

ODNOSI S DIONICIMA U GRUPI PODRAVKA

Strateški okvir upravljanja odnosima s internim i vanjskim dionicima. Odnosi s dionicima krovni je proces kojim kompanija gradi povjerenje, razumije potrebe ključnih skupina i usklađuje svoje odluke s očekivanjima zaposlenika, kupaca, dobavljača, zajednice i ostalih dionika.

Ovim dokumentom utvrđuju se načela, prioriteti i ključni smjerovi upravljanja odnosima s dionicima.

Usvojeno od Uprave Podravke d.d. dana 01.12.2025.

Sažeta javna verzija politike; detaljna interna verzija dostupna je u sustavu upravljanja Grupe Podravka.

1.0 SVRHA

Svrha ove politike je definirati ključne dionike Grupe Podravka te utvrditi načela i okvir komunikacije s njima. Politika omogućuje pravovremenu identifikaciju interesa internih i vanjskih dionika, održavanje transparentne komunikacije te izgradnju povjerenja i uzajamne koristi u skladu s primjenjivim propisima i načelima etičnog poslovanja. Time se osigurava jasno razumijevanje tko su ključni dionici Grupe Podravka i kako suradnja s njima doprinosi stvaranju vrijednosti, održivosti i otpornosti Grupe Podravka.

2.0 PODRUČJE PRIMJENE

Ova politika primjenjuje se na sve organizacijske jedinice Grupe Podravka koje u okviru svojih aktivnosti uspostavljaju i održavaju odnose s dionicima. Svaka organizacijska jedinica odgovorna je za upravljanje odnosima i komunikaciju s dionicima iz svog područja nadležnosti, uključujući vođenje ažurne baze dionika te planiranje i provedbu odgovarajućih oblika suradnje.

Načelo odgovornosti odnosi se na rukovodeće funkcije i zaposlenike koji komuniciraju s dionicima, uključujući i situacije kada u njihovo ime nastupaju vanjski suradnici, za čiju je primjenu komunikaciju odgovoran nadležni direktor. Direktori organizacijskih jedinica zaduženi su za sustavno identificiranje ključnih dionika i razumijevanje njihovih utjecaja, interesa i očekivanja, dok je Sektor strateški razvoj poslovanja odgovoran za održavanje i ažuriranje ovog dokumenta.

Ključni interesi i rezultati komunikacije s dionicima redovito se izvještavaju prema Upravi PODRAVKE d.d. kroz izvješća organizacijskih jedinica, izrađena u sklopu njihovih poslovnih aktivnosti.

3.0 Dionici Grupe Podravka

Grupa Podravka kroz svoje poslovne aktivnosti identificira ključne dionike, održava s njima redovitu komunikaciju te uvažava njihove povratne informacije pri utvrđivanju strateških i operativnih ciljeva.

Ključne skupine dionika obuhvaćaju dobavljače, kupce, potrošače, radnike, regulatorna tijela, lokalnu zajednicu i vlasnike (dioničare), pri čemu su u segmentu Farmaceutike važni dionici i liječnici i ljekarnici, a u segmentu Poljoprivrede i kooperanti.

4.0 Odnos s dionicima Grupe Podravka

Suradnja s dionicima temelji se na tome da jasno znamo tko su naši ključni dionici, što očekuju od nas i kako na njih utječemo mi – ali i oni na nas. Svaka organizacijska jedinica zato definira svoje ključne dionike, bira prikladne oblike komunikacije i suradnje te redovito ažurira svoj popis dionika u skladu s promjenama u poslovanju i očekivanjima zainteresiranih strana.

Kroz ovako strukturiranu suradnju Grupa Podravka dobiva vrijedne uvide koje na primjeren način ugrađuje u strateške i operativne planove, na obostranu korist. Ključne informacije o interesima i stajalištima dionika redovito se izvještavaju prema Upravi putem izvješća organizacijskih jedinica, za što su odgovorni nadležni direktori.

Interesi i stajališta dionika osobito su važni kada jačamo organizaciju i poslovne rezultate, čuvamo relevantnost i vrijednost brendova, uvodimo inovacije i nove vrijednosti za potrošače te gradimo održivo i odgovorno poslovanje. Oni utječu i na naš doprinos lokalnoj zajednici, način na koji primjenjujemo načela održivosti i društvene odgovornosti u cijelom lancu vrijednosti, prilagodbu tehnološkim promjenama, povećanje konkurentnosti te razvoj i zadržavanje talenata i profesionalni razvoj zaposlenika.

