



KORPORATIVNE KOMUNIKACIJE

Koprivnica, 26. veljače 2021.

PRIOPĆENJE ZA MEDIJE

REZULTATI POSLOVANJA GRUPE PODRAVKA ZA 2020. GODINU

Unatoč krizi uzrokovanoj koronavirusom Grupa Podravka sačuvala stabilnost i ostvarila rast

- Ostvarena je neto dobit u iznosu od 248,9 milijuna kuna, što predstavlja rast od 12,3 posto u odnosu na godinu prije
- Prihodi od prodaje porasli za 93,8 milijuna kuna, odnosno 2,1 posto
- Navedeno ostvarenje rezultat je organskog rasta poslovanja
- U vrlo otežanim i kompleksnim uvjetima poslovanja kompanija je iskazala veliku sposobnost brze prilagodbe poslovanja novonastaloj izvanrednoj situaciji te time uspješno odgovorila na brojne izazove

Nadzorni odbor Podravke d. d. potvrdio je, na svojoj današnjoj sjednici, nerevidirane rezultate poslovanja Grupe Podravka za 2020. godinu te izrazio zadovoljstvo ostvarenim pokazateljima u vrlo izazovnoj godini. Nakon iznimno uspješne 2019. godine Grupa Podravka nastavila je s uspješnim poslovanjem i u 2020. godini. Ostvarena neto dobit od čak 248,9 milijuna kuna, što predstavlja rast od 12,3 posto u odnosu na godinu prije, rezultat je ponajprije organskog rasta, uz istodobnu kontrolu operativnih troškova.

Prihodi od prodaje Grupe Podravka porasli su za 93,8 milijuna kuna te su iznosili 4.503,2 milijuna kuna, što predstavlja rast od 2,1 posto u odnosu na godinu prije. Na kretanje prihoda od prodaje utjecao je rast obaju poslovnih segmenata, Prehrane i Farmaceutike.



KORPORATIVNE KOMUNIKACIJE

Segment Prehrane ostvario je 3.527 milijuna kuna prihoda od prodaje, odnosno povećanje od 73 milijuna kuna u odnosu na prethodnu godinu. U okviru navedenog segmenta gotovo svi poslovni programi ostvarili su rast prihoda od prodaje te je ostvaren rast vlastitih brandova za 3,1 posto. Najvažniji poslovni program Kulinarstvo ostvario je i najveći apsolutni rast prihoda od prodaje u iznosu od 68,4 milijuna kuna, odnosno 7,3 posto više u odnosu na godinu prije. Poslovni program Dječja hrana, slastice i snack ostvario je rast prihoda od prodaje za 24,9 milijuna kuna, Poslovni program Mesni proizvodi, jela i namazi za 21,3 milijuna kuna, Poslovni program Riba za 13,1 milijun kuna te Poslovni program Podravka hrana za 2,1 milijun kuna u odnosu na godinu prije.

Drugi segment Grupe Podravka, Farmaceutika, ostvario je 976,2 milijuna kuna prihoda od prodaje, što predstavlja rast od 2,2 posto u odnosu na godinu prije. Kategorija Bezreceptni program ostvarila je 6,5 milijuna kuna rasta prihoda od prodaje, kategorija Ostala prodaja, ponajviše zbog porasta prodaje trgovačke robe društva Farmavita iz BiH, ostvarila je rast prihoda od prodaje u iznosu od 18,5 milijuna kuna, dok je kod kategorije Lijekovi na recept zabilježen pad prodaje, zbog deprecijacije ruske rublje, od 4,1 milijun kuna u odnosu na godinu prije.

Kada je riječ o ostvarenju prihoda od prodaje Grupe Podravka po regijama, najveći apsolutni rast prihoda od prodaje zabilježen je kod regije Centralna Europa, i to u iznosu od 48,9 milijuna kuna. Znatno rast prihoda od prodaje u odnosu na godinu prije zabilježen je i u regiji Zapadna Europa i prekoceanske zemlje u iznosu od 38,7 milijuna kuna, dok je u Adria regiji ostvaren rast prihoda od prodaje u iznosu od 29 milijuna kuna.

Poslovanje u 2020. godini obilježila je pojava virusa COVID-19 na svim tržištima na kojima je Grupa Podravka prisutna. U takvim izvanrednim okolnostima, posebice u uvjetima uvedenih strogih mjera prisutnih od ožujka do svibnja, te ponovnom jačanju mjera krajem godine jedna od ključnih kompanija zaduženih



KORPORATIVNE KOMUNIKACIJE

za osiguravanje kontinuiteta proizvodnje i redovite opskrbe Hrvatske hranom i lijekovima upravo je Grupa Podravka. Radni procesi unutar kompanije u najkraćem mogućem roku posve su prilagođeni novonastaloj situaciji kako bi se proizvodnja odvijala sukladno potrebama tržišta. Iako su u počecima navedene krize uvjeti nabave i same dobave sirovina i ambalaže za potrebe proizvodnje bili vrlo otežani, Grupa Podravka poduzela je sve potrebne aktivnosti kako bi osigurala dostatne količine svojih prehrambenih i farmaceutskih proizvoda te tako zadovoljila potrebe svojih vjernih potrošača na brojnim tržištima na kojima je prisutna. Pozitivan rezultat potvrđuje činjenicu o sposobnosti kompanije za prilagodbom poslovanja i u nepredviđenim, izvanrednim situacijama te odražava snagu i izdrživost poslovnog modela i temeljnih djelatnosti Grupe Podravka.