



## REZULTATI POSLOVANJA GRUPE PODRAVKA ZA RAZDOBLJE 1.-3. 2008.

### Glavna obilježja i događaji u prvom kvartalu 2008.

1. Ukupna prodaja Grupe Podravka u prvom kvartalu iznosila je 784,1 milijuna HRK što predstavlja rast prodaje od 9%.
2. Strateško poslovno područje (SPP) Prehrana i pića ostvarilo je rast prodaje od 9%, dok je prodaja SPP Farmaceutika porasla za 10%.
3. Prodaja Podravka marki iznosila je 551,7 milijuna HRK i predstavlja rast prodaje od 17% generiran snažnim rastom Podravka marki na tržištu Hrvatske (20%) i inozemnim tržištima (14%).
4. Bruto marža Grupe Podravka zabilježila je rast od 30 bp.
5. Operativna marža Grupe Podravka zabilježila je rast od 10bp.
6. Ukupna vrijednost kapitalnih ulaganja u promatranom razdoblju iznosila je 31,0 milijuna HRK.
7. Započeo rad u polu-industrijskom laboratoriju za razvoj koji pruža mogućnost brže i kvalitetnije primjene znanstvenih ideja, razvojnih koncepata i potreba potrošača u nove tehnološke procese te inovativne proizvode.
8. Sklopljen ugovor o strateškom povezivanju Belupa i bosansko-hercegovačke tvrtke Farmavita.
9. Lansirana nova i vizualno osvježena bočica Studene.

## Napomena

Od prvog kvartala 2007. o prodaji izvještavamo kroz sljedeće grupe proizvoda:

### SPP "Prehrana i pića"

#### 1. Podravka marke

- a. Dodaci jelima
- b. Podravka jela – uključuju sljedeće grupe proizvoda iz prijašnje klasifikacije: Podravka jela, Voće i povrće, Rižu, grahorice i ostale proizvode te proizvode Mlina i Pekare
- c. Dječja hrana, slastice i snack
- d. Mesni program i riblje konzerve – uključuje mesni program i riblje konzerve
- e. Pića

#### 2. Trgovačka roba

#### 3. Ostalo (Prehrana i pića)

### SPP "Farmaceutika"

### SPP "Usluge"

Obzirom na novu klasifikaciju proizvoda u 2008. godini unutar grupa proizvoda Podravka marke iskazana prodaja 2007. razlikuje se od one objavljene u izvještajnom razdoblju 2007. Novom klasifikacijom dio mesnog programa (konzervirana gotova jela i mesni umaci) uključen je u grupu proizvoda Podravka jela, dok je prekidom ugovora o licenciranoj proizvodnji marke Deit ista kategorija preseljena iz grupe Pića u Trgovačku robu.

Novoj klasifikaciji proizvoda u 2008. usporedno je prilagođena prodaja 2007. godine.

## Izjava o odricanju od odgovornosti

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

## Prihodi od prodaje po strateškim poslovnim područjima

Red. br.	SPP	u milijunima HRK				
		1.-3. 2008.		1.-3. 2007.		Indeks 2:4
0	1	Iznos	%	Iznos	%	6
		2	3	4	5	
1.	Prehrana i pića	648,9	82,7	593,0	82,7	109
2.	Farmaceutika	133,8	17,1	121,7	17,0	110
3.	Usluge	1,4	0,2	1,9	0,3	74
<b>Ukupno</b>		<b>784,1</b>	<b>100,0</b>	<b>716,6</b>	<b>100,0</b>	<b>109</b>

Prihodi od prodaje Grupe Podravka iznosili su 784,1 milijuna HRK i veći su za 9% u odnosu na isto razdoblje u 2007. godini.

Prodaja SPP Prehrana i pića iznosila je 648,9 milijuna HRK odnosno 83% prodaje Grupe i u odnosu na 2007. zabilježila je rast prodaje od 9%. Snažan rast prodaje Podravka marki od 79,9 milijuna HRK odrazio se na rast prodaje SPP Prehrana i pića na hrvatskom (5%) i inozemnim tržištima (13%). Rast prodaje u grupama proizvoda Podravka jela (16%), Mesni program i riblje konzerve (18%) te Pića (68%) najviše je utjecao na rast prodaje SPP Prehrana i pića na hrvatskom tržištu. Prodaja SPP Prehrana i pića na inozemnim tržištima iznosila je 348,8 milijuna HRK generirana rastom prodaje grupa proizvoda Dodaci jelima (10%), Podravka jela (13%) te Mesni program i riblje konzerve (41%).

