



Rezultati poslovanja Grupe Podravka za razdoblje 1.-3. 2016.



Ključne značajke prvoga kvartala 2016. godine

Nova organizacija kategorija segmenta prehrane:

Stare kategorije:

- Kulinarstvo,
- Slastice, snackovi i pića,
- Dječja, za doručak i ostala hrana,
- Mesni proizvodi,
- Žito*.

*Raspodjela Žito asortimana: začini¹; žitarice za doručak, konditorstvo, čaj²; tjestenina, riža, zamrznuta i pothlađena hrana, žitarice³.

Nove kategorije:

- Kulinarstvo¹,
- Slastice, žitarice za odrasle, snack i napitci²,
- Lino svijet,
- Mediteranska prehrana, kondimenti i osnovna hrana³,
- Mesni program,
- Pekarstvo i mlinarstvo.

Prijedlog o isplati dividende:

- 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,
- Konačnu odluku o isplati dividende donijet će dioničari Podravke d.d. na Glavnoj skupštini kompanije,
- Cilj menadžmenta → omogućiti održivo provođenje dividendne politike.

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.

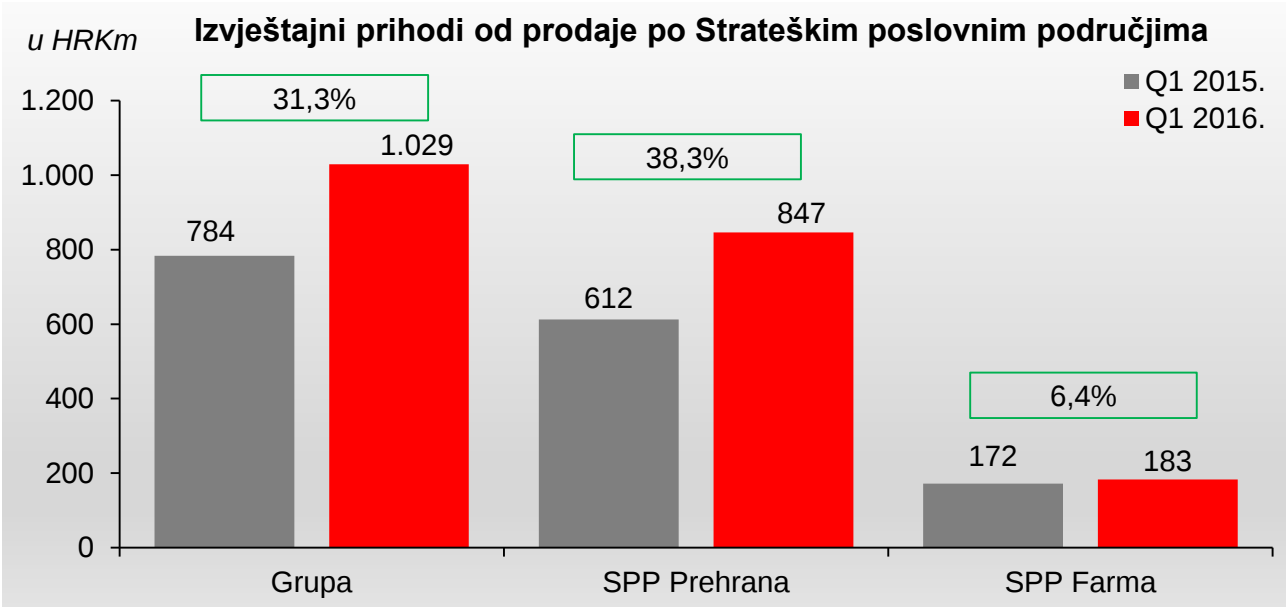


Promjene u Upravi Podravke:

- 15. veljače 2016. → sklapanje sporazumnog prestanka 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.



Vlastiti brandovi bez pića i Žito asortimana ostvarili su 6,4% rasta prodaje u Q1 2016.



Neto utjecaj tečajnih razlika na prihode od prodaje:

HRKm	Vlastiti brandovi	Ostala prodaja	Ukupno	Valuta	HRKm
Prehrana	(8,6)	(0,3)	(9,0)	RUB	(7,4)
Farmaceutika	(4,6)	(0,2)	(4,7)	EUR	(2,1)
Grupa	(13,2)	(0,5)	(13,7)	Ostalo	(4,2)
				Ukupno	(13,7)

- Utjecaj tečajnih razlika na prihode od prodaje pokazuje za koliko kuna bi prihodi od prodaje bili viši ili niži u Q1 2016. da su valutni tečajevi ostali na razini onih u Q1 2015.

