



Rezultati poslovanja Grupe Podravka

za razdoblje 1. - 9. 2016. godine



## Sadržaj

---

Ključni financijski pokazatelji u 1.-9. 2016. ....	3
Značajni događaji u 1.-9. 2016. ....	4
Pregled prihoda od prodaje u 1.-9. 2016. ....	10
Profitabilnost poslovanja u 1.-9. 2016. ....	16
Ključne značajke pro-forma računa dobiti i gubitka u 1.-9. 2016. ....	19
Ključne značajke bilance na 30. rujna 2016. godine ....	20
Ključne značajke izvještaja o novčanom toku u 1.-9. 2016. ....	22
Dionica u 1.-9. 2016. ....	23
Dodatne tablice za 1.-9. 2016. ....	26
Konsolidirani financijski izvještaji u 1.-9. 2016. ....	29
Izjava o odgovornosti.....	34
Kontakt .....	35

## Ključni financijski pokazatelji u 1.-9. 2016.

<i>(u milijunima kuna)</i>	1.-9. 2016.	1.-9. 2015. pro-forma	1.-9. 2015.	1.-9. 2016./ 1.-9. 2015. pro-forma	1.-9. 2016./ 1.-9. 2015.
Prihodi od prodaje <sup>1</sup>	3.030,8	3.053,7	2.462,2	(0,7%)	23,1%
Bruto dobit	1.104,1	1.093,5	957,2	1,0%	15,3%
Bruto marža	36,4%	35,8%	38,9%	+62 bb	-245 bb
EBITDA <sup>2</sup>	337,4	320,8	276,5	5,2%	22,0%
EBITDA marža	11,1%	10,5%	11,2%	+62 bb	-10 bb
Neto dobit nakon MI	142,2	67,1	131,0	111,9%	8,6%
Neto dobit marža nakon MI	4,7%	2,2%	5,3%	+249 bb	-63 bb
Neto novčani tok iz poslovnih aktivnosti	299,3	109,3	32,3	173,9%	826,9%
Kapitalna ulaganja	383,7	150,1	144,7	155,7%	165,2%

<i>(u kunama; tržišna kapitalizacija u HRKm)*</i>	30. rujna 2016.	31. prosinca 2015.	% promjena
Neto dug / EBITDA u zadnjih 12. mjeseci	2,2	2,0	10,9%
Dobit po dionici u zadnjih 12. mjeseci	58,9	66,4	(11,2%)
Zadnja cijena na kraju razdoblja	379,0	334,0	13,5%
Tržišna kapitalizacija	2.628,4	2.000,0	31,4%
Povrat na prosječni kapital	14,6%	17,7%	-302 bb
Povrat na prosječnu imovinu	8,1%	9,4%	-125 bb

\*Svi pokazatelji računati su na način da su izvještajne stavke računa dobiti i gubitka računane na razini zadnjih 12 mjeseci dok su bilančne stavke uzete na kraju razdoblja.

**Napomena:** Pro-forma prikaz u dokumentu označava da su brojevi Žita uključeni u 1.-9. 2015. razdoblje.

<sup>1</sup>U Q2 2016. izvršena je reklasifikacija ugovorenih naknada s kupcima za promotivne, marketinške i slične aktivnosti s pozicije "Troškovi marketinga" na umanjene pozicije "Prihodi od prodaje". Sukladno tome, radi usporedivosti izvršena je reklasifikacija i usporednih razdoblja.

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

## Značajni događaji u 1.-9. 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 u ulaganjima 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 m<sup>2</sup> 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, prilazi 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 će, po ispunjenju ugovornih preduvjeta, biti preuzet do kraja 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 navedena transakcija neće negativno utjecati na rezultate poslovanja Grupe Podravka u tekućoj godini te da će u narednom razdoblju pozitivno utjecati na profitabilnost poslovanja u iznosu od oko 5 milijuna kuna na EBITDA razini. Nakon dezinvestiranja biznisa pića do kraja 2016. godine, 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 u Varšavi, Podravka je osvojila nagradu za najbolje Odnose s investitorima u Srednjoj i Istočnoj Europi. Nagradu je dodijelio stručni žirija 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 16.09.2016. 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**



06.09.2016. 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 biti će iskorišten 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 segmenta prehrane i farmaceutike u 1.-9. 2016.



U kategoriji **Kulinarstvo** jedan od fokusa je bio na renovaciji specijalnih dodataka jelima. Unaprijeđene su formulacije u smjeru prirodnosti, kao i 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 Msosi 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 kategoriji **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 bila je pripremljena atraktivna ponuda iz Lino asortimana – od različitih promo pakiranja do Lino žitarica s Lino figuricama temeljenih komunikacijskom platformom „Kad narasteš, budi što želiš“.



U kategoriji **Slastica, žitarica za odrasle, snacka i napitaka** uz fokus na ključne proizvode u sezonama potrošnje, posebice Dolcela pudinge kroz komunikaciju s potrošačima u integriranom pristupu, asortiman je inoviran s 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.



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 što su vrlo zdrave, moderne i namirnice u trendu. **Gorenjka** čokolade osvježene su Chef čokoladom profinjenog okusa i sa 70% kaka.



Kategorija **Mediteranske prehrane, kondimentata i osnovne hrane** za tržišta Srednje Europe nadopunjena je novim okusima Podravka passate i sjeckane rajčice. 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.





U kategoriji **Mesnog programa** lansirane su Podravka Delikates paštete – premium proizvodi bogatog i profinjenog 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 paštice, čvaraka i bučinih sjemenki, kulena, šparoga te slanutka s maslinovim uljem. Podravka Delikates paštete predstavljaju istinsku gourmet inovaciju na tržištu pašteta. Također, linija Podravka kobasica nadopunjena je Gurmanskom i Pivskom kobasicom, čime je proširen asortiman proizvoda za sezonu roštiljanja.



Najpopularniji kruh u asortimanu - Stoletni, obogaćen je sa chia sjemenkama i sjemenkama crnog sezama. Napravljen je od 100% pirovog brašna i ima 6 vrsta sjemenka, a zbog svog bogatog sastava odličan je izvor prehrambenih vlakna.

Program tjestenine nadopunjen je u segmentu jušnih tjestenina s dva nova proizvoda specijalne tjestenine što je novitet na tržištu: jušni rezanci od punozrnatog brašna od pira i jušnih zvjezdica od punozrnatog brašna od pira - namirnice koja predstavlja veliki trend.



Priču o piru nadopunjuje i kategorija prepečenaca s uvođenjem prepečenca s pirom, koji potrošačima nudi zdrav, ukusan i hrskav doživljaj.



Zamrznute priloge nadopunili smo sa štruklima od teragona, a zamrznuti polpeti nadopunjeni su sa inovativnim trend proizvodom - polpeta od 4 mahunarka, koje po svom sastavu spadaju u



visokoproteinske proizvode.

Asortiman Žito brašna smo – kao vodeći brand na tržištu Slovenije raširili sa dva nova proizvoda: punozrnatim pirinim brašnom i inovativnim i jedinstvenim proizvodom - brašnom iz pražita, odnosno starih žitarica. Trendovi prehrane okreću se prema pražitima, koja mogu biti alternativa pšenici.



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 antibiotik u Belupu 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, nekomplikirane 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.

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.



Tržište Rusije je u trećem kvartalu 2016. godine obogaćeno s dva nova proizvoda. AMOFIN ljekoviti 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).



**Kategorija bezreceptnog programa** je u prvoj polovici 2016. godine 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 pospešuje 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.



Na tržištu Češke, Belupo je izašao s tri nova proizvoda: BELMIRAN DAN tablete koje služe za opuštanje organizma, BELMIRAN SAN tablete koje doprinose skraćivanju 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.

## Pregled prihoda od prodaje u 1.-9. 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 1.-9. 2016. nisu u potpunosti usporedivi s 1.-9. 2015.

### Prihodi od prodaje po Strateškim poslovnim područjima u 1.-9. 2016.

Prihodi od prodaje <sup>3</sup> po Strateškim poslovnim područjima					
(u milijunima kuna)	1.-9. 2016.	1.-9. 2015. pro-forma	1.-9. 2015.	1.-9. 2016./ 1.-9. 2015. pro-forma	1.-9. 2016./ 1.-9. 2015.
<b>SPP Prehrana</b>	<b>2.465,2</b>	<b>2.489,3</b>	<b>1.897,8</b>	<b>(1,0%)</b>	<b>29,9%</b>
<i>Vlastiti brandovi</i>	2.124,4	2.120,6	1.697,8	0,2%	25,1%
<i>Ostala prodaja</i>	340,8	368,7	200,1	(7,6%)	70,4%
<b>SPP Farmaceutika</b>	<b>565,6</b>	<b>564,3</b>	<b>564,3</b>	<b>0,2%</b>	<b>0,2%</b>
<i>Vlastiti brandovi</i>	467,7	444,6	444,6	5,2%	5,2%
<i>Ostala prodaja</i>	98,0	119,7	119,7	(18,2%)	(18,2%)
<b>Grupa Podravka</b>	<b>3.030,9</b>	<b>3.053,7</b>	<b>2.462,2</b>	<b>(0,7%)</b>	<b>23,1%</b>
<i>Vlastiti brandovi</i>	2.592,1	2.565,2	2.142,4	1,0%	21,0%
<i>Ostala prodaja</i>	438,8	488,4	319,8	(10,2%)	37,2%

#### Strateško poslovno područje Prehrana (1.-9. 2016. u odnosu na pro-forma 1.-9. 2015.):

- **Vlastiti brandovi** ostvarili su 0,2% više prihode usprkos značajnom negativnom utjecaju tečajnih razlika te negativnim trendovima u kretanju ključnih potkategorija u regiji Adria. Bez utjecaja tečajnih razlika, vlastiti brandovi ostvarili bi rast prihoda od 1,6%,
- **Ostala prodaja** ostvarila je 7,6% 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 6,6%,
- Zaključno, **segment prehrane** ostvario je 1,0% niže prihode. Bez utjecaja tečajnih razlika, segment prehrane ostvario bi rast prihoda od 0,4%.

