REZULTATI POSLOVANJA GRUPE PODRAVKA
ZA RAZDOBLJE 1.-9. 2008.

Glavna obilježja i događaji

1. Ukupna prodaja Grupe Podravka u prvih devet mjeseci 2008. godine iznosila je 2.689,6 milijuna HRK što predstavlja rast od 7% u odnosu na isto razdoblje prošle godine.

2. Strateško poslovno područje (SPP) Prehrana i pića ostvarilo je rast prodaje od 5%, dok je prodaja SPP Farmaceutika porasla za 15% u odnosu na isto razdoblje prošle godine.

3. Prodaja Podravka marki iznosila je 1.850,2 milijuna HRK i veća je za 192,4 milijuna HRK, odnosno zabilježila je rast prodaje od 12%. Na tržištu Hrvatske ostvaren je rast Podravka marki od 10%, dok je na inozemnim tržištima zabilježen rast od 13%.

4. Bruto marža Grupe iznosila je 41,1% što predstavlja pad od 50bp.

5. Operativna marža zabilježila je pozitivan pomak od 60bp te je iznosila 4,3%.

6. Neto dobit iznosila je 51,2 milijuna HRK (+52%) što se odrazilo na porasta neto marže za 60bp.

7. Ukupne kapitalne investicije iznosile su 232,4 milijuna HRK.

8. Izabrani novi članovi u Nadzori odbor i Upravu Podravke d.d.

9. Marke Belupo i Lupocet dobili su pravo korištenja znaka Superbrands u Hrvatskoj od neovisne organizacija Superbrands, globalnog autoriteta na području brandinga.

10. Podravkina marka Lino dobila je nagradu *Trusted Brand 2008* u kategoriji dječja hrana prema istraživanju magazina Reader's Digest provedenom u svibnju i lipnju ove godine.

Napomena

Od prvog kvartala 2007. o prodaji izvještavamo kroz sljedeće grupe proizvoda:

SPP "Prehrana i pića"

1. ***Podravka marke***
    - Dodaci jelima
    - Podravka jela – uključuju sljedeće grupe proizvoda iz prijašnje klasifikacije: Podravka jela, Voće i povrće, Rižu, grahorice i ostale proizvode te proizvode Mlina i Pekare
    - Dječja hrana, slastice i snack
    - Mesni program i riblje konzerve – uključuje mesni program i riblje konzerve
    - Pića
2. ***Trgovačka roba***
3. ***Ostalo (Prehrana i pića)***
    - B2B, uslužna proizvodnja, privatne marke

SPP "Farmaceutika"

SPP "Usluge"

Obzirom na novu klasifikaciju proizvoda u 2008. godini unutar grupa proizvoda Podravka marke iskazana prodaja 2007. razlikuje se od one objavljene u izvještajnom razdoblju 2007. Novom klasifikacijom dio mesnog programa (konzervirana gotova jela i mesni umaci) uključen je u grupu proizvoda Podravka jela, dok je prekidom ugovora o licenciranoj proizvodnji marke Deit ista kategorija preseljena iz grupe Pića u Trgovačku robu.

Novoj klasifikaciji proizvoda u 2008. usporedno je prilagođena prodaja 2007. godine.

Izjava o odricanju od odgovornosti

Ova objava sadrži određene izjave o budućim događajima u vezi s financijskim stanjem, rezultatima aktivnosti i poslovanjem Grupe Podravka. Te izjave o budućnosti predstavljaju očekivanja ili mišljenja Društva o budućim događajima, uključuju poznate i nepoznate rizike te nesigurnosti koje bi mogle uzrokovati da se stvarni rezultati, učinak ili događaji bitno razlikuju od onih izraženih ili pretpostavljenih u tim izjavama.

Prihodi od prodaje po strateškim poslovnim područjima

u milijunima HRK

Red. br.	SPP	1.-9. 2008. Iznos	%	1.-9. 2007. Iznos	%	Indeks 2:4
0	1	2	3	4	5	6
1.	Prehrana i pića	2.195,6	81,6	2.095,9	83,0	105
2.	Farmaceutika	489,0	18,2	424,3	16,8	115
3.	Usluge	5,0	0,2	5,2	0,2	96
	Ukupno	**2.689,6**	**100,0**	**2.525,4**	**100,0**	**107**

Prihodi od prodaje Grupe Podravka iznosili su 2.689,6 milijuna HRK i veći su za 164,2 milijuna HRK u odnosu na isto razdoblje prošle godine.

