



Rezultati poslovanja Grupe Podravka
za razdoblje 1. - 12. 2016. godine



Sadržaj

Ključni financijski pokazatelji u 2016.	3
Značajni događaji u 2016.	4
Pregled prihoda od prodaje u 2016.	11
Profitabilnost poslovanja u 2016.	17
Ključne značajke pro-forma računa dobiti i gubitka u 2016.	21
Ključne značajke bilance na 31. prosinca 2016. godine	22
Ključne značajke izvještaja o novčanom toku u 2016.	24
Dionica u 2016.	26
Dodatne tablice za 2016.	29
Konsolidirani financijski izvještaji u 2016.	32
Izjava o odgovornosti.....	37
Kontakt	38

Ključni financijski pokazatelji u 2016.

<i>(u milijunima kuna)</i>	2016.	2015.	% promjena
Prihodi od prodaje ¹	4.185,5	3.626,8	15,4%
Bruto dobit	1.518,9	1.385,1	9,7%
EBITDA ²	469,6	468,6	0,2%
Neto dobit nakon MI	182,4	397,3	(54,1%)
Normalizirana neto dobit nakon MI ³	182,4	117,9	54,7%
Neto novčani tok iz poslovnih aktivnosti	476,7	274,2	73,8%
Novčani izdaci za kapitalna ulaganja	437,1	271,2	61,2%
<i>(u kunama; tržišna kapitalizacija u HRKm)</i>	31. prosinca 2016.	31. prosinca 2015.	% promjena
Neto dug / EBITDA	2,2	2,0	12,7%
Dobit po dionici	26,3	66,4	(60,3%)
Zadnja cijena na kraju razdoblja	377,5	334,0	13,0%
Tržišna kapitalizacija	2.615,9	2.000,0	30,8%
Povrat na prosječni kapital	6,5%	17,7%	-1118 bb
Povrat na prosječnu imovinu ⁴	3,5%	9,3%	-580 bb

Ključne značajke ostvarenih rezultata 2016. godine:

- Prihodi od prodaje ostvarili su rast od 15,4% zahvaljujući 12-mjesečnom utjecaju konsolidacije Grupe Žito i usprkos negativnom utjecaju tečajnih razlika u ukupnom iznosu od 54,4 milijuna kuna,
- Konsolidacija Grupe Žito započeta krajem 2015., kao i nastavak ulaganja u Nova tržišta, obilježili su kretanje ostvarene EBITDA u 2016.,
- Izuzevši ključne jednokratne utjecaje u 2015. proizašle iz konsolidacijskih efekata i ostvarenja posebnih poreznih olakšica, rast neto dobiti iznosi 54,7%,
- Rast neto novčanog toka iz poslovnih aktivnosti za dodatnih 202,5 milijuna kuna te povoljniji uvjeti kreditiranja omogućili su nastavak investiranja u novu tvornicu Belupa te razvoj novih segmenata poslovanja i tržišta,
- Ukupna kapitalna ulaganja u daljnji razvoj poslovanja su u 2016. iznosila značajnih 594,2 milijuna kuna, što je rast od 2,2 puta u odnosu na 2015.

¹2015. reklasificirana, vidjeti Bilješke uz financijske izvještaje.

²EBITDA je računata na način da je EBIT uvećan za amortizaciju te usklađenja vrijednosti nematerijalne i dugotrajne materijalne imovine.

³2015. normalizirana za dobit od povoljne kupnje Žita te ostvarene porezne prihode Belupa.

⁴2015. prepravljena, vidjeti Bilješke uz financijske izvještaje.

Značajni događaji u 2016.

Food Solution – novi segment poslovanja

Podravka je u 2016. godini zakoračila u novi segment poslovanja pod nazivom Food Solution kojim kompanija želi napraviti iskorak u Gastro segmentu. Food Solution podrazumijeva potpuno novi gastro segment u kojem se, osim samih visokokvalitetnih proizvoda, kupcima prenosi i potreban „Know-How“ kako proizvode koristiti te im pružati usluge u pripremi jelovnika, organizaciji kuhinjskih poslova i osoblja te planiranju ulaganja u kuhinjsku opremu.



Za ostvarenje ovoga projekta kompanija je investirala u izgradnju tvornice specijalizirane za proizvodnju svježe pripremljenih gotovih i polugotovih jela, koja se prostire na oko 1500 m² te raspolaže najsuvremenijom i najkvalitetnijom opremom za pripremu i kuhanje hrane. Trenutno je u ponudi 130 različitih proizvoda (jela) koji su namijenjeni, između ostalih, institucijama kao što su vojska i policija, bolnice, toploteke u trgovačkim lancima te kompanijama koje imaju vlastite korporativne restorane. U ponudi su juhe, hladna predjela, umaci i dresinzi, topla predjela, glavna jela, marinirano svježe meso, prilozi i deserti. Riječ je o svježe pripremljenim/kuhanim/pečenim gotovim ili polugotovim jelima, visoke kvalitete sirovina i okusa u koja se ne dodaju stabilizatori, konzervansi ni dodatni aditivi. Posebnim pravilima pripreme i pakiranja te pridržavanja određenih temperaturnih režima postiže se trajnost, a da pri tome ne dolazi do gubitka kvalitete u nutricionističkom pogledu te okusu i mirisu hrane.

Prodaja poslovnog segmenta Pića



Podravka d.d. je dana 20. rujna 2016. godine sklopila kupoprodajni ugovor s kompanijom Kofola ČeskoSlovensko, jednim od vodećih europskih proizvođača i distributera bezalkoholnih pića, za kupnju udjela u tvrtki Studenac d.o.o. Poslovni udjel je, po ispunjenju ugovornih preduvjeta, bio preuzet 20. prosinca 2016. godine, a posebna pažnja se vodila o zaposlenicima sa zaštitom njihovih zatečenih prava po Kolektivnom ugovoru Grupe Podravka za razdoblje od 18 mjeseci.

Očekuje se da će navedena transakcija u narednom razdoblju pozitivno utjecati na profitabilnost poslovanja u iznosu od oko 5 milijuna kuna na EBITDA razini. Nakon dezinvestiranja biznisa Pića, kompanija će nastaviti s razvojem portfelja hrane i lijekova usmjeravajući dodatne resurse za internacionalizaciju svojih ključnih brandova.



Priznanje za najbolje Odnose s investitorima u Srednjoj i Istočnoj Europi

Na velikoj svečanosti CEE Capital Markets Awards održanoj 15. rujna 2016. u Varšavi, Podravka je osvojila nagradu za najbolje Odnose s investitorima u Srednjoj i Istočnoj Europi. Nagradu je dodijelio stručni žiri sastavljen od internacionalnih institucionalnih investitora fokusiranih na regiju Srednje i Istočne Europe te predstavnika regionalnih tržišta kapitala.



Događaj je okupio više od 200 gostiju, uključujući međunarodne, institucionalne investitore te top menadžment izlistanih kompanija u regiji Srednje i Istočne Europe. CEE Capital Markets Awards ima za cilj promovirati regiju Srednje i Istočne Europe kako bi se globalni investitori odlučili na ulaganje u najbolje regionalne kompanije.

Isplata dividende dioničarima Podravke d.d.



Nakon nekoliko godina uspješno provedenih procesa restrukturiranja kompanije te ostvarenih pozitivnih poslovnih rezultata, ostvarile su se pretpostavke da se nakon 10 godina od zadnje isplate dividende isplati dividenda u iznosu od 7,00 kuna po dionici. Dividenda je bila isplaćena 16. rujna 2016. za što je sveukupno bilo izdvojeno 48,5 milijuna kuna.

Podravka s EBRD-om i 4 poslovne banke potpisala kredit s najpovoljnijim uvjetima u regiji



6. rujna 2016. svečano je potpisan ugovor o sindiciranom kreditiranju između Podravke d.d., Belupa d.d. i Žita d.d. sa strane korisnika te Europske banke za obnovu i razvoj kao aranžerom (uključujući i Unicredit Sloveniju) i četiri poslovne banke: Privredna Banka Zagreb d.d., Raiffeisenbank Austria d.d., SKB d.d. i Erste&Steiermarkische Bank d.d sa strane kreditora.

Ukupna vrijednost financijskog aranžmana iznosi 123 milijuna eura te su sredstva Podravki odobrena na period od šest godina uz iznimno povoljnu kamatnu stopu i trenutno najpovoljnije uvjete kreditiranja u Adria regiji. Dio kredita od 99 milijuna eura iskorišten je za refinanciranje postojećih kreditnih obveza, dok će ostatak od 24 milijuna eura biti na raspolaganju za povlačenje u slučaju daljnjih kapitalnih ulaganja i mogućih akvizicija. Otplata iznosa za refinanciranje od 99 milijuna eura biti će izvršena kroz 24 jednake kvartalne rate. Očekivane uštede na troškovima kamata bi godišnje trebale iznositi oko 3,5 milijuna kuna.

Promjene u Upravi Podravke

Nadzorni odbor Podravke d.d. je na svojoj sjednici održanoj dana 15. veljače 2016. godine odobrio sklapanje Sporazuma o prestanku mandata člana Uprave Podravke d.d., gospodina Miroslava Klepača, prema kojem je njegov mandat kao člana Uprave prestao s danom 31. ožujka 2016. godine. Gospodin Miroslav Klepač



imenovan je članom Uprave Podravke d.d. dana 24. veljače 2012. godine, a u Upravi Podravke d.d bio je posebno zadužen za financije na razini Grupe Podravka.

Na istoj je sjednici Nadzorni odbor Podravke d.d. novom članicom Uprave Podravke d.d. zaduženu za financije na razini Grupe Podravka imenovao gospođu Ivu Brajević, čiji je mandat započeo s danom 1. travnja 2016. godine i traje do prestanka mandata Uprave u cijelosti. Gospođa Iva Brajević zaposlena je u Podravki d.d. od 9. rujna 2013. godine, a radila je na poslovima direktora Korporativnog računovodstva i poreza te od rujna 2015. godine kao direktor Kontrolinga. Diplomirala je na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu, dok je dodatnim edukacijama stekla i licence Voditelja odnosa s investitorima te Voditelja izrade i provedbe projekata financiranih iz EU fondova. Poslovno iskustvo prije toga stjecala je u nekoliko podružnica međunarodnih korporacija u Hrvatskoj - od kojih su Finance manager u DHL-u (2006.-2012.) te Unilever Finance manager za društva u Hrvatskoj i Sloveniji (1998.-2005.).



Integracija Grupe Žito u Grupu Podravka

U prvome kvartalu 2016. godine usvojen je plan integracije Grupe Žito u Grupu Podravka koji je razložen u 75 projekata. Svaki projekt ima definirani očekivani početak, kraj, trajanje, odgovornu osobu te planirane efekte. Dinamika očekivanih završetaka individualnih projekata je različita, no do kraja 2018. godine svi projekti bi trebali biti završeni čime bi Grupa Žito bila u potpunosti integrirana u Grupu



Podravka. Procjena kompanije je da će u 2017. i 2018. godini utjecaj sinergija i integracije na EBITDA razinu iznositi 18,9 i 18,8 milijuna kuna, dok će se puni efekt vidjeti u 2019. godini kada bi utjecaj na EBITDA razinu trebao iznositi 36,8 milijuna kuna. Navedeni iznosi predstavljaju dodatnu EBITDA povrh one koja bi bila ostvarena bez sinergijskih i integracijskih efekata.

S 1. travnja 2016. godine, Žito d.d. je u sklopu reorganizacije poslovnog modela na tržištu Slovenije steklo 100% poslovnog udjela trgovačkog društva Podravka d.o.o. Ljubljana, čime je službeno označen početak integracijskog procesa. Također, od 1. siječnja 2016. prodaja asortimana Žita na svim tržištima van Slovenije, osim Hrvatske, se odvija preko postojećih Podravkinih kompanija na tim tržištima.

Inovacije segmenata Prehrane i Farmaceutike u 2016.



U kategoriji **Kulinarstvo** jedan od fokusa bio je na renovaciji **Vegeta** specijalnih dodataka jelima, nastavno na novo pozicioniranje, dizajn i novu komunikacijsku platformu Vegete „Slobodno kuhaj“. Unaprijeđene su formulacije u smjeru prirodnosti te dodani novi okusi. Asortiman specijalnih dodataka jelima podijeljen je u dvije linije: **Vegeta Grill** i **Vegeta Twist**. Linija specijalnih dodataka također uvažava specifičnosti pojedinih tržišta, pa je za tržišta Srednje Europe asortiman upotpunjen i Vegetom za meso. Na tržište SAD-a lansiran je **Vegeta broth** - iskorak Vegete na tržište tekućih bujona karakterističnih za SAD. Također, linija Vegeta



kocki u Srednjoj Europi, kao i za tržište Srbije, proširena je novim okusima. U Africi su lansirani univerzalni dodatak Vegeta te mješavine za pripremu jela **Vegeta Msovi** s recepturama koje su prilagođene navikama afričkih potrošača. Podravka juhe, nakon renovacija i lansiranja novih krem juha krajem 2015., krenule su početkom 2016. i s inovativnim pristupom u komunikaciji usmjerenoj Millennials generaciji kroz platformu „Napravi juhu. Stvori osjećaj.“

U potkategoriji **Kremnih namaza** lansirana je **Lino lada** kokos, veliki hit u Adria regiji.

