



REZULTATI POSLOVANJA GRUPE PODRAVKA ZA RAZDOBLJE 1.-3. 2009.

Glavna obilježja i događaji

1. Ukupna prodaja Grupe Podravka u prvom kvartalu 2009. godine iznosila je 798,1 milijuna HRK što predstavlja rast od 2% u odnosu na isto razdoblje 2008. godine.
2. Strateško poslovno područje (SPP) Prehrana i pića ostvarilo je pad prodaje od 2%, dok je prodaja SPP Farmaceutika porasla za 23%.
3. Prodaja Podravka marki iznosila je 549,4 milijuna HRK i na razini je prošlogodišnje.
4. Bruto marža Grupe pala je za 40bp pod utjecajem ulaska u ljekarnički biznis i distribuciju lijekova akvizicijom Farmavite.
5. Operativni troškovi Grupe zabilježili su pad od 1% .
6. Operativna marža ostvarila je pozitivan pomak od 240bp te je iznosila 6,7%.
7. Ukupna vrijednost kapitalnih ulaganja iznosila je 19,1 milijuna HRK.
8. Kupljena je robna marka Belsad, pod kojom se proizvode marmelade i džemovi.
9. Podravka je osnovala društvo s ograničenom odgovornošću u Turskoj sa sjedištem u Istanbulu.
10. Podravka je izdala prvu tranšu komercijalnih zapisa, a ukupna vrijednost programa izdanja iznosi 350,0 milijuna HRK.
11. Asortiman proizvoda Podravkine sjeckane rajčice i pelata osvojio je nagradu proizvoda godine na tržištu Poljske – „Produkt Roku 2009“.

Napomena

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

SPP "Prehrana i pića"

1. Poslovni program Hrana

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

2. Poslovni program Dodaci jelima

- Podravka marke
- Ostalo

3. Poslovni program Meso

- Podravka marke
- Ostalo

4. Poslovni program Pića

- Podravka marke
- Ostalo

SPP "Farmaceutika"

SPP "Usluge"

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

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

Izjava o odricanju od odgovornosti

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

Prihodi od prodaje po strateškim poslovnim područjima

u milijunima HRK						
Red. br.	SPP	1.-3. 2009.		1.-3. 2008.		Indeks 2:4
		Iznos	%	Iznos	%	
0	1	2	3	4	5	6
1.	Prehrana i pića	632,8	79,3	649,0	82,8	98
2.	Farmaceutika	164,0	20,5	133,8	17,0	123
3.	Usluge	1,3	0,2	1,3	0,2	100
Ukupno		798,1	100,0	784,1	100,0	102

Prihodi od prodaje Grupe Podravka iznosili su 798,1 milijuna HRK i veći su za 2% u odnosu na isto razdoblje 2008. godine.

Prodaja SPP Prehrana i pića iznosila je 632,8 milijuna HRK odnosno 79,3% ukupne prodaje Grupe te je u usporedbi s prvim kvartalom 2008. godine zabilježila pad od 2%. Na tržištu Hrvatske prodaja SPP Prehrana i pića ostvarila je pad od 5%, pri čemu Podravka marke ostvaruju pad od 4%. Važno je napomenuti da je ove godine Uskrs, kada se tradicionalno ostvaruje značajna prodaja Podravka marki na tržištu Hrvatske, bio u travnju za razliku od prošle godine kada je bio u ožujku. Na inozemnom tržištu prodaja Podravka marki ostvarila je rast od 2%.

SPP Farmaceutika ostvarilo je prodaju u iznosu od 164,0 milijuna HRK što predstavlja rast od 30,2 milijuna HRK (23%). Porast prodaje SPP Farmaceutika na tržištu Hrvatske iznosi 7%. Prema ATK klasifikaciji¹, najznačajniji rast prodaje na tržištu Hrvatske u grupi proizvoda lijekova na recept ostvarili su lijekovi s djelovanjem na živčani sustav (10%) te lijekovi za liječenje sustavnih infekcija (10%), dok u skupini bezreceptnih proizvoda najznačajniji porast bilježe OTC lijekovi (19%). Na inozemnom tržištu SPP Farmaceutika ostvarilo je prodaju od 55,9 milijuna HRK što predstavlja porast od 69%. Rast prodaje inozemnih tržišta generiran je rastom prodaje na tržištu Bosne i Hercegovine (307%) koji proizlazi iz prodaje Farmavite².

