



Rezultati poslovanja Grupe Podravka za razdoblje 1.-6. 2016.



Ključne značajke prve polovice 2016. godine

Integracija Grupe Žito u Grupu Podravka:

- Usvojen plan integracije sa 75 projekata,
- Kraj 2018. → očekivani završetak integracije,
- Očekivani utjecaj sinergija i integracije:
 - 2017. → +18,9m kuna na EBITDA razinu,
 - 2018. → +18,8m kuna na EBITDA razinu,
 - 2019. → +36,8m kuna na EBITDA razinu,
- 1. travnja 2016. → Žito d.d. steklo 100% udjela Podravke d.o.o. Ljubljana,
- Prodaja asortimana Žita na većini regionalnih tržišta preko Podravkinih kompanija.



Prijedlog o isplati dividende koji je usvojen:

- Zadnja isplata dividende bila je prije 10 godina,
- Uspješno provedeni procesi restrukturiranja + ostvareni pozitivni poslovni rezultati = stvorene pretpostavke za isplatu dividende,
- Prijedlog za isplatu dividende u iznosu od 7,00 kuna po dionici usvojen je od strane dioničara Podravke d.d. na Glavnoj skupštini kompanije,
- Cilj menadžmenta → omogućiti održivo provođenje dividendne politike.

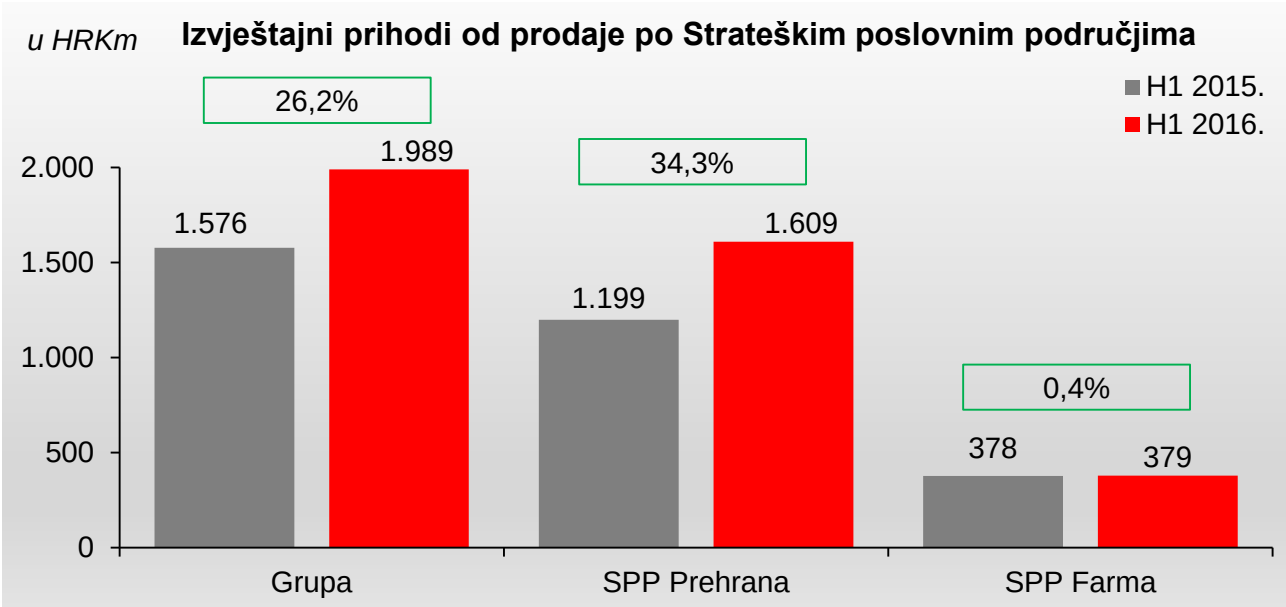
Promjene u Upravi Podravke:

- 15. veljače 2016. → sklopljeno sporazumno prestatu mandata člana Uprave Miroslava Klepača zaduženog za financije i IT; mandat završio 31. ožujka 2016.,
- 1. travnja 2016. → početak mandata nove članice Uprave Ive Brajević zadužene za financije i IT,
- Mandat nove članice Uprave traje do prestanka mandata Uprave u cijelosti.