Prodaja SPP Prehrana i pića iznosila je 2.195,6 milijuna HRK što predstavlja porast prodaje od 5%. Rast prodaje generiran je rastom na inozemnim tržištima (14%), dok je na tržištu Hrvatske prodaja pala za 3%. Pad prodaje SPP Prehrana i pića na tržištu Hrvatske nije mogao zaustaviti ni izniman rast Podravka marki od 10% uslijed očekivanog pada prodaje trgovačke robe (60%).
Ukupnom rastu prodaje SPP Prehrana i pića najviše su doprinijele grupe proizvoda Podravka jela (13%), Mesni programa i riblje konzerve (15%) te Pića (22%).

Prihodi od prodaje SPP Farmaceutika iznosili su 489,0 milijuna HRK što predstavlja rast od 64,7 milijuna HRK (15%). Prodaja SPP Farmaceutika na tržištu Hrvatske porasla je za 3% čemu su doprinijeli rast prodaje lijekova na recept (2%) i rast prodaje bezreceptnih proizvoda (9%). Prema ATK klasifikaciji[1], najznačajniji rast prodaje na tržištu Hrvatske u grupi proizvoda lijekova na recept ostvarili su lijekovi s djelovanjem na sustavne infekcije (19%), dok su u skupini bezreceptnih proizvoda značajan porast zabilježili OTC lijekovi (11%). Najznačajniji inozemni rast prodaje SPP Farmaceutika ostvaren je na tržištu jugoistočne Europe (110%) generiran rastom prodaje na tržištu Bosne i Hercegovine (239%). Porast prodaje na tržištu Bosne i Hercegovine proizlazi iz prodaje Farmavite[2], ali i značajnog organskog rasta od 20%.

SPP Usluge u promatranom razdoblju ostvarilo je prodaju od 5,0 milijuna HRK te u ukupnoj prodaji Grupe sudjeluje tek s 0,2%[3].

[1] Anatomsko-terapijsko-kemijski sustav razvrstavanja lijekova
[2] Belupo je stekao većinski udjel u Farmaviti krajem siječnja 2008.
[3] SPP Usluge neće biti dio analize koja slijedi obzirom da u ukupnoj prodaji Grupe sudjeluje tek s 0,2%

Prihodi od prodaje po grupama proizvoda

u milijunima HRK

Red. br.	GRUPA PROIZVODA	1.-9. 2008. Iznos	%	1.-9. 2007. Iznos	%	Indeks 2:4
0	1	2	3	4	5	6
1.	**Podravka marke**	**1.850,2**	**68,8**	**1.657,8**	**65,7**	**112**
	Podravka jela	605,1	22,5	535,7	21,2	113
	Dodaci jelima	511,5	19,0	480,0	19,0	107
	Mesni program i riblje konzerve	308,5	11,5	268,2	10,7	115
	Dječja hrana,slastice i snack	245,9	9,1	227,3	9,0	108
	Pića	179,2	6,7	146,6	5,8	122
2.	**Trgovačka roba**	**125,5**	**4,6**	**258,1**	**10,2**	**49**
3.	**Ostalo (Prehrana i pića)**	**219,9**	**8,2**	**180,0**	**7,1**	**122**
4.	**Lijekovi**	**489,0**	**18,2**	**424,3**	**16,8**	**115**
5.	**Usluge**	**5,0**	**0,2**	**5,2**	**0,2**	**95**
	Ukupno	**2.689,6**	**100,0**	**2.525,4**	**100,0**	**107**

U promatranom razdoblju Podravka marke ostvarile su rast prodaje od 12% generiran porastom prodaje svih grupa proizvoda unutar Podravka marki, dok je organska prodaja istih zabilježila rast od 9%.

