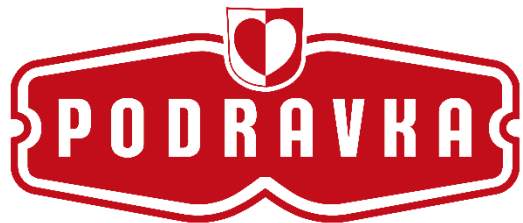




Glavna skupština Podravke d.d.

22. srpnja 2016. godine, Koprivnica.





Postignuća u 2015. godini

Rezultati poslovanja u 2015. godini

Izvještaj o stjecanju vlastitih dionica

Rezultati poslovanja u H1 2016.

Značajni događaji u 2015. godini



Dokapitalizacija Podravke d.d.:

- Izdano novih 1.700.000 redovnih dionica; interes 33% veći od ponude; pokrenut ESOP program,
- Prikupljeno 510 milijuna kuna; 85% sredstava iskorišteno za akviziciju Žita, ostalo za Belupo tvornicu i internacionalnu ekspanziju.



Akvizicija slovenske prehrambene kompanije Žito:

- 21. travnja → SPA za 51,5% dionica Žita potpisan; 5. listopada → zatvorena transakcija; 23. studenog → stečeno dodatnih 35,3% dionica,
- 19. siječnja 2016. → odluka Glavne skupštine Žita o istiskivanju manjinskih dioničara i delistanju sa Ljubljanske burze.



Početak gradnje Belupo tvornice:

- Investicija od 507,3 milijuna kuna, 60% financirano kreditom, 40% financirano vlastitim sredstvima; cilj → dodatni kapaciteti i nove tehnologije,
- government incentive received in the amount of 40% of the total investment cost, as income tax benefits that can be used in the next 10 years.



Pripajanje mesne kompanije Danica u Podravku d.d. :

- Puna integracija će donijeti bolji fokus na mesni program s ciljem jačanja konkurentske pozicije,
- Očekuje se da će dodatne uštede u gotovo svim poslovnim procesima poboljšati poslovne indikatore poslovanja.



Konsolidacija Mirne:

- Uklanjanje razloga za otvaranje stečajnog postupka, konsolidacija Mirne započela početkom travnja,
- U prvoj polovici kolovoza, Podravka je dosegla 84,2% vlasničkog udjela u Mirni.

Jedinstvenim pripravničkim programom SHAPE kreiramo dodatnu vrijednost kompanije



- Visoki kriteriji zapošljavanja
- Ujednačenost procesa
- Kriteriji jednaki za sve kandidate
- Transparentnost selekcije

U tri godine zaposlili:

93 prip. VSS
40 prip. SSS



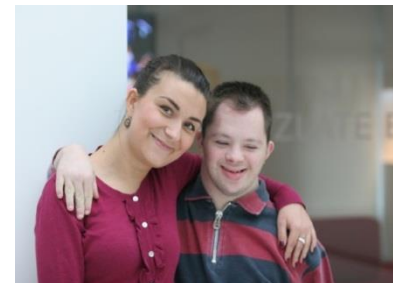
- Prema jasno strukturiranom programu
- Vođenjem od strane mentora
- Smanjujemo vrijeme nesamostalnosti u radu



- Poticanje usmjerenosti na individualni i timski doprinos kompaniji
- Poštivanje i življenje kompanijskih vrijednosti
- Razvoj društveno odgovorne osviještenosti i aktivne podrške

Razvojem zaposlenika mlađih dobnih skupina gradimo i osiguravamo budućnost kompanije

suradnja s Klubom Latica



uređenje PRC-a



Podrška globalnoj kampanji osobama s rijetkim bolestima



Pripravnici i djeca s invaliditetom



pomoć Slavoniji



DODATNI DOPRINOST KOMPANIJI I DRUŠTVENOJ ZAJEDNICI = TRAJNO MIJENJANJE KULTURE

Osiguravamo kontinuirani rast kompanije kroz razvoj ljudi

Mnoštvo strukturiranih razvojnih programa

neki od programa:

Recept za izvrsnost – razvoj talenata

Podravkina Prodajna Akademija

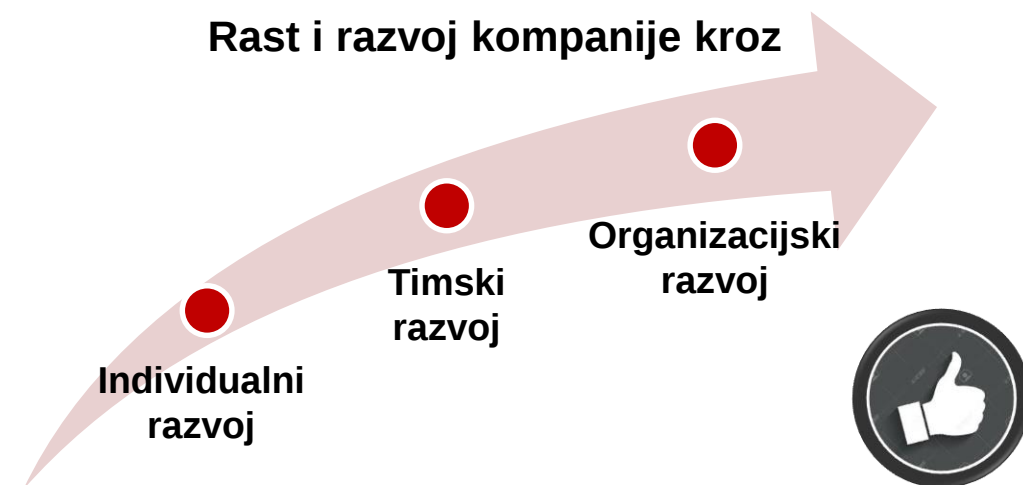


SHAPE UP – kontinuirani razvoj mladih zaposlenika nakon pripravnništva

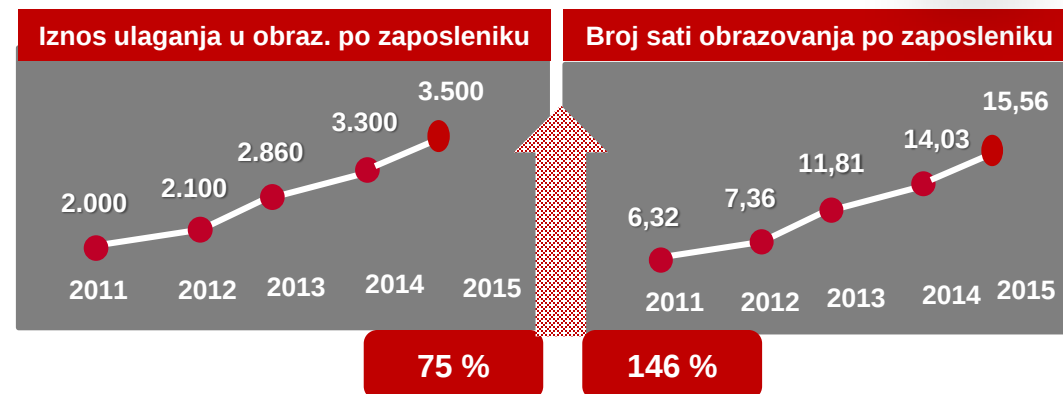


- Razinu kompetentnosti podižemo kroz **brojne razvojne programe**
- Gradimo kulturu **kompanije** koja **konstantno uči**
- **Dostupnost** cjelokupnog **razvoja** nam je jako važna