Napomene: (i) pro-forma prikaz u prezentaciji označava da su brojevi Žita uključeni u H1 2015. razdoblje, (ii) 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.

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:

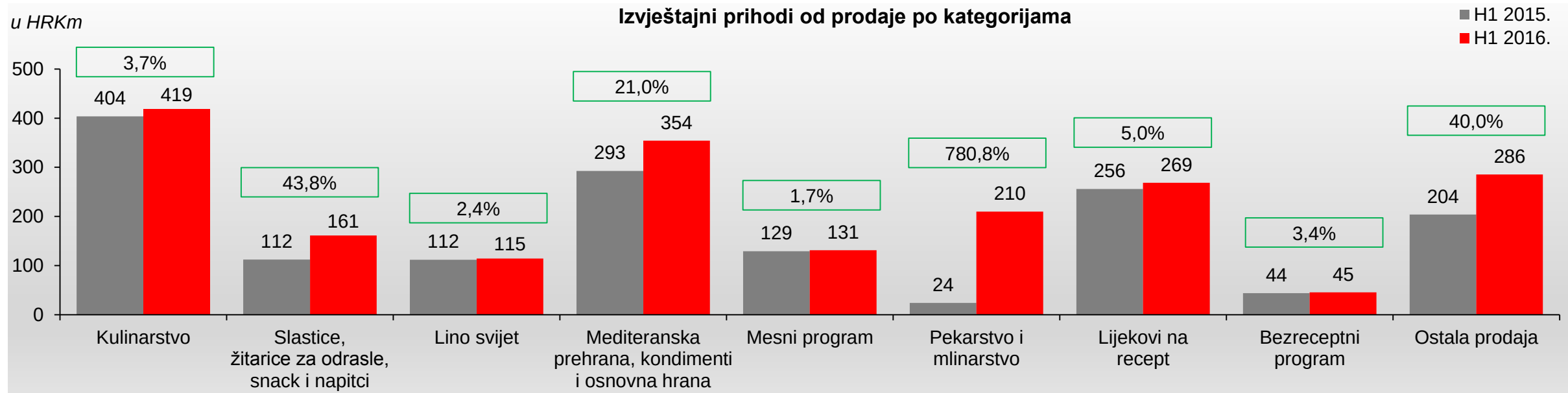
- **Vlastiti brandovi** → 4,8% viši prihodi (+10,2% bez FX-a) uslijed širenja poslovne suradnje na tržištu Rusije,
- **Ostali prihodi** → 16,5% niži prihodi (-16,1% bez FX-a) uslijed stavljanja većeg fokusa na vlastite brandove,
- **Ukupno SPP Farmaceutika** → 0,4% viši prihodi (+4,7% bez FX-a).