5.0 Ključne kategorije dionika Grupe Podravka te okvir komunikacije

Skupina dionika	Opis dionika u kontekstu Grupe Podravka	Glavna interesna područja	Tipični kanali i oblici komunikacije
Kupci	Retail (maloprodajni lanci, tradicionalne trgovine, distributeri) te korporativni i institucionalni kupci u gastro kanalu; u Farmaceutici pretežito vedrogerije koje opskrbljuju ljekarne, bolnice i druge ustanove.	Dugoročni partnerski odnosi; rast prodaje i tržišnog udjela brendova; ponuda izbora i dostupnosti proizvoda; fleksibilan i pravovremen odgovor na potrebe; visokokvalitetni i održivi proizvodi.	Ugovori o prodaji i distribuciji; elektronička i standardna pošta; redoviti sastanci i koordinacije; promotivne aktivnosti i događanja; specifične B2B i digitalne platforme; komunikacija u skladu s pravilima o oglašavanju (osobito u Farmaceutici).
Potrošači	Krajnji korisnici prehrambenih i poljoprivrednih proizvoda te korisnici bezreceptnih farmaceutskih proizvoda i dodataka prehrani.	Relevantnost i reputacija brendova; sigurni, kvalitetni i nutritivno primjereni proizvodi; održivost; pravovremeno prepoznavanje preferencija i trendova potrošača.	Kontakt centar; elektronička i standardna pošta; korporativne i brend web stranice; društvene mreže i aplikacije; digitalne platforme (npr. Coolinarika); etikete i ambalaža; marketinške i promotivne kampanje; suradnja s istraživačkim i marketinškim agencijama.
Dobavljači	Proizvođači sirovina, ambalaže, opreme; kooperanti u poljoprivredi; pružatelji logističkih, IT, marketinških, stručnih i drugih usluga.	Sigurna, pravovremena i kvalitetna nabava; otpornost lanca opskrbe; suradnja s lokalnim dobavljačima; široka baza alternativnih dobavljača; poštivanje Kodeksa ponašanja i OECD načela; pozitivni utjecaji na okoliš i ljudska prava.	Ugovori o kupnji i povezani ugovorni odnosi; elektronička i standardna pošta; sastanci i koordinacije; stručna događanja i tematski skupovi; specifične nabavne i logističke platforme.
Radnici	Zaposlenici Grupe Podravka i predstavnici radnika (sindikati, radnička vijeća).	Sigurno i poticajno radno okruženje; atraktivan i konkurentan poslodavac; razvoj talenata i karijere; raznolikost, uključenost i nediskriminacija; transparentno informiranje o poslovanju.	Godišnje ispitivanje zadovoljstva i angažiranosti; skupovi radnika; pregovori sa sindikatima i radničkim vijećima; korporativni intranet; edukacije i interne radionice; interni bilteni; elektronička i standardna pošta.
Regulatorna tijela	Nacionalna i međunarodna regulatorna i nadzorna tijela nadležna za područja poslovanja Grupe Podravka.	Pravna i regulatorna usklađenost; transparentno i odgovorno poslovanje; očuvanje ugleda.	Zakonski ili službeno propisana komunikacija; javne konzultacije i savjetovanja; sudjelovanje na stručnim skupovima; elektronička i standardna pošta.
Lokalna zajednica	Jedinice lokalne i regionalne samouprave, javne ustanove i poduzeća, udruge i druge društvene skupine na lokacijama gdje Grupa Podravka posluje.	Doprinos razvoju lokalne zajednice; očuvanje radnih mjesta; podrška društvenim, kulturnim i sportskim projektima.	Neposredna suradnja s predstavnicima lokalne zajednice; procesi donacija i sponzorstava; elektronička i standardna pošta; sudjelovanje u lokalnim inicijativama i događanjima.
Dioničari (vlasnici)	Institucionalni i mali dioničari PODRAVKE d.d.	Održivost i stabilnost rezultata; dividende; rast vrijednosti dionica; transparentno izvještavanje i upravljanje.	Glavna skupština; korporativna internetska stranica; investitorske konferencije; individualni sastanci; komunikacija putem odjela za odnose s investitorima; redovita financijska i nefinancijska izvješća.
Ostali dionici	Nevladine organizacije, tijela javne vlasti, revizori, certifikacijske kuće i akreditirani auditori, financijske institucije i drugi partneri.	Sudjelovanje zajednice i doprinos javnom dobru; sukladnost sa standardima i točnost izvještavanja; dugoročna financijska stabilnost i otpornost; adekvatan rizik i likvidnost.	Neposredna suradnja i savjetovanja; ugovorni odnosi; sastanci, forumi i industrijske platforme; elektronička i standardna pošta; donacije i sponzorstva; auditi i revizije.

Šira lista dionika i podjela po segmentima poslovanja koristi se u internim analitičkim alatima i radnim dokumentima organizacijskih jedinica.

Skupina dionika	Segmenti	Primjeri
Kupci i distributeri	Prehrana, Farmaceutika, Poljoprivreda	Trgovci, korporativni i institucionalni kupci, veletrgovine, ljekarne, bolnice
Potrošači	Prehrana, Farmaceutika, Poljoprivreda	Krajnji kupci i korisnici proizvoda
Dobavljači	Prehrana, Farmaceutika, Poljoprivreda	Dobavljači sirovina, ambalaže i opreme, kooperanti, logistički i IT partneri, savjetnici
Radnici i sindikati	Prehrana, Farmaceutika, Poljoprivreda	Menadžment, stručni i proizvodni radnici, administrativni i sezonski radnici, sindikati, radničko vijeće
Regulatorna tijela	Prehrana, Farmaceutika, Poljoprivreda	Ministarstva, državne agencije i inspekcije, specijalizirana regulatorna tijela
Lokalna zajednica	Prehrana, Farmaceutika, Poljoprivreda	Jedinice lokalne samouprave, javne ustanove i poduzeća, udruge i društvene skupine
Dioničari (vlasnici)	Prehrana, Farmaceutika, Poljoprivreda	Vlasnici dionica PODRAVKE d.d.
Ostali dionici (sažeto)	Prehrana, Farmaceutika, Poljoprivreda	Revizori, certifikacijske kuće, financijske institucije, mediji, znanstvena i stručna zajednica, zdravstvene ustanove, liječnici, ljekarnici, pacijenti

Kontakt

Za dodatne informacije o našem pristupu odnosima s dionicima i mogućnostima suradnje, kontaktirajte nas:

Web: www.podravka.hr; [Odnosi s dionicima u Grupi Podravka](#)

Dokument je javno dostupan i može se preuzeti u PDF formatu.