Rast i razvoj kompanije kroz



Povećanje financijskog ulaganja i broja sati obrazovanja

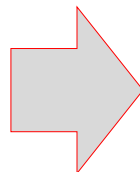


Priznanje za izvrsnost u upravljanju ljudskim potencijalima

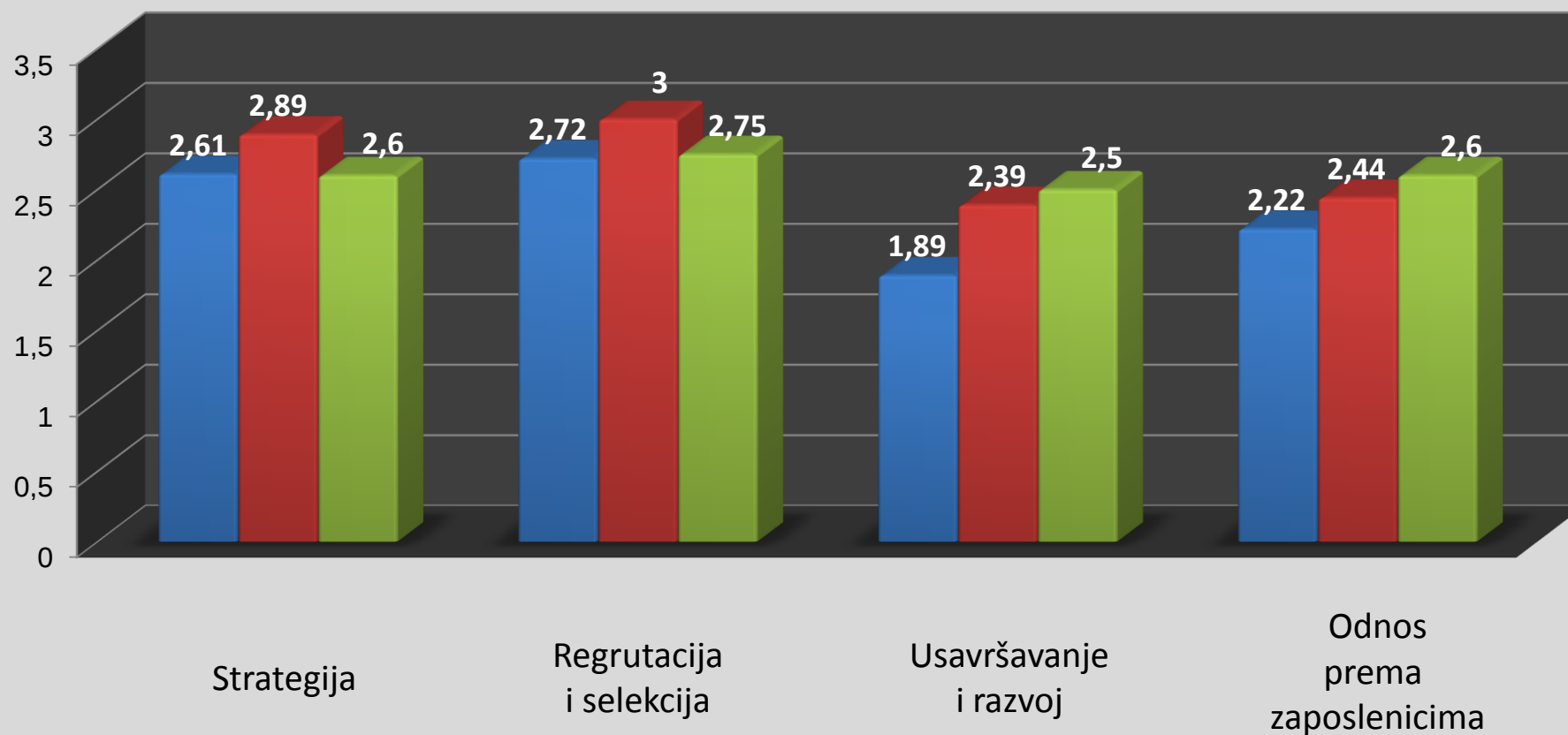


CEP

CERTIFIKAT
POSLODAVAC
PARTNER



neovisan i mjerljiv certifikat uspjeha poslodavcu u području upravljanja ljudskim resursima



**KONSTANTNO
PODIŽEMO
REZULTATE**

■ Podravka 2014
■ Podravka 2015
■ Ostale kompanije



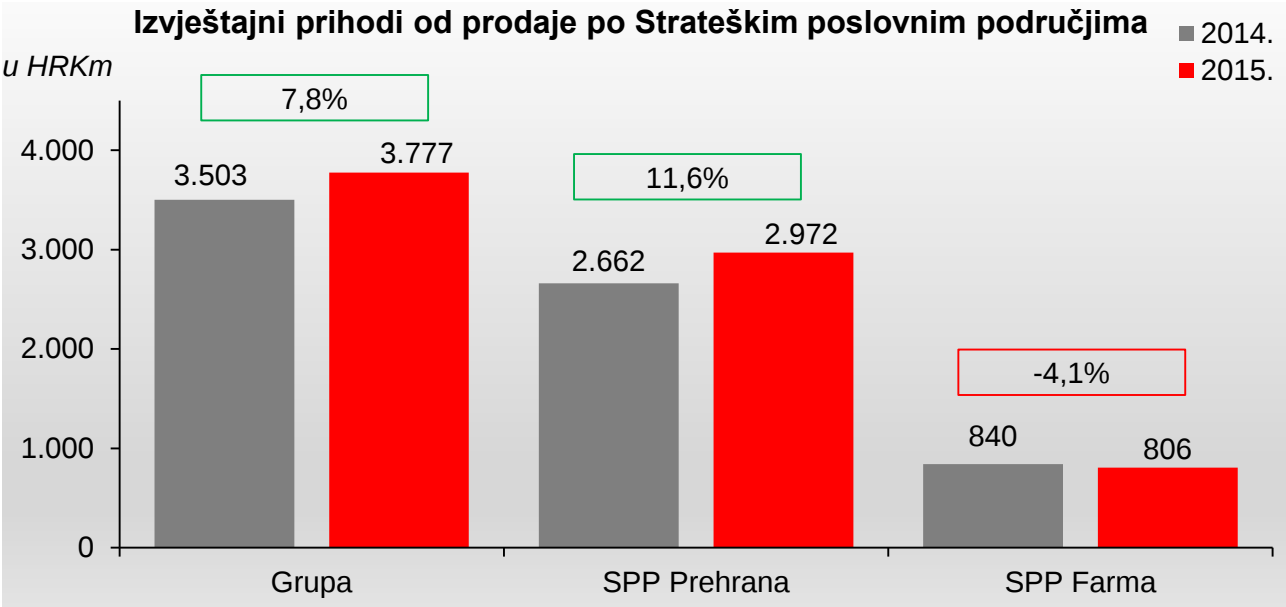
Postignuća u 2015. godini

Rezultati poslovanja u 2015. godini

Izvještaj o stjecanju vlastitih dionica

Rezultati poslovanja u H1 2016.

Ostvaren organski rast vlastitih prehrambenih brandova od 2,7% unatoč negativnim tečajnim razlikama



Neto utjecaj tečajnih razlika na prihode od prodaje:

HRK m	Vlastiti brandovi	Ostala prodaja	Ukupno	Valuta	HRK m
Prehrana	(21,4)	(0,5)	(21,9)	RUB	(57,8)
Farmaceutika	(35,9)	(0,3)	(36,2)	RSD	(4,3)
Grupa	(57,3)	(0,8)	(58,1)	EUR	(2,6)
				BAM	(1,3)
				USD	7,9
				Other	(0,0)
				Total	(58,1)

- utjecaj tečajnih razlika na prihode od prodaje pokazuje za koliko kuna bi prihodi od prodaje bili viši ili niži da su valutni tečajevi ostali na razini onih u 2014. godini.

SPP Prehrana isključujući utjecaj akviriranog asortimana i pića:

- vlastiti brandovi** → 2,7% viši prihodi uslijed rasta prihoda kategorije kulinarstvo (+2,6%) te kategorije dječja, za doručak i ostala hrana (+5,4%),
- ostala prodaja** → 8,5% niži prihodi prvenstveno uslijed niže tržišne cijene maka u regiji Europa,
- ukupno SPP Prehrana** → 1,3% viši prihodi.

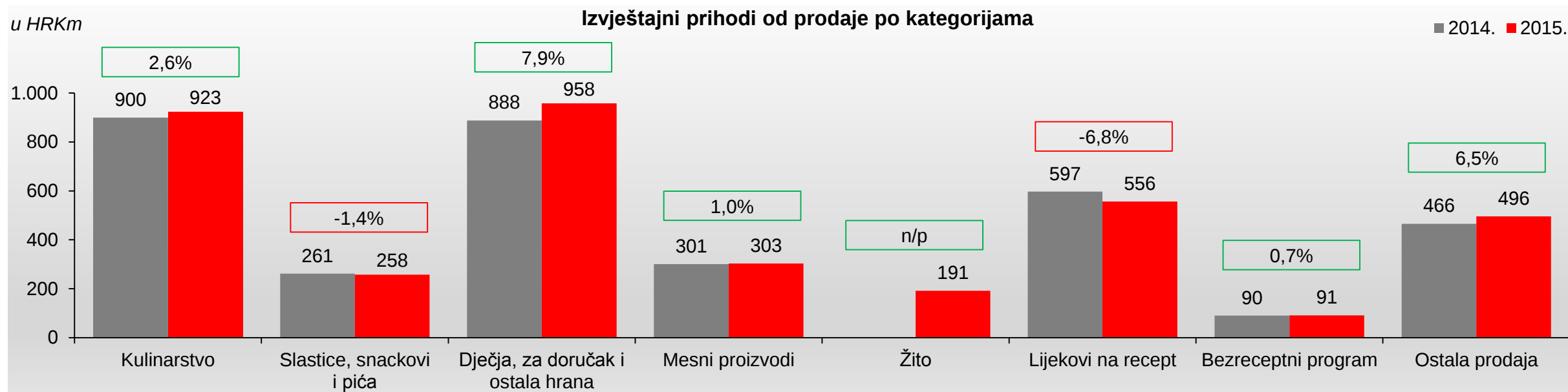
Grupa Podravka isključujući utjecaj akviriranog asortimana i pića:

- vlastiti brandovi** 0,7% rast prihoda, **ostala prodaja** 4,5% pad prihoda, **ukupno** na razini 2014.