Također, **Lino žitarice za doručak** upotpunjene su novim okusom Lino pillows s jaffa punjenjem. Za „back to school“ jesensku aktivnost pripremljena je i atraktivna ponuda iz Lino asortimana – od različitih promo pakiranja do Lino žitarica s Lino figuricama temeljenih na komunikacijskoj platformi „Kad narasteš, budi što želiš“.



Slastice, žitarice za odrasle, snack i napitci, uz fokus na ključne proizvode u sezonama potrošnje, posebice **Dolcela pudinge** kroz komunikaciju s potrošačima u integriranom pristupu, inovirani su atraktivnim novim okusima. U liniji proizvoda za dekoriranje slastica novost je **Dolcela fondant**. Lansiran

je novi puding s okusom kokosa, Gourmet panna cotta s komadićima maline, a u okviru mješavina za pripremu kolača lansiran je Dolcela Ledeni vjetar te Muffini s punjenjem od bundeve kao i nova krema od bundeve. **Podravka čajevi**, u novom dizajnu još više naglašavaju prirodnost i bogatstvo sastojaka, koje čuva i inovirani aroma omotač.



Kategorija **Mediterranske prehrane, kondimenata i osnovne hrane** za tržišta Srednje Europe nadopunjena je novim okusima **Podravka passate** i **sjeckane rajčice**. U Adria regiji lansiran je novi segment **pesto umaka Podravka**, te premium **Eva paštete** od tune i skuše u elegantnoj tubi. U segmentu **voća** lansirana je nova linija citrusnih marmelada Podravka: grejp i naranča s dodatkom đumbira. **Podravka ajvar** je relansiran u novom dizajnu koji naglašava prirodnost sastojaka i bogatstvo povrća. Na tržištu Švedske linija je upotpunjena i dodatnim novim okusima.





U kategoriji **Mesnog programa** lansirane su **Podravka Delikates paštete** - premium proizvodi bogatog okusa, mirisa i teksture.



Inspiraciju za kreiranje Delikates pašteta, Podravkini kulinarski eksperti pronašli su u okusima hrvatske kontinentalne i mediteranske kuhinje, spojivši poznate sastojke u neočekivane i jedinstvene kombinacije okusa poput pašticide, čvaraka i bučinih sjemenki, kulena, šparoga te slanutka s maslinovim uljem. Podravka Delikates paštete predstavljaju istinsku gourmet inovaciju na tržištu pašteta. Na tržištima zapadne Europe proširen je asortiman Podravka pašteta, osuvremenjen dizajn i formulacije, što je ujedno i pretpostavka ulaska u nove segmente potrošnje.



U asortimanu pod markom **Žito**, inovacijski ciklus u kategoriji svježih i smrznutih tijesta zaokružen je lansiranjem lisnatih i vučenih tijesta te njoka na bazi pira kao i štrukla na bazi heljde te teragona, što su vrlo zdrave, moderne i namirnice u trendu. Zamrznute polpete nadopunjene su polpetama s 4 mahunarke. **Žito brašna**, lideri na slovenskom tržištu, nadopunjena su punoznatim brašnom pira te jedinstvenim



proizvodom na tržištu – brašnom od takozvanih pra-žita (stare sorte žitarica) što je u skladu trendovima okretanja pra-žitima kao alternativni pšenice. **Gorenjka** čokolade osvježene su Chef čokoladom profinjenog okusa sa 70% kakaa. Također, pod markom Gorenjka Mistica lansiran je i novi okus sa sjeckanim lješnjacima, što je jedinstvena receptura na tržištu Slovenije.



Najpopularniji **kruh** u asortimanu - Stoletni, od 100% pirovog brašna obogaćen je sa chia sjemenkama i sjemenkama crnog sezama. Zbog svog bogatog sastava odličan je izvor prehrambenih vlakna. Program tjestenine **Zlato polje**



nadopunjen je u segmentu jušnih tjestenina s dva nova proizvoda specijalne tjestenine: jušni rezanci i zvjezdice od punoznatog brašna pira. Priču o piru nadopunjuje i kategorija prepečenaca s uvođenjem prepečenca s pirom,



koji potrošačima nudi zdrav, ukusan i hrskav doživljaj. Kategorija bombona obogaćena je



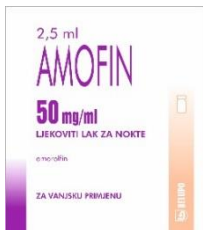
jedinstvenim gumi bombonima Friends kojeg karakteriziraju dva voćna okusa u jednom bombonu, sa atraktivnim oblicima te bez umjetnih boja i aroma. Velika obljetnica - 140 godina **Šumi** branda proslavljena je limited edition retro kutijicom u kojoj se nalazi kombinacija odabranih bombona iz bogate prošlosti branda Šumi - Visoki C, žele bomboni te Šššum jabuka.

Što se tiče **kategorije Lijekova na recept** Belupo je u 2016. godini svoj kardio portfelj proširio za još jedan lijek iz skupine Blokatora kalcijevih kanala – derivata dihidropiridina. To je lacidipin i na tržište dolazi pod generičkim nazivom **Lacidipin Belupo**. Lacidipin Belupo primjenjuje se u liječenju hipertenzije u monoterapiji ili u kombinaciji s drugim antihipertenzivima poput beta-blokatora, diuretika ili ACE-inhibitora. Terapijski učinak ovih Belupovih lijekova je podjednak, međutim lacidipin se ističe nešto boljim učinkom na dijastolički tlak kao i manjom učestalošću pojavljivanja nuspojava (periferni edem).





Beloxim 500 mg filmom obložene tablete novi je Belupov antibiotik u 2016. godini iz skupine cefalosporina II. generacije, generičkog imena cefuroksim. Cefuroksim se primjenjuje u liječenju akutnog streptokoknog tonzilitisa i faringitisa, akutnog bakterijskog sinusitisa, akutne upale srednjeg uha (otitis media), akutne egzacerbacije kroničnog bronhitisa, cistitisa, pijelonefritisa, nekomplicirane infekcije kože i mekih tkiva te u liječenju ranog stadija Lajmske bolesti. Do sada smo u portfelju imali samo predstavnika cefalosporina I. generacije - cefaleksin, koji je već dugi niz godina na tržištu dostupan pod generičkim imenom Cefaleksin® Belupo.



Tržište Rusije je u 2016. godini obogaćeno s dva nova proizvoda. **Amofin** lijekoviti lak za nokte namijenjen je liječenju gljivičnih infekcija noktiju. **Monlast** je antagonist leukotrijenskih receptora koji blokira tvari koje se nazivaju leukotrijeni. Leukotrijeni uzrokuju sužavanje i otok dišnih putova u plućima kao i simptome alergije, a njihovim blokiranjem Monlast olakšava simptome astme, pomaže pri kontroli astme i olakšava simptome sezonskih alergija (poznatih kao peludna groznica ili sezonski alergijski rinitis).



U trećem kvartalu 2016. godine Belupo je izašao na hrvatsko tržište s novim proizvodom iz RX programa pod zaštićenim nazivom **Nutrixa** i time ušao u novo područje – **Enteralnu prehranu**. Nutrixa je visokokalorična, visokoproteinska tekuća hrana s dodanim vlaknima za potpunu, uravnoteženu prehranu. Radi se o hrani za posebne medicinske potrebe, a namijenjena je za dijetalnu prehranu bolesnika s malnutricijom ili rizikom njezine pojave.



Može se koristiti kao jedini izvor prehrane ili kao nadopuna prehrani, a daje se samo uz liječnički nadzor. Razvojem novog portfelja proizvoda iz područja enteralne prehrane ostvaruje se sinergijski potencijal između Farmaceutike i Prehrane što potpomaže realizaciji strateških ciljeva Belupa ključnih za rast i razvoj poslovanja kompanije.

Kategorija Bezreceptnog programa je u 2016. godini obogaćena **Fersan junior** tekućim dodatkom prehrani. Proizvod sadrži liposomalno željezo, a namijenjen je za prirodnu nadopunu željeza. Liposom je šuplja mikrosfera, učinkovit i inovativan nosač za lijekove, minerale, vitamine i druge aktivne tvari. Membrana liposoma strukturom odgovara membranama ljudskih stanica što olakšava stapanje liposoma s membranom i pospješuje apsorpciju tvari uklopljenih u liposom. Željezo pirofosfat u Fersan junioru se nalazi unutar liposomalne strukture. Zahvaljujući liposomalnoj tehnologiji, apsorpcija i bioraspoloživost se povećava 3,5 puta u odnosu na željezo koje nije liposomalno. Fersan junior se ne smije primijeniti u djece mlađe od 3 godine.



Tržište Hrvatske je u 2016. godini također obogaćeno **RojazolDerm** kremom iz farmakoterapijske skupine antimikotici za lokalnu primjenu, derivati imidazola i triazola. RojazolDerm krema namijenjena je liječenju infekcija kože uzrokovanih gljivicama. Infekcije mogu zahvatiti šake i stopala (uključujući „atletsko stopalo“), trup i prepone (uključujući površinu kože oko spolnih organa) te uške i tjeme.



Na tržištu Češke, Belupo je izašao s tri nova proizvoda: **Belmiran dan** tablete koje služe za opuštanje organizma, **Belmiran san** tablete koje doprinose skraćanju vremena potrebnog

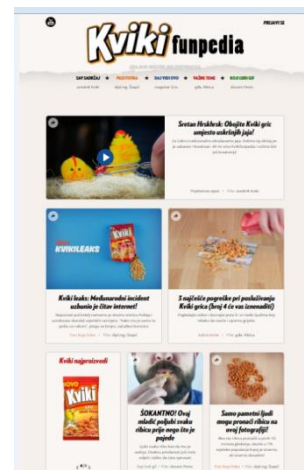
za padanje u san i održavanju normalnog sna te **Urosal lady** biljnim proizvodom, kreiranim posebno za žene, a namijenjenim sprečavanju i ublažavanju tegoba mokraćnog sustava poput učestalog i bolnog mokrenja praćenog osjećajem pečenja.

Digitalne inovacije u 2016.

U 2016. godini nastavili smo s ekspanzivnim rastom broja digitalnih platformi. Ukupno smo redizajnirali 9 web stranica, podigli 7 novih stranica te otvorili 6 novih profila na društvenim mrežama kako bismo se što više približili novim, mlađim potrošačima. Nadogradnja Dolcela mobilne aplikacije nudi niz dodatnih, zanimljivih funkcionalnosti.

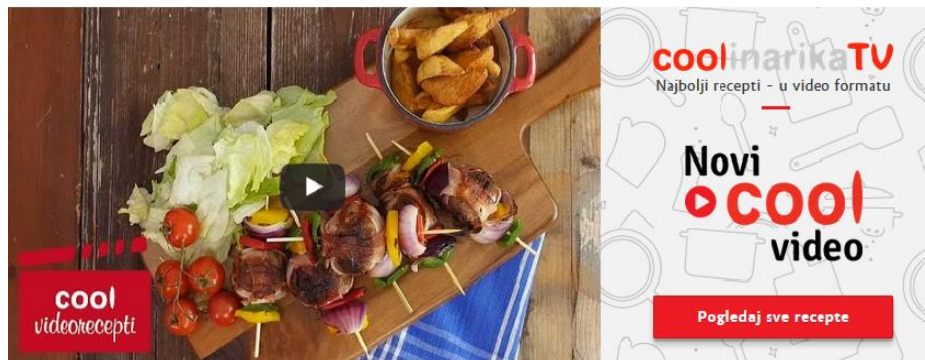
Najveći zaokret u marketinškim aktivnostima se primjećuje u vizualnoj komunikaciji. Biraju se zanimljiviji, atraktivniji i izazovniji sadržaji na koje mlađi potrošači pozitivno reaguju. Ističu se projekti kao što su **Kvikifunpedia**, **Čokolnologija**, **Za fine guze**, **Kralj latino popa za kraljicu slastica**, **Dođi sebi** itd. Svega nekoliko mjeseci nakon lansiranja, Kvikifunpedia je **osvojila nagradu struke „SoMo Borac“** na Weekend Media Festivalu.

Važnost mobilnih aplikacija je sve snažnija pa smo taj trend popratili lansiranjem **Viber stickera** za Lino i Coolinariku. U svega nekoliko mjeseci je izmijenjeno preko **7,5 milijuna poruka s našim stickerima**.



