



REZULTATI GRUPE PODRAVKA ZA 2005. GODINU

Osnovne značajke

1. Povećanje prodaje od 4,4% rezultiralo je prodajom od 3,44 mlrd. HRK
 - 1.1. Povećanje prodaje strateškog poslovnog područja (u daljnjem tekstu SPP) „Prehrana i pića“ od 4,9% rezultiralo je prodajom od 2,82 mlrd. HRK
 - 1.2. Povećanje prodaje SPP „Farmaceutika“ od 2,8% rezultiralo je prodajom od 611,1 mln. HRK
2. Bruto dobit iznosi 1.336,9 mil. HRK, što predstavlja povećanje od 3,5%
3. EBIT nakon usklađenja s novim MSFI-jem i izdvajanjima dodatnih rezervacija iznosi 85,5 mil. HRK, što je za 39,1% manje nego u 2004. godini
 - 3.1. EBIT iz redovitih aktivnosti (bez utjecaja promjene MSFI-ja i dodatnih rezervacija) iznosi 162,5 mil. HRK, što je za 15,7% više nego u 2004. godini
4. Neto dobit nakon usklađenja s novim MSFI-jem i izdvajanjima dodatnih rezervacija iznosi 62,6 mil. HRK, što je za 15,4% manje nego u 2004. godini
 - 4.1. Neto dobit iz redovitih aktivnosti (bez utjecaja promjene MSFI-ja i dodatnih rezervacija) iznosi 124,8 mil. HRK, što je za 48% više nego u 2004. godini
5. Tijekom promatranog razdoblja investicije su iznosile 135,93 mil. HRK
6. Zaduženost Grupe iznosi 833 mln. HRK, što je za 12,9% manje u usporedbi sa 31.12.2004., čime je pokazatelj udjela zaduženosti u vlasničkoj glavnici smanjen za 752 bp i iznosi 43,36%
7. Predložena dividenda za 2005. godinu 5kn po dionici
8. Potpisan ugovor o poslovnoj suradnji s tvrtkom Rieber & Søn na tržištu Poljske i Mađarske
9. Novi proizvodi: Vegeta Mediteran i Ketchup
10. Vegeti dodijeljeno priznanje „Superbrand“ u Rusiji¹
11. Imenovana nova Uprava
12. Usvojen Kodeks korporacijskog upravljanja

¹ U 2004. godini Vegeta dobila priznanje „Superbrand“ u Poljskoj te prema istraživanju Young & Rubicam uvrštena među prve tri marke s najvećim potencijalom rasta na poljskom tržištu

Napomena

Na financijske izvještaje Grupe za 2005. godinu bitan utjecaj imali su i određeni novi Međunarodni standardi financijskog izvještavanja.

Sve promjene u računovodstvenim politikama primijenjene su i retroaktivno uz usklađenje zadržane dobiti na dan 1. siječnja 2004. godine. Retroaktivna primjena MSFI-a 2 (Isplate s temelja dionica) na rezultat 2004. godine uvjetovala je povećanje općih i administrativnih troškova u 2004. godini te je tako dobit 2004. godine umanjena za 10,2 mil. HRK kako bi se omogućila usporedba sa 2005. godinom.

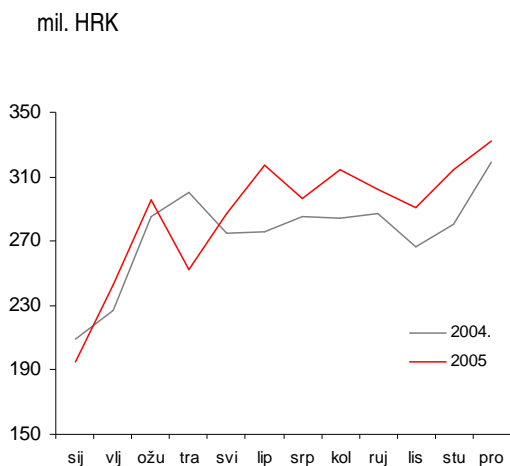
Usklađenje sa novim MSFI-jem rezultiralo je negativnim utjecajem na dobit 2005. godine od 33 mil. HRK. Osim navedenog, negativan utjecaj na dobit 2005. godine imala su i dodatna izvanredna rezerviranja za sudske sporove u iznosu od 37 mil. HRK.

