

# ***Výročná správa*** **2025**

## 1 Obsah

|      |  |    |
|------|--|----|
| 2    | Základné údaje o Spoločnosti.....                              | 2  |
| 3    | Informácie o orgánoch spoločnosti.....                         | 2  |
| 4    | Profil skupiny PODRAVKA.....                                   | 3  |
| 5    | Údaje o vývoji činností a finančnej situácií Spoločnosti ..... | 4  |
| 5.1  | Produkty Spoločnosti .....                                     | 4  |
| 5.2  | Odbyt a distribúcia .....                                      | 5  |
| 5.3  | Nákup .....  | 6  |
| 5.4  | Marketing.....   | 6  |
| 6    | Základné finančné ukazovatele Spoločnosti.....                 | 8  |
| 7    | Účtovná závierka Spoločnosti.....                              | 9  |
| 8    | Údaje o predpokladanom vývoji Spoločnosti na rok 2026.....     | 10 |
| 9    | Návrh na usporiadanie hospodárskeho výsledku.....              | 10 |
| 10   | Ostatné informácie.....  | 11 |
| 10.1 | Ľudské zdroje.....   | 11 |
| 10.2 | Životné prostredie .....                                       | 11 |
| 10.3 | Redizajn výrobkov .....  | 11 |

**Podravka**  
GRUPA

**Tvoríme chutnejší svet.  
Vždy so srdcom.**

Vo Zvolene, dňa 21.01.2026

  
Ing. Ingrid Parničanová  
Konateľ spoločnosti

## 2 Základné údaje o Spoločnosti

Obchodné meno:       PODRAVKA INTERNATIONAL, s.ro.  
Sídlo:                 Jesenského 1486, Zvolen  
IČO:                  31363172

Spoločnosť PODRAVKA INTERNATIONAL, s.r.o. (ďalej len "Spoločnosť") bola založená dňa 15.októbra 1993 a do obchodného registra bola zapísaná 8.decembra 1993 (Obchodný register Okresného súdu Bratislava I ). Dňa 21.apríla 2010 bola zaregistrovaná posledná zmena sídla Spoločnosti a Spoločnosť bola zapísaná v obchodnom registri Okresného súdu Banská Bystrica , oddiel Sro, vložka č. 18716/S .

PODRAVKA INTERNATIONAL, s.r.o. je súčasťou kapitálovej skupiny PODRAVKA prehrambena industrija, d.d.

Hlavnou činnosťou spoločnosti PODRAVKA INTERNATIONAL, s.r.o. je obchodná činnosť - veľkoobchod s potravinami a poľnohospodárskymi výrobkami.

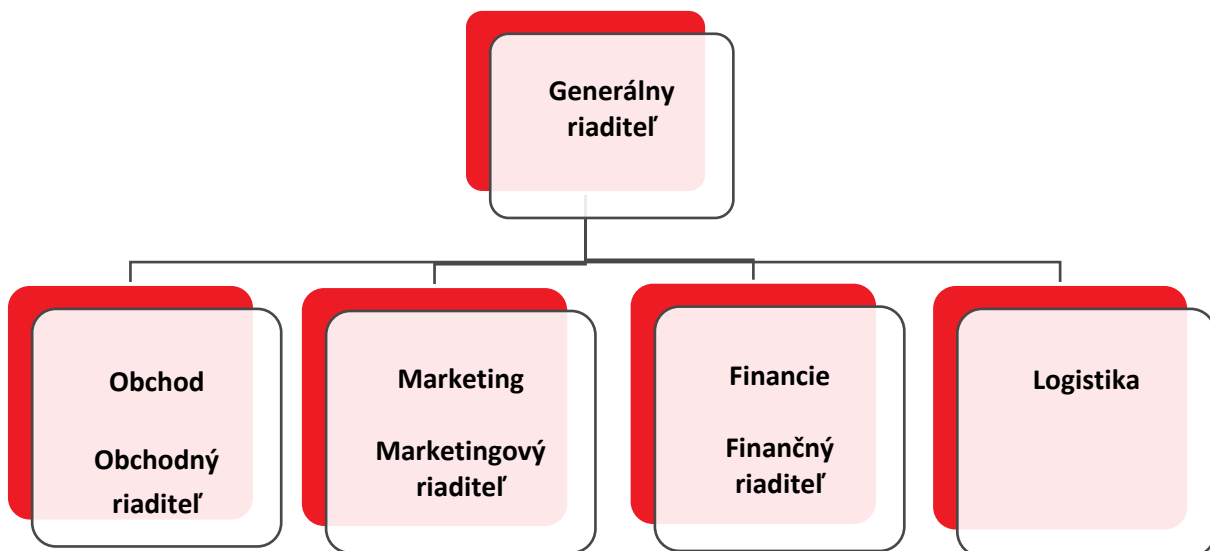
Spoločnosť nemá v zahraničí žiadnu organizačnú zložku.