SPP Farmaceutika:

- vlastiti brandovi** → 5,8% niži prihodi uslijed značajnog tečajnog utjecaja (-35,9m kuna), obustave operacija u Ukrajini i Kazahstanu (procjena -11,2m kuna) i utjecaja HZZO-a (procjena -10,0m kuna),
- ostali prihodi** → 3,6% veći prihodi uslijed rasta prihoda trgovačke robe u kompaniji Farmavita,
- ukupno SPP Farmaceutika** → 4,1% niži prihodi.

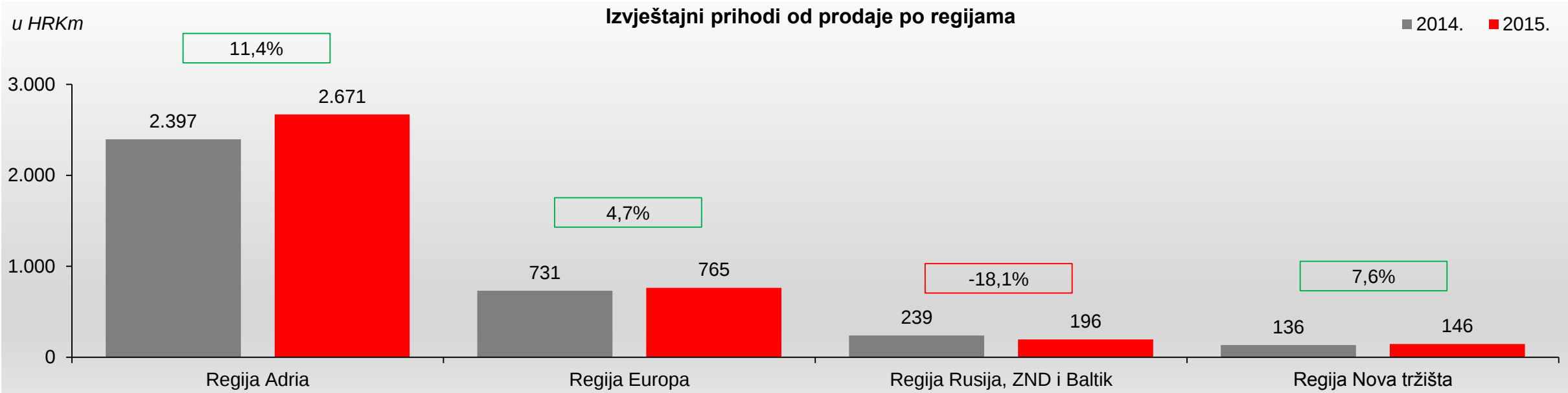
Značajan organski rast prihoda kategorije dječja, za doručak i ostala hrana u 2015. godini



Ključne značajke:

- **kulinarstvo** → rast prihoda potkategorije univerzalnih začina i potkategorije juha,
- **slastice, snackovi i pića** → **bez utjecaja asortimana pića** koji je na prodaju, prihodi su niži 2,4% uslijed racionalizacije asortimana, aktivnosti konkurencije te općeg smanjenja veličine kategorije snacka,
- **dječja, za doručak i ostala hrana** → **isključujući asortiman Mirne**, prihodi rastu 5,4% zahvaljujući rastu prihoda potkategorija dječje hrane, kondimenata i zamrznutog povrća,
- **mesni proizvodi** → **isključujući PIK asortiman** prihodi su niži 2,7% uslijed jačih marketinških aktivnosti konkurencije,
- **Žito** → konsolidacija Q4 2015. prihoda Žita; u cijeloj 2015. godini Žito je ostvarilo 3,7% rasta prihoda vlastitih brandova,
- **lijekovi na recept** → utjecaj ruske rublje od -32,3m kuna, procijenjen utjecaj obustave operacija u Ukrajini i Kazahstanu od -11.2m kuna, procijenjen utjecaj HZZO-a od -10,0m kuna,
- **bezreceptni program** → 5,1% rast prihoda OTC potkategorije na tržištu Hrvatske,
- **ostala prodaja** → **isključujući prihode Žita**, 3,7% niži prihodi uslijed niže tržišne cijene maka, djelomično kompenzirano višim prihodima trgovačke robe u kompaniji Farmavita.

Adria regija je bila glavni motor rasta prihoda u 2015. godini



Ključne značajke:

- **regija Adria** → 1,4% rast prihoda **isključujući akvirirani asortiman i pića**, uglavnom kao rezultat rasta prihoda potkategorija juha, dječje hrane te lijekova na recept,
- **regija Europa** → 0,4% rast prihoda **isključujući akvirirani asortiman i pića**; 5,3% rast prihoda vlastitih brandova koji je kompenzirao niže prihode maka,
- **regija Rusija, ZND i Baltik** → negativan utjecaj ruske rublje od -22,4m kuna na prehranu i -35,4m kuna na farmaceutiku; **bez utjecaja tečaja**, prihodi regije su rasli 5,6%, uglavnom uslijed povećanja prihoda potkategorije smrznutog povrća,
- **regija Nova tržišta** → 6,2% rast prihoda **isključujući akvirirani asortiman i pića** uslijed rasta prihoda kategorije kulinarstvo u Australiji i SAD-u.

Neto utjecaj tečajnih razlika na prihode:

Regija	HRKm
Adria	(7,9)
Europa	(0,1)
Rusija, ZND, Baltik	(57,8)
Nova tržišta	7,7

- utjecaj tečajnih razlika na prihode od prodaje pokazuje za koliko kuna bi prihodi od prodaje bili viši ili niži da su valutni tečajevi ostali na razini onih u 2014. godini.

Pozitivan utjecaj konsolidacije Žita u Q4 2015. na profitabilnost segmenta prehrane

2015. (u HRKm) ¹	Prehrana bez Žita		Dobit od povoljne kupnje Žita		Prehrana izvještajno	
Prihodi od prodaje	2.732,3		2,6%	-	n/p	2.971,6  11,6%
Bruto dobit	1.030,3		1,8%	-	n/p	1.110,8  9,7%
EBITDA	227,6		16,0%	115,7	n/p	369,3  88,3%
EBIT	106,6		41,4%	115,7	n/p	237,6  215,0%
Neto dobit nakon MI	86,4		199,5%	110,4	n/p	210,0  628,2%
2015. (% prihoda od prodaje) ²	Prehrana bez Žita				Prehrana izvještajno	
Bruto marža	37,7%		-32 bb			37,4%  -65 bb
EBITDA marža	8,3%		+96 bb			12,4%  +506 bb
EBIT marža	3,9%		+107 bb			8,0%  +516 bb
Neto marža nakon MI	3,2%		+208 bb			7,1%  +598 bb

Ključne značajke:

Prehrana bez Žita:

- niža **bruto marža** kao rezultat promjene strukture prodaje, s rastom prodaje asortimana koji ima nižu bruto maržu od prosjeka segmenta prehrane,
- na **operativnu dobit** u 2015. utjecalo je: (i) 24,8m kuna pozitivnog efekta konsolidacije Mirne, (ii) 33,0m kuna troškova otpremnina i (iii) 9,4m kuna troškova povezanih s akvizicijom i konsolidacijom Žita; na operativnu dobit u 2014. utjecalo je 65,2m kuna troškova otpremnina,
- na **neto dobit nakon manjinskih interesa** u 2015. utjecalo je 6,7m kuna financijskih troškova povezanih s ESOP-om te 11,6m kuna odgođenog poreznog prihoda.

Utjecaj Žita:

- utjecaj dobiti od povoljne kupnje na EBITDA i EBIT od 115,7m kuna te na neto dobit nakon manjinskih interesa od 110,4m kuna.

¹Ostvarenje u 2015.; % promjene u usporedbi s 2014.; ²% prihoda od prodaje u 2015.; promjena baznih bodova u usporedbi s 2014.

Profitabilnost segmenta Prehrane kompenzirala je nižu profitabilnost segmenta Farmaceutike u 2015.

2015. (u HRKm) ¹	Prehrana izvještajno	Farmaceutika	Grupa izvještajno
Prihodi od prodaje	2.971,6  11,6%	805,7  (4,1%)	3.777,2  7,8%
Bruto dobit	1.110,8  9,7%	424,6  (8,4%)	1.535,5  4,0%
EBITDA	369,3  88,3%	98,9  (19,0%)	468,2  47,1%
EBIT	237,6  215,0%	47,7  (40,6%)	285,2  83,3%
Neto dobit nakon MI	210,0  628,2%	187,3  194,4%	397,3  329,7%
2015. (% prihoda od prodaje) ²	Prehrana izvještajno	Farmaceutika	Grupa izvještajno
Bruto marža	37,4%  -65 bb	52,7%  -245 bb	40,7%  -149 bb
EBITDA marža	12,4%  +506 bb	12,3%  -225 bb	12,4%  +331 bb
EBIT marža	8,0%  +516 bb	5,9%  -363 bb	7,6%  +311 bb
Neto marža nakon MI	7,1%  +598 bb	23,2%  1.567 bb	10,5%  +788 bb

Ključne značajke:

▪ Farmaceutika:

- niži prihodi od prodaje negativno utjecali na cijelu profitabilnost,
- niža **bruto marža** kao rezultat promjene strukture prodaje pri čemu je zabilježen pad prodaje vlastitih brandova uz nepromijenjenu prodaju trgovačke robe,
- tečajne razlike po kupcima i dobavljačima (u ostalim operativnim troškovima) iznosile su -23,3m kuna u 2015., a -43,7m kuna u 2014.,
- na **neto dobit nakon MI** je u 2015. dodatno utjecalo 1,3m kuna financijskih troškova povezanih s ESOP-om te 163,7m kuna odgođenih poreznih prihoda.

