

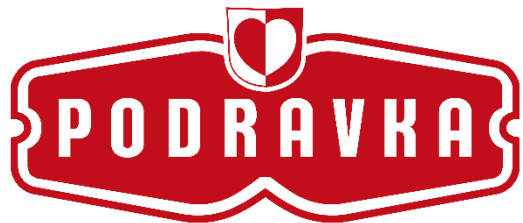


# Podravka d.d.

## – izdanje novih dionica –

Zagrebačka burza, 06. srpnja 2015. godine





## **Grupa Podravka**

**Investicijske značajke Grupe**

**Razlozi za dokapitalizaciju**

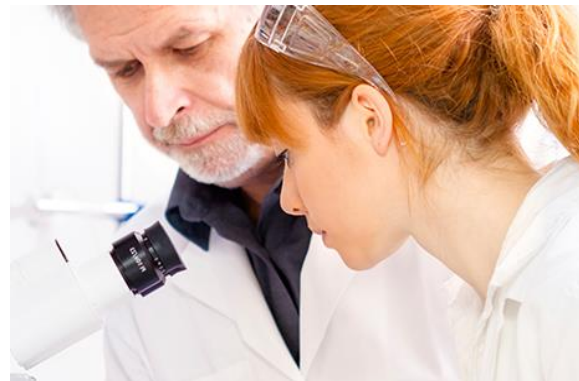
**Struktura dokapitalizacije**

# Grupa Podravka ukratko



## POSLOVANJE:

- prehrana i farmaceutika.



## 2014. KLJUČNI POKAZATELJI:

- 3.502,6 milijuna kuna prihoda,
- 3.508,6 milijuna kuna imovine,
- 5.341 zaposlenih.

## GODINA OSNUTKA: 1947.

- 68 godina iskustva u prehrani,
- 43 godine iskustva u farmaceutici,
- kulinarska institucija u regiji Adria.



## SJEDIŠTE:

- Koprivnica.



## GLAVNA TRŽIŠTA:

- regija Adria,
- Srednja Europa,
- Istočna Europa.



## KOTACIJA DIONICA:

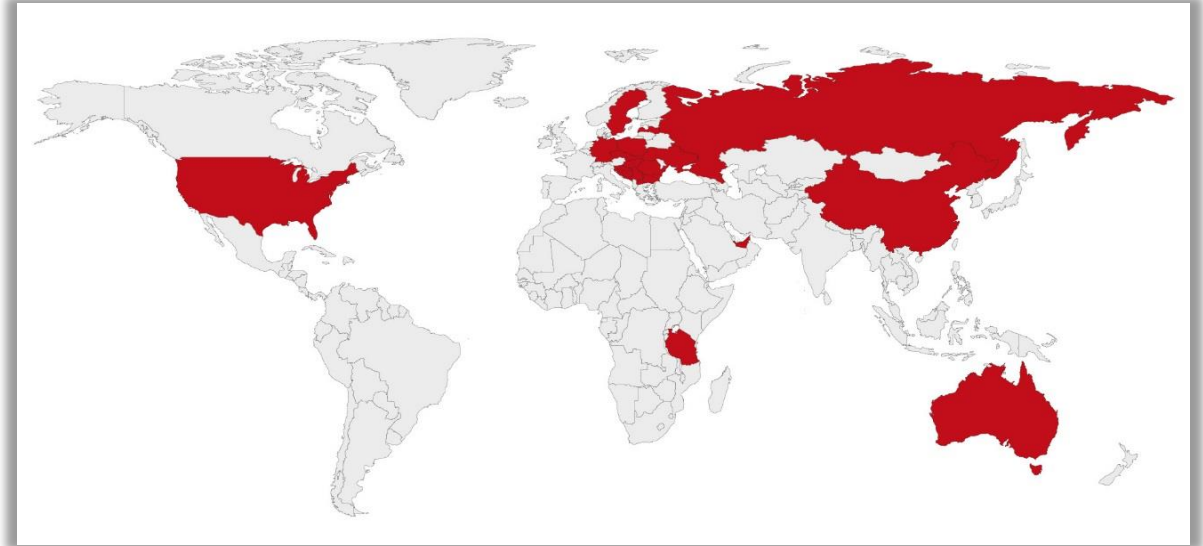
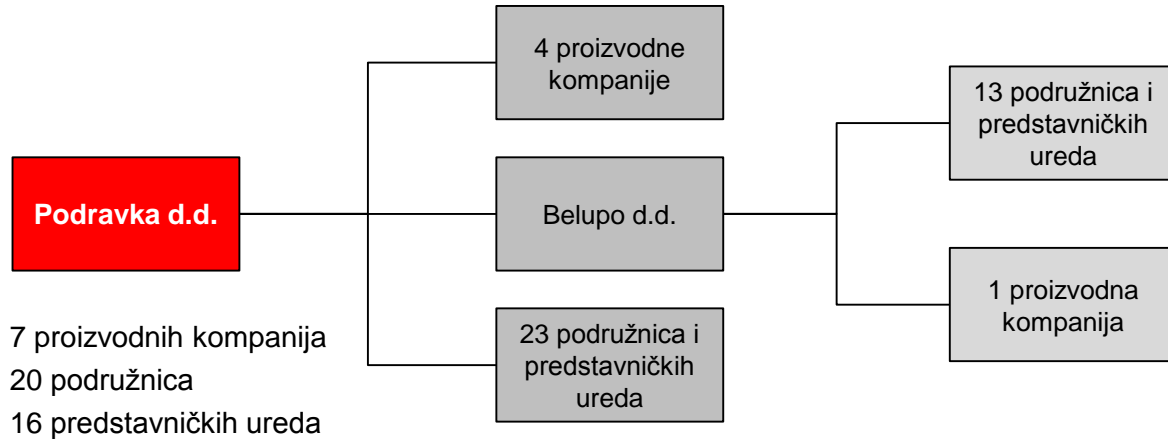
- Zagrebačka burza,
- tržišna kapitalizacija 1.680,2 milijuna kuna<sup>1</sup>.



<sup>1</sup>Tržišna kapitalizacija na 30. lipnja 2015., zadnja dnevna cijena.