Grupa proizvoda Podravka jela ostvarila je rast prodaje od 13% čemu su doprinijeli rast prodaje od 10% na tržištu Hrvatske i rast prodaje od 16% na inozemnim tržištima. Od inozemnih tržišta najznačajniji rast prodaje Podravka jela zabilježen je na tržištu srednje Europe (23%) čemu je najviše pridonijelo tržište Češke (25%) temeljem rasta Riže i grahorica (27%). Uz tržište srednje Europe značajan rast prodaje zabilježen je i na tržištu jugoistočne Europe (14%) čemu je najviše doprinijelo tržište Srbije (24%) i tržište Bosne i Hercegovine (9%).

Grupa proizvoda Dodaci jelima zabilježila je porast prodaje od 7% temeljem rasta prodaje na domaćem (3%) i inozemnim tržištima (8%). Rastu prodaje na inozemnim tržištima doprinosi prodaja marke Warzywko na tržištu Poljske (200%), najznačajnijem Podravkinom inozemnom tržištu u grupi proizvoda Dodaci jelima. Ukupni organski rast prodaje ove grupe proizvoda iznosi 4%.

Porast prodaje grupe proizvoda Mesni program i riblje konzerve iznosi 15% čemu su doprinijeli rast prodaje na tržištu Hrvatske (9%) i na inozemnim tržištima (29%). Uz rast Mesnog programa od 8%, ukupan rast ove grupe proizvoda proizlazi iz snažnog rasta prodaje ribljih konzervi od 36%. Podravkina marka ribljih konzervi - Eva, na tržištu Hrvatske ostvarila je rast prodaje od 19%, dok je na inozemnim tržištima porast prodaje iznosio 44%. Od inozemnih tržišta po rastu prodaje Eva ribljih konzervi posebno se ističu tržišta Bosne i Hercegovine (29%), Srbije (24%), Crne Gore (42%) te Slovenije (121%).

Grupa proizvoda Dječja hrana, slastice i snack ostvarila je rast prodaje od 8% temeljem rasta prodaje na tržištu Hrvatske (6%), ali i inozemnim tržištima (11%) od kojih se posebno ističu tržište Bosne i

Hercegovine (19%) i tržište Srbije (16%). Najveći porast prodaje unutar grupe Dječja hrana, slastice i snack ostvarile su Dječja hrana (11%) i Žitarice (32%).

Najveći relativni rast od 22% ostvaren je u grupi proizvoda Pića i generiran je prodajom marke Lero. Na tržištu Hrvatske grupa proizvoda Pića ostvarila je rast prodaje od 22%, dok je porast prodaje na tržištu Bosne i Hercegovine iznosio 30% temeljem snažne prodaje kategorije Studena Ledeni čaj.

Prihodi od prodaja Grupe Podravka po tržištima

u milijunima HRK

Red. br.	TRŽIŠTA	1.-9. 2008. Iznos	%	1.-9. 2007. Iznos	%	Indeks 2:4
0	1	2	3	4	5	6
1.	Hrvatska	1.439,0	53,5	1.459,7	57,8	99
2.	Jugoistočna Europa	573,4	21,3	464,5	18,4	123
3.	Srednja Europa	392,9	14,6	329,1	13,0	119
4.	Zapadna Europa, prekooceanske zemlje i Daleki istok	171,9	6,4	161,2	6,4	107
5.	Istočna Europa	112,4	4,2	110,9	4,4	101
	Ukupno	**2.689,6**	**100,0**	**2.525,4**	**100,0**	**107**

Tržište Hrvatske ostvarilo je prodaju od 1.439,0 milijuna HRK što predstavlja pad prodaje od 1%, ali i pad relativnog udjela domaćeg tržišta u ukupnoj prodaji Grupe. Pad prodaje popraćen je strukturalnom promjenom prodaje u kojoj je značajan pad prodaje trgovačke robe od 60% gotovo u potpunosti nadomješten rastom prodaje Podravka marki (10%), ali i rastom prodaje SPP Farmaceutike (3%). SPP Farmaceutika ostvarilo je 68% ukupne prodaje na tržištu Hrvatske te je time postignuta stopu internacionalizacije poslovanja zacrtana strategijom.