SPP Farmaceutika ostvarilo je prodaju od 133,8 milijuna HRK što predstavlja rast od 10% u odnosu na isto razdoblje u 2007. Uz porast prodaje lijekova na recept (4%) i bezreceptnih proizvoda (20%) prodaja SPP Farmaceutika na tržištu Hrvatske zabilježila je rast od 7%. Od lijekova na recept, prema ATK klasifikaciji<sup>1</sup>, najznačajniji rast prodaje ostvarili su lijekovi s učinkom na probavni sustav i izmjene tvari, dok su u skupini bezreceptnih proizvoda značajan porast zabilježili dijetetski proizvodi. Na inozemnim tržištima SPP Farmaceutika zabilježilo je prodaju od 33,0 milijuna HRK što predstavlja rast od 19%. Rast prodaje inozemnih tržišta generiran je rastom prodaje lijekova na recept od 18% i rastom prodaje bezreceptnih proizvoda od 27%. Najveći rast prodaje na inozemnim tržištima ostvarilo je tržište Bosne i Hercegovine (75%), a prema ATK klasifikaciji najveći rast prodaje na inozemnom tržištu ostvarili su lijekovi s učinkom na živčani sustav (96%).

SPP Usluge u promatranom razdoblju ostvarilo je prodaju od 1,4 milijuna HRK te u ukupnoj prodaji Grupe sudjeluje tek s 0,2%.

<sup>1</sup> anatomsko-terapijsko-kemijski sustav razvrstavanja lijekova

## Prihodi od prodaje po grupama proizvoda

Red. br.	GRUPA PROIZVODA	u milijunima HRK				
		1.-3. 2008.		1.-3. 2007.		Indeks 2:4
0	1	Iznos	%	Iznos	%	6
<b>1.</b>	<b>Podravka marke</b>	<b>551,7</b>	<b>70,3</b>	<b>471,8</b>	<b>65,8</b>	<b>117</b>
	Podravka jela	190,7	24,3	166,4	23,2	115
	Dodaci jelima	165,1	21,1	149,8	20,9	110
	Mesni program i riblje konzerve	83,4	10,6	66,8	9,3	125
	Dječja hrana, slastice i snack	73,9	9,4	65,6	9,2	113
	Pića	38,6	4,9	23,2	3,2	167
<b>2.</b>	<b>Trgovačka roba</b>	<b>27,6</b>	<b>3,5</b>	<b>72,4</b>	<b>10,1</b>	<b>38</b>
<b>3.</b>	<b>Ostalo (Prehrana i pića)</b>	<b>69,6</b>	<b>8,9</b>	<b>48,8</b>	<b>6,8</b>	<b>143</b>
<b>4.</b>	<b>Lijekovi</b>	<b>133,8</b>	<b>17,1</b>	<b>121,7</b>	<b>17,0</b>	<b>110</b>
<b>5.</b>	<b>Usluge</b>	<b>1,4</b>	<b>0,2</b>	<b>1,9</b>	<b>0,3</b>	<b>74</b>
	<b>Ukupno</b>	<b>784,1</b>	<b>100,0</b>	<b>716,6</b>	<b>100,0</b>	<b>109</b>

Unutar Podravka marki sve grupe proizvoda ostvarile su rast prodaje u odnosu na isto razdoblje prošle godine, što je rezultiralo ukupnim rastom Podravka marki od 17%. Organska prodaja Podravka marki zabilježila je rast od 12%.

Grupa proizvoda Podravka jela ostvarila je rast prodaje od 15% čemu su doprinijeli rast prodaje od 16% na tržištu Hrvatske i rast prodaje od 13% na inozemnim tržištima. Najveći rast prodaje Podravka jela od 19% zabilježen je na tržištu jugoistočne Europe uz najveći doprinos tržišta Srbije (34%) i BiH (14%).

Rast prodaje grupe proizvoda Dodaci jelima od 10% ostvaren je uz porast prodaje na domaćem (11%) i inozemnim tržištima (10%). Rastu prodaje na inozemnim tržištima, uz organski rast od 3%, pridonijela je prodaja marke Warzywko. Najveći rast prodaje ostvaren je na tržištu Poljske (27%) i Hrvatske (11%) odnosno najznačajnijim tržištima grupe proizvoda Dodaci jelima.

