



Objava za medije
za trenutnu objavu

Adris grupa: Daljnji rast izvoza

Adris gotovo polovicu prihoda od prodaje roba i usluga ostvaruje na stranim tržištima, od čega oko 60 posto na vrlo konkurentnom EU tržištu. U razdoblju pak od 2007. do 2012. godine Adris je ostvario prosječnu godišnju stopu rasta izvoza od sedam posto

Rovinj, 24. travnja 2013. – Adris grupa u 2012. godini ostvarila je ukupne prihode u iznosu od 3,37 milijardi kuna, što je za 5,2 posto više od prošlogodišnjih. Poslovni prihodi iznosili su 2,96 milijardi kuna i za 3,6 posto veći su od prošlogodišnjih. Prihodi od prodaje robe i usluga iznosili su 2,87 milijardi kuna. Na domaćem tržištu ostvareno je 1,56 milijardi kuna, a na inozemnim 1,32 milijarde kuna, što predstavlja rast od 5,8 posto. Adris danas gotovo polovicu prihoda od prodaje roba i usluga ostvaruje na stranim tržištima, od čega oko 60 posto na vrlo konkurentnom EU tržištu. U razdoblju pak od 2007. do 2012. godine Adris je ostvario prosječnu godišnju stopu rasta izvoza od sedam posto.

Dobit prije oporezivanja iznosi 584 milijuna kuna, a neto dobit 506 milijuna kuna.

Poslovanje duhanskog dijela Grupe obilježio je drastičan rast trošarina, što je prouzročilo daljnji rast maloprodajnih cijena. Posljedično rastu maloprodajnih cijena i padu kupovne moći, nastavljen je pad potražnje na ključnim TDR-ovim tržištima i prosječno iznosi 5-10 posto godišnje. Također, izražen je pomak potražnje prema nižim cjenovnim segmentima. Tako je u Hrvatskoj u četiri godine udvostručen udio najnižeg cjenovnog segmenta, dok je u BiH povećan čak četiri puta. Snažan je i trend rasta rezanih duhana. U Hrvatskoj je, primjerice, u dvije godine udio pušača rezanih duhana utrostručen i danas iznosi oko 11 posto, a u BiH je udeseterostručen i iznosi oko pet posto sa snažnim trendom rasta.

Unatoč nepovoljnim gospodarskim prilikama, TDR je u 2012. godini zadržao leadersku poziciju na tržištima Hrvatske te Bosne i Hercegovine s prosječnih 68, odnosno 32 posto tržišnog udjela. Na ostalim regionalnim tržištima i nadalje ima stabilne tržišne pozicije. Ostvareno je to zahvaljujući snazi i prepoznatljivosti TDR-ovih brendova, ponajprije ronhilla koji je i u 2012. godini zadržao poziciju jednog od vodećih regionalnih brendova.

U prigodi obilježavanja 140. obljetnice postojanja TDR-a je lansirao jubilarno izdanje ronhilla, osvježena je walter wolf linija proizvoda, drugog po snazi TDR-ova brenda. Krajem godine, lansirana je i redizajn cijele linije MC-a koji je pozicioniran kao izazivač u regionalnom *value for money* segmentu. Na iranskom pak tržištu TDR ostvaruje kontinuirani rast prodaje, a u 2013. godini očekuje se otvorenje nove tvornice. Tijekom 2012. godine TDR je započeo izvoz ronhilla i yorka na bugarsko tržište.



U 2012. godini ukupna TDR-ova prodaja iznosila je 11,56 milijardi cigareta, pri čemu je 63 posto ostvareno u izvozu. U usporedbi s prošlogodišnjom prodaja cigareta u 2012. manja je za 3,8 posto. Ukupni prihod TDR-a iznosio je 1,74 milijardi kuna, a poslovni prihodi 1,64 milijardi kuna i za 4,2 posto manji su od prošlogodišnjih. Operativna dobit u 2012. godini iznosila je 262 milijuna kuna.