Na inozemnim tržištima ostvarena prodaja iznosila je 1.250,6 milijuna HRK što predstavlja rast prodaje od 17%, a generiran je rastom svih grupa inozemnih tržišta. Najveći rast ukupne prodaje ostvaren je na tržištu jugoistočne Europe (23%) čemu najviše pridonosi rast prodaje na tržištu Bosne i Hercegovine (42%). Osim značajnog porasta na tržištu jugoistočne Europe, raste i prodaja na tržištu srednje Europe (19%) temeljem rasta na tržištima Češke (31%) i Poljske (18%).

Struktura operativnih troškova

u milijunima HRK

Red. br.	TROŠAK	1.-9. 2008. Iznos	1.-9. 2008. %	1.-9. 2007. Iznos*	1.-9. 2007. %	Indeks 2:4
0	1	2	3	4	5	6
1.	Troškovi prodanih proizvoda	1.585,3	61,4	1.474,4	60,3	108
2.	Troškovi prodaje i distribucije	730,1	28,2	704,0	28,8	104
3.	Opći i administrativni troškovi	267,9	10,4	268,0	10,9	100
	Ukupno	**2.583,3**	**100,0**	**2.446,4**	**100,0**	106

* promjena u odnosu na izvješće u 2007. zbog reklasifikacije troškova

Operativni troškovi Grupe Podravka iznosili su 2.583,3 milijuna HRK i zabilježili su porast od 136,9 milijuna HRK u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Na rast operativnih troškova najviše je utjecao rast troškova prodanih proizvoda od 8% determiniran znatnim rastom ulaznih cijena.
Troškovi prodaje i distribucije veći su za 26,1 milijun HRK i rezultat su porasta troškovi prodaje (6%), troškova logistike i prijevoza (6%) te troškova marketinga (3%).
Opći i administrativni troškovi na razini su prošlogodišnjih i smanjili su svoj relativni udjel u operativnim troškovima.

Profitabilnost Grupe Podravka

u milijunima HRK

Grupa Podravka	1.-9. 2008.	1.-9. 2007.	promjena (2/3)
1	2	3	4
Prihodi od prodaje	2.689,6	2.525,4	7%
Bruto dobit	1.104,3	1.051,1	5%
EBITDA	232,3	216,1	7%
EBIT	116,9	92,5	26%
Neto dobit	51,2	33,7	52%
Profitne marže (%)			
Bruto marža	41,1	41,6	-50bp
EBITDA marža	8,6	8,6	0bp
EBIT marža	4,3	3,7	60bp
Neto marža	1,9	1,3	60bp

Bruto marža zabilježila je pad od 50bp uslijed rasta ulaznih cijena, ali i promjene u strukturi prodaje. Operativni troškovi rasli su nižom stopom od stope rasta prodaje što se odrazilo na rast operativne marže za 60bp. Uz rastuću profitabilnost i niže efektivne porezne stope, neto marža zabilježila je rast od 60bp unatoč rastu neto troškova financiranja (15%).

Profitabilnost prema strateškim poslovnim područjima

u milijunima HRK

SPP	Prehrana i pića			Farmaceutika		
	1.-9. 2008.	1.-9. 2007	promjena (2/3)	1.-9. 2008.	1.-9. 2007	promjena (5/6)
1	2	3	4	5	6	7
Prihodi od prodaje	2.195,6	2.095,9	5%	489,0	424,3	15%
Bruto dobit	822,4	795,3	3%	281,9	255,8	10%
EBITDA	135,6	122,2	11%	96,7	93,9	3%
EBIT	45,8	24,5	87%	71,1	68,1	4%
Neto dobit	5,1	-9,4	154%	46,1	43,1	7%
Profitne marže (%)						
Bruto marža	37,5	37,9	-40bp	57,6	60,3	-270bp
EBITDA marža	6,2	5,8	40bp	19,8	22,1	-230bp
EBIT marža	2,1	1,2	90bp	14,5	16,0	-150bp
Neto marža	0,2	-0,4	60bp	9,4	10,2	-80bp

