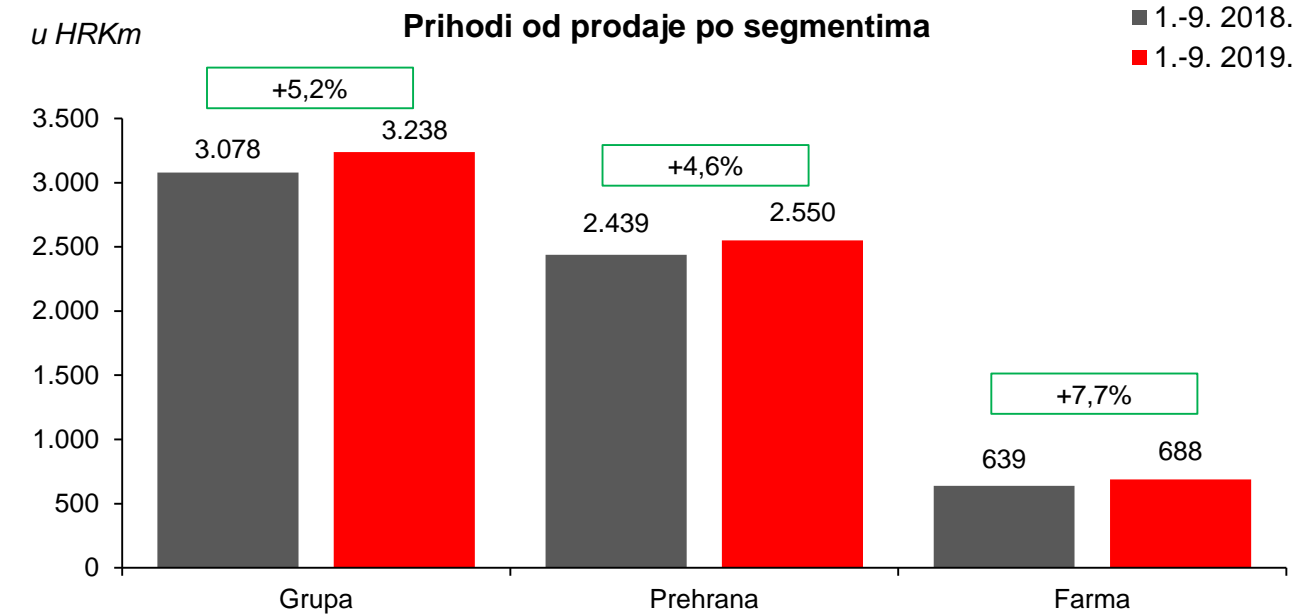




Rezultati poslovanja Grupe Podravka za razdoblje 1.-9. 2019.



Snažan organski rast prihoda nastavlja se i u trećem kvartalu



Neto utjecaj tečajnih razlika na prihode od prodaje:

- Utjecaj tečajnih razlika na prihode od prodaje pokazuje za koliko kuna bi prihodi od prodaje bili viši ili niži u 1.-9. 2019. da su valutni tečajevi ostali na razini onih u 1.-9. 2018.

HRKm	Vlastiti brandovi	Ostala prodaja	Ukupno	Valuta	HRKm
Prehrana	(1)	(0)	(2)	RUB	2
Farmaceutika	2	(0)	2	PLN	(2)
Grupa	1	(0)	1	USD	3
				Ostalo	(3)
				Ukupno	1

Prehrana ostvarenje u 1.-9. 2019.¹:

- Vlastiti brandovi** → 4,7% viši prihodi (+4,8% bez FX-a), uslijed rasta prihoda poslovnih programa Kulinarstvo, Dječja hrana, slastice & snack i Riba, kao rezultat intenzivnijih prodajno – marketinških aktivnosti, potražnje za novo lansiranim proizvodima te širenja distribucije pojedinih kategorija,
- Ostala prodaja** → 2,2% viši prihodi (+2,4% bez FX-a), kao rezultat rasta prodaje trgovačke robe društva Lagris na tržištima Hrvatske i Češke,
- Ukupno Prehrana** → 4,6% viši prihodi (+4,6% bez FX-a).

Farmaceutika ostvarenje u 1.-9. 2019.¹:

- Vlastiti brandovi** → 5,8% viši prihodi (+5,3% bez FX-a), uslijed rasta prodaje na tržištima Rusije i Hrvatske,
- Ostala prodaja** → 17,2% više prihode (+17,2% bez FX-a), uslijed rasta prodaje trgovačke robe u društvu Farmavita,
- Ukupno Farmaceutika** → 7,7% viši prihodi (+7,3% bez FX-a).

Grupa Podravka ostvarenje u 1.-9. 2019.¹:

- Vlastiti brandovi** → 4,9% viši prihodi (+4,9% bez FX-a),
- Ostala prodaja** → 7,9% viši prihodi (+8,0% bez FX-a),
- Ukupno Grupa Podravka** → 5,2% viši prihodi (+5,2% bez FX-a).

