarda, zajednički su postavili predsjednik Uprave Podravke Zvonimir Mršić i predsjednik Uprave Belupa Hrvoje Kolarić.

Da je riječ o najznačajnijoj greenfield investiciji u Hrvatskoj u ovoj godini, koja će, kada bude dovršena značajno utjecati na rast bruto nacionalnog proizvoda te povećanje izvoza, potvrdio je Zvonimir Mršić, predsjednik Uprave Podravke i predsjednik Nadzornog odbora Belupa. Podravka Grupa je na dobrom putu rasta i razvoja, a da je tomu tako potvrđuje i dovršen postupak dokapitalizacije Podravke d.d., kojim je u krvotok kompanije ušlo 510 milijuna kuna.

#### **POREZNI POTICAJ BELUPOVU NOVOM MJESTU PROIZVODNJE**

Temeljem Zakona o poticanju investicija i unapređenju investicijskog okruženja Belupo je 2014. podnio Prijavu za korištenje poticajnih mjera za ulaganje-Investicijski projekt "Novo mjesto proizvodnje-Belupo". Ministarstvo gospodarstva u ožujku 2015. dodijelilo je Belupu status nositelja poticajnih mjera – poreznih, potpora za opravdane troškove otvaranja novih radnih mjesta povezanih s investicijskim projektom, te poticajnih mjera za kapitalne troškove investicijskog projekta u dozvoljenom maksimalni intenzitetu potpore ulaganja u iznosu od 163.716.874 kn. U Financijskim izvještajima za 2015. Belupo d.d. je inicijalno priznao maksimalno odobrenu visinu poticaja kao odgođenu poreznu imovinu i porezni prihod. Ukidanje odgođene porezne imovine evidentiralo se već u 2015., u vrijednosti obračunatog tekućeg poreza na dobit od 9.369.741 kn.

#### **KORPORATIVNA KONFERENCIJA USMJERENA POSTAVLJANJU AMBICIOZNIH CILJEVA**

Podravkina korporativna konferencija okupila je sve izvršne direktore, zatim direktore poduzeća iz 23 zemlje u kojima Podravka posluje te predstavnike marketinga i direktore marketinga pojedinih tržišta. Konferenciju je, između ostaloga, obilježilo definiranje ciljeva i daljnjih aktivnosti kako bi tekuću godinu završili s poslovnim uspjehom te jednako spremno i ambiciozno započeli poslovnu godinu koja tek predstoji.

#### **VEGETA U NOVOJ AMBALAŽI I NOVOM SPOTU**

Vegeta – marka koja prati vaš svaki pokret u kuhinji i inspirira vas na nova i uzbudljiva jela, nakon 10 godina ima novu ambalažu. Najpoznatija Podravkina marka i vjerni suputnik u svakom ukusnom obroku, već više od 50 godina, u novoj je ambalaži na policama diljem Hrvatske. Redizajnirana ambalaža u budućnosti će se naći i u više od 50 zemalja diljem svijeta. Strast za kuhanjem, kreativnost i sloboda da se izrazimo na svoj način, glavna su obilježja spota za Vegetu, u čijoj su izradi sudjelovali najbolji kreativci iz čitave regije.

#### **PODRAVKA MEĐU TOP 10 HRVATSKIH IZVOZNIKA**

Podravka je uvrštena među TOP 10 hrvatskih izvoznika i ujedno je jedina prehrambena kompanija među njima. Naime, nižući uspjeh za uspjehom, Podravka je riješila pitanje Mirne, kupila slovensko Žito, odradila uspješnu dokapitalizaciju, a izvoznu ofenzivu oplemenjuje značajnim investicijama

na međunarodnom tržištu pa je i poziciju u društvu izabranih Podravka dobila zahvaljujući rastu izvoza.

#### HUMANOST PODRAVKE I NJEZINIH ZAPOSLENIKA IZRAŽENA U IZBJEGLIČKOJ KRIZI

Podravka je na samom početku izbjegličke krize koja je zahvatila i Hrvatsku, reagirala kao istinska kompanija sa srcem, osiguravajući vodu, dječju hranu i druge svoje proizvode za napaćene ljude. Uz svaki Podravkin proizvod dan je i djelić srca i suosjećanja, što je daleko važnije od same brojke od 15 000 bočica vode, 12 000 grickalica i Lino lade te 4500 konzervi i marmelada koje su se našle u rukama izbjeglica. Dobra organizacija i ljudskost zaposlenika Podravke i ovom je prilikom došla do punog izražaja.

#### ZAJEDNIČKO DRUŽENJE UMIROVLJENIKA I JUBILARNIH ZAPOSLENIKA

Jedinstvena i lijepa tradicija se nastavlja. I ove godine mnogobrojni Podravkinci umirovljenici i jubilarci okupili su se pod šatorom ispred Tvornice juha i Vegete kako bi se tijekom zajedničkog druženja ponovno prisjetili kako je bilo raditi i stvarati Podravku.

#### BESPOVRATNA POTPORA TVORNICI KALNIK

Tvornica Kalnik Varaždin s projektom "Modernizacija tvornice za preradu povrća" koji je prijavila na natječaj kroz Program ruralnog razvoja RH, Mjera 04. dobila je bespovratnu potporu u iznosu od 6,3 milijuna HRK za sufinanciranje svog projekta a koja će biti isplaćena tijekom 2016. godine. Projekt obuhvaća modernizaciju tvornice sa 7 novih investicija kojima će se znatno unaprijediti proces proizvodnje. Ovaj postotak predstavlja maksimalni iznos potpore koja se mogla dobiti, budući da investicija u cijelosti iznosi 12,6 milijuna HRK.

#### NOVI PRIPRAVNICI S VISOKOM STRUČNOM SPREMOM U OKVIRU SHAPE PROGRAMA

Novih 35 pripravnika svoju je karijeru 2. studenoga započelo u Podravki. U okviru SHAPE programa do sada je zaposleno ukupno 95 pripravnika s visokom stručnom spremom, i to njih 35 u prvoj generaciji, 25 u drugoj i 35 u trećoj. Osim toga, Podravka je omogućila program zapošljavanja za čak 37 pripravnika sa srednjoškolskom stručnom spremom.

#### TREĆU GODINU ZAREDOM BELUPA REINVESTIRAO DOBIT

Početak travnja Nadzorni odbor Belupa usvojio je konsolidirani revidirani financijski izvještaj Belupa i njegovih ovisnih društava za prošlu poslovnu godinu. Treću godinu zaredom Belupova dobit je reinvestirana, a temeljni kapital povećan je za značajnih 189,7 milijuna kuna. Uplatom u novcu temeljni kapital u listopadu 2015. godine, nakon uspješno provedene dokapitalizacije Podravke d.d., je ponovno povećan te sada iznosi 410 milijuna kuna.

#### USPJELA JAVNA PONUDA ZA PREUZIMANJE DIONICA DRUŠTVA ŽITO D.D.

Nakon završenog procesa kupnje dionica temeljem javne ponude za preuzimanje Podravka ima, zajedno sa 183.386 dionica Žita d.d., koje je imala na dan objave ponude za preuzimanje, ukupno 308.820 dionica Žita d.d., što predstavlja 86,80 posto svih izdanih dionica Žita d.d. Ponuda za preuzi-

manje trajala je od 23. listopada 2015. godine do 23. studenog 2015. godine. Ponudu je prihvatilo 4.291 dioničara, koji su zajedno bili imatelji 125.434 dionica Žita d.d., što predstavlja 35,25% svih izdanih dionica Žita d.d. Izaabrani su i novi članovi Nadzornog odbora Žita d.d.: predsjednik Miroslav Klepač, zamjenik predsjednika Petar Vlaić, Ivan Galović i Rajko Stanković.

#### **SPORAZUM O SURADNJI GRUPE PODRAVKA I SVEUČILIŠTA U ZAGREBU**

Dekanica Farmaceutsko-biokemijskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu prof. dr. sc. Jerka Dumić i predsjednik Uprave Belupa Hrvoje Kolarić, mr. pharm., MBA potpisali su 29. lipnja 2015. Sporazum o suradnji, kojem je prethodio nedavno potpisani Sporazum o suradnji Grupe Podravka i Sveučilišta u Zagrebu. Riječ je o dokumentu koji podrazumijeva suradnju Farmaceutsko-biokemijskog fakulteta i Belupa u znanstvenostručnoj i nastavnoj djelatnosti, međusobnu pomoć na području znanstveno-stručnih istraživanja, stručne posjete studenata Belupu, izvedbu praktičnog, odnosno eksperimentalnog dijela diplomskog rada.

#### **I JA SAM PODRAVKAŠ**

Zaposlenike koji svakodnevnim trudom i zalaganjem pokazuju da žive Podravkine vrijednosti ponovo su nagrađeni kroz natječaj "I ja sam Podravkaš". Od ukupno 384 pristiglih nominacija, nagrađeno je 28 zaposlenika koji su se kroz procjene vrijednosti i argumentaciju onih koji su ih nominirali posebno istaknuli. Nagrade su uručene na posebno organiziranom događaju u znaku Dolcele i uz poznatog pjevača Sašu Lozara.

#### **DANI OTVORENIH VRATA**

Zbog velikog interesa djece i roditelja, Podravka je ponovo širom otvorila vrata za djecu svojih zaposlenika, organiziravši druge po redu Dane otvorenih vrata ove godine. Događaj namijenjen djeci zaposlenika obilježio je program, upriličen u Podravkinom sjedištu. Nakon ovih susreta, Podravka je bogatija za jedinstvene ukrase na svom božićnom drvcu, djeca su bogatija za nove spoznaje i nezaboravne trenutke druženja, a roditelji Podravkaši ispunjenih su srca doživjeli dan neprocjenjive vrijednosti.

#### **SLATKI BLAGDANI SVIMA**

Kako bi uljepšali blagdane onima kojima je to najpotrebnije, Podravka i Hrvatski kuharski savez udružili su snage u humanitarnoj akciji "Slatki blagdani svima" te su brojnim institucijama diljem Hrvatske pripremili slatko iznenađenje. Podravkini promotori kulinarstva i predstavnici županijskih udruga Hrvatskog kuharskog saveza obišli su brojne institucije i kolačićima iznenadili korisnike. Cilj je bio probuditi božićni duh iskazivanja pažnje prema bližnjima, ali i podsjetiti na važnost pomaganja drugim sugrađanima, a osobito djeci bez roditeljske skrbi i nemoćnima.

#### **VISOKO IZASLANSTVO SAD-A U POSJETU PODRAVKI**

Podravku u Koprivnici posjetilo je veleposlanstvo Sjedinjenih Američkih Država. Visoko izaslanstvo činili su Njezina Ekselencija Julija Valls Noyes, veleposlanica i Damjan Benčić, direktor poslovnog odjela. Po završetku sa-

stanka obišli su tvornicu Vegete i Podravka jela, kako bi se visoko izaslanstvo na licu mjesta upoznao s procesom nastanka najpoznatije Podravkine marke proizvoda – Vegete koja se izvozi u više od 50 zemalja svijeta, među kojima su i Sjedinjene Američke Države.

**PREDSTAVNICI KANADSKE AMBASADE  
ZAGREB POSJETILI PODRAVKU**

Nedugo nakon visokog izaslanstva SAD, u Podravki su boravili i predstavnici Kanadske Ambasade Zagreb. Njegova Ekselencija, gospodin Daniel Maksymiuk, ambasador i gospođa Synthia Dodig, povjerenica za trgovinu u Podravki su s Zvonimirom Mršićem, predsjednikom Uprave Podravke i Olivijom Jakupec, članicom Uprave Podravke razgovarali o poslovanju, budući da je Podravka danas najveći hrvatski izvoznik na kanadsko tržište iz segmenta prehrane i pića.

**AKCIJA UPISA U REGISTAR  
DOBROVOLJNIH DARIVATELJA  
MATIČNIH STANICA**

Udruga Puls u suradnji sa Zakladom Ana Rukavina organizirala je hvaljevrijednu akciju upisa u Registar dobrovoljnih darivatelja krvotvornih matičnih stanica.

Upisom u Registar, 84 zaposlenika Podravke učinilo je nešto posebno, postavši potencijalnim darivateljima krvotvornih matičnih stanica i nada oboljelima. Podravkaši su pokazali svoju humanost i spremnost pomoći oboljelima, kojima je naša podrška i dobra volja od presudne važnosti za oporavak i nastavak života.

**MEĐUNARODNI KARAKTER LINO  
VIŠEBOJCA**

Proširivši se izvan granica Hrvatske, Lino višebojac dobio je međunarodni karakter. Otvorena je druga sezona projekta Podravke i Sportskih novosti u BiH. Osnovnoškolci iz Tomislavgrada bili su domaćini prvog Lino višebojca u ovoj sezoni, u kojeg se uključilo 12 osnovnih škola u 11 gradova BiH. Podravka BiH, uz pokroviteljstvo Federalnog ministarstva obrazovanja, nauke, kulture i sporta, Ministarstva prosvjete i kulture Republike Srpske, sedam županijskih/kantonálnih ministarstava i pedagoških zavoda te Odjela za predškolsko i osnovno obrazovanje Brčko Distrikta i medijsku podršku Sportskih novosti, organizator je projekta Lino višebojac.

# ISTRAŽIVANJE I RAZVOJ GRUPE PODRAVKA

(Podravka i Belupo)

## Istraživanje i razvoj Podravka

### PODRŠKA OTVARANJU NOVIH TRŽIŠTA

Aktivnosti Podravkinog sektora Istraživanje i razvoj odvijaju se kroz sljedeća ključna područja: Razvoj proizvoda (dodaci jelima i jela; dječja hrana, kremni namazi i žitarice za doručak; slastice, snack i mlinsko-pekarski proizvodi; prerađevine voća, povrća i kondimenata; riblji proizvodi, mesni proizvodi i pića), Nutricionizam i sensorika, Razvoj tehnologije, Razvoj ambalaže i Razvoj poljoprivrede. Podršku navedenim aktivnostima pružaju Kontrola kvalitete, sustav od dvanaest laboratorija za kontrolu kvalitete i zdravstvenu ispravnost (dva centralna i 10 pogonskih laboratorija) te Regulatorni poslovi i Razvoj ekologije.

U 2015. godini stavljena je na tržište nova generacija Lino proizvoda za dojenčad (od navršenih 4 mjeseca života): Lino prerađena dječja hrana na bazi žitarica obogaćena probioticima i Lino pirei na bazi voća, žitarica i mliječnih sastojaka. Obogaćivanje probioticima (dobre bakterije) i nutritivno profiliranje predstavljalo je razvojnu i tehnološku inovaciju. U razvojnom smislu, to je bio istraživačko-razvojni projekt koji se provodio s internim kapacitetima iz Istraživanja i razvoj Podravke i vanjskim dionicima – Prehrambeno-biotehnoškim fakultetom, Sveučilišta u Zagrebu i liječnicima pedijatrima, a u tehnološkom smislu, realizacijom investicije u proizvodnji.

Završen je projekt Nutraceutike – sinergija farmaceutike i prehrane, koji je u kontinuitetu trajao više od 3 godine, a vođen je iz ureda direktora sektora Istraživanje i razvoj. Ciljevi projekta su postignuti stvaranjem plana prodaje proizvoda za posebnu namjenu u 2016. i odlukom Uprave Podravke o osnivanju nove organizacijske cjeline Nutraceutika, od 1.1.2016. godine.

Informatizacija poslovnih aktivnosti sektora, nastavila se i u 2015., a posebno vrijedi istaknuti projekt implementacije SAP modula RDM (engl. Recipe Development Module), koji je pokrenut radi uspostave efikasnijeg upravljanja dokumentacijom i stvaranja preduvjeta za informatizaciju procesa razvoja proizvoda. Nastavljen je i projekt optimizacije metoda kontrole kvalitete, a investicijski ciklus usmjeren je na brze i praktične metode kontrole kvalitete i zdravstvene ispravnosti.

Poseban organizacijski i funkcijski izazov, predstavljali su integracijski procesi Danice d.o.o., Mirne d.d. i najveće akvizicije u povijesti Podravke, kupnja Žita d.d.

Tijekom godine, obavljale su se intenzivne aktivnosti vezane uz postupak reakreditacije Podravkinog Istraživanja i razvoj, kao znanstvene organizacije pri Ministarstvu znanosti, obrazovanja i sporta RH. Izrađen je dokument "Strateški program Istraživanja i razvoja 2013.-2018." i s obimnom ostalom dokumentacijom, poslan Agenciji za znanost i visoko obrazova-

nje RH, na razmatranje. Agencija je na temelju ocjene kvalitete, polovinom srpnja preporučila ministru nadležnom za znanost i visoko obrazovanje, izdavanje pisma očekivanja, čime je uspješno završen i taj projekt.

Redovito su se provodile aktivnosti razvoja kulinarskog istraživanja, kao novog područja za efikasniji razvoj proizvoda i to kroz edukativne aktivnosti, nutritivno-kulinarske radionice, kulinarske prototipizacije i pripreme za rekonstrukciju novog laboratorija u 2016. godini.

Također su se nastavile aktivnosti provođenja Nutritivne strategije 2014.-2024.

22. svibnja 2015. potpisan je sporazum između Podravka i Sveučilišta Zagreb, o dugoročnoj suradnji, a početkom studenog 2015. Podravku je posjetio ugledni znanstvenik i liječnik s Klinike Mayo, SAD, dr. Hensrud, radi potencijala suradnje u području istraživanja i razvoj.

Na inicijativu Istraživanja i razvoja Podravke 2014. godine i uz podršku Uprave, pokrenut je projekt otvorenih inovacija na razini kompanije i formiran projektni tim za provođenje aktivnosti, s ciljem uspostave novog organizacijskog i procesnog modela koji podrazumijeva korištenje unutarnjih i vanjskih izvora ideja, radi razvoja novih tehnologija ili usluga Podravke i unapređenje postojećih. U 2015. godini, nastavile su se planirane aktivnosti unutar tog projekta pa je u suradnji s Ljudskim potencijalima, organiziran 1. dan Podravkinih inovacija (8.5.2015.), a uskoro i 2. dan (13.11.2015.), koji je prema provedenom internom ispitivanju, donio željeni pomak u promicanju vrijednosti inovativnosti djelatnika. Dodatno, od strane Uprave donesen je novi, interni akt kompanije – Pravilnik o poticanju inovativnosti radnika u okviru sustava otvorenih inovacija u Podravki d.d.

U cilju testiranja pravnog okvira, edukacije i interaktivne komunikacije, 30. listopada 2015. krenuo je pilot projekt Ljudskih potencijala za Istraživanje i razvoj, pod nazivom "Ideje pokreću srce. Srce pokreće sve ostalo...".

Istraživanje i razvoj je kroz opremanje proizvoda, svoj "know-how", aktivno sudjelovalo u otvaranju novih tržišta kompanije, osobito MENA tržišta, Tanzanije i Kine, a svoj doprinos prezentiralo na Korporativnoj marketinško-prodajnoj konferenciji u rujnu, 2015. godine.

Kontinuitet ulaganja u razvoj kompetencija i znanja djelatnika se nastavio tijekom godine, a djelatnici Istraživanja i razvoja djelovali su aktivno na lokalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini, kroz sudjelovanja na poslovnim i stručnim konferencijama, kreiranju regulatorne politike (HR, EU), objavi istraživačkih i stručnih radova, edukacijama prema zainteresiranoj akademskoj i stručnoj javnosti te u radu udruga.

## Istraživanje i razvoj Belupo

2015. g. ostat će zapamćena po prvim registracijama Belupovih dosjea za lijekove u zemljama Zapadne Europe. Dobivene su registracije Adapalen gela i kreme na tržištima Njemačke i Austrije te Oksazepam 15 mg tableta u Danskoj. U suradnji s Razvojem poslovanja i registracijama, angažman djelatnika Istraživanja i razvoja u postizanju ovog uspjeha bio je jako velik. Daljnji projekt istog tipa na kojem se radi su Medazol tablete za nekoliko europskih zemalja. Lijepo je znati da će se Belupovi proizvodi pojaviti na tako zahtjevnim tržištima pa makar i ne pod Belupovim imenom.

Belupov portfelj se tijekom 2015. godine povećao za 15 novih proizvoda. Uvedeno je sedam potpuno novih brandova. U segmentu lijekova na recept to su: Docetaxel u području onkologije, Amofin u liječenju gljivičnih oboljenja noktiju, Takrolimus u području imunosupresije te Levetiracetam kao antiepileptik. Segment bezreceptnih lijeva obogaćen je brandovima Rinil u području ublažavanja simptoma prehlade smanjivanjem tegoba uzrokovanih otečenom sluznicom nosa, Gastrobel za prevenciju i ublažavanje simptoma žgaravice te Belcura sprej za čišćenje i zaštitu kože.

Osim potpuno novih brandova, i neki postojeći prošireni su novim dozama (Eminens SR, Alopurinol) ili oblicima (Eflipt pedijatrijskom kremom za inhalaciju).

Tijekom 2015. godine radilo se i na uvođenju novih izvora aktivnih sirovina, a u tijeku je i intenzivan rad na projektima novih tvornica za krute, polukrute i tekuće lijekove.



## NOVI PROIZVODI

## Novi proizvodi Podravka

Fokus u 2015. je bio na revitalizaciji ključnog portfelja kroz dodavanje vrijednosti postojećem portfelju, kao i kreiranje novih diferenciranih linija proizvoda, koje jačaju brandove Podravkinog portfelja, privlače nove potrošače i doprinose rastu ukupnih kategorija. Podravka je svoj bogati inovacijski ciklus implementirala na domaćim i internacionalnim tržištima, gdje je posebno bila aktivna kroz otvaranje novih tržišta.