U promatranom razdoblju bruto marža SPP Prehrana i pića zabilježila je pad od 40bp. Rast bruto marže izostao je uslijed rasta cijena prehrambenih sirovina, energenata i komunalnih naknada, gdje je taj rast cijena bio je veći od stope rasta prodaje. Na razinu bruto marže utjecaj je imala i struktura prodaje, u kojoj je grupa proizvoda *Ostalo (Prehrana i piće)* zabilježila rast od 22%, a karakterizira ju niža profitabilnost. Unapređenje poslovnih procesa i niži troškovi restrukturiranja pozitivno su se odrazili na operativnu maržu koja je porasla za 90bp. Veći neto troškovi financiranja (20%) ublažili su rast profitabilnost tako da je neto marža zabilježila rast od 60bp.

Na pad profitabilnosti SPP Farmaceutika najvećim dijelom je utjecala Farmavita kroz strukturu prodaje koja se temelji na distribuciji lijekova. Bruto marža SPP Farmaceutika zabilježila je pad od 270bp pod utjecajem niže profitabilnosti Farmavite i ljekarničkog biznisa. Stopa rasta troškova prodaje i distribucije te općih i administrativnih troškova bila je niža od stopa rasta prodaje što je ublažilo pad profitabilnosti, tako da je operativna marža zabilježila pad od svega 150bp. Troškovi prodaje i distribucije porasli su 14% uslijed rasta troškova marketinga, dok su opći i administrativni troškovi porasli 8% s osnove većih ulaganja u istraživanje i razvoj. Pozitivne tečajne razlike po kreditima uz nižu efektivnu poreznu stopu dodatno su ublažile pad neto marže.

KONSOLIDIRANI RAČUN DOBITI I GUBITKA

(u tisućama kuna)

	1.- 9. 2008.	1.- 9. 2007.
Prihodi od prodaje	2.689.575	2.525.416
Troškovi sadržani u prodanim proizvodima	(1.585.323)	(1.474.331)
Bruto dobit	**1.104.252**	**1.051.085**
Prihodi od ulaganja	17.201	10.740
Ostali dobici - neto	(3.403)	3.883
Opći i administrativni troškovi	(267.898)	(268.014)
Troškovi prodaje i distribucije	(730.096)	(704.026)
Ostali rashodi	(3.135)	(1.143)
Dobit iz redovnog poslovanja	**116.921**	**92.525**
Neto troškovi financiranja	(47.275)	(41.152)
Dobit prije poreza na dobit	**69.646**	**51.373**
Porez na dobit	(17.474)	(17.681)
Dobit nakon poreza na dobit	**52.172**	**33.692**
Manjinski interes	(957)	0
Neto dobit	**51.215**	**33.692**

KONSOLIDIRANA BILANCA

(u tisućama kuna)

	30.09. 2008.	31.12. 2007.
AKTIVA		
Dugotrajna imovina		
Nekretnina, postrojenja i oprema	1.675.189	1.669.321
Goodwill	88.545	29.137
Nematerijalna imovina	218.355	199.419
Financijska imovina raspoloživa za prodaju	158	0
Odgođena porezna imovina	36.511	35.491
Ostala financijska imovina	63.661	60.917
Ukupna dugotrajna imovina	**2.082.419**	**1.994.285**
Kratkotrajna imovina		
Zalihe	656.297	594.522
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	1.378.159	1.153.886
Financijska imovina po fer vrijednosti u računu dobiti i gubitka	32.902	11.632
Novac i novčani ekvivalenti	76.689	112.549
Ukupna kratkotrajna imovina	**2.144.047**	**1.872.589**
UKUPNA AKTIVA	**4.226.466**	**3.866.874**
PASIVA		
Dionička glavnica		
Dionički kapital	1.610.622	1.628.467
Pričuve	105.687	138.641
Zadržana dobit	269.058	177.864
	1.985.367	**1.944.972**
Dugoročne obveze		
Dugoročni dug	628.997	467.498
Rezerviranja	24.775	25.412
	653.772	**492.910**
Kratkoročne obveze		
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	802.198	779.776
Kratkoročne krediti	777.918	649.216
	1.580.116	**1.428.992**
Ukupne obveze	**2.233.888**	**1.921.902**
Manjinski interes	7.211	0
UKUPNA PASIVA	**4.226.466**	**3.866.874**

