



REZULTATI POSLOVANJA GRUPE PODRAVKA ZA RAZDOBLJE 1. - 6. 2007.

Osnovne značajke

1. Prodaja Podravka marki u prvoj polovici 2007. godine iznosi 1.029,9 mil. HRK što predstavlja organski rast prodaje od 3%. Podjednaki organski rast prodaje od 3% ostvaren je i na tržištu Hrvatske i inozemnim tržištima od kojih je najznačajniji rast prodaje Podravka marki zabilježen na tržištu Srbije od 29% te tržištu BiH od 10%.
2. Na tržištu jugoistočne Europe zabilježen je očekivani pad prodaje trgovačke robe od 84% koji je utjecao na pad ukupne prodaje tog tržišta od 24%. Gubitak od pada prodaje trgovačke robe na tržištu jugoistočne Europe djelomično je nadoknađen rastom Podravka marki od 9%.
3. Bruto marža iznosi 41,3% što je povećanje od 320 bp u odnosu na prvu polovicu 2006.
4. EBIT marža od 3,8% zadržana je na razini istog razdoblja prošle godine unatoč procesu restrukturiranja.
5. Neto marža iznosi 1,4% i manja je za 100 bp u odnosu na prvu polovicu 2006.
6. Novo redizajnirano pakiranje ribljih konzervi pod markom Eva osvojilo je nagradu Cropak, nagradu za ambalažu u kategoriji serije hrvatskih proizvoda.
7. Poljska Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja odobrila zahtjev Podravke za kupnju marki Warzywko i Perfecta od tvrtke Kamis.
8. Kupnjom marke Lero proširen je postojeći asortiman Podravkinih pića na kategorije juiceva, nektara, sirupa i drugih napitaka.
9. Podravka, Gastro Grupa i Nacionalna udruga obiteljskih i malih hotela sklopili ugovor o poslovnoj suradnji.
10. Dionica Podravke uvrštena u novi regionalni indeks Bečke burze - CROX indeks (Croatian Traded Index).

Napomene

Zbog fokusiranja na najsnažnije Podravkine marke, "complexity managementa", interne promjene u načinu praćenja prodaje Podravkinih marki te zbog nedavne kupnje marki Eva, Warzywko, Perfecta i Lero, došlo je i do promjene u načinu izvještavanja javnosti.

Od prvog kvartala 2007. nadalje o prodaji ćemo izvještavati 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 iz prijašnje klasifikacije te novokupljenu marku Eva - riblje konzerve
- e. Pića

2. Trgovačka roba

3. Ostalo

SPP "Farmaceutika"

SPP "Usluge"

Sukladno navedenim reklasifikacijama usporedno je prikazana prodaja prve polovice 2006. i prve polovice 2007.

Prihodi od prodaje po strateškim poslovnim područjima

Red. br.	SPP	u mil. HRK					Indeks 2:4
		1.-6. 2007.		1.-6. 2006. usklađeno			
		Iznos	%	Iznos	%		
0	1	2	3	4	5	6	
1.	Prehrana i pića	1.300,5	82,1	1.382,9	82,6	94	
2.	Farmaceutika	279,5	17,7	286,5	17,1	98	
3.	Usluge	3,7	0,2	4,9	0,3	75	
	Ukupno	1.583,7	100,0	1.674,3	100,0	95	

Prihodi od prodaje Grupe Podravka u prvoj polovici 2007. godine iznosili su 1.583,7 mil. HRK što predstavlja pad prodaje od 5%. SPP Prehrana i pića na tržištu Hrvatske ostvaruje rast prodaje od 3% dok na inozemnim tržištima, zbog prestanka distribucije Nestléovih proizvoda, očekivano ostvaruje pad prodaje od 14% što na ukupnoj razini rezultira padom prodaje SPP-a Prehrana i pića od 6%. Trgovačka roba ostvarila je pad prodaje od 43% i to na inozemnim tržištima 83%, a na tržištu Hrvatske pad od 1%. Organski rast prodaje iznosio je 3% i na inozemnim i na hrvatskom tržištu. SPP Farmaceutika na ukupnoj razini ostvaruje pad prodaje od 2% čemu najviše pridonosi pad prodaje na tržištu Hrvatske od 5% dok su inozemna tržišta rasla ukupno 8%. Pad prodaje SPP-a Farmaceutika uzrokovan je već nekoliko puta objašnjenim pritiskom na cijene lijekova osnovne i dopunske liste HZZO-a na tržištu Hrvatske, no važno je napomenuti rast prodaje bezreceptnih proizvoda od 35% na tržištu Hrvatske i 89% na inozemnim tržištima, što predstavlja ukupni rast prodaje bezreceptnih proizvoda od 40%.