Jedan od najvažnijih marketinških događaja za kompaniju je bio početak renovacijskog programa na Podravkinom najinternacionalnijem brandu - **Vegeti**, a koji se sastoji od nekoliko koraka: novog vizualnog identiteta koji brandu donosi suvremenost i prirodnost, novih formulacija asortimana specijalnih dodataka jelima (linije Vegeta Grill i Twist) u skladu s nutritivnom strategijom kompanije, te nove komunikacijske platforme, koja izuzetno uspješno koristi digitalne kanale komunikacije uz one klasične. Sve je to rezultat novog pozicioniranja, kojemu je cilj pomladiti brand, stvoriti emocionalnu povezanost s potrošačima i približiti ga generaciji tzv. Millenialsa. Godina 2015. je bila i godina **Podravka juha**. Napravljen je veliki inovacijski iskorak u segmentu kremnih juha: relansiranje kremne linije unaprijeđenih formulacija u skladu s nutritivnom strategijom i suvremenog vizualnog identiteta, nastavak izgradnje jedinstvene premium linije Bogatstvo povrća te relansiranje linije instant juha Fini-Mini.

Veliki inovacijski ciklus napravljen je na **brandu Lino** – uveden je niz novih proizvoda u kategoriji Dječje hrane s novim benefitima za potrošače: asortiman 4+ obogaćen probioticima i bez glutena, asortiman namijenjen za pripremu s vodom kao rezultat ulaganja u novu tehnologiju, multigrain Junior linija te linija voćnih kašica. Brand Lino intenzivirao je i inovirao i komunikaciju s potrošačima u tzv. Kids asortimanu (žitarice i kremni namazi), što se posljedično odrazilo na jačanje tržišnih pozicija u Adria regiji.

U kategoriji Slastica, s **Dolcela brandom**, napravljena je revitalizacija portfelja pudinga kroz inovacije receptura, a istovremeno brand ulazi u kategoriju dekora za kolače s ciljem privlačenja novih potrošača i jačanja lojalnosti postojećih. U komunikaciji s potrošačima Dolcela je lansirajući originalnu mobilnu aplikaciju, potrošačima omogućila kontinuiranu i interaktivnu inspiraciju omiljenim slasticama za uživanje u malim trenucima.

U 2015. zaokružen je rad na kreiranju Podravkine **mediteranske platforme**, koja objedinjuje kategorije rajčice, ribe, tjestenine i umaka na bazi rajčice. Novi vizualni identitet implementiran je na svim kategorijama, a kreirana je i nova komunikacijska platforma koja je koncept i Podravkinu mediteransku kulinarsku ekspertizu kao dodanu vrijednost približila potrošačima Adria regije kao i Srednje Europe.

U kategoriji **Mesnih proizvoda** implementirana je integracija akviriranih Piketa i Classic pašteta u Podravkin portfelj i vizualni identitet, a veliki fokus stavljen je na optimizaciju portfelja.

U novoformiranoj kategoriji **Food solution** implementiran je pilot projekt pothlađenih gotovih jela za HORECA kanal na tržištu Hrvatske. Podravka gotova jela kupcu u HORECA kanalu omogućavaju da svojim gostima ponudi neka od najpoznatijih klasičnih hrvatskih jela kao što su dalmatinska paštica, sarma ili grah varivo, kao rezultat kreacije Podravkinih kulinar-skih stručnjaka i tehnologa, što predstavlja pravu inovaciju u tom distribu-tivnom kanalu.

Veliki fokus u 2015. bio je na otvaranju **Novih tržišta** kroz pripremu i prilagodbu asortimana. Ključni brand je Vegeta, pa su tako osim Vegeta univerzalnih i specijalnih dodataka, lansirane i Vegeta juhe. Osim Vege-ta asortimana, pripremljen je i lansiran asortiman proizvoda iz kategorije Lino svijeta te asortiman Dolcela slastica, koje posebno ciljaju tržišta MENA regije.

#### DALJNI RAZVOJ DIGITALNE KOMUNIKACIJE

U 2015. godini napravljen je značajan napor vezan za daljnji razvoj digital-ne komunikacije. Podignuto je 13 novih online komunikacijskih platformi što uključuje nove jezične verzije korporativnih web stranica te lansiranje novih aplikacija i profila na etabliranim komunikacijskim platformama. Coolinarika je u 2015.g. modernizirana u smislu sadržaja te novih funkci-onalnosti što je rezultiralo s 23,9 milijuna jedinstvenih posjetitelja (rast od 13% u odnosu na 2014. godinu) i 643,4 milijuna prikazanih stranica. Ta-kođer je napravljen snažan iskorak u produkciji online video sadržaja kroz snimanje videorecepta i njihovo višestruko iskorištavanje kroz plasiranje na sve sadašnje Podravkine online komunikacijske platforme.

## Novi proizvodi Belupo

Belupov proizvodni portfelj u 2015. godini povećao se za 17 novih proizvoda.

Uvedeno je sedam potpuno novih brendova. U segmentu lijekova na recept to su: **Docetaksel** u području onkologije, **Amofin** u liječenju gljivičnih oboljenja noktiju, **Takrolimus** u području imunosupresije te **Levetiracetam** kao antiepileptik. Segment bezreceptnih lijekova obogaćen je brendovima **Rinil** u području ublažavanja simptoma prehlade smanjivanjem tegoba uzrokovanih otečenom sluznicom nosa, **Gastrobel** za prevenciju i ublažavanje simptoma žgaravice te **Belcura** sprej za regeneriranje i zaštitu kože.

Osim potpuno novih brendova, i neki postojeći brendovi prošireni su novim dozama (Eminens SR, Alopurinol, Neofen,) ili oblicima (Floceta, soft gel Efilipt pedijatrijskom kremom za inhalaciju). Tijekom 2015. godine vrlo aktivno se radilo i na uvođenju novih izvora aktivnih sirovina.

## NAGRADE I PRIZNANJA

**PONOVLJEN USPJEH –  
SUPERBRAND U SLOVAČKOJ**

”Slovak Superbrands 2015” naziv je priznanja koje je Podravka dobila treću godinu za redom, četvrti put ukupno, na slovačkom tržištu. Podravka je osvojila ”Superbrands Slovakia” još 2006. godine te svoj status dokazala 2013. i 2014. godine. Nagradu Superbrand Podravki su dodijelili vodeći slovački eksperti za robne marke, rangirajući je u sam vrh kvalitete i poznatosti, što doprinosi ugledu naše kompanije.

**VEGETA MARINADE –  
PRODUKT LETA U SLOVENIJI**

Slovenski su potrošači prepoznali Vegeta marinade kao najbolje u kategoriji Dodaci jelima. Podravka je ove godine prvi puta sudjelovala u izboru za Produkt leta 2015. u Sloveniji, a priznanja su dodijeljena u Cankarjevom domu u Ljubljani. Produkt leta je priznanje kojeg dodjeljuju potrošači za najinovativniji proizvod u protekloj godini. Priznanje se dodjeljuje na temelju istraživanja o zadovoljstvu potrošača upotrebom proizvoda, a provodi ga agencija AC Nielsen.

**NA DANIMA KOMUNIKACIJA TRI  
PRIZNANJA PODRAVKI**

Na nacionalnom festivalu oglašavanja Dani komunikacija u Rovinju Podravka je osvojila tri vrijedna priznanja. Korporativna web stranica [www.podravka.hr](http://www.podravka.hr) proglašena je najboljom web stranicom te osvojila nagradu Mixx u kategoriji ”Website”. Na natjecanju za najučinkovitije oglasne kampanje, Podravkina kampanja za temeljce ”Srce vašeg jela” osvojila je brončanu Effie nagradu u kategoriji hrane. Belupo je pokazao da farmaceutska industrija, koja se uglavnom percipira kao konzervativan oglašivač, uz dobru kreativnu agenciju može potpisati rješenje koje će imati prepoznatljivi faktor X i upravo je kampanja za Neofen dobitnik nagrade IdejaX.

**SEDAMNAEST PROIZVODA DOBILLO  
SUPERIOR TASTE AWARD**

Sedamnaest Podravkinih proizvoda dobilo je priznanje za vrhunsku kvalitetu i okus Međunarodnog Instituta za okus i kvalitetu proizvoda koje je dodijeljeno na svečanoj ceremoniji u Bruxellesu. Dodatno je to priznanje izvrsnosti okusa i potvrdi kvalitete, neovisno o kategoriji proizvoda. Ovu prestižnu nagradu dobili su: Podravka čaj Limun limeta, Studena, Podravka ajvar blagi i ljuti, Podravka jetrena pašteta, Lino vafelada duo, Fant mješavina za fino varivo, Fant mješavina za fini gulaš iz pećnice, Podravka krem juha od buće, Vegeta Asia, Fant mješavina za punjene paprike iz pećnice, Podravka krem juha od gljiva, Podravka krem juha od šparoga, Vegeta marinada s pivom, Dolcela Gourmet puding od vanilije s komadićima jagode, Dolcela gourmet puding od čokolade s komadićima narančine korice i Lino choco drink.

**SREBRNA MEDALJA PODRAVKI NA  
MOSKOVSKOM 24. ”WORLD FOODU”**

U moskovskom Ekspocentru ”Krasnaja Presnja” održan je 24. Međunarodni sajam prehrambenih proizvoda ”World Food” u kojem je sudjelovala Podravka. Važan događaj sajma bio je Međunarodno stručno natjecanje degustacije prehrambenih proizvoda i pića ”Proizvod godine 2015”, u kojem je Podravka sudjelovala s proizvodom - Ajvar blagi. Za visoku kvalitetu i izniman prirodan okus Ajvar je dobio srebrnu medalju natječaja u nominaciji ”Prehrambeni proizvodi od prerađenog voća i povrća”.

#### PONOVNO PRIZNANJE PEČAT BONITY

Podravka Slovačka ponovila je svoj uspjeh, okitivši se priznanjem Pečat bonity. Riječ je o prestižnoj nagradi koju dodjeljuje slovačka Agencija za informiranje i marketing te Nacionalni informativni centar Slovačke republike koji je razvio model procjene poslovnih subjekata koristeći prediktivne metode financijskih analiza. Kriteriji za dobivanje priznanja iznimno su zahtjevni i tek mali postotak komercijalnih subjekata koji djeluju na slovačkom tržištu može se pohvaliti vlasnikom priznanja "Pečata bonity".

#### OSVOJENA PRESTIŽNA MARKETINŠKA NAGRADA "W<sup>3</sup>"

U suradnji s marketinškom agencijom Adcorp, Podravkino poduzeće iz Sydneya osmislilo je vrlo zanimljivu marketinšku kampanju za razne komunikacijske platforme bazirane na "on line" marketingu, promovirajući tako širok spektar Vegetinih proizvoda na australskom tržištu. Pored toga što je postigla impresivne rezultate, kampanja je osvojila i prestižno drugo/srebrno mjesto na W<sup>3</sup> Awards natjecanju u kategoriji hrane i pića.

#### VEGETA.HR I PODRAVKA.HR – NAJBOLJE WEB STRANICE U 2015.

Podravka je još jednom dokazala da kreira trendove i kada je digitalno komuniciranje u pitanju i to s čak dvije osvojene Masterweb nagrade u kategoriji Najbolje korporativne web stranice 2015.

Na konferenciji Web::Strategija 16 – Laboratorij digitalnog marketinga, događanju koje okuplja vodeće stručnjake iz područja IT-a i digitalnog marketinga te nagoviješta buduće trendove, dodijeljene su Masterweb nagrade i uručena priznanja najboljima, među kojima je i Podravka.

U kategoriji Najbolje korporativne web stranice 2015 među tri nagrađena rješenja su dvije Podravkine web stranice: Vegeta.hr (izvođač: Nivas d.o.o.) i Podravka.hr (izvođač: Web.burza).

#### ČETVRTI PUT ZAREDOM – SLOVAK SUPERBRANDS

Podravka na slovačkom tržištu s ponosom nosi naziv "Slovak Superbrands 2016". To je renomirano priznanje dobiveno do sada peti put, a ovo je već četvrta godina zaredom. Inače, Vegeta se u Slovačkoj prodaje pod markom Podravka, ali riječ je zapravo o istom proizvodu dodatka jelima, no pod imenom Podravka, uz sve Vegetine prepoznatljive attribute (plava boja, kuhar, povrće...).

#### PODRAVKA JUHE BOGATSTVO POVRČA – PROIZVOD GODINE U SLOVENIJI

Nakon što su prošle godine slovenski potrošači izabrali Vegeta marinade za "Produkt leta", ove godine svoje povjerenje dali su Podravka juhama bogatstvo povrća izabравši ih za najbolje u kategoriji juha. Nagrada "Produkt leta" dodjeljuje se svake godine za nove proizvode na tržištu, a dodjeljuju je potrošači, koji sudjeluju u nezavisnom istraživanju. Oni ocjenjuju nove proizvode u 4 kategorije: inovativnost, atraktivnost, zadovoljstvo i namjera kupnje. Pečat "Produkt leta" garancija je potrošačima da su proizvodi nosioci ovog pečata najbolji proizvodi u pojedinoj kategoriji te olakšavaju donošenje odluke o kupnji.

**NAJBOLJI PROIZVODI NA  
"PRODEXPO 2016" U MOSKVI**

Svoje je proizvode i poslovne mogućnosti Podravka predstavila i na 23. Međunarodnom sajmu prehrambenih proizvoda "ProdExpo 2016" u Moskvi. Važan događaj sajma je bio Međunarodni natječaj "Najbolji proizvod – 2016", na kojemu je Podravka dobila zlatnu medalju i diplomu Vegetu i Slatku papriku. Riječ je o najvećem sajmu prehrambenih proizvoda, pića i sirovina za njihovu proizvodnju na području Rusije i Istočne Europe, na kojemu je nastupilo više od 2.000 izlagača iz 65 zemalja.

**ŽENE SU IZABRALE PROIZVOD GODINE  
– VEGETA I LINO LADA JAFFA**

U okviru projekta Proizvod godine, kojeg je četvrtu godinu zaredom organizirao najposjećeniji hrvatski ženski portal žena.hr, među najpopularnijim proizvodima prema sudu čitateljica portala žena.hr. na hrvatskom tržištu za 2015. godinu našla su se i dva Podravkina proizvoda. U kategoriji Gotovi proizvodi i namirnice nagradu za proizvod godine osvojila je Vegeta univerzalna, a u kategoriji Dječja hrana slavila je Lino lada jaffa.

U konkurenciji više od 500 nominiranih proizvoda iz segmenta roba široke potrošnje, glasanju se odazvalo gotovo dvadeset i osam tisuća čitateljica i čitatelja portala žena.hr. Čitateljice su odabrale najpopularnije proizvode podijeljene u 27 kategorija.

**NEOFENU IDEJAX**

Ocjenjivački žiri okupljen na Danima komunikacija Effie i IdejaX ocijenio je Neofenovu radijsku kampanju "Najava", nastalu u kreativnoj izvedbi McCanna, najboljom od najboljih te joj, u kategoriji Zdravlje, ljepota i moda, dodijelio nagradu.

**ZLATNA KUNA ZA BELUPO**

Na sjednici Gospodarskog vijeća Županijske komore Koprivnica, Belupu je dodijeljena Zlatna kuna za izvrsnost poslovanja u 2014. godini, u kategoriji velikih hrvatskih tvrtki. Farmaceutska industrija, a time i Belupo, predstavljaju najsnažniju industrijsku granu u Hrvatskoj. Njezina snaga proizlazi iz velikog udjela izvoza u ukupnim prihodima – više od 60 % neprekidnih ulaganja u nove tehnologije i kapacitete, kao i značajne investicije u razvoj i istraživanje te u kompetencije zaposlenika. Ipak, unatoč svojoj strateškoj poziciji, visokoj dodanoj vrijednosti, istraživanjima i razvoju, investicijama i kontinuiranim otvaranjima visokokvalitetnih radnih mjesta, industrija se danas ipak nalazi u žrvnju proračunskih potreba pa su stoga i zahtjevi industrije okrenuti u smjeru rasta, razvoja, izvoza i zapošljavanja. Na tom je tragu Belupo u 2014. uspješno zakoračio u novi investicijski ciklus – gradnju i opremanje dvije nove tvornice – tvornicu krutih, polukrutih te tekućih oblika lijekova, koje će uz postojeće dvije, na 80.000 četvornih metara, izrasti do kraja prvog kvartala 2017.



## DRUŠTVENA ZAJEDNICA

Podravka promiče primjenu normi društveno odgovornog poslovanja te usklađenost gospodarstva s razvojnim ciljevima društvene zajednice i očuvanjem okoliša za buduće generacije.

Društveno odgovorno poslovanje sastavni je dio identiteta i poslovnih aktivnosti Grupe Podravka i predstavlja još jednu dodatnu vrijednost za kompaniju, uz kreativnost, povjerenje, strast, zadovoljstvo potrošača i izvrsnost.

Naime, svjesna svog utjecaja i odgovornosti prema društvenoj zajednici, Podravka je aktivno uključena u životne procese zaposlenika, ali i cijele zajednice u kojoj djeluje. Aktivno podupire i provodi programe informiranja i savjetovanja o očuvanju zdravlja svojih zaposlenika, članova njihovih obitelji i lokalne zajednice. Uz to, visokim standardima kvalitete proizvoda, Podravka je kroz dugi niz godina izgradila i očuvala povjerenje svojih kupaca. Odnos s partnerima gradi i održava uzajamnim poštovanjem i povjerenjem, a procesom proizvodnje nastoji trošiti što manje neobnovljivih resursa te proizvoditi manje otpada, vodeći posebno računa o očuvanju okoliša. Prisutna u domovima više od 60 godina, nastoji biti kompanija koja povjerenje potrošača podjednako ostvaruje pružanjem kulinarskog užitka i brigom za zdravlje.

Konkretnim projektima doprinosi razvoju i podizanju kvalitete života zaposlenika, ali i šire društvene zajednice pa od svog osnutka ulaže u znanost i obrazovanje, održivi razvoj, kulturu, umjetnost i sport te promiče korporativnu društvenu odgovornost. Kroz promociju zdravog načina života, profesionalno usavršavanje zaposlenika i poticanje njihove izvrsnosti i kreativnosti te osjećaj za potrebe društvene zajednice, djeluje društveno odgovorno prema organizacijama, udrugama i subjektima u lokalnoj zajednici u sjedištu u kojem djeluje, kao i drugim područjima u kojima ima registrirano poslovanje.

U budućem poslovanju Podravka će, sa zadovoljstvom, nastaviti ispunjavati želje i potrebe društvene zajednice kao i potrošača iz više od 40 država širom svijeta, jer je njihovo povjerenje potvrda ispravnog djelovanja.

## AKTIVNOSTI NA PODRUČJU ZAŠTITE OKOLIŠA

## Aktivnosti na području zaštite okoliša Podravka

Podravka d.d. kontinuirano razvija i poboljšava procese, proizvode i usluge s ciljem smanjenja negativnog utjecaja na okoliš. Temelj svih aktivnosti iz područja zaštite okoliša je Politika zaštite okoliša čiju okosnicu čine smjernice za stalno poboljšanje i smanjivanje svih vrsta onečišćenja. Služba Ekologije definira ciljeve koji su usmjereni na koordinaciju, internu komunikaciju te davanje prijedloga za poboljšanje aktivnosti u području zaštite okoliša.

Svi operativni zadaci službe Ekologija provedeni su s ciljem poboljšanja rezultata u redovnim aktivnostima na pročišćavanju otpadnih voda, gospodarenju otpadom, zaštiti od štetnika, kontroli otpadnih voda te sudjelovanja u radu organizacija na području zaštite okoliša.

U cilju pravovremenog informiranja zaposlenika o obvezama koje proizlaze iz zakonskih propisa iz područja zaštite okoliša, u Podravki d.d. kontinuirano se prati i sustavno ažurira Lista zakona i pravilnika koja prati sve zakonske izmjene iz područja zaštite okoliša.

Podravka je i u 2015. godini kao redovna članica sudjelovala u radu:

- Hrvatskog poslovnog savjeta za održivi razvoj (HR PSOR)
- Zajednice za zaštitu okoliša u gospodarstvu pri Hrvatskoj gospodarskoj komori
- Gospodarsko-interesnog udruženja proizvođača pića (GIUPP) te
- Eko-ozre.

Slijedom definiranih temeljnih ciljeva Podravke u području zaštite okoliša u 2015. godini je proveden niz planiranih aktivnosti koje su rezultirale značajnim ekonomskim, okolišnim i društvenim rezultatima.

### NAJVAŽNIJA OSTVARENJA U 2015. GODINI

- Započet je projekt za izgradnju kotlovnice na biomasu na industrijskoj zoni Danica. Ispunjeni su svi uvjeti za izdavanje građevinske dozvole, a početak izgradnje predviđa se u 2016. godini.  
Namjena novog pogona kotlovnice je proizvodnja pare, a kao osnovno gorivo koristit će se šumska biomasa. Biomasa spada u kategoriju obnovljivih izvora energije i uvođenje takve tehnologije doprinosi mjerama za smanjenje emisija CO<sub>2</sub> iz energetskog sektora čime se još jednom pokazalo da Podravka pridonosi očuvanju okoliša.
- Ugrađen je i prvi solarni kolektor za pripremu potrošne tople vode na lokaciji A. Starčevića 32, Koprivnica s ciljem smanjenja potrošnje primarnog energenta-prirodnog plina, a samim time smanjuje se i količina proizvedenog CO<sub>2</sub>.
- Uprava Podravke kupila je za potrebe menadžmenta električni automobil Tesla, a u poslovnom najmu ima dva električna vozila Mitsubishi

i-MiEV, namijenjenih za lokalnu vožnju. Nabavom vozila sa smanjenom emisijom CO<sub>2</sub>, Podravka je još jednom pokazala kako prati i postavlja nove trendove, i što je najvažnije, vodi brigu o zaštiti okoliša i energetske učinkovitosti.