SPP Prehrana bez pića i Žito asortimana¹:

- **Vlastiti brandovi** → 5,5% viši prihodi ponajviše uslijed rasta prihoda kategorije kulinarstvo te kategorije mesnog programa,
- **Ostala prodaja** → 11,5% niži prihodi prvenstveno uslijed niže prodaje trgovačke robe,
- **Ukupno SPP Prehrana** → 3,6% viši prihodi.

SPP Farmaceutika¹:

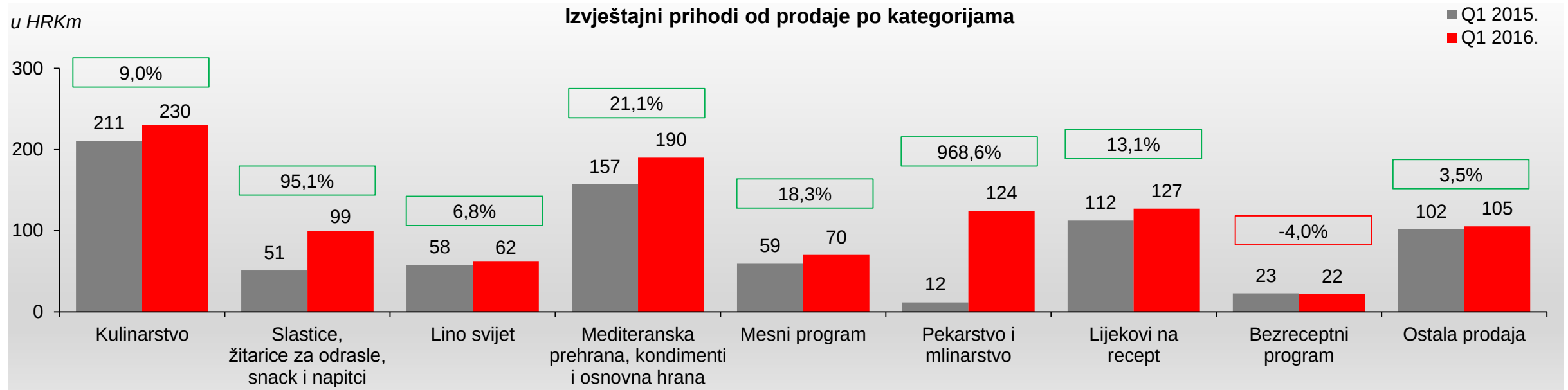
- **Vlastiti brandovi** → 10,3% viši prihodi ponajviše uslijed širenja poslovne suradnje na tržištu Rusije,
- **Ostali prihodi** → 7,9% niži prihodi uslijed stavljanja većeg fokusa na vlastite brandove,
- **Ukupno SPP Farmaceutika** → 6,4% viši prihodi.

Grupa Podravka bez pića i Žito asortimana¹:

- **Vlastiti brandovi** → 6,4% viši prihodi,
- **Ostali prihodi** → 10,2% niži prihodi,
- **Ukupno Grupa Podravka** → 4,2% viši prihodi.

¹Postoci u tekstu odnose se na ostvarenje u Q1 2016. naspram Q1 2015.

Nekoliko prehrambenih kategorija reflektiralo uspješnu implementaciju novog poslovnog modela u Rusiji

