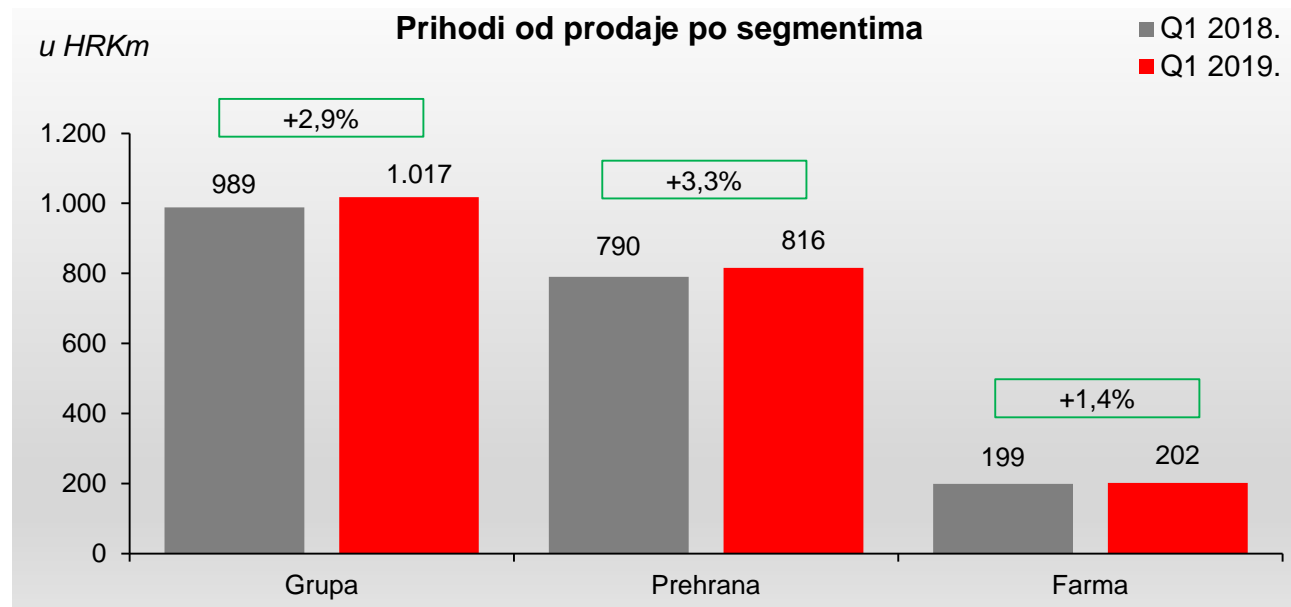




Rezultati poslovanja Grupe Podravka za razdoblje 1.-3. 2019.



Prihodi od prodaje u 1.-3. 2019. premašili milijardu kuna



Neto utjecaj tečajnih razlika na prihode od prodaje:

HRK _m	Vlastiti brandovi	Ostala prodaja	Ukupno	Valuta	HRK _m
Prehrana	(2)	0	(2)	RUB	(3)
Farmaceutika	(2)	(0)	(2)	PLN	(1)
Grupa	(4)	0	(4)	Ostalo	0
				Ukupno	(4)

- Utjecaj tečajnih razlika na prihode od prodaje pokazuje za koliko kuna bi prihodi od prodaje bili viši ili niži u 1.-3. 2019. da su valutni tečajevi ostali na razini onih u 1.-3. 2018.

Prehrana ostvarenje u 1.-3. 2019.¹:

- Vlastiti brandovi** → 2,1% viši prihodi (+2,5% bez FX-a), uslijed rasta prihoda poslovnih programa Dječja hrana, slastice i snack, Kulinarstvo i Riba, kao rezultat intenzivnijih prodajno – marketinških aktivnosti, potražnje za novolansiranim proizvodima te širenja distribucije pojedinih kategorija,
- Ostala prodaja** → 20,2% viši prihodi (+19,4% bez FX-a), kao rezultat rasta prodaje trgovačke robe društva Lagris,
- Ukupno Prehrana** → 3,3% viši prihodi (+3,5% bez FX-a).