- Aktivno sudjelovanje u aktivnostima koje proizlaze iz obveza definiranih Europskim sustavom trgovanja emisijama stakleničkih plinova (EU ETS). Revidirani su Planovi praćenja emisija stakleničkih plinova, a s obzirom na promjene nastale integracijom Danice d.o.o. u Podravku d.d. Podravkin tim za ETS, koji se sastoji od ovlaštenih i dodatno ovlaštenih predstavnika, svojim aktivnostima doprinosi pravovremenom ispunjavanju zakonskih obveza i predaji emisijskih jedinica u Registar unije te daje smjernice za kupnju emisijskih jedinica.
- Na lokaciji A. Starčevića 32, Koprivnica uveden je ESCO model s ciljem postizanja racionalnog načina korištenja vode
- Kontinuirano se prate svi energenti, a uvedeno je i preciznije praćenje odnosa između potrošnje i proizvodnje toplinske energije
- Sukladno zakonskoj regulativi, imenovani Povjerenik za otpad i Zamjenik povjerenika za otpad polazili su i uspješno završili program osnovne izobrazbe za gospodarenje otpadom
- Kanalizacijski sustav lokacije Starčevićeva, Koprivnica ispitan je na vodonepropusnost
- Na svim lokacijama Podravke d.d. nastavljeno je unaprjeđivanje sustava gospodarenja otpadom efikasnijim razvrstavanjem otpada, uređenjem prostora za privremeno skladištenje otpada te edukacijom zaposlenika.

## Aktivnosti na području zaštite okoliša Belupo

### AKTIVNOSTI ZAŠTITE OKOLIŠA

U 2015. godini donesene su izmjene mnogih pravilnika i uredbi iz područja gospodarenja otpadom. Iste su implementirane u interne radne upute u kojima su opisani postupci i radni zadaci te se na taj način postiže kontrola nad onečišćenjem okoliša. Obavljena je edukacija novozaposlenih djelatnika s ciljem jačanja ekološke svijesti svakog zaposlenika čime se unapređuje očuvanje okoliša i osiguravaju bolji uvjeti života u skladu s društvenom odgovornošću prema zajednici.

### GOSPODARENJE OTPADOM

Okoliš se najčešće onečišćuje otpadom, stoga se pravilno zbrinjavanje otpada i dalje sustavno provodi. Otpad se evidentira prema radnim cjelinama, vrši se odvajanje otpada za recikliranje te pravilno skladišti otpad namijenjen termičkoj obradi. Pripreme za nadzor nadležnih tijela za proizvodnju lijekova povećale su količine tehnološkog otpada na lokaciji.

Načelom učinkovitog gospodarenja otpadom, sav otpad koji nastaje, na siguran i ekološki prihvatljiv način se zbrinuo, reciklirao ili termički obradio.

Na Belupu je u 2015.god. evidentirano 29 vrsta otpada u ukupnoj količini od 260 tona.

VRSTA OTPADA	OPASNI OTPAD	INERTNI OTPAD	KOMUNALNI OTPAD
Količina otpada t/god.	52,6	187,4	20

NAČIN OBRADJE / NA UKUPNU KOLIČINU	RECIKLIRANJE	TERMIČKA OBRADA	DEPONIJ
Količina otpada %	61,1 %	31,3 %	7,6 %

Pravilnim gospodarenjem velik dio otpada postao je sekundarna sirovina, što je u cilju štednje prirodnih resursa kao i smanjenja količine otpada koji se odlaže na deponij. Tehnološki otpad je termički zbrinut.

Za ambalažni otpad koji nastaje prodajom lijekova redovito se vrši prijava količina ambalažnih materijala Fondu za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost.

Vežano na zakonsku regulativu o imenovanju odgovorne osobe i povjerenika za otpad završena je izobrazba za dvije imenovane djelatnice.

**ZAŠTITA ZRAKA** Emisijama u zrak pridaje se veliku pozornost praćenjem emisija prašine i organskih otapala iz tehnoloških ispusta kao i emisijama NO<sub>2</sub>, CO, SO<sub>2</sub> i CO<sub>2</sub> iz energetskih ispusta.

Sukladno zakonskoj regulativi, redovito se vrši mjerenje emisija u zrak iz nepokretnih izvora tehnoloških postrojenja te iz nepokretnih energetskih izvora od ovlaštene institucije

U toku 2015. obavljeno je mjerenje emisija u zrak iz kotlovnice iz plina i lakog ulja kao goriva i emisija prašine iz dva ispusta proizvodnje krutih oblika lijekova i pilot postrojenja. Granične vrijednosti emisija u dozvoljenim su granicama o čemu se vode očevidnici, a rezultati mjerenja su dostavljeni Hrvatskoj agenciji za zaštitu okoliša i prirode.

Redovito se vrši kontrola svih ugrađenih filtera za smanjivanje emisija prašine u zrak, kao i kontrola rada uređaja s aktivnim ugljenom koji vrši apsorpciju otapala. Rad postrojenja je automatiziran i regeneracija ili zamjena aktivnog ugljena radi se po zasićenju istoga, a računalni zapis praćenja rada postrojenja osigurava i praćenje emisija u atmosferu. Postrojenja u kojima se koriste organska otapala prijavljena su u registar pri Ministarstvu zaštite okoliša i prirode i vođenjem obaveznim očevidnika o utrošku organskih otapala kontrolira se količina potrošnje otapala.

U svrhu zaštite zraka od fluoriranih stakleničkih plinova, ažurira se evidencija o svim rashladnim uređajima u kojima se koriste kontrolirana ili zamjenska sredstva koja oštećuju ozonski omotač te vrši servisiranje i kontrola propusnosti putem ovlaštenih serviser. U toku 2015. izvršena je redovita kontrola propusnosti kontroliranih tvari iz rashladnih uređaja.

**ZAŠTITA VODA** Zaštita voda provodi se sukladno Vodopravnoj dozvoli za ispuštanje otpadnih voda za lokaciju Podravkinih tvornica na Danici. Tehnološke i sanitarne vode odvođe se s lokacije Belupa zasebnom kanalizacijom, miješaju se s otpadnim vodama ostalih tvornica i odvođe na uređaj na mehaničko i biološko pročišćavanje. Analize otpadnih voda redovito obavljaju ovlašteni laboratoriji, sukladno zakonskim odredbama i Vodopravnoj dozvoli. Zbog pravilnog postupanja s opasnim tvarima i otpadom koji se ne ispušta u sustav odvodnje, otpadne vode zadovoljavaju granične vrijednosti propisane zakonskom regulativom. Oborinske vode ne opterećuju uređaj, već se odvođe zasebnom kanalizacijom u prirodni recipijent.

U toku 2015. sukladno novim zakonskim propisima izvršena je revizija dokumenata vezana za zaštitu voda.

O svim sredstvima koja se koriste za dezinfekciju se vodi evidencija. Redovito se vrši održavanje i čišćenje sustava za odvodnju otpadnih voda. U slučaju iznenadnog zagađenja prostora i internog sustava odvodnje, postupi se prema Operativnom planu interventnih mjera za zaštitu voda s kojim

su upoznati zaposlenici i sukladno njemu nastoji se rizike onečišćenja voda svesti na što manju moguću mjeru.

#### **NADZOR NAD RIZICIMA**

S ciljem da se izbjegne mogućnost incidenta opasnim tvarima izrađena je Procjena ugroženosti kao i Operativni plan za zaštitu i spašavanje u kojima su razrađeni potencijalni učinci na materijalna dobra, moguće ugrožavanje zaposlenika i okoliša kao posljedica korištenja opasnih tvari te se na taj način smanjuje rizik od incidenta na najmanju mjeru.

Ažurirane su količine opasnih tvari sukladno novoj uredbi i prijavljene Hrvatskoj agenciji za zaštitu okoliša i prirode i Državnoj upravi za zaštitu i spašavanje.

Pravilno rukovanje opasnim tvarima i kemikalijama sastavni je dio edukacije zaposlenika čime se mogućnost incidenta svodi na minimum.

#### **REGISTAR ONEČIŠĆENJA OKOLIŠA**

Preko baze podataka - roo Hrvatske agencije za zaštitu okoliša i prirode izvršena je prijava svih onečišćenja i emisija u okoliš, zasebno za sve vrste otpada s konačnim načinom i mjestom zbrinjavanja kao i izračun količina i mjesta ispuštanje emisija u zrak i vode.

#### **NADZOR NAD IZVRŠENJEM PROPISA IZ ZAŠTITE OKOLIŠA**

U 2015. obavljen je nadzor od strane inspekcije Ministarstva zaštite okoliša i prirode nad provedbom propisa iz zaštite okoliša. Belupo d.d. u potpunosti zadovoljava sve propise iz zaštite okoliša i nije izdano ni jedno rješenje o povredi propisa.

U 2015. obavljen je nadzor nad obvezama po Zakonu o vodama od strane inspekcije Ministarstva poljoprivrede i isto tako Belupo zadovoljava propise vezano uz zaštitu voda.



**CERTIFIKACIJE SUSTAVA UPRAVLJANJA  
GRUPE PODRAVKA U 2015. GODINI**

## Podravka

Tijekom 2015. godine od strane ovlaštenih certifikacijskih kuća provedeni su auditi sustava upravljanja kvalitetom i sigurnošću hrane prema nekoliko međunarodnih standarda.

Auditi su se odnosili na cijelu Podravka Grupu u RH osim Belupa, PodravkaPodravke Lagris, Češka te MirnaMirne d.d.

Obuhvaćene su sve organizacijske cjeline i procesi Podravke koje sudjeluju u lancu proizvodnje sigurne hrane -- "od polja do stola": Nabava→ Logistika→ Kontrola kvalitete→ Razvoj→ Marketing→ Proizvodnja→ Održavanje→ Ljudski potencijali→ Prodaja→i ostali.

Auditima je potvrđena sukladnost sa sljedećim međunarodnim standardima:

R.B.	STANDARD	LOKACIJE	OVLAŠTENO TIJELO
1	ISO 9001:2008	Podravka d.d. (sve lokacije u RH) Danica d.o.o., Koprivnica Podravka Lagris, Češka*	Certifikacijska kuća SGS *za Podravka Lagris certifikacijska kuća QUALIFOOD s.r.o.
2	HACCP prema Codex Alimentariusu	Podravka d.d. (sve lokacije u RH) Danica d.o.o., Koprivnica	Certifikacijska kuća SGS
3	IFS Food, Version 6 International Featured Standards - Food	Centrala Podravka d.d., Koprivnica Tvornica juha i Vegete, Koprivnica Tvornica Dječje hrane i kremnih namaza, Koprivnica Tvornica Danica, Koprivnica Tvornica Kalnik, Varaždin Tvornica Povrće, Umag Mirna d.d., Poreč Podravka Lagris, Češka*	Certifikacijska kuća SGS  *za Podravka Lagris certifikacijska kuća TÜV SÜD
4	BRC, Issue 6 (British Retail Consortium) Global Standard for Food Safety	Centrala Podravka d.d., Koprivnica Tvornica juha i Vegete, Koprivnica Tvornica Dječje hrane i kremnih namaza, Koprivnica	Certifikacijska kuća SGS
5	FSSC 22000 Food Safety System Certification	Danica d.o.o., Koprivnica	Certifikacijska kuća SGS
6	NSF	Tvornica Studenac, Lipik	NSF International

R.B.	STANDARD	LOKACIJE	OVLAŠTENO TIJELO
7	HALAL	Tvornica Danica, Koprivnica Tvornica juha i Vegete, Koprivnica Tvornica Dječje hrane i kremnih namaza, Koprivnica Tvornica Kalnik, Varaždin Tvornica Voće, Koprivnica Tvornica Koktel peciva, Koprivnica Podravska Klet, Koprivnica	Centar za certificiranje Halal kvalitete
8	KOSHER	Tvornica Kalnik, Varaždin Tvornica juha i Vegete, Koprivnica Tvornica Voće, Koprivnica Tvornica Koktel peciva, Koprivnica Mlin, Koprivnica	Rabin Kotel Da-Don
9	EQM - EMIRATES QUALITY MARK	Tvornica Studenac, Lipik	ESMA

U odnosu na prethodne godine tijekom 2015. došlo je do sljedećih promjena:

- odustajanje od certifikacije Podravka Polska radi zatvaranja tvornice i prestanka proizvodnje
- Kosher certifikacija Mlina na zahtjev tržišta
- certifikacija Tvornice Povrće, Umag u skladu s IFS standardom
- certifikacija Mirne d.d., Rovinj u skladu s IFS standardom
- EQM certifikacija Tvornice Studenac Lipik (Studena i Studenac) od strane ESME

## Belupo

**CERTIFIKAT GMP SLOVAČKA** Nakon uspješnog završetka još jedne u nizu međunarodnih GMP inspekcija koju su provele inspektori slovačkog SUKL-a u srpnju 2015. godine, Belupu je ponovno izdan GMP certifikat kao dokaz da u radu primjenjuje međunarodne GMP standarde i smjernice koje se odnose na razvoj, proizvodnju i promet lijekovima.

**CERTIFIKAT GMP HRVATSKA** Obnovljen je i hrvatski GMP certifikat u listopadu 2015. temeljem inspekcije koju je provela Hrvatska agencija za lijekove i medicinske proizvode, također punopravna članica PIC/S asocijacije od 1. siječnja 2016.

Oba certifikata dokaz su da Belupo u radu primjenjuje međunarodne GMP standarde i smjernice koje se odnose na razvoj, proizvodnju i promet lijekovima. GMP certifikat omogućuje Belupu da i nadalje bude prisutan na tržištima zemalja EU i drugih zemalja koje prihvaćaju GMP certifikat PIC/S-a i neophodan su uvjet uopće za proizvodnju i prometovanje lijekovima na teritoriju EU.

**FARMAVITI GDP CERTIFIKAT – DOBRA DISTRIBUTIVNA PRAKSA** Inspektorat bosanskohercegovačke Agencije za lijekove tijekom prošle poslovne godine otpočeo je s certificiranjem u skladu sa smjericama Dobre distributivne prakse, tako da je Farmavita koncem 2015. uspješno prošla i GDP inspekciju.

Kompanija očekuje izdavanje GDP certifikata, koji će uz GMP i ISO certifikate, koje Farmavita već posjeduje, biti još jedan dokaz da su svi poslovni procesi usklađeni s važećim dobrim praksama, odnosno da se posluje u skladu s europskim standardima.

**ŽIVOTOPISI ČLANOVA  
NADZORNOG ODBORA I UPRAVE**

## Životopisi članova nadzornog odbora Podravke d.d.

**DUBRAVKO ŠTIMAC**  
PREDSJEDNIK NADZORNOG ODBORA

Dubravko Štimac, predsjednik Nadzornog odbora Društva diplomirao je 1992. godine na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu, a dvije godine kasnije magistrirao smjer Organizacija i menadžment. Profesionalno se usavršavao na Securities Processing Training programu u New Yorku u organizaciji The Bank of New York te programu Fund Managementa na City University Business School u Londonu.

Profesionalnu karijeru započinje kao samostalni referent prodaje u društvu Zagrebačka tvornica papira d.o.o., nastavlja na poslovima samostalnog referenta vanjskotrgovinskog poslovanja u društvu PBZ-Investholding d.o.o. te ujedno postaje i voditelj sektora u tom društvu. Početkom 2001. godine postaje voditelj projekta mirovinske reforme u Privrednoj banci Zagreb d.d., a od listopada 2001. godine predsjednik je uprave društva PBZ Croatia osiguranje d.d. za upravljanje obveznim mirovinskim fondovima. Članom Nadzornog odbora Društva izabran je 2006. godine, a zamjenikom predsjednika Nadzornog odbora 2012. godine. Član je Odbora za nagrađivanje.

Dužnost predsjednika Nadzornog odbora Društva obavlja od 24. veljače 2012. godine.

**MATO CRKVENAC**  
ZAMJENIK PREDSJEDNIKA  
NADZORNOG ODBORA

Mato Crkvenac, zamjenik predsjednika Nadzornog odbora Društva diplomirao je na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu, a poslijediplomski studij završio je na Institutu ekonomskih znanosti u Beogradu. Doktorirao je na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu.

Profesionalnu karijeru započinje u Republičkom zavodu za planiranje, a pet godina kasnije postaje direktorom sektora Republičkog zavoda za privredna kretanja i ekonomsku politiku. Godine 1978. postaje generalni direktor Republičkog zavoda za planiranje i član Izvršnog vijeća Sabora Socijalističke Republike Hrvatske, a 1986. godine postaje zastupnik i potpredsjednik Sabora Socijalističke Republike Hrvatske. Od 2000. godine do 2004. godine bio je ministar financija u Vladi RH, a kasnije i zastupnik u Hrvatskom saboru. Na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu bio je asistent i znanstveni asistent te je izabran za docenta. Četiri godine kasnije izabran je u zvanje izvanrednog profesora, a 1991. godine u zvanje redovitog profesora. Član je Revizorskog odbora Društva.

Dužnost zamjenika predsjednika Nadzornog odbora Društva obavlja od 24. veljače 2012. godine.

**IVO DRUŽIĆ**  
ČLAN NADZORNOG ODBORA

Ivo Družić, član Nadzornog odbora Društva diplomirao je na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu 1973. godine, magistrirao 1981. godine te doktorirao 1988. godine.

Stalno je zaposlen na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu kao redoviti profesor u trajnom zvanju te je voditelj znanstvenog poslijediplomskog studija Ekonomija i razvoj. Kao gostujući znanstveni savjetnik 1990/91. godine boravi u Brightonu, Engleska na University of Sussex, a kao znanstveni savjetnik 1994. godine na University of Pittsburgh u Sjedinjenim Američkim Državama. Bio je gostujući profesor 1995. godine na University of Beijing u Kini, a 1997/98. godine na University of Pittsburgh u Sjedinjenim Američkim Državama. Objavio je 2 knjige samostalno te 6 u suautorstvu (od kojih je dvije i uredio). Također je objavio i 19 znanstvenih radova u časopisima s međunarodnom recenzijom, 10 radova u zbornicima s međunarodnih znanstvenih skupova te 18 znanstvenih radova u domaćim časopisima i zbornicima.

Dužnost člana Nadzornog odbora Društva obavlja od 23. veljače 2012. godine.

**MILAN STOJANOVIĆ**  
ČLAN NADZORNOG ODBORA

Milan Stojanović, član Nadzornog odbora Društva diplomirao je 1978. godine na Fakultetu industrijske pedagogije u Zagrebu te je 1986. godine magistrirao na Fakultetu političkih znanosti u Zagrebu.

Njegovu profesionalnu karijeru obilježava 35 godina radnog staža na pozicijama direktora ili menadžera u gospodarstvu. U dva mandata bio je zastupnik u Hrvatskom saboru, i to u razdoblju od 1990. do 1996. godine. Obnašao je i dužnost predsjednika Uprave Fonda za razvoj i zapošljavanje Republike Hrvatske. Objavio je niz istraživanja i radova iz područja marketinga i gospodarstva te je dva puta dobio priznanje za najboljeg menadžera godine. Umirovljeni je gospodarstvenik te predsjednik Nadzornog odbora društva Zlatna Igla-Siscia d.o.o. Član je Odbora za nagrađivanje Društva.

Dužnost člana Nadzornog odbora Društva obavlja od 6. srpnja 2012. godine.

**IVANA MATOVINA**  
ČLANICA NADZORNOG ODBORA

Ivana Matovina, članica Nadzornog odbora Društva diplomirala je 1996. godine na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu, smjer Računovodstvo i financije.

Profesionalnu karijeru započela je kao voditelj računovodstva, a 1997. godine postala je direktoricom društva KPMG Croatia d.o.o. U 2009. godini postaje direktor i partner u društvu Cinotti savjetovanje d.o.o. te radi na poslovima revizije, interne revizije, računovodstvenog i poslovnog savjetovanja i edukacije. Krajem 2011. godine osniva društvo Antares revizija d.o.o., u kojem kao direktorica radi u sektoru revizorskih i savjetodavnih usluga. Bila je član Upravnog vijeća Hrvatske revizorske komore, a danas je član Savjeta HANFA-e, član Odbora za standarde financijskog izvještava-

nja, predavač Hrvatske revizorske komore (predmet Revizija), a od 2008. godine je predavač na Zagrebačkoj školi ekonomije i managementa te je hrvatski ovlaštenu revizor i ovlaštenu računovođa Velike Britanije.

Članica je Revizorskog odbora Društva te Nadzornog odbora društva BELUPO d.d.

Dužnost članice Nadzornog odbora Društva obavlja od 6. srpnja 2012. godine.

**DINKO NOVOSELEC**  
ČLAN NADZORNOG ODBORA

Dinko Novoselec, član Nadzornog odbora Društva diplomirao je matematiku na Prirodoslovno-matematičkom fakultetu u Zagrebu, a 2000. godine stekao je CFA (Chartered Financial Analyst) titulu u okviru CFA programa u organizaciji američkog udruženja investicijskih profesionalaca (CFA Institute).

Profesionalnu karijeru započeo je u Hrvatskoj narodnoj banci na poslovima upravljanja deviznim pričuvama. Krajem 1998. godine prelazi u Zagrebačku banku d.d. na mjesto voditelja analitičke službe, a potom prelazi u društvo ZB Invest d.o.o. za upravljanje investicijskim fondovima na mjesto člana uprave. Od 2001. godine član je uprave društva Allianz ZB d.o.o. društvo za upravljanje obveznim mirovinskim fondom, a u travnju 2003. godine imenovan je predsjednikom Uprave društva Allianz ZB d.o.o. društvo za upravljanje obveznim mirovinskim fondom. Predsjednik je Revizorskog odbora Društva.

Dužnost člana Nadzornog odbora Društva obavlja od 7. rujna 2010. godine.

**PETAR VLAČIĆ**  
ČLAN NADZORNOG ODBORA

Petar Vlačić, član Nadzornog odbora Društva diplomirao je na Fakultetu za elektrotehniku i računarstvo u Ljubljani, nakon čega stječe i CFA (Chartered Financial Analyst) titulu u okviru CFA programa u organizaciji američkog udruženja investicijskih profesionalaca (CFA Institute).