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

¹ Anatomsko-terapijsko-kemijski sustav razvrstavanja lijekova

² Belupo je stekao većinski udjel u Farmaviti krajem siječnja 2008.

³ SPP Usluge neće biti dio analize koja slijedi obzirom da u ukupnoj prodaji Grupe sudjeluje tek s 0,2%

Novi proizvodi u prvom kvartalu 2009. godine



Muffins, Brownies i Čokoladni Muffins - namijenjeni su mladim zaposlenim ženama koje nemaju puno vremena, a žele svojoj obitelji ponuditi slatki i ukusni desert. Pakiranje Muffinsa i Čokoladnih Muffinsa sadrži mješavinu za tijesto, čokoladne zvjezdice i papirnate kalupe te je dovoljno za pripremu 12 komada muffinsa, dok pakiranje Browniesa sadrži mješavinu za čokoladni kolač te je dovoljno za 16 kolača, a može se upotrijebiti i kao podloga za kolač s kremom. Priprema kolača s ovim proizvodima je brza i jednostavna, a idealan omjer sastojaka garancija je uspjeha.



Varivo od mahuna s mesom – kvalitetno gotovo jelo u limenci koje prije posluživanja treba samo zagrijati, tako da za 2-3 minute imate ukusan i hranjiv obrok koji sadrži birano povrće i kvalitetno meso u umaku pripremljenom na tradicionalan način.

Čobanac - je gotovo jelo u limenci koje se sastoji od komadića miješanog mesa (goveđeg i svinjskog) u vrlo pikantnom umaku u kojem dominira okus i ljutina kvalitetne crvene paprike, pripremljenom po tradicionalnim provjerenim receptima. Proizvod je prije posluživanja potrebno samo zagrijati u trajanju 2-3 minute, a po želji možete dodati kuhane žličnjake i posipati narezanim vlascem.

Oba proizvoda su pripremljena bez upotrebe aditiva (E-brojeva), a njihova trajnost postignuta je samo termičkom obradom na temperaturi iznad 100°C u hermetički zatvorenoj limenci.



Lerovita naranča, limun i brusnica – instant napitak s okusom naranče, limuna i brusnice u pakiranjima od 15 grama. Lerovita je iznimno osvježavajući napitak bogat vitaminima.

Prihodi od prodaje po grupama proizvoda

Red. br.	GRUPA PROIZVODA	u milijunima HRK				
		1.-3. 2009.		1.-3. 2008.		Indeks 2:4
		Iznos	%	Iznos	%	
0	1	2	3	4	5	6
1.	PP HRANA	354,5	44,4	352,3	45,0	101
	Podravka marke	285,6	35,8	273,5	34,9	104
	- Podravka jela	175,1	22,0	169,2	21,6	103
	- Dječja hrana, slastice i snack	76,8	9,6	73,2	9,3	105
	- Riba i riblji proizvodi	33,7	4,2	31,1	4,0	108
	Ostalo	68,9	8,6	78,8	10,1	87
2.	PP DODACI JELIMA	162,0	20,3	169,5	21,6	96
	Podravka marke	158,2	19,8	165,1	21,0	96
	Ostalo	3,8	0,5	4,4	0,6	86
3.	PP MESO	70,3	8,8	75,5	9,6	93
	Podravka marke	65,1	8,2	68,2	8,7	95
	Ostalo	5,2	0,6	7,3	0,9	71
4.	PP PIĆA	46,0	5,8	51,7	6,6	89
	Podravka marke	40,5	5,1	45,0	5,7	90
	Ostalo	5,5	0,7	6,7	0,9	82
5.	Lijekovi	164,0	20,5	133,8	17,0	123
6.	Usluge	1,3	0,2	1,3	0,2	100
	Ukupno	798,1	100,0	784,1	100,0	102