Farmaceutika ostvarenje u 1.-3. 2019.¹:

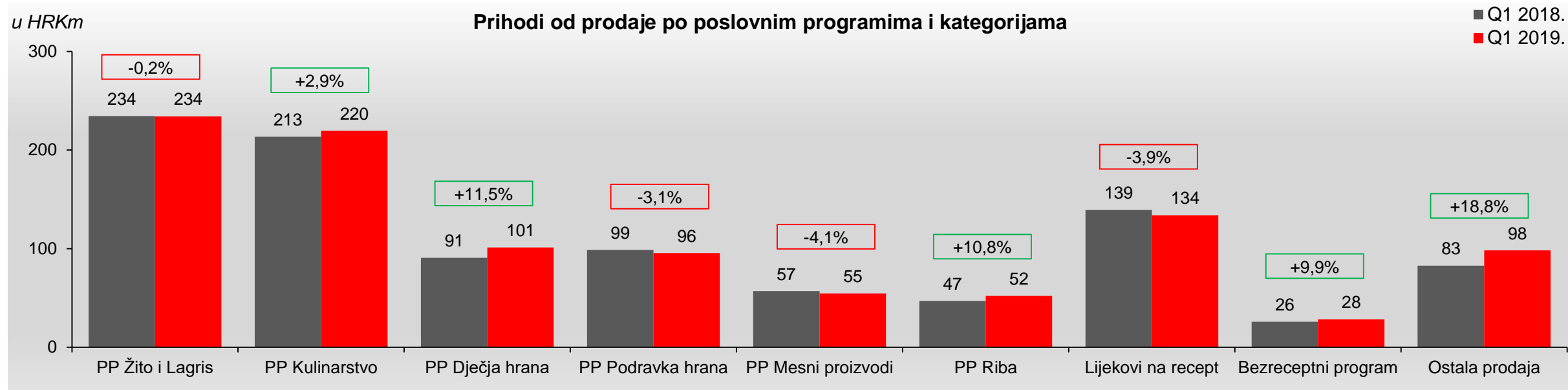
- Vlastiti brandovi** → 1,7% niži prihodi (-0,6% bez FX-a), uslijed manje prodaje na tržištu Bosne i Hercegovine te promjene zakonske regulative na tržištima Kosova i Turske,
- Ostala prodaja** → 16,7% više prihode (+16,9% bez FX-a), uslijed rasta prodaje trgovačke robe u društvu Farmavita,
- Ukupno Farmaceutika** → 1,4% viši prihodi (+2,4% bez FX-a).

Grupa Podravka ostvarenje u 1.-3. 2019.¹:

- Vlastiti brandovi** → 1,4% viši prihodi (+1,9% bez FX-a),
- Ostala prodaja** → 18,8% viši prihodi (+18,4% bez FX-a),
- Ukupno Grupa Podravka** → 2,9% viši prihodi (+3,3% bez FX-a).

¹Postoci u tekstu odnose se na ostvarenje u 1.-3. 2019. u usporedbi s 1.-3. 2018.

Snažniji doprinos rastu prihoda od prodaje dolazi od prehranbenog segmenta poslovanja



Ostvarenje poslovnih programa i kategorija u 1.-3. 2019.¹:

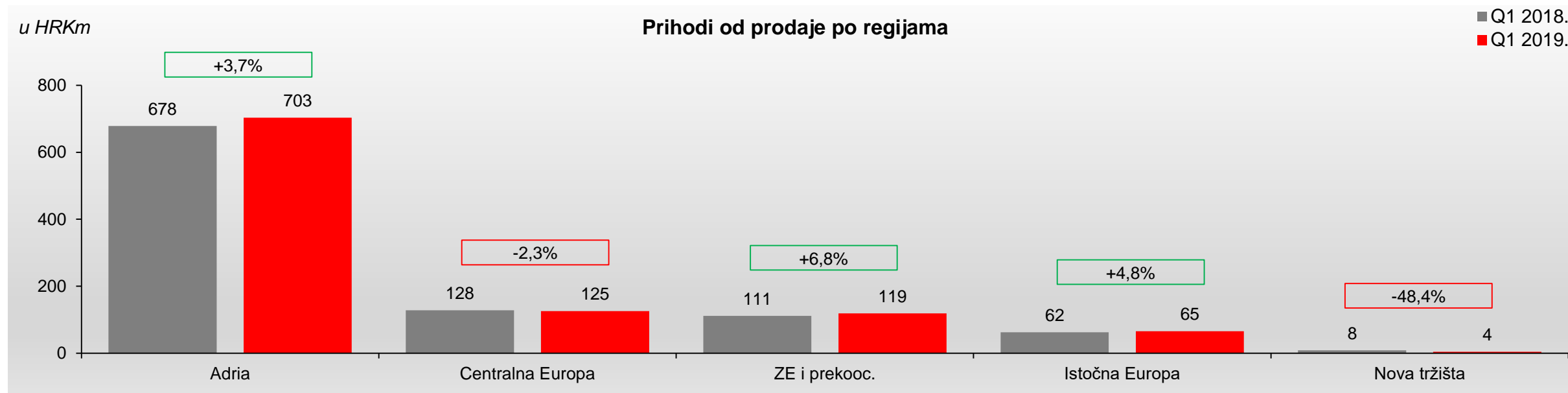
- **PP Žito i Lagris (-0,2%; -0,1% bez FX-a)** → rast prodaje kategorije Pekarstvo i mlinarstvo nije kompenzirao niže prihode kategorije Konditorstvo zbog agresivnih cjenovnih aktivnosti konkurencije te niže prihode kategorije Čaj uslijed toplije sezone,
- **PP Kulinarstvo (+2,9%; +3,6% bez FX-a)** → rast prodaje ponajviše na kategorijama Dodaci jelima i Juhe, pri čemu je rast prodaje ostvaren na većini regija,
PP Dječja hrana, slastice i snack (+11,5%; +11,5% bez FX-a) → rast prodaje uslijed promotivnih aktivnosti na kategorijama Kremni namazi, Dječja hrana i Snack te izvrsno prihvaćenih novih i inoviranih proizvoda na brandovima Lino Lada i Kviki,
- **PP Podravka hrana (-3,1%; -2,5% bez FX-a)** → niže prodaja zamrznutog povrća na tržištu Rusije, pomak prodajnih aktivnosti povezanih s preduskrsnim razdobljem na tržištu Hrvatske te