## 3 Informácie o orgánoch spoločnosti

Konateľom Spoločnosti od 01.01.2024 je p. Ing. Ingrid Parničanová.

Spoločnosť nemá prokuristov, iné orgány ani dozornú radu.

### Organizačná štruktúra Spoločnosti v roku 2025:



## **4 Profil skupiny PODRAVKA**

---

PODRAVKA je jedna z popredných spoločností v juhovýchodnej, strednej a východnej Európe. Bola založená v roku 1947 a vybudovaná z pôvodnej továrne bratov Wolfovcov zameranej na spracovanie ovocia. Centrála spoločnosti sa nachádza v chorvátskej Koprivnici a pôsobí v dvoch hlavných segmentoch: **potravinarstvo** a **farmácia**, ktorým v tomto poradí prináleží 77 % a 23 % celkových tržieb.

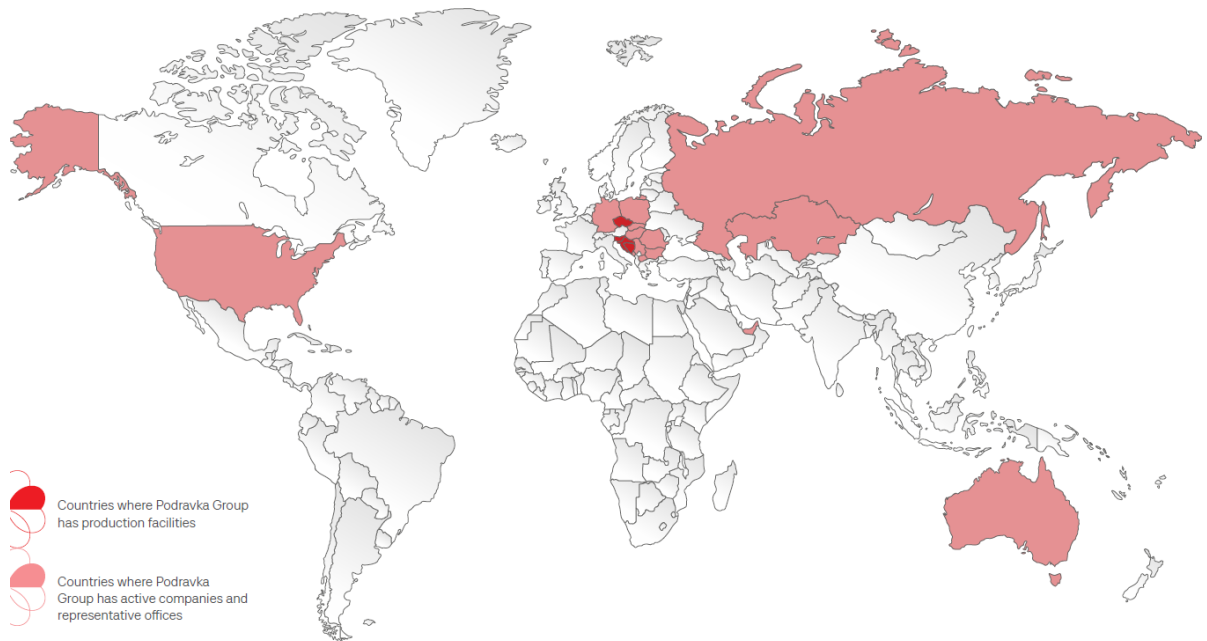
Segment potravinarstvo pozostáva z 9 obchodných jednotiek súvisiacich s konkrétnymi skupinami výrobkov: Kulinárstvo; Polievky; Cereálie, pochutiny a nápoje; Krémové nátierky a dezerty; Pekárenské výrobky; Základné potraviny; Ryby a Mäsové výrobky.