#### Strateško poslovno područje Farmaceutika (1.-9. 2016. u odnosu na pro-forma 1.-9. 2015.):

- **Vlastiti brandovi** ostvarili su rast prihoda od 5,2%, ponajviše uslijed širenja poslovne suradnje na tržištu Rusije. Bez utjecaja tečajnih razlika, vlastiti brandovi ostvarili bi rast prihoda od 9,2%,

<sup>3</sup>U Q2 2016. izvršena je reklasifikacija ugovorenih naknada s kupcima za promotivne, marketinške i slične aktivnosti s pozicije "Troškovi marketinga" na umanjeње pozicije "Prihodi od prodaje". Reklasificirana su oba razdoblja.

- Prihodi **ostale prodaje** niži su 18,2% 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 17,7%,
- Zaključno, **segment farmaceutike** ostvario je 0,2% više prihode od prodaje. Bez utjecaja tečajnih razlika, segment farmaceutike ostvario bi rast prihoda od 3,5%.

#### Grupa Podravka (1.-9. 2016. u odnosu na pro-forma 1.-9. 2015.):

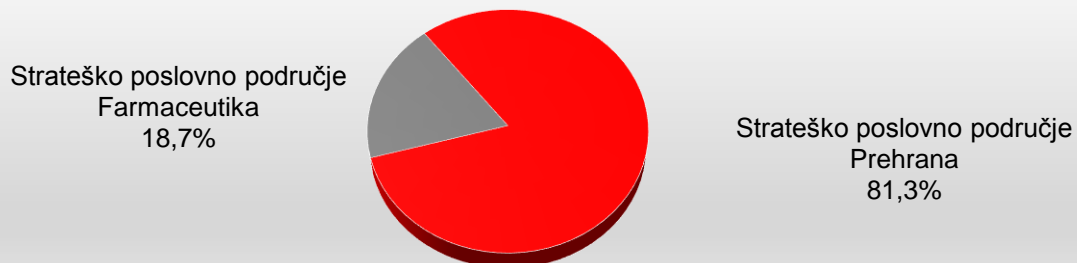
- **Vlastiti brandovi** Grupe Podravka ostvarili su 1,0% više prihode u promatranom razdoblju. Bez utjecaja tečajnih razlika, vlastiti brandovi ostvarili bi rast prihoda od 2,9%,
- Prihodi **ostale prodaje** niži su 10,2% u odnosu na usporedno razdoblje. Bez utjecaja tečajnih razlika, ostala prodaja ostvarila bi pad prihoda od 9,3%,
- Zaključno, prihodi od prodaje **Grupe Podravka** niži su 0,7% u promatranom razdoblju. Bez utjecaja tečajnih razlika, Grupa Podravka ostvarila bi rast prihoda od 0,9%.

#### Neto utjecaj valutnih tečajeva na prihode od prodaje segmenata u 1.-9. 2016. godini:

(u milijunima kuna)	Vlastiti brandovi	Ostala prodaja	Ukupno
Prehrana	(29,7)	(3,6)	(33,3)
Farmaceutika	(17,6)	(0,6)	(18,2)
Grupa	(47,4)	(4,1)	(51,5)

- 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 (-26,8 milijuna kuna), euro (-9,1 milijun kuna) i poljski zlot (-6,1 milijun kuna), dok su pozitivni utjecaji tečajnih razlika bili nematerijalni.

#### Prihodi od prodaje po Strateškim poslovnim područjima u 1.-9. 2016.





## Prihodi od prodaje po kategorijama u 1.-9. 2016.

Prihodi od prodaje po kategorijama <sup>4</sup>					
(u milijunima kuna)	1.-9. 2016.	1.-9. 2015. pro-forma	1.-9. 2015.	1.-9. 2016./ 1.-9. 2015. pro-forma	1.-9. 2016./ 1.-9. 2015.
Kulinarstvo	649,6	644,6	628,0	0,8%	3,4%
Slastice, žitarice za odrasle, snack i napitci	249,5	251,3	188,4	(0,7%)	32,5%
Lino svijet	179,0	174,6	174,6	2,5%	2,5%
Mediteranska prehrana, kondimenti i osnovna hrana	524,3	522,5	448,9	0,4%	16,8%
Mesni program	207,0	219,6	219,6	(5,7%)	(5,7%)
Pekarstvo i mlinarstvo	314,9	307,9	38,3	2,3%	721,5%
Lijekovi na recept	402,9	380,5	380,5	5,9%	5,9%
Bezreceptni program	64,8	64,1	64,1	1,0%	1,0%
Ostala prodaja	438,8	488,4	319,8	(10,2%)	37,2%
<b>Grupa Podravka</b>	<b>3.030,9</b>	<b>3.053,7</b>	<b>2.462,2</b>	<b>(0,7%)</b>	<b>23,1%</b>

### **Pro-forma prihodi od prodaje po kategorijama (1.-9. 2016. u odnosu na pro-forma 1.-9. 2015.):**

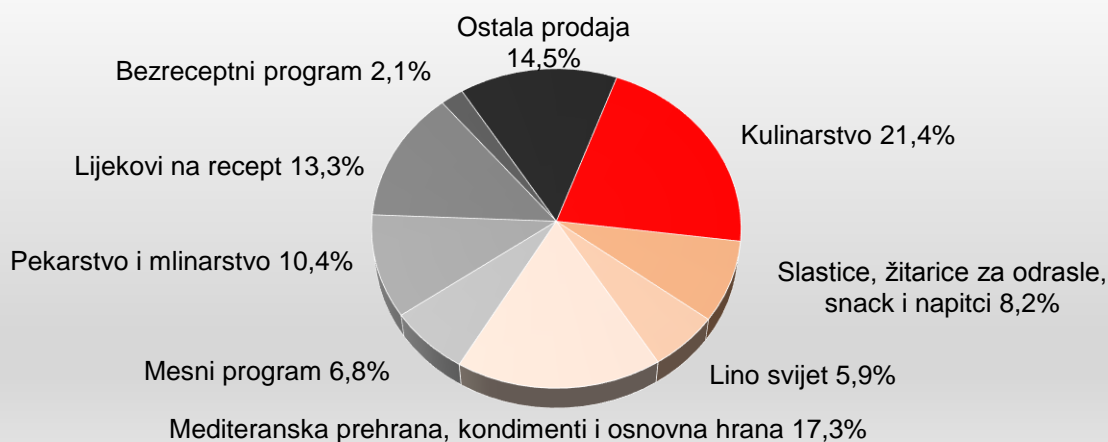
- **Kategorija kulinarstvo** ostvarila je rast prihoda od 0,8%, ponajviše pod utjecajem rasta prihoda potkategorije dodataka jelima. Navedena potkategorija ostvarila je najveći rast prihoda u Rusiji kao rezultat uspješne implementacije novog poslovnog modela te u Poljskoj uslijed provedenih intenzivnijih ciklusa promotivnih aktivnosti na brandu Vegeta, što 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 3,3%,
- **Kategorija slastice, žitarice za odrasle, snack i napitci** zabilježila je 0,7% niže prihode na što je utjecalo, među ostalim, niža realizacija potkategorije pića uslijed smanjenog intenziteta marketinške podrške tom asortimanu, ali i aktivnosti konkurencije. Bez utjecaja tečajnih razlika, kategorija bi ostvarila 0,1% niže prihode,
- Rast prihoda **kategorije Lino svijet** od 2,5% 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 2,9%,
- **Kategorija mediteranska prehrana, kondimenti i osnovna hrana** ostvarila je 0,4% više prihode, ponajviše kao rezultat rasta prodaje zamrznutog povrća na tržištu Rusije uslijed uspješne

<sup>4</sup>U Q2 2016. izvršena je reklasifikacija ugovorenih naknada s kupcima za promotivne, marketinške i slične aktivnosti s pozicije "Troškovi marketinga" na umanjeње pozicije "Prihodi od prodaje". Reklasificirana su oba razdoblja. U Q1 2016. godine reorganizirane su kategorije segmenta prehrane, vidjeti poglavlje "Dodatne tablice za 1.-9. 2016."

implementacije novog poslovnog modela te početka projekta Food Solution<sup>5</sup> na tržištu Hrvatske. Navedeno je uspješno anulirati pritisak na prihode u regiji Adria gdje na pojedinim tržištima svjedočimo padu cjelokupnog tržišta pojedinih potkategorija te pritisku konkurencije i privatnih robnih marki. Bez utjecaja tečajnih razlika, kategorija bi ostvarila rast prihoda od 1,6%

- **Kategorija mesni program** zabilježila je 5,7% 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 5,3%,
- **Kategorija pekarstvo i mlinarstvo** bilježi 2,3% 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 3,5%,
- **Kategorija lijekova na recept** ostvarila je rast prihoda od 5,9% 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 2,9 milijuna kuna. Bez utjecaja tečajnih razlika, kategorija bi ostvarila rast prihoda od 10,1%,
- Prihodi **kategorije Bezreceptnog programa** porasli su 1,0%, što je ponajviše rezultat rasta prodaje OTC potkategorije na tržištu Rusije uslijed širenja poslovne suradnje i na tržištu Slovenije uslijed širenja asortimana. Bez utjecaja tečajnih razlika, kategorija bi ostvarila rast prihoda od 3,5%,
- **Kategorija ostala prodaja** ostvarila je 10,2% 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 9,3% niže prihode.