PP Hrana bilježi rast prodaje za 1%, s time da je prodaja Podravka marki unutar ovog poslovnog programa porasla za 4%. Grupa proizvoda Podravka jela zabilježila je rast od 3% koji se temelji na porastu prodaje na tržištu jugoistočne Europe (11%) uz najveći doprinos tržišta Bosne i Hercegovine (19%) i tržišta Slovenije (23%). Najveći porast unutar grupe proizvoda Podravka jela ostvarile su Juhe koje u promatranom razdoblju rastu za 10% te Proizvodi na bazi rajčice čija prodaja raste za 17%. Porast prodaje grupe proizvoda Dječja hrana, slastice i snack od 5% generiran je porastom prodaje na tržištima Bosne i Hercegovine (23%) i Slovenije (15%). Prodaja Riba i ribljih proizvoda u promatranom je razdoblju porasla za 8% te je taj porast baziran na rastu prodaje u inozemstvu (17%). Inozemna tržišta na kojima je ostvaren značajniji porast Riba i ribljih proizvoda su tržište Mađarske (107%), Bosne i Hercegovine (13%) i Slovenije (31%).

PP Dodaci jelima ostvario je pad prodaje od 4% koji proizlazi iz pada prodaje na tržištu Hrvatske (-5%) i inozemnim tržištima (-4%). Pad prodaje na tržištu srednje Europe (-21%) uvjetovan je padom prodaje na tržištu Poljske (-27%) gdje je značajno pala vrijednost poljskog zlota u promatranom razdoblju. Istovremeno, prodaja Dodataka jelima raste na tržištu jugoistočne Europe (14%), istočne Europe (13%) i tržištu zapadne Europe, prekooceanskih zemalja i Dalekog istoka (6%).

Prodaja PP Meso ostvarila je pad od 7% kojemu najviše pridonosi pad prodaje u Hrvatskoj (-7%), no niža razina prodaje ostvarena je i na inozemnim tržištima (-5%). Na pad prodaje u inozemstvu najviše je

utjecala manja prodaja na tržištu zapadne Europe, prekoceanskih zemlja i Dalekog istoka (-27%), dok je istovremeno u jugoistočnoj Europi ova grupa proizvoda rasla za 13%.

Prodaja PP Pića niža je za 11% u odnosu na isto razdoblje 2008. godine, što proizlazi iz pada prodaje u Hrvatskoj (-12%), no primjetna je i niža prodaja u inozemstvu (-6%). Manja prodaja PP Pića na inozemnim tržištima rezultat je pada prodaje na tržištu Bosne i Hercegovine (-17%). Unatoč padu prodaje ovog poslovnog programa, Izvorska voda bilježi porast prodaje od 18%, a raste i prodaja Čaja za 10%.

Prihodi od prodaja Grupe Podravka po tržištima

Red. br.	TRŽIŠTA	u milijunima HRK				
		1.-3. 2009.		1.-3. 2008.		Indeks 2:4
0	1	Iznos	%	Iznos	%	6
1.	Hrvatska	393,8	49,3	402,3	51,3	98
2.	Jugoistočna Europa	206,0	25,8	160,5	20,5	128
3.	Srednja Europa	112,9	14,1	132,2	16,9	85
4.	Zapadna Europa, prekoceanske zemlje i Daleki istok	55,5	7,0	55,0	7,0	101
5.	Istočna Europa	29,9	3,8	34,1	4,3	88
Ukupno		798,1	100,0	784,1	100,0	102

U promatranom razdoblju na tržištu Hrvatske ostvarena je prodaja u iznosu od 393,8 milijuna HRK što čini 49% ukupne prodaje Grupe Podravka. Prodaja u prvom kvartalu 2009. godine niža je za 2% od istog razdoblja u 2008. godini, a taj pad generiran je padom prodaje SPP Prehrana i piće (-5%). SPP Farmaceutika ostvarilo je 66% ukupne prodaje na tržištu Hrvatske i u promatranom razdoblju ostvarilo je rast prodaje od 7%.