Segment farmácia je organizovaný prostredníctvom skupiny BELUPO a zameriava sa na lieky na lekárske predpis, voľno predajné lieky a zdravotnícke pomôcky.

Skupina PODRAVKA ako nadnárodná spoločnosť pôsobí prostredníctvom svojich 28 dcérskych spoločností a obchodných zastúpení v 17 krajinách sveta. Jej portfólio predstavuje viac ako 1 800 produktov, pričom k 31.12.2024 zamestnávala 6 420 zamestnancov, vygenerovala tržby v hodnote 766,5 miliónov EUR a EBIT v hodnote 80 miliónov EUR.

Pri výrobe a vývoji výrobkov PODRAVKA rešpektuje tradície a hodnoty. Tieto kombinuje s najnovšími kreatívnymi metódami a spracováva pomocou najnovších technológií.





## 5 Údaje o vývoji činností a finančnej situácii Spoločnosti

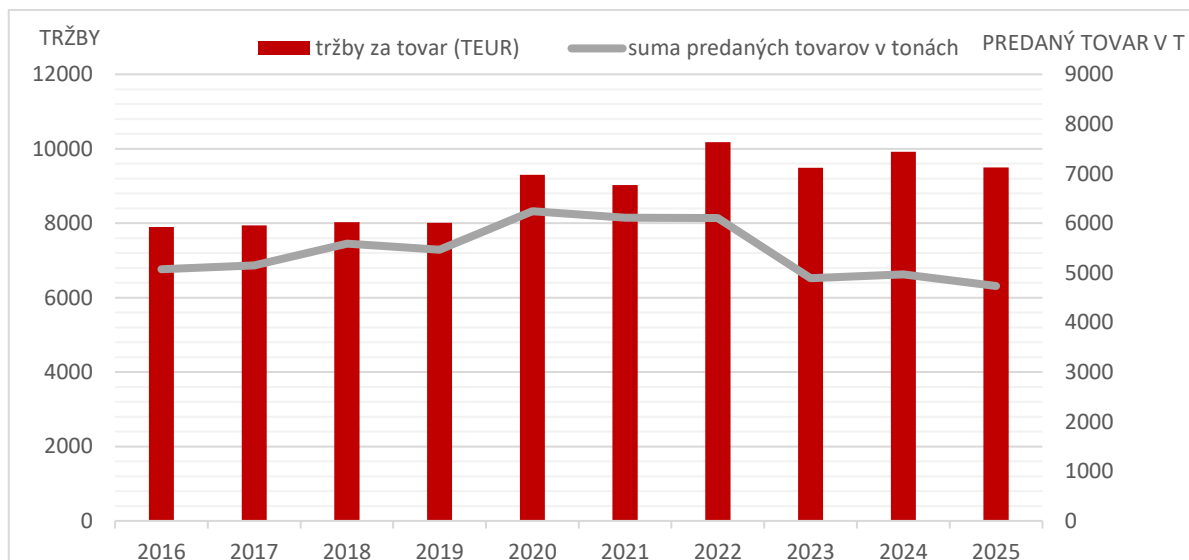
### 5.1 Produkty Spoločnosti

Základnou sortimentnou skupinou spoločnosti sú kategórie príchuťí do jedál – PODRAVKA. Druhou sortimentnou skupinou s významným podielom na celkových tržbách sú produkty obchodnej značky LAGRIS. Medzi ďalšie významné sortimentné skupiny patria produkty z paradajok a cestoviny pod

značkou PODRAVKA, ďalej produkty z rýb – obchodná značka EVA. Do tovarového portfólia spoločnosti patria aj ďalšie sortimentné skupiny ako sladký program – obchodná značka Lino, Lino Lada a polievky Fini-Mini.



Vývoj počtu predaných tovarov v tonách a príslušných tržieb za tovar v tisícoch EUR znázorňuje nasledujúci graf:



## 5.2 Odbyt a distribúcia

Obchodný tovar dodáva spoločnosť hlavne domácim a zahraničným reťazcom pôsobiacim na území Slovenskej republiky a veľkoskladom približne na 100 odberných miestach. Prevažná väčšina je uskutočňovaná na základe celoročných, resp. dlhodobých kúpnych zmlúv.