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

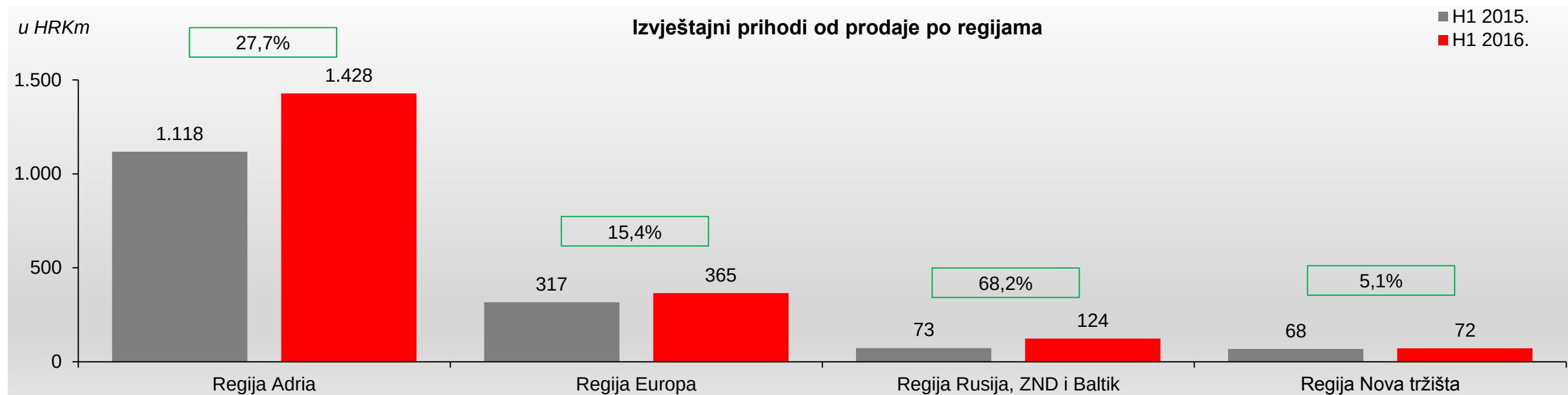


Pro-forma ostvarenje kategorija u H1 2016.¹:

- **Kulinarstvo (+1,0%; +4,3% bez FX-a)** → provedene promotivne aktivnosti na brandu Vegeta u Poljskoj; 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:

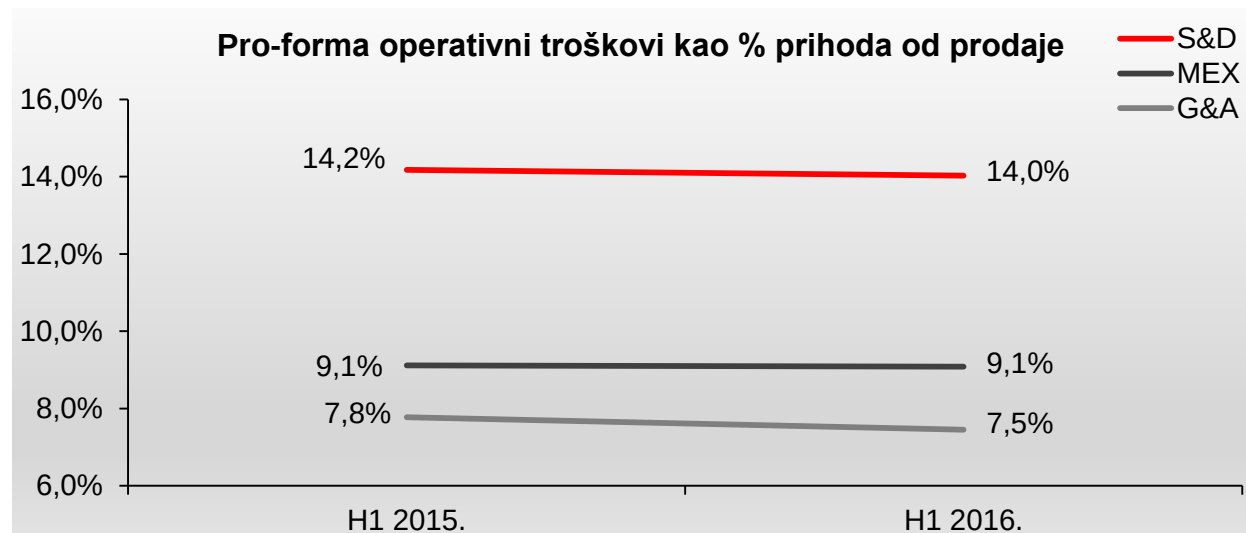
- Troškovi sadržani u prodanim proizvodima na razini usporednog razdoblja uslijed smanjenja cijena određenih sirovina,
- Ukupni poslovni rashodi (bez troškova sadržanih u prodanim proizvodima) niži su 0,9% kao rezultat fokusa na troškovnu optimizaciju,
- Niži neto financijski troškovi i porezna obveza,
- 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%)	➔



