



KORPORATIVNE KOMUNIKACIJE

Koprivnica, 28. veljače 2020. godine

PRIOPĆENJE ZA MEDIJE

REZULTATI POSLOVANJA GRUPE PODRAVKA ZA 2019. GODINU

Grupa Podravka nastavlja sa snažnim rastom

- Prihodi od prodaje porasli za 177,3 milijuna kuna odnosno 4,2 posto
- Ostvarena neto dobit u iznosu od 221,6 milijuna kuna što predstavlja rast od 7,7 posto u odnosu na godinu ranije
- Navedeno ostvarenje rezultat je organskog rasta bez izvanrednih utjecaja
- I u 2019. godini nastavljeno je sa strategijom smanjenja zaduženosti, što je rezultiralo sa smanjenjem kratkoročnih i dugoročnih kredita i zajmova za 190,0 milijuna kuna
- Prosječna ponderirana dnevna cijena dionice Podravke porasla za 35,6 posto u odnosu na 2018. godinu

Nadzorni odbor Podravke d.d. potvrdio je nerevidirane rezultate poslovanja Grupe Podravka za 2019. godine te izrazio veliko zadovoljstvo ostvarenim pokazateljima. Nakon 2018. godine koja je bila jedna od najuspješnijih poslovnih godina u dugogodišnjoj povijesti, Grupa Podravka nastavila je s uspješnim poslovanjem i u 2019. godini. Ostvarena neto dobit od čak 221,6 milijuna kuna rezultat je prvenstveno organskog rasta, bez izvanrednih utjecaja.

„Rezultati za proteklu godinu posljedica su fokusa na organski rast i naša prirodna tržišta, a to nam daje za pravo da konstatiramo kako su usvojene strateške smjernice s početka našeg mandata bile u potpunosti ispravne i



KORPORATIVNE KOMUNIKACIJE

opravdane. Posebno nas veseli činjenica da smo, unatoč značajnijem izdvajanju sredstava za unaprjeđenje statusa i položaja naših radnika te rastu ulaznih inputa proizašlih iz trendova na globalnom tržištu u protekloj godini, ostvarili rast profitabilnosti na gotovo svim razinama poslovanja. Uvjereni smo kako ćemo i u narednom razdoblju nastaviti s pozitivnim trendovima poslovanja te nas pored toga očekuje i snažniji investicijski ciklus usmjeren na modernizaciju naše kompanije.“ – **istaknuo je Marin Pucar, predsjednik Uprave Podravke prilikom objave rezultata poslovanja za 2019. godinu.**

Neto dobit Grupe Podravka za 2019. godinu iznosila je 221,6 milijuna kuna odnosno 7,7 posto više u odnosu na godinu ranije. Rast prodaje organskog asortimana uz istovremenu kontrolu operativnih troškova rezultiralo je s rastom profitabilnosti.

Prihodi od prodaje Grupe Podravka porasli su za 177,3 milijuna kuna te su iznosili 4.409,4 milijuna kuna što predstavlja rast od 4,2 posto u odnosu na godinu ranije. Na kretanje prihoda od prodaje utjecao je rast oba poslovna segmenta, Prehrane i Farmaceutike, uslijed povećanih prodajno-marketinških aktivnosti te potražnje za novo lansiranim inoviranim proizvodima.

Segment Prehrane ostvario je 3.454,0 milijuna kuna prihoda od prodaje odnosno povećanje od 118,8 milijuna kuna u odnosu na prethodnu godinu. U okviru navedenog segmenta svi poslovni programi ostvarili su rast prihoda od prodaje te je ostvaren rast vlastitih brandova za 4,1 posto, ponajviše uslijed intenzivnijih prodajno – marketinških aktivnosti, potražnje za novo lansiranim proizvodima te širenja distribucije pojedinih kategorija. Najveći relativni rast ostvarili su poslovni program Riba od 15,2 posto te Dječja hrana, slastice i snack 7 posto dok je najveći apsolutni rast ostvario poslovni program Kulinarstvo i to u iznosu od 40,7 milijuna kuna što predstavlja rast od 4,5 posto u odnosu na prethodnu godinu.



KORPORATIVNE KOMUNIKACIJE

Drugi segment Grupe Podravka, Farmaceutika ostvarila je 955,4 milijuna kuna prihoda od prodaje što predstavlja rast od 6,5 posto u odnosu na godinu prije. Vlastiti brandovi Farmaceutike ostvarili su rast od 4,9 posto, ponajviše uslijed rasta potražnje i prodaje na tržištima Rusije, Hrvatske, Srbije i Slovačke. Vrijedi spomenuti kako je najveći relativni rast od 9,5 ostvarila kategorija Bezreceptnog programa, dok je kategorija Lijekovi na recept ostvarila najveći apsolutni porast prihoda od prodaje u iznosu od 26,5 milijuna kuna odnosno 4,1 posto više od prethodne godine.

Kada je riječ o ostvarenju prihoda od prodaje Grupe Podravka po regijama, najveći relativni porast u iznosu od 14,5 posto zabilježen je u regiji Istočna Europa te 6,8 posto u regiji Zapadna Europa i prekooceanske zemlje. Adria regija, kao najznačajnije tržište Grupe Podravka, ostvarila je najveći apsolutni rast prihoda od prodaje i to u iznosu od 118,1 milijuna kuna što predstavlja rast od 4 posto.

Na razini 2019. godine cijena dionice Podravke ostvarila je rast od 29,1 posto, čime je nadmašila rast domaćih dioničkih indexa CROBEX i CROBEX10 koji su pojedinačno porasli 15,4 posto odnosno 18,0 posto. Vrijedi spomenuti kako je u 2019. godini prosječna ponderirana dnevna cijena dionice Podravke porasla za 35,6 posto u odnosu na 2018. godinu.

Fokus menadžmenta i u nastavku godine biti će na provedbi strategije poslovanja koju se može sažeti u tri ključne točke: fokus na tradicionalna tržišta na kojima je Grupa Podravka već etablirani proizvođač, ulaganje u daljnji razvoj vlastitih brandova i inoviranje proizvoda te efikasno upravljanje troškovima.