Cenové, platobné a dodacie podmienky sú diferencované v závislosti od dohodnutých obchodných podmienok s odberateľmi v súlade so zákonom o neprimeraných podmienkach v obchode s potravinami a zohľadňujú veľkosti dodávok, platobné podmienky a ďalšie individuálne dohodnuté podmienky (marketingové a logistické služby, zľavy a pod.).

Segmentmi trhu, na ktoré sa orientuje odbyt tovarových produktov Spoločnosti, sú zahraničné obchodné reťazce (cca. 33 % odbytu) a domáce obchodné reťazce, veľkosklady a fyzické osoby (cca. 67 % odbytu).

System distribúcie možno považovať za primeraný podmienkam. Distribúcia sa uskutočňuje dodávateľsky prostredníctvom prepravných spoločností.

### 5.3 Nákup

Spoločnosť nakupuje obchodný tovar predovšetkým zo zahraničia. Dovoz tovaru predstavuje na celkovom nákupe obchodného tovaru približne 99,5 %.

Majoritnými dodávateľmi obchodného tovaru sú najmä spoločnosti skupiny PODRAVKA s približne 80%-ným podielom.

### 5.4 Marketing

Marketingové ciele spoločnosti na rok 2025 kontinuálne nadväzovali na tie úspešné z predchádzajúcich rokov. Zároveň reflektovali na marketingové trendy v roku 2025, v ktorých nosným elementom bola opäť autenticita, natívna forma komunikácie a spolupráce s influencerami. Prioritou marketingových aktivít bolo zasiahnúť čo najväčší počet unikátnych užívateľov, udržať, a zároveň získať pozornosť zákazníkov, interagovať s nimi a edukovať ich, zohľadňujúc:

- Potreby a záujmy konkrétnych cieľových skupín,
- Trendy vo varení a stravovaní,
- Popularitu a zásah konkrétnych formátov na jednotlivých sociálnych sieťach a online platformách,

Realizované marketingové aktivity na vybrané cieľové skupiny:

- Online komunikácia prostredníctvom sociálnych sietí a influencerov,
- Natívna forma komunikácie, spolupráca s influencerami,
- Zmena profilu nasociálnej siete TikTok - z natívneho profilu @Goran Ramsić na brandový profil @podravka\_slovakia komunikujúceho produkty z aktuálneho portfólia,
- Printová inzercia a PR,
- OOH Reklama (Out-of-Home) – električky, billboardy, bigboardy a citylights,
- Rádio,
- TV – live prezentácia vybraných produktov a receptov v rannej show,
- Využitie performance marketingu: bannerová kampaň na rôznych portáloch,
- Trade Marketing aktivity,

V rámci inovatívnych procesov, bol aktuálny sortiment doplnený o 2 príchuťe Lino Pillows 250g a Paradajkový pretlak 120g.



Formou sekundárneho vystavenia sme slovenským konzumentom predstavili aj Podravku sweet chili 200g, Lino Ladu Milk Mania 350g aj Fini Mini cups v 3 príchuťach, ktoré svojim zložením spĺňajú požiadavky konzumentov vybraných kategórií.



Spoločnosť si aj v r. 2025 udržala pozíciu lídra v kategórii „Ochucovadlá“ a dosiahla 46,4% podiel na trhu (priemerná hodnota za 4 kvartály) - na základe NIQ RMS údajov v kategórii Ochucovadiel za obdobie 52 týždňov končiacich 28.12.2025, podľa ktorých je Podravka vedúcou značkou na slovenskom maloobchodnom trhu z hľadiska hodnoty predaja (Copyright © 2026, ACNielsen Czech Republic s.r.o.).