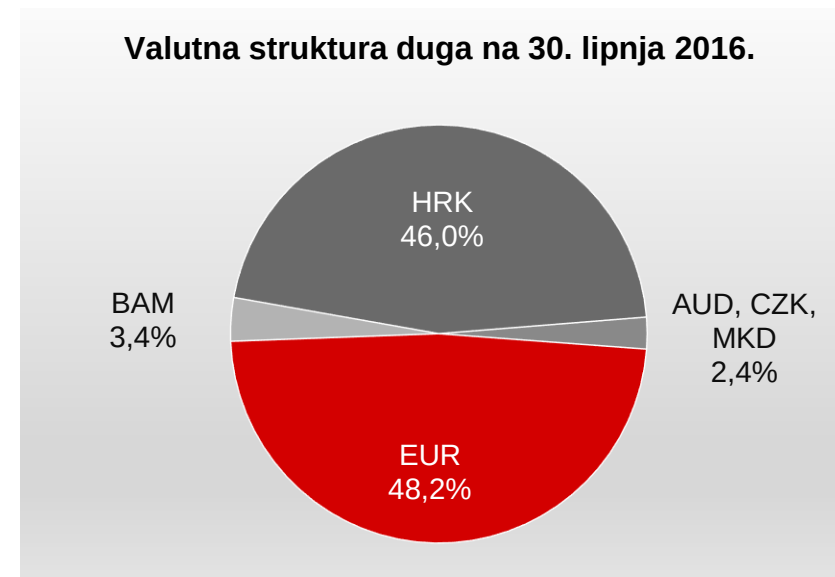
Ključne značajke u H1 2016. na pro-forma razini:

- **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

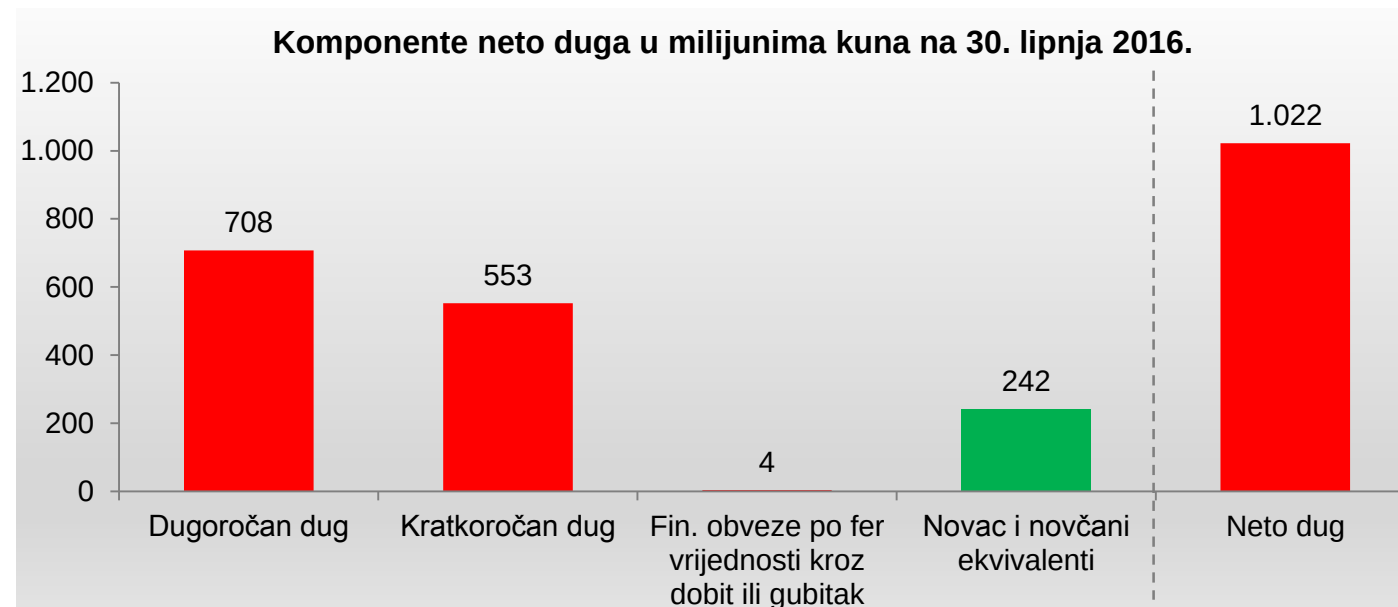
(u HRK 000) ¹	H1 2016.	2015.	% promjene
Neto dug	1.022.108	922.380	↑ 10,8%
Troškovi kamata	36.186	36.918	↓ (2,0%)
Neto dug / EBITDA	2,1	2,0	↑ 5,0%
EBITDA / Troškovi kamata	13,7	12,7	↑ 7,7%
Omjer kapitala i ukupne imovine	58,2%	57,0%	↑ +127 bb

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 za 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%.