snažnije prodajne aktivnosti konkurencije na tržištu Poljske,

- **PP Mesni proizvodi, jela i namazi (-4,1%; -4,2% bez FX-a)** → pad prodaje uslijed manjih prodajno – marketinških aktivnosti na kategorijama Paštete i Kobasice na tržištu Hrvatske povezano s pomakom aktivnosti u preduskrsnom razdoblju,
- **PP Riba (+10,8%; +10,9% bez FX-a)** → porast prihoda uslijed rasta potražnje i snažnijih prodajno – marketinških aktivnosti povezanih s razdobljem posta u preduskrsno vrijeme,
- **Lijekovi na recept (-3,9%; -2,6% bez FX-a)** → pad ostvaren na tržištu Bosne i Hercegovine te na tržištima Kosova i Turske uslijed promjene zakonske regulative,
- **Bezreceptni program (+9,9%; +10,7% bez FX-a)** → porast prihoda potkategorije OTC lijekovi na tržištu Hrvatske i Rusije zbog povećane potražnje i ciljanih marketinško – prodajnih aktivnosti,
- **Ostala prodaja (+18,8%; +18,4% bez FX-a)** → porast prodaje trgovačke robe društva Lagris i Farmavita.

¹Postoci u tekstu odnose se na ostvarenje u 1.-3. 2019. u usporedbi s 1.-3. 2018.

Snažan rast regije Adria od 3,7%



Ostvarenje regija u 1.-3. 2019.¹:

- **Adria (+3,7%; +3,8% bez FX-a)** → prihodi **Prehrane** viši su 3,6%, uslijed rasta poslovnih programa Kulinarstvo, Dječja hrana, slastice i snack te Riba na većini tržišta, kao rezultat provedenih prodajno – marketinških aktivnosti, širenja distribucije te plasiranja novih i inoviranih proizvoda; prihodi **Farmaceutike** viši su 4,1% ponajviše uslijed rasta ostale prodaje,
- **Centralna Europa (-2,3%, -1,8% bez FX-a)** → prihodi **Prehrane** niži su 1,9% uslijed pada prihoda poslovnog programa Žito i Lagris vezano uz pad prihoda kategorije Osnovna hrana na tržištu Češke te poslovnog programa Podravka hrana uslijed pada prihoda kategorije Rajčica na tržištu Poljske, a navedeno je u oba slučaja posljedica manjeg broja prodajno – marketinških aktivnosti te snažnih prodajnih aktivnosti od strane konkurencije; prihodi **Farmaceutike** niži su 4,5% uslijed pada potražnje na tržištu Poljske,

- **Zapadna Europa i prekooceanske zemlje (+6,8%; +6,2% bez FX-a)** → prihodi **Prehrane** viši su 6,9% kao rezultat kontinuiranog rasta prihoda poslovnog programa Žito i Lagris na tržištima Italije i Njemačke te rasta prodaje trgovačke robe Lagris na svim tržištima regije; navedeno je kompenziralo pad prihoda segmenta **Farmaceutike**,
- **Istočna Europa (+4,8%, +10,1% bez FX-a)** → prihodi **Prehrane** viši su 7,1%, gdje rast prihoda bilježi poslovni program Kulinarstvo na tržištima Baltika, kao rezultat snažnijih prodajno – marketinških aktivnosti te trgovačka roba društva Lagris; prihodi **Farmaceutike** viši su 2,9% gdje je veća potražnja za kategorijom Bezreceptni program anulirala nepovoljan utjecaj tečajnih razlika,
- **Nova tržišta (-48,4%; -48,4% bez FX-a)** → prihodi **Prehrane** niži su 16,1% što je posljedica pada potražnje na tržištima Afrike i Azije; prihodi **Farmaceutike** niži su kao posljedica promjene zakonske regulative na tržištu Turske.