▪ Porezni poticaji za tvornicu Belupa:

- Belupo je primio porezne poticaje za izgradnju nove tvornice u iznosu od 163,7m kuna. U 2015. Belupo je inicijalno priznao maksimalno odobrenu visinu poticaja kao odgođenu poreznu imovinu i porezni prihod.

¹Ostvarenje u 2015.; % promjene u usporedbi s 2014.; ²% prihoda od prodaje u 2015.; promjena baznih bodova u usporedbi s 2014.

Kretanje operativnih troškova bilo je u skladu s razvojem poslovanja

Operativni troškovi	2015./2014. bez Žita	2015./2014. izvještajno
Troškovi sadržani u prodanim proizvodima	3,0% 	10,6% 
Opći i administrativni troškovi (G&A)	(8,4%) 	(5,4%) 
Troškovi prodaje i distribucije (S&D)	1,8% 	11,1% 
Troškovi marketinga (MEX)	8,2% 	11,5% 
Ostali troškovi	(17,6%) 	(18,9%) 
Ukupno	1,9% 	8,5% 

Ključne značajke:

▪ Troškovi sadržani u prodanim proizvodima (COGS) bez Žita:

- 3,0% viši COGS uslijed organskog rasta segmenta prehrane, ali i anorganskog rasta segmenta prehrane (Mirna i PIK asortiman),

▪ Opći i administrativni troškovi (G&A) bez Žita:

- u 2015. zabilježeno je 41,1m kuna troškova otpremnina i 9,4m kuna troškova povezanih s akvizicijom i integracijom Žita, dok je u 2014. zabilježeno 72,1m kuna troškova otpremnina; isključujući navedene utjecaje, G&A troškovi su niži 2,5%; isključujući utjecaj troškova Mirne koji nisu bili uključeni u 2014., G&A troškovi bili bi 6,9% niži,

▪ Troškovi prodaje i distribucije (S&D) bez Žita:

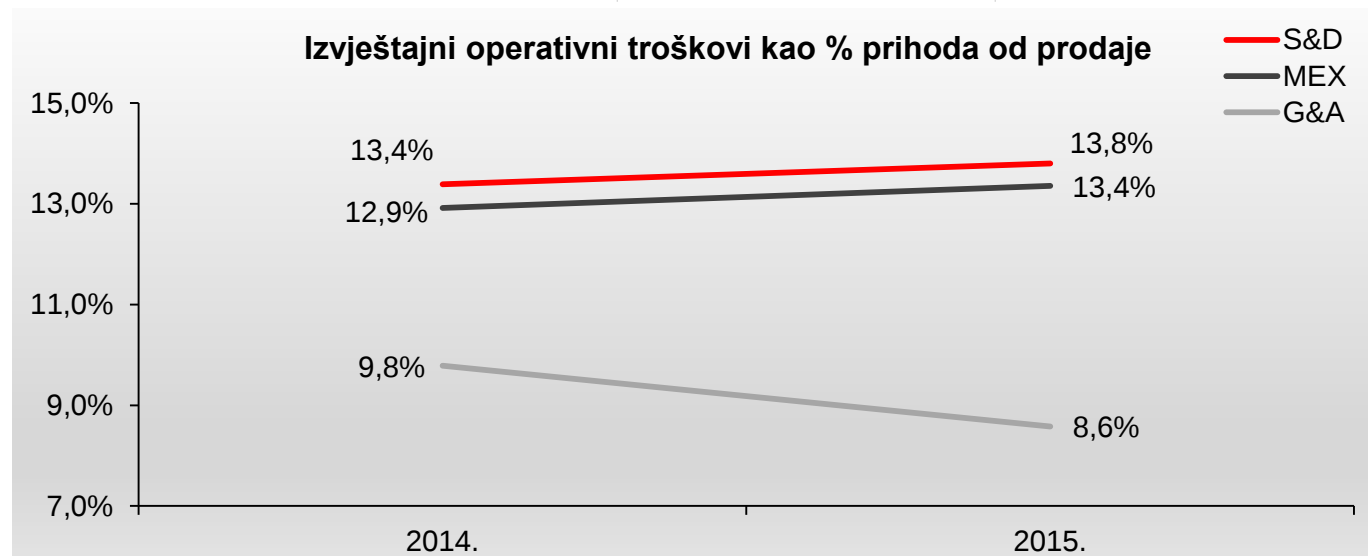
- utjecaj inicijalnih troškova povezanih s odlukom o ulasku nova tržišta te utjecaj S&D troškova prehrambene kompanije u Rusiji i Mirne, koji nisu bili uključeni u 2014.; isključujući navedene utjecaje, S&D troškovi niži su 2,7%,

▪ Troškovi marketinga (MEX) bez Žita:

- snažnije marketinške aktivnosti povezane s otvaranjem novih tržišta, kategorijom kulinarstvo u Zapadnoj Europi te asortimanom dječje hrane i mesnih proizvoda u regiji Adria,

▪ Ostali troškovi bez Žita:

- 37% niže neto tečajne razlike po kupcima i dobavljačima.





Postignuća u 2015. godini

Rezultati poslovanja u 2015. godini

Izvještaj o stjecanju vlastitih dionica

Rezultati poslovanja u H1 2016.

Izvještaj Uprave Podravke d.d. o stjecanju vlastitih dionica

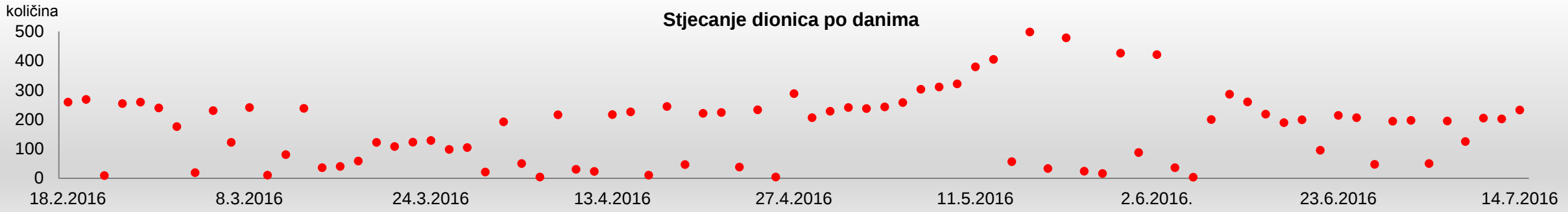
Program stjecanja vlastitih dionica

- **Temelj** za stjecanje vlastitih dionica je ovlast dana Upravi Odlukom Glavne skupštine od 3. lipnja 2015. godine,
- **Svrha** programa stjecanja vlastitih dionica je realizacija ESOP¹ programa i nagrađivanje menadžmenta,
- **Ukupni broj dionica** stečenih Programom zajedno s dionicama koje Izdavatelj već drži, ne smije prijeći 10% temeljnog kapitala Izdavatelja u trenutku stjecanja,
- **Dionice se stječu** isključivo na Zagrebačkoj burzi po cijeni ne višoj od zadnje nezavisne transakcije,
- **Trajanje** ovog Programa je, sukladno Odluci o stjecanju vlastitih dionica, tijekom razdoblja od 5 godina od dana donošenja Odluke o stjecanju vlastitih dionica.

Realizacija Programa stjecanja vlastitih dionica

- U razdoblju od 18.02.2016. do 14.07.2016. Podravka d.d. je stekla 14.032 vlastitih dionica što čini 0,197% temeljnog kapitala,
- Trošak stjecanja navedenih dionica je iznosio 4,7 milijuna kuna,
- Na dan 22.07.2016. Podravka d.d. drži 191.543 vlastitih dionica, što čini 2,7% temeljnog kapitala.

Ukupan broj izdanih dionica	Broj stečenih vlastitih dionica	Udio u temeljnom kapitalu	Trošak stjecanja ²
7.120.003	14.032	0,197 %	4.690.387,23 HRK



¹Employee stock ownership programme; ²Uključuje naknadu za transakcije.