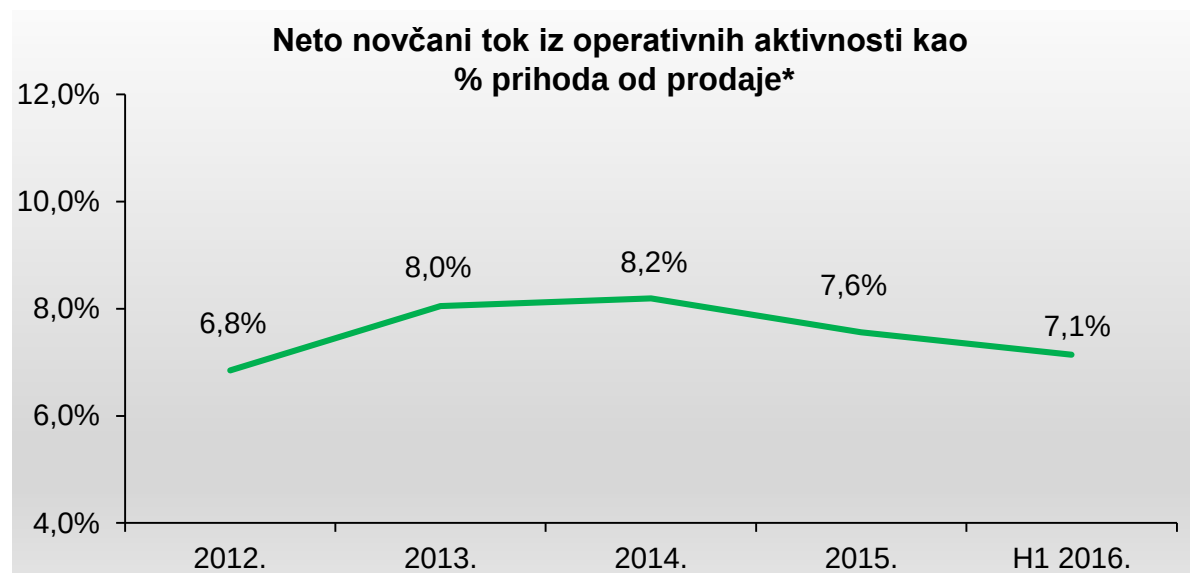


Stabilna razina neto novčanog toka od operativnih aktivnosti

Kretanje radnog kapitala	30. lipnja 2016. / 31. prosinca 2015.	Utjecaj
Zalihe	 -14,6 milijuna kuna	Na kretanje je, među ostalim, utjecala sezonalnost poslovanja pri čemu su razine zaliha pojedinih sirovina krajem prve polovice godine niže u odnosu na kraj godine.
Potraživanja od kupaca	 -29,8 milijuna kuna	Kretanje je s jedne strane rezultat sezonalno više razine prodaje u zadnjem kvartalu godine uslijed čega su i potraživanja viša u tom razdoblju, ali i rezultat dinamičnije naplate potraživanja od kupaca u drugom kvartalu 2016. godine.
Obveze prema dobavljačima	 -91,1 milijuna kuna	- Sezonska dinamika plaćanja u segmentu prehrane → dio obveza nastalih krajem 2015. godine podmiren je u H1 2016., - Podmirenje obveze Belupa po završenim fazama izgradnje nove tvornice.

(u tisućama kuna)	H1 2016.	H1 2015.	Δ
Neto novac iz poslovnih aktivnosti	141.984	(11.939)	153.923
Neto novac iz ulagačkih aktivnosti	(235.603)	(72.043)	(163.560)
Neto novac iz financijskih aktivnosti	43.962	(1.836)	45.798
Neto promjena novca i novčanih ekvivalenata	(49.658)	(85.818)	36.160

- Za 2016. godinu očekuju se **kapitalni izdaci** na razini od 500 - 600 mil. kuna, u 2017. godini na razini od 300 - 400 mil. kuna, a u 2018. godini na razini od 250 - 350 mil. kuna.