U nastavku teksta dat je prikaz rezultata Grupe uvažavajući gore navedene promjene, ali i rezultati prije uvažavanja gore navedenih promjena.

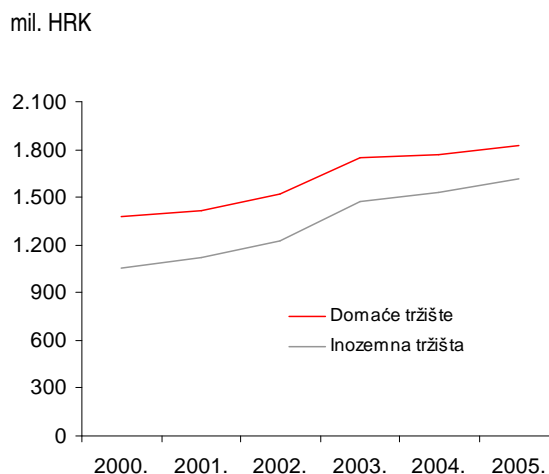
Prihodi od prodaje

U 2005. godini ostvarena je prodaja u iznosu od 3.441,4 mil. HRK što je za 4,4% iznad ostvarene prodaje u 2004. godini. U posljednjih osam mjeseci izvještajnog razdoblja prodaja pokazuje stalan rast s bitnim pomacima na inozemnim tržištima na kojima je, ukupno gledajući, ostvaren rast od 6%. Prosječni godišnji rast prodaje u razdoblju od 2000. do 2005. godine na inozemnim tržištima iznosi 8,9%, na hrvatskom tržištu 5,8%, dok je ukupan prosječni godišnji rast u promatranom razdoblju iznosio 7,2%.

Usporedba prodaje po mjesecima



Usporedba prihoda od prodaje 2000.- 2005.



Na inozemnim tržištima rasla je prodaja gotovo svih grupa proizvoda unutar „Prehrane i pića“, od čega izdvajamo rast od 23% u grupi proizvoda i prerađevina voća i povrća (kondimenti, proizvodi na bazi rajčice te ostale prerađevine voća i povrća) te rast od 8% u grupi proizvoda Podravka jela (juhe, bujoni, instant, polugotova i gotova jela te umaci i dresinzi).

Povećanje prodaje od 4,4% rezultiralo je i povećanjem bruto dobiti za 45 mil. HRK, ali bruto marža je zadržana na razini 2004. godine. Razlog zadržavanja bruto marže na istoj razini uvjetovan je

padom bruto marže u SPP „Farmaceutika“ zbog utjecaja restriktivne politike politike veletrgoerija i HZZO-a.

Prodaja prema strateškim poslovnim područjima ²

u mil. HRK

Red. br.	SPP	2005.		2004.		Indeks 2:4
		Iznos	%	Iznos	%	
0	1	2	3	4	5	6
1.	Prehrana i pića	2.820,0	81,9	2.688,9	81,6	105
2.	Farmaceutika	611,1	17,8	594,7	18,0	103
3.	Usluge	10,3	0,3	11,4	0,3	90
Ukupno		3.441,4	100,0	3.294,9	100,0	104

U strukturi prodaje Grupe Podravka „Prehrana i pića“ sudjeluju sa 81,9%, „Farmaceutika“ sa 17,8%, a „Usluge“ sa 0,3%.

Prodaja „Prehrane i pića“ bilježi rast od 5%, dok prodaja „Farmaceutike“ bilježi rast od 3%. Na hrvatskom tržištu ostvaruje se 47,3% prodaje „Prehrane i pića“ dok se 52,7% ostvaruje na inozemnom tržištu. Rast „Prehrane i pića“ na hrvatskom tržištu iznosi 4,5% dok rast na inozemnim tržištima iznosi 5,2%.

Na hrvatskom tržištu ostvaruje se 79,6% prodaje „Farmaceutike“ dok se na inozemnim tržištima ostvaruje 20,4% prodaje. Porast prodaje „Farmaceutike“ na hrvatskom tržištu iznosi 1,5% dok se na inozemnim tržištima ostvaruje rast od 11%.