Prihodi po grupama proizvoda

Red. br.	GRUPA PROIZVODA	u mil. HRK					Indeks 2:4
		1.-6. 2007.		1.-6. 2006.			
		Iznos	%	Iznos	%		
0	1	2	3	4	5	6	
1.	Podravka marke	1.029,9	65,0	998,6	59,6	103	
	Dodaci jelima	313,0	19,8	311,1	18,6	101	
	Podravka jela	307,7	19,4	300,7	18,0	102	
	Mesni program i riblje konzerve	190,8	12,0	179,3	10,7	106	
	Dječja hrana, slastice i snack	142,6	9,0	135,3	8,1	105	
	Pića	75,8	4,8	72,2	4,3	105	
2.	Trgovačka roba	154,7	9,8	272,1	16,2	57	
3.	Ostalo (Prehrana i pića)	115,9	7,3	112,2	6,7	103	
4.	Lijekovi	279,5	17,7	286,5	17,1	98	
5.	Usluge	3,7	0,2	4,9	0,3	75	
	Ukupno	1.583,7	100,0	1.674,3	100,0	95	

Sve grupe proizvoda unutar Podravkinih marki ostvarile su rast prodaje u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Najveći rast ostvaren je u grupi Mesni program i riblje konzerve, čemu najviše pridonosi rast na inozemnim tržištima, posebno na tržištu jugoistočne Europe (32%) što je rezultat revitalizacije Eva branda na tržištu na kojem je taj brand i prije dominirao.

Rast prodaje od 5% ostvaren je u grupi proizvoda Dječja hrana, slastice i snack čime je nastavljen trend rasta u toj grupi proizvoda. Prošle godine lansirani su novi proizvodi pod markom Čokolino - Čokolino Crunch i Čokolino Maxi, čime se ušlo u kategoriju žitarica. Ove godine, uz dodatne nove proizvode, promijenjena je i marketinška koncepcija marke Čokolino čime se ona diferencira od marke Lino, dječje hrane namijenjene bebama i djeci predškolske dobi.

Postignuti rast rezultat je sustavnog pristupa razvoju marke pa je tako prodaja Čokolino žitarica rasla 9%, a Čokolino namaza 18%.

Kao što je i najavljeno, Podravka je krenula u jačanje svoje tržišne pozicije u kategoriji bezalkoholnih napitaka. Akvizicijom marke Lero odnosno proširenjem asortimana na kategorije juceva, nektara, sirupa i drugih sokova pakiranih u modernoj i tehnološki naprednoj ambalaži Podravka će osnažiti tržišne pozicije. Pića su u promatranom razdoblju ostvarila rast prodaje od 5%.

Najznačajnija tržišta za grupu proizvoda Podravka jela su tržište Hrvatske i tržište jugoistočne Europe. Oba tržišta ostvarila su rast prodaje Podravka jela i to od 3% tržište Hrvatske i 4% tržište jugoistočne Europe.

Prodaja dodataka jelima ostvaruje ukupan rast od 1% čemu najviše pridonosi rast prodaje na tržištu srednje Europe od 3%. Najznačajnije inozemno tržište dodataka jelima, tržište Poljske, ostvarilo je rast prodaje od 8%. O važnosti ovog tržišta za grupu proizvoda Dodaci jelima govori i činjenica da je u drugom kvartalu 2007. godine Podravka kupila marke Warzywko i Perfecta. Ovim poslovnim potezom će se osim povećanja iskorištenosti kapaciteta Tvornice Vegete u Poljskoj dodatno ojačati i liderska pozicija na tržištu univerzalnih dodataka jelima ponudom marke koja se nalazi u *medium price* segmentu.

Mix Podravkinih proizvoda lansiranih u drugom kvartalu 2007. godine



Prodaja Grupe Podravka po tržištima

u mil. HRK

Red. br.	TRŽIŠTA	1.-6. 2007.		1.-6. 2006.		Indeks 2:4
		Iznos	%	Iznos	%	
0	1	2	3	4	5	6
1.	Hrvatska	888,3	56,1	881,1	52,6	101
2.	Jugoistočna Europa	296,6	18,7	388,4	23,2	76
3.	Srednja Europa	216,5	13,7	224,7	13,4	96
4.	Zapadna Europa, prekoceanija i Daleki istok	106,3	6,7	108,3	6,5	98
5.	Istočna Europa	76,0	4,8	71,8	4,3	106
Ukupno		1.583,7	100,0	1.674,3	100,0	95

Tržište Hrvatske čini 56% ukupne prodaje Grupe Podravka i u prvoj polovici 2007. godine ostvarilo je rast prodaje od 1%. SPP Prehrana i pića je na tom tržištu ostvarilo rast prodaje od 3% i to uz organski rast od 3% te pad prodaje trgovačke robe od 1%.