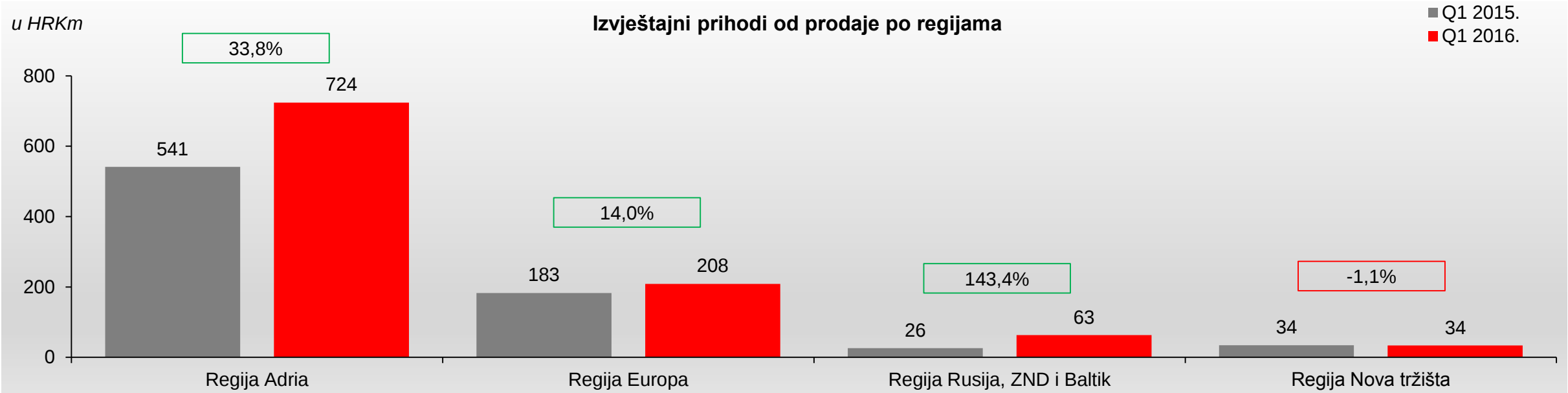


Ostvarenje kategorija u Q1 2016. bez utjecaja Žito asortimana¹:

- **Kulinarstvo (+6,5%)** → provedene aktivnosti na brandu Vegeta u Poljskoj i Hrvatskoj te uspješna implementacija novog poslovnog modela u Rusiji,
- **Slastice, žitarice za odrasle, snack i napitci (-2,0%)** → pad tržišta praškastih slastica u Hrvatskoj, racionalizacija asortimana praškastih napitaka,
- **Lino svijet (+6,8%)** → provedene aktivnosti na brandu Lino Lada u Hrvatskoj, uvođenje asortimana dječjih kašica,
- **Mediteranska prehrana, kondimenti i osnovna hrana (+3,0%)** → rast zamrznutog povrća na tržištu Rusije, rast distribucije kondimenata na tržištu Njemačke,
- **Mesni program (+18,3%)** → među ostalim, širenje distribucije asortimana na tržište Rusije,
- **Pekarstvo i mlinarstvo (-13,8%)** → agresivne cjenovne aktivnosti konkurencije na tržištu Hrvatske,
- **Lijekovi na recept (+13,1%)** → širenje poslovne suradnje na tržištu Rusije, širenje asortimana lijekova za srce i krvne žile na tržištu Bosne i Hercegovine,
- **Bezreceptni program (-4,0%)** → visoko usporedno razdoblje na tržištu Hrvatske,
- **Ostala prodaja (-10,2%)** → niža prodaja trgovačke robe u prehrani i farmaceutici.

¹Postoci u tekstu odnose se na ostvarenje u Q1 2016. naspram Q1 2015.

Većina regija ostvarila je organski rast prodaje vlastitih brandova segmenta prehrane



Ostvarenje regija u Q1 2016. bez utjecaja pića i Žito asortimana¹:

- **Regija Adria (0,0%)** → rast prihoda segmenta prehrane od 1,1% prvenstveno pod pozitivnim utjecajem kategorija Mesnog programa i Lino svijeta; negativan utjecaj segmenta farmaceutike u kategoriji Bezreceptnog programa te trgovačke robe,
- **Regija Europa (-1,2%)** → rast prihoda vlastitih brandova u segmentu prehrane od 5,7%; negativan utjecaj ostale prodaje segmenta prehrane te negativan utjecaj segmenta farmaceutike,
- **Regija Rusija, ZND i Baltik (+141,1%)** → 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 (-4,4%)** → negativan utjecaj ostale prodaje, prihodi vlastitih brandova na razini usporednog razdoblja.

Neto utjecaj tečajnih razlika na prihode:

Regija	HRKm
Adria	(3,6)
Europa	(1,9)
Rusija, ZND, Baltik	(7,4)
Nova tržišta	(0,8)

- Utjecaj tečajnih razlika na prihode od prodaje pokazuje za koliko kuna bi prihodi od prodaje bili viši ili niži u Q1 2016. da su valutni tečajevi ostali na razini onih u Q1 2015.

¹Postoci u tekstu odnose se na ostvarenje u Q1 2016. naspram Q1 2015.

