



KORPORATIVNE KOMUNIKACIJE

Koprivnica, 22. srpnja 2016. godine

PRIOPĆENJE ZA MEDIJE

REZULTATI POSLOVANJA GRUPE PODRAVKA ZA 1. - 6. 2016. GODINE

Grupa Podravka u prvoj polovici godine ostvarila rast prihoda i neto dobiti

- prihodi od prodaje ostvarili značajan rast od 26 posto
- neto dobit porasla za gotovo 6 posto
- vlastite marke proizvoda ostvarile 24 posto rasta prihoda od prodaje

Glavno obilježje rezultata poslovanja Grupe Podravka u prvome polugodištu 2016. godine, koje je na svojoj sjednici utvrdila Uprava i Nadzorni odbor Podravke d.d., jest nastavak pozitivnih trendova poslovanja na svim razinama. Valja istaknuti kako je akvizicijom Grupe Žito započela i konsolidacija poslovanja istoimene Grupe s 1. listopada prošle godine u Grupu Podravka što se pozitivno odražava na rezultate poslovanja.

„Uz pozitivan utjecaj konsolidacije Grupe Žito u našu kompaniju, svakako valja naglasiti kako smo i uz vrlo negativan utjecaj tečajnih razlika za prvih šest mjeseci tekuće godine koji nam nije išao u prilog, ostvarili pozitivne pomake i na razini prihoda i na razini neto dobiti Grupe Podravka. U vremenu koje je pred nama slijedi daljnje snaženje kompanije te fokus na dva glavna strateška cilja, a to su konsolidacija i jačanje naše pozicije u Adria regiji te nastavka već započete internacionalizacije izvan Adria regije.“ - istaknuo je predsjednik



KORPORATIVNE KOMUNIKACIJE

Uprave Podravke Zvonimir Mršić prilikom objave rezultata poslovanja za prvo polugodište.

Na razini neto dobiti Grupa Podravka je za prvo polugodište ove godine zabilježila rast od 5,8 posto u odnosu na isto razdoblje godinu ranije i ostvarila 97,3 milijuna kuna neto dobiti.

Prihodi od prodaje Grupe Podravka u prvoj polovici 2016. godine ostvarili su značajan rast od 26,2 posto i iznosili su 1.988,5 milijuna kuna. Strateško poslovno područje Prehrana ostvarilo je prihode od prodaje u iznosu od 1.609,5 milijuna kuna što predstavlja rast od 34,3 posto, a rast se velikim dijelom pripisuje konsolidaciji Grupe Žito. Prihodi od prodaje vlastitih marki proizvoda unutar Strateškog poslovnog područja Prehrana porasli su za 29,5 posto.

Prihodi od prodaje drugog Strateškog poslovnog područja Farmaceutika iznosili su 379,1 milijun kuna te su u odnosu na godinu ranije, usprkos negativnom utjecaju tečajnih razlika, porasli za 0,4 posto. Bez utjecaja tečajnih razlika, segment farmaceutike bi ostvario rast prihoda od 4,7 posto u odnosu na isto razdoblje godinu ranije. Vlastite marke proizvoda u okviru ovog strateškog poslovnog područja ostvarile su rast prihoda od 4,8 posto.

Kada je pak riječ o tržištima Grupe Podravka, vrijedi spomenuti kako su sve četiri regije ostvarile porast prihoda od prodaje u odnosu na prvu polovicu 2015. godine. Najveći rast prihoda zabilježila je Regija Rusija, ZND i Baltik i to 68,2 posto pri čemu se podjednaki doprinos pripisuje i Prehrani i Farmaceutici.

Treba spomenuti kako je značajan negativan utjecaj na prihode od prodaje Grupe Podravka imao utjecaj valutnih tečajeva i to u iznosu od 42,6 milijuna kuna. Najveći negativan utjecaj bilježe ruska rublja (-25,6 milijuna kuna) te euro (-5,9 milijuna kuna).