¹Postoci u tekstu odnose se na ostvarenje u 1.-9. 2019. u usporedbi s 1.-9. 2018.

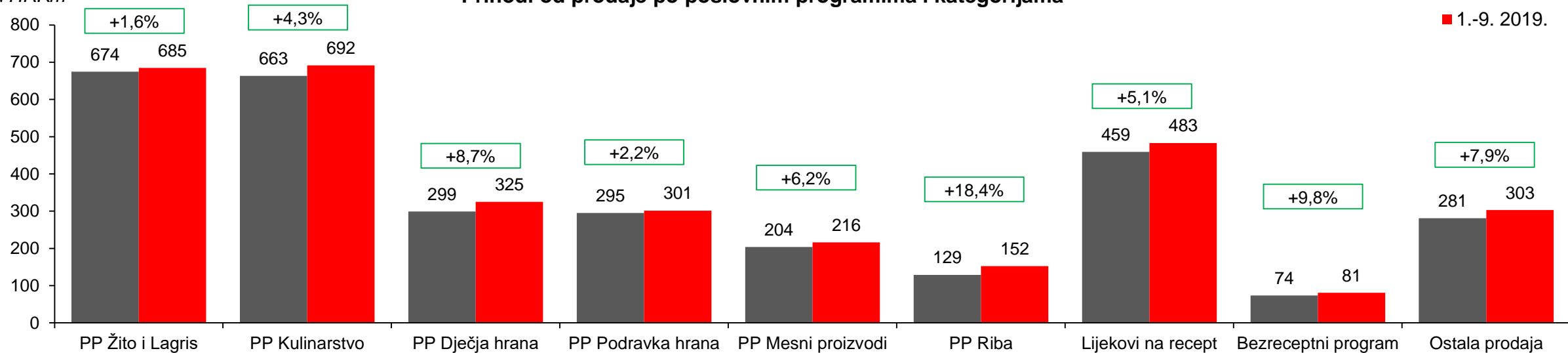
Rast prodaje svih poslovnih programa

u HRK m

Prihodi od prodaje po poslovnim programima i kategorijama

■ 1.-9. 2018.

■ 1.-9. 2019.



Ostvarenje poslovnih programa i kategorija u 1.-9. 2019.¹:

- **PP Žito i Lagris (+1,6%; +1,7% bez FX-a)** → rasta prodaje kategorije Pekarstvo i mlinarstvo na tržištima Slovenije i Italije,
- **PP Kulinarstvo (+4,3%; +4,4% bez FX-a)** → rast prodaje ponajviše na kategorijama Dodaci jelima i Juhe uslijed optimalnog miksa prodajno – marketinških aktivnosti te potražnje za novim proizvodima, pri čemu je rast prodaje ostvaren na većini regija,
- **PP Dječja hrana, slastice i snack (+8,7%; +8,6% bez FX-a)** → rast prodaje prvenstveno uslijed promotivnih aktivnosti na kategorijama Kremni namazi, Dječja hrana i Snack te izvrsno prihvaćenih novih i inoviranih proizvoda na brandovima Lino Lada i Kviki,
- **PP Podravka hrana (+2,2%; +2,2% bez FX-a)** → rast kategorija Brašno i Kondimenti uslijed intenzivnijih prodajno – marketinških aktivnosti te povećane potražnje, uspio je kompenzirati nižu prodaju Zamrznutog povrća, povezano s problematikom nabave sirovina od dobavljača iz Srbije,
- **PP Mesni proizvodi, jela i namazi (6,2%; +6,0% bez FX-a)** → rast prodaje kategorija Konzerviranih gotovih jela te narezaka,
- **PP Riba (+18,4%; +18,4% bez FX-a)** → porast prihoda uslijed rasta potražnje i snažnijih prodajno – marketinških aktivnosti,
- **Lijekovi na recept (+5,1%; +4,7% bez FX-a)** → rast ostvaren na tržištima Rusije i Hrvatske, što je kompenziralo pad prodaje na tržištima Turske, Bosne i Hercegovine te Kosova, uslijed promjene lokalne zakonske regulative. Rast prodaje na tržištu Rusije rezultat je kontinuirane potražnje za Belupovim proizvodima te pomaka dijela prodajnih aktivnosti iz studenog i prosinca 2019. na ranije razdoblje,
- **Bezreceptni program (+9,8%; +9,5% bez FX-a)** → porast prihoda potkategorije OTC lijekovi na tržištu Hrvatske, Slovenije i Rusije zbog povećane potražnje i ciljanih marketinško – prodajnih aktivnosti,
- **Ostala prodaja (+7,9%; +8,0% bez FX-a)** → porast prodaje trgovačke robe društva Lagris i Farmavita.