Izlazak Hrvatske iz CEFTE donosi veće carine na tržištima regije što će povećati godišnje troškove za više od 10 milijuna eura. TDR, kao socijalno odgovorna tvrtka, traži rješenja kako bi prvenstveno zadržao radna mjesta u Hrvatskoj.

Hrvatski duhani završili su poslovnu 2012. godinu s pozitivnim rezultatom. Proizvodna godina bila je iznimno teška jer je suša negativno utjecala na prinose i kvalitetu duhana.

Istragrafika, i nadalje vodeći hrvatski proizvođač komercijalne kartonske ambalaže, ostvarila je prihode od prodaje u 2012. u iznosu od 120 milijuna kuna, uz rast izvoza od 16 posto. Stagnacija industrijske proizvodnje u Hrvatskoj, promjene načina pakiranja gotovih proizvoda, rast cijena kartona, pritisak kupaca na prodajne cijene izazovi su u ovoj djelatnosti. Održivost poslovanja Istragrafike ključni je izazov u sljedećih nekoliko godina.

Tijekom 2012. iNovine su prenijele svoje znanje i iskustvo (*know how*) na tržište Bosne i Hercegovine. Od druge polovice srpnja 2012. godine, najveći maloprodajni lanac kioska i jedan od najvećih distributera novina, duhanskih proizvoda i mobilnih nadopuna u BiH, Opresa, posluje naime pod brendom iNovine. U novi vizualni identitet i modernizaciju poslovanja u BiH uloženo je dva milijuna eura, završen je proces informatizacije kompletne prodajne mreže, a očekuju se i dodatna ulaganja u uvođenje novih usluga i edukaciju zaposlenika.

Turistički dio poslovanja Grupe ostvario je 3,04 milijuna noćenja, što je za pet posto više nego u 2011. godini. Unatoč vrlo blagom oporavku gospodarstava glavnih emitivnih tržišta, ostvaren je rast cijena noćenja od sedam posto. Rezultat je to i nove, prepoznatljive ponude u višem cjenovnom segmentu, prilagođene novim turističkim trendovima. Hoteli Monte Mulini i Lone, proizvodi pozicionirani u segment pet zvjezdica, pridonijeli su naime prepoznatljivosti destinacije i vrhunskoj ponudi. Uz to, rast udjela direktnih kanala prodaje pozitivno je utjecao na rast prosječnih cijena.

U 2012. godini u Maistri se intenzivno radilo na unapređenju operativnog poslovanja. Nova organizacija tvrtke s podjelom na luksuzni segment, hotele i naselja te kampove omogućava učinkovitije upravljanje marketinško-prodajnim aktivnostima, standardima u operacijama te, posljedično tomu, i troškovima. U 2012. godini turistički dio Adrisa ostvario je poslovni prihod u iznosu od 688 milijuna kuna, što je za 14,9 posto više od prošlogodišnjeg. Operativna dobit iznosila je 94 milijuna kuna, što je dvostruko više od prošlogodišnje dobiti.



Cromaris i nadalje ostvaruje snažne stope rasta prodaje. Primjerice, u razdoblju od 2008. do 2012. godine, prosječna godišnja stopa rasta prodaje iznosila je 25 posto. Za tako snažan rast, bio je nužan organizacijski preustroj tvrtke s naglaskom na marketinško-prodajnim aktivnostima. Također, nužno je bilo i uvođenje sustava automatskog hranjenja ribe. Da bi se iznio ovako snažan rast i razvoj, u 2012. godini obavljena je još jedna dokapitalizacija u iznosu od 145 milijuna kuna. U 2012. godini kupljen je i preuređen proizvodno-logistički centar u luci Gaženica u Zadru. Instalirana je oprema za proizvodnju ribljih prerađevina. Na taj način omogućen je snažniji ulazak u segmente veće dodane vrijednosti čime se povećava prepoznatljivost brenda Cromaris među potrošačima. U 2012. godini obavljene su sve pripreme za otvaranje predstavništva u Italiji, najvećem europskom tržištu orade i brancina.

U 2012. godini Cromaris je pozitivno poslovao.