Grupa proizvoda Mesni program i riblje konzerve ostvarila je rast prodaje od 25% generiran rastom prodaje na tržištu Hrvatske (17%) i tržištu jugoistočne Europe (32%). Uz rast Mesnog programa od 12%, ukupan rast ove grupe proizvoda baziran je i na snažnom rastu prodaje ribljih konzervi od 54%. Podravkina marka ribljih konzervi- Eva, na tržištu Hrvatske ostvarila je rast prodaje od 53% dok je na tržištu jugoistočne Europe ostvarila rast prodaje od 41% temeljem rasta na tržištu BiH (29%) i tržištu Srbije (26%).

Grupa proizvoda Dječja hrana, slastice i snack ostvarila je rast prodaje od 13% generiran rastom prodaje na tržištu Hrvatske (14%) i inozemnim tržištima (11%). Najveći porast prodaje unutar grupe Dječja hrana, slastice i snack ostvarile su Dječja hrana (11%) i Čokolino žitarice (86%). Uz tržište Hrvatske značajniji rast ove grupe proizvoda ostvaren je na tržištu Srbije (20%) i BiH (20%).

Najveći relativni rast od 67% ostvaren je u grupi proizvoda Pića i najvećim dijelom je generiran prodajom marke Lero. Na tržištu Hrvatske grupa proizvoda Pića ostvarila je rast prodaje od 68%, dok je tržište BiH poraslo za 58% uslijed dobro prihvaćenih okusa kategorije Studena Ledeni čaj.

## Novi proizvodi u prvom kvartalu 2008. godine



### Provita crunchy muesli s mliječnom čokoladom

Zobene pahuljice s dodatkom slasne mliječne čokolade svakim zalogajem pružaju neodoljiv čokoladni užitek, opskrbljujući energijom i hranjivim tvarima.

### Provita crunchy muesli jagoda i jogurt

Hrskave zobene pahuljice sadrže vrijedne hranjive tvari i prirodan su izvor dijetalnih vlakana, a u kombinaciji s jagodama pružaju nezaboravan jutarnji užitek blagog voćnog okusa

### Provita crunchy muesli bobičasto voće

Svježe bobičasto voće prirodan je izvor vitamina, minerala i antioksidansa, nezaobilaznih sastojaka zdrave prehrane. Obrok hrskavih zobenih pahuljica s bobičastim voćem obilježiti će svako jutro neodoljivim bogatstvom okusa.

### Provita crunchy muesli s bijelom i tamnom čokoladom

Hrskave zobene pahuljice s kakao prahom pripremljene su prema posebnoj recepturi za prave ljubitelje čokolade. S 40% kakao praha, rollice bijele i tamne čokolade pretvorit će svako jutro u jedinstven čokoladni doživljaj.

### Lino keks

Lino keks obogaćen je s 5 vitamina (B1, B2, B6, C, niacin) - za pravilan rast i razvoj djeteta, kalcijem - za čvrste kosti i zdrave zube, i željezom - koje pomaže stvaranju crvenih krvnih stanica i opskrbi organizma kisikom. Ergonomski oblik keksa prilagođen je dječjoj šaci.

### Lino instant čaj kamilica

Blagi čaj prilagođen nježnom dječjem organizmu, djeluje na grčeve, ublažava moguće smetnje u želucu i crijevima. Ugodan i smirujući instant Lino čaj od kamilica je bez dodanog rafiniranog šećera, bez glutena i jednostavan za pripremu.

### Lino instant čaj komorač

Lino instant čaj komorač je blago zaslađen čaj, vrlo ugodnog okusa i karakterističnog mirisa. Ublažava i smiruje nadutost te pomaže pri poboljšanju apetita. Lino čaj komorač je bez dodanog rafiniranog šećera, bez glutena i jednostavan za pripremu.

### Lino instant voćni čaj

Lino instant voćni čaj ugodnog je i prirodnog okusa koji u svom sastavu sadrži biljke aranju, borovnicu, šipak, kamilicu i mentu. Odabrane ljekovite vrste daju ovom čaju posebnu aromu i miris. Za okrjepu i osvježenje svakog dana, te za bolju hidrataciju. Lino voćni čaj je bez dodanog rafiniranog šećera, bez glutena i jednostavan za pripremu.