Profitabilnost segmenta prehrane pod utjecajem izvanrednih stavki u usporednom razdoblju

Q1 2016. (u HRKm) ¹	Prehrana bez Žita		Q1 2016. utjecaj i ostvarenje Grupe Žito		Prehrana izvještajno	
Prihodi od prodaje	642,2*	 4,9%	211,0*	 3,2%	846,7*	 38,3%
Bruto dobit	240,7	 1,8%	60,3	 19,6%	301,0	 27,3%
EBITDA	65,4	 (28,5%)	27,4	 86,9%	92,7	 1,4%
EBIT	40,9	 (37,0%)	16,5	 251,0%	57,4	 (11,7%)
Neto dobit nakon MI	30,5	 (47,5%)	13,5	 261,3%	44,0	 (24,2%)
Q1 2016. (% prihoda od prodaje) ²	Prehrana bez Žita		Q1 2016. utjecaj i ostvarenje Grupe Žito		Prehrana izvještajno	
Bruto marža	37,5%	 -115 bb	28,6%	 +392 bb	35,5%	 -309 bb
EBITDA marža	10,2%	 -475 bb	13,0%	 +581 bb	11,0%	 -398 bb
EBIT marža	6,4%	 -424 bb	7,8%	 +551 bb	6,8%	 -383 bb
Neto marža nakon MI	4,7%	 -474 bb	6,4%	 +458 bb	5,2%	 -428 bb

Ključne značajke u Q1 2016.:

Prehrana bez Žita:

- Niža **bruto marža** kao rezultat ciljanih prodajno-marketingških aktivnosti te tečajnih razlika,
- Na **operativnu dobit** u Q1 2015. utjecalo je 24,8m kuna pozitivnog efekta konsolidacije Mirne. Ukupni poslovni rashodi porasli su samo 0,9% (bez Mirne padaju 0,3%) → rezultat restrukturiranja te fokusa na troškovnu optimizaciju,
- Na **neto dobit nakon manjinskih interesa** u Q1 2015. utjecalo je, povrh utjecaja iznad EBIT razine, iskorištavanje poreznih olakšica. Efektivna porezna stopa u Q1 2016. iznosi 23,5%, dok je u Q1 2015. iznosila 1,4%.

Ostvarenje i utjecaj Grupe Žito:

- *Dio asortimana Grupe Žito (6,5 mil. kuna) prodan je putem Podravkinih poduzeća i eliminiran u konsolidaciji,
- Niže cijene pojedinih sirovina, ukupni poslovni rashodi niži 3,8%, niži neto financijski troškovi, efektivna porezna stopa iznosila je 15,0%.

¹Ostvarenje u Q1 2016.; % promjene u usporedbi s Q1 2015.; ²% prihoda od prodaje u Q1 2016.; promjena baznih bodova u usporedbi s Q1 2015.

Rast prihoda i izostanak negativnih tečajnih razlika pozitivno utjecali na profitabilnost farmaceutike

Q1 2016. (u HRKm) ¹	Prehrana izvještajno		Farmaceutika		Grupa izvještajno				
Prihodi od prodaje	846,7		38,3%	182,7		6,4%	1.029,4		31,3%
Bruto dobit	301,0		27,3%	93,7		6,6%	394,6		21,7%
EBITDA	92,7		1,4%	34,2		119,5%	126,9		18,6%
EBIT	57,4		(11,7%)	23,7		329,9%	81,1		15,0%
Neto dobit nakon MI	44,0		(24,2%)	16,1		794,0%	60,1		0,4%

Q1 2016. (% prihoda od prodaje) ²	Prehrana izvještajno		Farmaceutika		Grupa izvještajno	
Bruto marža	35,5%	 -309 bb	51,3%	 +12 bb	38,3%	 -304 bb
EBITDA marža	11,0%	 -398 bb	18,7%	 +964 bb	12,3%	 -132 bb
EBIT marža	6,8%	 -383 bb	13,0%	 +976 bb	7,9%	 -111 bb
Neto marža nakon MI	5,2%	 -428 bb	8,8%	 +775 bb	5,8%	 -180 bb

Ključne značajke u Q1 2016.:

Farmaceutika:

- Niža dinamika rasta COGS-a od prihoda pozitivno utjecala na **bruto maržu**,
- Ukupni poslovni rashodi niži 13,5% uslijed izostanka negativnih tečajnih razlika po kupcima i dobavljačima; isključivši tečajne razlike po kupcima i dobavljačima pad ukupnih poslovnih rashoda od 2,0% → rezultat troškovne optimizacije,
- Niži neto financijski troškovi, efektivna porezna stopa na razini statutarne.

Grupa Podravka:

- Glavni utjecaji na niže profitne marže su: (i) ostvarena dobit od povoljne kupnje Mirne i porezne olakšice u usporednom razdoblju, (ii) ciljane prodajno-marketingne aktivnosti u Q1 2016. te (ii) konsolidacija Grupe Žito čiji asortiman u prosjeku ima niže marže od prosjeka segmenta prehrane Podravke. Značajniji pozitivni efekti sinergija i integracije na profitne marže očekuju se od 2017. godine.