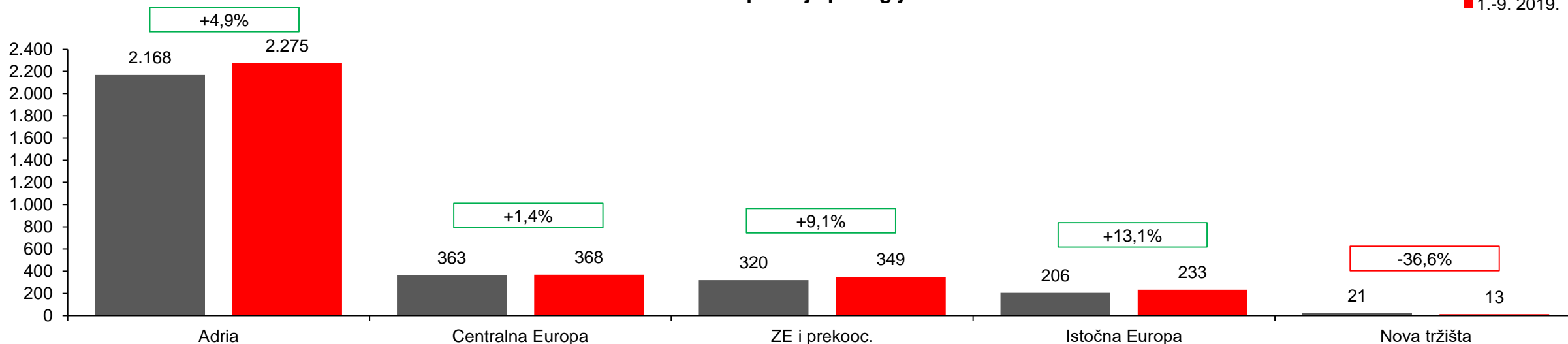
¹Postoci u tekstu odnose se na ostvarenje u 1.-9. 2019. u usporedbi s 1.-9. 2018.

Značajan rast regije Istočna Europa

u HRKm

Prihodi od prodaje po regijama

■ 1.-9. 2018.
■ 1.-9. 2019.



Ostvarenje regija u 1.-9. 2019.¹:

- **Adria (+4,9%; +4,9% bez FX-a)** → prihodi **Prehrane** viši su 4,7%, uslijed rasta poslovnih programa Dječja hrana, slastice i snack, Žito i Lagris te Riba, kao rezultat provedenih prodajno – marketinških aktivnosti, širenja distribucije te plasiranja novih i inoviranih proizvoda; prihodi **Farmaceutike** viši su 5,6% ponajviše uslijed rasta trgovačke robe i bezreceptnog programa,
- **Centralna Europa (+1,4%, +2,3% bez FX-a)** → prihodi **Prehrane** viši su 0,8% uslijed rasta prihoda poslovnog područja Kulinarstvo te rasta prodaje trgovačke robe, što je kompenziralo niže prihode poslovnog područja Žito i Lagris; prihodi **Farmaceutike** viši su 6,0% uslijed rasta prodaje na tržištu Češke,
- **Zapadna Europa i preookeanske zemlje (+9,1%; +8,7% bez FX-a)** → prihodi **Prehrane** viši su 9,2% kao rezultat rasta prihoda poslovnog programa Kulinarstvo, kontinuiranog rasta prihoda poslovnog programa Žito i Lagris te rasta prodaje trgovačke robe; Segment **Farmaceutike**

ostvario je prihode na razini usporedivog razdoblja,

- **Istočna Europa (+13,1%, +12,0% bez FX-a)** → prihodi **Prehrane** niži su 2,8%, gdje je rast prihoda poslovnog područja Kulinarstvo anuliran padom prihoda poslovnog programa Podravka hrana uslijed niže prodaje kategorije Zamrznuto povrće, povezano s problematikom nabave sirovina od dobavljača iz Srbije; prihodi **Farmaceutike** viši su 22,9% uslijed veće potražnje na tržištu Rusije,
- **Nova tržišta (-36,6%; -36,6% bez FX-a)** → prihodi **Prehrane** niži su 5,2% što je posljedica pada potražnje na tržištima Afrike i Azije; prihodi **Farmaceutike** niži su kao posljedica promjene zakonske regulative na tržištu Turske.

¹Postoci u tekstu odnose se na ostvarenje u 1.-9. 2019. u usporedbi s 1.-9. 2018.