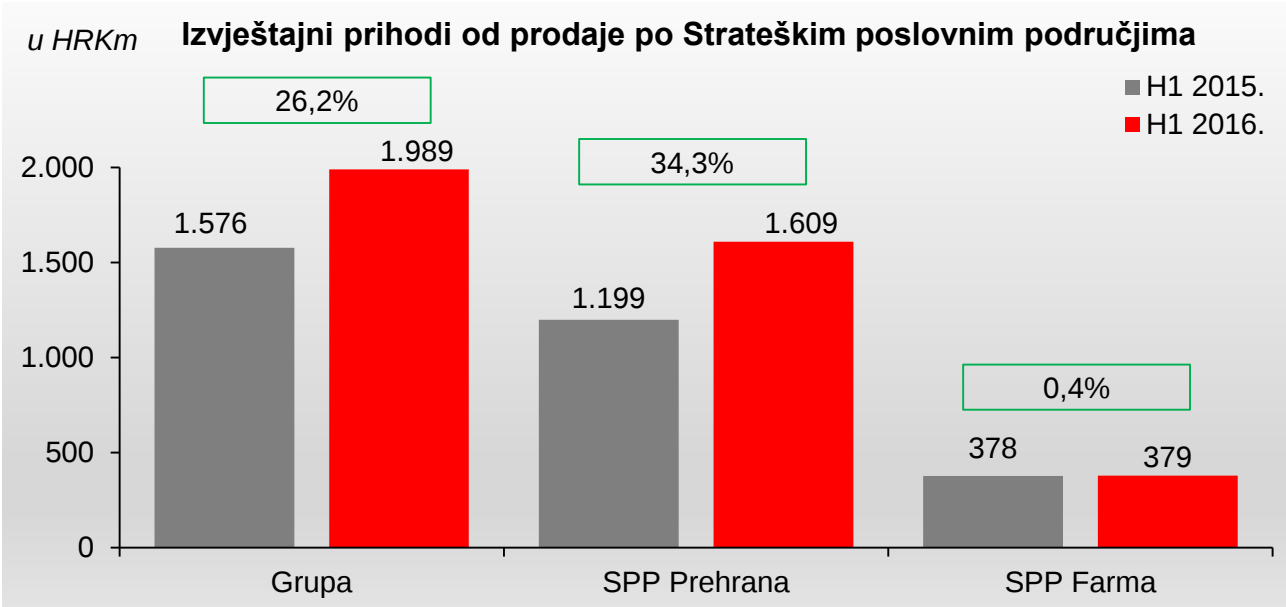
Postignuća u 2015. godini

Rezultati poslovanja u 2015. godini

Izvještaj o stjecanju vlastitih dionica

Rezultati poslovanja u H1 2016.

Vlastiti brandovi ostvarili su 4,3% rasta prodaje u H1 2016. na pro-forma razini bez utjecaja FX-a



Neto utjecaj tečajnih razlika na prihode od prodaje:

HRKm	Vlastiti brandovi	Ostala prodaja	Ukupno	Valuta	HRKm
Prehrana	(25,0)	(1,1)	(26,2)	RUB	(25,6)
Farmaceutika	(16,1)	(0,4)	(16,4)	EUR	(5,9)
Grupa	(41,1)	(1,5)	(42,6)	Ostalo	(11,1)
				Ukupno	(42,6)

- Utjecaj tečajnih razlika na prihode od prodaje pokazuje za koliko kuna bi prihodi od prodaje bili viši ili niži u H1 2016. da su valutni tečajevi ostali na razini onih u H1 2015.

SPP Prehrana pro-forma¹:

- **Vlastiti brandovi** → 1,2% viši prihodi (+3,1% bez FX-a), uslijed rasta prihoda velike većine kategorija,
- **Ostala prodaja** → 2,1% viši prihodi (+2,6% bez FX-a) uslijed novih projekata u potkategoriji trgovačke robe,
- **Ukupno SPP Prehrana** → 1,4% viši prihodi (+3,0% bez FX-a).

SPP Farmaceutika¹:

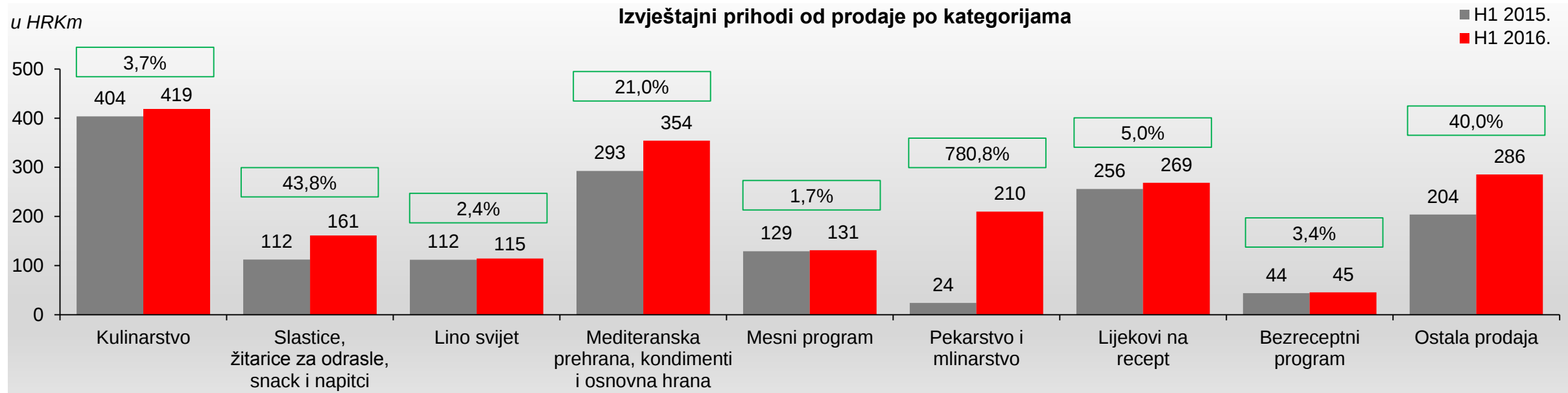
- **Vlastiti brandovi** → 4,8% viši prihodi (+10,2% bez FX-a) uslijed širenja poslovne suradnje na tržištu Rusije,
- **Ostali prihodi** → 16,5% niži prihodi (-16,1% bez FX-a) uslijed stavljanja većeg fokusa na vlastite brandove,
- **Ukupno SPP Farmaceutika** → 0,4% viši prihodi (+4,7% bez FX-a).

Grupa Podravka pro-forma¹:

- **Vlastiti brandovi** → 1,9% viši prihodi (+4,3% bez FX-a),
- **Ostali prihodi** → 2,9% niži prihodi (-2,3% bez FX-a),
- **Ukupno Grupa Podravka** → 1,2% viši prihodi (+3,3% bez FX-a).

¹Postoci u tekstu odnose se na ostvarenje u H1 2016. naspram H1 2015. pod pretpostavkom da je Grupa Žito konsolidirana od početka 2015.

Velika većina kategorija ostvarila je organski rast prihoda od prodaje na pro-forma razini

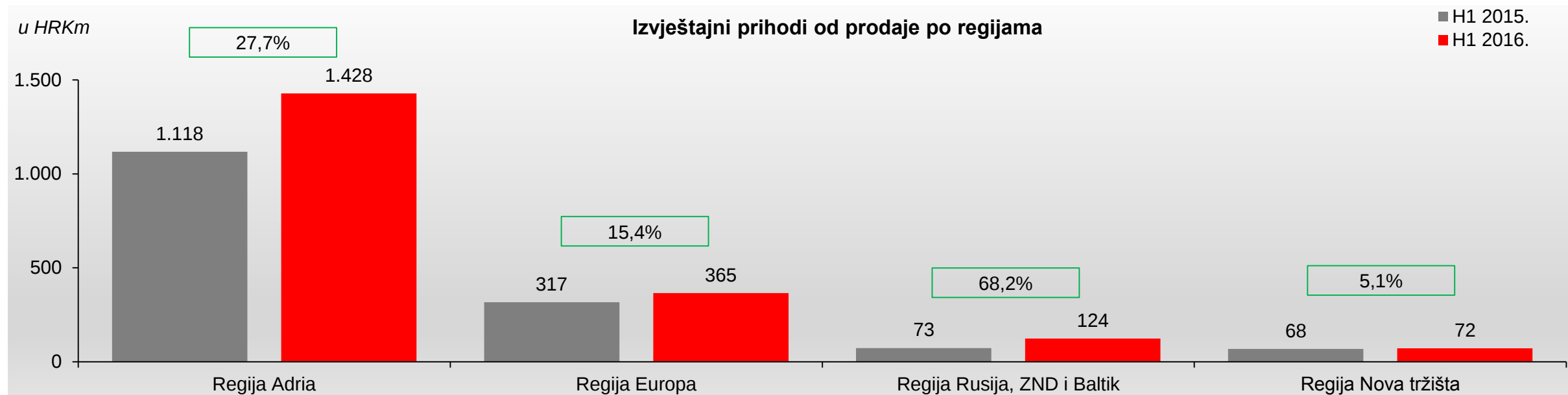


Pro-forma ostvarenje kategorija u H1 2016.¹:

