



KORPORATIVNE KOMUNIKACIJE

Koprivnica, 24. srpnja 2020. godine

PRIOPĆENJE ZA MEDIJE

REZULTATI POSLOVANJA GRUPE PODRAVKA ZA 1.- 6. 2020. GODINE

Grupa Podravka ostvarila rast prihoda i neto dobiti

- Prihodi od prodaje porasli za 105,8 milijuna kuna odnosno 5 posto
- Ostvarena neto dobit u iznosu od 161,6 milijuna kuna što predstavlja rast od 15,4 posto u odnosu na godinu ranije
- Vlastiti brendovi ostvarili rast prihoda od prodaje u iznosu od 118,6 milijuna kuna te je ostvaren rast u oba segmenta poslovanja, Prehrani i Farmaceutici
- U vrlo otežanim i kompleksnim uvjetima poslovanja kompanija je iskazala veliku sposobnost brze prilagodbe novonastaloj izvanrednoj situaciji te time uspješno odgovorila na brojne izazove

Nadzorni odbor Podravke d.d. na svojoj današnjoj sjednici potvrdio je nerevidirane rezultate poslovanja Grupe Podravka za prvo polugodište 2020. godine te izrazio veliko zadovoljstvo i podršku svim naporima koji su učinjeni kako bi kompanija i u ovim otežanim uvjetima poslovanja prouzrokovanim utjecajem bolesti COVID-19 nastavila s ostvarenjem pozitivnih pokazatelja na gotovo svim razinama poslovanja.

„Unatoč brojnim negativnim utjecajima na ukupno gospodarstvo uzrokovanim bolesti COVID-19, uspjeli smo brzom transformacijom poslovanja odgovoriti na razne izazove te ostvariti rezultate na koje svi zajedno moramo biti ponosni. Razdoblje koje je pred nama biti će vrlo zahtjevno i izazovno, međutim



KORPORATIVNE KOMUNIKACIJE

vjerujemo kako ćemo unatoč tome nastaviti s pozitivnim razvojem našeg poslovanja.“ – **naglasio je Marin Pucar, predsjednik Uprave Podravke prilikom objave rezultata poslovanja.**

Neto dobit Grupe Podravka za prvo polugodište 2020. godine iznosila je 161,6 milijuna kuna što predstavlja rast od 15,4 posto u odnosu na usporedno razdoblje godinu ranije. Rast prodaje organskog asortimana uz istovremenu kontrolu operativnih troškova rezultiralo je s rastom profitabilnosti.

Prihodi od prodaje Grupe Podravka porasli su za 105,8 milijuna kuna te su iznosili 2.245,3 milijuna kuna što predstavlja rast od 4,9 posto u odnosu na godinu ranije. Na kretanje prihoda od prodaje utjecao je rast oba poslovna segmenta, Prehrane i Farmaceutike.

Segment Prehrane ostvario je 1.755,0 milijuna kuna prihoda od prodaje što predstavlja povećanje od 70,7 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 brendova za 6,2 posto odnosno za 97,9 milijuna kuna. Najveći rast u iznosu od 45,2 milijuna kuna ostvaren je kod poslovnog programa Kulinarstvo te kod poslovnog programa Mesni proizvodi, jela i namazi u iznosu od 21,6 milijuna kuna. Kod poslovnog programa Riba zabilježen je rast prihoda od prodaje u iznosu od 14 milijuna kuna, kod poslovnog programa Dječja hrana, slastice i snack 12,1 milijun kuna dok je poslovni program Podravka hrana ostvario rast za 6,9 milijuna kuna u odnosu na usporedno razdoblje godinu ranije. Poslovni program Žito i Lagris zadržao je prihode od prodaje na razini prošle godine najveći dijelom zbog negativnog utjecaja od kretanja prihoda u kategoriji svježih pekarskih proizvoda, primarno na tržištu Slovenije i Italije.

Drugi segment Grupe Podravka, Farmaceutika ostvarila je 490,3 milijuna kuna prihoda od prodaje što predstavlja rast od 35,1 milijuna kuna u odnosu na godinu ranije. U navedenom segmentu, kategorija Bezreceptni program



KORPORATIVNE KOMUNIKACIJE

ostvarila je rast prihoda od prodaje u iznosu od 12,2 milijuna kuna dok je kategorija Lijekovi na recept zabilježila rast prihoda od prodaje u iznosu od 8,5 milijuna kuna u odnosu na usporedno razdoblje.

Kada je riječ o ostvarenju prihoda od prodaje Grupe Podravka po regijama, najveći rast u iznosu od 68,5 milijuna kuna zabilježen je u Adria regiji, potom u regiji Centralna Europa u iznosu od 30,4 milijuna kuna te regiji Istočna Europa u iznosu od 5,6 milijuna kuna dok je regija Zapadna Europa i prekoceanske zemlje ostvarila 3,6 milijuna kuna rasta prihoda od prodaje u odnosu na godinu ranije.

Grupa Podravka je unatoč brojnim negativnim utjecajima bolesti COVID-19 na poslovanje (rast cijena sirovina i ambalaže, rast cijena usluga prijevoza te otežani uvjeti isporuke proizvoda, utjecaj tečajnih razlika, izraženija kompleksnost poslovanja u gastro segmentu i sl.) uspjela sačuvati i nastaviti s pozitivnim trendovima poslovanja u odnosu na prethodno usporedno razdoblje, što još jednom potvrđuje činjenicu o sposobnosti kompanije za prilagodbom poslovanja i u ovakvim nepredviđenim, izvanrednim situacijama. Kada je riječ o procjeni utjecaja budućih trendova na cjelokupno poslovanje Grupe Podravka u 2020. godini u ovome trenutku vrlo teško je procijeniti, s obzirom na nepoznanicu razvoja situacije proglašene pandemije. U svakom slučaju, kompanija će biti spremna odgovoriti na razne izazove koji je moguće očekuju u narednom razdoblju.