Na inozemnim tržištima ostvaren je organski rast prodaje od 3% u SPP-u Prehrana i pića i rast prodaje od 8% u SPP-u Farmaceutika. Zbog očekivanog pada prodaje trgovačke robe na inozemnim tržištima od 83%, ukupno gledano, inozemna tržišta ostvarila su pad prodaje od 12%.

Od inozemnih tržišta najveći rast prodaje ostvaren je na tržištu istočne Europe (6%) čemu najviše pridonosi rast prodaje SPP-a Farmaceutika od 30%. Generator rasta prodaje farmaceutskih proizvoda je tržište Rusije i to najvećim dijelom u dermaticima te lijekovima iz kardiovaskularne skupine.

Struktura operativnih troškova

u mil. HRK

Red. br.	TROŠAK	1.-6. 2007.		1.-6. 2006.		Indeks 2:4
		Iznos	%	Iznos	%	
0	1	2	3	4	5	6
1.	Troškovi prodanih proizvoda	930,2	60,7	1.035,8	63,4	90
2.	Troškovi prodaje i distribucije	437,2	28,5	418,4 *	25,6	105
3.	Opći i administrativni troškovi	165,6	10,8	179,8 *	11,0	92
Ukupno		1.533,0	100,0	1.634,0	100,0	94

* promjena u odnosu na izvješće u 2006. zbog reklasifikacija troškova

Padom operativnih troškova u iznosu od 101 mil. HRK odnosno njihovim relativnim padom od 6% došlo je i do promjene udjela pojedinih troškova u ukupnim operativnim troškovima Grupe, gdje su se najznačajnije smanjili troškovi prodanih proizvoda, i to za 10%, a rezultat je sinergije procesa centralizacije nabave i *complexity managementa* te značajnog smanjenja učešća trgovačke robe u ukupnoj prodaji Grupe.

Rast troškova prodaje i distribucije od 5% rezultat je novih marketinških koncepata, od razvoja do lansiranja novog proizvoda, što pretpostavlja i značajnija marketinška ulaganja.

Opći i administrativni troškovi bilježe pad od 8% i rezultat su efikasnije alokacije raspoloživih sredstava i iz nje proizašlih ušteda, no zbog procesa restrukturiranja koji se nastavlja i kroz drugu polovicu godine očekuje se rast ovih troškova u odnosu na prethodnu godinu.

Profitabilnost Grupe Podravka

u mil. HRK			
Grupa Podravka	1.-6. 2007.	1.-6. 2006.	promjena (2/3)
1	2	3	4
Prihodi od prodaje	1.583,7	1.674,3	-5%
Bruto dobit	653,5	638,5	2%
EBITDA	143,9	169,6	-15%
EBIT	60,5	62,8	-4%
Neto dobit	22,2	40,6	-45%
Profitne marže %			
Bruto marža	41,3	38,1	320 bp
EBITDA marža	9,1	10,1	- 100bp
EBIT marža	3,8	3,8	0 bp
Neto marža	1,4	2,4	-100 bp

Promjena strukture prodaje Grupe u korist Podravka marki te smanjenje udjela trgovačke robe utjecalo je na poboljšanje bruto marže za 320 bp te ona iznosi 41,3%. Uz povoljniju strukturu operativnih troškova EBIT marža zadržala se na razini prošlogodišnje, dok je neto marža pala za 100 bp pod utjecajem rasta troškova financiranja odnosno rastom rashoda od kamata po kreditima, značajno manjim prihodima ostvarenim po tečajnim razlikama po kreditima te rastom efektivne kamatne stope poreza na dobit za 1600 bp.

Profitabilnost prema strateškim poslovnim područjima

u mil. HRK

SPP	Prehrana i pića			Farmaceutika		
	1.-6. 2007.	1.-6. 2006.	promjena (2/3)	1.-6. 2007.	1.-6. 2006.	promjena (5/6)
1	2	3	4	5	6	7
Prihodi od prodaje	1.300,5	1.382,9 *	-6%	279,5	286,5 *	-2%
Bruto dobit	484,0	480,5 *	1%	169,5	157,4	8%
EBITDA	72,1	106,8	-33%	71,8	62,8	14%
EBIT	6,7	21,9	-69%	53,7	40,9	31%
Neto dobit	-13,7	12,7	-208%	35,9	27,9	28%
Profitne marže %						
Bruto marža	37,2	34,7	250 bp	60,6	54,9	570 bp
EBITDA marža	5,5	7,7	-220 bp	25,7	21,9	380 bp
EBIT marža	0,5	1,6	-110 bp	19,2	14,3	490 bp
Neto marža	-1,1	0,9	-200 bp	12,8	9,7	310 bp