Prodaja po grupama proizvoda

u mil. HRK

Red. br.	GRUPA PROIZVODA	2005.		2004.		Indeks 2:4
		Iznos	%	Iznos	%	
0	1	2	3	4	5	6
1.	Vegeta - dodaci jelima	659,0	19,1	656,2	19,9	100
2.	Podravka jela	233,9	6,8	221,0	6,7	106
3.	Dječja hrana, slastice i snack	270,6	7,9	270,7	8,2	100
4.	Meso i mesni proizvodi	312,3	9,1	271,2	8,2	115
5.	Pića	158,5	4,6	165,7	5,0	96
6.	Riža, grahorice i ost.proizvodi	162,1	4,7	177,6	5,4	91
7.	Voće i povrće	237,1	6,9	217,3	6,6	109
8.	Trgovačka roba	669,0	19,4	574,6	17,4	116
9.	Ostalo (Prehrana i pića)	117,5	3,4	134,6	4,1	87
10.	Lijekovi	611,1	17,8	594,7	18,0	103
11.	Usluge	10,3	0,3	11,4	0,3	90
Ukupno		3.441,4	100,0	3.294,9	100,0	104

² Reorganizacijom provedenom u rujnu 2004. godine definirana su tri strateška poslovna područja: „Prehrana i pića“, „Farmaceutika“ i „Usluge“

Promatrano po grupama proizvoda, najveći porast prodaje ostvaren je u grupi mesa i mesnih proizvoda u iznosu od 15%. Porast prodaje ostvaren je i u grupi proizvoda Podravka jela (6%), voće i povrće (9%). Porast ostvaruje i trgovačka roba u iznosu od 16%. Pad od 9% zabilježen je u prodaji riže, grahorica i ost.proizvoda, čemu najviše pridonosi pad prodaje u Republici Češkoj. Pad prodaje ostvaren je i u pićima u iznosu od 4%. Prodaja Vegete te prodaja dječje hrane, slastica i snacka zadržana je na razini 2004. godine.



Vegeta je u 2005. godini dobila još jedno vrijedno inozemno priznanje: „Superbrand“ 2005. u Rusiji u konkurenciji 1033 branda. Od mogućih 400 Vegeta je dobila 385 bodova i nalazi se u skupini od 388 brandova koji su dobili pravo nošenja znaka „Superbrand“ na ruskom tržištu. Tijekom 2005. godine uveden je novi izgled ambalaže Vegete te je lansiran novi proizvod Vegeta Mediteran, koji sadrži čak sedam vrsta mediteranskog bilja te je na tragu kulinarskih specifičnosti koje ima Hrvatska kao mediteranska zemlja. Vegeta je tijekom 2005. godine najveći rast prodaje ostvarila na tržištu jugoistočne Europe.



Grupa proizvoda voća i povrća je tijekom 2005. godine ostvarila rast od čak 23% na inozemnim tržištima, čemu najviše pridonosi rast na tržištu jugoistočne Europe te rast na tržištu centralne Europe. Tu je godinu obilježilo je širenje palete proizvoda kondimenata uvođenjem novog proizvoda „Ketchup“ ljuti, „Ketchup“ blagi i „Ketchup“ gastro s dispanzerom. U studenom 2005. godine provodila se kampanja „Blagi ili ljuti“, a za tu je kampanju agencija Imago dobila drugu nagradu na međunarodnom festivalu oglašavanja (MIAF-u) u Moskvi. Na Jesenskom međunarodnom zagrebačkom velesajmu Podravkinoj proizvodi od voća i povrća osvojili su nekoliko nagrada „Medalja kakvoće 2005.“ za umake od povrća „Relish“ i „Salsa“, za „Džem breskva light“ i Nadjev od višanja. U rujnu 2005. godine s bosanskohercegovačkom kompanijom Vegafruit potpisan je ugovor o suradnji na području prerade, distribucije i izvoznog plasmana voća i povrća.



Meso i mesni proizvodi ostvarili su ukupan rast prodaje od 15%. Prodaja na inozemnim tržištima rasla je 12%, dok je na hrvatskom tržištu prodaja rasla 20%. Rastu na inozemnim tržištima najviše pridonosi rast od 17% na tržištu zapadne Europe, prekooceanskih zemalja i Orijenta. U 2005. godini Podravkinoj mesnoj industriji produljena je dozvola američke inspekcije te je ocijenjena visokom ocjenom prihvatljivosti. Utvrđeno je da su proizvodi na najvišem stupnju zdravstvene ispravnosti i kvalitete. Tako će Podravka i ubuduće svoje proizvode moći izvoziti na američko tržište. U 2005. godini Podravka je primila i certifikat HALAL koji označava da su proizvodni procesi i proizvodi usklađeni s prehrambenim standardima ljudi islamske vjere. Tim je certifikatom omogućen jači ulazak na inozemna tržišta.