## Prihodi od prodaja Grupe Podravka po tržištima

Red. br.	TRŽIŠTA	u milijunima HRK				
		1.-3. 2008.		1.-3. 2007.		Indeks 2:4
0	1	Iznos	%	Iznos	%	
1.	Hrvatska	402,2	51,3	381,3	53,2	106
2.	Jugoistočna Europa	160,5	20,5	140,4	19,6	114
3.	Srednja Europa	132,2	16,9	109,0	15,2	121
4.	Zapadna Europa, prekoceanske zemlje i Daleki istok	55,0	7,0	52,6	7,3	105
5.	Istočna Europa	34,1	4,3	33,4	4,7	102
<b>Ukupno</b>		<b>784,1</b>	<b>100,0</b>	<b>716,6</b>	<b>100,0</b>	<b>109</b>

Tržište Hrvatske ostvarilo je prodaju od 402,2 milijuna HRK što čini 51% ukupne prodaje Grupe Podravka i porast prodaje od 6% u odnosu na 2007. Rast prodaje SPP Prehrana i pića od 5% generiran je snažnim rastom prodaje Podravka marki (20%) uz ostvarenje dvoznamenkastih stopa rasta svih pripadajućih grupa proizvoda. Istekom ugovora o distribuciji Nestléovih proizvoda prodaja trgovačke robe na tržištu Hrvatske zabilježila je pad od 44,8 milijuna HRK koji je u potpunosti nadomješten rastom Podravka marki te se u budućim razdobljima očekuje daljnje smanjenje prodaje trgovačke robe na domaćem tržištu.

SPP Farmaceutika ostvarilo je 75% prodaje na hrvatskom tržištu i u promatranom razdoblju ostvarilo je rast prodaje od 7%. Od lijekova na recept najznačajniji rast prodaje ostvarili su lijekovi s učinkom na probavni sustav i izmjene tvari (51%), dok su u grupe bezreceptnih proizvoda dvostruki rast prodaje zabilježili dijetetski proizvodi.

Inozemna tržišta ostvarila su prodaju u iznosu od 381,9 milijuna HRK što predstavlja rast od 14%. Prodaja SPP Prehrana i pića zabilježila je rast od 13% pod utjecajem rasta prodaje Podravka marki (14%). Na inozemnim tržištima najveći rast Podravka marki ostvaren je na tržištu jugoistočne Europe (18%) i tržištu srednje Europe (17%).

Najveći rast ukupne prodaje ostvaren je na tržištu srednje Europe čemu najviše pridonosi rast prodaje SPP Prehrana i pića od 22%. Najveći inozemni rast prodaje SPP Farmaceutike ostvaren je na tržištu BiH (75%) prvenstveno prodajom lijekova iz skupine srce i krvožilje te skupine živčani sustav.

## Struktura operativnih troškova

		u milijunima HRK				
Red. br.	TROŠAK	1.-3. 2008.		1.-3. 2007.		Indeks 2:4
		Iznos	%	Iznos *	%	
0	1	2	3	4	5	6
1.	Troškovi prodanih proizvoda	458,9	61,0	421,1	60,9	109
2.	Troškovi prodaje i distribucije	216,2	28,7	193,4	27,9	112
3.	Opći i administrativni troškovi	77,2	10,3	77,4	11,2	100
<b>Ukupno</b>		<b>752,3</b>	<b>100,0</b>	<b>691,9</b>	<b>100,0</b>	109

\* promjena u odnosu na izvješće u 2007. zbog reklasifikacije troškova

Operativni troškovi Grupe Podravka u promatranom razdoblju porasli su za 9% pod utjecajem rasta troškova prodanih proizvoda te troškova prodaje i distribucije.

Na rast troškova prodanih proizvoda od 9% utjecala je veća razina cijena prehrambenih sirovina te cijena nafte, energenata i komunalnih naknada.

Rast troškova prodaje i distribucije od 12% najvećim dijelom rezultat je većih marketinških ulaganja koja su u odnosu na prošlu godinu zabilježila rast od 22%. Isplativost ulaganja u marketinške aktivnosti očituje se u ostvarenom organskom rastu (12%) te će i u budućim razdobljima troškovi marketinga bilježiti rastući udjel u strukturi troškova prodaje i distribucije.

Opći i administrativni troškovi nisu zabilježili promjenu u odnosu na prošlu godinu te su u rastućim operativnim troškovima smanjili svoj relativni udjel.

