

ATLANTIC GRUPA d.d.
Miramarska 23
10 000 Zagreb

VRIJEDNOSNICA: ATGR / ISIN:HRATGRRRA0003
3ATG2/ ISIN: HRATGRO25CA5
LEI: 3157002G3ENYCZEB1A25
MATIČNA DRŽAVA ČLANICA: Hrvatska
SEGMENT UREĐENOG TRŽIŠTA: Vodeće tržište Zagrebačke burze

Zagreb, 28. travnja 2022.

- **propisana informacija**

Značajan rast prihoda i profitabilnosti

Rast je primarno odraz odličnih prodajnih rezultata, uslijed bolje epidemiološke situacije na svim tržištima i popuštanja mjera, posebno u HoReCa kanalu.

Atlantic Grupa je tijekom prvog tromjesečja 2022. godine zabilježila prihod od prodaje u iznosu od 1,4 milijardi kuna, što u odnosu na isti period lani predstavlja rast od 11,3 posto. Dobit prije kamata, poreza i amortizacije (EBITDA) iznosi 179,8 milijuna kuna, što je 7,1 posto više nego u prvom kvartalu 2021., a sličan rast od 7,2 posto ostvarila je i neto dobit koja iznosi 90,6 milijuna kuna. Početak godine obilježilo je izbijanje ratnog sukoba u Ukrajini, no prodajom brenda dječje hrane Bebi u 2021. godini, Atlantic Grupa je značajno smanjila izloženost u Rusiji i na ostalim ZND tržištima te ratna zbivanja nemaju izravan materijalno značajan utjecaj na poslovanje kompanije.

“Atlantic Grupa je u prvom kvartalu 2022. godine ostvarila značajan rast prihoda i profitabilnosti, unatoč svim izazovima s kojima se suočavamo. Rast prihoda primarno je odraz odličnih prodajnih rezultata vlastitih i principalskih brendova, zahvaljujući boljoj epidemiološkoj situaciji na svim tržištima i popuštanju protupandemijskih mjera, posebno u HoReCa kanalu. Dio porasta prihoda odnosi se također na dizanje prodajnih cijena zbog značajnog poskupljenja ključnih sirovina, pakirnog materijala, energenata i usluga. Nastavljamo pažljivo pratiti razvoj situacije i poduzimamo sve raspoložive mjere za smanjenje rizika u novonastalim okolnostima. Očekujemo da će nastavak 2022. godine biti izazovan, a naši temeljni prioriteti ostaju osiguranje nesmetanog nastavka proizvodnje i opskrbe naših kupaca i potrošača, održavanje pune zaposlenosti i daljnje ulaganje u zaposlenike te društvena odgovornost u najširem smislu”, istaknuo je predsjednik Uprave Atlantic Grupe Emil Tedeschi.

Farmacia, Pića i Kava prednjače u rastu, širi se distribucija

Najveći rast od 22,7 posto ostvarilo je strateško poslovno područje Pića, čiji je vodeći brend Cedevita, dok je ljekarnički lanac Farmacia ostvario izniman rast od 20,6 posto, a dvoznamenkastim stopama od 15,1 posto raslo je i Strateško poslovno područje Kava. S prodajom u iznosu od 285,8 milijuna kuna i nosećim brendovima Grand kafa i Barcaffè, kava se ističe kao pojedinačno najveća kategorija Atlantic Grupe s udjelom od 20,6 posto u ukupnom prihodu.

U distribucijskom poslovanju u prvom kvartalu prednjače Slovenija s rastom od 12,1 posto, Hrvatska s rastom od 11,3 posto i Srbija koja je rasla 10,7 posto. Na krilima odlično odrađenog distribucijskog posla širi se i distribucijski portfelj, prije svega suradnjom s novim principalom Intersnack (Chio) u Srbiji, te najavom proširenja uspješne suradnje s Red Bullom u Srbiji i na područje Sjeverne Makedonije. Principalski brendovi u ukupnoj prodaji Atlantic Grupe sudjeluju s 26,9 posto, vlastiti brendovi sa 62,7 posto, a Farmacia čini 10,4 posto prihoda od prodaje.

Od važnijih korporativnih događanja valja istaknuti kako je Nadzorni odbor kompanije u siječnju proširen s dotadašnjih sedam na devet članova, a sastav ovog tijela pojačali su dr. Vesna Nevistić, iskusna stručnjakinja u područjima bankarstva, procesa restrukturiranja i korporativnog razvoja, te Zoran Vučinić, dokazani globalni menadžer s izuzetno uspješnom međunarodnom karijerom na području robe široke potrošnje.

Atlantic Grupa d.d.