Profitabilnosti Prehrane pod pozitivnim utjecajem strukture prodaje

Prehrana (u HRKm)	IZVJEŠTAJNO				NORMALIZIRANO ¹			
	1.-9. 2018.	1.-9. 2019.	Δ	%	1.-9. 2018.	1.-9. 2019.	Δ	%
Prihodi od prodaje	2.439	2.550	111	4,6%	2.439	2.550	111	4,6%
Bruto dobit	828	865	37	4,5%	828	866	38	4,6%
EBITDA	281	282	1	0,2%	269	284	15	5,4%
EBIT	182	168	-14	(7,9%)	170	170	(1)	(0,4%)
Neto dobit nakon MI	145	133	-11	(7,7%)	130	135	5	3,8%
Bruto marža	33,9%	33,9%		-3 bb	33,9%	33,9%		+1 bb
EBITDA marža	11,5%	11,0%		-48 bb	11,0%	11,1%		+9 bb
EBIT marža	7,5%	6,6%		-89 bb	7,0%	6,7%		-33 bb
Neto marža nakon MI	5,9%	5,2%		-70 bb	5,3%	5,3%		-4 bb

Profitabilnost segmenta Prehrane u 1.-9. 2019.:

- **Bruto dobit** → viša 4,5% kao rezultat ostvarenih viših prihoda od prodaje te pozitivnog utjecaja same strukture prodaje,
- **EBIT** → Izvještajna EBIT je niža dobrim dijelom kao posljedica 12 mil. kuna izvanrednih prihoda u usporednom razdoblju (prodaja dijela neoperativne imovine Mirne d.d.), dok je normalizirana EBIT blago ispod usporednog razdoblja. Potrebno je naglasiti kako je kompanija u promatranom razdoblju u skladu sa svojom strategijom povećala marketinška ulaganja za 14 mil. kuna (+13,9%), što je pridonijelo rastu prodaje kojim su uspješno kompenzirani viši troškovi osoblja od 41 mil. kuna (+7,4%) te troškovi povezani s rastom prodaje,
- **Neto dobit nakon MI** → izvještajna neto dobit je niža primarno kao posljedica utjecaja prodaje dijela neoperativne imovine Mirne d.d. u usporednom razdoblju. Normalizirana neto dobit nakon manjinskih interesa viša je 5 mil. kuna kao rezultat prethodno navedenih čimbenika te nižeg poreza.

¹Normalizirano za jednokratne stavke, normalizacije rezultata ne uključuje potencijalni porezni utjecaj koji bi mogao proizaći iz postupka normalizacije

Poboljšana profitabilnost segmenata Farmaceutike

Farmaceutika (u HRKm)	IZVJEŠTAJNO				NORMALIZIRANO ¹			
	1.-9. 2018.	1.-9. 2019.	Δ	%	1.-9. 2018.	1.-9. 2019.	Δ	%
Prihodi od prodaje	639	688	49	7,7%	639	688	49	7,7%
Bruto dobit	317	342	25	7,9%	317	342	25	7,9%
EBITDA	99	132	33	33,6%	99	132	33	33,6%
EBIT	57	85	28	48,8%	57	85	28	48,8%
Neto dobit nakon MI	42	61	20	47,1%	42	61	19	45,8%
Bruto marža	49,5%	49,6%		+11 bb	49,5%	49,6%		+11 bb
EBITDA marža	15,4%	19,1%		+372 bb	15,4%	19,1%		+372 bb
EBIT marža	8,9%	12,3%		+340 bb	8,9%	12,3%		+340 bb
Neto marža nakon MI	6,5%	8,9%		+238 bb	6,5%	8,9%		+232 bb

Profitabilnost segmenta Farmaceutike u 1.-9. 2019.:

- **Bruto dobit** → viša 7,9% uslijed viših prihoda od prodaje te postignute strukture prodaje,
- **EBIT** → viša 28 mil. kuna kao rezultat rasta prodaje te povoljnog kretanja tečajnih razlika iz odnosa s kupcima i dobavljačima (+10 mil. kuna u 1.-9. 2019.; -8 mil. kuna u 1.-9. 2018.). Navedeno je omogućilo snažnija marketinška ulaganja od 5 mil. kuna (+12,2%) te je kompenziralo više troškove osoblja od 14 mil. kuna (+8,3%),
- **Neto dobit nakon MI** → viša 20 mil. kuna kao rezultat prethodno navedenih čimbenika, čime je kompenzirano manje povoljno kretanje tečajnih razlika po kreditima u odnosu na usporedno razdoblje (+0 mil. kuna u 1.-9. 2019.; +6 mil. kuna u 1.-9. 2018.).