**Prihodi od prodaje po kategorijama u 1.-9. 2016.**



<sup>5</sup>Zbog 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 1.-9. 2016.

Prihodi od prodaje <sup>6</sup> po regijama					
(u milijunima kuna)	1.-9. 2016.	1.-9. 2015. pro-forma	1.-9. 2015.	1.-9. 2016./ 1.-9. 2015. pro-forma	1.-9. 2016./ 1.-9. 2015.
<b>Regija Adria</b>	<b>2.195,1</b>	<b>2.272,9</b>	<b>1.767,0</b>	<b>(3,4%)</b>	<b>24,2%</b>
<i>Prehrana</i>	1.756,2	1.813,7	1.307,8	(3,2%)	34,3%
<i>Farmaceutika</i>	438,8	459,2	459,2	(4,4%)	(4,4%)
<b>Regija Europa</b>	<b>553,0</b>	<b>558,1</b>	<b>480,0</b>	<b>(0,9%)</b>	<b>15,2%</b>
<i>Prehrana</i>	515,9	520,2	442,0	(0,8%)	16,7%
<i>Farmaceutika</i>	37,0	38,0	38,0	(2,5%)	(2,5%)
<b>Regija Rusija, ZND i Baltik</b>	<b>175,5</b>	<b>116,1</b>	<b>113,1</b>	<b>51,2%</b>	<b>55,2%</b>
<i>Prehrana</i>	92,6	55,2	52,2	67,7%	77,3%
<i>Farmaceutika</i>	82,9	60,9	60,9	36,2%	36,2%
<b>Regija Nova tržišta</b>	<b>107,3</b>	<b>106,5</b>	<b>102,0</b>	<b>0,8%</b>	<b>5,2%</b>
<i>Prehrana</i>	100,4	100,2	95,8	0,2%	4,8%
<i>Farmaceutika</i>	6,9	6,3	6,3	9,9%	9,9%
<b>Grupa Podravka</b>	<b>3.030,9</b>	<b>3.053,7</b>	<b>2.462,2</b>	<b>(0,7%)</b>	<b>23,1%</b>

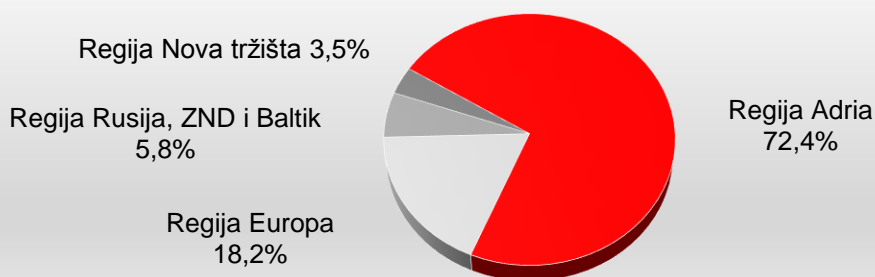
### Pro-forma prihodi od prodaje po regijama (1.-9. 2016. u odnosu na pro-forma 1.-9. 2015.):

- **Regija Adria** ostvarila je 3,4% niže prihode, dok bi bez utjecaja tečajnih razlika prihodi bili niži 2,8%. 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 u odnosu na prethodna razdoblja te (iv) manji opseg suradnje na području privatnih robnih marki. Trendovi u čitavoj regiji ukazuju na jačanje privatnih robnih marki koje tjeraju brandirane proizvođače na cjenovno prilagođavanje, što dovodi do pada vrijednosti čitavih tržišnih kategorija. Prema istraživanju kompanije Nielsen, 53% Podravkinih strateških potkategorija u regiji Adria zabilježilo je vrijednosni pad u odnosu na usporedno razdoblje, dok su Podravkini udjeli stabilni ili rastući u 91% 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 prehrambenom segmentu. 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,

<sup>6</sup>U Q2 2016. izvršena je reklasifikacija ugovorenih naknada s kupcima za promotivne, marketinške i slične aktivnosti s pozicije "Troškovi marketinga" na umanjeње pozicije "Prihodi od prodaje". Reklasificirana su oba razdoblja.

- Prihodi **regije Europa** bili su 0,9% niži u odnosu na usporedno razdoblje, dok bi bez utjecaja tečajnih razlika regija ostvarila rast prihoda od 0,5%. Navedeno ostvarenje prvenstveno je uzrokovano promjenom distributera u Zapadnoj Europi u segmentu prehrane, što je dovelo do određenih promjena u uobičajenoj dinamici isporuka i što nije uspjelo biti nadoknađeno rastom prihoda prehrane u Srednjoj Europi. Očekujemo da će se do kraja godine dinamike isporuka u Zapadnoj Europi vratiti na uobičajene razine. 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 51,2% 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 74,2%,
- Prihodi **regije Nova tržišta** porasli su 0,8%, dok bi bez utjecaja tečajnih razlika regija ostvarila rast prihoda od 2,8%. Jedan dio tradicionalnog asortimana prehrane imao je drugačiju dinamiku isporuka u odnosu na usporedno razdoblje, što je utjecalo na ostvarenu realizaciju ove godine, dok je novi asortiman Žita ostvario širenje distribucije i asortimana na novim tržištima. Nova tržišta otvorena prethodne godine su u završnoj fazi ostvarenja svih pretpostavki za normalan početak poslovanja te se od iduće godine očekuje njihov vidljiviji doprinos prihodima.

**Prihodi od prodaje po regijama u 1.-9. 2016.**





## Profitabilnost poslovanja u 1.-9. 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 1.-9. 2016. nije u potpunosti usporediv s 1.-9. 2015.

## Profitabilnost Strateškog poslovnog područja Prehrana u 1.-9. 2016.

Profitabilnost Strateškog poslovnog područja Prehrana					
(u milijunima kuna)	1.-9. 2016.	1.-9. 2015. pro-forma	1.-9. 2015.	1.-9. 2016./ 1.-9. 2015. pro-forma	1.-9. 2016./ 1.-9. 2015.
Prihodi od prodaje <sup>7</sup>	2.465,2	2.489,3	1.897,8	(1,0%)	29,9%
Bruto dobit	810,3	805,4	669,1	0,6%	21,1%
EBITDA*	238,0	254,2	209,8	(6,3%)	13,5%
EBIT	133,1	67,3	130,1	97,7%	2,3%
Neto dobit nakon MI	99,1	46,6	110,5	112,7%	(10,3%)
Bruto marža	32,9%	32,4%	35,3%	+52 bb	-238 bb
EBITDA marža	9,7%	10,2%	11,1%	-55 bb	-140 bb
EBIT marža	5,4%	2,7%	6,9%	+269 bb	-146 bb
Neto marža nakon MI	4,0%	1,9%	5,8%	+215 bb	-180 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 (1.-9. 2016. u odnosu na pro-forma 1.-9. 2015.):

- Segment prehrane je u 1.-9. 2016. usprkos negativnom utjecaju tečajnih razlika od 33,3 milijuna kuna na prihode od prodaje ostvario rast **bruto dobiti** i bruto marže. Na rast bruto dobiti usprkos negativnom utjecaju tečajnih razlika značajno je doprinijelo smanjenja cijena pojedinih sirovina uslijed čega su troškovi sadržani u prodanim proizvodima bili 1,7% niži u odnosu na usporedno razdoblje,
- **Operativna dobit (EBIT)** je u 1.-9. 2016. ostvarila značajan rast od 97,7% u odnosu na usporedno razdoblje koje je bilo pod pozitivnim utjecajem konsolidacije Mirne<sup>8</sup> od 24,8 milijuna kuna te negativnim utjecajem ispravka vrijednosti imovine Žita<sup>9</sup> od 78,0 milijuna kuna. Ukoliko isključimo navedena dva utjecaja iz usporednog razdoblja, ostvaren je rast operativne dobiti od 10,4% na što su,

<sup>7</sup>U Q2 2016. izvršena je reklasifikacija ugovorenih naknada s kupcima za promotivne, marketinške i slične aktivnosti s pozicije "Troškovi marketinga" na umanjeće pozicije "Prihodi od prodaje". Reklasificirana su oba razdoblja.