- **Kulinarstvo (+1,0%; +4,3% bez FX-a)** → provedene promotivne aktivnosti na brandu Vegeta u Poljskoj te uspješna implementacija novog poslovnog modela u Rusiji,
- **Slastice, žitarice za odrasle, snack i napitci (-7,3%; -6,7% bez FX-a)** → privremena promjena u dinamici isporuka potkategorije konditorstvo,
- **Lino svijet (+2,4%; +3,0% bez FX-a)** → provedene aktivnosti na brandu Lino Lada u Hrvatskoj, uvođenje asortimana dječjih kašica,
- **Mediteranska prehrana, kondimenti i osnovna hrana (+3,1%; +5,0% bez FX-a)** → rast zamrznutog povrća na tržištu Rusije, promotivne aktivnosti na potkategoriji riže i tjestenine u Sloveniji, rast distribucije kondimenata na tržištu Njemačke,
- **Mesni program (+1,7%; +2,6% bez FX-a)** → širenje distribucije asortimana pašteta na tržište Rusije,
- **Pekarstvo i mlinarstvo (+5,1%; +6,0% bez FX-a)** → povećane aktivnosti na tržištu Slovenije, širenje distribucije i asortimana na europskim tržištima,
- **Lijekovi na recept (+5,0%; +10,7% bez FX-a)** → širenje poslovne suradnje na tržištu Rusije, širenje asortimana lijekova za srce i krvne žile na tržištu Bosne i Hercegovine,
- **Bezreceptni program (+3,4%; +7,1% bez FX-a)** → širenje poslovne suradnje na tržištu Rusije, širenje asortimana lijekova na tržištu Slovenije,
- **Ostala prodaja (-2,9%; -2,3% bez FX-a)** → niža prodaja trgovačke robe u farmaceutici.

¹Postoci u tekstu odnose se na ostvarenje u H1 2016. naspram H1 2015. pod pretpostavkom da je Grupa Žito konsolidirana od početka 2015.

Inozemna tržišta ostvarila su rast prihoda od prodaje od 3,3% u H1 2016.



Pro-forma ostvarenje regija u H1 2016.¹:

- **Regija Adria (-1,8%; -1,1% bez FX-a)** → pad vrijednosti pojedinih tržišnih kategorija i pritisak privatnih robnih marki u kategoriji Mediteranska prehrana, kondimenti i osnovna hrana; niži prihodi trgovačke robe u segmentu farmaceutike,
- **Regija Europa (-0,2%; +1,3% bez FX-a)** → niži prihodi ostale prodaje u segmentu prehrane; niži prihodi segmenta farmaceutike; rast prihoda vlastitih brandova segmenta prehrane uslijed širenja distribucije i asortimana,
- **Regija Rusija, ZND i Baltik (+64,7%; +98,8% bez FX-a)** → pozitivan utjecaj uspješne implementacije novog poslovnog modela u segmentu prehrane na tržištu Rusije; širenje poslovne suradnje u segmentu farmaceutike na tržištu Rusije,
- **Regija Nova tržišta (+1,2%; +4,5% bez FX-a)** → širenje distribucije i asortimana kompanije Žito.

¹Postoci u tekstu odnose se na ostvarenje u H1 2016. naspram H1 2015. pod pretpostavkom da je Grupa Žito konsolidirana od početka 2015.

Fokus na vlastite brandove i troškovnu optimizaciju pozitivno utjecali na profitabilnost farmaceutike

H1 2016. (u HRKm) ¹	Izveštajno Prehrana		Farmaceutika		Izveštajno Grupa Podravka	
Prihodi od prodaje*	1.609,5	 34,3%	379,1	 0,4%	1.988,5	 26,2%
Bruto dobit	525,2	 25,2%	198,5	 1,9%	723,8	 17,8%
EBITDA	155,7	 11,5%	66,3	 17,3%	222,0	 13,2%
EBIT	84,3	 (2,4%)	45,5	 23,6%	129,8	 5,4%
Neto dobit nakon MI	66,9	 (0,7%)	30,3	 23,8%	97,3	 5,8%

*Reklasifikacija ugovorenih naknada s kupcima za promotivne, marketinške i slične aktivnosti s pozicije MEX na umanjeње prihoda.

H1 2016. (% prihoda od prodaje) ²	Izveštajno Prehrana		Farmaceutika		Izveštajno Grupa Podravka	
Bruto marža	32,6%	 -235 bb	52,4%	 +76 bb	36,4%	 -257 bb
EBITDA marža	9,7%	 -197 bb	17,5%	 +252 bb	11,2%	 -128 bb
EBIT marža	5,2%	 -197 bb	12,0%	 +225 bb	6,5%	 -129 bb
Neto marža nakon MI	4,2%	 -146 bb	8,0%	 +151 bb	4,9%	 -94 bb

¹Ostvarenje u H1 2016.; % promjene u usporedbi s H1 2015.; ²% prihoda od prodaje u H1 2016.; promjena baznih bodova u usporedbi s H1 2015.

Ključne značajke u H1 2016.:

Izveštajno Prehrana:

- Pozitivan utjecaj konsolidacije Mirne u H1 2015. od 24,8m kuna,
- Niža profitabilnost asortimana Grupe Žito u odnosu na prosječnu profitabilnost asortimana segmenta prehrane dovela je do nižih profitnih marži u H1 2016.

Farmaceutika:

- 1,2% niži troškovi sadržani u prodanim proizvodima kao rezultat fokusa na vlastite brandove i smanjene distribucije trgovačke robe,
- 2,9% niži ukupni poslovni rashodi (bez troškova sadržanih u prodanim proizvodima) uslijed pozitivnih tečajnih razlika po kupcima i dobavljačima te fokusa na troškovnu optimizaciju,
- Blago smanjenje neto financijskih troškova, dok je efektivna porezna stopa u H1 2016. bila na razini statutarne.

Rast pro-forma profitabilnosti Grupe Podravka na svim razinama

H1 2016. (u HRKm) ¹	Pro-forma Prehrana		Farmaceutika		Pro-forma Grupa Podravka	
Prihodi od prodaje*	1.609,5	 1,4%	379,1	 0,4%	1.988,5	 1,2%
Bruto dobit	525,2	 4,1%	198,5	 1,9%	723,8	 3,5%
EBITDA	155,7	 (5,6%)	66,3	 17,3%	222,0	 0,3%
EBIT	84,3	 (8,0%)	45,5	 23,6%	129,8	 1,1%
Neto dobit nakon MI	66,9	 (7,5%)	30,3	 23,8%	97,3	 0,4%

*Reklasifikacija ugovorenih naknada s kupcima za promotivne, marketinške i slične aktivnosti s pozicije MEX na umanjeње prihoda.

H1 2016. (% prihoda od prodaje) ²	Pro-forma Prehrana		Farmaceutika		Pro-forma Grupa Podravka	
Bruto marža	32,6%	 +85 bb	52,4%	 +76 bb	36,4%	 +81 bb
EBITDA marža	9,7%	 -71 bb	17,5%	 +252 bb	11,2%	 -10 bb
EBIT marža	5,2%	 -53 bb	12,0%	 +225 bb	6,5%	 0 bb
Neto marža nakon MI	4,2%	 -40 bb	8,0%	 +151 bb	4,9%	 -4 bb

¹Ostvarenje u H1 2016.; % promjene u usporedbi s H1 2015.; ²% prihoda od prodaje u H1 2016.; promjena baznih bodova u usporedbi s H1 2015.

Ključne značajke u H1 2016.:

Pro-forma Prehrana:

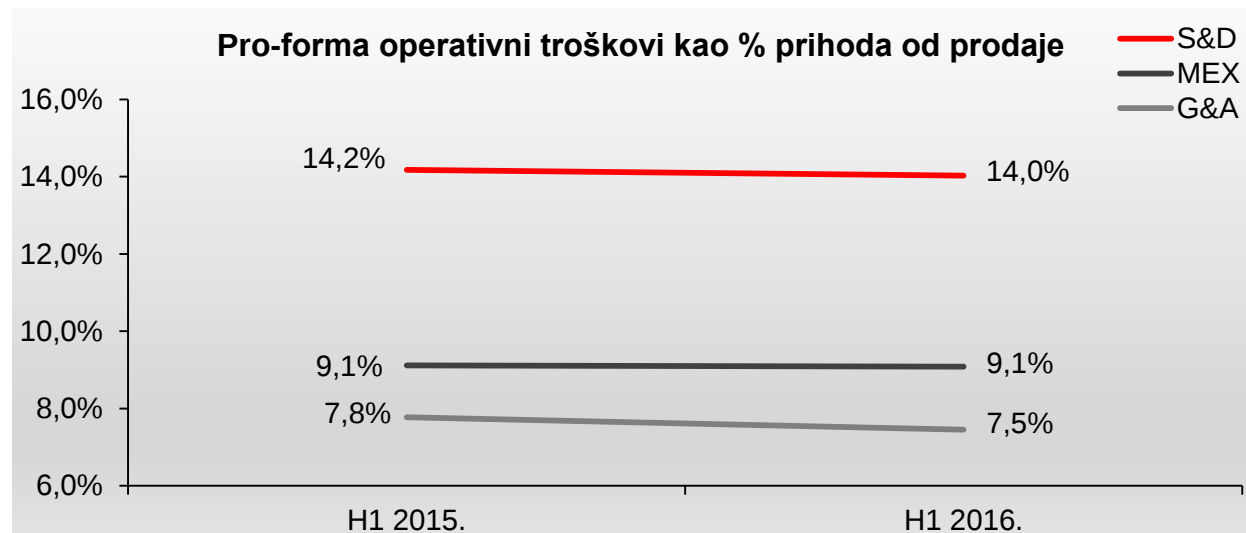
- Troškovi sadržani u prodanim proizvodima na razini usporednog razdoblja uslijed smanjenja cijena određenih sirovina,
- Ukupni poslovni rashodi (bez troškova sadržanih u prodanim proizvodima) niži su 0,9% kao rezultat fokusa na troškovnu optimizaciju,
- Niži neto financijski troškovi i porezna obveza,
- Usporedno razdoblje pod pozitivnim utjecajem konsolidacije Mirne od 24,8m kuna.