Goveđi gulaš i Čajna kobasica primili su priznanja kvalitete „Izvorno hrvatsko“, odnosno „Hrvatska kvaliteta“.

Prodaja po tržištima

u mil. HRK

Red. br.	TRŽIŠTA	2005.		2004.		Indeks 2:4
		Iznos	%	Iznos	%	
0	1	2	3	4	5	6
1.	Hrvatska	1.828,9	53,1	1.769,1	53,7	103
2.	Jugoistočna Europa	789,2	22,9	723,0	21,9	109
3.	Centralna Europa Zapadna Europa, prekooceanske z. l	470,0	13,7	487,8	14,8	96
4.	Orijent	218,3	6,3	201,3	6,1	108
5.	Istočna Europa	134,9	3,9	113,8	3,5	119
Ukupno		3.441,4	100,0	3.294,9	100,0	104

Od inozemnih tržišta najveći rast ostvaren je na tržištu istočne Europe, i to u iznosu od 19%. „Prehrana i piće“ ostvaruju rast od 15%, čemu najviše pridonosi rast na strateškom tržištu Rusije u iznosu od 20%. Vegeta na tržištu Rusije bilježi rast od 5%, dječja hrana bilježi rast od 59%, dok prodaja juha bilježi rast od 40%. Snažniji ulazak „Farmaceutike“ na rusko tržište rezultirao je porastom prodaje od 33%.

Prodaja u jugoistočnoj Europi (JIE) bilježi rast od 9%. Rastu najviše pridonosi rast na tržištu Bosne i Hercegovine od 11% te rast na tržištu Srbije od 35%. „Prehrana i piće“ u JIE ostvaruju rast od 9%. Prodaja Vegete je na razini prodaje iz 2004. godine, a rast ostvaruju Podravka jela (2%), proizvodi od voća i povrća (28%), trgovačka roba (18%) te meso i mesni program (9%). „Farmaceutika“ je ostvarila rast od 8% čemu najviše pridonosi rast na tržištu Bosne i Hercegovine te Slovenije. Tijekom 2005. godine Podravka je na tržištu jugoistočne Europe potpisala ugovore o partnerstvu s bosanskohercegovačkom kompanijom Vegafruit o suradnji na području prerade, distribucije i izvoznog plasmana voća i povrća, sa Swiss Lion Takovo o suradnji na području proizvodnje na tržištu Srbije i Crne Gore te ugovor o distribuciji Agrokomercovih proizvoda na području Bosne i Hercegovine.

Na tržištu zapadne Europe, prekooceanskih zemalja i Orijenta ostvarena je prodaja veća za 8% u usporedbi sa 2004. godinom, čemu najviše pridonosi rast prodaje trgovačke robe u iznosu od 25%, mesa i mesnog programa u iznosu od 17%, Vegete u iznosu od 1% te Podravka jela u iznosu od 33%.

Pad prodaje od 4% zabilježen je na tržištu centralne Europe. Padu prodaje najviše pridonosi pad prodaje u grupi proizvoda riža, grahorice i ostali proizvodi, koji su u usporedbi sa prethodnim usporednim razdobljem ostvarili podbačaj od 10%. Prodaja Vegete je na razini 2004. godine, dok je rast od 27% ostvaren u grupi proizvoda voće i povrće.

Rieber Food Polska S.A. i Podravka International Export-Import Sp. z o.o. su u jesen osnovale strateški savez u segmentu prodaje i distribucije na poljskom tržištu, što je prošireno i na tržište Mađarske. Na poljskom tržištu tvrtke su ujedinile prodajnu operativu koja sada broji 150 zaposlenika. Ovaj strateški Ugovor će osim jače pozicije brandova obju tvrtki rezultirati i uštedama na području prodaje i distribucije.

Ukupno inozemna tržišta ostvaruju 46,9% od ukupne prodaje što je za 0,6 pp više nego u 2004. godini.

Udio prodaje na tržištu Republike Hrvatske iznosi 53,1%. Prodaja ostvarena u 2005. godini iznosi 1,83 mlrd. HRK i veća je za 3% od usporednog izvještajnog razdoblja.