## 6 Základné finančné ukazovatele Spoločnosti

| Vybrané údaje                                 |       |       |       |
|---|-------|-------|-------|
|   | MJ    | 2025  | 2024  |
| Tržby za vlastné výkony a tovar               | TEUR  | 9 503 | 9 922 |
| Výsledok hospodárenia z prevádzkovej činnosti | TEUR  | 475   | 462   |
| Výsledok hospodárenia za účtovné obdobie      | TEUR  | 359   | 357   |
| Krátkodobý majetok                            | TEUR  | 2 065 | 2 084 |
| Závazky dlhodobé a krátkodobé                 | TEUR  | 1 213 | 1 262 |
| Priemerný stav zamestnancov                   | osoby | 30    | 30    |
| Celkové mzdové náklady                        | TEUR  | 730   | 756   |
| Predaný tovar                                 | t     | 4 734 | 4 969 |

| Vybrané ukazovatele finančnej analýzy |       |       |
|---------------------------------------|-------|-------|
|                                       | 2025  | 2024  |
| Likvidita                             |       |       |
| Celková likvidita                     | 1,8   | 1,7   |
| Aktivita                              |       |       |
| Doba obratu zásob v dňoch             | 27    | 30    |
| Doba inkasa pohľadávok v dňoch        | 27    | 25    |
| Zadlženosť                            |       |       |
| Celková zadlženosť                    | 0,4   | 0,5   |
| Rentabilita                           |       |       |
| Rentabilita celkových aktív (ROA)     | 13,2% | 13,0% |
| Rentabilita vlastného imania (ROE)    | 23,8% | 24,1% |
| Rentabilita tržieb (ROS)              | 3,8%  | 3,6%  |

## 7 Účtovná zvierka Spoločnosti

---

Účtovná zvierka Spoločnosti k 31. decembru 2025 je zostavená ako riadna účtovná zvierka podľa § 17 ods. 6 zákona NR SR č. 431/2002 Z. z. o účtovníctve za účtovné obdobie od 1. januára 2025 do 31. decembra 2025.

Účtovná zvierka bola v plnom rozsahu overená audítorskou spoločnosťou Ecopora s.r.o. a je v prílohe, ktorá tvorí neoddeliteľnú súčasť tejto výročnej správy.

### Súvaha

Hodnota majetku a zdrojov jeho krytia k 31.12.2025 sa znížila oproti stavu k 31.12.2024 o 19 TEUR. V štruktúre majetku došlo k nasledovným významným zmenám:

#### **Aktíva**

- A) Dlhodobý majetok poklesol o 1 TEUR. Faktory, ktoré ovplyvnili pohyb dlhodobého majetku boli:
  - zúčtovanie odpisov vo výške 25 TEUR,
  - prírastky majetku vo výške 24 TEUR.
- B) Krátkodobý majetok vzrástol o 19 TEUR. Zmeny vo výške obežného majetku boli nasledovné:
  - nárast finančnej hotovosti o 47 TEUR,
  - pokles zásob o 111 TEUR,
  - nárast pohľadávok o 45 TEUR.

#### **Vlastné imanie a Záväzky**

- A) Vlastné imanie narástlo o 29 TEUR a súvisí s pozitívnym hospodárskym výsledkom a výplatou dividend Spoločníkom Spoločnosti,
- B) Záväzky klesli o 48 TEUR hlavne z dôvodu zvýšenia záväzkov z obchodného styku o 29 TEUR, zníženia daňových záväzkov o 41 TEUR, zníženia záväzkov zo sociálneho fondu o 1 TEUR, poklesu krátkodobých rezerv o 31 TEUR a poklesu záväzkov zo sociálneho poistenia o 2 TEUR.

### Výkaz ziskov a strát

Spoločnosť tak ako v predchádzajúcich obdobiach, aj v roku 2025 dosiahla kladný výsledok hospodárenia. Základ pre dosiahnutý výsledok hospodárenia za účtovné obdobie, zisk 359 TEUR, je vytvorený prioritne v oblasti predaja tovarov.

Výsledok hospodárenia z finančnej činnosti predstavuje zisk vo výške 1 TEUR z dôvodu bankových poplatkov a výnosových úrokov.

### Udalosti osobitného významu, ktoré nastali po ukončení roka

Po ukončení obdobia, za ktoré je zostavená táto výročná správa nedošlo k udalostiam osobitného významu.

