



REZULTATI POSLOVANJA GRUPE PODRAVKA ZA RAZDOBLJE 1.-9. 2009.

Glavna obilježja poslovanja

1. Ukupna prodaja Grupe Podravka u prvih devet mjeseci 2009. iznosila je 2.663,5 milijuna HRK što predstavlja pad od 1% u odnosu na isto razdoblje 2008. godine.
2. Prodaja strateškog poslovnog područja (SPP) Prehrana i pića iznosila je 2.137,5 milijuna HRK što predstavlja pad prodaje od 3%, dok je SPP Farmaceutika s prodajom od 522,5 milijuna HRK zabilježila rast prodaje od 7%.
3. Prodaja Podravka marki iznosila je 1.826,7 milijuna HRK te je zabilježila pad 1%.
4. Bruto marža Grupe zabilježila je pad od 70bp pod utjecajem promjene strukture prodaje SPP Farmaceutika, dok je bruto marža SPP Prehrana i pića ostvarila rast od 30bp.
5. Operativna marža Grupe zabilježila je porast od 30bp, dok je operativna marža SPP Prehrana i pića ostvarila rast od 150bp.
6. Ukupna vrijednost kapitalnih ulaganja u promatranom razdoblju iznosila je 96,6 milijuna HRK.

Važni događaji u trećem kvartalu

1. Podravka d.d. i Gastro grupa d.o.o. proširile su postojeću suradnju u distribuciji Podravkinih bezalkoholnih pića u Horeca distributivnom kanalu i na projekt Lero instant napitaka.
2. Predsjednik Nadzornog odbora, Darko Marinac, podnio je ostavku na dužnost predsjednika i člana Nadzornog odbora Podravke d.d.
3. Podravka d.d. poduzela je potrebne radnje kako bi minimizirala rizike po kreditima danim SMS d.o.o., u vrijednosti 65 milijuna HRK, te je u dogovoru s ostalim vjerovnicima pokrenula izradu plana sanacije i restrukturiranja društva SMS d.o.o.
4. Belupova zdravstvena ustanova Deltis Pharm d.o.o. ušla je u veledrogerijski biznis pridruživši se Pharma Netu, mreži ljekarni koja objedinjava stotinjak ljekarničkih jedinica.

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 izvještavamo 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.-9. 2009.		1.-9. 2008.		Indeks 2:4
		Iznos	%	Iznos	%	
0	1	2	3	4	5	6
1.	Prehrana i pića	2.137,5	80,3	2.196,2	81,6	97
2.	Farmaceutika	522,5	19,6	489,0	18,2	107
3.	Usluge	3,5	0,1	4,4	0,2	80
Ukupno		2.663,5	100,0	2.689,6	100,0	99

Prihodi od prodaje Grupe Podravka iznosili su 2.663,5 milijuna HRK i manji su za 1% u odnosu na isto razdoblje 2008. godine.

Prihodi od prodaje SPP Prehrana i pića iznosili su 2.137,5 milijuna HRK što predstavlja pad prodaje od 3%, pri čemu je prodaja Podravka marki zabilježila pad od 1%. Na tržištu Hrvatske zabilježen je pad prometa u trgovini na malo (-16%¹) u odnosu na isto razdoblje prošle godine, dok je u isto vrijeme prodaja SPP Prehrana i pića u Hrvatskoj zabilježila pad od 3%. Prodaja SPP Prehrana i pića na inozemnom tržištu pala je za 2%, a cjelokupni pad generiran je padom prodaje na tržištu Poljske i Češke. Na tržištu Poljske (-18%) došlo je do deprecijacije poljskog zlota od 20%, no istovremeno je to tržište zabilježilo količinski rast od 10%, generiran rastom Dodataka jelima te Proizvodima na bazi rajčice. Na tržištu Češke (-18%) došlo do pada prodaje B2B segmenta.