Najbolji dokaz praćenja svjetskih trendova je **snimanje videoreceptata** Coolinarike koji se distribuiraju na brojnim platformama. Snimljeno je gotovo **200 videoreceptata** koje je vidjelo **31 milijun** potrošača na Facebooku, Instagramu, Youtubeu, web stranicama Coolinarike, Vegete i Podravke te 158 citylightova u svim većim shopping centrima i na trgovima diljem Hrvatske. Dobru praksu je preuzelo i 6 tržišta, a brojka kontinuirano raste.

Najznačajniji online projekt je svakako Coolinarika koja na dnevenoj bazi stiče sve više korisnika. S preko **106 milijuna posjeta** definitivno spada u jednu od najmoćnijih ne samo web stranica, već i društvenih mreža u regiji.



Pregled prihoda od prodaje u 2016.

Napomena: Konsolidacija računa dobiti i gubitka Grupe Žito u Grupu Podravka započela je s 1. listopada 2015. godine. Uslijed navedenog, prihodi od prodaje Strateškog poslovnog područja Prehrana te Grupe Podravka u 2016. nisu u potpunosti usporedivi s 2015. Radi omogućavanja usporedbe, pružen je prikaz pro-forma rezultata u 2015. Pro-forma prikaz predstavlja rezultate poslovanja koji bi bili ostvareni pod pretpostavkom da je Grupa Žito konsolidirana od početka 2015.

Prihodi od prodaje po Strateškim poslovnim područjima u 2016.

Prihodi od prodaje ⁵ po Strateškim poslovnim područjima					
(u milijunima kuna)	2016.	2015. pro-forma	2015.	2016./ 2015. pro- forma	2016./2015.
SPP Prehrana	3.370,3	3.413,4	2.821,8	(1,3%)	19,4%
<i>Vlastiti brandovi</i>	2.883,7	2.900,0	2.478,5	(0,6%)	16,3%
<i>Ostala prodaja</i>	486,6	513,4	343,3	(5,2%)	41,8%
SPP Farmaceutika	815,2	805,0	805,0	1,3%	1,3%
<i>Vlastiti brandovi</i>	681,8	646,4	646,4	5,5%	5,5%
<i>Ostala prodaja</i>	133,5	158,6	158,6	(15,8%)	(15,8%)
Grupa Podravka	4.185,5	4.218,4	3.626,8	(0,8%)	15,4%
<i>Vlastiti brandovi</i>	3.565,4	3.546,4	3.124,9	0,5%	14,1%
<i>Ostala prodaja</i>	620,1	672,0	501,9	(7,7%)	23,6%

Strateško poslovno područje Prehrana (2016. u odnosu na pro-forma 2015.):

- **Vlastiti brandovi** ostvarili su 0,6% niže prihode uslijed značajnih negativnih utjecaja tečajnih razlika te negativnih trendova u kretanju ključnih potkategorija u regiji Adria. Bez utjecaja tečajnih razlika, vlastiti brandovi ostvarili bi rast prihoda od 0,6%,
- **Ostala prodaja** ostvarila je 5,2% niže prihode, što je prvenstveno rezultat manjeg opsega suradnje na području privatnih robnih marki. Bez utjecaja tečajnih razlika, ostala prodaja ostvarila bi pad prihoda od 4,3%,
- Zaključno, **segment Prehrane** ostvario je 1,3% niže prihode. Bez utjecaja tečajnih razlika, segment Prehrane ostvario bi 0,2% niže prihode.

⁵2015. reklasificirana, vidjeti Bilješke uz financijske izvještaje.

Strateško poslovno područje Farmaceutika (2016. u odnosu na 2015.):

- **Vlastiti brandovi** ostvarili su rast prihoda od 5,5%, ponajviše uslijed širenja poslovne suradnje na tržištu Rusije. Bez utjecaja tečajnih razlika, vlastiti brandovi ostvarili bi rast prihoda od 7,9%,
- Prihodi **ostale prodaje** niži su 15,8% kao rezultat promjene poslovne politike na tržištu BiH uslijed većeg fokusa na vlastite brandove. Bez utjecaja tečajnih razlika, ostala prodaja ostvarila bi pad prihoda od 15,3%,
- Zaključno, **segment Farmaceutike** ostvario je 1,3% više prihode od prodaje. Bez utjecaja tečajnih razlika, segment Farmaceutike ostvario bi rast prihoda od 3,4%.

Grupa Podravka (2016. u odnosu na pro-forma 2015.):

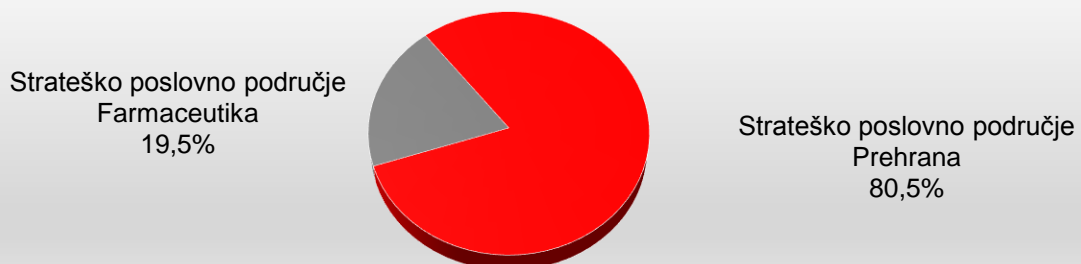
- **Vlastiti brandovi** Grupe Podravka ostvarili su 0,5% više prihode u promatranom razdoblju. Bez utjecaja tečajnih razlika, vlastiti brandovi ostvarili bi rast prihoda od 1,9%,
- Prihodi **ostale prodaje** niži su 7,7% u odnosu na usporedno razdoblje. Bez utjecaja tečajnih razlika, ostala prodaja ostvarila bi pad prihoda od 6,9%,
- Zaključno, prihodi od prodaje **Grupe Podravka** niži su 0,8% u promatranom razdoblju. Bez utjecaja tečajnih razlika, Grupa Podravka ostvarila bi rast prihoda od 0,5%.

Neto utjecaj valutnih tečajeva na prihode od prodaje segmenata u 2016. godini:

(u milijunima kuna)	Vlastiti brandovi	Ostala prodaja	Ukupno
Prehrana	(32,9)	(4,7)	(37,6)
Farmaceutika	(15,9)	(0,9)	(16,8)
Grupa	(48,8)	(5,6)	(54,4)

- Grupa Podravka nastoji dati prikaz kretanja prihoda od prodaje bez utjecaja tečajnih razlika, odnosno pokazati koliki bi bili prihodi od prodaje da su tečajevi ostali na razinama usporednog razdoblja,
- Najveći negativan utjecaj bilježe ruska rublja (-21,1 milijun kuna), euro (-12,9 milijuna kuna) i poljski zlot (-7,4 milijuna kuna), dok nije bilo pozitivnih utjecaja tečajnih razlika.

Prihodi od prodaje po Strateškim poslovnim područjima u 2016.





Prihodi od prodaje po kategorijama u 2016.

Prihodi od prodaje po kategorijama ⁶					
<i>(u milijunima kuna)</i>	2016.	2015. pro-forma	2015.	2016./ 2015. pro- forma	2016./2015.
Kulinarstvo	889,3	884,3	867,2	0,6%	2,5%
Slastice, žitarice za odrasle, snack i napitci	343,9	348,9	287,0	(1,4%)	19,8%
Lino svijet	242,3	240,8	240,8	0,6%	0,6%
Mediterranska prehrana, kondimenti i osnovna hrana	707,1	711,8	637,1	(0,7%)	11,0%
Mesni program	273,2	290,8	290,8	(6,1%)	(6,1%)
Pekarstvo i mlinarstvo	427,9	423,4	155,6	1,1%	175,0%
Lijekovi na recept	587,3	556,3	556,3	5,6%	5,6%
Bezreceptni program	94,4	90,1	90,1	4,9%	4,9%
Ostala prodaja	620,1	672,0	501,9	(7,7%)	23,6%
Grupa Podravka	4.185,5	4.218,4	3.626,8	(0,8%)	15,4%

Pro-forma prihodi od prodaje po kategorijama (2016. u odnosu na pro-forma 2015.):

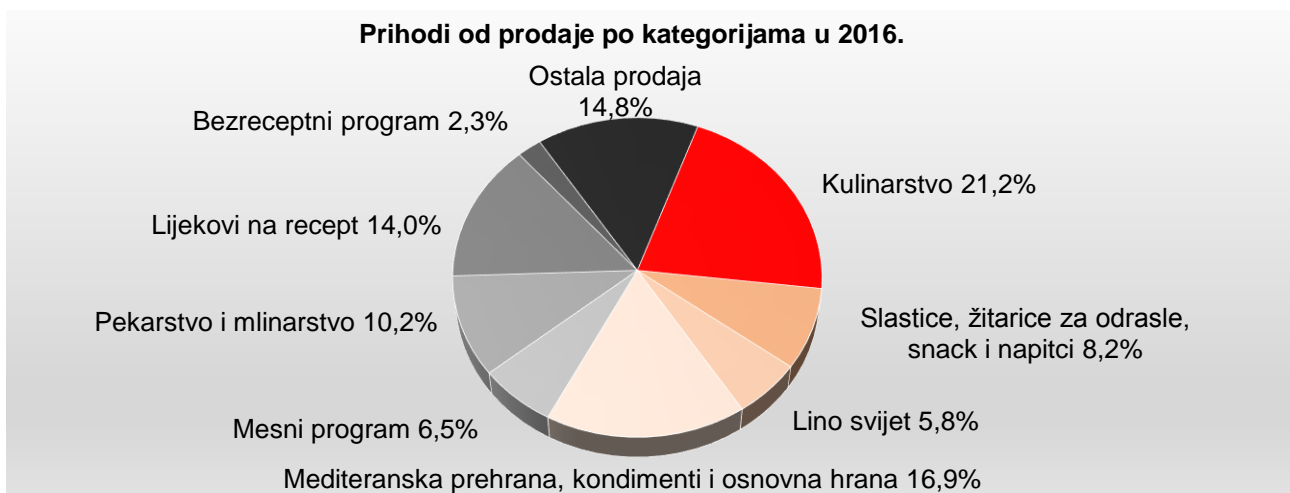
- **Kategorija Kulinarstvo** ostvarila je rast prihoda od 0,6%, ponajviše pod utjecajem rasta prihoda potkategorije Dodataka jelima te rasta prihoda Juha. Potkategorija Dodataka jelima ostvarila je najveći rast prihoda u Rusiji kao rezultat uspješne implementacije novog poslovnog modela, uslijed čega su sklopljeni direktni ugovori s nizom vodećih maloprodajnih lanaca u Rusiji te je proširen postojeći asortiman. Juhe su ostvarile najveći rast u regiji Adria uslijed snažnijih prodajno - marketinških aktivnosti. Navedeno je uspjelo anulirati pritisak na prihode u regiji Adria uslijed pada cjelokupnog tržišta pojedinih ključnih potkategorija Kulinarstva. Bez utjecaja tečajnih razlika, kategorija bi ostvarila rast prihoda od 2,3%,
- **Kategorija Slastice, žitarice za odrasle, snack i napitci** zabilježila je 1,4% niže prihode na što je utjecala, među ostalim, niža realizacija potkategorije Pića uslijed smanjenog intenziteta podrške tom asortimanu vezanog uz odluku o prodaji tog segmenta poslovanja, ali i aktivnost konkurencije. Bez utjecaja tečajnih razlika, kategorija bi ostvarila 0,9% niže prihode,
- Rast prihoda **kategorije Lino svijet** od 0,6% ponajviše je potaknut rastom prihoda Kremnih namaza kao rezultat provedenih aktivnosti i inovacija na brandu Lino lada na tržištu Hrvatske te uvođenjem asortimana Dječjih kašica kojih nije bilo u usporednom razdoblju. Bez utjecaja tečajnih razlika, kategorija bi ostvarila rast prihoda od 1,0%,
- **Kategorija Mediteranska prehrana, kondimenti i osnovna hrana** ostvarila je 0,7% niže prihode, ponajviše kao rezultat pada cjelokupnog tržišta pojedinih potkategorija te pritiska konkurencije i privatnih

⁶2015. reklasificirana, vidjeti Bilješke uz financijske izvještaje.