Profesionalnu karijeru započinje kao broker društva Ilirika d.d. iz Slovenije, a kasnije napreduje kao portfolio manager i voditelj trgovanja. Po dolasku u Zagreb postaje prvi fond menadžer u RH, u prvom hrvatskom investicijskom fondu Kaptol Proinvest. Kasnije radi kao voditelj trgovanja u društvu IB Austria d.o.o., nakon čega prelazi na mjesto fond menadžera u Središnjem nacionalnom fondu. Godine 2001. postaje predsjednik uprave društva Adriatic Invest d.o.o. – društva za upravljanje Plavim obveznim mirovinskim fondom. Krajem 2003. godine Plavom fondu pripajaju se Erste OMF i Helios OMF te fond mijenja ime u Erste Plavi obvezni mirovinski fond. U vrijeme rada u društvu za upravljanje privatizacijskim investicijskim fondom bio je član većeg broja nadzornih odbora hrvatskih poduzeća. Član je Revizorskog odbora i predsjednik Odbora za nagrađivanje Društva.

Dužnost člana Nadzornog odbora Društva obavlja od 7. rujna 2010. godine.



**PETAR MILADIN**  
ČLAN NADZORNOG ODBORA

Petar Miladin, član Nadzornog odbora Društva diplomirao je na Pravnom fakultetu u Zagrebu te 1999. godine magistrirao na Poslijediplomskom znanstvenom studiju iz trgovačkog prava i prava društava. Doktorsku disertaciju pod naslovom "Plaćanje doznakom" obranio je 2005. godine na istom fakultetu te je stekao akademski stupanj doktora društvenih znanosti, znanstveno polje pravo.

Neposredno po završetku studija radio je kao pripravnik na Općinskom i Trgovačkom sudu u Zagrebu.

Na Pravnom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu zaposlio se 1997. godine u suradničkom zvanju mlađeg asistenta na Katedri za trgovačko pravo i pravo društava. U prosincu 1999. godine izabran je u suradničko zvanje asistenta na istoj katedri na kojoj kasnije radi kao viši asistent. Kao docent radi od 2005. godine, a od 2009. godine kao izvanredni profesor. Objavio je dvadesetak znanstvenih radova iz područja trgovačkog prava, prava društava i bankarskog prava.

Dužnost člana Nadzornog odbora Društva obavlja od 7. rujna 2010. godine.

**KSENIJA HORVAT**  
ČLANICA NADZORNOG ODBORA

Ksenija Horvat, članica Nadzornog odbora Društva, profesionalnu karijeru započinje u Podravki 1984. godine na administrativnim poslovima, a nakon uspješnog školovanja uz rad, počela je raditi na referentskim poslovima u Tržištu RH gdje je i danas.

Od 2001. godine kao povjerenica većinskog sindikata u Podravki – Sindikata PPDIV-a, prelazi na puno radno vrijeme za sindikat i od tog vremena pa sve do danas jedna je od vodećih sindikalnih pregovarača za unaprjeđenje prava Podravkinih radnika kroz kolektivni ugovor Grupe Podravka.

2002. godine prvi je put izabrana u Radničko vijeće PODRAVKE d.d. u kojem od 2013. godine do danas obnaša dužnost predsjednice.

Predstavnica radnika u Nadzornom odboru Podravke prvi je put bila od 2004. – 2012. godine i u tom razdoblju obnašala je dužnost i zamjenice predsjednika Nadzornog odbora te vršiteljice dužnosti predsjednika Nadzornog odbora u razdoblju 2009./2010. godine.

Imenovana je kao predstavnica radnika u Nadzorni odbor od strane Radničkog vijeća Društva i dužnost članice Nadzornog odbora Društva obavlja od 1. srpnja 2015. godine.

**MARTINKA MARĐETKO-VUKOVIĆ**  
ČLANICA NADZORNOG ODBORA

Martinka Marđetko-Vuković, članica Nadzornog odbora Društva diplomirani je inženjer sigurnosti te je završila i višu poljoprivrednu školu.

Profesionalnu karijeru započinje 1979. godine na administrativnim poslovima u Društvu, a kasnije napreduje na poziciju planera-analitičara. Profe-

sionalna zaduženja obavljala je u Ekonomskom centru u Društvu, a kasnije i u Kontrolingu. Predsjednica je Nezavisnog sindikata Društva te je ujedno i članica Radničkog vijeća, i to od osnivanja prvih radničkih vijeća 1996. godine, kada je obavljala i funkciju dopredsjednice. Danas radi kao savjetnica direktora sektora za zaštitu na radu u Ljudskim potencijalima Društva. Članicom Nadzornog odbora Izdavatelja izabrana je od strane Radničkog vijeća Društva.

Dužnost članice Nadzornog odbora Društva obavljala je u razdoblju od 8. travnja 2011. do 30. lipnja 2015. godine.

## Životopisi članova Uprave Podravke d.d.

**ZVONIMIR MRŠIĆ**  
PREDSJEDNIK UPRAVE

Zvonimir Mršić, predsjednik Uprave Društva diplomirao je na Fakultetu političkih znanosti u Zagrebu, uspješno završio specijalistički FBA (Fundamentals of Business Administration) program na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu te certificirani program za članove nadzornih odbora.

Između ostalog, član je Savjeta Hrvatske udruge poslodavaca, a u listopadu 2014. godine izabran je za potpredsjednika Udruge hrvatskih izvoznika (HIZ). Od 1990. godine kada se pridružuje Društvu, pa sve do 1998. godine obavlja dužnost direktora Službe za odnose s javnošću.

Uz poslovnu, gradi i vrlo uspješnu političku karijeru obnašajući dužnost zamjenika gradonačelnika, a potom i gradonačelnika Grada Koprivnice u tri mandata.

Dužnost predsjednika Uprave Društva obavlja od 24. veljače 2012. godine.

**OLIVIJA JAKUPEC**  
ČLANICA UPRAVE

Olivija Jakupec, članica Uprave Društva diplomirala je na Fakultetu organizacije i informatike u Varaždinu, a usavršavala se u međunarodnoj poslovnoj školi Center, Brdo kod Kranja.

Poslovnu karijeru započinje u Društvu 1992. godine kao Product manager za program Ferrero te je zadužena za promociju i provođenje marketinških aktivnosti na tržištu RH. Godinu dana kasnije postaje Marketing manager u ovisnom društvu u Bugarskoj, za čije je osnivanje i odgovorna te obavlja marketinške aktivnosti na predmetnom tržištu. Direktoricom ovisnog društva u Rusiji, za čije je osnivanje i odgovorna, imenovana je 1997. godine te radi na postavljanju poslovnog modela Društva na ruskom tržištu. U Koprivnicu se vraća 2001. godine i preuzima poslove direktorice Službe za komuniciranje s tržištem. U Nexe Grupi počinje raditi 2004. godine kao direktorica Nexe u Bosni i Hercegovini. Od 2007. godine radi kao pomoćnica direktora podružnice društva Jadransko osiguranje d.d. u Koprivnici.

Dužnost članice Uprave Društva obavlja od 24. veljače 2012. godine.

**MIROSLAV KLEPAČ**  
ČLAN UPRAVE

Miroslav Klepač, član Uprave Društva diplomirao je bankarstvo i financije na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu. Završio je i Međunarodnu poslovnu školu (IEDC) u Bledu, Slovenija te stekao titulu magistra poslovnog upravljanja (Master of Business Administration - MBA), kao i niz drugih međunarodnih stručnih seminara iz područja financija, kontrolinga, projektnog menadžmenta te razvoja ljudskih potencijala.

Profesionalnu karijeru započinje u CAIB - Investment Bank of Austria Creditanstalt Group na središnjim i istočnoeuropskim tržištima te na vođenju

projekata spajanja i preuzimanja. Od 2000. godine radi kao savjetnik predsjednika Uprave društva Hrvatski Telekom d.d. na poslovima financijskih i operativnih analiza i aktivnostima unutar grupe za akvizicije. Dvije godine kasnije postaje direktor kontrolinga društva HT mobilne komunikacije d.o.o., a 2004. godine izvršni direktor društva T-Mobile Hrvatska d.o.o. za strategiju. Godinu dana kasnije imenovan je članom uprave Allianz Zagreb d.d., 2008. godine postaje član Uprave i financijski direktor društva Iskon Internet d.d., a 2009. godine privremeno je imenovan i članom Uprave HT d.o.o. BiH te potom članom Nadzornog odbora tog društva.

Dužnost člana Uprave Društva obavlja od 24. veljače 2012. godine.

**HRVOJE KOLARIĆ**  
ČLAN UPRAVE

Hrvoje Kolarić, član Uprave Društva diplomirao je 1998. godine na Farmaceutsko-biokemijskom fakultetu u Zagrebu te je na Međunarodnoj poslovnoj školi (IEDC) u Bledu, Slovenija stekao titulu magistra poslovnog upravljanja (Master of Business Administration – MBA). Aktivno je sudjelovao i na brojnim edukacijama za usvajanje prodajnih i pregovaračkih vještina, treninzima za prvu liniju menadžmenta, učinkovitost prodaje, osposobljavanje u pitanjima financija i sl.

U profesionalnoj karijeri ističu se njegove pozicije direktora farmaceutike i razvoja poslovanja u društvu Bristol-Myers Squibb, direktora farmaceutike društva PharmaSwiss te direktora društva PharmaSwiss d.o.o., Hrvatska. U svojoj karijeri vodi i poslovne procese vezane uz suradnju s društvom BELUPO d.d. u proizvodnji kardiološke palete proizvoda Pravachol. U ranijoj profesionalnoj karijeri bio je i menadžer Odjela poslova farmaceutike predstavništva za Hrvatsku te Bosnu i Hercegovinu društva Bristol-Myers Squibb, kao i menadžer za alergološke i respiratorne proizvode predstavništva u Hrvatskoj društva Schering-Plough.

Na mjesto člana Uprave društva BELUPO d.d. zaduženog za marketing, prodaju te međunarodna tržišta imenovan je 2005. godine te ponovno 2010. godine.

Dvije godine kasnije imenovan je predsjednikom Uprave društva BELUPO d.d.

Dužnost člana Uprave Društva obavlja od 20. prosinca 2012. godine.

## REZULTATI POSLOVANJA

**GLAVNA OBILJEŽJA REZULTATA  
POSLOVANJA GRUPE PODRAVKA  
U 2015. GODINI (NEPREKINUTO I  
PREKINUTO POSLOVANJE)**

Profitabilnost Grupe Podravka u 2015. godini imala je pozitivan utjecaj konsolidacije Grupe Žito u četvrtom kvartalu 2015. godine.

**Prihodi od prodaje** Grupe Podravka iznosili su 3.777,2 milijuna kuna i viši su za 7,8% u odnosu na 2014. godinu. Prihodi od prodaje strateškog poslovnog područja Prehrana iznosili su 2.971,5 milijuna kuna i bili su viši za 11,6% u odnosu na 2014. godinu, dok su prihodi od prodaje strateškog poslovnog područja Farmaceutika iznosili 805,7 milijuna kuna i bili su niži za 4,1% u odnosu na 2014. godinu. Na ostvarene prihode od prodaje strateškog poslovnog područja Prehrana pozitivno je utjecala konsolidacija Grupe Žito od 1. listopada 2015. godine, konsolidacija Mirne d.d. od 1. travnja 2015. godine te konsolidacija PIK asortimana od 1. lipnja 2014. godine. Na ostvarene prihode od prodaje strateškog poslovnog područja Farmaceutika negativno je utjecala nepovoljna političko-ekonomska situacija u Istočnoj Europi (tržišta bivšeg sssr-a) te propisano smanjenje cijena lijekova na recept na tržištu Hrvatske od strane Hrvatskog zavoda za zdravstveno osiguranje (HZZO).

**Bruto dobit** Grupe Podravka je u 2015. godini iznosila 1.535,5 milijuna kuna što je 4,0% više u odnosu na 2014. godinu. Bruto marža je iznosila 40,7%, što je smanjenje za 149 baznih bodova u odnosu na 2014. godinu kada je iznosila 42,1%. Bruto marža je smanjena uslijed promjene strukture prodaje u segmentu prehrane i farmaceutike. U segmentu prehrane imali smo rast prodaje pića u odnosu na usporedno razdoblje te prodaju asortimana Mirne koja nije bila u usporednom razdoblju. U segmentu farmaceutike je došlo do pada prodaje vlastitih brandova uz nepromijenjenu prodaju trgovačke robe.

**Operativna dobit (EBIT)** je u 2015. godini ostvarila rast od 83,8% i iznosila je 285,2 milijuna kuna. Pritom je EBIT marža porasla za 311 baznih bodova sa 4,4% na 7,6%. Na operativnu dobit promatranog razdoblja je, povrh utjecaja iznad razine bruto dobiti, utjecala: (i) konsolidacija Grupe Žito s 115,7 milijuna kuna pozitivnim utjecajem<sup>1</sup> (ii) konsolidacija Mirne s 24,8 milijuna kuna pozitivnim utjecajem<sup>2</sup>, (iii) troškovi otpremnina od 29,1 milijuna kuna te (iv) troškovi povezani s akvizicijom i integracijom Žita od 9,4 milijuna kuna. Usporedno razdoblje bilo je opterećeno troškovima otpremnina u iznosu od 72,1 milijun kuna.

**Neto dobit nakon manjinskih interesa** je u 2015. godini ostvarila rast od 329,5% i iznosila je 397,3 milijuna kuna. Povrh utjecaja iznad EBIT razine, na neto rezultat promatranog razdoblja utjecalo je i 8,0 milijuna kuna financijskih troškova ESOP programa te 167,5 milijuna kuna odgođenog poreznog prihoda.

- 1 S obzirom da je neto vrijednost imovine Grupe Žito veća od cijene stjecanja, na konsolidiranoj razini ostvarena je dobit od povoljne kupnje koja iznosi 115,7 milijuna kuna.
- 2 Prilikom konsolidacije Mirne d.d. napravljeno je vrijednosno usklađenje knjigovodstvene vrijednosti dugotrajne imovine s procijenjenom tržišnom vrijednošću u skladu s računovodstvenim standardima. Rezultat vrijednosnog usklađenja je povećanje knjigovodstvene vrijednosti dugotrajne imovine te iskazana dobit od povoljne kupnje u ostalim prihodima u iznosu od 24,8 milijuna kuna.

**Neto dug** na 31.12.2015. godine iznosio je 922,4 milijuna kuna što je rast od 7,7% u odnosu na kraj 2014. godine uslijed konsolidacije Grupe Žito koja nije bila konsolidirana na usporedni datum.

**Ukupna imovina** na 31.12.2015. godine bilježi rast od 41,0% u odnosu na 31.12.2014. godine uslijed konsolidacije Grupe Žito te Mirne d.d. koje nisu bile konsolidirane na usporedni datum.

**KLJUČNI FINANCIJSKI POKAZATELJI  
(NEPREKINUTO I PREKINUTO  
POSLOVANJE)**

FINANCIJSKI POLOŽAJ (U MILIJUNIMA KUNA)	2015.	2014.	PROMJENA
UKUPNA IMOVINA	4.945,8	3.508,6	41,0%
NOVAC I NOVČANI EKVIVALENTI	291,9	220,5	32,4%
UKUPNA GLAVNICA	2.817,8	1.785,3	57,8%
FINANCIJSKI DUG	1.214,3	1.077,3	12,7%
NOVČANI TOK IZ POSLOVNIH AKTIVNOSTI	274,2	286,9	(4,4%)

POKAZATELJI PROFITABILNOSTI (U MILIJUNIMA KUNA)	2015.	2014.	PROMJENA
BRUTO MARŽA	40,7%	42,1%	-149 BB
EBITDA* MARŽA	12,4%	9,1%	+330 BB
EBIT MARŽA	7,6%	4,4%	+311 BB
NETO DOBIT MARŽA NAKON MANJINSKIH INTERESA	10,5%	2,6%	+788 BB
POVRAT NA KAPITAL (ROE)	14,1%	5,2%	+892 BB
POVRAT NA IMOVINU (ROA)	8,0%	2,6%	+540 BB

\*EBITDA je računata na način da je EBIT uvećana za amortizaciju, usklađena vrijednosti nematerijalne i dugotrajne materijalne imovine te dugotrajne imovine namijenjene prodaji.

POKAZATELJI ZADUŽENOSTI (U MILIJUNIMA KUNA)	2015.	2014.	PROMJENA
NETO DUG*	922,4	856,8	7,7%
TROŠAK KAMATA	36,9	43,5	(15,2%)
NETO DUG / EBITDA	2,0	2,7	(26,7%)
EBITDA / TROŠAK KAMATA	12,7	7,3	73,2%
OMJER KAPITALA I UKUPNE IMOVINE	57,0%	50,9%	+609 BB

\*Neto dug: Financijski dug + Manjinski interesi – Novac i novčani ekvivalenti.

MULTIPLIKATORI	2015.	2014.	PROMJENA
EV* / PRIHODI OD PRODAJE	0,9	0,7	25,7%
EV / EBITDA	7,2	7,8	(7,7%)
EV / EBIT	11,8	16,0	(26,0%)
ZADNJA CIJENA PO DIONICI / DOBIT PO DIONICI**	5,0	16,7	(69,8%)

\*Eng. Enterprise value: Tržišna kapitalizacija + Neto dug + Manjinski interesi. \*\*Ponderirani prosječni broj dionica na 31.12.2015. iznosi 5.987.697, a na 31.12.2014. iznosi 5.242.492.

**GLAVNA OBILJEŽJA REZULTATA  
NEPREKINUTOG POSLOVANJA GRUPE  
PODRAVKA U 2015. GODINI**

U nastavku su prezentirana ključna obilježja poslovanja Grupe koje se odnosi na strateška poslovna područja koja predstavljaju neprekidno poslovanje Grupe. Kao što je objašnjeno u bilješci 7 u revidiranim financijskim izvještajima, Grupa je dio poslovanja koji se odnosi na poslovni segment pića klasificirala kao prekinuto poslovanje te ga od datuma reklasifikacije ne prati i analizira kao strateško poslovno područje.

**PRIHODI OD PRODAJE PO STRATEŠKIM POSLOVNIM PODRUČJIMA (NEPREKINUTO POSLOVANJE)**

PRIHODI OD PRODAJE (NEPREKINUTO POSLOVANJE)	IZVJEŠTAJNI REZULTAT				
	2015.	% PRIHODA OD PRODAJE	2014.	% PRIHODA OD PRODAJE	PROMJENA
U MILIJUNIMA KUNA					
SPP PREHRANA	2.880,6	78,1%	2.571,8	75,4%	12,0%
SPP FARMACEUTIKA	805,7	21,9%	840,3	24,6%	(4,1%)
GRUPA PODRAVKA	3.686,3	100,0%	3.412,1	100,0%	8,0%

Prihodi od prodaje **strateškog poslovnog područja Prehrana** su u 2015. godini iznosili 2.880,6 milijuna kuna što je 12,0% više u odnosu na 2014. godinu. Na ostvarene prihode od prodaje pozitivno je utjecala konsolidacija Grupe Žito od 1. listopada 2015. godine, konsolidacija Mirne d.d. od 1. travnja 2015. godine te konsolidacija PIK asortimana od 1. lipnja 2014. godine. Bez utjecaja konsolidiranog asortimana te asortimana iz kojega je Grupa Podravka izašla ili izlazi (asortiman pića, svježe meso, hladni program, lokalna pekarnica), segment Prehrane ostvario je rast prihoda od 1,3%. Potrebno je napomenuti da su vlastite robne marke rasle 5,4%, što je nadoknadilo pad ostale prodaje od 8,5%. Pad ostale prodaje prvenstveno je rezultat manjih prihoda od prodaje maka u regiji Europa čija je tržišna cijena značajno pala u promatranom razdoblju.

Na ostvarene prihode od prodaje **strateškog poslovnog područja Farmaceutika** negativno je utjecala nepovoljna političko-ekonomska situacija u Istočnoj Europi (tržišta bivšeg sssr-a) te propisano smanjenje cijena lije-



kova na recept na tržištu Hrvatske od strane HZZO-a. Uslijed deprecijacije ruske rublje, prihodi lijekova na recept na tržištu Rusije niži su za 32,3 milijuna kuna (izračunato pod pretpostavkom da je tečaj rublje ostao na razinama tečaja iz 2014. godine), dok se uslijed negativnog utjecaja političko-ekonomske krize u 2015. godini nije poslovalo na tržištima Ukrajine i Kazahstana, što je rezultiralo s 11,2 milijuna kuna nižim prihodima (pod pretpostavkom ostvarenja istog rezultata na tim tržištima kao i u 2014. godini). Propisano smanjenje cijena lijekova na recept na tržištu Hrvatske od strane HZZO-a imalo je procijenjen negativan učinak od 10,0 milijuna kuna na prihode lijekova na recept (izračunato pod pretpostavkom da su cijene lijekova ostale nepromijenjene). Velika većina ostalih tržišta ostvarila je rast prihoda lijekova na recept, od kojih se ističe tržište Bosne i Hercegovine uslijed unaprjeđenja efikasnosti poslovnog modela.

#### PRIHODI OD PRODAJE PO KATEGORIJAMA (NEPREKINUTO POSLOVANJE)

PRIHODI OD PRODAJE (NEPREKINUTO POSLOVANJE) (U MILIJUNIMA KUNA)	2015.	% PRIHODA OD PRODAJE	2014.	% PRIHODA OD PRODAJE	PROMJENA
<b>SPP PREHRANA I NAPITCI</b>	<b>2,880.6</b>	<b>78.1%</b>	<b>2,571.8</b>	<b>75.4%</b>	<b>12.0%</b>
KULINARSTVO	934.7	25.4%	899.4	26.4%	3.9%
SLASTICE, SNACKOVI I PIĆA	231.2	6.3%	171.2	5.0%	35.0%
DJEČJA HRANA, HRANA ZA DORUČAK I OSTALA HRANA	940.4	25.5%	887.3	26.0%	6.0%
MESNI PROIZVODI	303.5	8.2%	300.8	8.8%	0.9%
PEKARSTVO I MLINARSTVO	174.3	4.7%	-	-	N/P
OSTALA PRODAJA	296.5	8.0%	313.1	9.2%	(5.3%)
<b>SPP FARMACEUTIKA</b>	<b>805.7</b>	<b>21.9%</b>	<b>840.3</b>	<b>24.6%</b>	<b>(4.1%)</b>
LIJEKOVI NA RECEPT	556.3	15.1%	597.1	17.5%	(6.8%)
BEZRECEPTNI PROGRAM	90.7	2.5%	90.1	2.6%	0.7%
OSTALA PRODAJA	158.6	4.3%	153.1	4.5%	3.6%
<b>GRUPA PODRAVKA</b>	<b>3,686.3</b>	<b>100.0%</b>	<b>3,412.1</b>	<b>100.0%</b>	<b>8.0%</b>

Kako uslijed akvizicije Grupe Žito i njene konsolidacije od četvrtog kvartala 2015. godine, 2015. i 2014. godina nisu u potpunosti usporedive, u nastavku radi transparentnog prikaza poslovanja objašnjavamo kretanje prihoda od prodaje kategorija bez utjecaja akvizicije Grupe Žito.