Najveći rast ostvaren je kod mesa i mesnih proizvoda u iznosu od 20%, trgovačke robe u iznosu od 16%, Podravka jela u iznosu od 4% te voća i povrća u iznosu od 1%. Pad je ostvaren na pićima, i to od 5%, te na Vegeti od 2%, dok su dječja hrana, slastice i snack na razini prošlogodišnje prodaje.

Tržište Hrvatske u 2005. godini obilježeno je daljnjom konsolidacijom trgovine te tako ključni kupci sudjeluju u ukupnoj prodaji sa 80%, što je za tri postotna poena više nego u 2004. godini. Daljnja ekspanzija privatnih marki, zahtjevi kupaca za specifičnim pakiranjima te jačanje marketinga u trgovačkim lancima stvaraju dodatan pritisak na cijenu proizvoda. Koncentracija obilježava i hotelsku industriju gdje su se tijekom 2005. godine stvorile dvije interesno povezane skupine hotela: Udruga malih i obiteljskih hotela (OMH) i Hrvatska udruga hotelijera i restoratera (HUH). Podravka je u travnju 2005. godine potpisala sporazum s HUH-om o dugoročnoj poslovnoj suradnji, a njime je predviđeno da će se, osim klasične suradnje, zajednički raditi na poboljšanju i kreiranju gastronomske ponude u turizmu.

Struktura operativnih troškova

u mil. HRK

Red. br.	TROŠAK / RASHOD	2005.		2004. usklađeno		Indeks 2:4
		Iznos	%	Iznos	%	
0	1	2	3	4	5	6
1.	Troškovi prodanih proizvoda	2.104,5	62,6	2.003,0	63,5	105
2.	Troškovi prodaje i distribucije	899,4	26,7	812,3	25,7	111
3.	Opći i administr. troškovi	359,2	10,7	339,6	10,8	106
Ukupno		3.363,1	100,0	3.155,0	100,0	107

Najveći rast (11%) zabilježen je kod troškova prodaje i distribucije, koji čine 26,1% neto prodaje, što je za 140 bp više nego u 2004. godini. Rastu najviše pridonosi rast marketinških troškova zbog pojačanih marketinških aktivnosti u drugoj polovici godine.

Opći i administrativni troškovi bilježe rast od 6%, ali ako isključimo jednokratni (izvanredan) utjecaj na povećanje troškova u 2005. godini (dodatna rezerviranja za sudske sporove te promjene računovodstvenih politika), promatrani troškovi bilježe pad od 10%. Udio općih i administrativnih troškova u neto prodaji iznosi 10,4% i na razini je 2004. godine. Ako se isključe spomenuti jednokratni troškovi, udio općih i administrativnih troškova u neto prodaji iznosi 8,9% što je pad od 143 bp u odnosu na 2004. godinu.

Troškovi prodanih proizvoda rasli su 5% u usporedbi sa 2004. godinom. Udio troškova prodanih proizvoda u neto prodaji iznosi 61,2% i na razini je 2004. godine.

Profitabilnost Grupe Podravka

Povećanje prodaje od 4% rezultiralo je povećanjem bruto dobiti za 3% uz održavanje bruto marže na razini iz 2004. godine. EBITDA marža niža je za 227 bp u usporedbi sa 2004. godinom, dok je EBIT marža niža za 178 bp. Neto dobit iznosi 62,6 mil. HRK, što je pad od 15% u usporedbi sa 2004. godinom. Neto marža niža je za 43 bp.

Izuzmemo li negativne jednokratne utjecaje na dobit 2005. godine (prikaz u koloni 3, 5 i 7) proizašle zbog primjene novih računovodstvenih politika te negativni jednokratni utjecaj naknadnih rezervacija za sudske sporove, EBIT marža iznosila bi od 4,7% , neto marža 3,6%, a neto dobit iznosila bi 124,8 mil.HRK.

Zarada po dionici iznosi 11,74 kn.

Povrat na kapital 3,3%. Povrat na imovinu 1,8%.