# Grupa Podravka prisutna je u 24 zemlje svijeta sa svojim podružnicama i predstavničkim uredima

## Internacionalna mreža podružnica i predstavničkih ureda

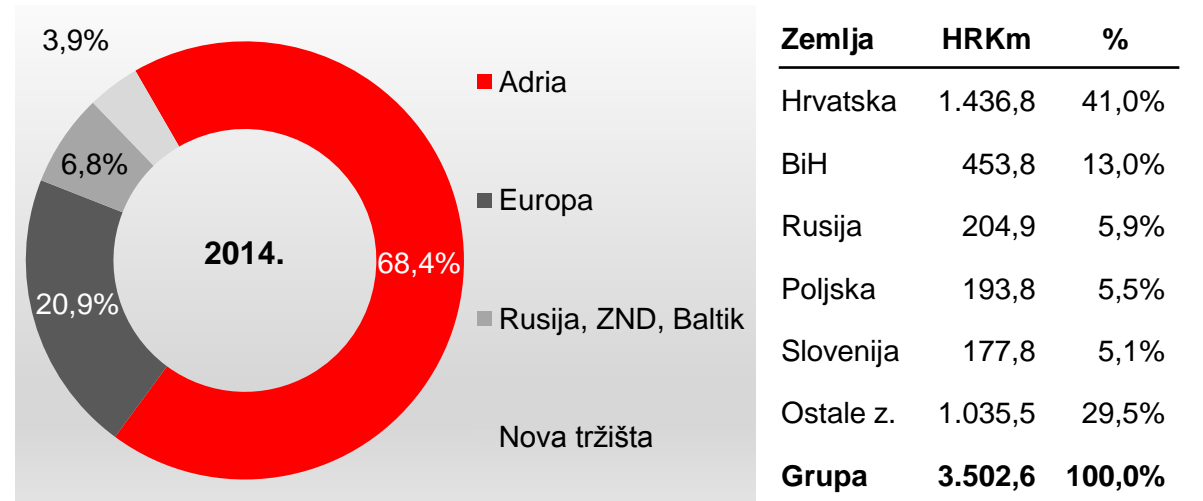


## Vlastita distribucijska mreža od Jadranskog do Baltičkog mora

1. Bosna i Hercegovina
2. Češka
3. Crna Gora
4. Hrvatska
5. Mađarska
6. Makedonija
7. Poljska
8. Slovačka
9. Slovenija
10. Srbija

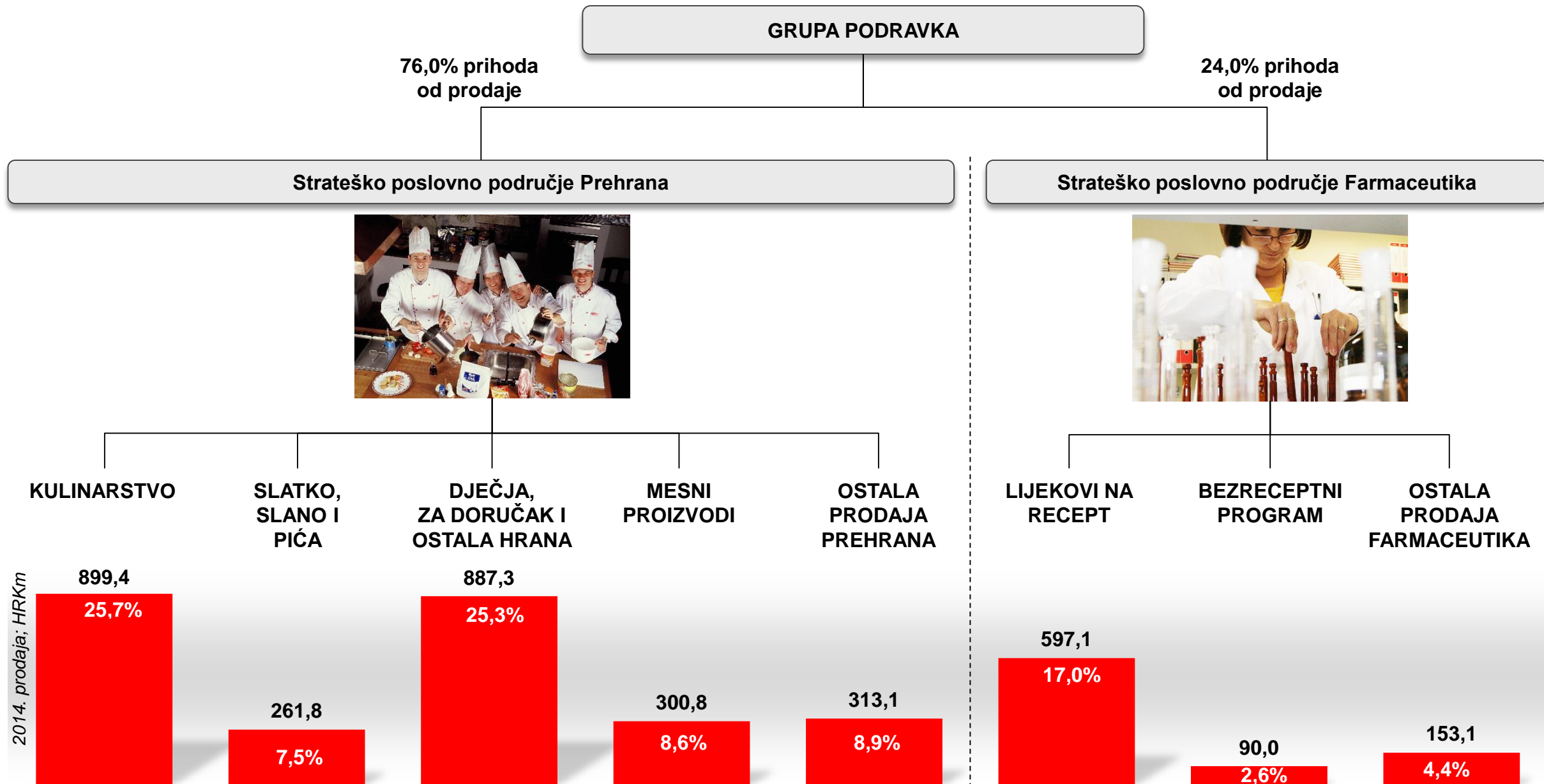


## Zemlje regije Adria, Srednje i Istočne Europe predstavljaju glavna tržišta





# Diverzificirani proizvodni portfolio raspodijeljen je u dva poslovna područja



2014. prodaja; HRKm

# Visoko razvijeno korporativno upravljanje

## Uprava Podravke d.d.



Zvonimir Mršić

### Predsjednik Uprave

- strategija Grupe,
- gradonačelnik Koprivnice u 3 mandata,
- FBA,
- podpredsjednik Hrvatske udruge izvoznika.



Olivija Jakupec

### Članica Uprave

- prodaja i marketing,
- radno iskustvo na tržištu Rusije,
- direktorica Nexe BiH.



Miroslav Klepač

### Član Uprave

- financije i IT,
- član Uprave Allianz Zagreba, Iskona, HT-a BiH,
- MBA.



Hrvoje Kolarić

### Član Uprave

- farmaceutika,
- direktor Bristol Myers Squibb-a i PharmaSwiss-a,
- predsjednik Uprave Belupa d.d.,
- MBA.