Grupa Podravka:

- Pad cijena pojedinih sirovina, smanjenje distribucije trgovačke robe u segmentu farmaceutike,
- 1,4% niži ukupni poslovni rashodi (bez troškova sadržanih u prodanim proizvodima) uslijed fokusa na troškovnu optimizaciju te pozitivnih tečajnih razlika po kupcima i dobavljačima,
- Niži neto financijski troškovi u H1 2016.,
- Usporedno razdoblje pod pozitivnim utjecajem konsolidacije Mirne od 24,8m kuna.

Pozitivan utjecaj fokusa na troškovnu optimizaciju te pozitivnih tečajnih razlika

Operativni troškovi	H1 2016. / H1 2015. pro-forma	
Troškovi sadržani u prodanim proizvodima (COGS)	(0,1%)	➔
Opći i administrativni troškovi (G&A)	(3,0%)	➔
Troškovi prodaje i distribucije (S&D)	0,1%	➔
Troškovi marketinga (MEX)	0,8%	➔
Ostali troškovi	n/p	➔
Ukupno	(0,5%)	➔



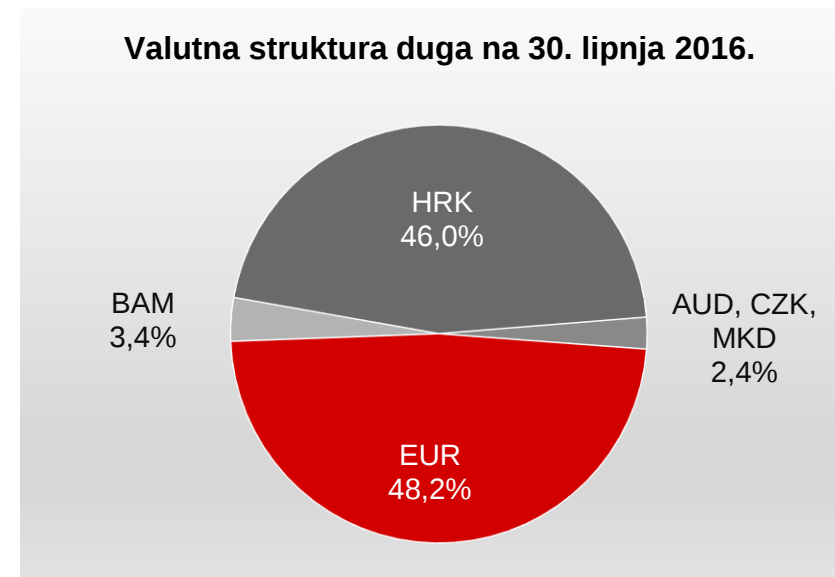
Ključne značajke u H1 2016. na pro-forma razini:

- **Troškovi sadržani u prodanim proizvodima (COGS):**
 - 0,1% niži COGS uslijed pada cijena pojedinih sirovina te smanjenja distribucije trgovačke robe u kompaniji Farmavita,
- **Opći i administrativni troškovi (G&A):**
 - 3,0% niži uslijed, među ostalim, nižih troškova konzultantskih usluga i ostalih usluga,
- **Troškovi prodaje i distribucije (S&D):**
 - Na razini usporednog razdoblja uz pozitivni utjecaj optimizacije troškova najamnina i prijevoza,
- **Troškovi marketinga (MEX):**
 - Snažnije marketinške aktivnosti povezane na tržištu Rusije i na Novim tržištima,
- **Ostali troškovi:**
 - Pozitivne neto tečajne razlike po kupcima i dobavljačima u H1 2016. su pozitivno utjecale na rezultat,
- **Ukupni poslovni rashodi (svi poslovni rashodi osim COGS-a):**
 - Ukupni poslovni rashodi niži su za 1,4% kao rezultat fokusa na troškovnu optimizaciju te pozitivnih tečajnih razlika po kupcima i dobavljačima.

Održivi nivo zaduženosti nakon akvizicije Grupe Žito

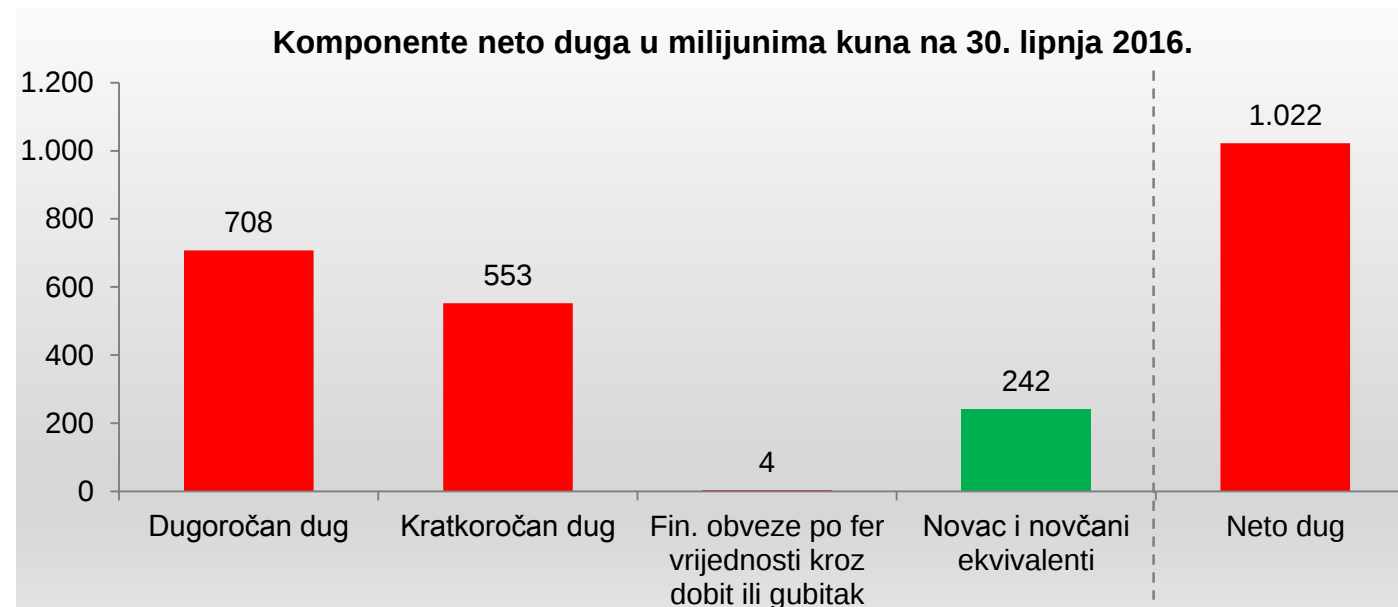
(u HRK 000) ¹	H1 2016.	2015.	% promjene
Neto dug	1.022.108	922.380	↑ 10,8%
Troškovi kamata	36.186	36.918	↓ (2,0%)
Neto dug / EBITDA	2,1	2,0	↑ 5,0%
EBITDA / Troškovi kamata	13,7	12,7	↑ 7,7%
Omjer kapitala i ukupne imovine	58,2%	57,0%	↑ +127 bb

¹Svi pokazatelji računa dobiti i gubitka računati su na razini zadnjih 12 mjeseci, dok su bilančne stavke uzete na kraju razdoblja.