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

<sup>9</sup>Tijekom procesa akvizicije Žita napravljena je procjena vrijednosti imovine Žita te je za pojedinu imovinu napravljen ispravak vrijednosti u iznosu od 78,0 milijuna kuna što je teretilo 1.-9. 2015. razdoblje.



među ostalim, pozitivno utjecali 2,3% niži ukupni poslovni rashodi (bez troškova sadržanih u prodanim proizvodima i ispravka vrijednosti imovine Žita) ponajviše uslijed nižih troškova prodaje i distribucije,

- Na **neto dobit nakon manjinskih interesa** je, povrh prethodno navedenih utjecaja, u 1.-9. 2015. pozitivno utjecala odgođena porezna obveza od 14,7 milijuna kuna uslijed konsolidacije Danice. Ukoliko iz 1.-9. 2015. isključimo navedene utjecaje Mirne, Žita i Danice, u 1.-9 2016. je ostvarena 16,4% viša neto dobit nakon manjinskih interesa na što su, povrh svega navedenog, pozitivno utjecali i niži financijski troškovi.

### **Profitabilnost Strateškog poslovnog područja Farmaceutika u 1.-9. 2016.**

<b>Profitabilnost Strateškog poslovnog područja Farmaceutika</b>			
<i>(u milijunima kuna)</i>	<b>1.-9. 2016.</b>	<b>1.-9. 2015.</b>	<b>% promjena</b>
Prihodi od prodaje <sup>10</sup>	565,7	564,3	0,2%
Bruto dobit	293,8	288,2	1,9%
EBITDA*	99,3	66,7	48,9%
EBIT	68,2	36,7	85,7%
Neto dobit nakon MI	43,1	20,5	110,0%
Bruto marža	51,9%	51,1%	+87 bb
EBITDA marža	17,6%	11,8%	+574 bb
EBIT marža	12,0%	6,5%	+555 bb
Neto marža nakon MI	7,6%	3,6%	+398 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 (1.-9. 2016. u odnosu na pro-forma 1.-9. 2015.):**

- U 1.-9. 2016. segment farmaceutike ostvario je rast **bruto dobiti** i bruto marže, na što su pozitivno utjecali 1,7% niži troškovi sadržani u prodanim proizvodima. Niži troškovi sadržani u prodanim proizvodima rezultat su promjene poslovne strategije kompanije Farmavita uslijed većeg fokusa na vlastite brandove te posljedično smanjene distribucije trgovačke robe,
- **Operativna dobit (EBIT)** je u promatranom razdoblju porasla značajnih 85,7% na što su, uz prethodno navedene utjecaje, pozitivno utjecali 10,4% niži ukupni poslovni rashodi (bez troškova sadržanih u prodanim proizvodima) uslijed nižih troškova osoblja te pozitivnih tečajnih razlika po kupcima i dobavljačima,

<sup>10</sup>U Q2 2016. izvršena je reklasifikacija ugovorenih naknada s kupcima za promotivne, marketinške i slične aktivnosti s pozicije "Troškovi marketinga" na umanjeње pozicije "Prihodi od prodaje". Reklasificirana su oba razdoblja.



- **Neto dobit nakon manjinskih interesa** je u 1.-9. 2016. ostvarila značajan rast u apsolutnom i relativnom iznosu. Pozitivan utjecaj imalo je, uz prethodno navedene utjecaje, blago smanjenje neto financijskih troškova, dok je efektivna porezna stopa u 1.-9. 2016. bila na razini statutarne.

## Profitabilnost Grupe Podravka u 1.-9. 2016.

Profitabilnost Grupe Podravka					
(u milijunima kuna)	1.-9. 2016.	1.-9. 2015. pro-forma	1.-9. 2015.	1.-9. 2016./ 1.-9. 2015. pro-forma	1.-9. 2016./ 1.-9. 2015.
Prihodi od prodaje <sup>11</sup>	3.030,8	3.053,7	2.462,2	(0,7%)	23,1%
Bruto dobit	1.104,1	1.093,5	957,2	1,0%	15,3%
EBITDA*	337,4	320,8	276,5	5,2%	22,0%
EBIT	201,2	104,0	166,8	93,5%	20,6%
Neto dobit nakon MI	142,2	67,1	131,0	111,9%	8,6%
Bruto marža	36,4%	35,8%	38,9%	+62 bb	-245 bb
EBITDA marža	11,1%	10,5%	11,2%	+62 bb	-10 bb
EBIT marža	6,6%	3,4%	6,8%	+323 bb	-14 bb
Neto marža nakon MI	4,7%	2,2%	5,3%	+249 bb	-63 bb

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

### **Pro-forma profitabilnost Grupe Podravka (1.-9. 2016. u odnosu na pro-forma 1.-9. 2015.):**

- Grupa Podravka je u 1.-9. 2016. usprkos negativnom utjecaju tečajnih razlika od 51,5 milijuna kuna na prihode od prodaje ostvarila rast **bruto dobiti** i bruto marže, na što je pozitivno utjecao pad cijena pojedinih sirovina te smanjenje distribucije trgovačke robe u kompaniji Farmavita,
- **Operativna dobit (EBIT)** Grupe Podravka je u 1.-9. 2016. ostvarila značajan rast od 93,5% u odnosu na usporedno razdoblje koje je bilo pod pozitivnim utjecajem konsolidacije Mirne od 24,8 milijuna kuna te negativnim utjecajem ispravka vrijednosti imovine Žita od 78,0 milijuna kuna. Ukoliko isključimo navedena dva utjecaja iz usporednog razdoblja, ostvaren je rast operativne dobiti od 28,0% na što su, među ostalim, pozitivno utjecali 4,4% niži ukupni poslovni rashodi (bez troškova sadržanih u prodanim proizvodima i ispravka vrijednosti imovine Žita),
- Na **neto dobit nakon manjinskih interesa** je, povrh prethodno navedenih utjecaja, u 1.-9. 2015. pozitivno utjecala odgođena porezna obveza od 14,7 milijuna kuna uslijed konsolidacije Danice. Ukoliko iz 1.-9. 2015. isključimo navedene utjecaje Mirne, Žita i Danice, u 1.-9. 2016. je ostvarena 34,6% viša neto dobit nakon manjinskih interesa na što su, povrh svega navedenog, pozitivno utjecali i niži financijski troškovi.

<sup>11</sup>U Q2 2016. izvršena je reklasifikacija ugovorenih naknada s kupcima za promotivne, marketinške i slične aktivnosti s pozicije "Troškovi marketinga" na umanjeće pozicije "Prihodi od prodaje". Reklasificirana su oba razdoblja.



## **Ključne značajke pro-forma računa dobiti i gubitka u 1.-9. 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 1.-9. 2016. nije u potpunosti usporediv s 1.-9. 2015. **Radi transparentnog prikaza poslovanja, tablica računa dobiti i gubitka u poglavlju "Konsolidirani financijski izvještaji u 1.-9. 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**

Ostali prihodi u promatranom razdoblju niži su za 71,7% u odnosu na usporedno razdoblje koje sadrži 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 1.-9. 2016. niži za 1,7% u odnosu na 1.-9. 2015. ponajviše kao rezultat pada cijena pojedinih sirovina te smanjenja distribucije trgovačke robe u kompaniji Farmavita.

### **Opći i administrativni troškovi**

Opći i administrativni troškovi su u promatranom razdoblju 1,4% viši u odnosu na usporedno razdoblje 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 2,2% niži u odnosu na usporedno razdoblje, pri čemu se pozitivan utjecaj, među ostalim, pripisuje optimizaciji troškova najamnina i prijevoza.

### **Troškovi marketinga**

Troškovi marketinga su u promatranom razdoblju 0,7% niži ponajviše kao rezultat smanjenja marketinških aktivnosti u segmentu farmaceutike na tržištima ZND-a uslijed otežanih uvjeta poslovanja.

### **Ostali troškovi**

Uslijed pozitivnih tečajnih razlika po kupcima i dobavljačima u segmentu farmaceutike, ostali troškovi su u 1.-9. 2016. pozitivno utjecali na rezultat, dok su u usporednom razdoblju bili opterećeni troškom ispravka vrijednosti imovine Žita od 78,0 milijuna kuna.



## **Neto financijski troškovi**

Neto financijski troškovi su u 1.-9. 2016. niži 22,1% u odnosu na usporedno razdoblje, što je rezultat nižih rashoda od kamata po kreditima te pozitivnih tečajnih razlika po kreditima.

## **Porez na dobit**

Porez na dobit Grupe Podravka je u promatranom razdoblju 3,4 puta viši u odnosu na usporedno razdoblje koje je imalo pozitivan utjecaj odgođene porezne obveze od 14,7 milijuna kuna uslijed konsolidacije Danice.

## **Ključne značajke bilance na 30. rujna 2016. godine**

### **Nekretnine, postrojenja i oprema**

Nekretnine, postrojenja i oprema Grupe Podravka su na 30. rujna 2016. godine 9,9% viši u odnosu na 31. prosinca 2015. godine kao rezultat aktivnosti povezanih s izgradnjom nove tvornice Belupa.

### **Zalihe**

Zalihe Grupe Podravka su na 30. rujna 2016. godine 8,6% više u odnosu na 31. prosinca 2015. godine. Uspoređivanje stanja zaliha u odnosu na 30.09.2015. nam ne pruža pravu sliku iz razloga što Grupa Žito nije bila konsolidirana na taj datum. No ukoliko bi uspoređivali stanje zaliha u odnosu na 30.09.2015. isključivši Grupu Žito, vidljiv je blagi porast zaliha uslijed rasta zaliha sirovina Grupe Belupo s ciljem osiguravanja kontinuiteta proizvodnje, no generalno nije bilo većih odstupanja.