## Nadzorni odbor Podravke d.d.

### Predsjednik:

- Dubravko Štimac → predsjednik Uprave u PBZ CO OMF

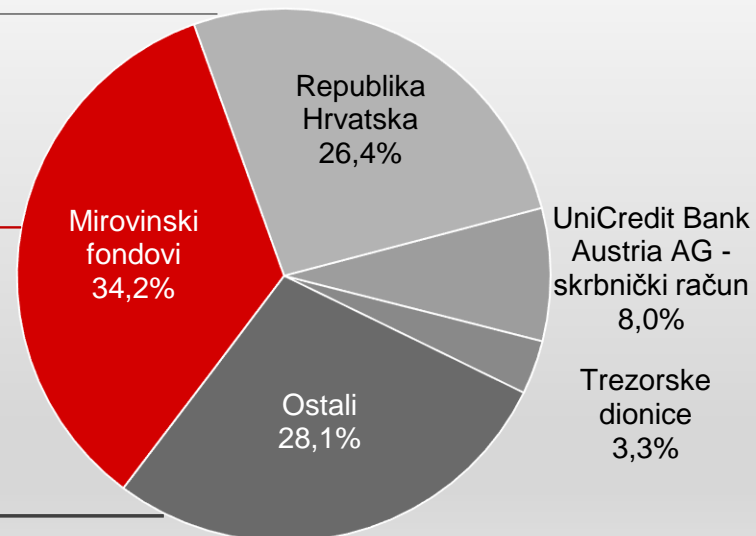
### Potpredsjednik:

- Mato Crkvenac → bivši ministar financija

### Članovi:

- Ivana Matovina → bivša direktorica revizije u KPMG-u
- Martinka Marđetko Vuković → predstavnica radnika
- Ivo Družić → akademik, profesor ekonomije
- Milan Stojanović → profesionalni menadžer
- Petar Vlaić → predsjednik Uprave u Erste Plavom OMF-u
- Dinko Novoselec → predsjednik Uprave u Allianz ZB OMF-u
- Petar Miladin → akademik, profesor prava

## Vlasnička struktura na 30. lipnja 2015.



## Revizorski odbor

### Predsjednik:

- Dinko Novoselec

### Članovi:

- Petar Vlaić
- Ivana Matovina
- Mato Crkvenac

## Odbor za nagrađivanje

### Predsjednik:

- Petar Vlaić

### Članovi:

- Dubravko Štimac
- Milan Stojanović



Grupa Podravka

## **Investicijske značajke Grupe**

Razlozi za dokapitalizaciju

Struktura dokapitalizacije

# Visokokvalitetni brandovi sa snažnom prepoznatljivošću i značajnim internacionalnim potencijalom

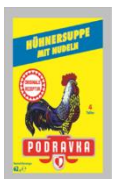


## VEGETA

- univerzalni začim, sinonim za kategoriju proizvoda u regiji Adria,
- godinama FMCG brand br. 1 u HR i među top 3 u regiji Adria,
- brand broj 1 u Europi u kategoriji univerzalnih začina,

- Superbrand nagrada u više od 15 europskih zemalja,
- Laur consumenta nagrada u Poljskoj za razdoblje 2004.-2014.

Vol. MS <sup>1</sup>	HR	SLO	BIH	POLJ	ČEŠ	RUS
Vegeta	1	1	1	2	2	2



## PODRAVKA JUHE

- dehidrirane čiste, kremaste i instant juhe,
- prodaju se u 25 zemalja širom svijeta,
- tržišni lider ili među top 3 u zemljama regije Adria,

- Quadal (Quality Medal) i Best Buy nagrada u Hrvatskoj,
- CROPAK & Superior Taste nagrada za kremaste juhe.

Vol. MS <sup>1</sup>	HR	SLO	BIH	RUS
Juhe	1	3	1	7



## LINO

- dehidrirana dječja hrana; krovni brand,
- sinonim za kategoriju proizvoda u regiji Adria,
- prodaje se u više od 20 zemalja širom svijeta,

- Trusted brand nagrada i Best Buy nagrada u Hrvatskoj,
- Superbrand nagrada u Hrvatskoj, Sloveniji i Bosni i Hercegovini.

Vol. MS <sup>1</sup>	HR	SLO	BIH
Lino	1	1	1



## DOLCELA

- praškasti proizvodi za pripremu slastica,
- broj 1 ili jaki broj 2 u regiji Adria,

- Quadal (Quality Medal) nagrada u Hrvatskoj,
- Best Buy nagrada u Hrvatskoj i Bosni i Hercegovini.

Vol. MS <sup>1</sup>	HR	SLO	BIH
Dolcela	1	2	1



## EVA (MEDITERANSKI ASORTIMAN)

- jedan od najprepoznatljivijih brandova u kategoriji riba u konzervi u regiji Adria,
- perjanica mediteranske kuhinje,

- Quadal (Quality Medal) nagrada i Superior taste nagrada u Hrvatskoj,
- Best Buy nagrada u Hrvatskoj i Bosni i Hercegovini.

Vol. MS <sup>1</sup>	HR	SLO	BIH
Eva	2	5	1



## BELUPO

- farmaceutski brand,
- snažna pozicija u tržišnim nišama, pogotovo u segmentu dermatologije.

Vol. MS <sup>2</sup>	HR	RUS	ČEŠ	SLO	BIH	SRB	MAK	SLR
D07*	1	5	2	2	1	2	1	1

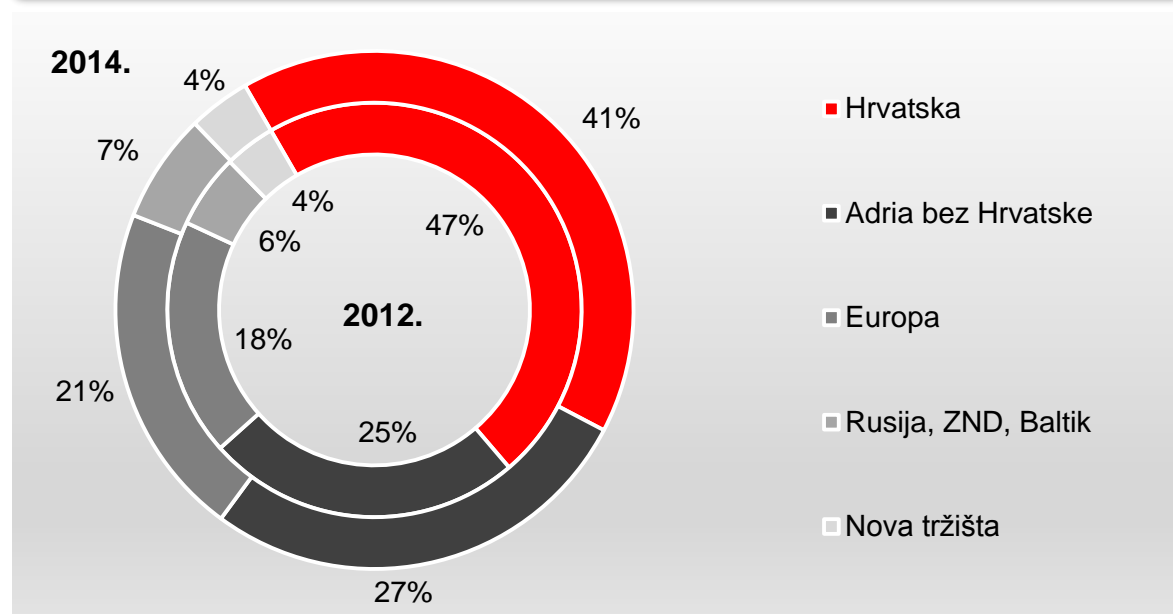
D07\* - kortikostereoidi za liječenje kožnih bolesti

<sup>1</sup>Izvor Nielsen; <sup>2</sup>Izvor IMS.