Inozemna tržišta ostvarila su prodaju od u iznosu 404,3 milijuna HRK što predstavlja rast od 6%, ali i porast relativnog udjela prodaje inozemnih tržišta u ukupnoj prodaji. Najveći rast ukupne prodaje ostvaren je na tržištu jugoistočne Europe (28%) čemu najviše pridonosi rast prodaje na tržištu Bosne i Hercegovine (64%). Prodaja na tržištu srednje Europe pala je za 15% pod utjecajem pada prodaje na tržištima Poljske (-28%) i Češke (-16%). Pad prodaje na tržištu Poljske uzrokovan je slabljenjem poljskog zlota u odnosu na tečaj kune, dok je pad prodaje na tržištu Češke većim dijelom vezan na pad prodaje Riže i grahorica u segmentu B2B. Pad prodaje na tržištu istočne Europe (-12%) generiran je padom prodaje SPP Farmaceutika na tržištu Rusije. Na pad prodaje ovog tržišta značajno je utjecala i devalvacija rublje u zadnjih par mjeseci.

Struktura operativnih troškova

Red. br.	TROŠAK	u milijunima HRK				
		1.-3. 2009.		1.-3. 2008.		Indeks 2:4
0	1	2	3	4	5	6
1.	Troškovi prodanih proizvoda	471,8	63,2	460,0	61,1	103
2.	Troškovi prodaje i distribucije	207,6	27,8	216,1	28,7	96
3.	Opći i administrativni troškovi	67,1	9,0	76,3	10,2	88
Ukupno		746,5	100,0	752,4	100,0	99

Operativni troškovi Grupe Podravka u prvom kvartalu iznosili su 746,5 milijuna HRK i zabilježili su pad od 1% (5,9 milijuna HRK) u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Od operativnih troškova, jedino su troškovi prodanih proizvoda zabilježili porast od 3% (11,8 milijuna HRK) pod utjecajem rasta cijena sirovina i materijala (3%) te energije (23%). Troškovi prodaje i distribucije bilježe pad od 4% (8,5 milijuna HRK) u odnosu na prošlu godinu, a najveću kontribuciju ovome padu ima smanjenje troškova marketinga (16%). Opći i administrativni troškovi zabilježili su pad od 12% (9,2 milijuna HRK), a rezultat su provedene reorganizacije s kraja 2008. godine koja je imala za cilj uspostavljanje optimalne organizacije uz revidiranje poslova, menadžerskih prava i obveza te troškova svake organizacijske cjeline.

Profitabilnost Grupe Podravka

Grupa Podravka	u milijunima HRK		
	1.-3. 2009.	1.-3. 2008.	promjena (2/3)
1	2	3	4
Prihodi od prodaje	798,1	784,1	2%
Bruto dobit	326,3	324,1	1%
EBITDA	93,8	71,2	32%
EBIT	53,5	34,1	57%
Neto dobit	6,2	15,8	-61%
<i>Profitne marže (%)</i>			
Bruto marža	40,9	41,3	-40bp
EBITDA marža	11,8	9,1	270bp
EBIT marža	6,7	4,3	240bp
Neto marža	0,8	2,0	-120bp

Bruto dobit Grupe iznosila je 326,3 milijuna HRK što predstavlja rast od 1% u odnosu na 2008. godinu, no promjena u strukturi prodanih proizvoda odrazile se na pad bruto marže Grupe za 40bp. Očekivane uštede ostvarene kroz reorganizaciju i daljnja optimizacija operativnih procesa unutar Grupe odrazile su se na rast operativne dobiti (57%) uz poboljšanje operativne marže za 240bp. Veći dio kapitalnih investiciju u 2008. godini financiran je kroz dug, što se odrazilo na porast troškova financiranja Grupe za 225%. Viša efektivna porezna stopa dodatno se odrazila na pad neto dobiti (-61%) te posljedično i na pad neto marže za 120bp.