### **Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja**

Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja Grupe Podravka su na 30. rujna 2016. godine 3,4% niža u odnosu na 31. prosinca 2015. godine. Uspoređivanje stanja potraživanja od kupaca i ostalih potraživanja u odnosu na 30.09.2015. nam ne pruža pravu sliku iz razloga što Grupa Žito nije bila konsolidirana na taj datum. No ukoliko bi uspoređivali stanje potraživanja od kupaca i ostalih potraživanja u odnosu na 30.09.2015. isključivši Grupu Žito, vidljiv je njihov pad uslijed, među ostalim, boljih naplata potraživanja u segmentu farmaceutike.

### **Novac i novčani ekvivalenti**

Novac i novčani ekvivalenti Grupe Podravka su na kraju promatranog razdoblja 24,8% niži u odnosu na kraj 2015. godine, što je objašnjeno u poglavlju "Ključne značajke izvještaja o novčanom toku u 1.-9. 2016".

### **Nevladajući udjeli**

Nevladajući udjeli Grupe Podravka su na 30. rujna 2016. godine 28,8% 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 30. rujna 2016. godine za 1,1% niži u odnosu na kraj 2015. godine. Navedeno je posljedica prelaska dijela dugoročnih kredita i zajmova u poziciju tekuće dospijee dugoročnih kredita i zajmova, koja se nalazi unutar kratkoročnih kredita i zajmova.

## Obveze prema dobavljačima i ostale obveze

Obveze prema dobavljačima i ostale obveze Grupe Podravka su 9,3% niže u odnosu na kraj 2015. godine. Uspoređivanje stanja isključivo obveza prema dobavljačima u odnosu na 30.09.2015. nam ne pruža pravu sliku iz razloga što Grupa Žito nije bila konsolidirana na taj datum. No ukoliko bi uspoređivali stanje obveza prema dobavljačima i ostalih obveza u odnosu na 30.09.2015. isključivši Grupu Žito, vidljiv je njihov pad uslijed nastavka usklađivanja s propisanim rokovima plaćanja dobavljača.

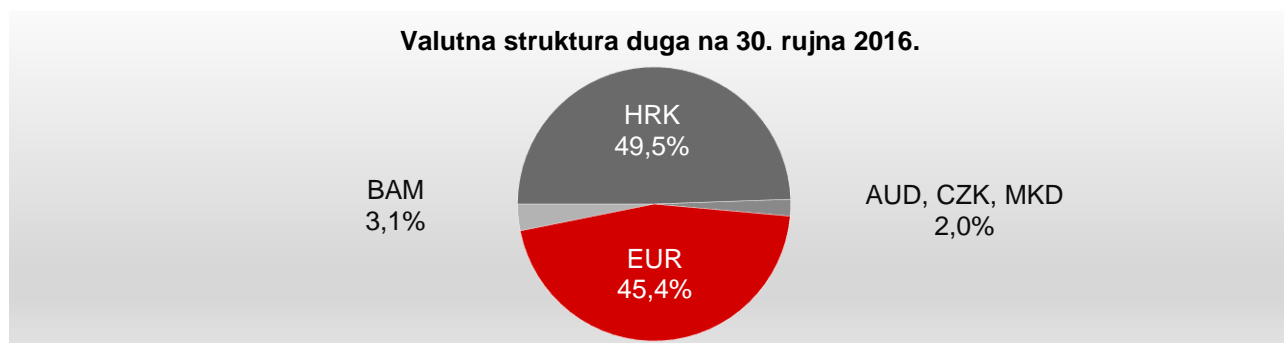
## Kratkoročni krediti i zajmovi

Kredit i zajmovi Grupe Podravka u sklopu kratkoročnih obveza su na 30. rujna 2016. godine bili 36,5% viši u odnosu na 31. prosinca 2015. godine, među ostalim, kao posljedica prelaska dijela dugoročnih kredita i zajmova u poziciju tekuće dospijee dugoročnih kredita i zajmova.

## Zaduženost

Na 30. rujna 2016. godine ukupna zaduženost Grupe Podravka po kreditima i drugim kamatonosnim financijskim obvezama je 1.375.046 tisuća kuna, od čega se 744.187 tisuća kuna odnosi na dugoročne obveze po kreditima i zajmovima, 627.381 tisuća kuna na kratkoročne obveze po kreditima i zajmovima, a 3.478 tisuća kuna na obveze po swap i forward ugovorima. **Prosječni ponderirani trošak duga** po svim navedenim obvezama na 30. rujna 2016. godine iznosi 2,5%.

Promatrajući valutnu strukturu duga, najveća izloženost od 49,5% iskazana je prema domaćoj valuti, dok je 45,4% duga iskazano u euru. U bosanskoj marki iskazano je 3,1% duga, dok se ostatak od 2,0% odnosi na australski dolar (AUD), češku krunu (CZK) i makedonski denar (MKD).





(u tisućama kuna)*	1.-9. 2016.	2015.	% promjena
Neto dug	1.155.646	922.380	25,3%
Trošak kamata	34.993	36.918	(5,2%)
Neto dug / EBITDA	2,2	2,0	10,9%
EBITDA / Trošak kamata	15,1	12,7	19,2%
Omjer kapitala i ukupne imovine	56,6%	57,0%	-38 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.

Pokazatelji navedeni u gornjoj tablici računati su na osnovi izvještajnih brojeva koji za 2015. godinu uključuju stavke računa dobiti i gubitka Grupe Žito samo iz Q4 2015. Ukoliko bi se navedeni pokazatelji računali na način da je za čitavu 2015. godinu uključen račun dobiti i gubitka Grupe Žito (što je prikladno s obzirom da bilančne stavke uključuju Grupu Žito) te ukoliko bi isključile jednokratne stavke, omjer neto duga i EBITDA bi u 1.-9. 2016. iznosio 2,5, dok bi omjer EBITDA i troška kamata iznosio 13,4.

## **Ključne značajke izvještaja o novčanom toku u 1.-9. 2016.**

### **Neto novčani tok iz poslovnih aktivnosti**

Neto novčani tok iz poslovnih aktivnosti je u 1.-9. 2016. iznosio 299,3 milijuna kuna, pri čemu je negativan utjecaj došao od povećanja zaliha, a pozitivan utjecaj od smanjenja potraživanja i povećanja obveza.

### **Neto novčani tok iz ulagateljskih aktivnosti**

Neto novčani tok od ulagateljskih aktivnosti je u promatranom razdoblju iznosio negativnih 387,8 milijuna kuna. To je prvenstveno rezultat kapitalnih izdataka koji su iznosili 383,7 milijuna kuna. Najznačajniji **kapitalni izdaci** u 1.-9. 2016. odnosili su se na:

- 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 započelih 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 2016. godinu **očekuju se kapitalni izdaci** na razini od 500 – 600 milijuna kuna, u 2017. godini na razini od 300 – 350 milijuna kuna, a u 2018. godini na razini od 250 – 300 milijuna kuna.

### **Neto novčani tok iz financijskih aktivnosti**

U 1.-9. 2016. neto novčani tok od financijskih aktivnosti iznosio je 16,0 milijuna kuna. Primljeni i otplaćeni krediti i zajmovi odnosili su se na uobičajene kreditne aktivnosti Grupe koje obuhvaćaju korištenje kratkoročnih kredita za likvidnost, otplate dijela kreditnih obveza te ostale standardne kreditne aktivnosti.