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O PROMJENI GLAVNICE

(u tisućama kuna)

	Dionički kapital	Pričuve	Zadržana dobit	Ukupno
Stanje 1. siječnja 2008.	**1.628.467**	**138.641**	**177.864**	**1.944.972**
Izmjena početnog stanja			3.944	3.944
Tečajne razlike		3.081		3.081
Neto dobit			51.215	51.215
Kupovina vlastitih dionica	(13.892)			(13.892)
Prodaja vlastitih dionica	10.857			10.857
Realizacija opcija	(9.406)			(9.406)
Fer vrijednost opcija	(5.404)			(5.404)
Prijenos iz ostalih i zakonskih pričuva		(36.035)	36.035	0
Stanje 30. rujna 2008.	**1.610.622**	**105.687**	**269.058**	**1.985.367**

KONSOLIDIRANI NOVČANI TOK

(u tisućama kuna)

	1.-9. 2008.	1. -9. 2007.
Neto dobit	**51.215**	**33.691**
Porez na dobit	17.473	17.681
Amortizacija	115.408	123.535
Dobit od prodaje dugotrajne imovine	(3.732)	(4.949)
Vrijednosno usklađenje potraživanja od kupaca i kredita	11.385	6.655
Vrijednosno usklađenje zaliha	(1.383)	(3.764)
Vrijednosno usklađenje kapitalne dobiti	(14.810)	(12.650)
Smanjenje dugoročnih rezerviranja	(637)	(694)
Prihod od kamata	(11.897)	(6.050)
Rashod od kamata	56.223	42.147
Učinak promjene tečaja	(13.306)	(3.244)
Manjinski interes	7.211	0
Ostale stavke koje ne utječu na gotovinu	1.522	4.527
Promjene u radnom kapitalu		
(Povećanje) / smanjenje zaliha	(39.324)	(36.676)
Povećanje potraživanja od kupaca	(106.191)	(47.034)
Smanjenje ostale kratkotrajne imovine	30.595	99.162
Povećanje / (smanjenje) obveza prema dobavljačima	(48.469)	(38.308)
Povećanje/ (smanjenje) ostalih obveza	62.254	(11.122)
Plaćeni porez	(22.450)	(29.308)
Plaćene kamate	(59.743)	(46.720)
Neto novac ostvaren poslovnim aktivnostima	**31.344**	**86.879**
Neto novčani tok od ulagačkih aktivnosti		
Kupnja podružnica, neto odljev novca	(71.669)	0
Prodaja dionica i udjela	0	1.394
Nabava materijalne i nematerijalne imovine	(120.076)	(206.027)
Prodaja materijalne i nematerijalne imovine	14.159	9.190
Prodaja imovine namijenjene prodaji	0	2.605
Nabava utrživih vrijednosnica	(21.200)	(3.000)
Ostale ulagačke aktivnosti	(112.318)	(41.381)
Neto novac korišten u ulagačkim aktivnostima	**(311.104)**	**(237.219)**
Novčani tok od financijskih aktivnosti		
Nabava vlastitih dionica	(13.892)	(10.849)
Prodaja vlastitih dionica	10.857	0
Primici od dugoročnih kredita	216.157	9.015
Otplata dugoročnih kredita	(71.420)	(168.629)
Primici od kratkoročnih kredita	789.330	716.577
Otplata kratkoročnih kredita	(687.131)	(440.196)
Neto novac ostvaren financijskim aktivnostima	**243.901**	**105.918**
Neto smanjenje novca i novčanih ekvivalenata	**(35.859)**	**(44.422)**
Novac i novčani ekvivalenti na početku razdoblja	112.549	126.118
Novaci novčani ekvivalenti na kraju razdoblja	76.690	81.696

Kompanija sa srcem PODRAVKA

www.podravka.com

Podravka d.d.
Odnosi s investitorima

www.podravka.hr
ir@podravka.hr