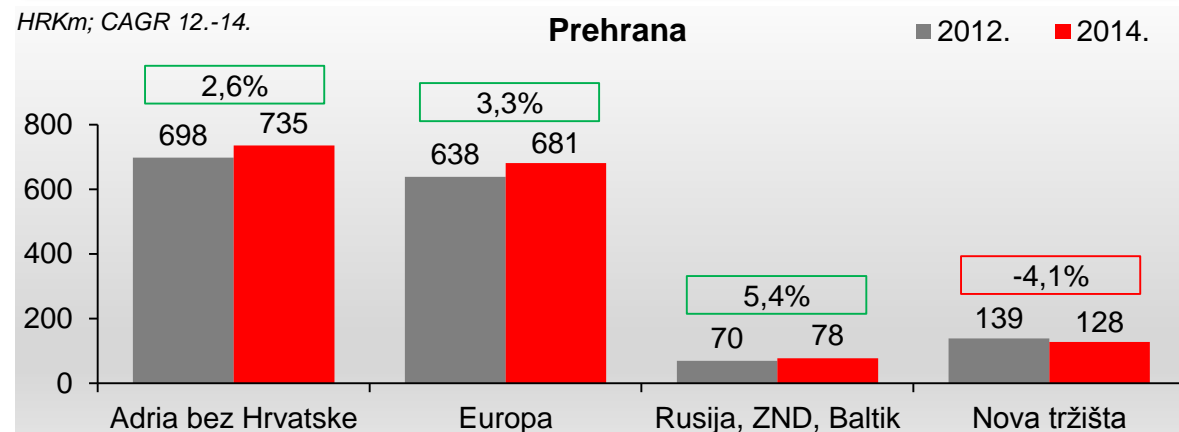
# Snažna orijentacija Grupe Podravka prema međunarodnom širenju poslovanja

## Prihodi od prodaje postaju sve manje ovisni o tržištu Hrvatske

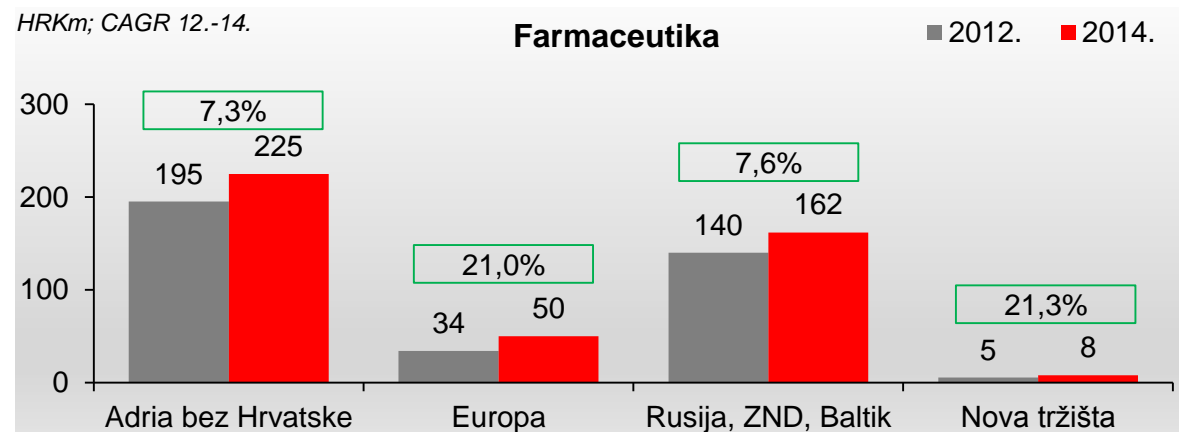


- daljnje međunarodno širenje poslovanja je jedan od ključnih strateških ciljeva Grupe,
- glavni razlozi za međunarodno širenje poslovanja:
  - smanjenje ovisnosti o domaćem tržištu, tj. diversifikacija rizika povezanog s jednim tržištem/jednom regijom,
  - jačanje prepoznatljivosti brandova izvan regije Adria,
  - očekivani snažniji rast BDP-a u Novim tržištima od rasta u regiji Adria,
- druga faza internacionalizacije započela je u 2015. godini → osnivanje kompanija u Tanzaniji i Dubaiju te predstavničkog ureda u Kini.

## Rast prihoda od prodaje na internacionalnim tržištima u oba SPP-a



- Nova tržišta pod utjecajem promjene modela distribucije u 2014. i negativnih tečajnih razlika.



- bez utjecaja tečajnih razlika u 2014. godini, CAGR od Rusije, ZND-a i Baltika iznosi 16,9% u 2012.-2014. razdoblju.

# Jasno definirana strategija rasta za svaku regiju

## Strategija regije Adria → braniti i ojačati tržišnu poziciju

- konsolidacija prehrambenog i sektora maloprodaje,
- visoki tržišni udjeli proizvoda Grupe Podravka,
- spor ekonomski oporavak bez rasta populacije,
- **ključni strateški ciljevi za regiju Adria:**
  - konsolidirati prehrambeno poslovanje,
  - ojačati tržišnu poziciju,
  - pružati „vrijednost za novac” proizvode kao odgovor privatnim markama,
- akvizicijski ciljevi → ostvarivanje daljnjeg konsolidiranja poslovanja.



## Strategija regije Europa → održivi rast

- stareća populacija s limitiranim potencijalom rasta,
- žestoka konkurencija međunarodnih i domaćih igrača,
- **ključni strateški ciljevi za Srednju Europu:**
  - proširiti postojeći asortiman proizvoda,
- **ključni strateški ciljevi za Zapadnu Europu:**
  - snažniji iskorak u klasičnu maloprodaju i edukacija potrošača o proizvodima Grupe → danas 50% prihoda od prodaje dolazi iz klasične maloprodaje,
- akvizicijski ciljevi → preuzimanje snažnih lokalnih brandova s pristupom maloprodaji.



## Strategija Rusije, ZND-a i Baltika → lokalna proizvodnja i rast distribucije

- prisutni brandovi Grupe imaju visoku prepoznatljivost,
- potencijal distribucije je još daleko od punog iskorištenja,
- **ključni strateški ciljevi za regiju Rusija, ZND i Baltik:**
  - promjena modela distribucije u Prehrani,
  - rast distribucije u maloprodaji i novim gradovima,
  - postati lokalni proizvođač → donosi drugačiju percepciju od strane lokalnog potrošača te otvara mogućnost prirodnog hedgiranja tečaja,
- akvizicijski ciljevi → postati lokalni proizvođač u prehrani.