## Profitabilnost Grupe Podravka

u milijunima HRK			
Grupa Podravka	1.-3. 2008.	1.-3. 2007.	promjena (2/3)
1	2	3	4
Prihodi od prodaje	784,1	716,6	9%
Bruto dobit	325,2	295,5	10%
EBITDA	71,2	76,4	-7%
EBIT	34,1	30,5	12%
Neto dobit	15,8	15,0	6%
<i>Profitne marže (%)</i>			
Bruto marža	41,5	41,2	30bp
EBITDA marža	9,1	10,7	-160bp
EBIT marža	4,4	4,3	10bp
Neto marža	2,0	2,1	-10bp



Bruto marža Grupe Podravka porasla je za 30bp unatoč rastu troškova prodanih proizvoda što je rezultat profitabilnije strukture prodaje Grupe. Rast troškova prodanih proizvoda i troškova prodaje i distribucije nije narušio razinu EBIT marže, dok je neto marža umanjena za 10bp.

### Profitabilnost prema strateškim poslovnim područjima

SPP	u milijunima HRK					
	Prehrana i pića			Farmaceutika		
	1.-3. 2008.	1.-3. 2007	promjena (2/3)	1.-3. 2008.	1.-3. 2007	promjena (5/6)
1	2	3	4	5	6	7
Prihodi od prodaje	648,9	593,0	9%	133,8	121,7	10%
Bruto dobit	245,4	225,3	9%	79,7	70,1	14%
EBITDA	49,2	54,7	-10%	22,0	21,7	1%
EBIT	20,3	18,8	8%	13,9	11,7	18%
Neto dobit	7,4	8,1	-8%	8,4	6,9	22%
<i>Profitne marže (%)</i>						
Bruto marža	37,8	38,0	-20bp	59,6	57,6	200 bp
EBITDA marža	7,6	9,2	-160bp	16,5	17,9	-140 bp
EBIT marža	3,1	3,2	-10bp	10,4	9,6	80 bp
Neto marža	1,1	1,4	-30bp	6,3	5,6	70 bp

Visoka inflacija ulaznih cijena (rast cijena prehrambenih sirovina, nafte i energenata), uz prosječan godišnji rast cijena Podravkinih proizvoda manji od 2%, utjecala je na rast troškova prodanih proizvoda i posljedični pad bruto marže SPP Prehrana i pića za 20bp. Uslijed rasta troškova prodanih proizvoda i troškova prodaje i distribucije operativna marža SPP Prehrana i pića zabilježila je pad od 10bp. Pad neto marže od 30bp rezultat je rasta troškova financiranja (18%).

Troškovi prodanih proizvoda SPP Farmaceutika porasli su obzirom na rast proizvodnje, no bruto marža zabilježila je rast od 200bp kao rezultat strukturalne promjene prodaje odnosno blagog rasta udjela prodaje visokoprofitabilnih bezreceptnih proizvoda. Rast prodaje bezreceptnih proizvoda rezultat je većih ulaganja u marketinške aktivnosti (10%) te prodaju i distribuciju. Efikasnom alokacijom rastućih operativnih troškova (9%) EBIT marža SPP Farmaceutike zabilježila je rast od 80bp, dok je neto marža zabilježila rast od 70bp.



## KONSOLIDIRANI RAČUN DOBITI I GUBITKA

(u tisućama kuna)

	<u>1.-3. 2008.</u>	<u>1.-3. 2007.</u>
Prihodi od prodaje	784.118	716.588
Troškovi sadržani u prodanim proizvodima	(458.944)	(421.116)
<b>Bruto dobit</b>	<b><u>325.174</u></b>	<b><u>295.472</u></b>
Prihodi od ulaganja	4.675	3.900
Ostali dobiti /(gubici)	(1.928)	2.255
Opći i administrativni troškovi	(77.171)	(77.353)
Troškovi prodaje i distribucije	(216.215)	(193.419)
Ostali troškovi	(407)	(337)
<b>Dobit iz redovnog poslovanja</b>	<b><u>34.129</u></b>	<b><u>30.516</u></b>
Troškovi financiranja	(13.791)	(13.691)
<b>Dobit prije poreza na dobit</b>	<b><u>20.338</u></b>	<b><u>16.826</u></b>
Porez na dobit	(4.508)	(1.860)
<b>Neto dobit/gubitak</b>	<b><u>15.831</u></b>	<b><u>14.965</u></b>

# KONSOLIDIRANA BILANCA

(u tisućama kuna)