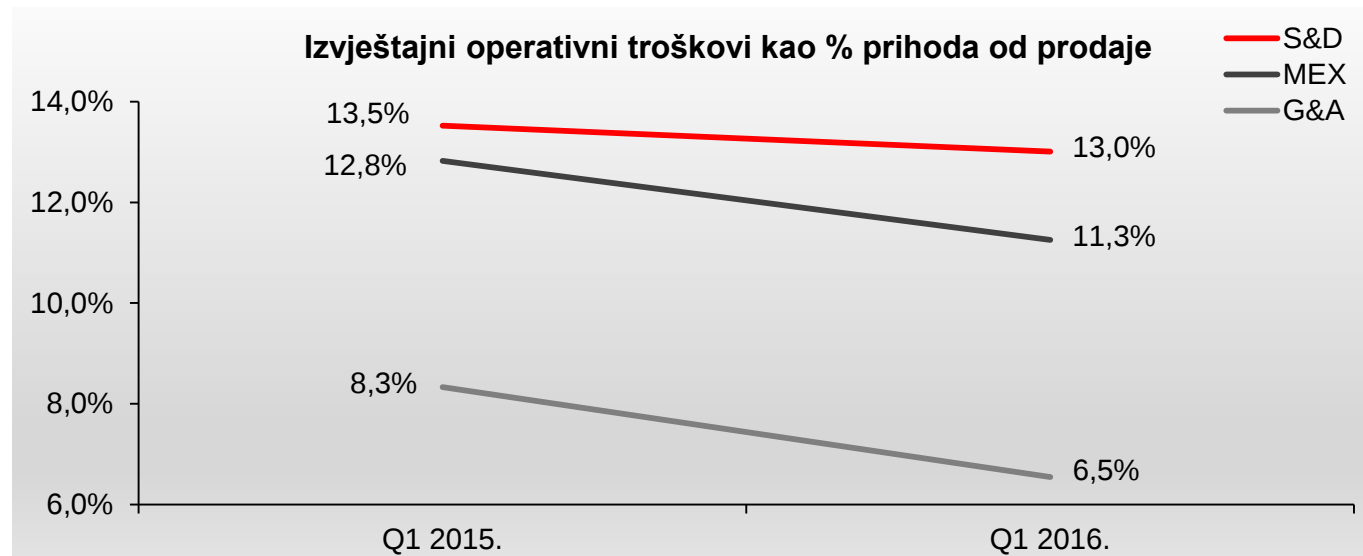
¹Ostvarenje u Q1 2016.; % promjene u usporedbi s Q1 2015.; ²% prihoda od prodaje u Q1 2016.; promjena baznih bodova u usporedbi s Q1 2015.

Pozitivan utjecaj restrukturiranja te fokusa na troškovnu optimizaciju

Operativni troškovi	Q1 2016. / Q1 2015. bez Žita	Q1 2016. / Q1 2015. izvještajno
Troškovi sadržani u prodanim proizvodima (COGS)	6,7% 	38,1% 
Opći i administrativni troškovi (G&A)	(11,2%) 	3,2% 
Troškovi prodaje i distribucije (S&D)	0,6% 	26,3% 
Troškovi marketinga (MEX)	6,6% 	15,2% 
Ostali troškovi	(79,9%) 	(79,9%) 
Ukupno	3,0% 	28,5% 

Ključne značajke u Q1 2016. bez utjecaja Grupe Žito:

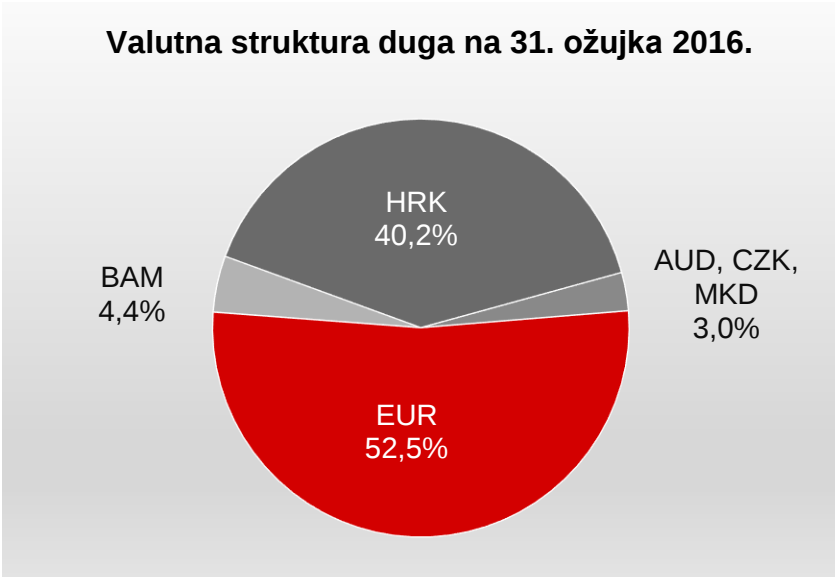
- **Troškovi sadržani u prodanim proizvodima (COGS):**
 - 6,7% viši COGS uslijed organskog količinskog rasta oba segmenta,
- **Opći i administrativni troškovi (G&A):**
 - 11,2% niži uslijed, među ostalim, nižih troškova usluga i ostalih troškova. Ukoliko bi izuzeli troškove Mirne, G&A bio bi 15,0% niži,
- **Troškovi prodaje i distribucije (S&D):**
 - Rast blagih 0,6% dok je organski rast prihoda vlastitih brandova bez asortimana Žita iznosio 4,4%. Pozitivan utjecaj došao je, među ostalim, kao posljedica optimizacije troškova najamnina,
- **Troškovi marketinga (MEX):**
 - Snažnije marketinške aktivnosti povezane s kategorijom kulinarstvo,
- **Ostali troškovi:**
 - Neto tečajne razlike po kupcima i dobavljačima su u Q1 2016. iznosile -2,0 milijuna kuna, dok su u Q1 2015. iznosile -8,1 milijun kuna,
- **Ukupni poslovni rashodi (svi poslovni rashodi osim COGS-a):**
 - Ukupni poslovni rashodi niži su za 3,1% u odnosu na Q1 2015. → rezultat restrukturiranja te fokusa na troškovnu optimizaciju.



Održivi nivo zaduženosti nakon akvizicije Grupe Žito

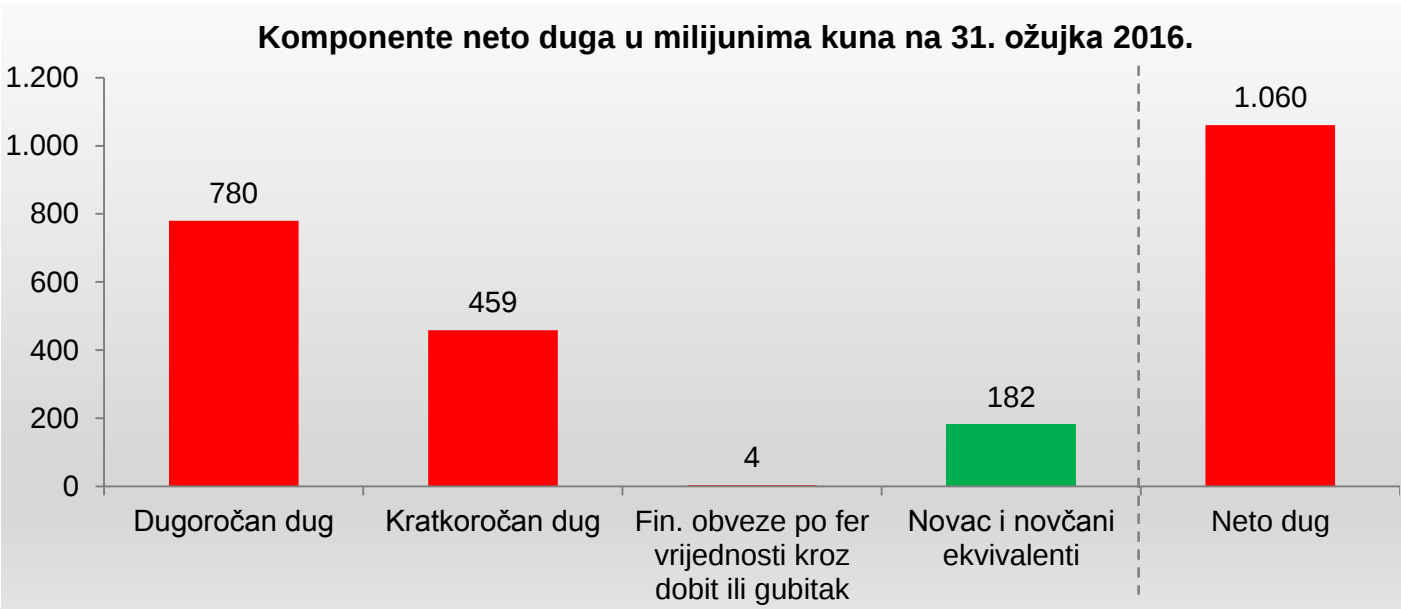
(u HRK 000) ¹	Q1 2016.	2015.	% promjene	
Neto dug	1.060.113	922.376		14,9%
Troškovi kamata	36.759	36.918		(0,4%)
Neto dug / EBITDA	2,2	2,0		10,2%
EBITDA / Troškovi kamata	13,3	12,7		4,7%
Omjer kapitala i ukupne imovine	58,2%	57,0%		+118 bb