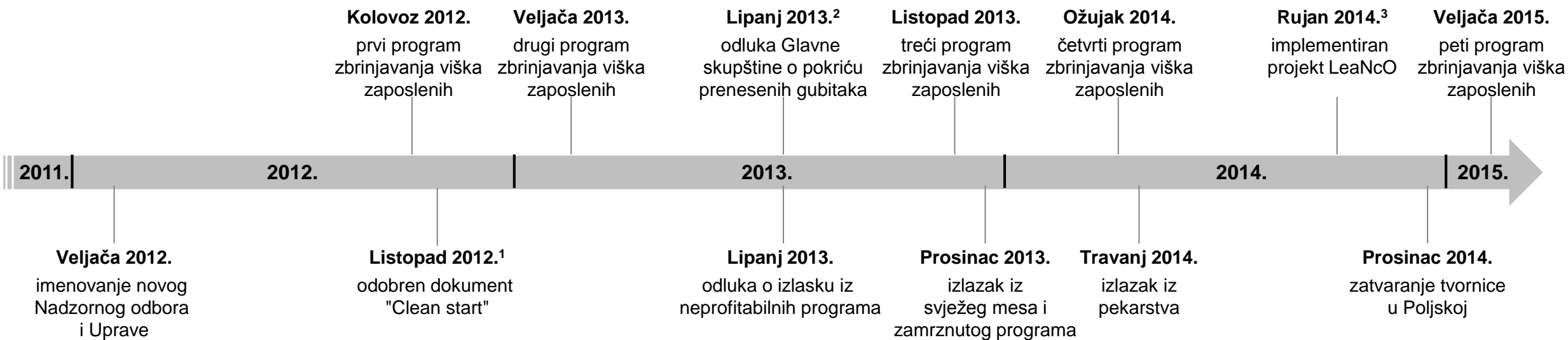


## Strategija regije Nova tržišta → rast distribucije i otvaranje novih tržišta

- Grupa je tradicionalno prisutna u etno kanalima,
- otvaranje novih tržišta → Afrika, MENA, Kina,
- **ključni strateški ciljevi za regiju Nova tržišta:**
  - Australija → daljnje širenje u klasičnu maloprodaju,
  - SAD, Kanada → ulazak u klasičnu maloprodaju,
  - Tanzanija, Dubai, Kina → uspostava poslovanja, lokalna proizvodnja u Tanzaniji,
- trenutno se ne gledaju potencijalne akvizicijske mete u ovoj grupi tržišta.



# Uspješno implementirani proces restrukturiranja kompanije



## 2011. neprofitabilni poslovni programi

- svježe meso
- zamrznuti program
- pekarstvo
- bezalkoholna pića

## 2015. neprofitabilni poslovni programi zatvoreni/na prodaju

- svježe meso → zatvoreno
- zamrznuti program → zatvoreno
- pekarstvo → zatvoreno
- bezalkoholna pića → na prodaju

## 2011. niska produktivnost zaposlenih

- visok broj zaposlenih
- relativno stara dobna struktura
- 37,4% zaposlenika Podravke u Hrvatskoj ima visoko obrazovanje

## 2015. niži broj zaposlenih s poboljšanom strukturom

- 23% manje zaposlenih u Prehrani
- poboljšana dobna struktura
- 41,2% zaposlenika Podravke u Hrvatskoj ima visoko obrazovanje

- **<sup>1</sup>Listopad 2012.** – odobrena je naručena studija pozicije i stanja Grupe Podravka naziva "Clean start" izrađena od strane KPMG-a kao polazište za daljnje korake,
- **<sup>2</sup>Lipanj 2013.** – donesena je odluka na Glavnoj skupštini o smanjenju nominalne vrijednosti dionica s 300,00 kuna na 200,00 kuna kako bi se pokrili zadržani gubitci i stvorile pretpostavke za buduće isplate dividendi,
- **<sup>3</sup>Rujan 2014.** – uspješno je implementiran program administrativne izvrsnosti "LeaNcO", s ciljem unapređenja efikasnosti financija, administracije i izvještavanja.

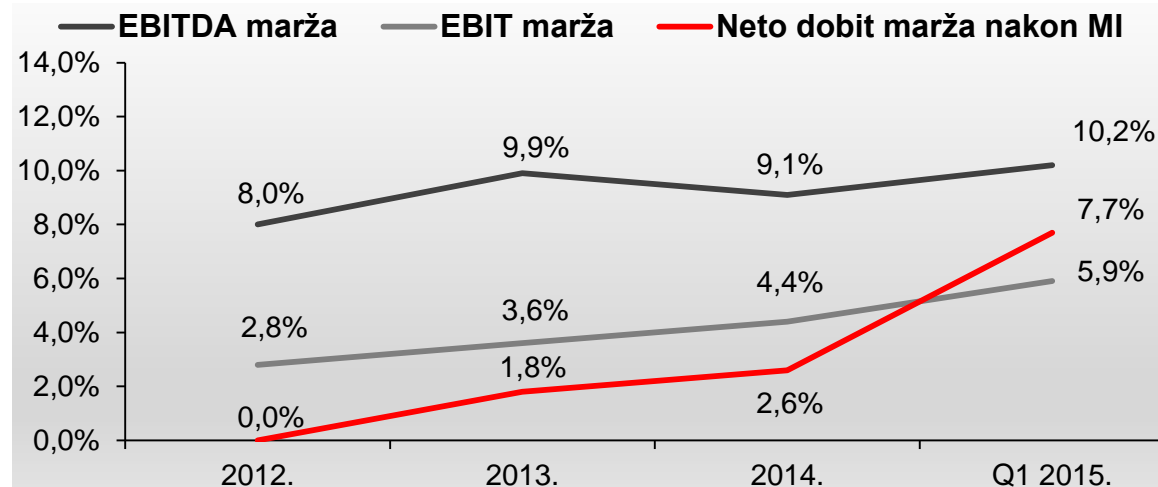
# Značajno poboljšana financijska pozicija Grupe

## Jednokratne stavke su opterećivale profitabilnost u prošlosti

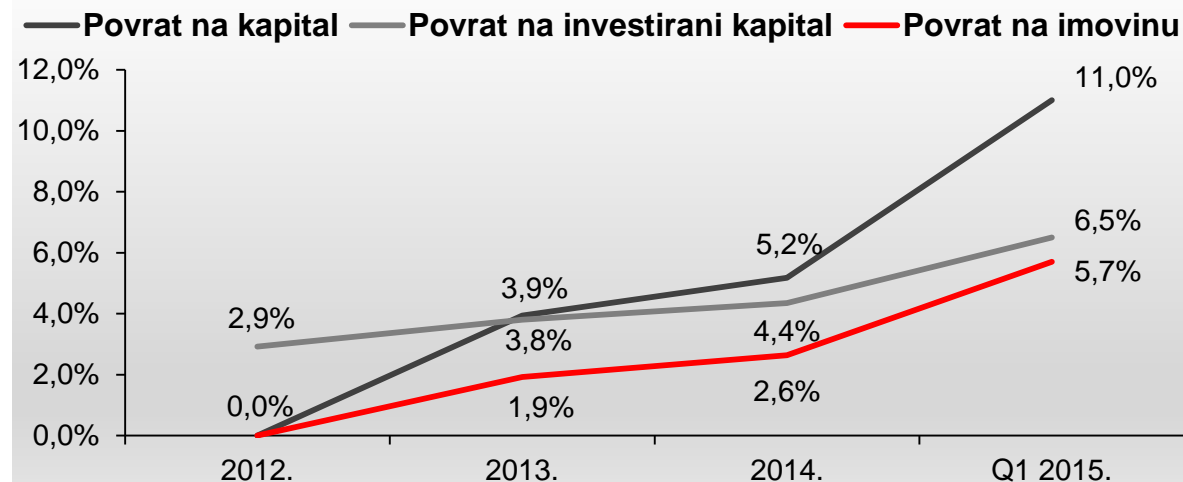
(HRK <sub>m</sub> )	2012.	2013.	2014.	Q1 2015.
Vrijednosna usklađenja	(37,4)	(80,8)	(29,2)	0,0
Otpremnine	(49,9)	(57,2)	(71,1)	0,0
Ostalo	(44,5)	4,6	10,2	24,8
<b>Ukupno</b>	<b>(131,8)</b>	<b>(133,4)</b>	<b>(90,1)</b>	<b>24,8</b>