U Q1 2016. godine reorganizirane su kategorije segmenta Prehrane, vidjeti poglavlje "Dodatne tablice za 2016."

robnih marki u regiji Adria. Navedeno je djelomično kompenzirano rastom prodaje Zamrznutog povrća na tržištu Rusije uslijed uspješne implementacije novog poslovnog modela te početka projekta Food Solution⁷ na tržištu Hrvatske. Bez utjecaja tečajnih razlika, kategorija bi ostvarila rast prihoda od 0,4%,

- **Kategorija Mesni program** zabilježila je 6,1% niže prihode na što je, među ostalim, utjecalo restrukturiranje Kobasičarskog programa. Restrukturiranjem se fokus stavlja na podršku određenim dijelovima navedenog programa, što se trenutno odražava na visinu prihoda u odnosu na usporedno razdoblje, no dugoročno bi trebalo rezultirati zadržavanjem samo onih s potencijalom rasta i očekivanih stopa profitabilnosti. Bez utjecaja tečajnih razlika, kategorija bi ostvarila pad prihoda od 5,7%,
- **Kategorija Pekarstvo i mlinarstvo** bilježi 1,1% više prihode uslijed povećanih aktivnosti na tržištu Slovenije te širenja distribucije i asortimana na europskim tržištima. Bez utjecaja tečajnih razlika, kategorija bi ostvarila rast prihoda od 2,5%,
- **Kategorija Lijekova na recept** ostvarila je rast prihoda od 5,6% nastavno na daljnje širenje poslovne suradnje na tržištu Rusije te na širenje asortimana lijekova za Srce i krvne žile na tržištu Bosne i Hercegovine. Negativan utjecaj smanjenja cijena lijekova na recept od strane Hrvatskog zavoda za zdravstveno osiguranje iznosio je procijenjenih 3,8 milijuna kuna. Bez utjecaja tečajnih razlika, kategorija bi ostvarila rast prihoda od 8,1%,
- Prihodi **kategorije Bezreceptnog programa** porasli su 4,9%, što je ponajviše rezultat rasta prodaje OTC potkategorije na tržištu Rusije uslijed širenja poslovne suradnje te na tržištu Slovenije uslijed širenja asortimana. Bez utjecaja tečajnih razlika, kategorija bi ostvarila rast prihoda od 6,7%,
- **Kategorija Ostala prodaja** ostvarila je 7,7% niže prihode uslijed manjeg opsega suradnje na području privatnih robnih marki u segmentu Prehrane te promjene poslovne politike segmenta Farmaceutike uslijed većeg fokusa na vlastite brandove. Bez utjecaja tečajnih razlika, kategorija bi ostvarila 6,9% niže prihode.



⁷Zbog trenutne nematerijalnosti Food Solution nije izdvojen kao zasebna kategorija te će se privremeno pratiti unutar kategorije Mediteranska prehrana, kondimenti i osnovna hrana.

Prihodi od prodaje po regijama u 2016.

Prihodi od prodaje ⁸ po regijama					
(u milijunima kuna)	2016.	2015. pro-forma	2015.	2016./ 2015. pro- forma	2016./2015.
Regija Adria	2.997,5	3.096,9	2.590,8	(3,2%)	15,7%
<i>Prehrana</i>	2.375,8	2.463,6	1.957,5	(3,6%)	21,4%
<i>Farmaceutika</i>	621,7	633,3	633,3	(1,8%)	(1,8%)
Regija Europa	778,8	781,4	703,3	(0,3%)	10,7%
<i>Prehrana</i>	727,6	729,0	650,9	(0,2%)	11,8%
<i>Farmaceutika</i>	51,1	52,4	52,4	(2,5%)	(2,5%)
Regija Rusija, ZND i Baltik	262,1	196,1	193,1	33,7%	35,8%
<i>Prehrana</i>	128,2	85,2	82,1	50,6%	56,1%
<i>Farmaceutika</i>	133,8	110,9	110,9	20,7%	20,7%
Regija Nova tržišta	147,2	144,0	139,7	2,2%	5,4%
<i>Prehrana</i>	138,7	135,6	131,3	2,3%	5,6%
<i>Farmaceutika</i>	8,5	8,4	8,4	1,6%	1,6%
Grupa Podravka	4.185,5	4.218,4	3.626,8	(0,8%)	15,4%

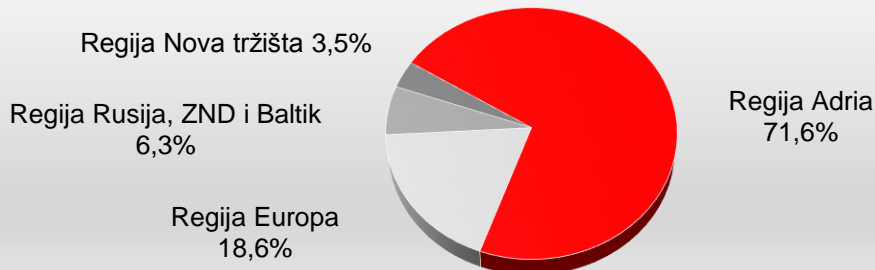
Pro-forma prihodi od prodaje po regijama (2016. u odnosu na pro-forma 2015.):

- **Regija Adria** ostvarila je 3,2% niže prihode, dok bi bez utjecaja tečajnih razlika prihodi bili niži 2,5%. U segmentu Prehrane glavni negativni utjecaji na prihode bili su: (i) pad cjelokupnog tržišta pojedinih ključnih potkategorija, (ii) restrukturiranje Mesnog programa što se odražava na razinu prihoda u odnosu na usporedno razdoblje, (iii) niža realizacija potkategorije Pića radi smanjenog intenziteta podrške tom asortimanu vezanog uz odluku o prodaji tog segmenta poslovanja te (iv) manji opseg suradnje na području privatnih robnih marki. Trendovi u čitavoj regiji ukazuju na jačanje privatnih robnih marki koje vrše pritisak na brandirane proizvođače da se cjenovno prilagođavaju, što dovodi do pada vrijednosti čitavih tržišnih kategorija. Prema istraživanju kompanije Nielsen, 52% Podravkinih strateških potkategorija u regiji Adria zabilježilo je vrijednosni pad u 2016. godini u odnosu na usporedno razdoblje, dok su Podravkini udjeli stabilni ili rastući u 88% strateških potkategorija. Kompanija nastoji nadoknaditi pad cjelokupnog tržišta pojedinih potkategorija inoviranjem novih proizvoda ili ulaskom u nove kategorije poput Food Solutiona, međutim evidentno je da regija pruža iznimno ograničeni potencijal za organski rast u segmentu Prehrane. Ukupni prihodi segmenta Farmaceutike bili su pod negativnim utjecajem pada prihoda trgovačke robe, što je rezultat fokusa na vlastite brandove na tržištu BiH, dok su vlastiti brandovi istodobno zabilježili rast prihoda,

⁸2015. reklasificirana, vidjeti Bilješke uz financijske izvještaje.

- Prihodi **regije Europa** bili su 0,3% niži u odnosu na usporedno razdoblje, dok bi bez utjecaja tečajnih razlika regija ostvarila rast prihoda od 1,0%. Zapadna Europa ostvarila je rast prihoda segmenta Prehrane, ponajviše uslijed rasta potkategorije Univerzalnih dodataka jelima u Njemačkoj kao rezultat ciljanih prodajno-marketinških aktivnosti te širenja distribucije asortimana Žita. Zapadna Europa je time djelomično nadoknadila pad prihoda Srednje Europe koju je u 2016. obilježio pad cjelokupnog tržišta potkategorije Univerzalnih dodataka jelima, pri čemu je kompanija uspjela zadržati svoje tržišne udjele. Prihodi segmenta Farmaceutike bili su pod negativnim utjecajem ostvarenja na tržištu Poljske uslijed aktivnosti postojećih i novih konkurenata,
- **Regija Rusija, ZND i Baltik** ostvarila je 33,7% više prihode, pri čemu se podjednaki doprinos pripisuje i Prehrani i Farmaceutici. Segment Prehrane ostvario je iznadprosječnu stopu rasta uslijed uspješne implementacije novog poslovnog modela koji je rezultirao, među ostalim, sa sklapanjem direktnih ugovora s nizom vodećih maloprodajnih lanaca u Rusiji te širenjem postojećeg asortimana. Segment Farmaceutike je u promatranom periodu obilježilo širenje poslovne suradnje na tržištu Rusije. Bez utjecaja tečajnih razlika, regija bi ostvarila rast prihoda od 44,4%,
- Prihodi **regije Nova tržišta** porasli su 2,2%, dok bi bez utjecaja tečajnih razlika regija ostvarila rast prihoda od 3,3%. Rast prihoda djelomično je rezultat otvaranja novih tržišta početkom 2015., ali i širenja distribucije i asortimana Žita. Novootvorena tržišta su u 2016. ostvarila sve pretpostavke za normalan početak poslovanja te se od 2017. očekuje njihov vidljiviji doprinos prihodima.

Prihodi od prodaje po regijama u 2016.



Profitabilnost poslovanja u 2016.

Napomena: Konsolidacija računa dobiti i gubitka Grupe Žito u Grupu Podravka započela je s 1. listopada 2015. godine. Uslijed navedenog, izvještajni račun dobiti i gubitka Strateškog poslovnog područja Prehrana te Grupe Podravka u 2016. nije u potpunosti usporediv s 2015. Radi omogućavanja usporedbe, pružen je prikaz pro-forma rezultata u 2015. Pro-forma prikaz predstavlja rezultate poslovanja koji bi bili ostvareni pod pretpostavkom da je Grupa Žito konsolidirana od početka 2015. godine, sukladno tome bez efekta konsolidacije (dobit od povoljne kupnje) koji je uključen u izvještajnim rezultatima.

Profitabilnost Strateškog poslovnog područja Prehrana u 2016.

Profitabilnost Strateškog poslovnog područja Prehrana					
(u milijunima kuna)	2016.	2015. pro-forma	2015.	2016./ 2015. pro- forma	2016./2015.
Prihodi od prodaje ⁹	3.370,3	3.413,4	2.821,8	(1,3%)	19,4%
Bruto dobit	1.090,8	1.095,6	961,1	(0,4%)	13,5%
EBITDA*	317,4	297,9	369,7	6,5%	(14,2%)
EBIT	158,2	137,1	237,5	15,4%	(33,4%)
Neto dobit nakon MI	111,3	113,8	210,0	(2,2%)	(47,0%)
Bruto marža	32,4%	32,1%	34,1%	+27 bb	-170 bb
EBITDA marža	9,4%	8,7%	13,1%	+69 bb	-369 bb
EBIT marža	4,7%	4,0%	8,4%	+68 bb	-372 bb
Neto marža nakon MI	3,3%	3,3%	7,4%	-3 bb	-414 bb

*EBITDA je računata na način da je EBIT uvećan za amortizaciju te usklađenja vrijednosti nematerijalne i dugotrajne materijalne imovine.

Profitabilnost strateškog poslovnog područja Prehrana (2016. u odnosu na pro-forma 2015.):

- Segment Prehrane je u 2016. ostvario blagi pad **bruto dobiti** na što je, među ostalim, utjecalo 37,6 milijuna kuna negativnih tečajnih razlika. Bruto marža je pritom ostvarila rast od 27 baznih bodova uslijed smanjenja cijena pojedinih sirovina, što je dovelo do pada troškova sadržanih u prodanim proizvodima od 1,6%,
- **Operativna dobit (EBIT)** je u 2016. ostvarila rast od 15,4% u odnosu na usporedno razdoblje. EBIT je u 2016. bio pod jednokratnim utjecajem 3,4 milijuna kuna troškova povezanih s procesom prodaje poslovanja Pića, dok je u 2015. bio pod jednokratnim utjecajem: (i) 24,8 milijuna kuna prihoda od konsolidacije Mirne¹⁰, (ii) troškova otpremnina od 33,3 milijuna kuna te (iii) troškova povezanih s

⁹2015. reklasificirana, vidjeti Bilješke uz financijske izvještaje.

¹⁰Prilikom konsolidacije Mirne d.d. napravljeno je vrijednosno usklađenje knjigovodstvene vrijednosti dugotrajne imovine s procijenjenom tržišnom vrijednošću u skladu s računovodstvenim standardima. Rezultat vrijednosnog usklađenja je



akvizicijom Žita od 9,4 milijuna kuna. Ukoliko isključimo navedene jednokratne utjecaje iz obje godine, ostvaren je rast operativne dobiti od 4,2% na što su, među ostalim, pozitivno utjecali niži troškovi prodaje i distribucije te niži troškovi marketinga,

- **Neto dobit nakon manjinskih interesa** je, povrh prethodno navedenih utjecaja, u 2015. bila pod jednokratnim utjecajima troškova povezanih s ESOP programom od 6,7 milijuna kuna te prenesenim poreznim gubitcima Danice¹¹ od 11,6 milijuna kuna. Ukoliko iz obje godine isključimo sve prethodno navedene jednokratne utjecaje, u 2016. je ostvarena 9,6% niža neto dobit nakon manjinskih interesa. Niža neto dobit rezultat je, povrh svega navedenog, više porezne obveze u 2016. u odnosu na 2015. u kojoj je kompanija iskoristila prenesene porezne gubitke ovisnih kompanija.

povećanje knjigovodstvene vrijednosti dugotrajne imovine te iskazana dobit od povoljne kupnje u ostalim prihodima u iznosu od 24,8 milijuna kuna.