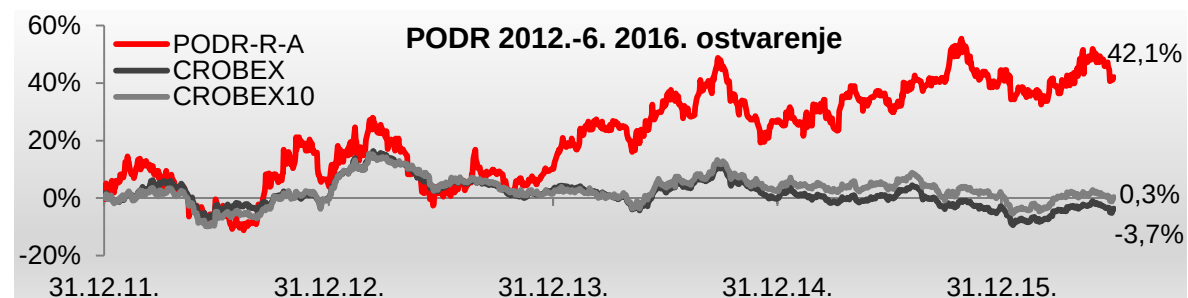
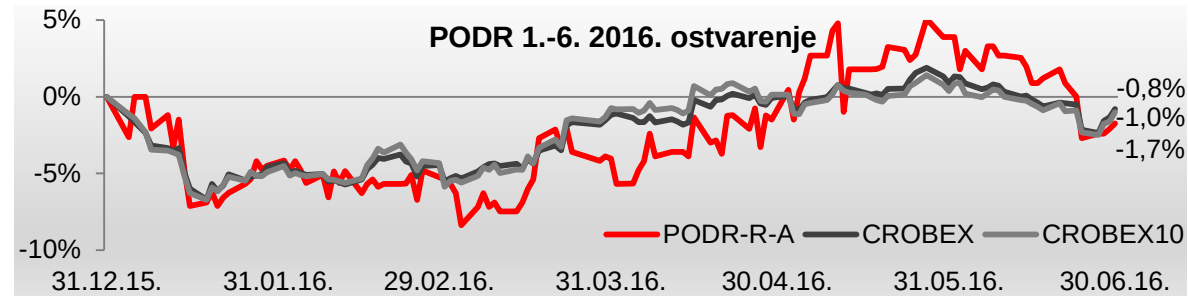
*Prihodi u razdoblju 2012.-2014. nisu reklasificirani za marketinške troškove.

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	350.165,6	(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%



Multiplikatori usporedne grupe ³	EV/Prihodi	EV/EBITDA	EV/EBIT	P/B	P/E
Prosječna ponderirana usp. grupa	2,2	13,0	18,4	3,5	21,2
Normaliz. pros. pond. usp. grupa ⁴	2,2	13,3	19,0	3,1	22,2
Grupa Podravka izvještajno	0,9	7,2	12,1	0,9	6,1
Grupa Podravka normalizirano ¹	0,8	6,7	16,2	0,9	14,6

²Usporedba sa zadnjom cijenom na 21.07.2016.,

³Prikupljeno s Bloomberg na 22.07.2016.,

⁴Izračunato isključujući maks. i min. vrijednosti,

Usporedna grupa prehrana: Atlantic Grupa d.d., Greencore Group plc, Nestle S.A., Orkla S.A., Otmuchow S.A., Unilever plc,

Usporedna grupa farmaceutika: Krka d.d., Hikma Pharmaceuticals plc, Recordati S.p.A, Richter Gedeon Nyrt., Stada Arzneimittel AG.

Kontakt

Podravka d.d.

Ante Starčevića 32, 48 000 Koprivnica

www.podravka.hr

Odnosi s investitorima

ir@podravka.hr

tel: 048 65 16 65

mob: 099 43 85 007



Rezultati poslovanja Grupe Podravka za razdoblje 1.-6. 2016.

