

**Adris grupa: Komentar rezultata poslovanja u 2013. godini**

**Rovinj, 30. travnja 2014.** – Adris grupa je u 2013. godini ostvarila ukupni prihod u iznosu od 3,16 milijardi kuna, što je za 6,3 posto manje nego u prošloj godini. Poslovni prihod iznosio je 2,81 milijardu kuna i za 5,3 posto manji je od prošlogodišnjeg. Prihod od prodaje robe i usluga iznosio je 2,71 milijardu kuna. Na domaćem tržištu ostvareno je 1,39 milijardi kuna, a na inozemnim 1,32 milijarde kuna, što je na razini prošle godine. Adris gotovo polovicu prihoda od prodaje roba i usluga ostvaruje na inozemnim tržištima, od čega oko 60 posto na vrlo konkurentnom EU tržištu. U razdoblju pak od 2007. do 2013. godine Adris je ostvario prosječnu godišnju stopu rasta izvoza od šest posto. Dobit prije oporezivanja iznosi 485 milijuna kuna, a neto dobit 386 milijuna kuna.

Duhanski dio tvrtke pod snažnim je pritiskom velikog broja negativnih trendova. Porezno opterećenje snažno raste već nekoliko godina zaredom. Primjerice, prosječan rast poreznog opterećenja na Ronhillu na ključnim je TDR-ovim tržištima u posljednje četiri godine iznosio oko 50 posto. Proces usklađivanja trošarina sa smjernicama EU-a i proračunski manjkovi u zemljama regije najčešći su razlozi rasta poreza. Potrošač je *u škarama* između rastućih maloprodajnih cijena i manjeg raspoloživog dohotka. U posljednjih nekoliko godina na regionalnim tržištima prosječan godišnji pad prodaje iznosi pet do deset posto. Osim pada legalne potrošnje, postoji i snažan pomak potražnje prema nižim cjenovnim segmentima te rast potražnje rezanih duhana čiji je udio u potrošnji na ključnim tržištima u rasponu od 10 do 17 posto. Gotovo tri četvrtine rezanih duhana čini tzv. neoporezovana potrošnja, čime najviše gubi državni proračun - u Hrvatskoj, primjerice, to godišnje iznosi oko 400 milijuna kuna.

Unatoč nepovoljnim gospodarskim prilikama, TDR je u 2013. godini zadržao lidersku poziciju na tržištima Hrvatske te Bosne i Hercegovine s prosječnih 62, odnosno 30 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 2013. godini zadržao poziciju jednog od vodećih regionalnih brendova. TDR je i u prošloj godini osvježio svoju ponudu. Ronhill, vodeći TDR-ov brend, započeo je svoj put premiumizacije lansiranjem ekstenzije Ronhill Heritage. Obavljen je i redizajn osnovne linije te lansiran Compact Wave s ciljem osuvremenjivanja Ronhilla. I ostali TDR-ovi brendovi, Walter Wolf, MC i YORK su osvježeni i redizajnirani uz dodatak niza ekstenzija.

TDR traži nove izvore rasta izvan regije, stoga je svoje napore usmjerio na odabrana europska i azijska tržišta. Jedno od najperspektivnijih je svakako iransko, s godišnjom ukupnom prodajom većom od 70 milijardi cigareta. Važan iskorak napravljen je u rujnu 2013. otvaranjem tvornice u Sariju, glavnom gradu pokrajine Mazandaran. Tvornica je izgrađena u suradnji s *Iranian Tobacco Company*. Investicija je vrijedna 30 milijuna eura, a kapacitet nove tvornice je šest milijardi cigareta godišnje.

Ukupna prodaja TDR-a u 2013. godini iznosila je 9,5 milijardi cigareta, pri čemu je 65 posto ostvareno u izvozu. Prodaja cigareta u 2013. je za 17,8 posto manja u usporedbi s prošlogodišnjom. U 2013. godini TDR je ostvario ukupni prihod u iznosu od 1,44 milijarde kuna. Ostvareni poslovni prihodi iznose 1,35 milijardi kuna i za 17,4 posto manji su od prošlogodišnjih. Operativna dobit u 2013. godini iznosila je 172 milijuna kuna.

Ulazak u EU značio je izlazak Hrvatske iz CEFTA-e, što mijenja porezni tretman hrvatskih izvoznika na ključna regionalna tržišta. Ako sadašnja carina na izvoz cigareta u Srbiju, BiH i Makedoniju ostane nepromijenjena, godišnji trošak povećava se za desetak milijuna eura.

U 2013. godini Hrvatski duhani ostvarili su 3,3 milijuna kuna neto dobiti, ali još uvijek nisu pokriveni gubici iz prethodnih razdoblja. U 2013. godini ostvaren je dvadesetak posto niži otkup duhana od standardnog. Manja proizvodnja duhana na selu posljedica je najvećim dijelom vremenskih nepogoda.