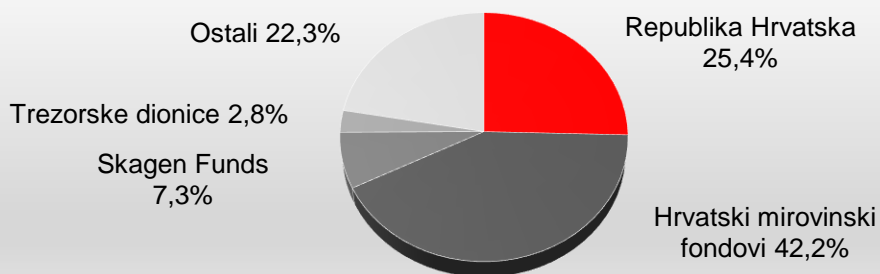
### **Dionica u 1.-9. 2016.**

#### **Popis prvih deset dioničara na 30. rujna 2016. godine**

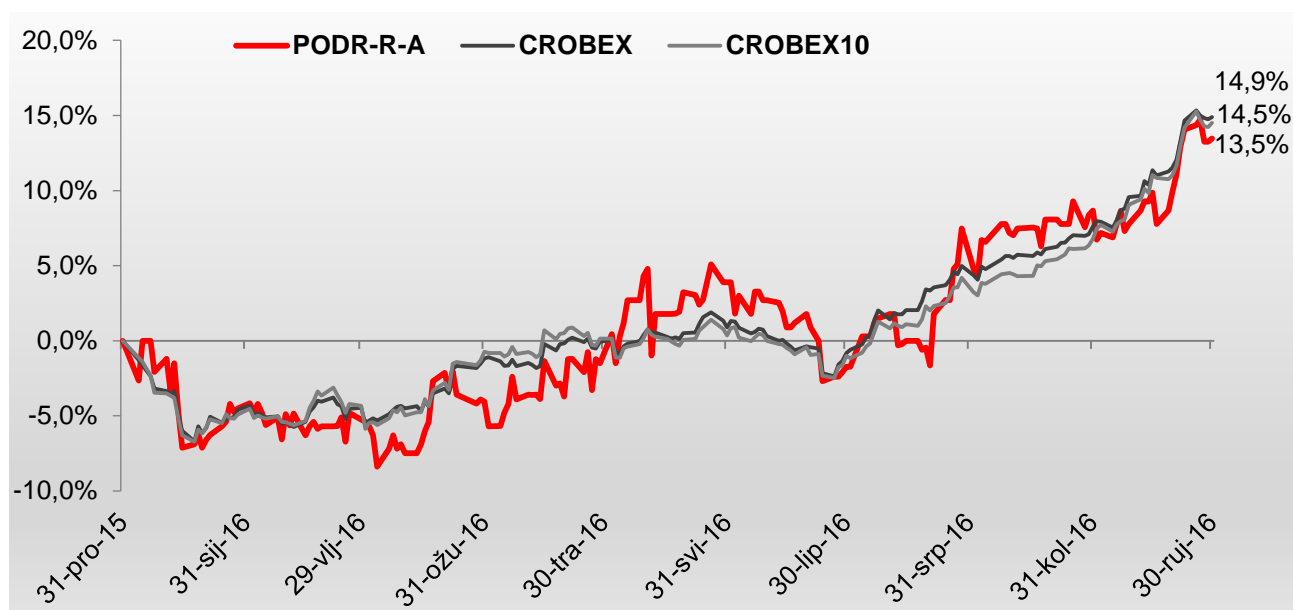
<b>Br.</b>	<b>Dioničar</b>	<b>Broj dionica</b>	<b>% vlasništva</b>
1.	AZ obvezni mirovinski fond kategorije B	902.874	12,7%
2.	PBZ Croatia Osiguranje obvezni mirovinski fond kategorije B	774.202	10,9%
3.	DUUDI - Hrvatski zavod za mirovinsko osiguranje	727.703	10,2%
4.	DUUDI - Republika Hrvatska	674.461	9,5%
5.	Erste Plavi obvezni mirovinski fond kategorije B	665.166	9,3%
6.	Zbirni skrbnički račun za Unicredit Bank Austria AG	544.180	7,6%
7.	Kapitalni fond d.d.	406.842	5,7%
8.	Raiffeisen obvezni mirovinski fond kategorije B	375.448	5,3%
9.	Podravka d.d. - trezorski račun	201.400	2,8%
10.	AZ Profit dobrovoljni mirovinski fond	111.752	1,6%
	Ostali dioničari	1.735.975	24,4%
	<b>Ukupno</b>	<b>7.120.003</b>	<b>100,0%</b>

Kompanija ima stabilnu vlasničku strukturu unutar koje najznačajniji udio imaju domaći mirovinski fondovi te Republika Hrvatska. Domaći mirovinski fondovi (obvezni i dobrovoljni) zajedno imaju 42,2% vlasništva kompanije na 30. rujna 2016. godine. Republika Hrvatska preko Državnog ureda za upravljanje državnom imovinom (DUUDI) ima 19,7% vlasništva kompanije te preko Kapitalnog fonda d.d. ima dodatnih 5,7% vlasništva na 30. rujna 2016. godine. Kompanija drži 2,8% vlastitih dionica. Dionice kompanije kotiraju na Službenom tržištu Zagrebačke burze od 7. prosinca 1998. godine pod simbolom PODR-R-A.

### Vlasnička struktura na 30. rujna 2016.



### Kretanje cijene dionice u 1.-9. 2016.



(zaključna cijena u kunama; zaključni bodovi)	30. rujna 2016.	31. prosinca 2015.	% promjena
PODR-R-A	379,0	334,0	13,5%
CROBEX	1.941,3	1.689,6	14,9%
CROBEX10	1.132,8	989,3	14,5%

U 1.-9. 2016. cijena dionica Podravke s rastom od 13,5% pratila je rast domaćih dioničkih indeksa Crobex i Crobex10 koji su pojedinačno rasli 14,9% i 14,5%.





## Ostvarenje na hrvatskom tržištu kapitala u 1.-9. 2016.

<i>(u kunama; u jedinicama)<sup>12</sup></i>	<b>1.-9. 2016.</b>	<b>1.-9. 2015.</b>	<b>% promjena</b>
Prosječna dnevna cijena	341,6	313,2	9,1%
Prosječan dnevni broj transakcija	10	12	(16,3%)
Prosječna dnevna količina	1.181	1.778	(33,6%)
Prosječan dnevni promet	403.402,5	556.803,7	(27,6%)

U 1.-9. 2016. prosječna dnevna cijena dionice Podravke bila je 9,1% viša u odnosu na usporedno razdoblje. Istodobno je došlo do pada prosječnog dnevnog broja transakcija, količina i dnevnog prometa.

## Valucija

<i>(u milijunima kuna; dobit po dionici u kunama)*</i>	<b>1.-9. 2016.</b>	<b>2015.</b>	<b>% promjena</b>
Zadnja cijena	379,0	334,0	13,5%
Tržišna kapitalizacija	2.628,4	2.000,0	31,4%
EV <sup>13</sup>	3.832,2	2.990,0	28,2%
Dobit po dionici <sup>14</sup>	58,9	66,4	(11,2%)
EV / Prihodi od prodaje	0,9	0,8	10,8%
EV / EBITDA	7,2	6,4	13,4%
EV / EBIT	12,0	10,5	14,4%
Omjer zadnje cijene i dobiti po dionici (P / E)	6,4	5,0	27,8%

**\*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.

Ukoliko bi gore navedene pokazatelje računali na način da je za čitavu 2015. godinu uključen račun dobiti i gubitka Grupe Žito bez utjecaja jednokratnih stavaka, gore navedeni pokazatelji bi za 1.-9. 2016. iznosili: EV / Prihodi od prodaje = 0,9, EV / EBITDA = 8,2, EV / EBIT = 14,8 te P / E = 13,1.

<sup>12</sup>Prosječna 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.

<sup>13</sup>Eng. Enterprise value: Tržišna kapitalizacija + Neto dug + Manjinski interesi.

<sup>14</sup>Računata na temelju prosječnog ponderiranog broja dionica u zadnjih 12 mjeseci koji je u 1.-9. 2016. iznosio 6.935.102, a u 2015. godini 5.987.697.

## Dodatne tablice za 1.-9. 2016.

### Izveštajni prihodi od prodaje po kategorijama u 1.-9. 2016.<sup>15</sup>

<i>(u milijunima kuna)</i>	1.-9. 2016.	% prihoda od prodaje	1.-9. 2015.	% prihoda od prodaje	% promjena
<b>SPP Prehrana</b>	<b>2.465,2</b>	<b>81,3%</b>	<b>1.897,8</b>	<b>77,1%</b>	<b>29,9%</b>
Kulinarstvo	649,6	21,4%	628,0	25,5%	3,4%
Slastice, žitarice za odrasle, snack i napitci	249,5	8,2%	188,4	7,7%	32,5%
Lino svijet	179,0	5,9%	174,6	7,1%	2,5%
Mediterranska prehrana, kondimenti i osnovna hrana	524,3	17,3%	448,9	18,2%	16,8%
Mesni program	207,0	6,8%	219,6	8,9%	(5,7%)
Pekarstvo i mlinarstvo	314,9	10,4%	38,3	1,6%	721,5%
Ostala prodaja	340,8	11,2%	200,1	8,1%	70,4%
<b>SPP Farmaceutika</b>	<b>565,6</b>	<b>18,7%</b>	<b>564,3</b>	<b>22,9%</b>	<b>0,2%</b>
Lijekovi na recept	402,9	13,3%	380,5	15,5%	5,9%
Bezreceptni program	64,8	2,1%	64,1	2,6%	1,0%
Ostala prodaja	98,0	3,2%	119,7	4,9%	(18,2%)
<b>Grupa Podravka</b>	<b>3.030,9</b>	<b>100,0%</b>	<b>2.462,2</b>	<b>100,0%</b>	<b>23,1%</b>

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) **mediteranska prehrana, kondimenti i ostalo**: mediteranska prehrana, voće, povrće, kondimenti, Žito tjestenina, Žito riža, Žito zamrznuta i pothlađena hrana, Žito žitarice (kaše, pahuljice, grahorice),

<sup>15</sup>U Q2 2016. izvršena je reklasifikacija ugovorenih naknada s kupcima za promotivne, marketinške i slične aktivnosti s pozicije "Troškovi marketinga" na umanjeње pozicije "Prihodi od prodaje". Reklasificirana su oba razdoblja.



(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>	<b>2013.</b>	<b>2014.</b>	<b>2015.</b>
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
Mediteranska 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.