	31.03. 2008.	31.12.2007.
<b>AKTIVA</b>		
<b>Dugotrajna imovina</b>		
Nekretnine, postrojenja i oprema	1.665.407	1.669.321
Nematerijalna imovina	199.300	199.419
Goodwill	29.137	29.137
Odgodena porezna imovina	35.598	35.491
Ostala financijska imovina	56.707	60.917
Financijska imovina raspoloživa za prodaju	0	0
	<b>1.986.149</b>	<b>1.994.285</b>
<b>Kratkotrajna imovina</b>		
Zalihe	625.816	594.522
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	1.151.122	1.153.886
Financijska imovina po fer vrijednosti u računu dobiti i gubitka	9.163	6.163
Novac i novčani ekvivalenti	66.969	112.549
	1.853.070	1.867.120
Imovina koja se drži radi prodaje	5.316	5.469
	<b>1.858.386</b>	<b>1.872.589</b>
<b>UKUPNA AKTIVA</b>	<b>3.844.535</b>	<b>3.866.874</b>
<b>PASIVA</b>		
<b>Dionička glavnica</b>		
Dionički kapital	1.610.240	1.628.467
Pričuve	139.299	138.641
Zadržana dobit/gubitak	193.695	177.864
	<b>1.943.234</b>	<b>1.944.972</b>
<b>Dugoročne obveze</b>		
Dugoročni dug	455.428	467.498
Rezerviranja	25.365	25.412
	<b>480.793</b>	<b>492.910</b>
<b>Kratkoročne obveze</b>		
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	719.504	779.776
Kratkoročni krediti	701.004	649.216
	<b>1.420.508</b>	<b>1.428.992</b>
<b>Ukupne obveze</b>	<b>1.901.301</b>	<b>1.921.902</b>
<b>UKUPNA PASIVA</b>	<b>3.844.535</b>	<b>3.866.874</b>

## KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O PROMJENI GLAVNICE

(u tisućama kuna)

	<u>Dionički kapital</u>	<u>Pričuve</u>	<u>Zadržana dobit</u>	<u>Ukupno</u>
<b>Stanje 31. prosinca 2007.</b>	<b>1.628.467</b>	<b>138.641</b>	<b>177.864</b>	<b>1.944.972</b>
Izmjena početnog stanja	-	-	-	-
Tečajne razlike (neto prihod direktno priznati u kapitalu)	-	658	-	658
Neto dobit za razdoblje	-	-	15.831	15.831
Ukupno priznati prihodi za razdoblje		658	15.831	16.489
Kupovina vlastitih dionica	(12.955)	-	-	(12.955)
Prodaja vlastitih dionica	3.379	-	-	3.379
Realizacija opcija	(2.803)	-	-	(2.803)
Usklađivanje	(5.848)	-	-	(5.848)
<b>Stanje 31.ožujka 2008.</b>	<b>1.610.240</b>	<b>139.299</b>	<b>193.695</b>	<b>1.943.234</b>

## KONSOLIDIRANI NOVČANI TOK

(u tisućama kuna)

	1.-3. 2008.	1.-3. 2007.
Neto dobit	15.832	14.965
Amortizacija	37.099	45.924
Promjena zaliha	(31.294)	(67.802)
Promjena potraživanja od kupaca	(20.044)	(5.613)
Promjena obveza prema dobavljačima	(78.174)	(10.397)
Promjena ostalih obrtnih sredstava	68.588	(5.444)
<b>Neto novčani tok iz poslovnih aktivnosti</b>	<b>(7.993)</b>	<b>(28.367)</b>
Nabava / prodaja materijalne i nematerijalne imovine	(40.863)	(45.641)
Promjena dugoročnih potraživanja	4.103	(44.696)
Promjena imovine raspoložive za prodaju	(2.847)	2.744
Isplaćene dividende	(286)	(79)
Povećanje / smanjenje ostalih stavki	0	0
<b>Neto novčani tok od ulagačkih aktivnosti</b>	<b>(39.893)</b>	<b>(87.672)</b>
Promjene dugoročnih obveza s osnova zajmova i kredita	(30.871)	(41.496)
Promjene kratkoročnih obveza s osnova zajmova i kredita	51.788	111.743
Promjene rezervi i zadržane dobiti	(9.695)	0
Nabava / prodaja vlastitih dionica	(9.576)	0
Pričuve - tečajne razlike ( revalorizacija kapitala i sl.)	660	(47)
<b>Neto novčani tok od financijskih aktivnosti</b>	<b>2.306</b>	<b>70.200</b>
Promjena u novcu i novčanim ekvivalentima	(45.580)	(45.839)
Novac i novčani ekvivalenti:		
Na početku razdoblja	112.549	126.118
Na kraju razdoblja	66.969	80.279

Kompanija sa srcem



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

Podravka d.d.  
Odnosi s investitorima

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