**Kategorija kulinarstvo** bez utjecaja akvizicije Grupe Žito ostvarila je rast prihoda od 2,6% u odnosu na usporedno razdoblje, ponajviše pod utjecajem rasta prihoda potkategorije univerzalnih dodataka jelima i potkategorije juha. Potkategorija univerzalnih dodataka jelima ostvarila je najveći rast prihoda u Poljskoj uslijed aktivnosti na brandu Vegeta, na Novim

tržištima kao rezultat izgradnje distribucije, te u Zapadnoj Europi uslijed širenja distribucije. Potkategorija juha ostvarila je najveći rast prihoda u regiji Adria kao rezultat fokusa na inovirani asortiman dodane vrijednosti i aktivnosti u ključnim periodima.

**Kategorija slastice, snackovi i pića** bez utjecaja akvizicije Grupe Žito zabilježila je 2,3% niže prihode u odnosu na usporedno razdoblje. Na niže prihode ponajviše su utjecali manji prihodi praškastih napitaka na tržištu Hrvatske uslijed racionaliziranja asortimana te manji prihodi potkategorije snacka u regiji Adria uslijed aktivnosti konkurencije te općeg smanjenja veličine kategorije.

Rast prihoda **kategorije dječje hrane, hrane za doručak i ostale hrane** bez akvizicije Grupe Žito ponajviše je potaknut rastom prihoda potkategorija dječje hrane, kondimenata, zamrznutog povrća i mediteranske hrane te ostvarenim prihodima Mirna asortimana kojih nije bilo u usporednom razdoblju. Bez utjecaja prihoda asortimana Mirne, čitava kategorija ostvarila je 5,4% više prihode u odnosu na usporedno razdoblje. Potkategorija dječje hrane ostvarila je rast prihoda uslijed viših prihoda branda Čokolešnik u Sloveniji kao rezultat pojačanih aktivnosti, te početka prodaje Lino kašica u Adria regiji. Asortiman kondimenata ostvario je dobre prodajne rezultate u regijama Adria i Europa kao rezultat povećanih marketinških aktivnosti te veće zastupljenosti asortimana u prodajnim kanalima. Potkategorija zamrznutog povrća ostvaruje značajan rast prihoda kao posljedica početka prodaje zamrznutog povrća na tržištu Rusije krajem 2014. godine. U potkategoriji mediteranske hrane imamo rast prihoda riže i tjestenine u regiji Europa kao rezultat repositioniranja prema profitabilnijem asortimanu te snažnijih marketinških aktivnosti.

Ostvareni prihodi PIK asortimana preuzetog sredinom 2014. godine rezultirali su rastom prihoda cjelokupne **kategorije mesnih proizvoda** od 1,0% u odnosu na usporedno razdoblje. Ukoliko bi izuzeli prihode PIK asortimana, kategorija bi ostvarila 2,7% niže prihode ponajviše uslijed manjih prihoda potkategorije kobasica na tržištu Hrvatske kao rezultat snažnih marketinških aktivnosti konkurencije.

Propisano smanjenje cijena lijekova na recept na tržištu Hrvatske od strane HZZO-a imalo je procijenjen negativan učinak od 10,0 milijuna kuna na prihode lijekova na recept (izračunato pod pretpostavkom da su cijene lijekova ostale nepromijenjene), dok su na tržištu Rusije uslijed deprecijacije ruske rublje prihodi lijekova na recept niži za 32,3 milijuna kuna (izračunato pod pretpostavkom da je tečaj rublje ostao na razinama tečaja iz 2014. godine). Uslijed negativnog utjecaja političko-ekonomske krize, u 2015. godini nije se poslovalo na tržištima Ukrajine i Kazahstana što je rezultiralo s 11,2 milijuna kuna nižim prihodima (pod pretpostavkom ostvarenja istog rezultata na tim tržištima kao i u 2014. godini). Velika većina ostalih tržišta ostvarila je rast prihoda lijekova na recept, od kojih se ističe tržište Bosne i Hercegovine uslijed unaprjeđenja efikasnosti poslovnog modela. Zaključno, **kategorija lijekova na recept** ostvarila je 6,8% niže prihode u promatranom razdoblju dok su bez utjecaja tečajnih razlika prihodi niži 1,3%.

Prihodi **kategorije bezreceptnog programa** porasli su 0,7% u promatranom periodu, što je ponajviše uzrokovano rastom prihoda OTC potkategorije na tržištu Hrvatske od 5,1%. Rast OTC potkategorije na tržištu Hrvatske potaknut je jakom sezonom prehlade i gripe u prva tri mjeseca 2015. godine, što je rezultiralo povećanom prodajom asortimana za snižavanje povišene tjelesne temperature i ublažavanje boli.

Kategorija **ostala prodaja** u prehrambenom segmentu je bila pod pozitivnim utjecajem ostale prodaje Grupe Žito te pod negativnim utjecajem pada cijene maka. Grupa Podravka pod trgovačkom robom, među ostalim, kupuje i preprodaje mak kao sirovinu čija je cijena na tržištu u 2015. godini značajno pala u odnosu na usporedno razdoblje. U 2014. godini zabilježena je iznadprosječno visoka cijena maka na tržištu u odnosu na prethodnih pet godina te je pad cijene u 2015. godini zapravo povratak na njezine prosječne razine. U segmentu farmaceutike ostvaren je rast ostale prodaje uslijed rasta prihoda trgovačke robe u kompaniji Farmavita.

#### PRIHODI OD PRODAJE PO REGIJAMA (NEPREKINUTO POSLOVANJE)

PRIHODI OD PRODAJE (NEPREKINUTO POSLOVANJE) (U MILIJUNIMA KUNA)	2015.	% PRIHODA OD PRODAJE	2014.	% PRIHODA OD PRODAJE	PROMJENA
REGIJA ADRIA	2,614.7	70.9%	2,307.6	67.6%	13.3%
REGIJA EUROPA	733.8	19.9%	730.7	21.4%	0.4%
REGIJA RUSIJA, ZND I BALTIK	195.0	5.3%	239.3	7.0%	(18.5%)
REGIJA NOVA TRŽIŠTA	142.8	3.9%	134.5	3.9%	6.2%
GRUPA PODRAVKA	3,686.3	100.0%	3,412.1	100.0%	8.0%

**Regija Adria** je bez utjecaja asortimana iz kojega je Grupa Podravka izašla ili izlazi (asortiman pića, svježe meso, hladni program, lokalna pekarnica) i akviriranog asortimana (Žito, Mirna, PIK) ostvarila rast prihoda od 1,4% u odnosu na usporedno razdoblje. Najznačajniji rast prihoda ostvaren je u potkategorijama juha, dječje hrane i lijekova na recept. Prihodi od prodaje lijekova na recept ostvarili su rast na tržištima Bosne i Hercegovine, Srbije i Slovenije uslijed unaprjeđenja efikasnosti poslovnog modela na navedenim tržištima, čime su nadoknadili niže prihode na tržištu Hrvatske.

Prihodi **regije Europa** bez utjecaja asortimana iz kojega je Grupa Podravka izašla ili izlazi (asortiman pića, svježe meso, hladni program, lokalna pekarnica) i akviriranog asortimana (Žito, Mirna, PIK) bili su 0,4% iznad usporednog razdoblja. Pritom je potrebno napomenuti da su prihodi vlastitih brandova porasli 5,3%, čime su u potpunosti nadoknadili negativan utjecaj pada cijene maka. Od vlastitih brandova potrebno je istaknuti rast prihoda univerzalnih dodataka jelima, kondimenata te mediteranske hrane.

**Regija Rusija, znd i Baltik** je u promatranom razdoblju bez utjecaja asortimana iz kojega je Grupa Podravka izašla ili izlazi (asortiman pića, svježe meso, hladni program, lokalna pekarnica) i akviriranog asortimana (Žito, Mirna, PIK) ostvarila 18,5% niže prihode. Utjecaj tečajnih razlika na prihode ove regije iznosio je negativnih 57,8 milijuna kuna (izračunato pod pretpostavkom da je tečaj rublje ostao na razinama tečaja iz 2014. godine), ponajviše uslijed deprecijacije ruske rublje. Bez utjecaja tečajnih razlika, prihodi bi bili veći za 5,6% u odnosu na 2014. godinu, ponajviše zbog ostvarenih prihoda potkategorije zamrznutog povrća.

Prihodi regije **Nova tržišta** bez utjecaja asortimana iz kojega je Grupa Podravka izašla ili izlazi (asortiman pića, svježe meso, hladni program, lokalna pekarnica) i akviriranog asortimana (Žito, Mirna, PIK) bili su 6,2% viši u odnosu na usporedno razdoblje, ponajviše uslijed rasta prihoda kategorije kulinarstvo na tržištima SAD-a i Australije.

**PROFITABILNOST (NEPREKINUTO  
POSLOVANJE)**

**Napomena:** Konsolidacija računa dobiti i gubitka Grupe Žito u Grupu Podravka započela je s 1. listopada 2015. godine, a konsolidacija računa dobiti i gubitka Mirne d.d. započela je s 1. travnja 2015. godine. Također, Podravka je krajem 2014. godine promijenila poslovni model u Rusiji pri čemu je osnovala vlastitu kompaniju (Podravka d.o.o.), a početkom 2015. godine otvorene su nove kompanije u Tanzaniji (Vegeta Podravka Limited) i Dubaiju (Podravka Gulf FZE) te predstavništvo u Kini (Croatia PODRAVKA Inc.). Uspostava novih kompanija i predstavničkog ureda rezultirala je novim inicijalnim troškovima, prvenstveno prodaje i distribucije te općih i administrativnih, koji nisu bili prisutni u 2014. godini. Iz svih navedenih razloga izvještajni račun dobiti i gubitka strateškog poslovnog područja Prehrana te Grupe Podravka za 2015. godinu nije u potpunosti usporediv s prethodnim razdobljem. Radi transparentnog prikaza poslovanja, tablice u ovom poglavlju će prikazivati izvještajni rezultat strateškog poslovnog područja Prehrana i Grupe Podravka (s uključenom Grupom Žito od 1. listopada 2015. godine), dok će se u tekstu objašnjavati rezultat bez utjecaja Grupe Žito.

**UTJECAJ GRUPE ŽITO NA  
PROFITABILNOST SEGMENTA  
PREHRANE I GRUPE PODRAVKA U 2015.**

(U MILIJUNIMA KUNA)	GRUPA ŽITO	DOBIT OD POVOLJNE KUPNJE	UKUPNI UTJECAJ
PRIHODI OD PRODAJE	239,3	-	239,3
BRUTO DOBIT	69,1	-	69,1
EBITDA*	26,1	115,7	141,8
EBIT	15,3	115,7	131,0
NETO DOBIT NAKON MI	13,2	110,4**	123,6

\*EBITDA je računata na način da je EBIT uvećan za amortizaciju, usklađenja vrijednosti nematerijalne i dugotrajne materijalne imovine te dugotrajne

imovine namijenjene prodaji. \*\*Isključuje 5,3 milijuna kuna manjinskih interesa proizašlih iz konsolidacije Grupe Žito u četvrtom kvartalu 2015. godine.

S obzirom da je fer vrijednost stečene neto imovine Grupe Žito veća od cijene stjecanja, na konsolidiranoj razini ostvarena je dobit od povoljne kupnje koja iznosi 115,7 milijuna kuna.

**PROFITABILNOST STRATEŠKOG  
POSLOVNOG PODRUČJA PREHRANA  
(NEPREKINUTO POSLOVANJE)**

SPP PREHRANA (NEPREKINUTO POSLOVANJE)	IZVJEŠTAJNI REZULTAT		
	2015.	2014.	PROMJENA
U MILIJUNIMA KUNA			
PRIHODI OD PRODAJE	2.880,6	2.571,8	12,0%
BRUTO DOBIT	1.077,6	981,0	9,8%
EBITDA*	376,1	208,0	80,8%
EBIT	256,2	98,6	159,9%
NETO DOBIT NAKON MI	228,7	52,1	339,1%
BRUTO MARŽA	37,4%	38,1%	-74 BB
EBITDA MARŽA	13,1%	8,1%	+497 BB
EBIT MARŽA	8,9%	3,8%	+506 BB
NETO MARŽA NAKON MI	7,9%	2,0%	+591 BB

\*EBITDA je računata na način da je EBIT uvećana za amortizaciju, usklađenja vrijednosti nematerijalne i dugotrajne materijalne imovine te dugotrajne imovine namijenjene prodaji.

U 2015. godini segment prehrane **bez utjecaja Grupe Žito** ostvario je rast **bruto dobiti** od 2,7% u odnosu na 2014. godinu, dok je bruto marža iznosila 38,2% (38,1% u 2014. godini).

**Operativna dobit (EBIT) bez utjecaja Grupe Žito** je u 2015. godini 27,0% viša u odnosu na 2014. godinu. Na operativnu dobit promatranog razdoblja je, povrh utjecaja iznad razine bruto dobiti, utjecala: (i) konsolidacija Mirne s 24,8 milijuna kuna pozitivnog utjecaja, (ii) troškovi otpremnina od 22,3 milijuna kuna te (iii) troškovi povezani s akvizicijom i integracijom Žita od 9,4 milijuna kuna. Usporedno razdoblje bilo je opterećeno troškovima otpremnina u iznosu od 64,2 milijuna kuna.

**Neto dobit nakon manjinskih interesa bez utjecaja Grupe Žito** je u 2015. godini bila 2 puta viša u odnosu na usporedno razdoblje. Povrh utjecaja iznad EBIT razine, na neto rezultat promatranog razdoblja utjecalo je 6,7 milijuna kuna financijskih troškova povezanih s ESOP programom te 12,5 milijuna kuna odgođenog poreznog prihoda povezanog, među ostalim, s iskorištavanjem poreznih gubitaka pripojenog društva Danica.

PROFITABILNOST STRATEŠKOG  
POSLOVNOG PODRUČJA  
FARMACEUTIKA (NEPREKINUTO  
POSLOVANJE)

SPP FARMACEUTIKA (NEPREKINUTO POSLOVANJE)	IZVJEŠTAJNI REZULTAT		
	U MILIJUNIMA KUNA	2015.	2014.
PRIHODI OD PRODAJE	805,7	840,3	(4,1%)
BRUTO DOBIT	424,6	463,5	(8,4%)
EBITDA*	98,9	122,0	(19,0%)
EBIT	47,7	80,2	(40,5%)
NETO DOBIT NAKON MI	187,3	63,6	194,4%)
BRUTO MARŽA	52,7%	55,2%	-246 BB
EBITDA MARŽA	12,3%	14,5%	-225 BB
EBIT MARŽA	5,9%	9,5%	-363 BB
NETO MARŽA NAKON MI	23,2%	7,6%	+1.568 BB

\*EBITDA je računata na način da je EBIT uvećana za amortizaciju, usklađena vrijednosti nematerijalne i dugotrajne materijalne imovine te dugotrajne imovine namijenjene prodaji.

Negativan utjecaj tečajnih razlika na prihode od prodaje u iznosu od 36,2 milijuna kuna, izostanak poslovanja na tržištima Ukrajine i Kazahstana te negativan utjecaj HZZO-a od procijenjenih 10,0 milijuna kuna glavni su uzročnici niže bruto dobiti u promatranom razdoblju, dok je na bruto maržu negativno utjecala promjena strukture prodaje pri čemu je došlo do pada prodaje vlastitih brandova uz nepromijenjenu prodaju trgovačke robe.

**Operativna dobit** u promatranom razdoblju iznosi 47,7 milijuna kuna na koju su, osim utjecaja iznad bruto dobit razine, utjecaj imale tečajne razlike po kupcima i dobavljačima koje su iznosile negativnih 23,3 milijuna kuna dok su u istom razdoblju prethodne godine iznosile negativnih 43,7 milijuna kuna. Promatrano razdoblje je također bilo opterećeno troškovima otpremnina u iznosu od 8,2 milijuna kuna, dok su u 2014. godini troškovi otpremnina iznosili 6,9 milijuna kuna.

**Neto dobit nakon manjinskih interesa** u 2015. godini iznosi 187,3 milijuna kuna. Osim utjecaja iznad EBIT razine, na neto rezultat utjecalo je i 1,3 milijuna kuna troškova povezanih s ESOP programom te 163,7 milijuna kuna jednokratnog odgođenog poreznog prihoda. Ostvaren porezni prihod je prvenstveno povezan s dobivenim poticajima za izgradnju nove tvornice Belupa pri čemu je Ministarstvo gospodarstva u ožujku 2015. godine temeljem Zakona o poticanju investicija i unapređenju investicijskog okruženja izdalo potvrdu temeljem koje je Belupo dobio status nositelja poticajnih mjera. Potvrdom je odobreno korištenje poreznih povlastica, potpora za opravdane troškove otvaranja novih radnih mjesta povezanih s investicijskim projektom, te poticajnih mjera za kapitalne troškove investi-

cijskog projekta u dozvoljenom maksimalnom intenzitetu potpore ulaganja u vrijednosti od 163,7 milijuna kuna. U financijskim izvještajima za 2015. godinu Belupo je inicijalno priznao maksimalno odobrenu visinu poticaja kao odgođenu poreznu imovinu i porezni prihod.

**PROFITABILNOST GRUPE PODRAVKA  
(NEPREKINUTO POSLOVANJE)**

GRUPA PODRAVKA (NEPREKINUTO POSLOVANJE)	IZVJEŠTAJNI REZULTAT		
	U MILIJUNIMA KUNA	2015.	2014.
PRIHODI OD PRODAJE	3.686,3	3.412,1	8,0%
BRUTO DOBIT	1.502,2	1.444,5	4,0%
EBITDA*	475,0	330,0	43,9%
EBIT	303,9	178,8	70,0%
NETO DOBIT NAKON MI	416,0	115,7	259,6%
PROFITNE MARŽE			
BRUTO MARŽA	40,8%	42,3%	-158 BB
EBITDA MARŽA	12,9%	9,7%	+321 BB
EBIT MARŽA	8,2%	5,2%	+300 BB
NETO MARŽA NAKON MI	11,3%	3,4%	+789 BB

\*EBITDA je računata na način da je EBIT uvećana za amortizaciju, usklađena vrijednosti nematerijalne i dugotrajne materijalne imovine te dugotrajne imovine namijenjene prodaji.

**Bruto dobit** Grupe Podravka **bez utjecaja Grupe Žito** je u promatranom razdoblju 0,8% niža u odnosu na 2014. godinu kao rezultat manje bruto dobiti segmenta farmaceutike. Bruto marža u 2015. godini iznosi 41,6% u odnosu na 42,3% u 2014. godini uslijed promjene strukture prodaje u segmentu prehrane i farmaceutike.

**Operativna dobit** Grupe Podravka **bez utjecaja Grupe Žito** je u 2015. godini 3,3% niža u odnosu na usporedno razdoblje. Na operativnu dobit promatranog razdoblja je, povrh utjecaja iznad razine bruto dobiti, utjecala: (i) konsolidacija Mirne s 24,8 milijuna kuna pozitivnim utjecajem, (ii) troškovi otpremnina od 30,5 milijuna kuna te (iii) troškovi povezani s akvizicijom i integracijom Žita od 9,4 milijuna kuna. Usporedno razdoblje bilo je opterećeno troškovima otpremnina u iznosu od 72,1 milijun kuna.

**Neto dobit nakon manjinskih interesa** Grupe Podravka bez utjecaja Grupe Žito je u 2015. godini 2,5 puta viša u odnosu na 2014. godinu. Povrh utjecaja iznad EBIT razine, na neto rezultat promatranog razdoblja utjecalo je i 8,0 milijuna kuna financijskih troškova ESOP programa te 167,5 milijuna kuna odgođenog poreznog prihoda.

**STRUKTURA OPERATIVNIH TROŠKOVA  
GRUPE PODRAVKA (NEPREKINUTO  
POSLOVANJE)**

GRUPA PODRAVKA (NEPREKINUTO POSLOVANJE)	IZVJEŠTAJNI REZULTAT		
	2015.	2014.	PROMJENA
U MILIJUNIMA KUNA			
TROŠKOVI SADRŽANI U PRODANIM PROIZVODIMA	2.184,2	1.967,6	11,0%
OPĆI I ADMINISTRATIVNI TROŠKOVI	318,6	336,7	(5,4%)
TROŠKOVI PRODAJE I DISTRIBUCIJE	493,3	438,9	12,4%
TROŠKOVI MARKETINGA	497,3	445,2	11,7%
OSTALI TROŠKOVI	47,9	62,0	(22,7%)
UKUPNO OPERATIVNI TROŠKOVI	3.541,3	3.250,4	8,9%

**Troškovi sadržani u prodanim proizvodima bez utjecaja Grupe Žito** su u 2015. godini 2,9% viši u odnosu na 2014. godinu uslijed organskog količinskog rasta segmenta prehrane, ali i anorganskog količinskog rasta segmenta prehrane (PIK i Mirna asortiman).

**Opći i administrativni troškovi bez utjecaja Grupe Žito** su u promatranom razdoblju 9,1% niži u odnosu na usporedno razdoblje. Opći i administrativni troškovi su u 2015. godini bili opterećeni troškovima otpremnina od 30,5 milijuna kuna te troškovima povezanim s akvizicijom i integracijom Žita od 9,4 milijuna kuna, dok je 2014. godina bila opterećena troškovima otpremnina od 72,1 milijun kuna.