## Prihodi od prodaje po regijama u 1.-9. 2016.<sup>16</sup>

<i>(u milijunima kuna)</i>	<b>1.-9. 2016.</b>	<b>% prihoda od prodaje</b>	<b>1.-9. 2015.</b>	<b>% prihoda od prodaje</b>	<b>% promjena</b>
<b>Regija Adria</b>	<b>2.195,1</b>	<b>72,4%</b>	<b>1.767,0</b>	<b>71,8%</b>	<b>24,2%</b>
Hrvatska	1.022,4	33,7%	1.043,4	42,4%	(2,0%)
Slovenija	567,9	18,7%	127,8	5,2%	344,3%
Bosna i Hercegovina	337,3	11,1%	340,3	13,8%	(0,9%)
Ostale zemlje	267,4	8,8%	255,5	10,4%	4,7%
<b>Regija Europa</b>	<b>553,0</b>	<b>18,2%</b>	<b>480,0</b>	<b>19,5%</b>	<b>15,2%</b>
Srednja Europa	349,3	11,5%	347,0	14,1%	0,7%
Zapadna Europa	203,6	6,7%	132,9	5,4%	53,2%
<b>Regija Rusija, ZND i Baltik</b>	<b>175,5</b>	<b>5,8%</b>	<b>113,1</b>	<b>4,6%</b>	<b>55,2%</b>
Rusija	161,6	5,3%	102,0	4,1%	58,5%
Ostale zemlje	13,9	0,5%	11,1	0,5%	24,9%
<b>Regija Nova tržišta</b>	<b>107,3</b>	<b>3,5%</b>	<b>102,0</b>	<b>4,1%</b>	<b>5,2%</b>
<b>Grupa Podravka</b>	<b>3.030,9</b>	<b>100,0%</b>	<b>2.462,2</b>	<b>100,0%</b>	<b>23,1%</b>

<sup>16</sup>U Q2 2016. izvršena je reklasifikacija ugovorenih naknada s kupcima za promotivne, marketinške i slične aktivnosti s pozicije "Troškovi marketinga" na umanjeње pozicije "Prihodi od prodaje". Reklasificirana su oba razdoblja.

## Konsolidirani financijski izvještaji u 1.-9. 2016.

### Konsolidirani izvještaj o dobiti u 1.-9. 2016.

<i>(u tisućama kuna)</i>	1.-9. 2016.	% prihoda od prodaje	1.-9. 2015.	% prihoda od prodaje	% promjena
Prihodi od prodaje <sup>17</sup>	3.030.845	100,0%	2.462.170	100,0%	23,1%
Troškovi sadržani u prodanim proizvodima	(1.926.773)	(63,6%)	(1.504.958)	(61,1%)	28,0%
<b>Bruto dobit</b>	<b>1.104.072</b>	<b>36,4%</b>	<b>957.212</b>	<b>38,9%</b>	<b>15,3%</b>
Ostali prihodi	13.423	0,4%	41.473	1,7%	(67,6%)
Opći i administrativni troškovi	(236.462)	(7,8%)	(204.541)	(8,3%)	15,6%
Troškovi prodaje i distribucije	(418.407)	(13,8%)	(346.957)	(14,1%)	20,6%
Troškovi marketinga	(265.822)	(8,8%)	(250.873)	(10,2%)	6,0%
Ostali troškovi	4.436	0,1%	(29.472)	(1,2%)	n/p
<b>Operativna dobit</b>	<b>201.239</b>	<b>6,6%</b>	<b>166.842</b>	<b>6,8%</b>	<b>20,6%</b>
Financijski prihodi	2.318	0,1%	2.177	0,1%	6,5%
Ostali financijski troškovi	(6.178)	(0,2%)	(5.542)	(0,2%)	11,5%
Rashodi od kamata po kreditima	(24.971)	(0,8%)	(27.469)	(1,1%)	(9,1%)
Neto tečajne razlike po kreditima	8.065	0,3%	4.232	0,2%	90,6%
<b>Neto financijski troškovi</b>	<b>(20.766)</b>	<b>(0,7%)</b>	<b>(26.602)</b>	<b>(1,1%)</b>	<b>(21,9%)</b>
<b>Dobit prije poreza</b>	<b>180.473</b>	<b>6,0%</b>	<b>140.240</b>	<b>5,7%</b>	<b>28,7%</b>
Tekući porez na dobit	(13.948)	(0,5%)	(24.187)	(1,0%)	(42,3%)
Odgođeni porez	(19.865)	(0,7%)	15.089	0,6%	n/p
<b>Porez na dobit</b>	<b>(33.813)</b>	<b>(1,1%)</b>	<b>(9.098)</b>	<b>(0,4%)</b>	<b>271,6%</b>
<b>Dobit za godinu</b>	<b>146.660</b>	<b>4,8%</b>	<b>131.142</b>	<b>5,3%</b>	<b>11,8%</b>
Dobit / (gubitak) za raspodjelu:					
<b>Vlasnicima matice</b>	<b>142.191</b>	<b>4,7%</b>	<b>130.977</b>	<b>5,3%</b>	<b>8,6%</b>
Vlasnicima nevladajućih udjela	(4.469)	(0,1%)	(165)	(0,0%)	2602,8%

<sup>17</sup>U Q2 2016. izvršena je reklasifikacija ugovorenih naknada s kupcima za promotivne, marketinške i slične aktivnosti s pozicije "Troškovi marketinga" na umanjeње pozicije "Prihodi od prodaje". Reklasificirana su oba razdoblja.



## Konsolidirani izvještaj o financijskom položaju na 30. rujna 2016. godine

<i>(u tisućama kuna)</i>	30.09.2016.	% ukupne imovine	31.12.2015.	% ukupne imovine	% promjena
<b>IMOVINA</b>					
<b>Dugotrajna imovina</b>					
Goodwill	26.290	0,5%	26.290	0,5%	0,0%
Ulaganje u nekretnine	10.120	0,2%	0	0,0%	n/p
Nematerijalna imovina	273.933	5,4%	284.511	5,8%	(3,7%)
Nekretnine, postrojenja i oprema	2.130.226	41,9%	1.937.978	39,2%	9,9%
Odgođena porezna imovina	206.274	4,1%	230.946	4,7%	(10,7%)
Dugotrajna financijska imovina	16.407	0,3%	18.715	0,4%	(12,3%)
<b>Ukupna dugotrajna imovina</b>	<b>2.663.251</b>	<b>52,4%</b>	<b>2.498.440</b>	<b>50,5%</b>	<b>6,6%</b>
<b>Kratkotrajna imovina</b>					
Zalihe	850.678	16,7%	783.490	15,8%	8,6%
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	1.076.223	21,2%	1.113.551	22,5%	(3,4%)
Financijska imovina po fer vrijednosti kroz dobit ili gubitak	2.011	0,0%	215	0,0%	835,3%
Potraživanje za porez na dobit	4.722	0,1%	34.617	0,7%	(86,4%)
Novac i novčani ekvivalenti	219.400	4,3%	291.877	5,9%	(24,8%)
Dugotrajna imovina namijenjena prodaji	266.119	5,2%	223.561	4,5%	19,0%
<b>Ukupna kratkotrajna imovina</b>	<b>2.419.153</b>	<b>47,6%</b>	<b>2.447.311</b>	<b>49,5%</b>	<b>(1,2%)</b>
<b>Ukupna imovina</b>	<b>5.082.404</b>	<b>100,0%</b>	<b>4.945.751</b>	<b>100,0%</b>	<b>2,8%</b>
<i>(u tisućama kuna)</i>	<b>30.09.2016</b>	<b>% ukupnih obveza</b>	<b>31.12.2015</b>	<b>% ukupnih obveza</b>	<b>% promjena</b>
<b>GLAVNICA I OBVEZE</b>					
<b>Kapital i pričuve</b>					
Dionički kapital	1.676.065	33,0%	1.685.955	34,1%	(0,6%)
Pričuve	609.138	12,0%	549.840	11,1%	10,8%
Zadržana dobit / (preneseni gubitak)	543.103	10,7%	514.250	10,4%	5,6%
<b>Udjeli vlasnika matice</b>	<b>2.828.306</b>	<b>55,6%</b>	<b>2.750.045</b>	<b>55,6%</b>	<b>2,8%</b>
Nevladajući udjeli	48.196	0,9%	67.712	1,4%	(28,8%)
<b>Ukupna glavnica</b>	<b>2.876.502</b>	<b>56,6%</b>	<b>2.817.757</b>	<b>57,0%</b>	<b>2,1%</b>
<b>Dugoročne obveze</b>					
Kredit i zajmovi	744.187	14,6%	752.244	15,2%	(1,1%)
Rezerviranja	63.551	1,3%	64.126	1,3%	(0,9%)
Ostale dugoročne obveze	20.321	0,4%	19.611	0,4%	3,6%
Odgođena porezna obveza	53.668	1,1%	56.475	1,1%	(5,0%)
<b>Ukupne dugoročne obveze</b>	<b>881.727</b>	<b>17,3%</b>	<b>892.456</b>	<b>18,0%</b>	<b>(1,2%)</b>
<b>Kratkoročne obveze</b>					
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	663.533	13,1%	731.969	14,8%	(9,3%)
Obveze za porez na dobit	3.491	0,1%	2.251	0,0%	55,1%
Financijske obveze po fer vrijednosti kroz dobit ili gubitak	3.478	0,1%	2.469	0,0%	40,9%
Kredit i zajmovi	627.381	12,3%	459.544	9,3%	36,5%
Rezerviranja	26.292	0,5%	39.305	0,8%	(33,1%)
<b>Ukupne kratkoročne obveze</b>	<b>1.324.175</b>	<b>26,1%</b>	<b>1.235.538</b>	<b>25,0%</b>	<b>7,2%</b>
<b>Ukupne obveze</b>	<b>2.205.902</b>	<b>43,4%</b>	<b>2.127.994</b>	<b>43,0%</b>	<b>3,7%</b>
<b>Ukupna glavnica i obveze</b>	<b>5.082.404</b>	<b>100,0%</b>	<b>4.945.751</b>	<b>100,0%</b>	<b>2,8%</b>



