



KORPORATIVNE KOMUNIKACIJE

Koprivnica, 30. listopada 2013.

## *PRIOPĆENJE ZA MEDIJE*

REZULTATI POSLOVANJA GRUPE PODRAVKA ZA RAZDOBLJE 1.-9.2013.  
GODINE

**Neto dobit Grupe Podravka rasla 17 posto i iznosi 136,6 milijuna kuna**

- **Profitabilnost Grupe Podravka raste na svim razinama**
- **Jednokratne stavke (otpremnine) u promatranom razdoblju iznose 41,7 milijuna kuna**
- **Neto dug niži za 173 milijuna kuna**

Grupa Podravka u prvih devet mjeseci 2013. godine ostvarila je 136,6 milijuna kuna neto dobiti, bez jednokratnih stavki, što predstavlja rast od 17 posto u usporedbi s neto dobiti istog razdoblja 2012. godine prikazane na usporediv način. Bruto dobit Grupe Podravka za navedeno razdoblje iznosi 1.079,8 milijuna kuna i viša je od istog razdoblja prošle godine za 4 posto dok je EBITDA porasla za 11 posto i iznosi 271,8 milijuna kuna.

„Pozitivan trend na svim razinama profitabilnosti Grupe Podravka iz prvog polugodišta nastavio se i u narednom razdoblju. Navedene brojke govore nam kako su poslovne odluke, koje se u kontekstu vremena u kojem se trenutno gospodarstvo nalazi mogu smatrati možda nepopularnima, bile u potpunosti opravdane. Svjesni smo činjenice da započet posao zasigurno nije završio te ćemo nastaviti s izgradnjom čvrstih temelja kako bi naša kompanija mogla u potpunosti odgovoriti vrlo složenim i sve zahtjevnijim tržišnim uvjetima.“ – naglasio je Zvonimir Mršić, predsjednik Uprave Podravke prigodom objave devetomjesečnih poslovnih rezultata.

Promatrajući navedeno razdoblje, vidljiv je kvalitetan pomak i u upravljanju troškovima poslovanja Grupe Podravka gdje ukupni troškovi bilježe pad od oko 4 posto u odnosu na isto razdoblje prošle godine. U strukturi troškova, jedino



KORPORATIVNE KOMUNIKACIJE

troškovi marketinga bilježe porast, uslijed većih marketinških aktivnosti, dok ostali troškovi bilježe značajno smanjenje.

Posebno vrijedi istaknuti kako je neto dug na dan 30.09.2013. godine niži za 173 milijuna kuna u usporedbi s krajem 2012. godine što svakako govori o sustavnom i kvalitetnom upravljanju razine zaduženosti Grupe Podravka.

Ukupna prodaja Grupe Podravka u prvih devet mjeseci 2013. godini iznosila je 2.618,9 milijuna kuna, što predstavlja pad prodaje od 3 posto u odnosu na isto razdoblje 2012. godine.

Prodaja strateškog poslovnog područja Prehrana i pića iznosila je 2.032,8 milijuna kuna i niža je za 4 posto u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Navedeni pad prodaje prvenstveno proizlazi iz niže razine prodaje na domaćem tržištu koje karakterizira dugotrajna recesija te pad osobne potrošnje, a značajan utjecaj imalo je i svjesno ukidanje proizvodnog asortimana s nezadovoljavajućom profitabilnošću. Istovremeno, tržišta srednje Europe, jugoistočne Europe te zapadne Europe, preoceanskih zemalja i Dalekog istoka ostvaruju rast prodaje, uz najveći doprinos Poljske, Mađarske i Austrije.

Prodaja Strateškog poslovnog područja Farmaceutika za prvih devet mjeseci ove godine iznosila je 586,1 milijuna kuna, što predstavlja porast prodaje od 1 posto u odnosu na isto razdoblje 2012. godine. Porast prodaje Farmaceutike generiran je rastom prodaje na inozemnim tržištima, koja bilježe rast od 4 posto, uz najveći doprinos tržišta Rusije te Bosne i Hercegovine.