Profitabilnost prema strateškim poslovnim područjima

SPP	u milijunima HRK					
	Prehrana i pića			Farmaceutika		
	1.-3. 2009.	1.-3. 2008.	promjena (2/3)	1.-3. 2009.	1.-3. 2008.	promjena (5/6)
1	2	3	4	5	6	7
Prihodi od prodaje	632,8	649,0	-2%	164,0	133,8	23%
Bruto dobit	244,1	244,4	0%	82,2	79,7	3%
EBITDA	69,0	49,1	41%	24,8	22,1	12%
EBIT	39,9	20,2	98%	13,6	13,9	-2%
Neto dobit	4,8	7,4	-35%	1,4	8,4	-83%
<i>Profitne marže (%)</i>						
Bruto marža	38,6	37,7	90bp	50,1	59,6	-950bp
EBITDA marža	10,9	7,6	330bp	15,1	16,5	-140bp
EBIT marža	6,3	3,1	320bp	8,3	10,4	-210bp
Neto marža	0,8	1,1	-30bp	0,9	6,3	-540bp

Bruto dobit SPP Prehrana i pića na razini je prošlogodišnje, dok je bruto marža istovremeno ostvarila rast od 90bp. Optimizacija proizvodnih procesa s ciljem efikasnijeg upravljanja ljudskim resursima dodatno se odrazila na pad troškova prodanih proizvoda, iako su pojedini troškovi u strukturi troškova prodanih proizvoda ostvarili rast (troškovi energije). Efekti efikasnijeg upravljanja ljudskim resursima očekuju se i u budućim razdobljima. Operativna marža porasla je za 320bp temeljem smanjenja troškova prodaje i distribucije (-9%) te općih i administrativnih troškova (-8%). U strukturi troškova prodaje i distribucije najviše su pali troškovi marketinga (-21%), dok je pad općih i administrativnih troškova determiniran reorganizacijom unutar SPP Prehrana i pića. Usprkos poboljšanju operativne marže, značajno veći troškovi financiranja (213%) rezultirali su padom neto marže za 30bp.

Pad profitabilnosti SPP Farmaceutika rezultat je rasta udjela prodaje proizvodnog portfelja Farmavite i ljekarničkog biznisa, koji karakterizira niža profitna marža. Unatoč padu općih i administrativnih troškova (-21%), rast troškova prodaje i distribucije (19%) odrazio se na pad EBIT marže od 210bp. Rast troškova prodaje i distribucije generiran je rastom troškova prodaje (108%) uslijed širenja poslovanja na ljekarnički biznis. Rast troškova financiranja (267%) rezultat je akvizicijskih aktivnosti u 2008. godini, koje su dijelom bile financirane kroz dug, što je rezultiralo padom neto marže od 540bp.

KONSOLIDIRANI RAČUN DOBITI I GUBITKA

(u tisućama kuna)

	1.-3. 2009.	1.-3. 2008.
Prihodi od prodaje	798.143	784.118
Troškovi sadržani u prodanim proizvodima	(471.819)	(460.016)
Bruto dobit	326.324	324.102
Prihodi od ulaganja	4.338	4.673
Ostali dobici, neto	(618)	(1.926)
Opći i administrativni troškovi	(67.082)	(76.253)
Troškovi prodaje i distribucije	(207.625)	(216.061)
Ostali rashodi	(1.859)	(407)
Dobit iz redovnog poslovanja	53.478	34.128
Troškovi financiranja	(44.767)	(13.790)
Dobit prije poreza na dobit	8.711	20.338
Porez na dobit	(2.287)	(4.507)
Dobit nakon poreza na dobit	6.424	15.831
Vlasnicima manjinski udjela	(223)	0
Neto dobit	6.201	15.831

KONSOLIDIRANA BILANCA

(u tisućama kuna)

