



KORPORATIVNE KOMUNIKACIJE

Koprivnica, 13. siječnja 2015. godine

PRIOPĆENJE ZA MEDIJE

Podravka formira nove tržišne regije i jača internacionalno poslovanje

Na danas održanoj Sjednici Uprave Podravke predstavljen je plan daljnjeg jačanja internacionalizacije poslovanja te formiranja novih tržišnih regija čime se s 1. siječnja 2015. godine mijenja i model izvještavanja o poslovanju. Ovime se značajno smanjuje dosadašnja razina kompleksnosti upravljanja tržištima što ima za cilj efikasnije korištenje vlastite veličine i znanja te pružanja kvalitetnije i troškovno učinkovitije podrške tržištima na kojima Podravka posluje. Objedinjavanje različitih funkcija u okviru novoformiranih zona omogućit će se tržištima da povećaju svoj fokus na stvaranje dodatne potražnje.

"Novom organizacijom upravljanja tržištima i redefiniranjem tržišnih zona poslovanja namjera nam je pojačati napore usmjerene boljoj iskoristivosti naše veličine te rasprostranjenosti diljem svijeta. Optimalnom ravnotežom fokusiranosti na kategorije i na zemljopisne regije stvaramo kvalitetnije preduvjete za daljnji rast i razvoj naše kompanije. Namjera nam je kroz narednih pet godina ostvariti dvije trećine prihoda na internacionalnom tržištu." – istaknuo je Zvonimir Mršić, predsjednik Uprave Podravke.

Kao što je spomenuto, s 01. siječnja 2015. godine započet će izvještavanje o poslovanju Grupe Podravka – za poslovni segment Prehrana, prema novim tržišnim regijama. Riječ je o četiri novoformirane regije, *Adria regija* u koju se ubrajaju tržište Hrvatske te dosadašnje tržište jugoistočne Europe, potom regija *Europa* koja sadrži tržišta EU, zatim regija *Rusija i zemlje CIS-a* te regija *Nova tržišta* pod koju spadaju Amerika, Azija, Australija te Afrika.

Pored toga, vrijedi spomenuti kako je registrirano društvo Podravke u Dubaiu (UAE), a osim toga pokrenuti su postupci registracije društva u Dar es Salaamu (Tanzanija) te predstavništva u Pekingu (Kina) čime se stvaraju preduvjeti za početak poslovanja na ovim vrlo potentnim tržištima.