¹¹Ovisno društvo Podravke d.d. za proizvodnju mesnih proizvoda, koje je pripojeno Podravki d.d. s 01. listopada 2015.



Profitabilnost Strateškog poslovnog područja Farmaceutika u 2016.

Profitabilnost Strateškog poslovnog područja Farmaceutika			
(u milijunima kuna)	2016.	2015.	% promjena
Prihodi od prodaje ¹²	815,2	805,0	1,3%
Bruto dobit	428,1	424,0	1,0%
EBITDA*	152,3	98,9	54,0%
EBIT	110,7	47,7	132,3%
Neto dobit nakon MI	71,1	187,3	(62,0%)
Bruto marža	52,5%	52,7%	-15 bb
EBITDA marža	18,7%	12,3%	+640 bb
EBIT marža	13,6%	5,9%	+766 bb
Neto marža nakon MI	8,7%	23,3%	-1454 bb

*EBITDA je računata na način da je EBIT uvećan za amortizaciju te usklađenja vrijednosti nematerijalne i dugotrajne materijalne imovine.

Profitabilnost strateškog poslovnog područja Farmaceutika (2016. u odnosu na 2015.):

- U 2016. segment Farmaceutike ostvario je rast **bruto dobiti** od 1,0%, dok je bruto marža zabilježila blagi pad uslijed, među ostalim, 1,6% viših troškova sadržanih u prodanim proizvodima. Viši troškovi sadržani u prodanim proizvodima ponajviše su rezultat novih zapošljavanja u 2016. kao pripreme za početak proizvodnje u novim tvornicama,
- **Operativna dobit (EBIT)** je u 2016. porasla značajnih 132,3% u odnosu na 2015. koja je bila pod utjecajem troškova otpremnina od 7,8 milijuna kuna. Bez navedenog utjecaja troškova otpremnina, EBIT je ostvario rast od 99,6% na što su, uz prethodno navedene utjecaje, pozitivno utjecali 13,9% niži ukupni poslovni rashodi (bez troškova sadržanih u prodanim proizvodima i navedenog utjecaja troškova otpremnina). Na niže poslovne rashode ponajviše su utjecale pozitivne tečajne razlike iz odnosa s kupcima i dobavljačima u 2016., a koje su u 2015. bile negativne,
- **Neto dobit nakon manjinskih interesa** je u 2016. iznosila 71,1 milijun kuna, dok je u 2015. iznosila 187,3 milijuna kuna. Potrebno je napomenuti da je 2015. bila pod značajnim utjecajem odgođenog poreznog prihoda od 163,7 milijuna kuna¹³, troškova ESOP-a od 1,3 milijuna kuna te prethodno navedenih troškova otpremnina. Bez svih prethodno navedenih jednokratnih utjecaja, neto dobit nakon manjinskih interesa bi u 2016. ostvarila rast od 117,8%.

¹²2015. reklasificirana, vidjeti Bilješke uz financijske izvještaje.

¹³Ostvaren porezni prihod povezan je s dobivenim poticajima za izgradnju nove tvornice Belupa.



Profitabilnost Grupe Podravka u 2016.

Profitabilnost Grupe Podravka					
<i>(u milijunima kuna)</i>	2016.	2015. pro-forma	2015.	2016./ 2015. pro- forma	2016./2015.
Prihodi od prodaje ¹⁴	4.185,5	4.218,4	3.626,8	(0,8%)	15,4%
Bruto dobit	1.518,9	1.519,6	1.385,1	(0,0%)	9,7%
EBITDA*	469,6	396,8	468,6	18,4%	0,2%
EBIT	268,9	184,8	285,2	45,5%	(5,7%)
Neto dobit nakon MI	182,4	301,1	397,3	(39,4%)	(54,1%)
Bruto marža	36,3%	36,0%	38,2%	+27 bb	-190 bb
EBITDA marža	11,2%	9,4%	12,9%	+181 bb	-170 bb
EBIT marža	6,4%	4,4%	7,9%	+204 bb	-144 bb
Neto marža nakon MI	4,4%	7,1%	11,0%	-278 bb	-660 bb

*EBITDA je računata na način da je EBIT uvećan za amortizaciju te usklađenja vrijednosti nematerijalne i dugotrajne materijalne imovine.

Profitabilnost Grupe Podravka (2016. u odnosu na pro-forma 2015.):

- Grupa Podravka je u 2016. ostvarila **bruto dobit** na razini usporednog razdoblja na što je, među ostalim, utjecalo 54,4 milijuna kuna negativnih tečajnih razlika. Bruto marža je pritom ostvarila rast od 27 baznih bodova uslijed smanjenja cijena pojedinih sirovina, što je dovelo do pada troškova sadržanih u prodanim proizvodima od 1,2%,
- **Operativna dobit (EBIT)** Grupe Podravka je u 2016. ostvarila rast od 45,5% u odnosu na usporedno razdoblje. EBIT je u 2016. bio pod jednokratnim utjecajem 3,4 milijuna kuna troškova povezanih s procesom prodaje poslovanja Pića, dok je u 2015. bio pod jednokratnim utjecajima: (i) 24,8 milijuna kuna prihoda od konsolidacije Mirne, (ii) troškova otpremnina od 41,1 milijun kuna te (iii) troškova povezanih s akvizicijom Žita od 9,4 milijuna kuna. Ukoliko isključimo navedene jednokratne utjecaje iz obje godine, ostvaren je rast operativne dobiti od 29,3% na što su, među ostalim, pozitivno utjecali niži troškovi prodaje i distribucije, niži troškovi marketinga te pozitivne tečajne razlike iz odnosa s kupcima i dobavljačima u 2016.,
- **Neto dobit nakon manjinskih interesa** je, povrh prethodno navedenih utjecaja, u 2015. bila pod jednokratnim utjecajima: (i) troškova povezanih s ESOP programom od 8,0 milijuna kuna, (ii) prenesenih poreznih gubitaka Danice od 11,6 milijuna kuna te (iii) odgođenog poreznog prihoda Belupa od 163,7 milijuna kuna. Bez svih navedenih jednokratnih utjecaja u obje godine, neto dobit nakon manjinskih interesa bi u 2016. ostvarila rast od 16,5%.

¹⁴2015. reklasificirana, vidjeti Bilješke uz financijske izvještaje.



Ključne značajke pro-forma računa dobiti i gubitka u 2016.

Napomena: Konsolidacija računa dobiti i gubitka Grupe Žito u Grupu Podravka započela je s 1. listopada 2015. godine. Uslijed navedenog, izvještajni račun dobiti i gubitka Grupe Podravka u 2016. nije u potpunosti usporediv s 2015. Radi transparentnog prikaza poslovanja, tablica računa dobiti i gubitka u poglavlju "Konsolidirani financijski izvještaji u 2016." prikazuje izvještajni račun dobiti i gubitka Grupe Podravka, dok se u nastavku ovog poglavlja objašnjava račun dobiti i gubitka na pro-forma razini kao da je Grupa Žito konsolidirana od početka 2015. godine.

Ostali prihodi i troškovi, neto

Ostali prihodi i troškovi sadrže, među ostalim, tečajne razlike iz odnosa s kupcima i dobavljačima. Navedena stavka je u 2016. godini iznosila pozitivnih 26,5 milijuna kuna, dok je u 2015. iznosila negativnih 11,0 milijuna kuna. Tečajne razlike iz odnosa s kupcima i dobavljačima su u 2016. iznosile pozitivnih 18,5 milijuna kuna, dok su u 2015. iznosile negativnih 28,4 milijuna kuna. Potrebno je također napomenuti da je usporedno razdoblje sadržavalo pozitivan efekt proizašao iz konsolidacije Mirne d.d. u iznosu od 24,8 milijuna kuna.

Troškovi sadržani u prodanim proizvodima

Troškovi sadržani u prodanim proizvodima su u 2016. niži za 1,2% u odnosu na 2015., ponajviše kao rezultat pada cijena pojedinih sirovina.

Opći i administrativni troškovi

Opći i administrativni troškovi su u promatranom razdoblju 5,8% niži u odnosu na usporedno razdoblje koje je bilo opterećeno troškovima otpremnina od 41,1 milijun kuna te troškovima povezanim s akvizicijom i integracijom Žita od 9,4 milijuna kuna. Ukoliko bi eliminirali utjecaj otpremnina u 2016. godini te navedene utjecaje u 2015. godini, opći i administrativni troškovi bi ostvarili rast od 6,9% uslijed, među ostalim, viših troškova povezanih s otvaranjem novih tržišta koja nisu teretila usporedno razdoblje.

Troškovi prodaje i distribucije

Troškovi prodaje i distribucije su u promatranom razdoblju 3,5% niži u odnosu na usporedno razdoblje, pri čemu se pozitivan utjecaj, među ostalim, pripisuje sinergijskim učincima pripajanja Danice početkom zadnjeg kvartala 2015.

Troškovi marketinga

Troškovi marketinga su u promatranom razdoblju 1,6% niži, ponajviše kao rezultat smanjenja marketinških aktivnosti u segmentu Farmaceutike na tržištima ZND-a uslijed otežanih uvjeta poslovanja te promjene distributera u Zapadnoj Europi sredinom 2016. uslijed čega je došlo do privremene obustave planiranih marketinških aktivnosti u drugoj polovici godine.



Neto financijski troškovi

Neto financijski troškovi su u 2016. niži 32,0% u odnosu na usporedno razdoblje koje je bilo opterećeno jednokratnim troškovima ESOP programa od 8,0 milijuna kuna. Bez utjecaja navedenih jednokratnih troškova, neto financijski troškovi niži su 17,0%, što je rezultat nižih rashoda od kamata po kreditima te višim pozitivnim tečajnih razlikama po kreditima.

Porez na dobit

Porez na dobit Grupe Podravka je u 2015. godini bio pod pozitivnim jednokratnim utjecajima prenesenih poreznih gubitaka Danice od 11,6 milijuna kuna te odgođenog poreznog prihoda Belupa od 163,7 milijuna, povezanog s dobivenim poticajima za izgradnju nove farmaceutske tvornice. Bez navedenih jednokratnih utjecaja, porez na dobit je u 2016. veći za 2,6x u odnosu na usporedno razdoblje iz razloga što je kompanija u 2015. iskoristila prenesene porezne gubitke ovisnih kompanija. Efektivna porezna stopa u 2016. je iznosila 21,4%, dok je u 2015. bez navedenih utjecaja Danice i Belupa iznosila 10,2%.

Ključne značajke bilance na 31. prosinca 2016. godine

Nekretnine, postrojenja i oprema

Nekretnine, postrojenja i oprema Grupe Podravka su na 31. prosinca 2016. godine 18,9% viši u odnosu na 31. prosinca 2015. godine kao rezultat aktivnosti povezanih s izgradnjom nove tvornice Belupa.

Zalihe

Zalihe Grupe Podravka su na 31. prosinca 2016. godine blago niže u odnosu na 31. prosinca 2015. godine, što je djelomično rezultat nižih troškova pojedinih sirovina i materijala.

Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja

Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja Grupe Podravka su na 31. prosinca 2016. godine 1,5% viša u odnosu na 31. prosinca 2015. godine. Pritom su potraživanja od kupaca viša za 2,8% uslijed, među ostalim, niže dinamike naplate potraživanja u segmentu Farmaceutike krajem 2016. u odnosu na kraj 2015.

Novac i novčani ekvivalenti

Novac i novčani ekvivalenti Grupe Podravka su na kraju promatranog razdoblja 15,7% veći u odnosu na kraj 2015. godine, što je objašnjeno u poglavlju "Ključne značajke izvještaja o novčanom toku u 2016."

Nevladajući udjeli

Nevladajući udjeli Grupe Podravka su na 31. prosinca 2016. godine 27,3% niži u odnosu na 31. prosinca 2015. godine nastavno na provedeno istiskivanje manjinskih dioničara Grupe Žito u prvom kvartalu 2016. godine.

Dugoročni krediti i zajmovi

Kredit i zajmovi Grupe Podravka u sklopu dugoročnih obveza su na 31. prosinca 2016. godine 32,7% viši u odnosu na kraj 2015. godine. Navedeno je posljedica refinanciranja kreditnih obveza, čime je došlo do prelaska dijela kratkoročnih kredita i zajmova u poziciju dugoročnih kredita i zajmova, ali i dodatnih zaduživanja vezanih uz financiranje kapitalnih izdataka, prvenstveno nove farmaceutske tvornice.