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 dugoročnih kredita za potrebe izgradnje nove farmaceutske tvornice, niža razina novca na računu,
- Niži troškovi kamata → otplata dijela kredita,
- Neto dug/EBITDA računat na osnovi pro-forma EBITDA Podravka Grupe i Žito Grupe za cijelu 2015. te bez dobiti od povoljne kupnje Žita iznosi 2,5; istodobno trošak pokrića kamata iznosi 11,3,
- **Prosječan ponderirani trošak duga:**
 - Na 31. ožujka 2016. → 2,9%,
 - Na 31. prosinca 2013. → 4,3%.

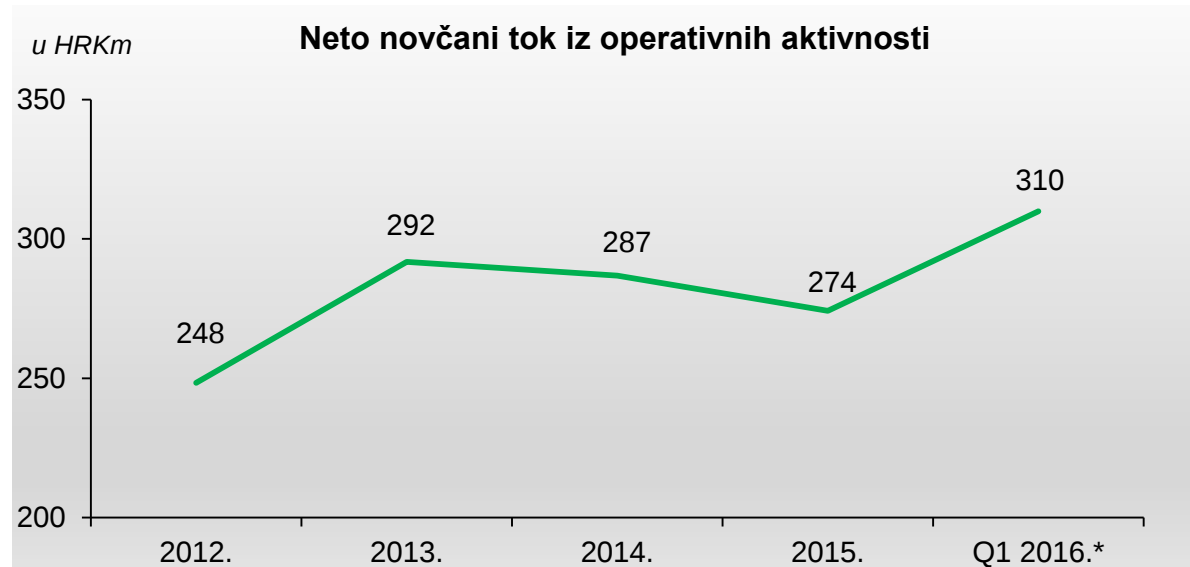


Stabilna razina neto novčanog toka od operativnih aktivnosti

Kretanje radnog kapitala	31. ožujka 2016. / 31. prosinac 2015.	Utjecaj
Zalihe	 -1,2 milijuna kuna	▪ Pozitivan utjecaj niže cijene određenih sirovina koje Grupa Žito nabavlja za zalihe.
Potraživanja od kupaca	 +8,6 milijuna kuna	▪ Rast potraživanja od kupaca niži od rasta prihoda od prodaje → pozitivan utjecaj kraćih zakonskih rokova plaćanja uslijed promjene zakonske regulative na tržištu Slovenije.
Obveze prema dobavljačima	 -127,5 milijuna kuna	▪ Sezonski utjecaj u segmentu prehrane → dio obveza iz 2015. podmiren u Q1 2016., ▪ Podmirenje obveza Belupa po završenim fazama izgradnje nove tvornice, ▪ Promjena zakonske legislative na tržištu Slovenije → kraći zakonski rokovi plaćanja.

Ključne značajke:

- Neto novčani tok od operativnih aktivnosti → -5,0m kuna, ponajviše uslijed podmirenja obveza prema dobavljačima,
- Neto novčani tok od investicijskih aktivnosti → -133,3m, prvenstveno uslijed 121,1m kuna kapitalnih investicija,
- Neto novčani tok od financijskih aktivnosti → 29,1m kuna,
- Kapitalne investicije u 2016. se očekuju da budu na razini od 440-540m kuna, u 2017. na razini od 390-490m kuna, a nakon toga na razini od oko 120-220m kuna.