Profitabilnost Grupe

u mil.HRK

	2005.	2005.prije usklađenja sa novim MSFI i rezervacije	2004. usklađeno	2004.prije usklađenja sa novim MSFI	promjena (2/4)	promjena (3/5)
1	2	3	4	5	6	7
Prihodi od prodaje	3.441,4	3.441,4	3.294,9	3.294,9	4%	4%
Bruto dobit	1.336,9	1.340,0	1.291,9	1.306,6	3%	3%
EBITDA	308,4	385,5	370,3	384,2	-17%	0%
EBIT	85,5	162,5	140,4	154,3	-39%	5%
Neto dobit	62,6	124,8	74,0	84,2	-15%	48%
		2005.prije usklađenja sa novim MSFI i rezervacije	2004. usklađeno	2004.prije usklađenja sa novim MSFI	promjena (2/4)	promjena (3/5)
Profitne marže u %	2005.					
Bruto marža	38,8	38,9	39,2	39,7	-36bp	-72 bp
EBITDA marža	9,0	11,2	11,2	11,7	-228bp	-46 bp
EBIT marža	2,5	4,7	4,3	4,7	-178bp	4 bp
Neto marža	1,8	3,6	2,2	2,6	-43bp	107 bp

Profitabilnost po strateškim poslovnim područjima

u mil.HRK

SPP	Prehrana i piće			Farmaceutika		
	2005.	2004.	promjene	2005.	2004.	promjene
Prihodi od prodaje	2.820,0	2.688,9	5%	611,1	594,7	3%
Bruto dobit	985,3	942,3	5%	354,0	352,4	0%
EBITDA	186,9	244,5	-24%	118,2	123,0	-4%
EBIT	8,5	53,1	-84%	76,4	87,2	-12%
Neto dobit	10,6	19,4	-45%	51,4	54,4	-6%
Profitne marže						
Bruto marža	34,9	35,0	-10 bp	57,9	59,3	-133 bp
EBITDA marža %	6,6	9,1	-247 bp	19,3	20,7	-134 bp
EBIT marža %	0,3	2,0	-167 bp	12,5	14,7	-216 bp
Neto marža %	0,4	0,7	-35 bp	8,4	9,1	-74 bp

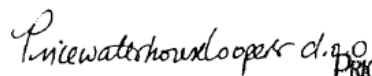
IZVJEŠĆE REVIZORA

DIONIČARIMA PODRAVKE d.d., Koprivnica

Obavili smo reviziju priložene konsolidirane bilance Podravke d.d. i njezinih podružnica ("Grupa") na 31. prosinca 2005. godine, pripadajućeg konsolidiranog računa dobiti i gubitka, izvještaja o novčanom toku te izvještaja o promjenama dioničke glavnice za godinu koja je tada završila. Za ove financijske izvještaje prikazane od stranice 2 do 45 odgovorna je Uprava Podravke d.d. (Društva). Naša je odgovornost izraziti mišljenje o tim financijskim izvještajima temeljem naše revizije.

Reviziju smo obavili sukladno Međunarodnim revizijskim standardima. Ovi standardi zahtijevaju planiranje i provođenje revizije kako bi se s razumnom mjerom sigurnosti utvrdilo da su financijska izvješća bez materijalno značajnih grešaka. Revizija uključuje ispitivanja, na bazi testiranja evidencija koje potkrepljuju iznose i bilješke uz financijske izvještaje. Revizija također uključuje i ocjenu značajnih procjena i prosudbi Uprave, kao i ocjenu ukupnog prikaza financijskih izvještaja. Uvjereni smo da obavljena revizija daje razumnu osnovu za izražavanje našeg mišljenja.

Prema našem mišljenju, konsolidirani financijski izvještaji prikazuju realno i objektivno, u svim materijalnim aspektima financijsko stanje Grupe na 31. prosinca 2005. godine, rezultate njenog poslovanja i promjene u novčanom toku za godinu koja je tada završila u skladu s Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja.


PricewaterhouseCoopers d.o.o. za reviziju i konzalting d.o.o. 3
Zagreb, 15. ožujka 2006. ZAGREB, Alexandra von Humboldt 4

Račun dobiti i gubitka
za godinu koja je završila 31. prosinca 2005.