¹Postoci u tekstu odnose se na ostvarenje u 1.-3. 2019. u usporedbi s 1.-3. 2018.

Profitabilnosti Prehrane pod pozitivnim utjecajem strukture prodaje

Prehrana (u HRKm)	IZVJEŠTAJNO			
	1.-3. 2018.	1.-3. 2019.	Δ	%
Prihodi od prodaje	790	816	26	3,3%
Bruto dobit	269	287	18	6,9%
EBITDA	102	115	13	12,6%
EBIT	69	79	10	14,6%
Neto dobit nakon MI	54	63	9	16,9%
Bruto marža	34,0%	35,2%		+119 bb
EBITDA marža	13,0%	14,2%		+118 bb
EBIT marža	8,7%	9,7%		+96 bb
Neto marža nakon MI	6,8%	7,7%		+90 bb

Profitabilnost segmenta Prehrane u 1.-3. 2019.:

- **Bruto dobit** → viša 6,9% kao rezultat ostvarenih viših prihoda od prodaje te pozitivnog utjecaja same strukture prodaje,
- **EBIT** → viša je za 10 mil. HRK, što je rezultat rasta prodaje profitabilnog asortimana, ali i povoljnog kretanja tečajnih razlika iz odnosa s kupcima i dobavljačima (+3 mil. HRK u 1.-3. 2019.; -4 mil. HRK u 1.-3. 2018.). Navedeno je kompenziralo rast troškova povezanih s višim ulaganjem u razvoj brandova kroz učinkovite marketinške aktivnosti te rast troška osoblja kao posljedica planiranog poboljšanja materijalnih prava radnika Grupe Podravka,
- **Neto dobit nakon MI** → viša za 9 mil. HRK, dok je dodatan negativan utjecaj došao od viših troškova poreza nastavno na veću ostvarenu dobit prije poreza.

Utjecaj pada prodaje vlastitih brandova Farmaceutike kompenziran troškovnom optimizacijom

Farmaceutika (u HRKm)	IZVJEŠTAJNO			
	1.-3. 2018.	1.-3. 2019.	Δ	%
Prihodi od prodaje	199	202	2	1,4%
Bruto dobit	103	97	(6)	(5,8%)
EBITDA	33	41	8	23,8%
EBIT	19	26	7	35,4%
Neto dobit nakon MI	16	17	1	7,9%
Bruto marža	51,6%	48,0%		-367 bb
EBITDA marža	16,6%	20,3%		+367 bb
EBIT marža	9,5%	12,6%		+317 bb
Neto marža nakon MI	8,0%	8,5%		+51 bb

Profitabilnost segmenta Farmaceutike u 1.-3. 2019.:

- **Bruto dobit** → niža 5,8% uslijed drugačije strukture prodaje gdje pada prodaja profitabilnijih vlastitih brandova, a raste prodaja trgovačke robe,
- **EBIT** → viša 7 mil. HRK kao rezultat optimizacije pojedinih operativnih troškova, povoljnog kretanja tečajnih razlika iz odnosa s kupcima i dobavljačima (+8 mil. HRK u 1.-3. 2019.; -2 mil. HRK u 1.-3. 2018.) te rasta prodaje manje profitabilnog asortimana,
- **Neto dobit nakon MI** → viša 1 mil. HRK pri čemu je dodatan utjecaj došao i od viših neto financijskih troškova uzrokovanih kretanjem tečajnih razlika po kreditima (-1 mil. HRK u 1.-3. 2019.; +5 mil. HRK u 1.-3. 2018.)