SPP Farmaceutika ostvarilo je prodaju u iznosu od 522,5 milijuna HRK što predstavlja rast od 7% u odnosu na isto razdoblje u 2008. godini. Prodaja SPP Farmaceutika na tržištu Hrvatske pala je za 1%, unatoč rastu prodaje bezreceptnih lijekova i ljekarničkog biznisa posredstvom Ljekarni Deltis Pharm². Pad prodaje lijekova na recept na domaćem tržištu proizlazi iz korekcija cijena Osnovne i Dopunske liste lijekova HZZO-a³. Unatoč padu prodaje lijekova na recept, neke grupe proizvoda u ovoj skupini ostvarile su rast te su prema ATK klasifikaciji⁴ porast prodaje zabilježili lijekovi s djelovanjem na mokraćni sustav i spolne hormone (4%) te lijekovi s djelovanjem na sustav dišnih organa (53%). U skupini bezreceptnih proizvoda najznačajniji porast bilježe OTC lijekovi (19%) zahvaljujući rastu prodaje Neofena i Lupoceta. Na inozemnom tržištu SPP Farmaceutika ostvarilo je prodaju od 192,5 milijuna HRK što predstavlja porast od 23%. Rast prodaje inozemnih tržišta proizlazi iz porasta prodaje na tržištu jugoistočne Europe (38%) koji je generiran rastom prodaje na tržištu Bosne i Hercegovine (54%) zahvaljujući prodaji povezanog društva Farmavite d.o.o.

SPP Usluge u promatranom razdoblju ostvarilo je prodaju od 3,5 milijuna HRK te u ukupnoj prodaji Grupe sudjeluje tek s 0,1%⁵.

¹ Izvor: Državni zavod za statistiku, Mjesečno statističko izvješće, broj 9 (podatak se odnosi na razdoblje 1.-8.2009.)

² Ljekarne Deltis Pharm zdravstvene su ustanove osnovane od strane Deltis Pharma d.o.o. i u vlasništvu su Belupa, a cilj osnivanja je preuzimanje i konsolidiranje odnosno okrupnjavanje privatnog ljekarničkog poslovanja u Hrvatskoj

³ Hrvatski zavod za zdravstveno osiguranje

⁴ Anatomsko-terapijsko-kemijski sustav razvrstavanja lijekova

⁵ SPP Usluge neće biti dio analize koja slijedi obzirom da u ukupnoj prodaji Grupe sudjeluje tek s 0,1%

Novi proizvodi u trećem kvartalu 2009. godine



Čokolino napitak je instant kakao napitak čokoladnog okusa, obogaćen vitaminima i kalcijem, a karakterizira ga praktična, jednostavna i brza priprema.



Predstavljen je redizajn Podravka marmelada koje odlikuje visoki udio voća bez umjetnih boja i sladila, te proširena paleta Podravka džemova pripremljenih bez konzervansa i sa smanjenim udjelom šećera.



Svim osobama s povišenim krvnim tlakom i masnoćama u krvi, uz pravilno liječenje, preporuča se Omegatenzin. Svojom iznimno visokom koncentracijom omega-3 masnih kiselina, Omegatenzin čuva zdravlje srca i krvnih žila.



Diabetil je novi Belupov proizvod koji pomaže u regulaciji normalne razine šećera u krvi. Diabetil se primjenjuje kod osoba s blago i umjereno povišenom razinom šećera u krvi te osoba s dijabetesom tipa 2 u okviru posebnog plana prehrane.



Hederan biljni sirup na bazi bršljana smiruje sve vrste kašlja te pomaže pri iskašljavanju. Belupova formulacija Hederan biljnog sirupa bez šećera, alkohola i umjetnih boja te ugodnog okusa omogućuje njegovu primjenu kod svih dobnih skupina, a pogodan je čak i za djecu te dijabetičare.