¹Normalizirano za jednokratne stavke, normalizacije rezultata ne uključuje potencijalni porezni utjecaj koji bi mogao proizaći iz postupka normalizacije

Profitabilnost Grupe pod utjecajem povoljne strukture prodaje oba segmenta







Farmaceutika (u HRKm)	IZVJEŠTAJNO				NORMALIZIRANO ¹			
	1.-9. 2018.	1.-9. 2019.	Δ	%	1.-9. 2018.	1.-9. 2019.	Δ	%
Prihodi od prodaje	3.078	3.239	160	5,2%	3.078	3.239	160	5,2%
Bruto dobit	1144	1206	62	5,4%	1.144	1.207	63	5,5%
EBITDA	379	413	34	8,9%	368	415	48	12,9%
EBIT	239	252	13	5,6%	227	254	27	11,9%
Neto dobit nakon MI	186	194	8	4,5%	172	196	24	14,0%
Bruto marža	37,2%	37,2%		+7 bb	37,2%	37,3%		+11 bb
EBITDA marža	12,3%	12,8%		+43 bb	11,9%	12,8%		+88 bb
EBIT marža	7,8%	7,8%		+3 bb	7,4%	7,9%		+47 bb
Neto marža nakon MI	6,0%	6,0%		-4 bb	5,6%	6,1%		+47 bb

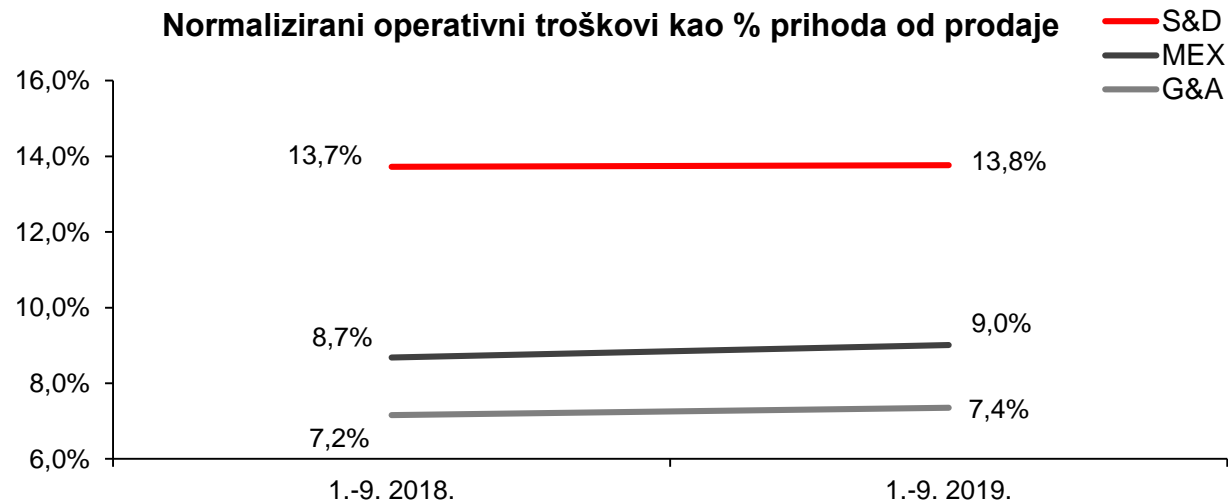
Profitabilnost Grupe u 1.-9. 2019.:

- **Bruto dobit** → rast od 5,4%, pri čemu snažan utjecaj dolazi od segmenta poslovanja kao rezultat povoljnije strukture prodaje. Troškovi sadržani u prodanim proizvodima pritom su rasli 5,1%, što je na kraju rezultiralo s ostvarenom bruto maržom od 37,2%,
- **EBIT** → Izvještajna EBIT viša je za 13 mil. kuna, dok je normalizirana operativna dobit viša za 27 mil. kuna. Navedeno je rezultat rasta prodaje u oba segmenta poslovanja te povoljnog kretanja tečajnih razlika iz odnosa s kupcima i dobavljačima (+13 mil. kuna u 1.-9. 2019.; -13 mil. kuna u 1.-9. 2018.), što je omogućilo snažnija marketinška ulaganja od 18 mil. kuna (+13,4%) te je kompenziralo više troškove osoblja od 55 mil. kuna (+7,6%) te troškove povezane s rastom prodaje,
- **Neto dobit nakon MI** → 8 mil. kuna, dok je normalizirana neto dobit nakon manjinskih interesa viša za 24 mil. kuna. Povrh prethodno navedenih čimbenika, na normaliziranu neto dobit utjecalo je i manje povoljno kretanje tečajnih razlika po kreditima u odnosu na usporedno razdoblje (+3 mil. kuna u 1.-9. 2019.; +9 mil. kuna u 1.-9. 2018.).