- restrukturiranje je inicijalno imalo negativan utjecaj na profitabilnost,
- očekuje se da u 2015. godini neće biti negativnih jednokratnih stavaka.

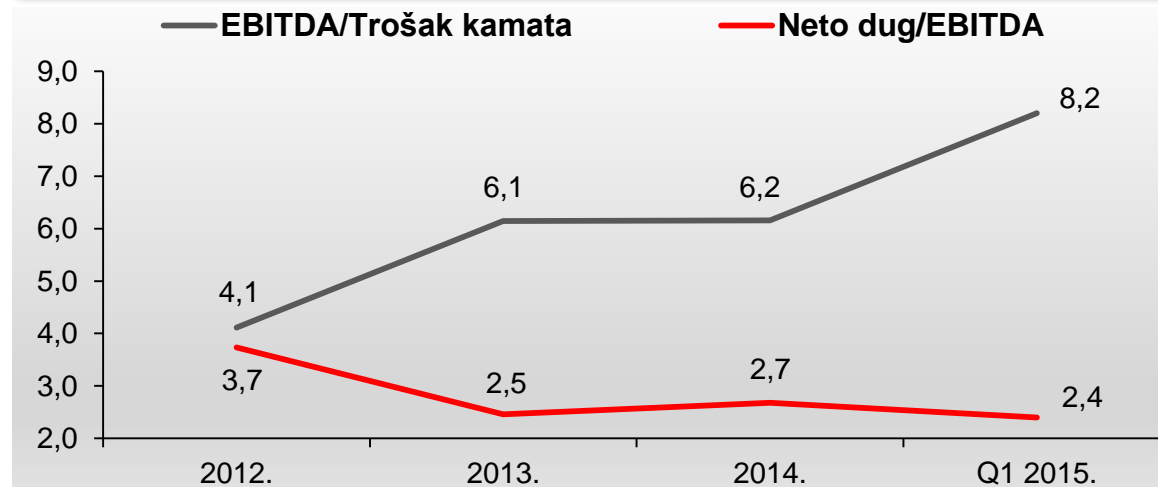
## Poboljšanje profitnih marži<sup>1</sup>



## Stope povrata su na višim razinama<sup>1</sup>



## Snižena razina zaduženosti<sup>1</sup>



<sup>1</sup>Brojevi za 2012. – Q1 2015. razdoblje su izvještajni; Q1 2015. pokazatelji su računati na razini zadnjih 12 mjeseci; Trošak kamata uključuje bankarske naknade.

# Dionicom Podravke trguje se ispod razine usporedivih kompanija

(HRK; jedinice)	1.-6. 2015.		1.-6.2015./ 1.-6.2014.
Prosječna dnevna cijena	306,2		7,5%
Prosječan dnevni broj transakcija	12		(19,0%)
Prosječan dnevni volumen	1.414		(16,2%)
Prosječan dnevni promet	432.954		(9,8%)
Dobit po dionici <sup>1</sup>	34,8		103,9%

6 najlikvidnija dionica na ZSE među komponentama Crobexa10 u 2014. i Q1 2015.

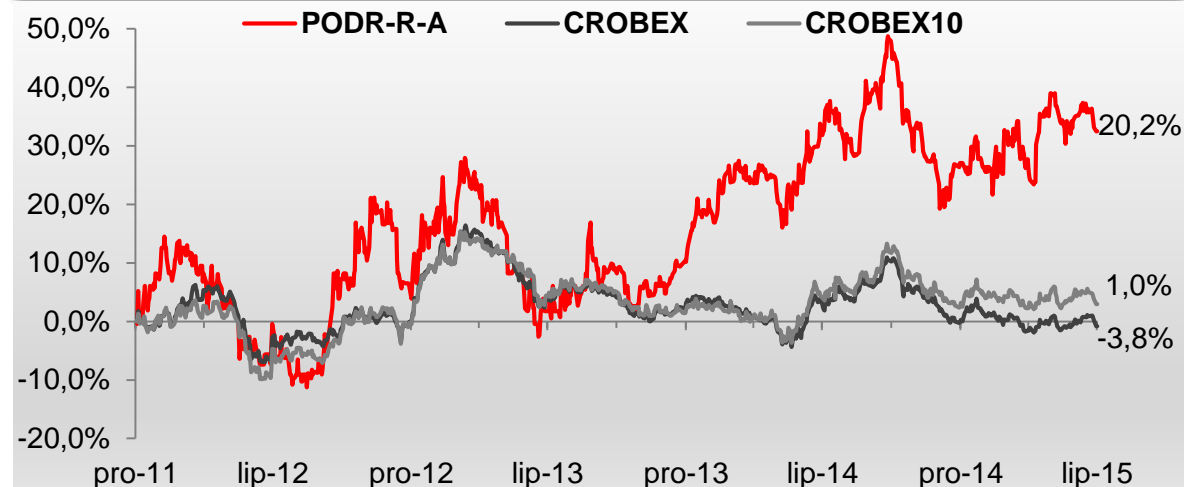
<sup>1</sup>Računata za Q1 2015. na razini zadnjih 12 mjeseci i uspoređena s 2014. godinom.

Analičar	Preporuka	Ciljana cijena	Potencijal <sup>2</sup>
InterCapital	Pod revizijom	n/p	n/p
FIMA	Pod revizijom	n/p	n/p
HYPO ALPE ADRIA	Kupiti	364,0 kuna	17,4%
Raiffeisen BANK	Kupiti	374,0 kuna	20,6%
ERSTE Group	Kupiti	370,0 kuna	19,4%
UniCredit	Kupiti	399,0 kuna	28,7%

<sup>2</sup>Usporedba u odnosu na zadnju cijenu na 30.06.2015.

06.07.2015.

Dnevne promjene cijene dionice i indeksa u odnosu na 31.12.2011.