Prihodi od prodaje po grupama proizvoda

		u milijunima HRK				
Red. br.	GRUPA PROIZVODA	1.-9. 2009.		1.-9. 2008.		Indeks 2:4
		Iznos	%	Iznos	%	
0	1	2	3	4	5	6
1.	PP HRANA	1.133,2	42,6	1.149,6	42,7	99
	Podravka marke	870,7	32,7	866,1	32,2	101
	- Podravka jela	522,3	19,6	533,3	19,8	98
	- Dječja hrana, slastice i snack	246,7	9,3	238,3	8,9	104
	- Riba i riblji proizvodi	101,7	3,8	94,5	3,5	107
	Ostalo	262,5	9,9	283,5	10,5	93
2.	PP DODACI JELIMA	506,5	19,0	523,5	19,5	97
	Podravka marke	494,6	18,6	511,2	19,0	97
	Ostalo	11,9	0,4	12,3	0,5	97
3.	PP MESO	302,8	11,4	306,4	11,4	99
	Podravka marke	281,7	10,6	277,8	10,3	101
	Ostalo	21,1	0,8	28,6	1,1	74
4.	PP PIĆA	195,0	7,3	216,7	8,0	90
	Podravka marke	179,8	6,7	194,9	7,2	92
	Ostalo	15,2	0,6	21,8	0,8	70
5.	Lijekovi	522,5	19,6	489,0	18,2	107
6.	Usluge	3,5	0,1	4,4	0,2	80
	Ukupno	2.663,5	100,0	2.689,6	100,0	99

Prodaja PP Hrana ostvarila je pad od 1%, no prodaja Podravka marki unutar ovog poslovnog programa porasla je za 1%. Padu prodaje grupe proizvoda Podravka jela (-2%) doprinijeli su pad prodaje na domaćem (-2%) i na inozemnim tržištima (-2%). Niža razina prodaje koja je ostvarena na inozemnim tržištima proizlazi iz pada prodaje na tržištu srednje Europe (-13%), dok je tržište jugoistočne Europe zabilježilo rast od 5%, a tržište zapadne Europe, prekooceanskih zemalja i Dalekog istoka rast od čak 21%. Prodaja grupe proizvoda Dječja hrana, slastice i snack porasla je za 4%, uz najveći doprinos tržišta Bosne i Hercegovine (13%) i Slovenije (7%). Porast prodaje grupe proizvoda Riba i riblji proizvodi (7%) generiran je rastom prodaje na tržištima Mađarske (90%), Slovenije (25%) i Bosne i Hercegovine (9%).

PP Dodaci jelima ostvario je pad prodaje od 3% koji je generiran padom prodaje na inozemnim tržištima (-3%), no niža prodaja zabilježena je i na tržištu Hrvatske (-3%). Pad prodaje na inozemnim tržištima proizlazi iz pada prodaje na tržištu srednje Europe (-15%), odnosno Poljske (-18%) uslijed pada vrijednosti poljskog zlota (-20%). Prodaja PP Dodaci jelima istovremeno bilježi porast na tržištima jugoistočne Europe (7%), istočne Europe (7%) i zapadne Europe, prekooceanskih zemalja i Dalekog istoka (5%).

PP Meso bilježi pad prodaje od 1%, a istovremeno dolazi do organskog rasta prodaje od 1% temeljem prodaje polutrajnih i trajnih suhomesnatih proizvoda. Pad prodaje PP Meso zabilježen je na domaćem

tržištu (-1%), ali i na inozemnim tržištima (-1%). Pad prodaje u inozemstvu baziran je na padu prodaje na tržištu zapadne Europe, prekoceanskih zemlja i Dalekog istoka (-13%), dok je istovremeno u jugoistočnoj Europi prodaja ove grupe proizvoda porasla za 6%.

PP Pića ostvario je nižu prodaju za 10% u odnosu na isto razdoblje 2008. godine, čemu najviše pridonosi pad prodaje u Hrvatskoj (-11%), no niža razina prodaje ostvarena je i u inozemstvu (-5%). Pad prodaje na inozemnim tržištima generiran je padom prodaje na tržištu Bosne i Hercegovine, gdje je prodaja ovog poslovnog programa niža za 14%. Generator pada ovog poslovnog programa na domaćem i inozemnom tržištu je kategorija Ledeni čaj, koju temeljem dohodovne elastičnosti potražnje u vrijeme smanjene kupovne moći karakterizira najveći pad potražnje u kategoriji pića.