<i>(u tisućama kuna)</i>	Bilješka	2005.	2004.
Prihodi od prodaje	5	3.441.378	3.294.949
Troškovi sadržani u prodanim proizvodima		(2.104.473)	(2.003.009)
Bruto dobit		1.336.905	1.291.940
Ostali gubici neto	6	(621)	(4.667)
Opći i administrativni troškovi		(359.215)	(339.624)
Troškovi prodaje i distribucije		(899.371)	(812.327)
Ostali prihodi	7	9.674	16.482
Ostali rashodi	8	(1.882)	(11.358)
Dobit iz redovnog poslovanja		85.490	140.446
Troškovi financiranja - neto	11	(15.649)	(48.061)
Dobit prije poreza na dobit		69.841	92.385
Porez na dobit	12	(7.215)	(18.365)
Neto dobit		62.626	74.020
Zarada po dionici			
- osnovna	14	11,74 kn	14,04 kn
- razrijeđena	14	11,40 kn	13,49 kn

Bilanca stanja
za godinu koja je završila 31. prosinca 2005.

<i>(u tisućama kuna)</i>	Bilješka	Na dan 31. prosinca	
		2005.	2004.
AKTIVA			
Dugotrajna imovina			
Nekretnine, postrojenja i oprema	16	1.655.399	1.740.374
Nematerijalna imovina	17	91.237	122.450
Odgođena porezna imovina	27	11.098	1.234
Financijska imovina po fer vrijednosti u računu dobiti i gubitka	19	22.477	19.735
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	21	13.195	10.634
Ukupna dugotrajna imovina		1.793.406	1.894.427
Kratkotrajna imovina			
Zalihe	20	569.092	568.924
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	21	908.835	884.983
Netekuća imovina koja se drži radi prodaje	18	15.260	-
Novac i novčani ekvivalenti	22	126.234	65.206
Ukupna kratkotrajna imovina		1.619.421	1.519.113
Ukupna aktiva		3.412.827	3.413.540
PASIVA			
Dugoročne obveze			
Dugoročni dug	26	515.358	684.496
Rezerviranja	28	14.134	11.985
Ukupne dugoročne obveze		529.492	696.481
Kratkoročne obveze			
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	25	590.709	565.823
Kratkoročni krediti	26	317.640	271.808
Rezerviranja	28	53.827	-
Ukupne kratkoročne obveze		962.176	837.631
Ukupne obveze		1.491.668	1.534.112
Dionička glavnica			
Dionički kapital	23	1.635.796	1.627.060
Pričuve	24	125.514	109.182
Zadržana dobit		159.849	143.186
Ukupna dionička glavnica		1.921.159	1.879.428
Ukupna pasiva		3.412.827	3.413.540

**Izveštaj o novčanom toku
za godinu koja je završila 31. prosinca 2005.**

<i>(u tisućama kuna)</i>	Bilješka	Godina koja je završila 31. prosinca	
		2005.	2004.
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti			
Novac generiran poslovanjem	31	363.545	356.929
Plaćeni porez		(14.180)	(26.777)
Plaćene kamate		(40.747)	(43.654)
		308.618	286.498
Novčani tok od ulagačkih aktivnosti			
Kupnja udjela, neto odljev novca		-	(2.257)
Nabava materijalne i nematerijalne imovine	16, 17	(134.597)	(131.400)
Prodaja materijalne i nematerijalne imovine		9.708	4.857
Dani dugoročni krediti i depoziti		(554)	(8)
Povrat danih dugoročnih kredita i depozita		370	5.882
Nabava utrživih vrijednosnica	19	(6.679)	(24.479)
Prodaja utrživih vrijednosnica		5.891	20.900
Dani kratkoročni krediti i depoziti		-	(6.150)
Povrat danih kratkoročnih kredita i depozita		-	3.150
Primljene kamate		-	39
Primljene dividende		355	343
Isplata nagrade iz zadržane dobiti		-	(2.269)
		(125.506)	(131.392)
Novčani tok od financijskih aktivnosti			
Nabava vlastitih dionica	23	(18.858)	(3.405)
Prodaja vlastitih dionica	23	20.444	17.748
Primici od dugoročnih kredita		58.725	143.432
Otplata dugoročnih kredita		(165.584)	(183.596)
Primici od kratkoročnih kredita		241.565	247.564
Otplata kratkoročnih kredita		(232.908)	(421.093)
Primici od izdanih obveznica	26	-	15.829
Isplata dividende		(25.468)	(10.708)
		(122.084)	(194.229)
Neto povećanje/(smanjenje) novca i novčanih ekvivalenata		61.028	(39.123)
Novac i novčani ekvivalenti na početku razdoblja	22	65.206	104.329
Novac i novčani ekvivalenti na kraju razdoblja	22	126.234	65.206

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