

**Objava za medije**

*- za trenutnu objavu*

**Adris grupa: Rast ukupnih prihoda**

**Rovinj, 26. travnja 2011.** – Adris grupa je u 2011. godini ostvarila ukupne prihode u iznosu od 3,2 milijarde kuna, što je za 3,2 posto više od prošlogodišnjih. Poslovni prihodi iznosili su 2,86 milijardi kuna i za jedan posto veći su od prošlogodišnjih. Prihodi od prodaje robe i usluga iznosili su 2,78 milijardi kuna. Na domaćem tržištu ostvareno je 1,5 milijardi kuna, a na inozemnim 1,25 milijardi kuna, što je na prošlogodišnjoj razini. Dobit prije oporezivanja iznosi 644 milijuna kuna, a neto dobit 498 milijuna kuna.

TDR posluje u uvjetima stalnog rasta ukupnog poreznog tereta na ključnim tržištima te smanjenja kupovne moći svojih potrošača. Primjerice, ukupno porezno opterećenje po kutijici Ronhilla u Srbiji je, u samo dvije godine, poraslo za 47 posto, a u BiH za čak 80 posto. Posljedica toga je rast maloprodajnih cijena, pad potrošnje i pomak potražnje prema nižim cjenovnim segmentima. Takvi trendovi utječu na prosječan godišnji pad potrošnje na ključnim tržištima regije za oko pet posto. TDR nije prenosio porez na cijene u cijelosti, nego je preuzeo dio rasta trošarinskog tereta na sebe.

TDR trenutačno ima liderski položaj na dva tržišta - hrvatskom i bosanskohercegovačkom. U Hrvatskoj je u 2011. godini ostvario tržišni udio od 72 posto, a u BiH od oko 30 posto. Ronhill je i najjači brend u cijeloj regiji, s tržišnim udjelom od devet posto. Snažna pozicija TDR-ovih brendova posljedica je kontinuiranog rada. Kako bi se dodatno približio potrebama modernog potrošača, TDR je, njegujući tradiciju inovativnosti, ponudio nove proizvode i brojne ekstenzije postojećih. Novi proizvod dolazi iz popularne Walter Wolf obitelji - Walter Wolf Natural Flavour koji je u 2011. uveden na hrvatsko tržište i ključna regionalna tržišta.

Tijekom 2011. TDR je započeo izvoz u Rusiju, jedno od najvećih svjetskih tržišta duhanskih proizvoda. Na rusko tržište, u regije Krasnodarsk i Abhazija, TDR je ušao s brendovima Ronhill i Walter Wolf. Iranska tvornica napreduje prema planu i trebala bi započeti s radom do kraja 2012. godine.

Ukupna prodaja TDR-a u 2011. godini iznosila je 12,02 milijarde cigareta, pri čemu je 61 posto ostvaren u izvozu. Prodaja cigareta u 2011. je 8,1 posto manja u usporedbi s prošlogodišnjom. U 2011. godini TDR je ostvario ukupni prihod u iznosu od 1,80 milijardi kuna. Ostvareni poslovni prihodi iznose 1,71 milijardu kuna i za 7,4 posto manji su od prošlogodišnjih. Operativna dobit u 2011. godini iznosila je 369 milijuna kuna.

Hrvatski duhani su i u 2011. dobro poslovali, što je rezultat uspješnog završetka organizacijskog i financijskog restrukturiranja tvrtke. Jedna od mjera održivosti proizvodnje duhana na hrvatskom selu jest i krovni ugovor o potpomoganju proizvodnje duhana u Podravini i Slavoniji.

Istragrafika je u 2011. ostvarila 124 milijuna kuna prihoda od prodaje, čime je ostala vodeći hrvatski proizvođač komercijalne kartonske ambalaže.

Ulazak Hrvatske u Europsku uniju donosi ukidanje carine od 37 posto za uvozne proizvode na hrvatsko tržište. Uz to, zbog izlaska iz CEFTE, TDR-u rastu carinske barijere na tržištima regije - čiji negativni godišnji učinak iznosi oko deset milijuna eura. Jedan od načina ublažavanja budućih troškova jest premještanje proizvodnje u neku od zemalja CEFTE. S druge strane, to bi značilo ukidanje minimalno 150 do 200 proizvodnih radnih mjesta i upitnost održivosti proizvodnje duhana na hrvatskom selu. TDR, kao socijalno odgovorna tvrtka, traži rješenja kako bi zadržao radna mjesta u Hrvatskoj.

Adris je u svibnju 2011. godine svoj udio u Opresi, najvećem lanca kioska u Bosni i Hercegovini, povećao na 97,1 posto.

Turistički dio poslovanja Grupe ostvario je 2,89 milijuna noćenja, što je za osam posto više nego u 2010. godini. U čvrstim objektima ostvaren je rast noćenja od devet posto. Unatoč vrlo blagom oporavku gospodarstava glavnih emitivnih tržišta, ostvaren je rast cijena noćenja od 5,5 posto. To je rezultat dugogodišnjeg ulaganja u prepoznatljivu ponudu u višem cjenovnom segmentu. Hotel Lone otvoren je u lipnju 2011. godine te s hotelom Monte Mulini predstavlja vrh hotelske i ukupne turističke ponude na destinaciji Rovinj-Vrsar. Proizvod je prilagođen i kongresnom turizmu - rastućem, održivom, a time i poslovno vrlo atraktivnom tržišnom segmentu.

U 2011. godini Maistra je ostvarila prihod od prodaje u iznosu od 591 milijun kuna, što je za 15 posto više od prošlogodišnjeg. Operativna dobit iz poslovanja iznosila je 45 milijuna kuna, što je za oko 20 posto više od prošlogodišnje dobiti.

Cromaris je i u 2011. godini ostvario znatne stope rasta prodaje, točnije prodaja je porasla za 44 posto u usporedbi s prethodnim izvještajnim razdobljem. Cromarisove prosječne stope rasta prodaje u razdoblju 2008. - 2011. iznose oko 30 posto godišnje. Do 2015. prosječno će dodatno rasti oko 25 posto kako bi se dostigla planirana godišnja količina prodaje od 5000 tona. Tom se količinom osigurava ekonomija obujma, nužna za održivost tvrtke. Kako bi se osigurao rast tvrtke, pojačane su prodajne aktivnosti na izvoznim tržištima. Trenutačno se izvozi oko 60 posto ukupne prodaje s trendom rasta. Kako bi proizvodnja podržala takav rast prodaje, u Cromarisu je završena instalacija sustava automatskog hranjenja na dva najveća uzgajališta ribe. Time je, osim količinskog rasta, omogućena i efikasnost proizvodnje. U 2011. godini tvrtka je zabilježila tri puta veću proizvodnju u usporedbi s razdobljem prije ulaska Adrisa u djelatnost zdrave hrane. Potporu rastu i razvoju, a time i održivosti tog posla, daje i obavljena dokapitalizacija, vrijedna 155 milijuna kuna. Imperativ brzog rasta i razvoja nužan je i zbog činjenice da Cromaris danas posluje u uvjetima znatnog pada subvencija, čije se ukidanje očekuje najkasnije nakon ulaska Hrvatske u EU.