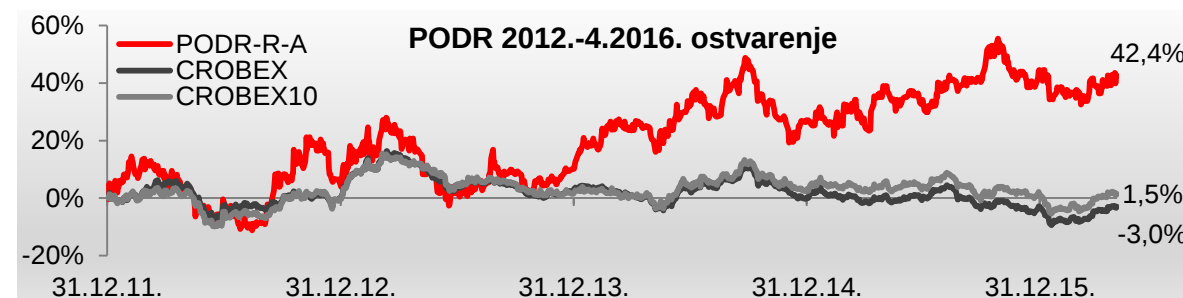
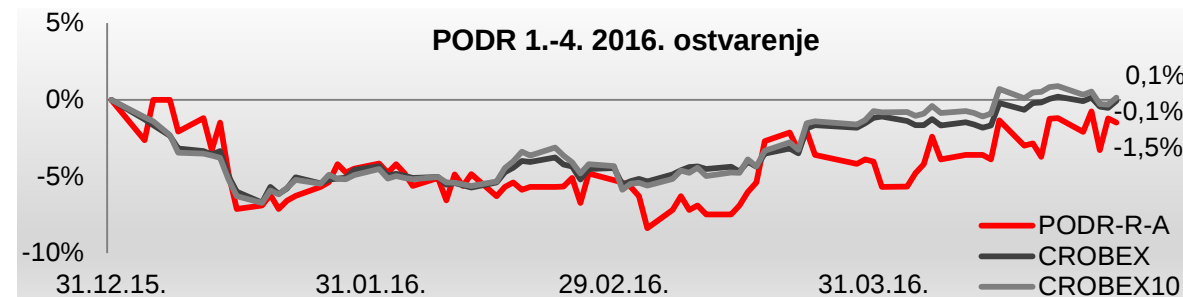
*Računato na razini zadnjih 12 mjeseci.

Očekivanja analitičara ukazuju na potencijal rasta cijene dionice Podravke

(HRK; jedinice)	Q1 2016.	Q1 2016./ Q1 2015.	2015. / 2014.	2014. / 2013.
Prosječna dnevna cijena	318,8	7,6%	7,4%	16,3%
Prosječan dnevni broj transakcija	12	(19,5%)	(9,1%)	39,6%
Prosječan dnevni volumen	1.739	(5,8%)	11,3%	105,4%
Prosječan dnevni promet	554.258,8	(1,3%)	19,6%	134,2%
Izveštajna dobit po dionici	62,0	(6,5%)	276,9%	38,8%
Normalizirana dobit po dionici ¹	23,6	(6,4%)	31,6%	(8,8%)

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

Analitičar	Preporuka	Ciljana cijena	Potencijal ²
 InterCapital	Kupiti	364,78 kuna	10,9%
 Raiffeisen BANK	Držati	353,00 kuna	7,3%
 ERSTE Group	Kupiti	355,00 kuna	12,5%
 UniCredit	Kupiti	398,96 kuna	21,3%
 WOOD & COMPANY	Držati	371,00 kuna	12,8%



Multiplikatori usporedne grupe ³	EV/Prihodi	EV/EBITDA	EV/EBIT	P/B	P/E
Prosječna ponderirana usp. grupa	2,1	12,6	17,9	3,2	20,6
Normaliz. pros. pond. usp. grupa ⁴	2,1	12,7	18,1	3,0	21,7
Grupa Podravka izvještajno	0,9	7,1	11,7	0,8	5,9
Grupa Podravka normalizirano ¹	0,7	8,3	17,4	0,8	15,5

²Usporedba sa zadnjom cijenom na 29. trav. 2016.,

³Prikupljeno s Bloomberg na 29. travnja 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.-3. 2016.