Prihodi od prodaja Grupe Podravka po tržištima⁶

Red. br.	TRŽIŠTA	u milijunima HRK				
		1.-9. 2009.		1.-9. 2008.		Indeks 2:4
0	1	Iznos	%	Iznos	%	
1.	Hrvatska	1.399,9	52,6	1.439,0	53,5	97
2.	Jugoistočna Europa	645,2	24,2	573,4	21,3	113
3.	Srednja Europa	336,8	12,7	392,9	14,6	86
4.	Zapadna Europa, prekoceanske zemlje i Daleki istok	174,1	6,5	171,9	6,4	101
5.	Istočna Europa	107,5	4,0	112,4	4,2	96
Ukupno		2.663,5	100,0	2.689,6	100,0	99

Tržište Hrvatske ostvarilo je prodaju u iznosu od 1.399,9 milijuna HRK što predstavlja pad od 3% u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Niža razina prodaje rezultat je pada prodaje SPP Prehrana i piće (-3%), no nižu razinu prodaje ostvarilo je i SPP Farmaceutika (-1%).

Na inozemnim tržištima ostvarena je prodaja u iznosu 1.263,6 milijuna HRK što predstavlja rast od 1% u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Najveći porast ukupne prodaje ostvaren je na tržištu jugoistočne Europe (13%) uz najveći doprinos tržišta Bosne i Hercegovine (22%), no značajan porast prodaje ostvaren je i na tržištima Slovenije (9%) i Crne Gore (12%). Pad prodaja na tržištu srednje Europe iznosio je 14%, a generiran je padom prodaje na tržištima Češke (-18%) i Poljske (-18%). Na tržištu Češke niža razina prodaje rezultat je usmjeravanja Riže i grahorica u brendirane proizvode i izlaska iz B2B segmenta, s ciljem poboljšanja profitabilnosti ove kategorije. Na tržištu Poljske zabilježen je pad prodaje od 18%, kao posljedica ranije spomenute deprecijacije poljskog zlota u odnosu na tečaj kune (-20%).

⁶ Jugoistočna Europa - Albanija, Bosna i Hercegovina, Crna Gora, Kosovo, Makedonija, Slovenija, Srbija
Srednja Europa - Češka, Mađarska, Poljska, Slovačka
Zapadna Europa, prekoceanske zemlje i Daleki istok - Austrija, Australija, Benelux, Francuska, Kanada, Njemačka, SAD, Skandinavija, Švicarska, Velika Britanija i ostale prekoceanske zemlje i zemlje zapadne Europe
Istočna Europa - Pribaltičke zemlje, Rumunjska, Rusija, Ukrajina, Bugarska i ostale zemlje istočne Europe

Struktura operativnih troškova

		u milijunima HRK				
Red. br.	TROŠAK	1.-9. 2009.		1.-9. 2008.		Indeks 2:4
		Iznos	%	Iznos	%	
0	1	2	3	4	5	6
1.	Troškovi prodanih proizvoda	1.587,1	62,9	1.585,3	61,4	100
2.	Troškovi prodaje i distribucije	712,4	28,3	730,1	28,2	98
3.	Opći i administrativni troškovi	222,7	8,8	267,9	10,4	83
Ukupno		2.522,2	100,0	2.583,3	100,0	98

U promatranom razdoblju operativni troškovi Grupe Podravka iznosili su 2.522,2 milijuna HRK i zabilježili su pad od 2% (61,1 milijuna HRK) u odnosu na isto razdoblje prošle godine.

Troškovi prodanih proizvoda na razini su prošlogodišnjih, a na pad operativnih troškova utjecalo je efikasnije upravljanje troškovima prodaje i distribucije te uštede i kontrola administrativnih troškova.