Obveze prema dobavljačima i ostale obveze

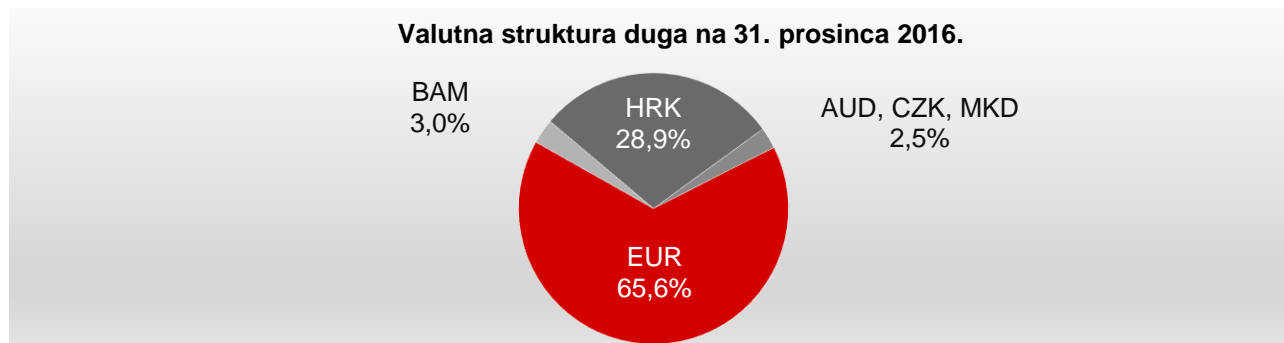
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze Grupe Podravka bilježe rast od 3,5% u odnosu na isto razdoblje prethodne godine, pri čemu su obveze prema dobavljačima bile na razini usporednog razdoblja.

Kratkoročni krediti i zajmovi

Kredit i zajmovi Grupe Podravka u sklopu kratkoročnih obveza su na 31. prosinca 2016. godine bili 18,0% niži u odnosu na 31. prosinca 2015. godine, među ostalim, kao posljedica refinanciranja kreditnih obveza, čime je došlo do prelaska dijela kratkoročnih kredita i zajmova u poziciju dugoročnih kredita i zajmova.

Zaduženost

Na 31. prosinca 2016. godine ukupna zaduženost Grupe Podravka po kreditima i drugim kamatonosnim financijskim obvezama je 1.379.350 tisuća kuna, od čega se 998.535 tisuća kuna odnosi na dugoročne obveze po kreditima i zajmovima, 376.619 tisuća kuna na kratkoročne obveze po kreditima i zajmovima, a 4.196 tisuća kuna na obveze po swap i forward ugovorima. **Prosječni ponderirani trošak duga** po svim navedenim obvezama na 31. prosinca 2016. godine iznosi 2,5%.



Promatrajući valutnu strukturu duga, najveća izloženost od 65,6% iskazana je prema euru, dok je 28,9% duga iskazano u domaćoj valuti. U bosanskoj marki iskazano je 3,0% duga, dok se ostatak od 2,5% odnosi na australski dolar (AUD), češku krunu (CZK) i makedonski denar (MKD).



<i>(u tisućama kuna)*</i>	2016.	2015.	% promjena
Neto dug	1.041.739	922.380	12,9%
Trošak kamata	31.216	36.926	(15,5%)
Neto dug / EBITDA	2,2	2,0	12,7%
EBITDA / Trošak kamata	15,0	12,7	18,6%
Omjer kapitala i ukupne imovine ¹⁵	55,4%	56,5%	-109 bb

***Napomena:** svi pokazatelji računati su na način da su stavke računa dobiti i gubitka računane na razini zadnjih 12 mjeseci dok su bilančne stavke uzete na kraju razdoblja.

Rast neto duga na 31.12.2016. u odnosu na 31.12.2015. posljedica je porasta zaduženosti, ponajviše uslijed uzimanja kredita za izgradnju nove farmaceutske tvornice. Posljedično na to, došlo je do povećanja omjera neto duga i EBITDA. Niži troškovi kamata uz nepromijenjenu razinu EBITDA, doveli su do rasta pokazatelja pokrića troška kamata.

Ključne značajke izvještaja o novčanom toku u 2016.

<i>(u milijunima kuna)</i>	2016.	2015.	Δ
Neto novčani tok iz poslovnih aktivnosti	476,7	274,2	202,5
Neto novčani tok iz ulagateljskih aktivnosti	(358,9)	(675,8)	316,9
Neto novčani tok iz financijskih aktivnosti	(72,1)	473,0	(545,1)
Neto povećanje / (smanjenje) novca i novčanih ekvivalenata	45,7	71,4	(25,7)

Neto novčani tok iz poslovnih aktivnosti

Neto novčani tok iz poslovnih aktivnosti je u 2016. ostvario značajan rast u odnosu na usporedno razdoblje na što je utjecala, među ostalim, konsolidacija Grupe Žito. Novčani tokovi Grupe Žito su u 2015. konsolidirani u Grupi Podravka u četvrtom kvartalu, dok se njihov 12-mjesečni utjecaj bilježi u 2016. godini. Osim toga, prodaja segmenta Pića u zadnjem kvartalu 2016. pozitivno je utjecala je na smanjenje nivoa zaliha, a pozitivan utjecaj je došao i od manje plaćenog poreza te manjeg troška kamata.

Neto novčani tok iz ulagateljskih aktivnosti

Neto novčani tok od ulagateljskih aktivnosti je u promatranom razdoblju iznosio negativnih 358,9 milijuna kuna. To je prvenstveno rezultat kapitalnih izdataka koji su iznosili 437,1 milijun kuna. Najznačajniji **kapitalni izdaci** u 2016. odnosili su se na:

¹⁵2015. prepravljena, vidjeti Bilješke uz financijske izvještaje



- Novu tvornicu polukrutih i tekućih lijekova – nastavak aktivnosti iz 2015. godine. Realizacijom ove strateške investicije povećat će se postojeći proizvodni kapaciteti, što će zadovoljiti rastuće potrebe tržišta te osigurati konkurentnost i tržišnu poziciju Belupa,
- Nadogradnju skladišta Tvornice Vegeta – nastavak aktivnosti iz 2015. godine. Investicija se odnosi na dogradnju postojećeg automatskog skladišta i ekspedita gotove robe, čime će se povećati smještajni i dinamički kapacitet postojećeg skladišta u Koprivnici te će se ostvariti značajne uštede u troškovima logistike,
- Projekt Food Solution – investicija se odnosi na izgradnju centralne kuhinje te uređenje restorana društvene prehrane u upravnoj zgradi. Projekt će omogućiti širenje proizvodnog asortimana namijenjenog gastro segmentu te ostvarenje dodatnih prihoda,
- Modernizacija linije steriliziranog povrća – investicija tvornice Kalnik kojom se osigurava kontinuitet proizvodnje, povećava efikasnost, smanjuje rastep sirovina te povećava sigurnost proizvodnje i kvaliteta gotovih proizvoda,
- Tvornica dodataka jelima u Tanzaniji – nastavak aktivnosti započetih u 2015. godini. Investicija se odnosi na izgradnju proizvodnog pogona za dodatke jelima u Tanzaniji. Investicija će omogućiti širenje proizvodnih kapaciteta i poslovanja na vanjska tržišta.

Za 2017. **očekuju se kapitalni izdaci** na razini od 250 – 300 milijuna kuna, u 2018. na razini od 150 – 200 milijuna kuna, a u 2019. na razini od 250 – 300 milijuna kuna.

Neto novčani tok iz financijskih aktivnosti

U 2016. neto novčani tok od financijskih aktivnosti iznosio je negativnih 72,1 milijun kuna uslijed, među ostalim, isplaćene dividende od 48,5 milijuna kuna.

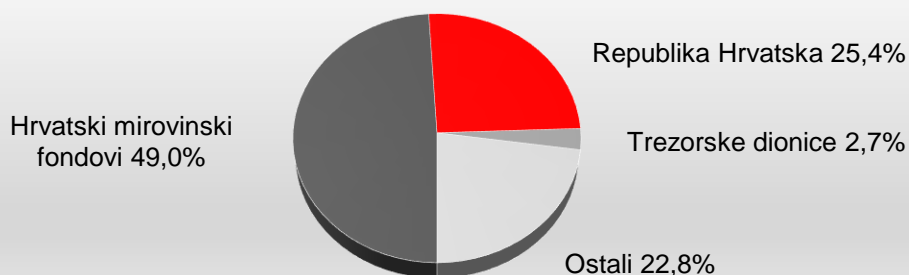
Dionica u 2016.

Popis prvih deset dioničara na 31. prosinca 2016. godine

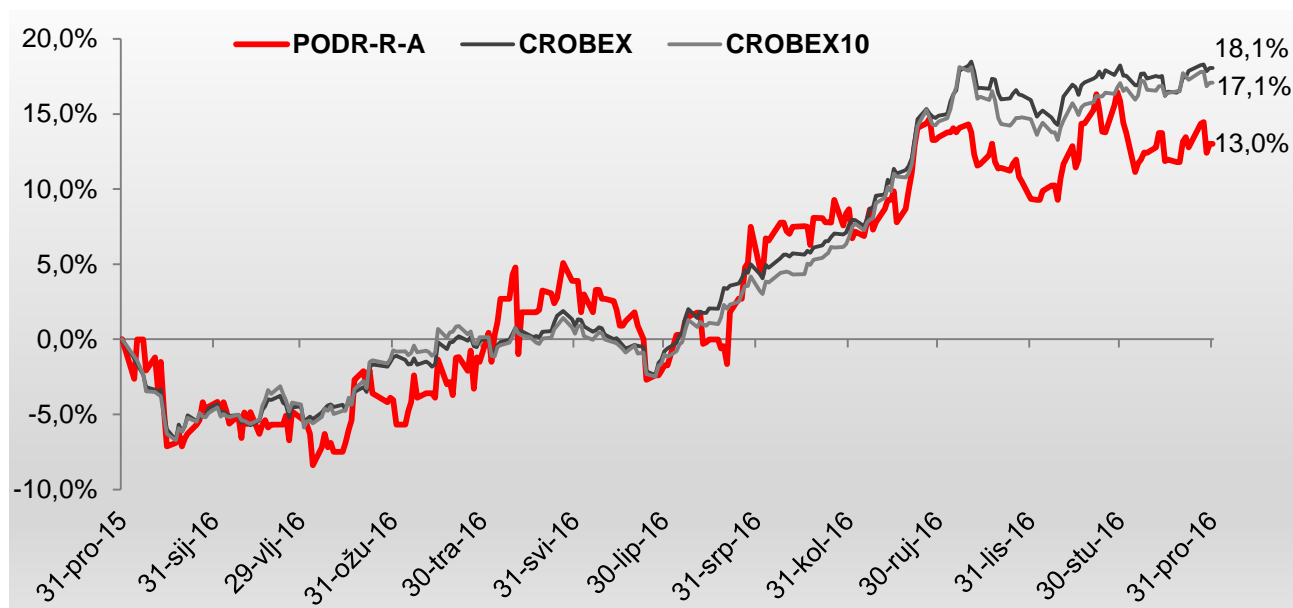
Br.	Dioničar	Broj dionica	% vlasništva
1.	PBZ Croatia Osiguranje obvezni mirovinski fond kategorije B	925.602	13,0%
2.	AZ obvezni mirovinski fond kategorije B	902.874	12,7%
3.	CERP - Hrvatski zavod za mirovinsko osiguranje	727.703	10,2%
4.	CERP - Republika Hrvatska	673.845	9,5%
5.	Erste Plavi obvezni mirovinski fond kategorije B	665.166	9,3%
6.	Raiffeisen obvezni mirovinski fond kategorije B	625.298	8,8%
7.	Kapitalni fond d.d.	406.842	5,7%
8.	Podravka d.d. - trezorski račun	194.900	2,7%
9.	AZ Profit dobrovoljni mirovinski fond	111.752	1,6%
10.	Raiffeisen dobrovoljni mirovinski fond	99.965	1,4%
	Ostali dioničari	1.786.056	25,1%
	Ukupno	7.120.003	100,0%

Kompanija ima stabilnu vlasničku strukturu unutar koje najznačajniji udio imaju domaći mirovinski fondovi te Republika Hrvatska. Domaći mirovinski fondovi (obvezni i dobrovoljni) zajedno imaju 49,0% vlasništva kompanije na 31. prosinca 2016. godine. Republika Hrvatska preko Centra za restrukturiranje i prodaju (CERP) ima 19,7% vlasništva kompanije te preko Kapitalnog fonda d.d. ima dodatnih 5,7% vlasništva na 31. prosinca 2016. godine. Kompanija drži 2,7% vlastitih dionica. Dionice kompanije kotiraju na Službenom tržištu Zagrebačke burze od 7. prosinca 1998. godine pod simbolom PODR-R-A.

Vlasnička struktura na 31. prosinca 2016.



Kretanje cijene dionice u 2016.