**Troškovi prodaje i distribucije bez utjecaja Grupe Žito** su u 2015. godini 3,3% viši u odnosu na 2014. godinu. Na rast troškova prodaje i distribucije ponajviše su utjecali troškovi prehrambene kompanije u Rusiji, troškovi Mirne te inicijalni troškovi ulaska na nova tržišta koji nisu teretili usporedno razdoblje.

**Troškovi marketinga bez utjecaja Grupe Žito** porasli su u promatranom razdoblju 8,4% ponajviše uslijed marketinških aktivnosti vezanih za otvaranje novih tržišta, za asortiman kulinarstva u Zapadnoj Europi te za asortiman dječje hrane i mesnih proizvoda u regiji Adria.

**Ostali troškovi bez utjecaja Grupe Žito** su u 2015. godini 23,0% niži u odnosu na usporedno razdoblje, ponajviše uslijed nižih tečajnih razlika po kupcima i dobavljačima.

**GLAVNA OBILJEŽJA REZULTATA  
PREKINUTOG POSLOVANJA GRUPE  
PODRAVKA U 2015. GODINI**

Odlukom Uprave Društva od dana 20. lipnja 2013. objavljena je namjera pokretanja postupka za izlazak iz poslovnog programa Pića radi unapređenja poslovanja, smanjenja operativnih troškova i jačanja inovativnosti i konkurentnosti kompanije u njenim ključnim poslovnim programima. Na



datum izvještavanja Društvo je program Pića klasificiralo kao prekinuto poslovanje u skladu s MSFI.

OBUSTAVLJENO POSLOVANJE	IZVJEŠTAJNI REZULTAT		
	2015.	2014.	PROMJENA
U MILIJUNIMA KUNA			
PRIHODI OD PRODAJE	90,9	90,6	0,4%
BRUTO DOBIT	33,3	31,5	5,8%
EBITDA*	(6,4)	(11,0)	(41,8%)
EBIT	(18,7)	(23,2)	(19,4%)
NETO DOBIT NAKON MI	(18,7)	(23,2)	(19,4%)
BRUTO MARŽA	36,6%	34,8%	+188 BB
EBITDA MARŽA	N/P	N/P	N/P
EBIT MARŽA	N/P	N/P	N/P
NETO MARŽA NAKON MI	N/P	N/P	N/P

\*EBITDA je računata na način da je EBIT uvećana za usklađenja vrijednosti dugotrajne imovine namijenjene prodaji.

## OČEKIVANI RAZVOJ GRUPE PODRAVKA

**OSTVARIVANJE RASTA** Cilj Grupe Podravka je rast i razvoj kompanije kroz kvalitetno upravljanje asortimanom s fokusom na ključne marke (Vegeta, Podravka, Belupo, Lino i Dolcela), operativnu efikasnost te dugoročnu profitabilnost.

Daljnja internacionalizacija poslovanja, očuvanje pozicija na domaćem tržištu te modernizacija procesa bit će u fokusu kompanije i u narednim razdobljima. Osim organskog rasta, očekuje se i širenje poslovanja anorganski – akvizicijama te strateškim savezima.

U oba strateška poslovna područja, Prehrani i Farmaceutici, pokrenut je snažan inovacijski ciklus te je dodatan potencijal rasta nastavak suradnje između ovih dvaju poslovnih područja kojom se želi ostvariti sinergija.

Na tržištima Adria regije Grupa Podravka teži biti vodeći proizvođač brandiranih proizvoda podupiranjem svih aktivnosti vezanih uz jačanje tržišnih pozicija u prehrani i farmaceutici, konsolidacijom prehrambenog dijela poslovanja te širenjem asortimana. U regiji Europa Grupa Podravka teži unapređenju poslovanja s fokusom na profitabilnije kategorije, te jačanju prisutnosti na tržištu Zapadne Europe. Na tržištima Rusije, Baltika i ZND brandovi Grupe Podravka su prepoznatljivi i dobro pozicionirani. Rast se planira ostvariti širenjem asortimana, te jačanjem distribucije u trgovačkim lancima.

Rast prihoda očekuje se i na Novim tržištima, a posebno zbog uspostave poslovanja na tržištu Kine, Bliskog istoka i Afrike, čime Grupa Podravka pokazuje odlučnost u daljnjem jačanju internacionalizacije poslovanja. Na spomenutim tržištima nastojat će se iskoristiti puni potencijal najjačih Podravkinih robnih marki Vegeta, Podravka, Dolcela i Lino.

- OPĆI STRATEŠKI CILJEVI**
- Zadovoljiti interese vlasnika i dionika rastom i razvojem poslovanja te internom efikasnošću.
  - Biti vodeća prehrambena kompanija na definiranim tržištima od strateškog značaja.
  - Biti prepoznatljiv ponuđač farmaceutskih proizvoda u regiji.
  - Biti lider ili jak drugi konkurent u definiranim strateškim poslovnim programima na strateškim tržištima.
  - Povećati stopu internacionalizacije razvojem poslovanja na međunarodnim tržištima.
  - Razinom troškovne i proizvodne efikasnosti biti u korak ili ispred prosjeka industrija u kojima Podravka posluje na ključnim tržištima.
  - Smanjenjem troškova nabave, prodaje i distribucije te općih i administrativnih troškova omogućiti veća ulaganja u marketing te istraživanje i razvoj proizvoda.
  - Boljim financijskim upravljanjem omogućiti poboljšanje novčanog toka nužnog za optimalno operativno poslovanje.
  - Pružiti nova i inovativna kulinarska i farmaceutska rješenja za potrošače.
  - Svojim aktivnostima pridonijeti i razvoju opće društvene zajednice.

# Ključni čimbenici uspjeha

Tri stupa uspjeha:

## I. SNAGE I VRIJEDNOSTI KOMPANIJE

### *Zaposlenici*

Ključ uspjeha Podravke su dinamični, kreativni i uspješni zaposlenici te njihova znanja i vještine. Kreativnost, povjerenje, strast, zadovoljstvo potrošača i izvrsnost glavne su vrijednosti Podravke i čine značajnu komparativnu prednost na tržištu.

### *Kvaliteta*

Osobina koja je vrijednost svakog pojedinog proizvoda Grupe Podravka je – kvaliteta. Svaki proizvod koji nosi ime Podravka i Belupo rezultat je višegodišnje tradicije, know-howa i brige za potrošačevo zdravlje i dobrobit.

### *Podravkine marke i povjerenje potrošača*

Dokaz snage Podravkinih marki i brige za potrošača je povjerenje koje je stečeno u Hrvatskoj, regiji, Europi i širom svijeta. Povjerenje potrošača nužno je za rast kompanije te je ključan element za gradnju uspješnog branda.

### *Dugogodišnja tradicija*

Podravka je kroz dugi niz godina izgradila i očuvala povjerenje svojih kupaca fokusirajući se na dva bitna elementa – kvalitetu i brigu za potrošača.

### *Široka distributivna mreža*

Podravka ima razvijenu distributivnu mrežu u Hrvatskoj i devet zemalja regije koje uključuju Centralnu i Jugoistočnu Europu.

### *Odnosi s partnerima*

Trenutni i budući partneri te potrošači najvrjedniji su vanjski potencijal kompanije i stoga im se pristupa s posebnom pažnjom u otvorenoj i odgovornoj komunikaciji. Kompanija stvara povjerenje na temelju uzajamnog poštovanja kako zaposlenika, tako i klijenata i potrošača.

## II. PROFITABILAN RAST

### *Vegeta, Podravka, Belupo i Lino*

Podravka će se fokusirati na brandove koji imaju značajnu perspektivu na internacionalnim tržištima i od kojih očekujemo nadprosječan rast, a to su Vegeta, Podravka, Belupo i Lino.

### *Razvoj tržišta*

Podravka Grupu čini Podravka d.d. te 35 društava, što je dokaz snage kompanije i kvalitete usluge koju pružamo. Cilj svakog poduzeća i predstavništva je aktivno razvijati poslovanje te zadržati ili ostvariti leaderske pozicije na tržištu.

### *Internacionalizacija*

Ključni čimbenik razvoja kompanije bit će daljnja internacionalizacija po-

slovanja sa snažnim iskorakom na međunarodna tržišta čime bi se u narednom periodu značajno trebali povećati prihodi.

#### *Investicije u poslovanje*

Povećanjem operativne efikasnosti oslobađa se dodatni kapital koji Grupa Podravka namjerava investirati u poslovanje. Kao jedan od glavnih koraka možemo spomenuti proširenje proizvodnih kapaciteta Belupa. Započet je investicijski ciklus i značajnija ulaganja u marketing na tržištima od kojih se očekuje budući rast.

#### *Strateška partnerstva i akvizicije*

Grupa Podravka razvoj poslovanja planira kako na organskom, tako i na anorganskom rastu – akvizicijama i strateškim savezima.

#### *Sinergija prehrane i farmaceutike*

Kompanija namjerava postići sinergije prehrane i farmaceutike budući da postoje zajednički elementi te nova tržišta i kategorije koje ovakva suradnja može razviti.

#### *Društvena odgovornost i održivi razvoj*

U skladu s načelima održivosti i odgovornog poslovanja Podravka nastoji koristiti manje resursa te proizvoditi manje otpada. Stoga smo posvećeni osluškivanju potreba potrošača, zaposlenika i lokalnih zajednica, predanom radu na razvoju i kvaliteti proizvoda te stalnoj brizi za zdravlje i okoliš.

### III. OPERATIVNA EFIKASNOST

#### *Troškovna efikasnost*

Ključni element efikasnog poslovanja je upravljanje troškovima: Podravka će nastaviti usavršavati svoje procese i aktivnosti s ciljem još bolje kontrole i smanjenja udjela troškova u poslovanju.

#### *Razvoj internih kompetencija*

Dijeljenjem znanja među zaposlenicima, vlastitim edukacijama i iskustvom Podravka brine o kompetencijama svojih zaposlenika, poboljšanju internih procesa i poticanju inovacija unutar kompanije.

#### *Restrukturiranje neprofitabilnih područja*

Podravka nastavlja proces restrukturiranja s ciljem daljnjeg regionalnog i internacionalnog rasta i razvoja. Nakon izlaska iz nisko profitabilnih segmenata, Podravka je pokazala da fokus stavlja na profitabilnost restrukturiranjem određenih područja i tako namjerava osloboditi kapital za ulaganje u profitabilnije kategorije.

#### *Pročišćavanje proizvodnog asortimana*

Brigom za asortiman Podravka nastoji razumjeti potrošača, pružiti mu visokokvalitetne proizvode, ojačati vlastite marke te ujedno brinuti o profitabilnosti brandova.

### *Kaskadiranje strategije – jasni ciljevi i odgovornosti*

Podravka daje važnost strategiji, ciljevima i kaskadiranju na niže organizacijske jedinice uvodeći u svoje poslovanje Balanced Scorecard rješenje. Time jasno definira individualne odgovornosti i zaduženja koja se moraju ispuniti kako bi se ostvarili zadani ciljevi.

### *Generiranje baze za profitabilan rast*

Korištenjem svih resursa aktivno ćemo raditi na povećanju efikasnosti cijele Grupe, jačati interne snage i sposobnosti te se ulaganjima fokusirati na strateške brandove na ključnim tržištima.

### *Strategija kroz poslovne perspektive*

S ciljem kaskadiranja strategije te željom da svaki zaposlenik zna na koji način sudjeluje u ostvarivanju višegodišnjih planova kompanije, Podravka je u procesu implementacije Balanced Scorecard sustava. Dodatno, želja je pratiti jesu li ključni projekti i inicijative u skladu sa strategijom i postavljenim ciljevima. U tu svrhu postavljeni su pokazatelji koji prate ispunjavanje ciljeva kroz četiri poslovne perspektive:

#### **1. Učenje i rast**

- Kontinuirano povećanje ukupnog znanja i kompetencija u kompaniji
- Daljnji razvoj inovativne i kompetitivne kulture

#### **2. Interni procesi**

- Fokus na stalnom unaprjeđenju internih procesa
- Razvoj novih proizvoda, tržišta i kanala distribucije
- Društvena odgovornost i briga za održivi razvoj

#### **3. Kupci i potrošači**

- Usmjerenost na postizanje najviše razine zadovoljstva potrošača
- Unaprjeđenje odnosa s kupcima i partnerima

#### **4. Financije**

- Zadovoljiti interese dioničara
- Smanjivanje troškova, povećanje profitabilnosti i povrata na kapital

## ČIMBENICI RIZIKA

U svom poslovanju Grupa Podravka izložena je rizicima tipičnim za gospodarske subjekte koji posluju na pojedinim nacionalnim i regionalnim tržištima, a naročito onima iz prehrambene, odnosno farmaceutske industrije. Grupa Podravka također je izložena različitim ekonomskim i političkim rizicima koji mogu imati utjecaja na realizaciju strateških poslovnih odluka te redovno odvijanje poslovanja, bilo na nivou neke zemlje, ali i šire.

Zakonska regulativa pojedinih država kao što su porezno zakonodavstvo, ograničenja glede definiranja cijena na tržištu, sigurnost proizvoda, reklamacije, zaštita intelektualnog vlasništva i znakova, patenata, tržišno natjecanje, sigurnost i zaštita zaposlenika, korporativne politike, propisi vezani uz zapošljavanje i radna prava, i sl. također imaju utjecaja na mogućnost ostvarivanja rasta i planirane profitabilnosti na nekom tržištu. Nedostatak prilagodbe tim propisima mogao bi imati znatan učinak na troškove vezane uz odvijanje poslovanja, kao i općenito reputaciju kompanije.

Stoga, Grupa Podravka koristi vlastite, ali i vanjske stručnjake iz pojedinih područja ekspertize kako bi osigurala usklađenost s normama koje uređuju pojedina područja. Jednako tako, prodaja i operacije pod utjecajem su i socijalnih i političkih nemira, što do izražaja dolazi u situacijama kada kompanije posluju u zemljama u razvoju koje s jedne strane imaju velike potencijale rasta, no izlažu kompaniju i većim političkim, ekonomskim i socijalnim rizicima. Usprkos tome, Grupa Podravka očekuje da će njeno višegodišnje prisustvo i prepoznavanje prilika na tim tržištima omogućiti da nastavi razvijati svoje poslovanje. Također, Grupa Podravka će se kroz inovacije i prilagodbe asortimana proizvoda, zajedno s primjerenim prodajnim cijenama i pregovaračkom politikom prema kupcima, prilagođavati makroekonomskim uvjetima svakog pojedinog tržišta kako bi spremno odgovorila na njihove izazove.

#### UPRAVLJANJE ROBNIM MARKAMA

Uvjeti poslovanja na tržištima na kojima Grupa Podravka posluje su izazovni zbog međunarodne i lokalne konkurencije, ali i zbog pada potrošačke moći na domaćem i nekim drugim tržištima. U situaciji kada potražnja potrošača raste sporo i cjenovno je vrlo osjetljiva, uspjeh kompanija koje su orijentirane na proizvode prepoznatljivih robnih marki uvelike ovisi o njihovoj sposobnosti da budu inovativni i istovremeno cjenovno konkurentni.

Jednako tako, potrošačke navike, ukusi i preferencije konstantno se mijenjaju, stoga se Grupa Podravka stalno suočava s potrebom da ih pokuša predvidjeti te svoje proizvode i robne marke prilagoditi tim promjenama. Rezultat toga je kontinuirano osmišljavanje i razvijanje inovativnih rješenja Grupe Podravka u skladu s očekivanjima njenih potrošača, budući da je to jedan od važnih čimbenika u ostvarenju planova prodaje, odnosno ukupnih rezultata poslovanja.



Kroz dosadašnje kontinuirane inovacije unutar postojećeg asortimana i lansiranja novih kategorija, Grupa Podravka potvrđuje da je nositelj trendova u prehrani u Hrvatskoj, ali i regiji.

#### UPRAVLJANJE SEGMENTIMA POSLOVANJA

Kao kompanija koja ostvarenje svojih ciljeva vidi kako kroz organski, tako i anorganski rast poslovanja, značajan utjecaj na mogućnosti tog rasta ima optimalan odabir strateških segmenata kategorija proizvoda, tržišta te kanala prodaje. Iz tog razloga Grupa Podravka posvećuje veliku pažnju evaluaciji i donošenju odluka o strateškim investicijama te razmatranju prilika koje potencijalno mogu pridonijeti ostvarenju dodatne vrijednosti za ulagače. Pored toga, posebna pažnja posvećuje se praćenju i analizi segmenata i tržišta za koje se procjenjuje da nemaju dugoročnog potencijala za ostvarenje željenih poslovnih rezultata.

Poslovanje Grupe Podravka djelomično je pod utjecajem i vremenskih (ne) prilika, koje mogu imati direktan utjecaj na ostvarenje planiranog nivoa prihoda, pri čemu je taj utjecaj najznačajnije izražen u segmentu Pića iz kojeg društvo namjerava izaći prodajom najboljem ponuđaču.

Tijekom 2015. godine inicirane su aktivnosti koje bi trebale rezultirati jačom rasprostranjenosti na tržištima Bliskog istoka, Kine i Afrike. Na taj način želi se iskazati usmjerenost na bolju iskoristivost potencijala i raspoloživih kapaciteta te optimalizacijom fokusiranosti na kategorije i na zemljopisne regije stvoriti kvalitetniji preduvjeti za daljnji rast i razvoj poslovanja Grupe Podravka.

#### UPRAVLJANJE ODNOSA S KLIJENTIMA

Grupa Podravka svjesna je iznimne važnosti razvoja i održavanja odnosa sa svojim klijentima kako bi osigurala željenu poziciju svojih proizvoda na prodajnim mjestima.

Svojim marketinškim strategijama, planovima aktivnosti na prodajnim mjestima te planovima orijentiranim na jačanje prepoznatljivosti robnih marki, Grupa Podravka djeluje na intenzitet potražnje za proizvodima, a time i pregovaračke pozicije prilikom definiranja uvjeta poslovanja s klijentima.

Osim toga, Grupa Podravka ulaže napore da kroz harmonizaciju i optimizaciju postojećih cjenovnih politika i razina cijena na postojećim tržištima osigura preduvjete za nastavak uspješnog dugoročnog rasta. Samim time se utječe na izbjegavanje erozija profitnih marži, odnosno na smanjenje rizika neostvarivanja planirane realizacije prodaje.

#### UPRAVLJANJE UPRAVLJAČKIM I KADROVSKIM RIZICIMA

Unapređenje poslovnih procesa, kao jedan od važnih ciljeva, zahtijeva promjene u kvalifikacijskoj strukturi zaposlenih na čemu se zadnjih godina intenzivno radi, a kvalitetnim programima zbrinjavanja viška radne snage utječe se na starosnu strukturu kompanije. Kadrovski potencijal jedan je od bitnih

čimbenika rasta Grupe Podravka, koja kontinuirano ulaže u njihovo stručno usavršavanje i obrazovanje. Grupa Podravka provodi periodičnu evaluaciju rezultata menadžmenta, uključujući procjenu njihovih vještina upravljanja kako bi ostvarila pretpostavke za dugoročno ostvarivanje svojih ciljeva.

#### UPRAVLJANJE EKOLOŠKIM I RIZICIMA OSIGURANJA KVALITETE I SIGURNOSTI PROIZVODA

Kvaliteta i sigurnost proizvoda Grupe Podravka od neprocjenjive su važnosti za očuvanje reputacije njenih robnih marki, kao i kompanije uopće. Visoku kvalitetu proizvoda jamče kvalitetne sirovine, moderni tehnološki procesi i znanja koja se primjenjuju u njihovoj proizvodnji. Grupa Podravka vodi računa o zdravlju i prehrambenim potrebama svojih korisnika te praktičnosti njihove konzumacije i sigurnosti. Posebna pažnja se posvećuje definiranju i provođenju aktivnosti koje se baziraju na procjeni kritičnih područja u lancu opskrbe i proizvodnje u svrhu zaštite od kontaminacije i krivotvorenja.

Osiguranje kvalitete temelji se na sustavu kontrole kvalitete, implementaciji, održavanju i razvoju integriranog sustava upravljanja koji se temelji na normama, propisima i principima sukladno Podravkinom sustavu upravljanja kvalitetom i sigurnošću hrane, kao i kontinuiranoj izobrazbi zaposlenika.

Svi proizvodi i poslovni procesi utemeljeni su na načelima upravljanja kvalitetom, uključujući odabir dobavljača ulaznih materijala kako bi se osigurala zahtijevana kvaliteta gotovog proizvoda. Vodi se sustavna i stalna brigada o zdravstvenoj ispravnosti i sigurnosti proizvoda sukladno zakonskim propisima RH, EU te ostalih zemalja u kojima se posluje, kao i o prilagodbi i sigurnosti IT sustava koji služe kao podrška cjelokupnom poslovanju Grupe Podravka.

#### FINANCIJSKI RIZICI

Grupa Podravka je, uslijed svojih aktivnosti, izložena čitavom nizu financijskih rizika: tržišnom riziku (uključujući valutni, kamatni i cjenovni rizik), kreditnom riziku i riziku likvidnosti.

Izloženost valutnom, kamatnom i kreditnom riziku javlja se tijekom redovnog poslovanja. Upravljanje navedenim rizicima provodi sektor Riznica, odnosno financijske službe pojedinih društava zajedno s aktivnim upravljanjem ulaganja viška likvidnosti te aktivnim upravljanjem financijskom imovinom i obvezama.

##### *Valutni rizik*

Grupa Podravka određene transakcije obavlja u stranoj valuti te je po tom pitanju izložena rizicima promjene valutnih tečajeva, pri čemu se najveća izloženost promjeni tečaja hrvatske kune tijekom 2015. godine javljala u odnosu na RUB i RSD.