*u prikazu prihoda od prodaje pa adekvatno tome i bruto marže na SPP Prehrana i pića došlo je do promjene u odnosu na izvješće u 2006. godini zbog reklasifikacije prodaje prema strateškim poslovnim područjima

Procesom *complexity managementa* obuhvaćena je optimizacija proizvodnog portfelja SPP-a Prehrana i pića, tako da se efekt tog procesa očituje kroz profitabilnost odnosno porast bruto marže za 250 bp. Na drugim razinama profitabilnosti SPP-a Prehrana i pića prestaju pozitivni efekti unapređenja proizvodnih procesa, centralizacije nabave te *complexity managementa* zbog procesa restrukturiranja, koji je narušio operativnu maržu u promatranom razdoblju ove i prethodne godine. Neto marža SPP-a Prehrana i pića dodatno je opterećena troškovima financiranja, koji su posljedica pripreme za akvizicijski ciklus koji je u tijeku. Nakon ostvarenih ušteda na razini troškova prodanih proizvoda SPP-a Prehrana i pića, daljnje uštede i povećanje efikasnosti moguće je i potrebno u troškovima prodaje i distribucije, koje treba djelomično reducirati, i nastaviti preraspodjelu u korist troškova marketinga te općim i administrativnim troškovima.

Pokrenut je niz procesa kojima će se u narednom periodu aktivnije raditi na poboljšanju efikasnosti u tim segmentima.

U promatranom razdoblju SPP Farmaceutika ostvarilo je prodaju od 279,5 mil. HRK što predstavlja 18% prodaje Grupe. Unatoč padu prodaje od 2% poboljšane su sve razine profitabilnosti i odraz su značajnog rasta bezreceptnih proizvoda u strukturi prodaje te značajnih ušteda na razini troškova prodanih proizvoda. Ukupni rast prodaje bezreceptnih proizvoda, na domaćem i inozemnim tržištima, od 40% u odnosu na prodaju u prvoj polovici 2006. odrazilo se na povećanje udjela prodaje istog s 10% na 13% u strukturi prodaje SPP-a Farmaceutika. Bruto marža porasla je za 570 bp i iznosi 60,6%, a uz smanjenje općih i administrativnih troškova u promatranom razdoblju povećana je i operativna marža za 490 bp te iznosi 19,2%.

KONSOLIDIRANI RAČUN DOBITI I GUBITKA

(u tisućama HRK)

	1.-6. 2007.	1.-6. 2006.
Prihodi od prodaje	1.583.708	1.674.268
Troškovi sadržani u prodanim proizvodima	<u>(930.237)</u>	<u>(1.035.755)</u>
Bruto dobit	653.471	638.513
Ostali dobici /(gubici) - neto	3.403	16.540
Opći i administrativni troškovi	(165.550)	(179.828)
Troškovi prodaje i distribucije	(437.217)	(418.384)
Ostali prihodi	7.246	6.631
Ostali rashodi	<u>(886)</u>	<u>(675)</u>
Dobit iz redovnog poslovanja	60.467	62.797
Prihodi od financiranja	748	7.912
Rashodi od financiranja	<u>(26.783)</u>	<u>(21.983)</u>
Troškovi financiranja - neto	(26.035)	(14.072)
Dobit prije poreza na dobit	<u>34.432</u>	<u>48.726</u>
Porez na dobit	<u>(12.282)</u>	<u>(8.138)</u>
Neto dobit	<u>22.150</u>	<u>40.588</u>

KONSOLIDIRANA BILANCA

(u tisućama HRK)

IMOVINA	30.06. 2007.	31.12.2006.
Dugotrajna imovina		
Nekretnine, postrojenja i oprema	1.633.460	1.633.454
Nematerijalna imovina	166.404	87.225
Odgođena porezna imovina	24.392	24.137
Financijska imovina raspoloživa za prodaju	0	1.394
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	56.060	11.243
	1.880.316	1.757.453
Kratkotrajna imovina		
Zalihe	592.448	564.485
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	1.352.382	1.241.505
Financijska imovina po fer vrijednosti u računu dobiti i gubitka	0	3.046
Novac i novčani ekvivalenti	66.892	126.118
	2.011.722	1.935.154
Dugotrajna imovina koja se drži radi prodaje	8.467	7.898
	2.020.189	1.943.052
Ukupna imovina	3.900.505	3.700.505
GLAVNICA I OBVEZE		
Dugoročne obveze		
Dugoročni dug	480.128	525.335
Rezerviranja	21.939	22.007
	502.067	547.342
Kratkoročne obveze		
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	906.244	920.346
Kratkoročni krediti	729.721	456.860
Rezerviranja	6.207	29.277
	1.642.172	1.406.483
Ukupne obveze	2.144.239	1.953.825
Dionička glavnica		
Dionički kapital	1.414.679	1.427.329
Pričuve	154.724	148.503
Zadržana dobit	186.863	170.848
	1.756.266	1.746.680
Ukupno glavnica i obveze	3.900.505	3.700.505