Troškovi prodaje i distribucije zabilježili su pad od 2% (17,7 milijuna HRK) u odnosu na prošlu godinu, a najveću kontribuciju tome padu imalo je smanjenje troškova marketinga (-9%) te smanjenje troškova logistike i distribucije (-7%).

Prošlogodišnjim revidiranjem troškova svake organizacijske cjeline, uspostavljena je bolja organizacija i efikasnija alokacija resursa, a nastavkom kontrole troškova administrativnih funkcija, opći i administrativni troškovi zabilježili su pad od 17% (45,2 milijuna HRK).

Profitabilnost Grupe Podravka

		u milijunima HRK		
Grupa Podravka	1.-9. 2009.	1.-9. 2008.	promjena (2/3)	
1	2	3	4	
Prihodi od prodaje	2.663,5	2.689,6	-1%	
Bruto dobit	1.076,4	1.104,3	-3%	
EBITDA	244,4	232,3	5%	
EBIT	123,2	116,9	5%	
Neto dobit	42,2	51,2	-18%	
<i>Profitne marže (%)</i>				
Bruto marža	40,4	41,1	-70bp	
EBITDA marža	9,2	8,6	60bp	
EBIT marža	4,6	4,3	30bp	
Neto marža	1,6	1,9	-30bp	

Bruto marža Grupe Podravka pala je za 70bp i rezultat je promjene u strukturi prodanih proizvoda Grupe, odnosno rasta udjela ljekarničkog biznisa i prodaje Farmavite, koje karakteriziraju niže profitne marže. Efikasnijim upravljanjem procesima i boljom kontrolom troškova poboljšana je operativni rezultat uz poboljšanje operativne marže za 30bp. Unatoč poboljšanju operativne marže, značajno veći troškovi financiranja Grupe (52%) rezultirali su padom neto marže za 30bp.

Profitabilnost prema strateškim poslovnim područjima

SPP	u milijunima HRK					
	Prehrana i pića			Farmaceutika		
	1.-9. 2009.	1.-9. 2008.	promjena (2/3)	1.-9. 2009.	1.-9. 2008.	promjena (5/6)
1	2	3	4	5	6	7
Prihodi od prodaje	2.137,5	2.196,2	-3%	522,5	489,0	7%
Bruto dobit	808,8	822,4	-2%	267,6	281,9	-5%
EBITDA	165,2	135,6	22%	79,2	96,7	-18%
EBIT	78,0	45,8	70%	45,2	71,1	-36%
Neto dobit	25,1	5,1	392%	17,1	46,1	-63%
<i>Profitne marže (%)</i>						
Bruto marža	37,8	37,5	30bp	51,2	57,6	-640bp
EBITDA marža	7,7	6,2	150bp	15,2	19,8	-460bp
EBIT marža	3,6	2,1	150bp	8,7	14,5	-580bp
Neto marža	1,2	0,2	100bp	3,3	9,4	-610bp

U promatranom razdoblju bruto marža SPP Prehrana i pića zabilježila je pozitivni pomak od 30bp. Rast bruto marže rezultat je boljeg korištenja postojećih ljudskih resursa u proizvodnim procesima, zbog čega je izostala potreba korištenja sezonske radne snage, a time su smanjeni i troškovi zaposlenih u strukturi troškova prodanih proizvoda. Optimizacija broja zaposlenih nastavlja se i dalje kroz program zbrinjavanja zaposlenih uz isplatu stimulativnih otpremnina, pri čemu je gotovo polovina tog troška rezervirana u rezultatu prošle godine. Operativna marža porasla je za 150bp temeljem smanjenja troškova prodaje i distribucije (-7%) te smanjenja općih i administrativnih troškova (-15%). U strukturi troškova prodaje i distribucije svi troškovi zabilježili su pad. Pad općih i administrativnih troškova determiniran je pozitivnim efektima reorganizacije i boljom kontrolom administrativnih troškova. Neto marža zabilježila je rast od samo 100bp zbog rastućih troškova financiranja (35%).