## 8 Údaje o predpokladanom vývoji Spoločnosti na rok 2026

V nasledujúcich rokoch by Spoločnosť mala pokračovať vo svojom raste. Rok 2026 by Spoločnosť mala ukončiť s počtom zamestnancov 30 a obratom 9 763 TEUR.

| Hlavné ukazovatele                            |       |       |       |
|---|-------|-------|-------|
|   | MJ    | 2025  | 2026  |
| Tržby za vlastné výkony a tovar               | TEUR  | 9 503 | 9 763 |
| Výsledok hospodárenia z prevádzkovej činnosti | TEUR  | 475   | 381   |
| Výsledok hospodárenia za účtovné obdobie      | TEUR  | 359   | 280   |
| Krátkodobý majetok                            | TEUR  | 2 065 | 2 000 |
| Závazky dlhodobé a krátkodobé                 | TEUR  | 1 213 | 1 250 |
| Priemerný stav zamestnancov                   | osoby | 30    | 30    |
| Celkové mzdové náklady                        | TEUR  | 730   | 794   |
| Predaný tovar                                 | t     | 4 734 | 4 927 |

Spoločnosť sa v roku 2026 plánuje zamerať na nasledovné oblasti:

- posilnenie pozície značky „Podravka“ rozšírením indexu distribúcie v rámci aktuálnych produktových kategórií,
- kontinuálna podpora povedomia o značke a produktoch,
- adresná komunikácia na vybrané cieľové skupiny,
- v oblasti digitálneho marketingu konzistentne realizovať efektívne brand awareness aktivity s primárnym cielením na dosah a impresie,
- v rámci marketingového mixu efektívne pracovať s komunikačnými kanálmi s maximálnym zásahom,
- „na mieru pripravený“ originálny obsah a formáty reflektujúce na záujmy a potreby vybraných cieľových skupín, zodpovedajúci trendom v marketingovej komunikácii,
- trendy v stravovaní, varení, a v zdravom životnom štýle,
- dosiahnutie plánovaných kľúčových hospodárskych ukazovateľov,
- efektívne rozširovanie aktuálneho portfólia.

## 9 Návrh na usporiadanie hospodárskeho výsledku

V zmysle článku 26. a 28. Spoločenskej zmluvy konateľ spoločnosti PODRAVKA INTERNATIONAL, s.r.o. Ing. Ingrid Parničanová navrhuje valnému zhromaždeniu spoločnosti PODRAVKA INTERNATIONAL, s.r.o. usporiadanie výsledku hospodárenia dosiahnutého v účtovnom období roku 2025 vo výške 358 649 EUR formou výplaty dividend spoločníkom.

## 10 Ostatné informácie

### 10.1 Ľudské zdroje

Rok 2025 Spoločnosť ukončila s počtom zamestnancov 29. Priemerný vek zamestnancov dosahoval výšku 48,5 roka. Priemerná seniorita bola 14,5 odpracovaných rokov. Pomer mužov a žien bol 20% mužov vs. 80% žien.

V roku 2025 spoločnosť tvorila sociálny fond v zmysle platnej legislatívy a to na ťarchu nákladov vo výške 14 TEUR. Zo sociálneho fondu sa vyčerpali prostriedky vo výške 15 TEUR. Prostriedky zo sociálneho fondu boli použité v prevažnej miere na príspevok na stravovanie a na ďalšie sociálne, zdravotné a relaxačné potreby zamestnancov v zmysle vnútropodnikovej smernice o sociálnom fonde.

### 10.2 Životné prostredie

Spoločnosť zabezpečuje prostredníctvom systému NATUR PACK plnenie povinností spätného zberu, zhodnotenia a recyklácie odpadov z obalov uvedených na trh v Slovenskej republike v súlade s platnou legislatívou. Číslo certifikátu je 00373 a bol vydaný pre spoločnosť PODRAVKA INTERNATIONAL, s.r.o. spoločnosťou NATUR-PACK, s.r.o. v roku 2007. Náklady súvisiace z plnenia povinností recyklácie odpadu v roku 2025 predstavovali 47 tisíc EUR.

### 10.3 Redizajn výrobkov

V roku 2025 došlo k redizajnu výrobkov značky Podravka a Lagris.



# Príloha

k výročnej správe PODRAVKA  
INTERNATIONAL, s.r.o. za rok 2025

- Individuálna účtovná zvierka