Profitabilnost Grupe pod utjecajem profitabilnosti segmenta Prehrane

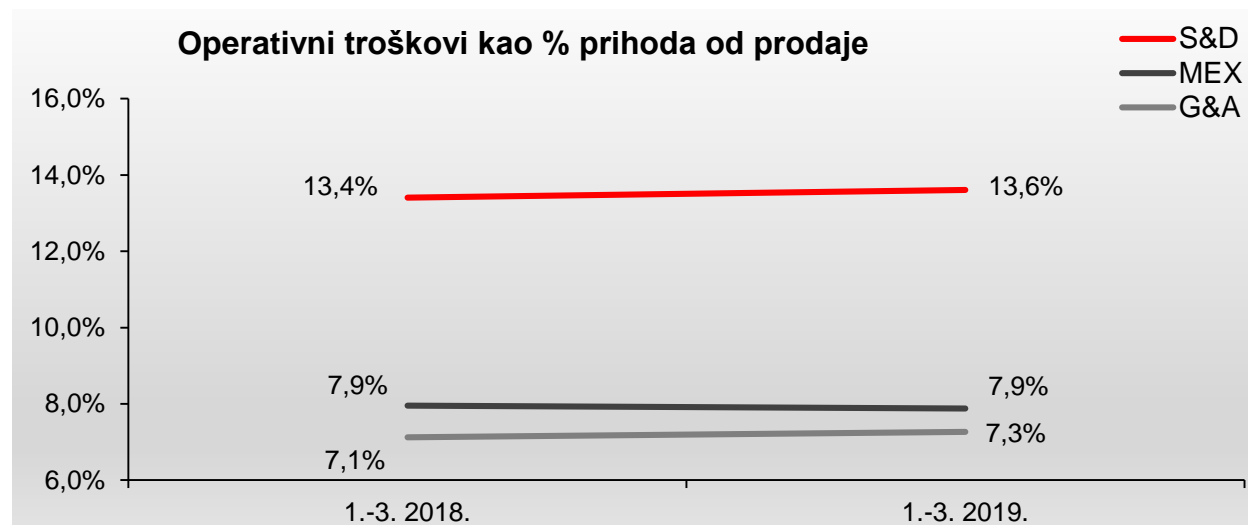
Grupa Podravka (u HRKm)	IZVJEŠTAJNO			
	1.-3. 2018.	1.-3. 2019.	Δ	%
Prihodi od prodaje	989	1.017	29	2,9%
Bruto dobit	372	384	13	3,4%
EBITDA	136	156	21	15,4%
EBIT	88	104	17	19,1%
Neto dobit nakon MI	70	80	10	14,8%
Bruto marža	37,6%	37,7%		+17 bb
EBITDA marža	13,7%	15,4%		+166 bb
EBIT marža	8,9%	10,3%		+139 bb
Neto marža nakon MI	7,1%	7,9%		+82 bb

Profitabilnost Grupe u 1.-3. 2019.:

- **Bruto dobit** → rast od 3,4%, što je rezultat rasta prehrambenog segmenta poslovanja koji je kompenzirao nižu bruto dobit farmaceutskog segmenta poslovanja. Troškovi sadržani u prodanim proizvodima pritom su rasli 2,6%, što je na kraju rezultiralo s ostvarenom bruto maržom od 37,7%,
- **EBIT** → viša je za 17 mil. HRK, što je rezultat povoljne strukture prodaje prehrambenog segmenta poslovanja te povoljnog kretanja tečajnih razlika iz odnosa s kupcima i dobavljačima (+11 mil. HRK u 1.-3. 2019.; -7 mil. HRK u 1.-3. 2018.). Navedeno je kompenziralo rast troška povezanog s višim ulaganjem u razvoj brandova kroz učinkovite marketinške aktivnosti te rast troška osoblja kao posljedica planiranog poboljšanja materijalnih prava radnika Grupe Podravka,
- **Neto dobit nakon MI** → viša za 10 mil. HRK pri čemu je dodatan utjecaj došao od viših neto financijskih troškova, ponajviše uzrokovanih kretanjem tečajnih razlika po kreditima (+0,2 mil. HRK u 1.-3. 2019.; +5 mil. HRK u 1.-3. 2018.) te viših troškova poreza.

Pozitivna struktura prodaje kompenzira rast određenih operativnih troškova

Operativni troškovi 19. vs. 18. % promjena	IZVJEŠTAJNO
Troškovi sadržani u prodanim proizvodima (COGS)	2,6% 
Opći i administrativni troškovi (G&A)	4,9% 
Troškovi prodaje i distribucije (S&D)	4,4% 
Troškovi marketinga (MEX)	1,9% 
Ostali troškovi / prihodi, neto	n/p 
Ukupno	1,3% 

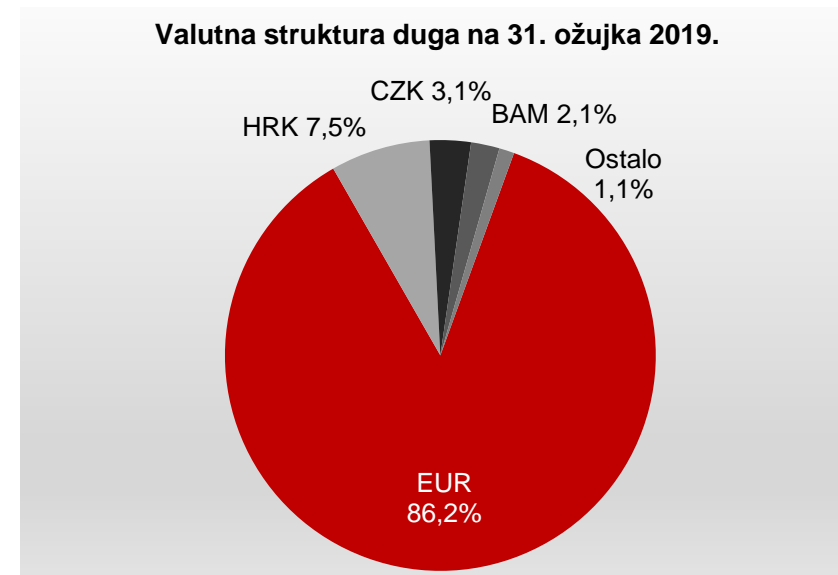


Ključne značajke operativnih troškova u 1.-3. 2019:

- **Troškovi sadržani u prodanim proizvodima (COGS):**
 - Viši 2,6% što je u skladu s višom razinom prodaje te samom strukturom prodaje,
- **Opći i administrativni troškovi (G&A):**
 - Viši 4,9% prvenstveno kao posljedica viših troškova rezervacija za troškove budućih razdoblja,
- **Troškovi prodaje i distribucije (S&D):**
 - Viši 4,4%, pri čemu je rast primarno došao iz prehrambenog segmenta poslovanja, dok je farmaceutski segment ostvario niže troškove prodaje i distribucije. Rast troškova prodaje i distribucije povezan je s rastom same prodaje, ali i s planiranim rastom troškova osoblja,
- **Troškovi marketinga (MEX):**
 - Viši 1,9% kao rezultat snažnijih ulaganja u daljnji razvoj vlastitih brandova kroz učinkovite marketinške aktivnosti,
- **Ostali troškovi / prihodi, neto:**
 - U 1.-3. 2019, ostali troškovi i prihodi su iznosili +13 mil. HRK, dok su u usporednom razdoblju iznosili -2 mil. HRK. Unutar ove stavke nalaze se tečajne razlike iz odnosa s kupcima i dobavljačima, koje u 1.-3. 2019. iznose +11 mil. HRK, dok su u usporednom razdoblju iznosile -7 mil. HRK.

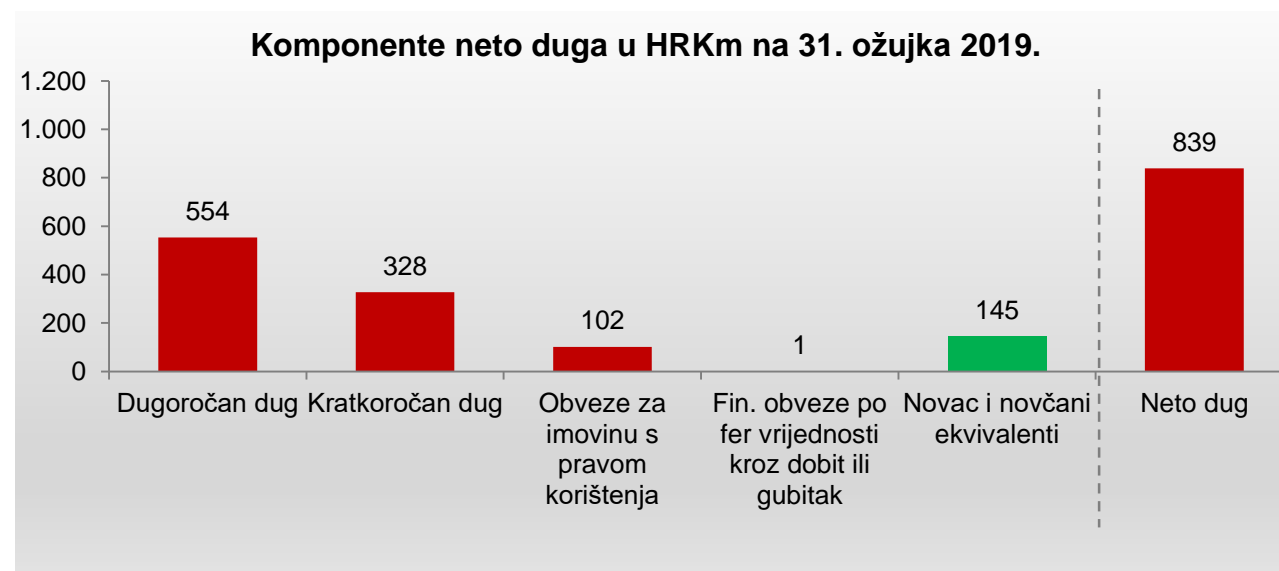
Porast neto duga rezultat je primjene novog MSFI 16

(u HRKm) ¹	2018.	1.-3. 2019.	% promjene
Neto dug	755	839	11,1%
Troškovi kamata	18	17	(4,6%)
Neto dug / normalizirana EBITDA	1,6	1,7	6,4%
Normalizirana EBIT / Trošak kamata	15,2	16,9	11,2%
Omjer kapitala i ukupne imovine	62,9%	63,8%	+93 bb






Ključne značajke:

- Porast neto duga → uslijed uključanja obveza za imovinu s pravom korištenja (najmovi) u stanje zaduženosti prema novom MSFI 16, ali i niže razine novca i novčanih ekvivalenata,
- Niži troškovi kamata → otplata dijela kredita,
- Porast Neto dug / normalizirana EBITDA je uslijed uključanja obveza za imovinu s pravom korištenja (najmovi) u stanje zaduženosti sukladno novom MSFI 16; bez novog MSFI 16, omjer neto duga i normalizirane EBITDA iznosio bi procijenjenih 1,5,
- **Prosječan ponderirani trošak duga:**
 - Na 31. ožujka 2019. → 1,7%,
 - Na 31. prosinca 2013. → 4,3%.