Multiplikatori usp. kompanija <sup>3</sup>	EV/Prihodi	EV/EBITDA	EV/EBIT	P/E
Ponderirani prosjek usp. kompanija	2,0	11,7	16,5	19,5
Pond. prilagođeni pros. usp. komp. <sup>4</sup>	2,0	12,1	17,0	19,2
Grupa Podravka izvještajno	0,8	6,6	11,2	8,2
Grupa Podravka normalizirano <sup>5</sup>	0,8	6,4	9,5	7,5

<sup>3</sup>Izvor: financijsko-informacijski servis Bloomberg na 30.06.2015., Podravka Mcap na 30.06.2015.;

<sup>4</sup>Izračunato bez najviše i najniže vrijednosti; <sup>5</sup>Izračunato bez jednokratnih stavaka.

Usporedne kompanije za Prehranu: Atlantic Grupa d.d., Greencore Group plc, Nestle S.A., Orkla ASA, Otmuchow S.A., Unilever plc.

Usporedne kompanije za Farmaceutiku: Hikma Pharmaceuticals plc, Krka d.d., Recordati S.p.A, Richter Gedeon Nyrt., Stada Arzneimittel AG.





Grupa Podravka

Investicijske značajke Grupe

**Razlozi za dokapitalizaciju**

Struktura dokapitalizacije

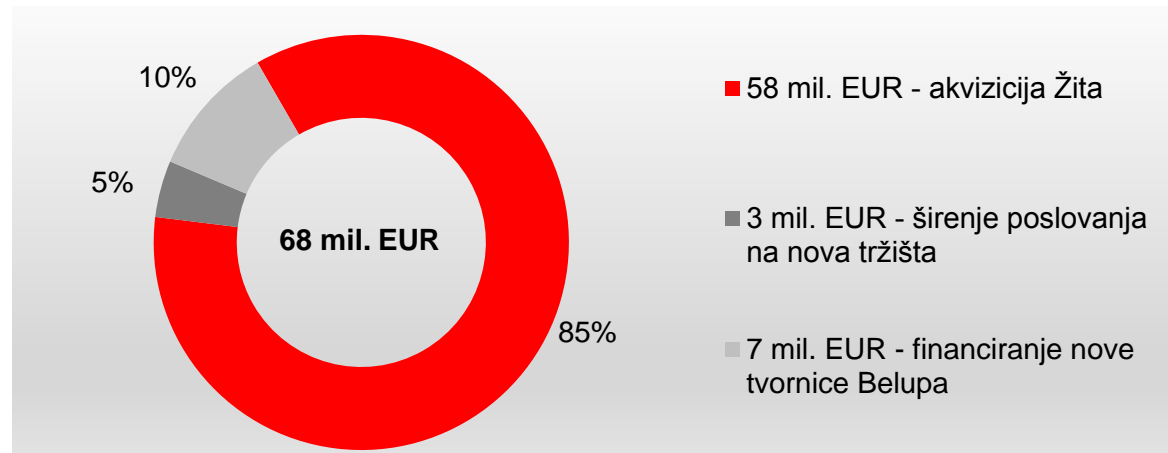
# Anorgansko i organsko širenje poslovanja stvara potrebu za dodatnim sredstvima

Akvizicija slovenske prehrambene kompanije Žito d.d. glavni je razlog za dokapitalizaciju u iznosu od potencijalnih 68 milijuna eura

- Podravka je 21.04.2015. sklopila Ugovor o stjecanju 51,55% dionica slovenske prehrambene kompanije Žito d.d. za cjelokupan iznos od 33 milijuna eura,
- završetak transakcije se očekuje početkom trećeg tromjesečja 2015. godine nakon čega će Podravka dati ponudu za preuzimanje preostalih dionica Žita d.d.,
- u slučaju preuzimanja 100% dionica Žita d.d., ukupna vrijednost transakcije se potencijalno povećava do iznosa od 57,7 milijuna eura.



## Namjena sredstava prikupljenih dokapitalizacijom



## Zašto dokapitalizacija umjesto duga?

- Grupa Podravka nastavlja aktivno raditi na organskom i anorganskom rastu i razvoju poslovanja za što će potencijalno trebati dodatna sredstva u budućnosti,
- iako su kamatne stope na kredite na niskim razinama, financiranje akvizicije putem duga povećalo bi zaduženost Grupe Podravka i učinilo troškove financiranja skupljima u budućnosti,
- dokapitalizacijom Grupa Podravka jača kapitalnu strukturu i smanjuje rizik poslovanja čime utječe na povoljnije uvijete potencijalnih budućih kreditnih aranžmana te zadržava troškove financiranja na minimalnim razinama.

# Akvizicija slovenske prehrambene kompanije Žito d.d.

## Akvizicija Žita je u skladu sa strategijom za regiju Adria

- strategija regije Adria → ojačati i braniti tržišnu poziciju.

## Što akvizicija Žita donosi Podravki?

- jaču poziciju na tržištu Slovenije,
- potencijal razvoja određenih kategorija u regiji Adria:
  - kategorije u kojima je Podravka slabo ili uopće nije prisutna – npr. monozačini, pekarstvo,
  - kategorije u kojima je Podravka prisutna – mlinarstvo, čajevi, riža, tjestenina, itd.,
- komplementarni asortiman → pruža mogućnost ostvarenja sinergija.

## Ostvarenje u 2014. godini otkriva potencijal za poboljšanje profitabilnosti

2014. rezultati (HRKm) <sup>1</sup>	Grupa Podravka	Žito	Podravka + Žito
Prihodi od prodaje	3.502,6	867,9	4.370,5
EBITDA	379,9	69,4	449,3
EBITDA marža	10,8%	8,0%	10,3%
Neto dobit	182,5	23,0	205,5
Neto dobit marža	5,2%	2,7%	4,7%

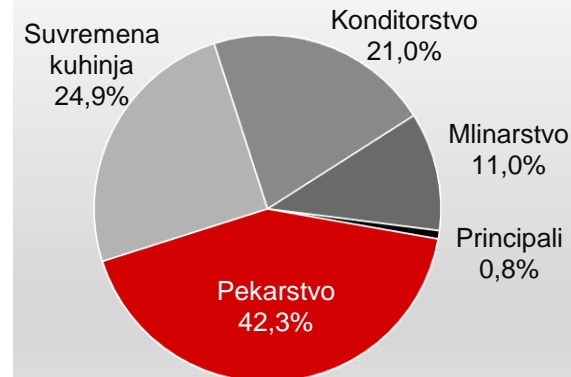
<sup>1</sup>Brojevi za Grupu Podravka su na normaliziranoj razini; brojevi za Žito su preračunati prema EUR/HRK tečaju od 7,630210.