<i>(zaključna cijena u kunama; zaključni bodovi)</i>	31. prosinca 2016.	31. prosinca 2015.	% promjena
PODR-R-A	377,5	334,0	13,0%
CROBEX	1.994,8	1.689,6	18,1%
CROBEX10	1.158,2	989,3	17,1%

U 2016. cijena dionica Podravke s rastom od 13,0% pratila je rast domaćih dioničkih indeksa Crobex i Crobex10 koji su pojedinačno rasli 18,1% i 17,1%.

Ostvarenje na hrvatskom tržištu kapitala u 2016.

<i>(u kunama; u jedinicama)¹⁶</i>	2016.	2015.	% promjena
Prosječna dnevna cijena	348,7	318,8	9,4%
Prosječan dnevni broj transakcija	11	12	(8,9%)
Prosječna dnevna količina	1.112	1.739	(36,0%)
Prosječan dnevni promet	387.819,0	554.258,8	(30,0%)

U 2016. prosječna dnevna cijena dionice Podravke bila je 9,4% viša u odnosu na usporedno razdoblje. Istodobno je došlo do pada prosječnog dnevnog broja transakcija, količina i dnevnog prometa.

¹⁶Prosječna dnevna cijena računata kao ponderirani prosjek prosječnih dnevnih cijena u razdoblju, gdje su ponder dnevne količine. Ostali pokazatelji računati su kao prosjek prosječnih dnevnih transakcija/količina/prometa.



Valucija

<i>(u milijunima kuna; dobit po dionici u kunama)*</i>	2016.	2015.	% promjena
Zadnja cijena	377,5	334,0	13,0%
Prosječni ponderirani broj dionica	6.929.648	5.987.697	15,7%
Tržišna kapitalizacija	2.615,9	2.000,0	30,8%
EV ¹⁷	3.706,9	2.990,0	24,0%
Dobit po dionici	26,3	66,4	(60,3%)
EV / Prihodi od prodaje	0,9	0,8	7,4%
EV / EBITDA	7,9	6,4	23,7%
EV / EBIT	13,8	10,5	31,5%
Omjer zadnje cijene i dobiti po dionici (P / E)	14,3	5,0	184,9%

***Napomena:** svi pokazatelji računati su na način da su stavke računa dobiti i gubitka računane na razini zadnjih 12 mjeseci dok su bilančne stavke uzete na kraju razdoblja.

Prosječni ponderirani broj dionica je u 2016. značajno viši u odnosu na 2015. uslijed provedene dokapitalizacije u srpnju 2015. Viši prosječni ponderirani broj dionica u 2016. te značajne jednokratne stavke u 2015., rezultiralo je nižom izvještajnom dobiti po dionici u 2016. Dobit po dionici na pro-forma razini u 2015., bez utjecaja jednokratnih stavaka, iznosila bi 26,6 kuna po dionici. Istovremeno, dobit po dionici u 2016. bez utjecaja troškova povezanih s procesom prodaje Pića iznosila bi 26,8 kuna po dionici.

¹⁷Eng. Enterprise value: Tržišna kapitalizacija + Neto dug + Manjinski interesi.

Dodatne tablice za 2016.

Izveštajni prihodi od prodaje po kategorijama u 2016.¹⁸

<i>(u milijunima kuna)</i>	2016.	% prihoda od prodaje	2015.	% prihoda od prodaje	% promjena
SPP Prehrana	3.370,3	80,5%	2.821,8	77,8%	19,4%
Kulinarstvo	889,3	21,2%	867,2	23,9%	2,5%
Slastice, žitarice za odrasle, snack i napitci	343,9	8,2%	287,0	7,9%	19,8%
Lino svijet	242,3	5,8%	240,8	6,6%	0,6%
Mediterranska prehrana, kondimenti i osnovna hrana	707,1	16,9%	637,1	17,6%	11,0%
Mesni program	273,2	6,5%	290,8	8,0%	(6,1%)
Pekarstvo i mlinarstvo	427,9	10,2%	155,6	4,3%	175,0%
Ostala prodaja	486,6	11,6%	343,3	9,5%	41,8%
SPP Farmaceutika	815,2	19,5%	805,0	22,2%	1,3%
Lijekovi na recept	587,3	14,0%	556,3	15,3%	5,6%
Bezreceptni program	94,4	2,3%	90,1	2,5%	4,9%
Ostala prodaja	133,5	3,2%	158,6	4,4%	(15,8%)
Grupa Podravka	4.185,5	100,0%	3.626,8	100,0%	15,4%

U prvome kvartalu 2016. godine provedena je reorganizacija postojećih kategorija segmenta Prehrane sa svrhom efikasnijeg upravljanja postojećim i novim robnim markama. U nastavku se radi boljeg razumijevanja kategorija pruža prikaz sastava pojedine kategorije segmenta Prehrane:

- (i) **Kulinarstvo**: dosadašnje potkategorije, Žito začini,
- (ii) **Slastice, žitarice za odrasle, snack i napitci**: dosadašnje potkategorije, Podravka Žitarice za odrasle (prethodno bile u kategoriji Dječja, za doručak i ostala hrana), Žito žitarice za doručak, Žito konditorstvo, Žito čaj,
- (iii) **Lino svijet**: Dječja hrana, Žitarice za djecu, Kremni namazi i ostali asortiman vezan za Lino brand (sve navedeno prethodno je bilo u kategoriji Dječja, za doručak i ostala hrana),
- (iv) **Mediterranska prehrana, kondimenti i ostalo**: Mediteranska prehrana, Voće, Povrće, Kondimenti, Žito tjestenina, Žito riža, Žito zamrznuta i pothlađena hrana, Žito žitarice (kaše, pahuljice, grahorice),

¹⁸2015. reklasificirana, vidjeti Bilješke uz financijske izvještaje.



(v) **Mesni program:** dosadašnje potkategorije,

(vi) **Pekarstvo i mlinarstvo:** Podravka Pekarstvo i mlinarstvo, Žito Pekarstvo i mlinarstvo,

(vii) **Ostala prodaja:** Podravka i Žito ostala prodaja koja se odnosi na proizvodnju privatnih robnih marki, uslužnu proizvodnju, trgovačku robu i ostalo što nije vezano za vlastite brandove.

Povijesni prikaz kretanja prihoda od prodaje prema novoj kategorizaciji*

<i>(u milijunima kuna)</i>	2013.	2014.	2015.
Kulinarstvo	934,4	903,6	927,0
Slastice, žitarice za odrasle, snack i napitci	304,1	264,9	261,1
Lino svijet	256,6	252,0	257,6
Mediterranska prehrana, kondimenti i osnovna hrana	571,4	567,8	643,0
Mesni program	281,6	300,5	303,5
Pekarstvo i mlinarstvo	76,9	60,8	50,3

***Napomena:** tablica uključuje samo asortiman Grupe Podravka. Navedeni prihodi nisu umanjeni za iznos reklasifikacije dijela troškova marketinga.



Izveštajni prihodi od prodaje po regijama u 2016.¹⁹

<i>(u milijunima kuna)</i>	2016.	% prihoda od prodaje	2015.	% prihoda od prodaje	% promjena
Regija Adria	2.997,5	71,6%	2.590,8	71,4%	15,7%
Hrvatska	1.391,8	33,3%	1.416,9	39,1%	(1,8%)
Slovenija	785,5	18,8%	369,9	10,2%	112,3%
Bosna i Hercegovina	453,3	10,8%	463,6	12,8%	(2,2%)
Ostale zemlje	366,9	8,8%	340,4	9,4%	7,8%
Regija Europa	778,8	18,6%	703,3	19,4%	10,7%
Srednja Europa	480,4	11,5%	491,8	13,6%	(2,3%)
Zapadna Europa	298,4	7,1%	211,5	5,8%	41,1%
Regija Rusija, ZND i Baltik	262,1	6,3%	193,1	5,3%	35,8%
Rusija	240,9	5,8%	175,8	4,8%	37,0%
Ostale zemlje	21,2	0,5%	17,2	0,5%	22,8%
Regija Nova tržišta	147,2	3,5%	139,7	3,9%	5,4%
Grupa Podravka	4.185,5	100,0%	3.626,8	100,0%	15,4%

¹⁹2015. reklasificirana, vidjeti Bilješke uz financijske izvještaje.

Konsolidirani financijski izvještaji u 2016.

Konsolidirani izvještaj o dobiti u 2016.

<i>(u tisućama kuna)</i>	2016.	% prihoda od prodaje	2015.	% prihoda od prodaje	% promjena
Prihodi od prodaje ²⁰	4.185.520	100,0%	3.626.796	100,0%	15,4%
Troškovi sadržani u prodanim proizvodima	(2.666.632)	(63,7%)	(2.241.737)	(61,8%)	19,0%
Bruto dobit	1.518.888	36,3%	1.385.059	38,2%	9,7%
Opći i administrativni troškovi	(330.645)	(7,9%)	(324.141)	(8,9%)	2,0%
Troškovi prodaje i distribucije	(574.449)	(13,7%)	(521.281)	(14,4%)	10,2%
Troškovi marketinga	(371.449)	(8,9%)	(353.969)	(9,8%)	4,9%
Ostali troškovi / (prihodi), neto	26.548	0,6%	99.577	2,7%	(73,3%)
Operativna dobit	268.893	6,4%	285.245	7,9%	(5,7%)
Financijski prihodi	5.079	0,1%	2.745	0,1%	85,0%
Ostali financijski troškovi	(9.780)	(0,2%)	(14.151)	(0,4%)	(30,9%)
Rashodi od kamata po kreditima	(31.216)	(0,7%)	(36.926)	(1,0%)	(15,5%)
Neto tečajne razlike po kreditima	5.986	0,1%	4.333	0,1%	38,2%
Neto financijski troškovi	(29.931)	(0,7%)	(43.999)	(1,2%)	(32,0%)
Dobit prije poreza	238.962	5,7%	241.246	6,7%	(0,9%)
Tekući porez na dobit	(11.369)	(0,3%)	(5.439)	(0,1%)	109,0%
Odgođeni porez	(39.840)	(1,0%)	167.457	4,6%	n/p
Porez na dobit	(51.209)	(1,2%)	162.019	4,5%	n/p
Dobit za godinu	187.753	4,5%	403.265	11,1%	(53,4%)
Dobit / (gubitak) za raspodjelu:					
Vlasnicima matice	182.399	4,4%	397.310	11,0%	(54,1%)
Vlasnicima nevladajućih udjela	(5.354)	(0,1%)	(5.955)	(0,2%)	(10,1%)

²⁰2015. reklasificirana, vidjeti Bilješke uz financijske izvještaje.



Konsolidirani izvještaj o financijskom položaju na 31. prosinca 2016. godine

<i>(u tisućama kuna)</i>	31.12.2016.	% udjela	31.12.2015.	% udjela	% promjena
IMOVINA					
Dugotrajna imovina					
Goodwill	26.024	0,5%	26.290	0,5%	(1,0%)
Nematerijalna imovina	267.984	5,1%	284.511	5,7%	(5,8%)
Nekretnine, postrojenja i oprema	2.304.442	43,6%	1.937.978	38,8%	18,9%
Odgođena porezna imovina	185.769	3,5%	230.946	4,6%	(19,6%)
Dugotrajna financijska imovina	17.028	0,3%	18.715	0,4%	(9,0%)
Ukupna dugotrajna imovina	2.801.247	53,0%	2.498.440	50,1%	12,1%
Kratkotrajna imovina					
Zalihe	773.595	14,6%	783.490	15,7%	(1,3%)
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja*	1.177.321	22,3%	1.159.394	23,2%	1,5%
Financijska imovina po fer vrijednosti kroz dobit ili gubitak	751	0,0%	215	0,0%	249,3%
Potraživanje za porez na dobit	10.738	0,2%	34.617	0,7%	(69,0%)
Novac i novčani ekvivalenti	337.611	6,4%	291.877	5,8%	15,7%
Dugotrajna imovina namijenjena prodaji	184.465	3,5%	223.561	4,5%	(17,5%)
Ukupna kratkotrajna imovina	2.484.481	47,0%	2.493.154	49,9%	(0,3%)
Ukupna imovina	5.285.728	100,0%	4.991.594	100,0%	5,9%
<i>(u tisućama kuna)</i>	31.12.2016.	% udjela	31.12.2015.	% udjela	% promjena
GLAVNICA I OBVEZE					
Kapital i pričuve					
Dionički kapital	1.681.261	31,8%	1.685.955	33,8%	(0,3%)
Pričuve	612.643	11,6%	549.840	11,0%	11,4%
Zadržana dobit / (preneseni gubitak)	583.272	11,0%	514.250	10,3%	13,4%
Udjeli vlasnika matice	2.877.176	54,4%	2.750.045	55,1%	4,6%
Nevladajući udjeli	49.218	0,9%	67.712	1,4%	(27,3%)
Ukupna glavnica	2.926.394	55,4%	2.817.757	56,5%	3,9%
Dugoročne obveze					
Kredit i zajmovi	998.535	18,9%	752.244	15,1%	32,7%
Rezerviranja	70.675	1,3%	64.126	1,3%	10,2%
Ostale dugoročne obveze	21.179	0,4%	19.611	0,4%	8,0%
Odgođena porezna obveza	50.764	1,0%	56.475	1,1%	(10,1%)
Ukupne dugoročne obveze	1.141.153	21,6%	892.456	17,9%	27,9%
Kratkoročne obveze					
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze*	805.270	15,2%	777.812	15,6%	3,5%
Obveze za porez na dobit	5.260	0,1%	2.251	0,0%	133,7%
Financijske obveze po fer vrijednosti kroz dobit ili gubitak	4.197	0,1%	2.469	0,0%	70,0%
Kredit i zajmovi	376.618	7,1%	459.544	9,2%	(18,0%)
Rezerviranja	26.836	0,5%	39.305	0,8%	(31,7%)
Ukupne kratkoročne obveze	1.218.181	23,0%	1.281.381	25,7%	(4,9%)
Ukupne obveze	2.359.334	44,6%	2.173.837	43,5%	8,5%
Ukupna glavnica i obveze	5.285.728	100,0%	4.991.594	100,0%	5,9%

*2015. prepravljena, vidjeti Bilješke uz financijske izvještaje.