¹Normalizirano za jednokratne stavke, normalizacije rezultata ne uključuje potencijalni porezni utjecaj koji bi mogao proizaći iz postupka normalizacije

Pozitivna struktura prodaje kompenzira rast određenih operativnih troškova

Operativni troškovi 19. vs. 18. % promjena	IZVJEŠTAJNO
Troškovi sadržani u prodanim proizvodima (COGS)	5,1% 
Opći i administrativni troškovi (G&A)	8,1% 
Troškovi prodaje i distribucije (S&D)	5,6% 
Troškovi marketinga (MEX)	9,2% 
Ostali troškovi / prihodi, neto	n/d 
Ukupno	4,7% 



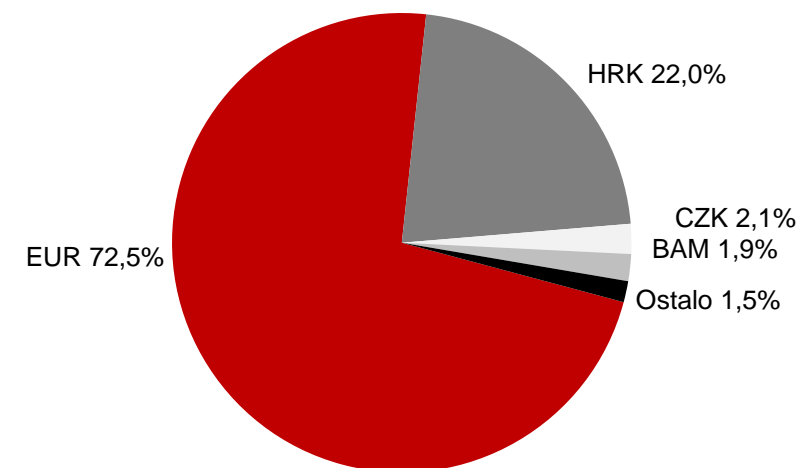
Ključne značajke operativnih troškova u 1.-9. 2019:

- **Troškovi sadržani u prodanim proizvodima (COGS):**
 - Viši 5,1% što je u skladu s višom razinom prodaje, same strukture prodaje te viših troškova osoblja u skladu s planiranim poboljšanjem materijalnih prava radnika,
- **Opći i administrativni troškovi (G&A):**
 - Viši 8,1% prvenstveno kao posljedica viših troškova osoblja te različite dinamike kretanja rezervacija,
- **Troškovi prodaje i distribucije (S&D):**
 - Viši 5,6%, gdje je rast troškova prodaje i distribucije povezan s rastom same prodaje, ali i s rastom troškova osoblja u skladu s planiranim poboljšanjem materijalnih prava radnika,
- **Troškovi marketinga (MEX):**
 - Viši 9,2%, od čega su troškovi samih marketing ulaganja viši 13,4%, dok se ostatak odnosi na troškove marketing odjela. Navedeno je rezultat snažnijih ulaganja u promociju novo lansiranih proizvoda te daljnji razvoj vlastitih brandova kroz učinkovite marketinške aktivnosti,
- **Ostali troškovi / prihodi, neto:**
 - U 1.-9. 2019, ostali troškovi i prihodi su iznosili +23 mil. HRK, dok su u usporednom razdoblju iznosili +5 mil. HRK. Unutar ove stavke nalaze se tečajne razlike iz odnosa s kupcima i dobavljačima, koje u 1.-9. 2019. iznose +13 mil. HRK, dok su u usporednom razdoblju iznosile -13 mil. HRK.

Porast izvještajnog neto duga rezultat je primjene novog MSFI 16

(u HRKm) ¹	2018.	1.-9. 2019.	% promjene
Neto dug	755	855	13,3%
Troškovi kamata	18	16	(13,8%)
Neto dug / normalizirana EBITDA	1,6	1,7	2,7%
Normalizirana EBIT / Trošak kamata	15,2	19,4	27,6%
Omjer kapitala i ukupne imovine	62,9%	63,8%	+95 bb

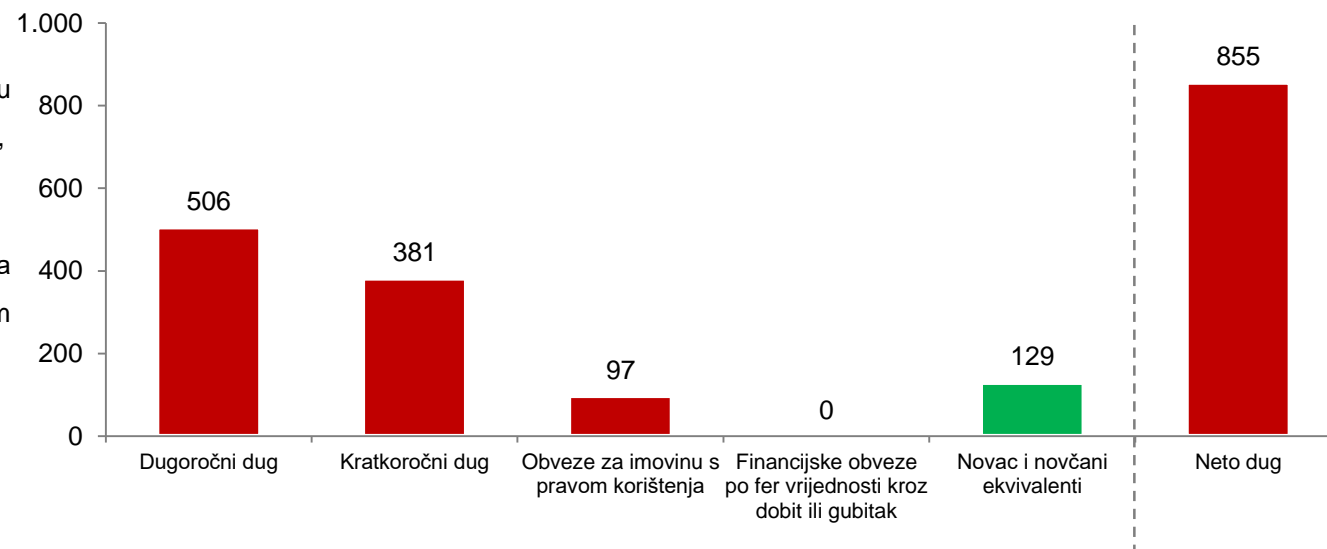
Valutna struktura duga na 30. rujna 2019.