## Kratki pregled kompanije Žito d.d.

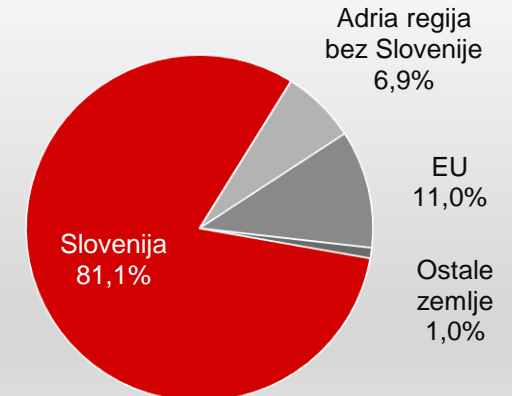
- Žito je jedna od najvećih prehrambenih kompanija u Sloveniji i regiji Adria,
- Žito ima portfolio vodećih brandova koji drže top dvije tržišne pozicije na tržištu Slovenije i imaju snažnu prepoznatljivost u regiji Adria.



### Prihodi od prodaje po kategorijama u 2014.



### Prihodi od prodaje po zemljama u 2014.



### Potencijal:

- Žito ima niže marže od Grupe Podravka te od prehrambenog djela Grupe Podravka,
- Uprava Podravke to vidi kao potencijal za poboljšanje uzevši u obzir potencijalne sinergije koje će proizaći iz spajanja dviju kompanija i uzevši u obzir uspješnu povijest restrukturiranja koju ima Uprava Podravke.

# Širenje poslovanja na nova tržišta i izgradnja nove tvornice Belupa

## II. faza internacionalizacije započela je u 2015. godini

### Jugoistočna Afrika → podružnica:

- broj stanovnika → 239 milijuna,
- BDP per capita<sup>1</sup> → od 278 do 7.216 dolara,
- realni BDP rast yoy<sup>1</sup> → od 4,4% do 7,9%,
- planirani asortiman:
  - kulinarstvo.

### MENA → podružnica:

- broj stanovnika → 303 milijuna,
- BDP per capita<sup>1</sup> → od 3.354 do 28.499 dolara,
- realni BDP rast yoy<sup>1</sup> → od 3,4% do 29,8%,
- planirani asortiman:
  - kulinarstvo,
  - slatko, slano i pića,
  - dječja, za doručak i ostala hrana.

### Kina → predstavnički ured:

- broj stanovnika → 1.36 milijardi,
- BDP per capita<sup>2</sup> → 8.154 dolara,
- realni BDP rast yoy<sup>2</sup> → 6,8%,
- planirani asortiman:
  - kulinarstvo,
  - slatko, slano i pića,
  - dječja, za doručak i ostala hrana.

<sup>1</sup>Izvor: Canadean, procjena za 2015., raspon se odnosi na najmanji iznos/rast i najveći iznos/rast pojedine zemlje u grupi zemalja;

<sup>2</sup>Izvor: MMF, procjena za 2015.

### Regija Nova tržišta:

- Australija,
- SAD,
- Kanada,
- MENA,
- Jugoistočna Afrika,
- Kina...



## Izgradnja nove farmaceutske tvornice

### Projekt

- proizvodno postrojenje za krute oblike lijekova,
- proizvodno postrojenje za polukrute i tekuće oblike lijekova,
- planirani završetak projekta → travanj 2017.

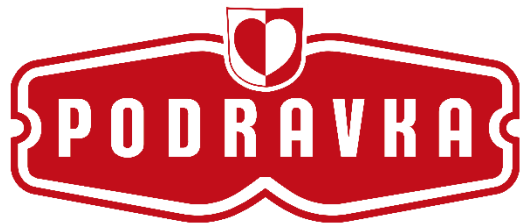
### Razlozi za ulazak u projekt

- nedovoljni proizvodni kapaciteti uslijed nastavka višegodišnjeg količinskog rasta proizvodnje,
- usvajanje novih tehnologija u svrhu diferenciranja proizvodnog portfelja.

### Financiranje

- ukupna vrijednost investicije → 51,3 milijuna eura,
- 40,0 milijuna eura će biti zaduženje, 11,3 milijuna eura će biti vlastita sredstva,
- dobivene potpore od države kroz porezne olakšice u iznosu od 20,0 milijuna eura.





Grupa Podravka

Investicijske značajke Grupe

Razlozi za dokapitalizaciju

**Struktura dokapitalizacije**



# Osnovni podaci vezani uz izdavanje novih dionica

## Opće informacije

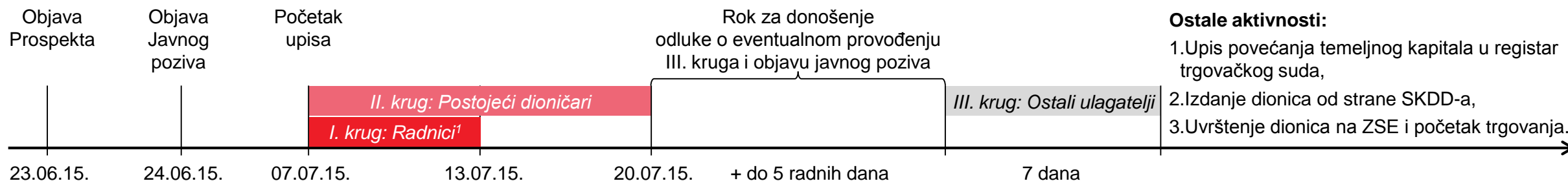
- Povećanje temeljnog kapitala izdavanjem redovnih dionica javnom ponudom u Republici Hrvatskoj uz djelomično isključenje prava prvenstva postojećih dioničara,
- Postojećim dioničarima se djelomično isključilo pravo prvenstva kako bi se radnicima<sup>1</sup> omogućilo da upišu dionice u okviru ESOP<sup>2</sup> programa,
- Agent izdanja je Zagrebačka banka d.d.

## Značajke i uvjeti izdanja

- **Ukupan broj novih dionica:** najviše do 1.700.000,
- **Cijena Novih dionica:** 300,00 HRK,
- **Uspješnost izdanja:** upis i uplata najmanje 1.020.000 Novih dionica (60%),
- **Uvrštenje:** Zagrebačka burza,
- **Prijeboj i namira:** Središnje klirinško depozitarno društvo d.d.

## Struktura i tijek transakcije

	I. krug	II. krug	Potencijalno III. krug <sup>3</sup>
<b>Trajanje:</b>	07.07.2015. – 13.07.2015. → 7 dana	07.07.2015. – 20.07.2015. → 14 dana	Objavit će se naknadno → 7 dana
<b>Pravo upisa:</b>	Radnici <sup>1</sup>	Postojeći dioničari	Svi ulagatelji
<b>Broj dionica:</b>	314.640 (sigurno) + do 498.360 (neupisanih iz II. kruga)	1.385.360 (po pravu prvenstva) + do 314.640 (neupisanih iz I. kruga)	Preostale neupisane dionice



<sup>1</sup>Fizičke osobe koje imaju status radnika društava Podravka, Danica d.o.o., Belupo d.d., Ljekarne Deltis Pharm na dan 03.06.2015.; <sup>2</sup>ESOP – eng. Employee Stock Ownership Plan, hrv. Program radničkog dioničarstva; <sup>3</sup>Ukoliko Uprava Podravke d.d. donese odluku.



Pitanja?



# Podravka d.d.

## – izdanje novih dionica –

Zagrebačka burza, 06. srpnja 2015. godine