Tečajni rizici proizlaze iz poslovanja povezanih društava na inozemnim tržištima te nabave prehrambenih sirovina na međunarodnom tržištu što se velikim dijelom obavlja u valutama EUR i USD. Jednako tako, Grupa Podrav-

ka se u značajnom dijelu financira putem kredita denominiranih u stranim valutama. Tijekom 2015. godine tečaj hrvatske kune ostao je stabilan te je zaustavljeno polagano klizanje prosječnog tečaja prema višim razinama na nivou cijele godine. Navedeno je posljedica naznaka blagog oporavka gospodarstva, priljeva kapitala iz inozemstva te suficita tekućeg računa platne bilance. Podravka d.d. je tijekom 2015. godine sklapala forward ugovore za upravljanje tečajnim rizikom valuta USD, RUB te HUF. Belupo d.d., kompanija u sklopu Grupe Podravka, ostvaruje značajni dio svojih prihoda na ruskom tržištu te je samim time izložen promjeni tečaja RUB, čija je volatilnost tijekom 2015. godine bila izrazito visoka uz snažne deprecijacijske pritiske. U svrhu aktivnog nadzora i minimiziranja tečajnog rizika, u 2015. su sklapani forward ugovori kao dostupni hedging instrumenti te korekcije cijena denominiranih u RUB.

#### *Kamatni rizik*

Grupa Podravka nije značajnije izložena riziku promjene kamatnih stopa budući da je za većinu kredita s varijabilnom kamatnom stopom sklopljen kamatni swap kojim je zamijenjen dio obveza po varijabilnoj kamatnoj stopi s obvezom po fiksnoj kamatnoj stopi.

#### *Cjenovni rizik*

Uspjeh poslovanja Grupe Podravka ovisi o izvorima adekvatnih sirovina i materijala, kao i njihovim cijenama na tržištu, efikasnosti proizvodnog procesa te distribucije proizvoda do njenih kupaca.

Trošak sirovina i materijala može imati značajnu ulogu u troškovima gotovih proizvoda koje Grupa Podravka proizvodi, stoga je podložan utjecaju promjene cijena na tržištu prehrambenih sirovina, čiji se utjecaj ne može uvijek nadoknaditi kroz prodajnu cijenu proizvoda kupcu.

Grupa Podravka ostvaruje većinu ukupnog prometa nabave s domaćeg tržišta, dok se glavnina prometa s inozemnim dobavljačima ostvaruje s dobavljačima s teritorija EU.

Zaštitni carinski i trgovinski mehanizmi u EU kojima se štite proizvođači iz EU predstavljaju rizik u smislu povećanih carinskih davanja za pojedine sirovine iz trećih zemalja. Nedostupnost roba na tržištu uslijed vremenskih nepogoda (suša, poplave i dr.), političkih i socijalnih nemira u pojedinim zemljama ili špekuliranja s ključnim poljoprivredno-prehrambenim proizvodima, također je rizik s povećanim utjecajem na poslovanje Grupe Podravka.

Također, na europskoj i svjetskoj razini dolazi do okrupnjavanja u sektoru primarne proizvodnje sirovina i materijala, što može u budućnosti imati za posljedicu rast nabavnih cijena.

Kako bi umanjila ove utjecaje, nabavna funkcija Grupe Podravka upravlja strateškim nabavnim kategorijama i ključnim dobavljačima na način da

razvija partnerske odnose s višegodišnjim i novim dobavljačima. Također, okrupnjivanjem nabavnih volumena, punim korištenjem Commodity Risk Managementa, provođenjem tendera te korištenjem novih režima uvoza, Grupa Podravka djeluje na snižavanje troškova nabave.

#### *Kreditni rizik i rizik naplate*

Kreditni rizik je rizik od neplaćanja odnosno neizvršenja ugovornih obveza od strane kupaca kompanije koji utječe na eventualni financijski gubitak kompanije.

Grupa Podravka snosi ograničen kreditni rizik u transakcijama s povezanim društvima budući da proizvode u tim transakcijama prodaje vlastitim podružnicama i može se pretpostaviti da će podružnice uredno podmirivati svoje obveze. Grupa Podravka u praksi nema velike probleme niti s naplatom prema nepovezanim kupcima, tako da ova stavka ne utječe na procjenu odnosa prema povezanim društvima.

Novi se kupci prihvaćaju, a s postojećima se nastavlja poslovna suradnja uz odgodu plaćanja nakon što su zadovoljili postavljene parametre kompanije za ispitivanje kreditne sposobnosti. Potraživanja se analiziraju na tjednoj bazi i poduzimaju se potrebne mjere za naplatu istih.

Mjere zaštite za pojedinu kategoriju kupaca definiraju se prema financijskim pokazateljima poslovanja pojedinog kupca, pri čemu se koristi nekoliko servisa putem kojih su dostupne potrebne informacije (financijska izvješća, ocjena boniteta i sl.). Analiza izloženosti kompanije i kreditna izloženost prati se i kontrolira kroz kreditne limite postavljene od strane kompanije i osiguravatelja koji se konstantno kontroliraju i mijenjaju prema potrebi.

#### *Rizik likvidnosti*

Grupa Podravka upravlja rizikom likvidnosti održavajući adekvatne rezerve i kreditne linije, kontinuirano uspoređujući planirani i ostvareni tijekom novca uz praćenje dospjeća potraživanja i obveza.

# KORPORATIVNO UPRAVLJANJE

## Izjava o primjeni korporativnog upravljanja

U skladu s temeljnom svrhom svojeg poslovanja, koja se odnosi na osiguravanje održivog rasta poslovanja i rasta vrijednosti za dioničare, Uprava i Nadzorni odbor Podravke d.d. kroz svoje djelovanje poštuju načela korporativnog upravljanja.

Podravka d.d. kontinuirano prati reforme na području korporativnog upravljanja i teži stalnom unapređenju odnosa s dioničarima, investitorima te sveukupnom javnošću, uvođenjem visokih standarda u međusobnoj komunikaciji.

Postupajući u skladu s važećim zakonodavstvom Republike Hrvatske i uvažavajući posebice smjernice OECD-a za korporativno upravljanje te Kodeks korporativnog upravljanja HANFA-e i Zagrebačke burze, Podravka d.d. je među prvim javno listanim dioničkim društvima izradila Kodeks korporativnog upravljanja radi izjednačavanja prava svih dioničara te otvorenog, profesionalnog i transparentnog pristupa u odnosima s investitorima i cjelokupnom javnošću.

Ključna načela korporativnog upravljanja koje Podravka d.d. uvažava su:

- transparentnost poslovanja
- jasno razrađene procedure za rad nadzornog odbora, uprave i drugih organa koje donose važne odluke
- izbjegavanje sukoba interesa
- učinkovita unutarnja kontrola te
- učinkovit sustav odgovornosti.

Svjesna važnosti odgovornog i etički utemeljenog ponašanja poslovnih subjekata, Podravka d.d. prihvatila je i Kodeks etike u poslovanju, kojim se obvezala se poštivati načela etike u svim svojim poslovnim odnosima te je prihvatila obvezu djelovanja u skladu s načelima odgovornosti, istinitosti, učinkovitosti, transparentnosti, kvalitete, postupanja u dobroj vjeri te poštivanja dobrih poslovnih običaja prema poslovnim partnerima, poslovnom i društvenom okruženju i vlastitim zaposlenicima.

Podravka d.d. i sva njezina povezana društva u zemlji i inozemstvu razvijaju drže se etičkih načela i načela modernog korporativnog upravljanja.

Konsolidirano godišnje izvješće društva i godišnje izvješće o stanju društva podnose se kao jedinstveno godišnje izvješće Grupe Podravka, koje obuhvaća niže navedena ovisna društva Podravke d.d.

## Glavna skupština

Na Glavnoj skupštini dioničari ostvaruju pravo glasa osobno, putem zastupnika ili punomoćnika. Pravo sudjelovanja i ostvarivanja prava glasa na Glavnoj skupštini imaju dioničari upisani u kompjutorskom sustavu Središnjeg klirinškog depozitarnog

društva koji se prijave za sudjelovanje na Glavnoj skupštini najkasnije sedmi dan prije održavanja Glavne skupštine.

Glavna skupština može pravovaljano odlučivati ako je na njoj zastupljeno najmanje 30% (trideset posto) od ukupnog broja dionica koje daju pravo glasa. Glavnoj skupštini predsjedava predsjednik Glavne skupštine kojeg određuje Nadzorni odbor na prijedlog Uprave.

Na Glavnoj skupštini dioničari, zastupnici i punomoćnici dioničara glasuju putem glasačkih listića na kojima je označen broj glasova koji pripada pojedinom sudioniku Glavne skupštine. Odluke Glavne skupštine dostupne su na internetskoj stranici Podravke pod modulom Investitori / Korporativno upravljanje / Glavna skupština.

## Nadzorni odbor

Nadzorni odbor ima devet članova, od kojih osam biraju dioničari na Glavnoj skupštini tročetrvrtinskom većinom od danih glasova, dok jednog člana Nadzornog odbora imenuje Radničko vijeće Društva na način i po postupku sukladno odredbama Zakona o radu. Članovi Nadzornog odbora biraju se odnosno imenuju na vrijeme od četiri godine. Početak trajanja mandata za svakog člana Nadzornog odbora računa se od dana izbora, ako nije drugačije određeno odlukom o izboru. Nadzorni odbor nadzire vođenje poslova Društva, a o pitanjima iz svoje nadležnosti Nadzorni odbor odlučuje u skladu sa zakonom, Statutom Podravke d.d. i Poslovníkom o radu Nadzornog odbora.

### ČLANOVI NADZORNOG ODBORA PODRAVKE D.D. U 2015. GODINI

Dubravko Štimac – predsjednik  
Mato Crkvenac – zamjenik predsjednika  
Ivo Družić – član  
Ivana Matovina – članica  
Petar Miladin – član  
Dinko Novoselec – član  
Milan Stojanović – član  
Petar Vlaić – član  
Martinka Marđetko-Vuković – članica do 30.6.2015. (predstavnica radnika)  
Ksenija Horvat – članica od 1.7.2015. (predstavnica radnika)

Nadzorni odbor Podravke d.d. je osnovao dva odbora: Revizorski odbor i Odbor za nagrađivanje.

Revizorski odbor radio je u sljedećem sastavu:

Dinko Novoselec – predsjednik Odbora  
Mato Crkvenac – član  
Petar Vlaić – član  
Ivana Matovina – članica.

Revizorski odbor ovlašten je pratiti postupak financijskog izvješćivanja, pratiti učinkovitost sustava unutarnje kontrole, unutarnje revizije te sustav upravljanja rizicima, nadgledati provođenje revizije godišnjih financijskih i konsolidiranih izvještaja, pratiti neovisnost samostalnih revizora ili revizorskih društava koji obavljaju reviziju, a posebno ugovore o dodatnim uslugama, raspravljati o planovima i godišnjem izvješću unutarnje revizije te o značajnim pitanjima koje se odnose na ovo područje, davati preporuke Skupštini o odabiru samostalnog revizora ili revizorskog društva.

Revizorski odbor je održao šest sjednica u 2015. godini.

Odbor za nagrađivanje radio je u sljedećem sastavu:

Petar Vlaić – predsjednik Odbora  
Dubravko Štimac – član  
Milan Stojanović – član.



Odbor za nagrađivanje ovlašten je predlagati politiku nagrađivanja Uprave, fiksnog i varijabilnog dijela naknade za rad, mirovinskog plana i otpremnina, predlagati objektivne kriterije procjene uspješnosti poslovanja koji služe za izračun varijabilnog dijela nagrade koju treba uskladiti s dugoročnim interesima dioničara i ciljevima Društva koje je Nadzorni odbor postavio, predlagati nagradu za pojedine članove Uprave sukladno politici nagrađivanja Društva i procjeni djelovanja pojedinog člana Uprave, predlagati dodatne sadržaje ugovora s članovima Uprave, savjetovati se barem s predsjednikom Nadzornog odbora i predsjednikom Uprave o njihovim stavovima vezanim uz nagrađivanje članova Uprave, pratiti iznose i strukturu nagrada višem rukovodećem kadru i davati opće preporuke Upravi s tim u vezi, predlagati način nagrađivanja i visinu nagrade članova Nadzornog odbora.

Odbor za nagrađivanje je održao dvije sjednice u 2015. godini.

Članovi Nadzornog odbora Podravke d.d. imaju pravo na mjesečnu naknadu utvrđenu u fiksnom iznosu prema Odluci Glavne skupštine o utvrđivanju nagrade za rad članovima Nadzornog odbora društva.

U 2015. godini članovima Nadzornog odbora Podravke d.d. isplaćeno je 1.474.000 HRK, a ako se ovom iznosu pribroje naknade članovima Nadzornog odbora Belupa d.d., Danice d.o.o., Mirne d.o.o. i Žita d.d., na razini Grupe Podravka na ime naknada članovima Nadzornog odbora isplaćeno je 1.891.171,73 HRK.

## Uprava

Uprava se sastoji od četiri člana koje imenuje Nadzorni odbor.

Nadzorni odbor je na svojoj sjednici održanoj dana 24.2.2012. godine donio Odluku o imenovanju predsjednika i članova Uprave Podravke d.d. na mandat od pet godina.

Za predsjednika Uprave imenovan je Zvonimir Mršić, a za članove Uprave imenovani su Jadranka Ivanković, Olivija Jakupec, Miroslav Klepač i Jorn Pedersen. Mandat predsjednika i članova Uprave Podravke d.d. počeo je teći s danom donošenja ove Odluke.

Nadzorni odbor je na sjednici održanoj dana 20.12.2012. godine donio Odluku o imenovanju Hrvoja Kolarića za člana Uprave Podravke d.d., na mandat u trajanju do prestanka mandata Uprave u cijelosti.

Sukladno odredbama Statuta Podravke d.d. predsjednik i članovi Uprave imenuju se na vrijeme koje utvrdi Nadzorni odbor (najviše pet godina) i mogu biti ponovo imenovani. Početak trajanja mandata računa se od dana imenovanja Uprave. Članovi Uprave vode poslove Društva, a način rada Uprave i podjela poslova među članovima Uprave uređeni su Poslovníkom o radu Uprave.

Nadzorni odbor je na sjednici dana 18.06.2014. odobrio sklapanje Sporazuma sa članom Uprave Jornom Pedersenom kojemu je prestao mandat i članstvo u Upravi Podravke d.d. s danom 18.06.2014. godine.

Nadzorni odbor je na sjednici dana 22.12.2014. odobrio sklapanje Sporazuma sa članicom Uprave Jadrankom Ivanković kojoj je prestao mandat i članstvo u Upravi Podravke d.d. s danom 22.12.2014. godine.

### ČLANOVI UPRAVE PODRAVKE D.D. U 2015. GODINI

Zvonimir Mršić – predsjednik  
Olivija Jakupec – članica  
Miroslav Klepač – član  
Hrvoje Kolarić – član

Primanja članova Uprave Podravke d.d. utvrđena su ugovorom koji se sklapa s Društvom, a odobrava ga Nadzorni odbor u ime Društva. Na ime bruto plaća i nagrada članovima Uprave Podravke d.d. u 2015. godini isplaćeno je ukupno 6.715.729 HRK, a ako se ovom iznosu pribroje primanja članovima Uprave Belupa d.d., na razini Grupe Podravka članovima Uprave isplaćeno je ukupno 10.649.807 HRK.

Tijekom 2015. godine članovima Uprava dodijeljeno je i 30.527 opcijskih dionica Društva.

# KODEKS KORPORATIVNOG UPRAVLJANJA

# Godišnji upitnik

OSNOVNI PODACI O DRUŠTVU:

PODRAVKA D.D., ANTE STARČEVIĆA 32, KOPRIVNICA,  
OIB: 18928523252

KONTAKT OSOBA I BROJ TELEFONA:

BRANKA PERKOVIĆ, +385 48 651 441

DATUM ISPUNJAVANJA UPITNIKA:

25.02.2016.

Sva pitanja sadržana u ovom upitniku odnos se na razdoblje od jedne poslovne godine na koje se odnose i godišnji financijski izvještaji. Za pitanja koja su sadržana u upitniku, potrebno je napisati obrazloženje, samo onda ako pitanje to izričito traži. Odgovori koji se nalaze u upitniku vrednuju se po određenom postotku, koji je iskazan na početku svakog poglavlja.

## POSVEĆENOST PRINCIPIMA KORPORATIVNOG UPRAVLJANJA I DRUŠTVENA ODGOVORNOST

Odgovori na ovaj set pitanja nose 20% cjelokupnog pokazatelja u odnosu na usklađenost društva sa kodeksom korporativnog upravljanja.

1. Je li društvo prihvatilo primjenu kodeksa korporativnog upravljanja ili je usvojilo vlastitu politiku korporativnog upravljanja?

Da  Ne

2. Postoje li usvojeni principi kodeksa korporativnog upravljanja unutar internih politika društva?

Da  Ne

3. Objavljuje li društvo unutar svojih godišnjih financijskih izvještaja usklađenost s principima korporativnog upravljanja, urađeni na principu "primjeni ili objasni"?

Da  Ne

4. Prilikom odlučivanja uzima li društvo u obzir interese svih dioničara društva, sukladno načelima kodeksa korporativnog upravljanja?

Da  Ne

## DIONIČARI I GLAVNA SKUPŠTINA

Odgovori na ovaj set pitanja nose 30% cjelokupnog pokazatelja u odnosu na usklađenost društva sa kodeksom korporativnog upravljanja.

5. Nalazi li se društvo u odnosu uzajamnog dioničarstva s drugim društvom ili društvima? (ako da, objasniti)

Da  Ne

6. Daje li svaka dionica društva pravo na jedan glas? (ako ne, objasniti)

Da  Ne

7. Postupa li društvo na jednak način i pod jednakim uvjetima prema svim dioničarima? (ako ne, objasniti)

Da  Ne

8. Je li izdavanje punomoći za glasovanje na glavnoj skupštini krajnje pojednostavljeno i bez strogih formalnih zahtjeva? (ako ne, objasniti)

Da  Ne

9. Je li društvo dioničarima koji iz bilo kojeg razloga nisu u mogućnosti sami glasovati na skupštini, bez posebnih troškova, osiguralo opunomoćenike koji su dužni glasovati sukladno njihovim uputama? (ako ne objasniti)

Da  Ne

Dioničari koji nisu u mogućnosti sami glasovati na skupštini po vlastitom nahođenju određuju opunomoćenike koji su dužni glasovati sukladno njihovom uputama.

10. Jesu li uprava odnosno upravni odbor društva prilikom sazivanja skupštine odredili datum prema kojem će se utvrđivati stanje u registru dionica koje će biti mjerodavno za ostvarivanje prava glasa u skupštini društva, na način da je taj datum prije održavanja skupštine i smije biti najviše šest dana prije održavanja skupštine? (ako ne, objasniti)

Da  Ne

11. Jesu li dnevni red skupštine, kao i svi relevantni podaci i isprave uz objašnjenja koje se odnose na dnevni red, objavljeni na internetskoj stranici društva i stavljeni na raspolaganje dioničarima u prostorijama društva od dana prve javne objave dnevnog reda? (ako ne, objasniti)

Da  Ne

12. Sadrži li odluka o isplati dividende ili predujma dividende datum na koji osoba koja je dioničar stječe pravo na isplatu dividende i datum ili razdoblje kada se isplaćuje dividenda? (ako ne, objasniti)

Da  Ne

U 2015. godini Društvo nije isplaćivalo dividendu.

13. Je li datum isplate dividende ili predujma dividende najviše 30 dana nakon dana donošenja odluke? (ako ne, objasniti)

Da  Ne

U 2015. godini Društvo nije isplaćivalo dividendu.

14. Jesu li prilikom isplate dividende ili predujma dividende favorizirani pojedini dioničari? (ako da, objasniti)

Da  Ne

15. Je li dioničarima omogućeno sudjelovanje i glasovanje na glavnoj skupštini društva upotrebom sredstava suvremene komunikacijske tehnologije? (ako ne, objasniti)

Da  Ne

Ne postoje preduvjeti da bi se ostvarilo takvo sudjelovanje dioničara na Glavnoj skupštini Društva.

16. Jesu li postavljeni uvjeti za sudjelovanje na glavnoj skupštini i korištenje pravom glasa (bez obzira jesu li dopušteni sukladno zakonu ili statutu) kao npr. prijavljivanje sudjelovanja unaprijed, ovjeravanje punomoći i slično? (ako da, objasniti)

Da  Ne

Prijavljivanje sudjelovanja unaprijed kao uvjet za sudjelovanje na Glavnoj skupštini Društva postoji zbog velikog broja malih dioničara, te radi osiguranja reda i zakonitog održavanja Glavne skupštine.

17. Je li uprava društva javno objavila odluke glavne skupštine?

Da  Ne

18. Je li uprava društva javno objavila podatke o eventualnim tužbama na pobijanje tih odluka? (ako ne, objasniti)

Da  Ne

Nije bilo tužbi usmjerenih na pobijanje odluka Glavne skupštine Društva.

#### UPRAVNA I NADZORNA TIJELA

**Navedite imena uprave i njihove funkcije:**

**Zvonimir Mršić** (predsjednik Uprave), **Olivija Jakupec** (članica Uprave), **Miroslav Klepač** (član Uprave) i **Hrvoje Kolarić** (član Uprave)

**Navedite imena Nadzornog odbora i njihove funkcije:**

**Dubravko Štimac** (predsjednik Nadzornog odbora), **Mato Crkvenac** (zamjenik predsjednika Nadzornog odbora), **Ivo Družić** (član Nadzornog odbora), **Petar Miladin** (član Nadzornog odbora), **Dinko Novoselec** (član Nadzornog odbora), **Petar Vlaić** (član Nadzornog odbora), **Martinka Marđetko-Vuković** (članica Nadzornog odbora do 30.6.2015.), **Ivana Matovina** (članica Nadzornog odbora), **Milan Stojanović** (član Nadzornog odbora) i **Ksenija Horvat** (članica Nadzornog odbora od 1.7.2015.)

Odgovori na ovaj set pitanja nose 20 % cjelokunog pokazatelja u odnosu na usklađenost društva sa kodeksom korporativnog upravljanja.