SPP Farmaceutika zabilježilo je pad profitabilnosti uslijed promjene strukture prodaje, u kojoj kontinuirano raste udjel prodaje od Farmavite (većim dijelom distribucija lijekova) i Deltis Pharma (ljekarnički biznis), koje karakterizira niža profitabilnost poslovanja u odnosu na profitabilnost Belupa. Iz tog razloga povećali su se troškovi prodanih proizvoda (23%) te troškovi prodaje i distribucije (21%), što se odrazilo na pad operativne marže za 580bp. U strukturi operativnih troškova pad su zabilježili opći i administrativni troškova (-19%) kao rezultat bolje kontrole troškova administrativnih funkcija. Rast troškova financiranja (77%) rezultat je akvizicijskih aktivnosti u 2008. godini, koje su dijelom bile financirane kroz dug, što je rezultiralo padom neto marže za 610bp.

KONSOLIDIRANI RAČUN DOBITI I GUBITKA

(u tisućama kuna)

	1.- 9. 2009.	1.- 9. 2008.
Prihodi od prodaje	2.663.481	2.689.575
Troškovi sadržani u prodanim proizvodima	(1.587.063)	(1.585.323)
Bruto dobit	1.076.418	1.104.252
Ostali prihodi	9.653	17.201
Ostali dobici - neto	(23.158)	(3.403)
Opći i administrativni troškovi	(222.745)	(267.898)
Troškovi prodaje i distribucije	(712.373)	(730.096)
Ostali rashodi	(4.573)	(3.135)
Dobit iz redovnog poslovanja	123.222	116.921
Troškovi financiranja	(71.644)	(47.275)
Dobit prije poreza na dobit	51.578	69.646
Porez na dobit	(9.093)	(17.474)
Dobit nakon poreza na dobit	42.485	52.172
Manjinski interes	(287)	(957)
Neto dobit	42.198	51.215

KONSOLIDIRANA BILANCA

(u tisućama kuna)

	30.09. 2009.	31.12. 2008.
AKTIVA		
Dugotrajna imovina		
Nekretnina, postrojenja i oprema	1.740.855	1.770.858
Goodwill	48.428	48.428
Nematerijalna imovina	345.278	343.599
Odgođena porezna imovina	44.086	44.552
Ostala financijska imovina	48.091	61.705
Ukupna dugotrajna imovina	2.226.738	2.269.142
Kratkotrajna imovina		
Zalihe	692.473	631.760
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	1.286.117	1.435.538
Financijska imovina po fer vrijednosti u računu dobiti i gubitka	29.986	23.539
Novac i novčani ekvivalenti	222.661	270.609
Dugotrajna imovina koja se drži radi prodaje	4.440	4.517
Ukupna kratkotrajna imovina	2.235.677	2.365.963
UKUPNA AKTIVA	4.462.415	4.635.105
PASIVA		
Dionička glavnica		
Dionički kapital	1.580.966	1.587.356
Pričuve	107.012	83.458
Zadržana dobit	274.475	258.578
Udjel vlasnika matice	1.962.453	1.929.392
Manjinski udjel	34.433	34.113
	1.996.886	1.963.505
Dugoročne obveze		
Financijske obveze po fer vrijednosti u računu dobiti i gubitka	336.300	318.750
Dugoročni dug	533.851	597.572
Rezerviranja	29.435	27.339
Odgođena porezna obveza	7.702	8.356
	907.288	952.017
Kratkoročne obveze		
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	749.878	844.453
Kratkoročne krediti	791.615	858.455
Rezerviranja	16.748	16.675
	1.558.241	1.719.583
Ukupne obveze	2.465.529	2.671.600
UKUPNA PASIVA	4.462.415	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	0	0	0	0	0	0
Tečajne razlike	0	(2.748)	0	(2.748)	33	(2.715)
Neto dobit	0	0	42.199	42.199	287	42.486
Kupovina vlastitih dionica	(6.390)	0	0	(6.390)	0	(6.390)
Prodaja vlastitih dionica	0	0	0	0	0	0
Realizacija opcija	0	0	0	0	0	0
Fer vrijednost opcija	0	0	0	0	0	0
Prijenos iz ostalih i zakonskih pričuva	0	26.302	(26.302)	0	0	0
Stanje 30. rujna 2009.	1.580.966	107.012	274.475	1.962.453	34.433	1.996.886