## Konsolidirani izvještaj o novčanom toku u 1.-9. 2016.

<i>(u tisućama kuna)</i>	<b>1.-09. 2016.</b>	<b>1.-09. 2015.</b>	<b>% promjene</b>
<b>Dobit / (gubitak) tekuće godine</b>	146.660	131.141	11,8%
Porez na dobit	33.815	9.099	271,6%
Amortizacija	136.133	101.224	34,5%
(Dobici) / Gubici od umanjenja nekretnina, postrojenja, opreme i nematerijalne imovine	0	(502)	n/p
(Dobici) / Gubici od umanjenja vrijednosti imovine namijenjene prodaji	(222)	8.738	n/p
(Dobit) od povoljne kupnje	0	(24.765)	n/p
Promjena u fer vrijednosti financijskih instrumenata	1.224	(735)	n/p
Isplate s temelja dionica	2.852	233	1123,9%
(Dobici) / Gubici od prodaje dionica	(18)	0	n/p
(Dobici) / Gubici od prodaje i rashoda dugotrajne imovine	(718)	(1.376)	(47,8%)
(Dobici) / Gubici od prodaje imovine namijenjene prodaji	(686)	(892)	(23,1%)
Vrijednosno usklađenje kupaca	3.698	7.030	(47,4%)
Usklađenje kapitalne premije - opcije	0	(275)	n/p
(Smanjenje) / povećanje rezerviranja	(13.583)	(17.139)	(20,7%)
Prihod od kamata	(2.320)	(2.177)	6,6%
Trošak kamata	31.151	33.011	(5,6%)
Učinak promjene tečaja	(10.473)	(6.801)	54,0%
<b>Promjene u radnom kapitalu:</b>			
(Povećanje) / smanjenje zaliha	(66.545)	(78.022)	(14,7%)
(Povećanje) / smanjenje potraživanja	49.860	(83.637)	n/p
Povećanje / (smanjenje) obveza	19.971	1.699	1075,4%
<b>Novčani tok iz poslovnih aktivnosti</b>	<b>330.797</b>	<b>75.855</b>	<b>336,1%</b>
Plaćeni porez	(241)	(10.621)	(97,7%)
Plaćene kamate	(31.242)	(32.943)	(5,2%)
<b>Neto novac ostvaren poslovnim aktivnostima</b>	<b>299.314</b>	<b>32.291</b>	<b>826,9%</b>
<b>Novčani tok iz ulagateljskih aktivnosti</b>			
Kupovina vlasničkih vrijednosnih papira	(7.748)	(2.848)	172,0%
Stjecanje podružnica, neto od stečenog novca	0	72	n/p
Kupnja nekretnina, postrojenja, opreme i nematerijalne imovine	(383.719)	(144.710)	165,2%
Nabava imovine namijenjene prodaji	0	(3.733)	n/p
Prodaja utrživih vrijednosnica	672	0	n/p
Primici od prodaje nekretnina, postrojenja, opreme i nematerijalne imovine	1.916	5.895	(67,5%)
Dani krediti	(277)	(397)	(30,2%)
Otplata danih kredita	1.009	268	276,5%
Primici od ostalih ulaganja	(2.011)	(140.080)	(98,6%)
Naplaćene kamate	2.320	2.177	6,6%
<b>Neto novac od ulagačkih aktivnosti</b>	<b>(387.838)</b>	<b>(283.356)</b>	<b>36,9%</b>
<b>Novčani tok od financijskih aktivnosti</b>			
Isplata dividende			
Nabava vlastitih dionica	(48.480)	0	n/p
Prodaja vlastitih dionica	(12.976)	(3.571)	263,4%
Primljeni krediti i zajmovi	3.308	3.011	9,9%
Otplata kredita i zajmova	468.726	229.520	104,2%
Primici od izdavanja dionica - kapital	(394.531)	(314.964)	25,3%
Primici od izdavanja dionica - kapitalna premija	0	374.000	n/p
<b>Neto novac korišten u financijskim aktivnostima</b>	<b>16.046</b>	<b>420.390</b>	<b>(96,2%)</b>
<b>Neto (smanjenje) / povećanje novca i novčanih ekvivalenata</b>	<b>(72.477)</b>	<b>169.325</b>	<b>n/p</b>
Novac i novčani ekvivalenti na početku godine	291.877	220.478	32,4%
Novac i novčani ekvivalenti na kraju godine	<b>219.400</b>	<b>389.803</b>	<b>(43,7%)</b>



## Konsolidirani izvještaj o promjenama glavnice u 1.-9. 2016.

(u tisućama kuna)	Dionički kapital	Rezerva za vlastite dionice	Zakonske rezerve	Rezerva za reinvestiranu dobit	Statutarne rezerve	Ostale rezerve	Zadržana dobit	Ukupno	Nevladajući udjeli	Ukupno
<b>Stanje 1. siječnja 2015. godine</b>	<b>1.063.548</b>	<b>67.604</b>	<b>16.543</b>	<b>298.138</b>	<b>43.956</b>	<b>41.299</b>	<b>217.569</b>	<b>1.748.657</b>	<b>36.605</b>	<b>1.785.262</b>
<i>Sveobuhvatna dobit</i>										
Dobit za godinu	-	-	-	-	-	-	397.309	397.309	5.955	403.264
Tečajne razlike	-	-	-	-	-	1.334	-	1.334	(8)	1.326
Aktuarski gubici (neto od odgođenog poreza)	-	-	-	-	-	(225)	-	(225)	-	(225)
<b>Ukupna sveobuhvatna dobit</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1.109</b>	<b>397.309</b>	<b>398.418</b>	<b>5.947</b>	<b>404.365</b>
<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)
<b>Ukupno transakcije s vlasnicima priznate direktno u glavnici</b>	<b>622.407</b>	<b>80.000</b>	<b>14.388</b>	<b>(108.400)</b>	<b>3.051</b>	<b>92.152</b>	<b>(100.629)</b>	<b>602.969</b>	<b>25.160</b>	<b>628.129</b>
<b>Stanje 31. prosinca 2015. godine</b>	<b>1.685.955</b>	<b>147.604</b>	<b>30.931</b>	<b>189.738</b>	<b>47.007</b>	<b>134.560</b>	<b>514.249</b>	<b>2.750.044</b>	<b>67.712</b>	<b>2.817.756</b>
<i>Sveobuhvatna dobit</i>										
Dobit za godinu	-	-	-	-	-	-	142.191	142.191	4.469	146.660
Tečajne razlike	-	-	-	-	-	(13.835)	-	(13.835)	(344)	(14.179)
Dobit ili gubitak s osnove ponovnog vrednovanja financijske imovine raspoložive za prodaju	-	-	-	-	-	148	-	148	-	148
Ostala sveobuhvatna dobit	-	-	-	-	-	(13.687)	-	(13.687)	(344)	(14.031)
<b>Ukupna sveobuhvatna dobit</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(13.687)</b>	<b>142.191</b>	<b>128.504</b>	<b>4.125</b>	<b>132.629</b>
<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	(12.976)	-	-	-	-	-	-	(12.976)	-	(12.976)
Realizacija opcija	234	-	-	-	-	-	-	234	-	234
Fer vrijednost isplata s temelja dionica	2.852	-	-	-	-	-	-	2.852	-	2.852
Isplata dividende	-	-	-	-	-	-	(48.480)	(48.480)	-	(48.480)
Efekt stjecanja dodatnih manjinskih udjela	-	-	-	-	-	8.128	-	8.128	(23.641)	(15.513)
<b>Ukupno transakcije s vlasnicima priznate direktno u glavnici</b>	<b>(9.890)</b>	<b>-</b>	<b>11.006</b>	<b>-</b>	<b>8.548</b>	<b>53.431</b>	<b>(113.337)</b>	<b>(50.242)</b>	<b>(23.641)</b>	<b>(73.883)</b>
<b>Stanje 30. rujna 2016. godine</b>	<b>1.676.065</b>	<b>147.604</b>	<b>41.937</b>	<b>189.738</b>	<b>55.555</b>	<b>174.304</b>	<b>543.103</b>	<b>2.828.306</b>	<b>48.196</b>	<b>2.876.502</b>





## **Bilješke uz financijske izvještaje**

Tijekom 2016. godine društvo je promijenilo računovodstvenu politiku iskazivanja prihoda od prodaje te se iskazuju u iznosima koji su dodatno umanjeni za ugovorene troškove marketinga i unapređenja prodaje.

Predsjednik Uprave:

Zvonimir Mršić



## Izjava o odgovornosti

Koprivnica, 25. listopada 2016.

### IZJAVA OSOBA ODGOVORNIH ZA SASTAVLJANJE FINANCIJSKIH IZVJEŠTAJA

Konsolidirani financijski izvještaji Grupe Podravka za razdoblje 1.- 9. 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.- 9. 2016. godine odobrila je Uprava PODRAVKE d.d. na sjednici održanoj 25. listopada 2016. 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](http://www.podravka.hr)

Odnosi s investitorima

e-mail: [ir@podravka.hr](mailto:ir@podravka.hr)

Tel: 048 65 16 65

Mob: 099 43 85 007