Ključne značajke:




- Porast neto duga → uslijed uključenja obveza za imovinu s pravom korištenja (najmovi) u stanje zaduženosti prema novom MSFI 16, ali i niže razine novca i novčanih ekvivalenata,
- Niži troškovi kamata → otplata dijela kredita,
- Porast Neto dug / normalizirana EBITDA uslijed više razine Neto duga. Bez uključenja obveza za imovinu s pravom korištenja (najmovi) u stanje zaduženosti sukladno novom MSFI 16, omjer neto duga i normalizirane EBITDA iznosio bi procijenjenih 1,6,
- **Prosječan ponderirani trošak duga bez obveza za imovinu s pravom korištenja:**
 - Na 30. rujna 2019. → 1,2%,
 - Na 31. prosinca 2013. → 4,3%.

Komponente neto duga u HRKm na 30. rujna 2019.



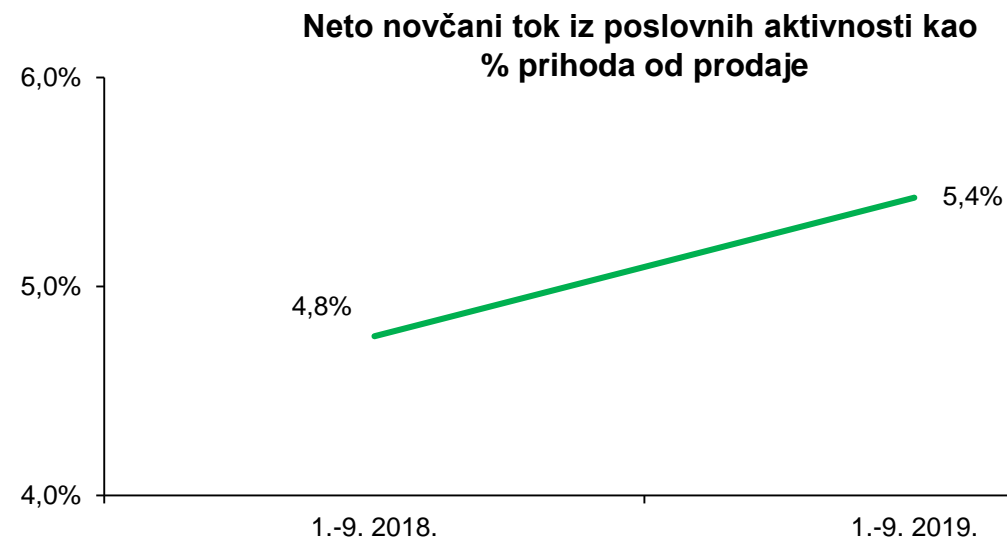
¹Svi pokazatelji računa dobiti i gubitka računati su na razini zadnjih 12 mjeseci, dok su bilančne stavke uzete na kraju razdoblja.

Viša razina neto novčanog toka iz poslovnih aktivnosti je rezultat rasta operativnog poslovanja

Kretanje radnog kapitala u bilanci	30. rujna 2019. / 30. rujna 2018.	Utjecaj
Zalihe	 10,9%	<ul style="list-style-type: none"> Do porasta zaliha ponajviše dolazi uslijed strateškog rasta zaliha ribljeg asortimana kao rezultat povećanja potražnje i proizvodnje te uslijed rasta zaliha sirovina i materijala, što je u skladu s planiranom dinamikom proizvodnje.
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	 1,7%	<ul style="list-style-type: none"> Navedeno kretanje je u skladu s razvojem redovnog poslovanja.
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	 0,4%	<ul style="list-style-type: none"> Navedeno kretanje je u skladu s razvojem redovnog poslovanja, ali i pod dodatnim utjecajem obveze za izglasanu dividendu.

