



KORPORATIVNE KOMUNIKACIJE

Koprivnica, 30. travnja 2020. godine

PRIOPĆENJE ZA MEDIJE

REZULTATI POSLOVANJA GRUPE PODRAVKA ZA 1.- 3. 2020. GODINE

Grupa Podravka i u otežanim uvjetima poslovanja nastavlja sa snažnim rastom

- Prihodi od prodaje porasli za 211,3 milijuna kuna odnosno 20,8 posto
- Ostvarena neto dobit u iznosu od 91 milijun kuna što predstavlja rast od 13,5 posto u odnosu na godinu ranije
- Dvoznamenkasti rast prodaje vlastitih brendova ostvaren je u oba segmenta poslovanja, Prehrani i Farmaceutici
- U vrlo otežanim i kompleksnim uvjetima poslovanja, posebice tijekom mjeseca ožujka, 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 nerevidirane rezultate poslovanja Grupe Podravka za prvo tromjesečje 2020. godine te izrazio veliko zadovoljstvo ostvarenim pokazateljima, s obzirom na vrlo otežane uvjete poslovanja prouzrokovane utjecajem pandemije COVIDa - 19.

„Gledajući na rezultate poslovanja Grupe Podravka za prva tri mjeseca tekuće godine prije svega moramo odati priznanje našim zaposlenicima s kojima smo u vrlo kratkom roku odgovorili na razne neplanirane izazove i prilagodili poslovanje naše kompanije novonastaloj, izvanrednoj situaciji. Na brojne negativne utjecaje na poslovanje uspjeli smo odgovoriti povećanjem prihoda od



KORPORATIVNE KOMUNIKACIJE

prodaje naših proizvoda te na taj način podići profitabilnost Grupe Podravka na još višu razinu. Ono na što smo posebno ponosni je da smo uspjeli održati naše javno obećanje za dostatnošću naših proizvoda na policama brojnih trgovina diljem svijeta te ih na taj način učinili dostupnima našim vjernim potrošačima. “ – **naglasio je Marin Pucar, predsjednik Uprave Podravke prilikom objave rezultata poslovanja.**

Neto dobit Grupe Podravka za prvo tromjesečje 2020. godine iznosila je 91 milijun kuna što predstavlja rast od 13,5 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 211,3 milijuna kuna te su iznosili 1.228,7 milijuna kuna što predstavlja rast od 20,8 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, gdje je rast prihoda od prodaje iz prva dva mjeseca nešto snažnije potaknut u trećem mjesecu, a pod utjecajem pojave COVIDa-19.

Segment Prehrane ostvario je 970,9 milijuna kuna prihoda od prodaje što predstavlja povećanje od 155,4 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 brendova za gotovo 21 posto odnosno za 157,9 milijuna kuna. Najveći rast u iznosu od 45,9 milijuna kuna ostvaren je kod poslovnog programa Kulinarstvo te kod poslovnog programa Žito i Lagris u iznosu od 34,1 milijun kuna. Kod poslovnog programa Mesni proizvodi, jela i namazi zabilježen je rast prihoda od prodaje u iznosu od 24,1 milijun kuna, kod poslovnog programa Podravka hrana 22,8 milijuna kuna, poslovni program Riba porastao je za 16,4 milijuna dok je poslovni program Dječja hrana, slastice i snack ostvario rast prihoda od prodaje u iznosu od 14,5 milijuna kuna u odnosu na usporedno razdoblje godinu ranije.



KORPORATIVNE KOMUNIKACIJE

Drugi segment Grupe Podravka, Farmaceutika ostvarila je 257,9 milijuna kuna prihoda od prodaje što predstavlja rast od 56 milijuna kuna u odnosu na godinu ranije. Vlastiti brendovi Farmaceutike ostvarili su rast u iznosu od 40,8 milijuna kuna odnosno 25,2 posto. U navedenom segmentu najveći rast u iznosu od 25,1 milijuna kuna ostvaren je u kategoriji Lijekovi na recept dok je kategorija Bezreceptni program ostvarila rast prihoda od prodaje u iznosu od 15,7 milijuna kuna.

Kada je riječ o ostvarenju prihoda od prodaje Grupe Podravka po regijama, najveći rast u iznosu od 173,8 milijuna kuna zabilježen je u Adria regiji, potom u regiji Centralna Europa u iznosu od 30,4 te regiji Zapadna Europa i prekooceanske zemlje u iznosu od 9,1 milijuna kuna dok je regija Istočna Europa zadržala prošlogodišnju razinu prihoda od prodaje.

Vrijedi istaknuti, kako je unatoč brojnim negativnim utjecajima COVIDa-19 na poslovanje (rast cijena sirovina i ambalaže, rast cijena usluga prijevoza te otežani uvjeti isporuke proizvoda, utjecaj tečajnih razlika i sl.), Grupa Podravka nakon pozitivnih trendova poslovanja iz prva dva mjeseca tekuće godine uspjela sačuvati i nastaviti s pozitivnim trendovima poslovanja i u mjesecu ožujku što još jednom potvrđuje činjenicu o sposobnosti kompanije za prilagodbom poslovanja i u ovakvim nepredviđenim, izvanrednim situacijama. Utjecaj 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 je spremna odgovoriti na razne izazove koji je moguće očekuju u narednom razdoblju.