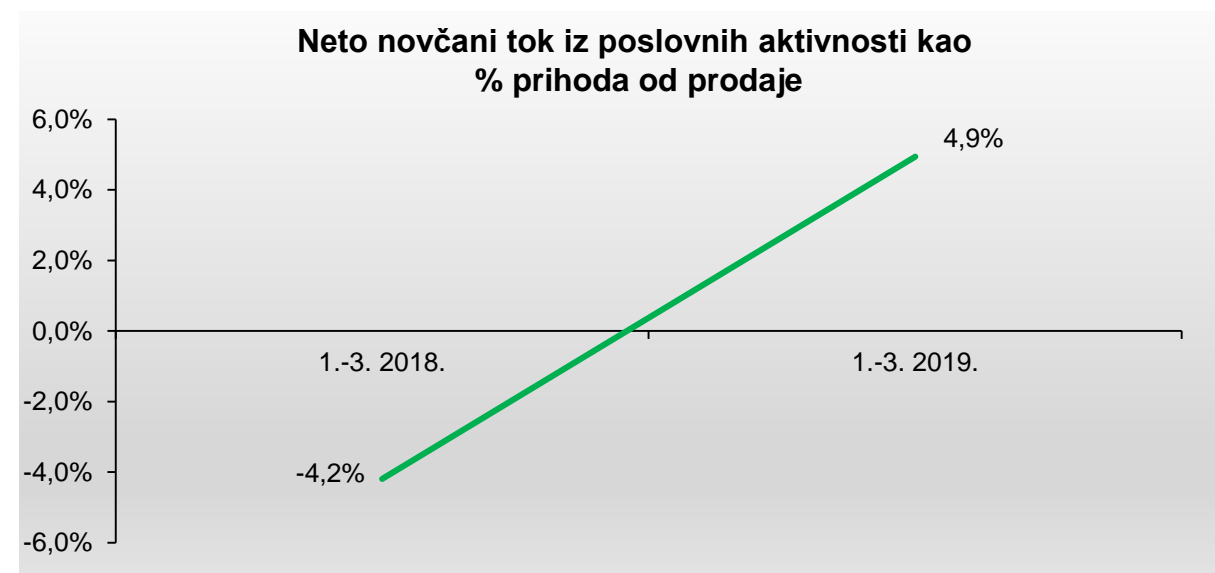
¹Svi pokazatelji računa dobiti i gubitka računati su na razini zadnjih 12 mjeseci, dok su bilančne stavke uzete na kraju razdoblja.

Viša razina neto novčanog toka iz poslovnih aktivnosti odražava kretanje radnog kapitala u 1.-3. 2019.

Kretanje radnog kapitala u bilanci	31. ožujka 2019. / 31. ožujka 2018.		Utjecaj
Zalihe		4,8%	<ul style="list-style-type: none"> Do porasta zaliha dolazi uslijed drugačije dinamike povlačenja gotovih proizvoda od strane kupaca povezano uz pomak preduskrsnog razdoblja, što ima za posljedicu rast zaliha gotovih proizvoda.
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja		0,7%	<ul style="list-style-type: none"> Navedeno kretanje je u skladu s razvojem redovnog poslovanja.
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze		(8,4%)	<ul style="list-style-type: none"> Navedeno kretanje je u skladu s razvojem redovnog poslovanja.

(u HRKm)	1.-3. 2018.	1.-3. 2019.	Δ
Neto novac iz poslovnih aktivnosti	(41)	50	92
Neto novac iz ulagateljskih aktivnosti	(24)	(23)	0
Neto novac iz financijskih aktivnosti	(101)	(93)	8
Neto promjena novca i novčanih ekvivalenata	(166)	(66)	100