KONSOLIDIRANI NOVČANI TOK

(u tisućama kuna)

	1.-9. 2009.	1.-9. 2008.
Neto dobit	42.199	51.215
Porez na dobit	9.093	17.473
Amortizacija	121.213	115.408
Dobit od prodaje dugotrajne imovine	(1.553)	(3.732)
Vrijednosno usklađenje kratkotrajne imovine	21.464	10.002
Vrijednosno usklađenje ulaganja i imovine raspoložive za prodaju	19.340	0
Vrijednosno usklađenje kapitalne dobiti	0	(14.810)
Smanjenje dugoročnih rezerviranja	1.442	(637)
Prihod od kamata	(6.089)	(11.897)
Rashod od kamata	75.992	56.223
Učinak promjene tečaja	(5.555)	(13.306)
Manjinski interes	320	7.211
Ostale stavke koje ne utječu na gotovinu	(944)	1.522
Promjene u radnom kapitalu		
(Povećanje) / smanjenje zaliha	(58.351)	(39.324)
Povećanje potraživanja od kupaca	100.109	(106.191)
Smanjenje ostale kratkotrajne imovine	110.820	30.595
Povećanje / (smanjenje) obveza prema dobavljačima	(106.986)	(48.469)
Povećanje/ (smanjenje) ostalih obveza	34.364	62.254
Novac generiran poslovanjem	356.878	113.537

KONSOLIDIRANI NOVČANI TOK (nastavak)

(u tisućama kuna)

	1.-9. 2009.	1.-9. 2008.
Novčani tok od poslovnih aktivnosti		
Novac generiran poslovanjem	356.878	113.537
Plaćeni porez	(15.877)	(22.450)
Plaćene kamate	(90.464)	(59.743)
Neto novac ostvaren poslovnim aktivnostima	250.537	31.344
Neto novčani tok od ulagačkih aktivnosti		
Kupnja dionica i udjela	(1.220)	(71.669)
Nabava materijalne i nematerijalne imovine	(107.609)	(120.076)
Prodaja materijalne i nematerijalne imovine	15.169	14.159
Dani dugoročni krediti i depoziti	0	(13.309)
Povrat danih dugoročnih kredita i depozita	547	572
Dani kratkoročni krediti i depoziti	(70.132)	(99.581)
Nabava utrživih vrijednosnica	(8.500)	(21.200)
Primljene kamate	0	0
Primljene dividende	0	0
Ostale ulagačke aktivnosti	0	0
Neto novac korišten u ulagačkim aktivnostima	(171.745)	(311.104)
Novčani tok od financijskih aktivnosti		
Nabava vlastitih dionica	(6.390)	(13.892)
Prodaja vlastitih dionica	0	10.857
Primici od dugoročnih kredita	28.995	216.157
Otplata dugoročnih kredita	(69.354)	(71.420)
Primici od kratkoročnih kredita	512.205	789.330
Otplata kratkoročnih kredita	(592.196)	(687.131)
Neto novac ostvaren financijskim aktivnostima	(126.740)	243.901
Neto smanjenje novca i novčanih ekvivalenata	(47.948)	(35.859)
Novac i novčani ekvivalenti na početku razdoblja	270.609	112.549
Novac i novčani ekvivalenti na kraju razdoblja	222.661	76.690

Kompanija sa srcem



www.podravka.com

Podravka d.d.
Odnosi s investitorima

www.podravka.hr
ir@podravka.hr