(u HRKm)	1.-9. 2018.	1.-9. 2019.	Δ
Neto novac iz poslovnih aktivnosti	147	176	29
Neto novac iz ulagateljskih aktivnosti	(69)	(97)	(28)
Neto novac iz financijskih aktivnosti	(294)	(160)	134
Neto promjena novca i novčanih ekvivalenata	(216)	(82)	134

- Za 2019. očekuju se **kapitalni izdaci** na razini od 175 mil. HRK, u 2020. na razini od 200 - 250 mil. HRK, a u razdoblju 2021. - 2023. na razini od oko 200 mil. HRK.



Ostvarenje na hrvatskom tržištu kapitala

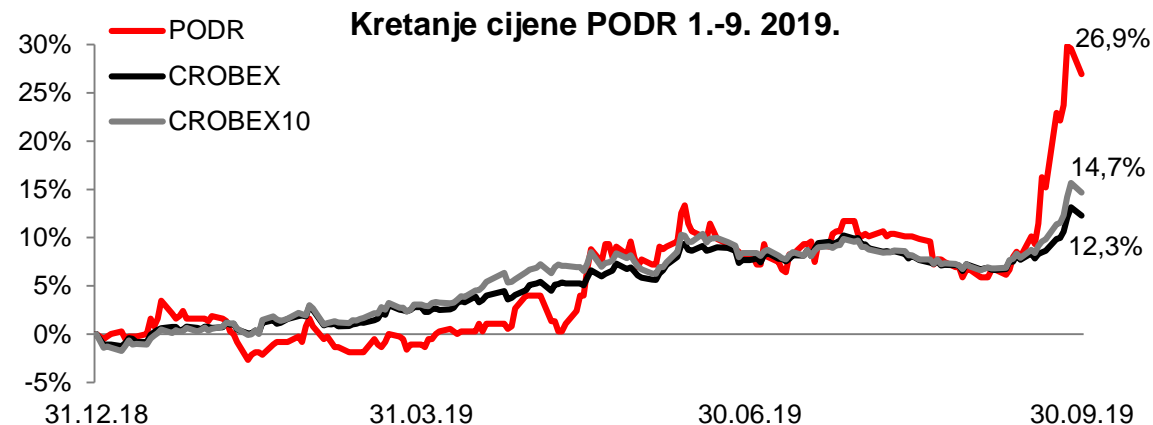
(HRK; jedinice)	1.-9. 2018.	1.-9. 2019.	% promjene
Prosječna dnevna cijena	298	412	38,4%
Prosječan dnevni broj transakcija	11	12	0,8%
Prosječan dnevni volumen	1.378	1.065	(22,7%)
Prosječan dnevni promet	410.631	439.143	6,9%
Izveštajna dobit po dionici	30 ¹	31	3,3%
Normalizirana dobit po dionici	31 ¹	34	9,7%

Procjene analitičara

Analitičar	Preporuka	Ciljana cijena	Potencijal ²
InterCapital	Kupiti	431 HRK	(9,5%)
Raiffeisen BANK	Pod revizijom	-	-
ERSTE Group	Akumulirati	480 HRK	0,8%
WOOD & COMPANY	Držati	443 HRK	(6,9%)

¹Izračunato na bazi 2018. ²Usporedba sa zadnjom cijenom na 30. rujna 2019.; ³Preuzeto s Bloomberg na 26.09.2019.; ⁴Izračunato isključujući maks. i min. vrijednosti; ⁵Normalizirano za stavke navedene u objavi 1.-9. 2019. i rezultatima za 2018.

Kretanje cijene dionice u 2019.



Peer grupa

Multiplikatori usp. grupe ³	EV/ Prihodi	EV/ EBITDA	EV/EBIT	P/B	P/E
Prosječna ponderirana usp. grupa	2,2	12,7	17,2	2,7	19,8
Normaliz. pros. pond. usp. grupa ⁴	1,6	11,8	16,9	2,1	19,6
Grupa Podravka izvještajno	1,0	8,5	15,5	1,0	15,5
Grupa Podravka normalizirano ⁵	1,0	8,2	14,1	1,0	13,8

Usporedna grupa prehrana : Atlantic Grupa, Ebro, Hochdorf, La Doria, McCormick, Orkla;

Usporedna grupa farmaceutika: Alkaloid, Richter Gedeon, Hikma Pharmaceuticals, Krka, Recordati, Stada Arzneimittel.

Podravka d.d.

Ante Starčevića 32, 48 000 Koprivnica

www.podravka.hr

Odnosi s investitorima

ir@podravka.hr

tel: 048 65 16 35





Rezultati poslovanja Grupe Podravka za razdoblje 1.-9. 2019.