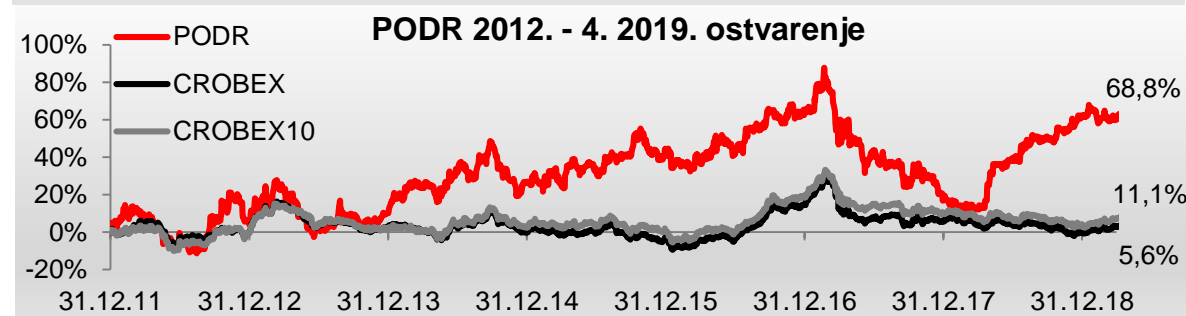
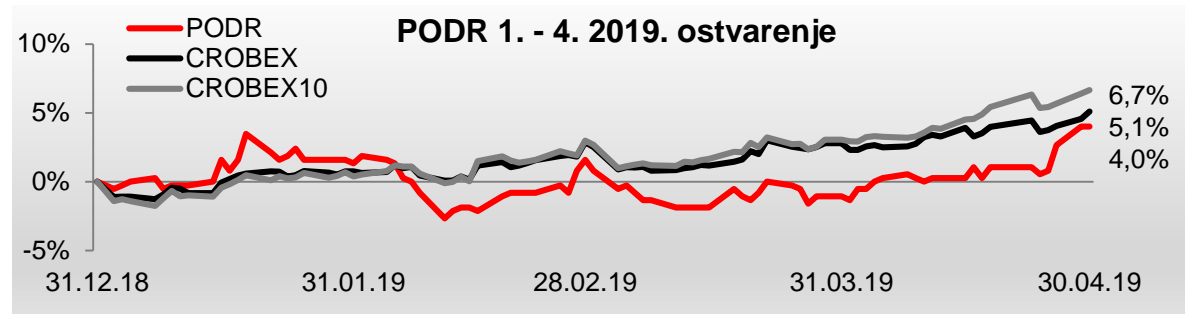
- Za 2019. očekuju se **kapitalni izdaci** na razini od 210 mil. HRK, u 2020. na razini od 200 - 250 mil. HRK, a u razdoblju 2021. - 2023. na razini od oko 200 mil. HRK.



Kretanje cijene dionice Podravke u 1.-3. 2019.

(HRK; jedinice)	1.-3. 2018.	1.-3. 2019.	% promjene
Prosječna dnevna cijena	265	374	41,1%
Prosječan dnevni broj transakcija	13	9	(30,2%)
Prosječan dnevni volumen	1.534	454	(70,4%)
Prosječan dnevni promet	406.530	169.641	(58,3%)
Izveštajna dobit po dionici	29,5	31,0	5,0%
Normalizirana dobit po dionici	31,1	32,5	4,6%

Analitičar	Preporuka	Ciljana cijena	Potencijal ¹
 InterCapital	Kupiti	431 HRK	10,5%
 Raiffeisen BANK	Držati	371 HRK	(4,9%)
 ERSTE Group	Akumulirati	405 HRK	3,8%
 UniCredit	Kupiti	399 HRK	2,3%
 WOOD & COMPANY	Držati	354 HRK	(9,2%)



Multiplikatori usp. grupe ²	EV/ Prihodi	EV/ EBITDA	EV/EBIT	P/B	P/E
Prosječna ponderirana usp. grupa	2,1	12,4	17,4	2,8	24,3
Normaliz. pros. pond. usp. grupa ³	1,6	11,8	19,5	2,2	22,7
Grupa Podravka izvještajno	0,7	7,4	13,1	0,9	12,6
Grupa Podravka normalizirano ⁴	0,7	7,4	12,5	0,9	12,0

Usporedna grupa prehara : Atlantic Grupa, Ebro, Hochdorf, La Doria, McCormick, Orkla;

Usporedna grupa farmaceutika: Alkaloid, Richter Gedeon, Hikma Pharmaceuticals, Krka, Recordati, Stada Arzneimittel.

¹Usporedba sa zadnjom cijenom na 30. travnja 2019.; ²Preuzeto s Bloomberg na 02. svibnja 2019.; ³Izračunato isključujući maks. i min. vrijednosti; ⁴Normalizirano za stavke navedene u objavi 1.-3. 2019. i rezultatima za 2018.

Kontakt

Podravka d.d.

Ante Starčevića 32, 48 000 Koprivnica, Croatia

www.podravka.hr

Odnosi s investitorima

ir@podravka.hr

tel: 048 65 16 65



Rezultati poslovanja Grupe Podravka za razdoblje 1.-3. 2019.