Konsolidirani izvještaj o novčanom toku u 2016.

<i>(u tisućama kuna)</i>	2016.	2015.	% promjene
Dobit / (gubitak) tekuće godine	187.753	403.265	(53,4%)
Porez na dobit	51.209	(162.019)	n/p
Amortizacija	191.430	148.314	29,1%
Dobit od povoljne kupnje	-	(140.461)	n/p
(Dobici) / Gubici od umanjenja nekretnina, postrojenja, opreme i nematerijalne imovine	1.867	11.050	(83,1%)
(Dobici) / Gubici od umanjenja vrijednosti imovine namijenjene prodaji	9.299	23.554	(60,5%)
Ukidanje umanjenja vrijednosti imovine namijenjene prodaji	(222)	-	n/p
Kapitalna pričuva ESOP	(216)	-	n/p
Promjena u fer vrijednosti financijskih instrumenata	1.465	(156)	n/p
Trošak isplata s temelja dionica	7.995	9.822	(18,6%)
(Dobici) / Gubici od prodaje i rashoda dugotrajne imovine	(6.188)	(1.345)	360,1%
(Dobici) / Gubici od prodaje imovine namijenjene prodaji	(729)	(864)	(15,6%)
(Dobici) / Gubici od prodaje dionica	(18)	-	n/p
Vrijednosno usklađenje kupaca	2.746	8.177	(66,4%)
(Smanjenje) / povećanje rezerviranja	(5.920)	(14.878)	(60,2%)
Prihod od kamata	(5.079)	(2.247)	126,0%
Prihod od ukidanja obveza	(1.704)	-	n/p
Trošak kamata	36.918	42.831	(13,8%)
Učinak promjene tečaja	(7.038)	(3.290)	113,9%
Promjene u radnom kapitalu:			
(Povećanje) / smanjenje zaliha	15.134	(30.949)	n/p
(Povećanje) / smanjenje potraživanja	(856)	(8.360)	(89,8%)
Povećanje / (smanjenje) obveza	37.115	55.113	(32,7%)
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti	514.961	337.557	52,6%
Plaćeni porez	(2.126)	(20.225)	(89,5%)
Plaćene kamate	(36.097)	(43.106)	(16,3%)
Neto novac ostvaren poslovnim aktivnostima	476.738	274.226	73,8%
Novčani tok iz ulagateljskih aktivnosti			
Kupnja nekretnina, postrojenja, opreme i nematerijalne imovine	(437.112)	(271.238)	61,2%
Nabava imovine namijenjene za prodaju	-	(3.733)	n/p
Izdaci za kupovinu vlasničkih vrijednosnih papira	(884)	-	n/p
Prodaja imovine namijenjene za prodaju	64.700	-	n/p
Primici od prodaje nekretnina, postrojenja, opreme i nematerijalne imovine	8.155	5.928	37,6%
Prihod od prodaje dionica	672	-	n/p
Dani krediti	(619)	(969)	(36,1%)
Otplata danih kredita	1.391	349	298,6%
Neto novac od ulaganja u novčane fondove	(274)	2.318	n/p
Naplaćene kamate	5.079	2.247	126,0%
Stjecanje ovisnih društava, neto od stečenog novca	-	(410.728)	n/p
Neto novac od ulagačkih aktivnosti	(358.892)	(675.826)	(46,9%)
Novčani tok od financijskih aktivnosti			
Isplata dividende	(48.480)	-	n/p
Stjecanje dodatnih manjinskih interesa	(8.827)	-	n/p
Primici od izdavanja redovnih dionica	-	506.394	n/p
Kupovina vlastitih dionica	(12.977)	(5.899)	120,0%
Prodaja vlastitih dionica	3.308	4.792	(31,0%)
Primljeni krediti i zajmovi	853.619	480.513	77,6%
Otplata kredita i zajmova	(858.754)	(512.801)	67,5%
Neto novac korišten u financijskim aktivnostima	(72.112)	472.999	n/p
Neto (smanjenje) / povećanje novca i novčanih ekvivalenata	45.734	71.399	(35,9%)
Novac i novčani ekvivalenti na početku godine	291.877	220.478	32,4%
Novac i novčani ekvivalenti na kraju godine	337.611	291.877	15,7%



Konsolidirani izvještaj o promjenama glavnice u 2016.

<i>(u tisućama kuna)</i>	Dionički kapital	Rezerva za vlastite dionice	Zakonske rezerve	Rezerva za reinvestiranu dobit	Statutarne rezerve	Ostale rezerve	Zadržana dobit	Ukupno	Nevladajući udjeli	Ukupno
Stanje 1. siječnja 2015. godine	1.063.548	67.604	16.543	298.138	43.956	41.299	217.569	1.748.657	36.605	1.785.262
<i>Sveobuhvatna dobit</i>										
Dobit za godinu	-	-	-	-	-	-	397.310	397.310	5.955	403.265
Tečajne razlike	-	-	-	-	-	1.334	-	1.334	(8)	1.326
Aktuarski gubici (neto od odgođenog poreza)	-	-	-	-	-	(225)	-	(225)	-	(225)
Ukupna sveobuhvatna dobit	-	-	-	-	-	1.109	397.310	398.419	5.947	404.366
<i>Transakcije s vlasnicima priznate direktno u glavnici</i>										
Povećanje kapitala emisijom novih dionica	506.394	-	-	-	-	-	-	506.394	-	506.394
Povećanje kapitala po osnovu reinvestirane dobiti	108.400	-	-	(108.400)	-	-	-	-	-	-
Prijenos iz zadržane dobiti	-	80.000	14.388	-	3.051	3.190	(100.629)	-	-	-
Kupovina vlastitih dionica	(5.899)	-	-	-	-	-	-	(5.899)	-	(5.899)
Realizacija opcija	3.690	-	-	-	-	-	-	3.690	-	3.690
Fer vrijednost isplata s temelja dionica	9.822	-	-	-	-	-	-	9.822	-	9.822
Stjecanje ovisnih društava	-	-	-	-	-	-	-	-	289.326	289.326
Efekt stjecanja dodatnih manjinskih udjela	-	-	-	-	-	88.962	-	88.962	(264.166)	(175.204)
Ukupno transakcije s vlasnicima priznate direktno u glavnici	622.407	80.000	14.388	(108.400)	3.051	92.152	(100.629)	602.969	25.160	628.129
Stanje 31. prosinca 2015. godine	1.685.955	147.604	30.931	189.738	47.007	134.560	514.250	2.750.045	67.712	2.817.757
<i>Sveobuhvatna dobit</i>										
Dobit za godinu	-	-	-	-	-	-	182.399	182.399	5.354	187.753
Efekt prodanog društva	-	-	-	-	-	-	(40)	(40)	-	(40)
Tečajne razlike	-	-	-	-	-	(8.946)	-	(8.946)	(207)	(9.153)
Dobit ili gubitak s osnove ponovnog vrednovanja financijske imovine raspoložive za prodaju	-	-	-	-	-	347	-	347	-	347
Aktuarski gubici (neto od odgođenog poreza)	-	-	-	-	-	(1.583)	-	(1.583)	-	(1.583)
Ostala sveobuhvatna dobit	-	-	-	-	-	(10.182)	(40)	(10.222)	(207)	(10.429)
Ukupna sveobuhvatna dobit	-	-	-	-	-	(10.182)	182.359	172.177	5.147	177.324
<i>Transakcije s vlasnicima i prijenosi priznate direktno u glavnici</i>										
Prijenos iz zadržane dobiti	-	-	11.006	-	8.548	45.303	(64.857)	(0)	-	(0)
Kupovina vlastitih dionica	(12.977)	-	-	-	-	-	-	(12.977)	-	(12.977)
Realizacija opcija	504	-	-	-	-	-	-	504	-	504
Fer vrijednost isplata s temelja dionica	7.779	-	-	-	-	-	-	7.779	-	7.779
Isplata dividende	-	-	-	-	-	-	(48.480)	(48.480)	-	(48.480)
Efekt stjecanja dodatnih manjinskih udjela	-	-	-	-	-	8.128	-	8.128	(23.641)	(15.513)
Ukupno transakcije s vlasnicima priznate direktno u glavnici	(4.694)	-	11.006	-	8.548	53.431	(113.337)	(45.046)	(23.641)	(68.687)
Stanje 31. prosinca 2016. godine	1.681.261	147.604	41.937	189.738	55.555	177.809	583.272	2.877.176	49.218	2.926.394



Bilješke uz financijske izvještaje

Grupa je od 1. siječnja 2016. godine promijenila politiku iskazivanja prihoda od prodaje. Određene naknade i odobrenja koja se odobravaju kupcima za razne promotivne i marketinške aktivnosti do sada su bile iskazivane u okviru troškova marketinga. S obzirom da se takve aktivnosti definiraju u okviru ugovora o prodaji i javljaju s ciljem generiranja prihoda od prodaje, od 2016. godine Grupa takve naknade smatra umanjenjem prihoda od prodaje čime Grupa realnije iskazuje prihode od prodaje i izjednačava se s opće prihvaćenom praksom ostalih društava u sektoru prodaje robe široke potrošnje. U skladu s novom politikom iskazivanja prihoda od prodaje, reklasificirani su prihodi od prodaje za 2015. Promjena politike priznavanja prihoda nema utjecaj na neto rezultat i zaradu po dionici Grupe.

Grupa je donijelo odluku da od 1. siječnja 2016. godine brandu kojem je dominantno prodajno tržište Poljska promijeni korisni vijek trajanja iz neograničenog u ograničeni korisni vijek trajanja te sukladno tome počelo obračunavati amortizaciju kroz razdoblje od 6 godina. Utjecaj promjene u tekućoj godini bio je povećanje troška amortizacije za 5.194 tisuće kuna.

Grupa je prepravila početno stanje i priznala potraživanje po eskontiranim mjenicama i priznalo obvezu prema faktoringu. Potraživanja od kupaca uključuju potraživanja po eskontiranim mjenicama koja su predmet ugovora o faktoringu. Prema tim ugovorima Grupa je prenijela mjenice na faktoring kuću u zamjenu za novac. Grupa je zadržala rizik neplaćanja originalnog dužnika te je pripadajuća obveza prema faktoring kući prikazana unutar ostalih obveza. Obveze prema faktoringu odnose se na obveze po regresnom pravu eskontiranih mjenica nekoliko kupaca koje su eskontirane kod više faktoring kuća. Obveze su beskamratne za Grupu.

Predsjednik Uprave:

Zvonimir Mršić



Izjava o odgovornosti

Koprivnica, 20. veljače 2017.

IZJAVA OSOBA ODGOVORNIH ZA SASTAVLJANJE FINANCIJSKIH IZVJEŠTAJA

Konsolidirani financijski izvještaji Grupe Podravka za razdoblje 1.- 12. 2016. godine pripremljeni su u skladu sa Zakonom o računovodstvu Republike Hrvatske i Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFI) te daju cjelovit i istinit prikaz imovine i obveza, dobitka i gubitka, financijskog položaja i poslovanja Grupe i svih povezanih društva uključenih u konsolidaciju.

Konsolidirani financijski izvještaji Grupe Podravka za razdoblje 1.- 12. 2016. godine odobrila je Uprava PODRAVKE d.d. na sjednici održanoj 20. veljače 2017. godine.

Direktorica korporativnog Računovodstva i poreza:
Senka Laljek

Član Uprave :
Iva Brajević



Kontakt

Podravka d.d.

Ante Starčevića 32, 48 000 Koprivnica

www.podravka.hr

Odnosi s investitorima

e-mail: ir@podravka.hr

Tel: 048 65 16 65