Istragrafika je i nadalje vodeći hrvatski proizvođač komercijalne kartonske ambalaže. U 2013. godini ostvaren je prihod od prodaje u iznosu od 118 milijuna kuna. Rast u izvozu iznosi pet posto, najvećim dijelom u prehrambenoj, farmaceutskoj i industriji kristala. Ulazak u EU smanjuje administrativne procedure te ubrzava i pojednostavljuje procese upravljanja kupcima iz EU. S druge strane, veći je pritisak i snažniji ulazak konkurencije na hrvatsko tržište. Izlazak Hrvatske iz CEFTA-e povećao je carine na tržištima regije što smanjuje konkurentnost i dobit. Cijela industrija pak pod snažnim je pritiskom zbog stagnantne potražnje i rasta cijena kartona kao ključne sirovine.

Protekla 2013. godina za Opresu, distributera cigareta i najvećeg lanca kioska u BiH, bila je razdoblje potpune preobrazbe poslovnog modela. Strategija *4 stupa* počela se uspješno provoditi. Cilj je postati nacionalni lider u četiri područja kojima se Opresa bavi: maloprodaji, distribuciji digitalnih roba i usluga, distribuciji tiskovina te distribuciji cigareta. Za svako od područja osnovana je posebna tvrtka kako bi se odvojili odgovornost i resursi te postigla fleksibilnost u provođenju poslovnih kombinacija poput spajanja i preuzimanja.

Turistički dio poslovanja Grupe ostvario je 2,95 milijuna noćenja, što je za tri posto manje nego u 2012. godini. Unatoč vrlo blagom oporavku gospodarstava glavnih emitivnih tržišta, ostvaren je rast cijena noćenja od šest posto. Rezultat je to i nove, prepoznatljive ponude u višem cjenovnom segmentu koja je pridonijela prepoznatljivosti i poželjnosti destinacije, što izravno utječe na cijene. Uz to, daljnji rast udjela direktnih kanala prodaje pozitivno je utjecao na rast prosječnih cijena. I u 2013. godini nastavljen je intenzivan proces investiranja te je završen niz investicija koje poboljšavaju kvalitetu i repozicioniraju proizvode u viši cjenovni segment: druga faza investicije u turističko naselje Amarin, zaokruženje sadržaja i infrastrukture u zoni Monte Mulini, izgradnja *wellness* centra hotela Eden te ulaganja u kampove Polari i Valkanela. Investicije su vrijedne više od 220 milijuna kuna.

U 2013. godini turizam je ostvario poslovni prihod u iznosu od 714 milijuna kuna, što je za četiri posto više od prošlogodišnjeg, pri čemu su prihodi od prodaje porasli sedam posto. Operativna dobit iznosila je 130 milijuna kuna, što je 39 posto više od prošlogodišnje dobiti. Vidljivo je da su rast cijena i troškovna efikasnost nadoknadili pad noćenja.

Cromaris je u 2013. godini ostvario brojne aktivnosti u marketinškom, prodajnom i proizvodnom smislu. S radom je počela tvrtka Cromaris Italia d.o.o. koja obavlja prodajne i marketinške aktivnosti u Italiji, a nužna je za daljnji rast prodaje na najvećem europskom tržištu orade i brancina. S ulaskom Hrvatske u Europsku uniju ubrzan je logistički proces i brzina dolaska svježe ribe do potrošača. Cromaris iskorištava svježinu kao funkcionalnu prednost kojom se razlikuje od konkurencije i kao važni element komunikacije. Cromaris je u Italiji učinio ključni marketinški potez cjenovnim odvajanjem od jeftinije grčke i turske ribe. Tijekom 2013. godine kupljeno je novo uzgajalište kapaciteta tisuću tona te potpuno tehnološki i organizacijski integrirano u tvrtku. Također, pokrenut je projekt potpune rekonstrukcije mrjestilišta i sustava predrasta. Time Cromaris ostaje vertikalno integrirana i tehnološki vrlo napredna tvrtka. Omogućen je brz i kontroliran rast i razvoj, skraćuje se trajanje proizvodnog ciklusa, a time i troškovi proizvodnje. Cromaris je u 2013. ostvario prodaju od 3773 tone, što predstavlja rast od 38 posto u usporedbi s prethodnom godinom. Izvoz je količinski porastao za 63 posto. Ostvaren je rast cijena od šest posto, poboljšani su parametri preživljavanja za više od deset postotnih bodova. No, ulazak u Europsku uniju doveo je do gubitka izravnih subvencija, što je utjecalo na poslovni rezultat za više od 12 milijuna kuna. Cromaris je u 2013. godini ostvario pozitivan rezultat iz operativnog poslovanja.

Jedan od velikih iskoraka koji je Adris grupa napravila u protekloj godini je priprema akvizicije Croatia osiguranja, koja je formalno završila u travnju 2014. godine. Ulaskom u djelatnost osiguranja, Adris diversificira svoj ulagački portfelj, čime je započelo strateško restrukturiranje portfelja i definiran *novi stup* sustava.