	31.03. 2009.	31.12. 2008.
AKTIVA		
Dugotrajna imovina		
Nekretnina, postrojenja i oprema	1.745.235	1.770.858
Goodwill	48.428	48.428
Ostala nematerijalna imovina	341.632	343.599
Financijska imovina raspoloživa za prodaju	165	162
Odgođena porezna imovina	41.321	44.552
Ostala financijska imovina	56.885	61.543
Ukupna dugotrajna imovina	2.233.666	2.269.142
Kratkotrajna imovina		
Zalihe	688.322	631.760
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	1.266.777	1.435.538
Financijska imovina po fer vrijednosti u računu dobiti i gubitka	30.645	23.539
Novac i novčani ekvivalenti	293.170	270.609
Dugotrajna imovina koja se drži radi prodaje	4.517	4.517
Ukupna kratkotrajna imovina	2.283.430	2.365.963
UKUPNA AKTIVA	4.517.096	4.635.105
PASIVA		
Dionička glavnica		
Dionički kapital	1.580.966	1.587.356
Pričuve	70.462	83.458
Zadržana dobit	264.728	258.578
Udjel vlasnika matice	1.916.156	1.929.392
Manjinski udjel	34.601	34.113
	1.950.757	1.963.505
Dugoročne obveze		
Financijske obveze po fer vrijednosti u računu dobiti i gubitka	318.911	318.750
Dugoročni dug	599.397	597.572
Rezerviranja	27.187	27.339
Odgođena porezna obveza	7.886	8.356
	953.381	952.017
Kratkoročne obveze		
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	762.419	844.453
Kratkoročne krediti	833.864	858.455
Rezerviranja	16.675	16.675
	1.612.958	1.719.583
Ukupne obveze	2.566.339	2.671.600
UKUPNA PASIVA	4.517.096	4.635.105

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O PROMJENAMA GLAVNICE

(u tisućama kuna)

	Dionički kapital	Pričuve	Zadržana dobit	Ukupno	Manjinski interes	Ukupno
Stanje 1. siječnja 2009.	1.587.356	83.458	258.578	1.929.392	34.113	1.963.505
Izmjena početnog stanja	-	-	-	-	488	488
Tečajne razlike	-	(13.047)	-	(13.047)	-	(13.047)
Neto dobit	-	-	6.201	6.201	-	6.201
Kupovina vlastitih dionica	(6.390)	-	-	(6.390)	-	(6.390)
Prodaja vlastitih dionica	-	-	-	-	-	-
Realizacija opcija	-	-	-	-	-	-
Fer vrijednost opcija	-	-	-	-	-	-
Prijenos iz ostalih i zakonskih pričuva	-	51	(51)	-	-	-
Stanje 31. ožujka 2009.	1.580.966	70.462	264.728	1.916.156	34.601	1.950.757

KONSOLIDIRANI NOVČANI TOK

(u tisućama kuna)

	1.- 3. 2009.	1.- 3. 2008.
Neto dobit	6.201	15.831
Amortizacija	40.329	37.099
Promjena zaliha	(56.562)	(31.294)
Promjena potraživanja od kupaca	156.288	(20.044)
Promjena obveza prema dobavljačima	(79.971)	(78.174)
Promjena ostalih obrtnih sredstava	9.794	68.588
Neto novčani tok iz poslovnih aktivnosti	76.079	(7.994)
Nabava / prodaja materijalne i nematerijalne imovine	(12.738)	(40.863)
Promjena dugoročnih potraživanja	7.889	4.103
Promjena imovine raspoložive za prodaju	(7.109)	(2.847)
Isplaćene dividende	(5)	(286)
Manjinski interes	488	0
Neto novčani tok od ulagačkih aktivnosti	(11.475)	(39.893)
Promjene dugoročnih obveza s osnova zajmova i kredita	1.987	(30.871)
Promjene kratkoročnih obveza s osnova zajmova i kredita	(24.592)	51.788
Promjene rezervi i zadržane dobiti	0	(9.695)
Nabava / prodaja vlastitih dionica	(6.390)	(9.576)
Pričuve - tečajne razlike (revalorizacija kapitala i sl.)	(13.046)	660
Neto novčani tok od financijskih aktivnosti	(42.041)	2.306
Promjena u novcu i novčanim ekvivalentima	22.561	(45.580)
Novac i novčani ekvivalenti:		
Na početku razdoblja	270.609	112.549
Na kraju razdoblja	293.170	66.969

Kompanija sa srcem



www.podravka.com

Podravka d.d.
Odnosi s investitorima

www.podravka.hr
ir@podravka.hr