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O PROMJENI GLAVNICE

(u tisućama HRK)

	31.12. 2006.	Povećanje	Smanjenje	30.06. 2007.
Upisani kapital	1.626.001			1.626.001
Premije na emitirane dionice	-191.961		12.650	-204.611
Rezerve	139.097	5.722		144.819
Vlastite dionice	-6.711			-6.711
Zadržana dobit ili preneseni gubitak*	110.487	60.361	6.135	164.713
Dobit ili gubitak tekućeg razdoblja *	60.361	22.149	60.361	22.149
Dividende				0
Revalorizacijske rezerve	9.406	1.206	706	9.906
a) revalorizacija nekretnina postrojenja i opreme	706		706	0
b) revalorizacija ulaganja				0
c) ostala revalorizacija	8.700	1.206		9.906
Ispravak temeljnih pogreški				0
Tečajne razlike s naslova neto ulaganja u inozemni subjekt				0
Promjene računovodstvenih politika				0
Sveukupno kapital i rezerve	1.746.680	89.438	79.852	1.756.266

KONSOLIDIRANI NOVČANI TOK

(u tisućama HRK)

	1.-6. 2007.	1.-6. 2006.
Neto novčani tok od poslovnih aktivnosti	-112.512	-255.061
Dobit / gubitak nakon poreza	22.149	40.588
Amortizacija	83.393	106.785
Povećanje / smanjenje vrijednosti zaliha	-27.963	-5.091
Povećanje / smanjenje potraživanja od kupaca	-100.479	-116.861
Povećanje / smanjenje ostalih kratkoročnih potraživanja	5.048	-305.134
Povećanje / smanjenje plaćenih troškova budućeg razdoblja i nedospjele naplate prihoda	-22.793	-48.910
Povećanje / smanjenje kratkoročnih obveza prema dobavljačima	-13.458	56.535
Povećanje / smanjenje dugoročnih rezerviranja	-68	-1.189
Povećanje / smanjenje odgođenog plaćanja troškova i prihoda budućih razdoblja	-5.365	-14.898
Povećanje / smanjenje potraživanja za upisani a neplaćeni kapital i gubitka iznad visine kapitala		
Povećanje / smanjenje dugoročnih potraživanja	-44.817	601
Povećanje / smanjenje kratkotrajne financijske imovine	9.824	37.862
Povećanje / smanjenje ostalih dugoročnih obveza	-17.983	-5.349
Povećanje / smanjenje ostalih stavki		
Neto novčani tok od investicijskih aktivnosti	-161.805	-51.995
Kupnja materijalne i nematerijalne dugotrajne imovine	-168.730	-58.186
Stjecanje podružnica		
Stjecanje manjinskih interesa		
Povećanje / smanjenje financijske dugotrajne imovine	1.139	2.587
Primici od prodaja materijalne i nematerijalne imovine	6.339	2.024
Isplaćene dividende	-366	-247
Povećanje / smanjenje ostalih stavki	-187	1.827
Neto novčani tok od financijskih aktivnosti	215.091	339.602
Povećanje kapitala novom emisijom dionica		
Povećanje / smanjenje dugoročnih obveza s osnove zajmova i kredita	-45.207	38.951
Povećanje / smanjenje ostalih dugoročnih obveza		
Povećanje / smanjenje kratkoročnih obveza s osnove zajmova i kredita	272.861	281.202
Povećanje / smanjenje ostalih stavki	-12.563	19.449
Neto povećanje / smanjenje novčanih sredstava i novčanih ekvivalenata	-59.226	32.546
Novčana sredstva i novčani ekvivalenti na početku razdoblja	126.118	126.234
Novac i novčani ekvivalenti na kraju razdoblja	66.892	158.780

Kompanija sa srcem



www.podravka.com

Za dodatne informacije kontaktirajte službu Odnosi s investitorima:

Lidija Kljajić
lidija.kljajic@podravka.hr

Irena Kos
irena.kos@podravka.hr