19. Je li nadzorni odbor odnosno upravni odbor donio odluku o okvirnom planu svog rada koji uključuje popis redovitih sjednica i podataka koje redovito i pravodobno treba stavljati na raspolaganje članovima nadzornog odbora? (ako ne, objasniti)

Da  Ne

20. Je li nadzorni odbor odnosno upravni odbor donio unutarnja pravila rada? (ako ne, objasniti)

Da  Ne

21. Je li nadzorni odbor odnosno neizvršni direktori upravnog odbora društva sastavljen većinom od neovisnih članova? (ako ne, objasniti)

Da  Ne

22. Postoji li u društvu dugoročan plan sukcesije? (ako ne, objasniti).

Da  Ne

23. Je li nagrada ili naknada koju primaju članovi nadzornog odnosno upravnog odbora u cijelosti ili dijelom određena prema doprinosu uspješnosti društva? (ako ne, objasniti)

Da  Ne

Nagrada je fiksnog karaktera i ne ovisi niti jednim dijelom o rezultatima poslovanja Društva.

24. Je li naknada članovima nadzornog odnosno upravnog odbora određena odlukom glavne skupštine ili statutom? (ako ne, objasniti)

Da  Ne

25. Jesu li detaljni podaci o svim naknadama i drugim primanjima od društva ili s društvom povezanih osoba svakog pojedini člana nadzornog odbora odnosno upravnog odbora društva, uključujući i strukturu naknade, javno objavljeni? (ako ne, objasniti)

Da  Ne

Članovi Nadzornog odbora imaju pravo na mjesečnu naknadu utvrđenu u fiksnom iznosu prema odluci Glavne skupštine o utvrđivanju nagrade za rad članovima Nadzornog odbora Podravke d.d. Naknade i primanja od strane Društva članovima Nadzornog odbora u uku-

pnom iznosu objavljuju se u Godišnjem izvješću Društva za 2015. godinu.

26. Izvješćuje li svaki član nadzornog odnosno upravnog odbora društvo o svim promjenama glede njegova stjecanja, otpuštanja ili mogućnosti ostvarivanja glasačkih prava nad dionicama društva i to najkasnije pet trgovinskih dana, poslije nastanka takve promjene? (ako ne, objasniti)

Da  Ne

27. Jesu li svi poslovi u kojima su sudjelovali članovi nadzornog odnosno upravnog odbora ili s njima povezane osobe i društvo ili s njim povezane osobe jasno navedeni u izvješćima društva? (ako ne objasniti)

Da  Ne

Nije bilo takvih poslova.

28. Postoje li ugovori ili sporazumi između člana nadzornog odnosno upravnog odbora društva?

Da  Ne

29. Jesu li prethodno odobreni od strane nadzornog odnora odnosno upravnog odbora? (ako ne, objasniti)

Da  Ne

Ne postoji takav ugovor niti sporazum.

30. Jesu li bitni elementi svih takvih ugovora ili sporazuma sadržani u godišnjem izvješću? (ako ne, objasniti)

Da  Ne

Ne postoji takav ugovor niti sporazum.

31. Je li nadzorni odnosno upravni odbor ustrojio komisiju za imenovanja?

Da  Ne

Nadzorni odbor u cijelosti je obavljao funkciju Komisije za imenovanja.

32. Je li nadzorni odnosno upravni odbor ustrojio komisiju za nagrađivanje?

Da  Ne

33. Je li nadzorni odnosno upravni odbor ustrojio komisiju za reviziju (revizorski odbor)?

Da  Ne



34. Je li većina članova komisije iz redova neovisnih članova nadzornog odbora? (ako ne, objasniti)

Da  Ne

35. Je li komisija pratila integritet financijskih informacija društva, a osobito ispravnost i konzistentnost računovodstvenih metoda koje koristi društvo i grupa kojoj pripada, uključivši i kriterije za konsolidaciju financijskih izvještaja društava koja pripadaju grupi? (ako ne, objasniti)

Da  Ne

36. Je li komisija procijenila kvalitetu sustava unutarnje kontrole i upravljanja rizicima, s ciljem da se glavni rizici kojima je društvo izloženo (uključujući i rizike povezane s pridržavanjem propisa) na odgovarajući način identificiraju i javno objave te da se njima na odgovarajući način upravlja? (ako ne, objasniti)

Da  Ne

37. Je li komisija radila na osiguranju učinkovitosti sustava unutarnje revizije, osobito putem izrade preporuka prilikom odabira, imenovanja, ponovnog imenovanja i smjene rukovoditelja odjela za unutarnju reviziju i glede sredstava koja mu stoje na raspolaganju, i procjene postupanja rukovodećeg povodom nalaza i preporuka unutarnje revizije? (ako ne, objasniti)

Da  Ne

38. Ako u društvu funkcija unutarnje revizije ne postoji, je li komisija izvršila procjenu potrebe za uspostavom takve funkcije? (ako ne, objasniti)

Da  Ne

Funkcija unutarnje revizije postoji.

39. Je li komisija nadgledala neovisnost i objektivnost vanjskog revizora, osobito glede rotacije ovlaštenih revizora unutar revizorske kuće i naknada koje društvo plaća za usluge vanjske revizije? (ako ne, objasniti)

Da  Ne

40. Je li komisija pratila prirodu i količinu usluga koje nisu revizija, a društvo ih prima od revizorske kuće ili s njome povezanih osoba? (ako ne, objasniti)

Da  Ne

41. Je li komisija izradila pravila o tome koje usluge vanjska revizorska kuća i s njome povezane osobe ne smije davati društvu, koje usluge može da-

vati samo uz prethodnu suglasnost komisije, a koje usluge može davati bez prethodne suglasnosti? (ako ne, objasniti)

Da  Ne

42. Je li komisija razmotrila učinkovitost vanjske revizije i postupke višeg rukovodećeg kadra s obzirom na preporuke koje je iznio vanjski revizor? (ako ne, objasniti)

Da  Ne

43. Je li komisija za reviziju osigurala dostavu kvalitetnih informacija ovisnih i povezanih društava te trećih osoba (kao što su stručni savjetnici)? (ako ne, objasniti)

Da  Ne

44. Je li dokumentacija relevantna za rad nadzornog odbora odnosno upravnog odbora na vrijeme dostavljena svim članovima? (ako ne, objasniti)

Da  Ne

45. Jesu li u zapisnicima sa sjednica nadzornog odbora odnosno upravnog odbora zabilježene sve donesene odluke s rezultatima glasovanja? (ako ne, objasniti)

Da  Ne

46. Je li nadzorni odbor odnosno upravni odbor izradio ocjenu svog rada u proteklom razdoblju koja uključuje vrednovanje doprinosa i kompetentnosti svakog pojedinog člana, kao i zajedničkog rada odbora, procjenu rada komisija koje je ustanovio, i procjenu postignutih u odnosu na zacrtane ciljeve društva?

Da  Ne

47. Je li društvo kao dio godišnjeg izvješća objavilo izjavu o politici nagrađivanja uprave, upravnog odbora i nadzornog odbora? (ako ne, objasniti)

Da  Ne

Ne postoji obveza objave predmetnih informacija.

48. Je li Izjava o politici nagrađivanja uprave ili izvršnih direktora stalno objavljena na vlastitim internetskim stranicama društva? (ako ne, objasniti)

Da  Ne

Ne postoji obveza objave predmetnih informacija.

49. Jesu li detaljni podaci o svim primanjima i naknadama koje svaki član uprave ili izvršni direktori primaju od društva javno objavljeni u godišnjem izvješću društva? (ako ne, objasniti)

Da  Ne

Ne postoji obveza objave predmetnih informacija.

50. Jesu li svi oblici nagrada članova uprave i nadzornog odbora, uključujući opcije i druge pogodnosti uprave, javno objavljeni po detaljnim pojedinim stavkama i osobama u godišnjem izvješću društva? (ako ne, objasniti)

Da  Ne

Ne postoji obveza objave predmetnih informacija. Ukupni iznosi naknada članovima Uprave i Nadzornog odbora objavljuju se u Godišnjem izvješću Društva za 2015. godinu.

51. Jesu li svi poslovi u kojima su sudjelovali članovi uprave ili izvršni direktori te s njima povezane osobe i društvo ili s njime povezane osobe jasno navedeni u izvješćima društva? (ako ne, objasniti)

Da  Ne

Nije bilo takvih poslova.

52. Sadrži li izvješće koje nadzorni odbor odnosno upravni odbor podnosi glavnoj skupštini, osim sadržaja izvješća propisanog zakonom, ocjenu ukupne uspješnosti poslovanja društva, rada uprave društva i poseban osvrt na njegovu suradnju s upravom? (ako ne, objasniti)

Da  Ne

#### REVIZIJA I MEHANIZMI UNUTARNJE KONTROLE

Odgovori na ovo područje nose 10% cjelokupnog pokazatelja u odnosu na usklađenost društva sa kodeksom korporativnog upravljanja.

53. Ima li društvo vanjskog revizora?

Da  Ne

54. Je li je vanjski revizor društva vlasnički ili interesno povezan sa društvom?

Da  Ne

55. Je li vanjski revizor društva, pruža društvu, sam ili putem povezanih osoba, druge usluge?

Da  Ne

Vanjski revizor pružio je usluge poreznog savjetovanja i izrade studije transfernih cijena za pojedina ovisna društva u Grupi, financijskog i du-

binskog snimanja jednog ciljnog društva i forenzičke usluge savjetovanja jednog ovisnog društva u Grupi.

56. Je li društvo javno objavilo iznose naknada plaćenih vanjskim revizorima za obavljanje revizije i za druge pružene usluge? (ako ne, objasniti)

Da  Ne

Ne postoji obveza objave predmetnih informacija.

57. Ima li društvo unutarnje revizore i ustrojen sustav unutarnje kontrole? (ako ne, objasniti)

Da  Ne

#### TRANSPARENTNOST I JAVNOST POSLOVANJA

Odgovori na ovo poglavlje nose 20% cjelokupnog pokazatelja u odnosu na usklađenost društva sa kodeksom korporativnog upravljanja.

58. Jesu li godišnji, polugodišnji i tromjesečni izvještaji dostupni dioničarima?

Da  Ne

59. Je li društvo izradilo kalendar važnih događanja?

Da  Ne

60. Je li društvo uspostavilo mehanizme kojima se osigurava da se osobama koje raspolažu ili dolaze u dodir s povlaštenim informacijama pojasni priroda i značaj tih informacija i ograničenja s tim u vezi?

Da  Ne

61. Je li društvo uspostavilo mehanizme kojima se osigurava nadzor nad protekom povlaštenih informacija i njihovom mogućom zlouporabom?

Da  Ne

62. Je li netko trpio negativne posljedice jer je nadležnim tijelima ili organima u društvu ili izvan njega ukazao na nedostatke u primjeni propisa ili etičkih normi unutar društva? (ako da, objasniti)

Da  Ne

63. Je li uprava društva u protekloj godini održala sastanke sa zainteresiranim ulagateljima?

Da  Ne

64. Slažu li se svi članovi uprave i nadzornog ili upravnog odbora da su navodi izneseni u odgovorima na ovaj upitnik po njihovom najboljem saznanju u cijelosti istiniti?

Da  Ne

## VRIJEDNOSNI PAPIRI DRUŠTVA

## Dionica

### KRETANJE PROMETA, VOLUMENA I CIJENE DIONICE PODRAVKE

Ukupan promet dionicom Podravke je u 2015. godini porastao za 13,4% u odnosu na 2014. godinu, dok je ukupan promet svih dionica na Zagrebačkoj burzi u istom razdoblju zabilježio pad od 11,5%. Ukupan promet dionicom Podravke je u 2015. godini iznosio 129,8 milijuna kuna, što predstavlja 5,4% ukupnog prometa dionicama na Zagrebačkoj burzi.

Povećanje prometa dionicom Podravke u 2015. godini rezultat je rasta cijene dionice Podravke, ali i rasta volumena u odnosu na 2014. godinu. Volumen Podravkinom dionicom je u 2015. godini bio 9,1% veći u odnosu na 2014. godinu pri čemu je najintenzivnije trgovanje bilo u drugom i trećem kvartalu.

### PROMET I VOLUMEN PODRAVKINOM DIONICOM PO KVARTALIMA U 2015. GODINI

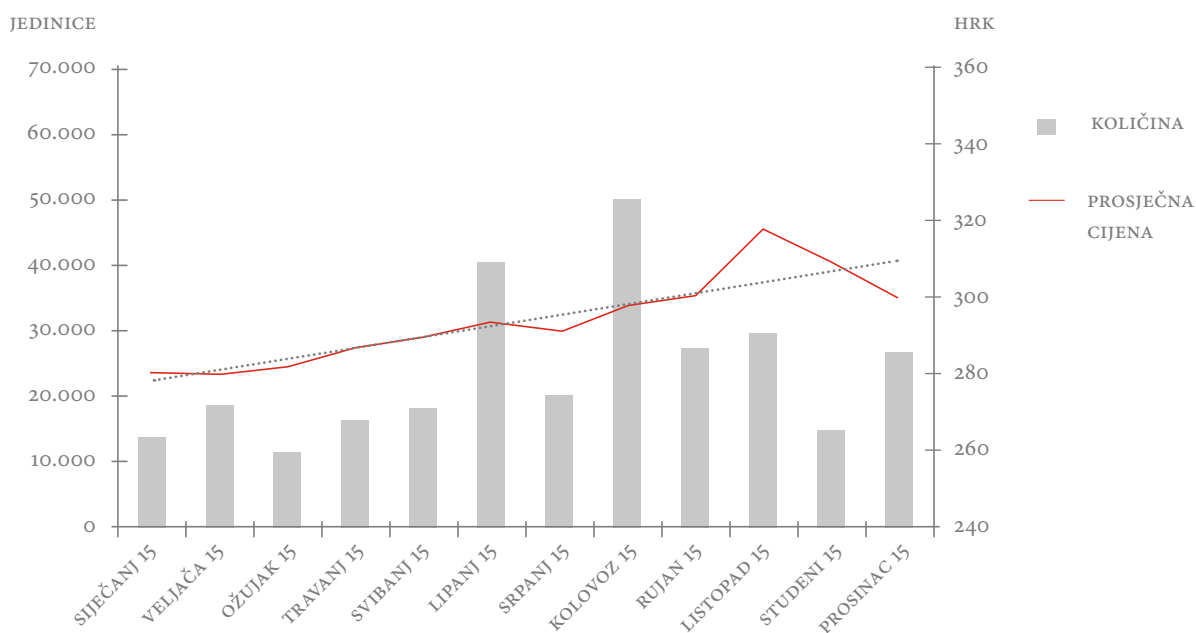
RAZDOBLJE	2015.		2014.	
	PROMET (HRK)	VOLUMEN	PROMET (HRK)	VOLUMEN
I. kvartal	18.120.072	61.019	33.532.617	119.513
II. kvartal	32.535.496	104.433	25.538.697	88.063
III. kvartal	50.125.904	156.371	36.425.008	114.085
IV. kvartal	29.009.901	98.931	18.975.991	64.057
Ukupno	129.791.374	420.754	114.472.313	385.718

Izvor: ZSE

Prosječna dnevna cijena<sup>3</sup> dionice Podravke je u 2015. godini iznosila 318,8 kuna i bila je za 7,4% veća u odnosu na prosječnu dnevnu cijenu u 2014. godini. Zadnja cijena dionice Podravke na 31. prosinac 2015. godine iznosila je 334,0 kuna, što je rast od 13,8% u odnosu na zadnju cijenu na 31. prosinac 2014. godine.

<sup>3</sup> Prosječna dnevna cijena računata kao ponderirani prosjek prosječnih dnevnih cijena u razdoblju, gdje su ponder dnevne količine.

## KRETANJE VOLUMENA I PROSJEČNE CIJENE PODRAVKINE DIONICE



Navedenim rastom cijene dionica, Podravka je pobijedila ostvarenja domaćih dioničkih indeksa CROBEX i CROBEX10 koji su u istom razdoblju ostvarili pad od 3,2% i 1,8%, pojedinačno.

Kretanje prosječne dnevne cijene Podravkine dionice i dioničkih indeksa CROBEX i CROBEX10 u 2015. godini



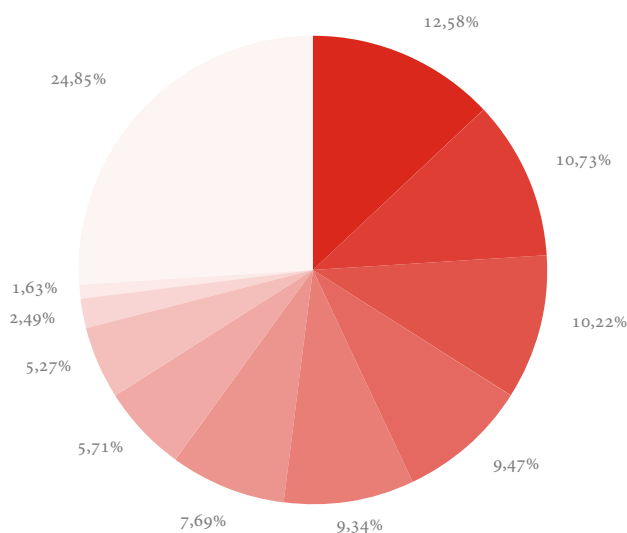


**BURZOVNI INDEKSI** Dionica Podravke je uvrštena u četiri dionička indeksa Zagrebačke burze – CROBEX, CROBEX10, CROBEXnutris i CROBEXtr – te u inozemne STOXX® indekse.

Preporuke analitičara na 26. veljače 2016. godine

DAVATELJ PREPORUKE	DATUM IZDAVANJA PREPORUKE	PREPORUKA	CILJANA CIJENA
Interkapital vrijednosni papiri	31.07.2015.	Kupiti	364,78 kuna
Raiffeisenbank Austria	08.01.2016.	Držati	353,00 kuna
Erste Group Bank AG	25.01.2016.	Kupiti	355,00 kuna
UniCredit Group	24.03.2015.	Kupiti	398,96 kuna
WOOD & Company	16.11.2015.	Držati	371,00 kuna

#### VLASNIČKA STRUKTURA



Dioničar	Broj dionica
AZ OBVEZNI MIROVINSKI FOND KATEGORIJE B	895.953
PBZ CROATIA OSIGURANJE OBVEZNI MIROVINSKI FOND KATEGORIJE B	764.274
DUUDI* - HRVATSKI ZAVOD ZA MIROVINSKO OSIGURANJE	727.703
DUUDI* - REPUBLIKA HRVATSKA	674.461
ERSTE PLAVI OBVEZNI MIROVINSKI FOND KATEGORIJE B	665.166
ZBIRNI SKRBNIČKI RAČUN ZA UNICREDIT BANK AUSTRIA AG	547.341
KAPITALNI FOND D.D.	406.842
RAIFFEISEN OBVEZNI MIROVINSKI FOND KATEGORIJE B	375.448
PODRAVKA D.D. - TREZORSKI RAČUN	177.511
AZ PROFIT DOBROVOLJNI MIROVINSKI FOND	115.779
OSTALI DIONIČARI	1.769.525
<b>UKUPNO</b>	<b>7.120.003</b>

\*Državni ured za upravljanje državnom imovinom

#### STANJE NA TREZORSKOM RAČUNU

Na 31. prosinca 2015. Podravka d.d. je imala u vlasništvu 177.511 trezorskih dionica, što je isti broj kao i na 31. prosinca 2014. godine. Na 31. prosinca 2015. godine članovi Nadzornog odbora imali su 19 dionica Podravke d.d. u svome vlasništvu, dok su članovi Uprave imali 6.035 dionice Podravke d.d. u svome vlasništvu.

## Izjava o odgovornosti Uprave

Uprava društva Podravka d.d. („Društvo“) odgovorna je za svaku poslovnu godinu pripremiti konsolidirane financijske izvještaje koji daju istinit i vjeran prikaz financijskog položaja Društva i njegovih ovisnih društava (zajedno „Grupa“), njihovih rezultata poslovanja i novčanih tokova, u skladu sa važećim računovodstvenim standardima te je odgovorna za ispravno vođenje računovodstvene evidencije potrebne za pripremu financijskih izvještaja u bilo koje vrijeme. Uprava ima opću odgovornost za poduzimanje raspoloživih mjera u cilju očuvanja imovine Grupe te u sprečavanju i otkrivanju prijevara i ostalih nepravilnosti.

Uprava je odgovorna za odabir prikladnih računovodstvenih politika u skladu s važećim računovodstvenim standardima i za dosljednu primjenu istih; donošenje odluka i procjena koje su razumne i razborite te pripremu konsolidiranih financijskih izvještaja temeljem principa neograničenosti vremena poslovanja, osim ako je pretpostavka da će Grupa nastaviti s poslovanjem neprimjerena. Nakon provedenih istraživanja, Uprava razumno očekuje da Grupa ima odgovarajuća sredstva za nastavak poslovanja u doglednoj budućnosti. Iz navedenog razloga, Uprava i dalje prihvaća načelo nastavka poslovanja pri izradi konsolidiranih financijskih izvještaja.

Uprava je odgovorna pripremiti godišnje izvješće u skladu sa zakonskim i regulatornim odredbama iz članka 18. Zakona o računovodstvu (Narodne novine 109/07, 54/13, 121/14) te podnijeti Nadzornom odboru svoje godišnje izvješće zajedno s konsolidiranim financijskim izvještajima. Nakon toga Nadzorni odbor mora odobriti godišnje konsolidirane financijske izvještaje za njihovo podnošenje na usvajanje Glavnoj skupštini dioničara.

Nekonsolidirani financijski izvještaji Društva i godišnje izvješće za Društvo izdani su zasebno, istovremeno kad i godišnji konsolidirani financijski izvještaji.

Godišnje izvješće za Grupnu i konsolidirani financijski izvještaji odobreni su od strane Uprave dana 22. ožujka 2016. godine za podnošenje Nadzornom odboru i potpisani su niže od strane:

Zvonimir Mršić  
Predsjednik Uprave



Miroslav Klepač  
Član Uprave



Podravka d.d.

Ante Starčevića 32

48 000 Koprivnica

Republika Hrvatska



KOPRIVNICA 2 Koprivnica, 22. ožujka 2016.