Ključne značajke:

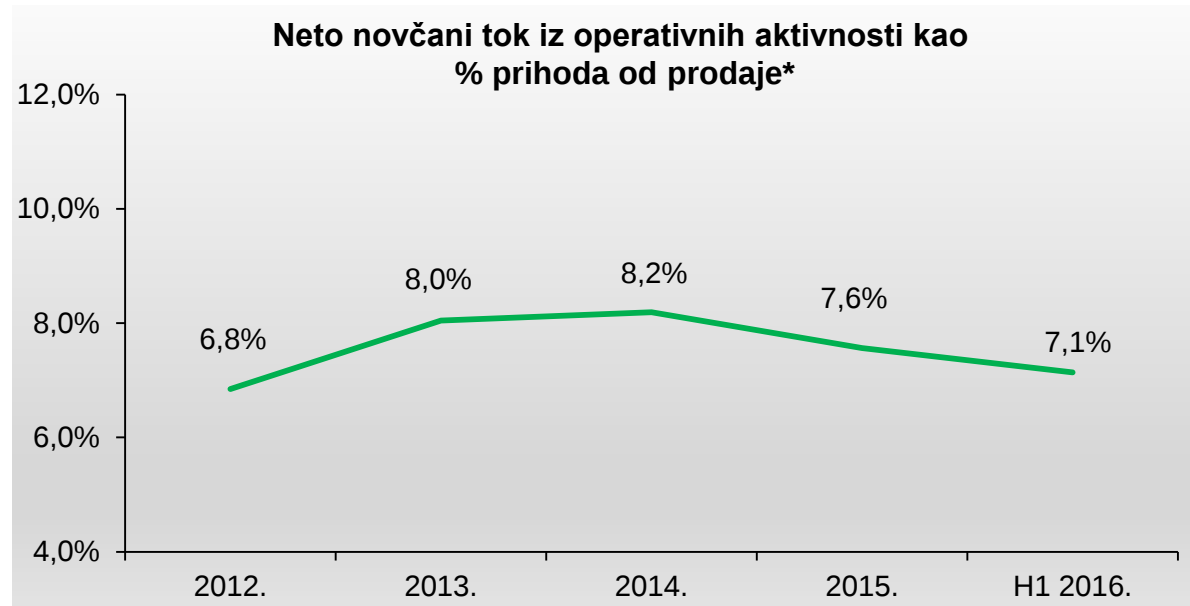
- Porast neto duga → korištenje kredita za potrebe izgradnje nove farmaceutske tvornice,
- Niži troškovi kamata → otplata dijela kredita,
- Neto dug/EBITDA računat na osnovi pro-forma EBITDA cijelu 2015., bez dobiti od povoljne kupnje Žita i impairmenta Žita iznosi 2,1,
- **Prosječan ponderirani trošak duga:**
 - Na 30. lipnja 2016. → 2,9%,
 - Na 31. prosinca 2013. → 4,3%.



Stabilna razina neto novčanog toka od operativnih aktivnosti

Ključne značajke u H1 2016.:

- Neto novčani tok od operativnih aktivnosti → 142,0m kuna → pozitivan utjecaj smanjenja zaliha i potraživanja, uz negativan utjecaj smanjenja obveza,
- Neto novčani tok od investicijskih aktivnosti → -235,6m kuna → prvenstveno uslijed 223,1m kuna kapitalnih investicija,
- Neto novčani tok od financijskih aktivnosti → 44,0m kuna,
- Kapitalne investicije u 2016. se očekuju da budu na razini od 500-600m kuna, u 2017. na razini od 300-400m kuna, a u 2018. godini na razini od 250-350 milijuna kuna.



*Prihodi u 2012.-2014. nisu reklasificirani za troškove marketinga.

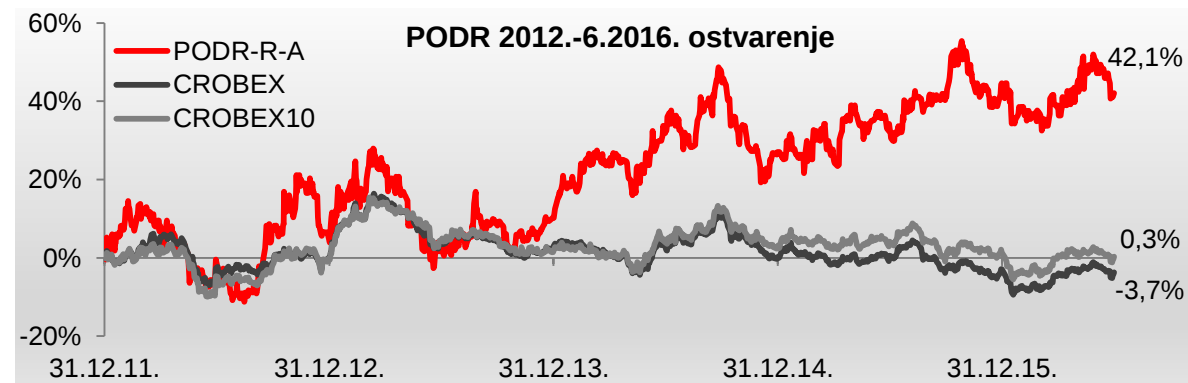
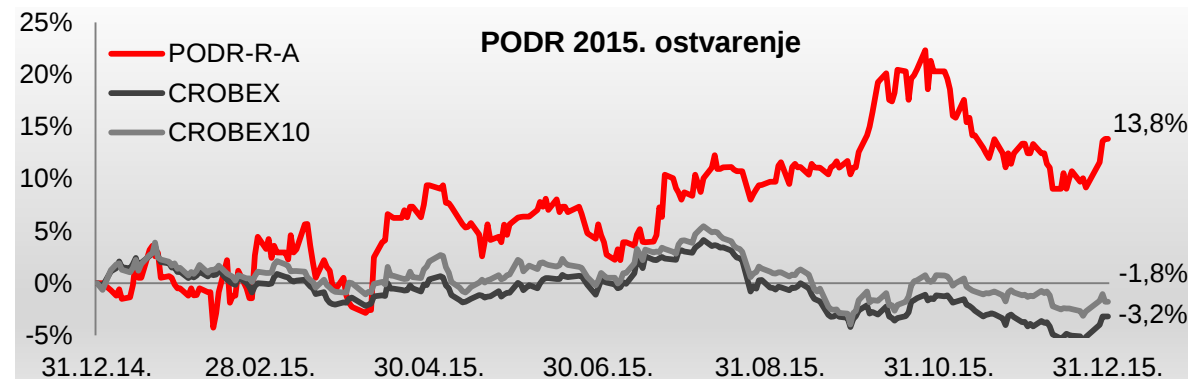
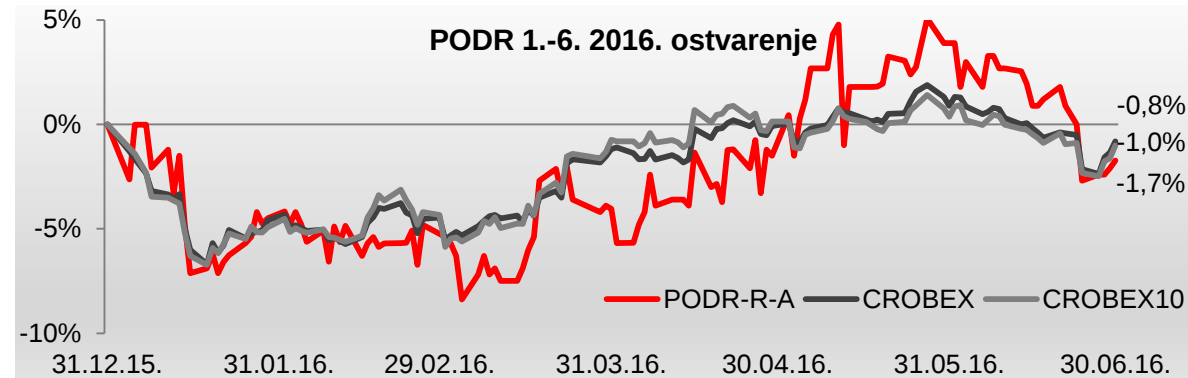
Očekivanja analitičara ukazuju na potencijal rasta cijene dionice Podravke

(HRK; jedinice)	H1 2016.	H1 2016./ H1 2015.	2015. / 2014.	2014. / 2013.
Prosječna dnevna cijena	329,2	7,5%	7,4%	16,3%
Prosječan dnevni broj transakcija	9	(28,4%)	(9,1%)	39,6%
Prosječan dnevni volumen	1.064	(24,8%)	11,3%	105,4%
Prosječan dnevni promet	360.165,6	(19,1%)	19,6%	134,2%
Izveštajna dobit po dionici	59,0	(11,1%)	276,9%	38,8%
Normalizirana dobit po dionici ¹	24,8	8,1%	31,6%	(8,8%)

¹Izračunato na bazi zadnjih 12 mjeseci, pri čemu su uzeti pro-forma brojevi za cijelu 2015., bez dobiti od povoljne kupnje Žita, impairmenta Žita i odgođenih poreznih prihoda.

Analitičar	Preporuka	Ciljana cijena	Potencijal ²
 InterCapital	Kupiti	364,78 kuna	9,7%
 Raiffeisen BANK	Držati	353,00 kuna	6,2%
 ERSTE Group	Kupiti	355,00 kuna	11,3%
 UniCredit	Kupiti	398,96 kuna	20,0%
 WOOD & COMPANY	Držati	371,00 kuna	11,6%

²U odnosu na zadnju tržišnu cijenu na 20.07.2016.





Glavna skupština Podravke d.d.

22. srpnja 2016. godine, Koprivnica.

