



ATLANTIC GRUPA d.d.
Miramarska 23
10 000 Zagreb

VRIJEDNOSNICA: ATGR-R-A / ISIN:HRATGRRRA0003
ATGR-O-216A / ISIN: HRATGRO216A9
KOTACIJA: Zagrebačka burza

Zagreb, 28. veljače 2017.

Godina u znaku rasta tržišnih udjela u Hrvatskoj i regiji te širenja distribucijskog poslovanja u Njemačkoj i Austriji

Financijsko poslovanje Atlantica u skladu s očekivanjima unatoč deprecijacijskim efektima ruske rublje i srpskog dinara.

Atlantic Grupa je u 2016. godini ostvarila prihode od prodaje od 5,106 milijardi kuna, što u odnosu na 2015. godinu predstavlja pad od 5,5 posto. Pad prodaje uvjetovan je prekidom suradnje s najvećim kupcem privatne robne marke u segmentu Sportske i aktivne prehrane te deprecijacijom ruske rublje i srpskog dinara. Izuzmu li se navedeni efekti, prihodi od prodaje ostali su na prošlogodišnjoj razini. Dobit iz poslovanja prije kamata i poreza (EBITDA) iznosi 474,4 milijuna kuna i manja je za 16,4 posto, uslijed najavljenih ulaganja u razvoj distribucije vlastitih brendova u Njemačkoj i Austriji. Neto dobit nakon manjinskih interesa ostvarena u prošloj godini iznosi 162,8 milijuna kuna.

Brandovi kompanije u TOP10 najjačih robnih marki u SEE regiji

„U 2016. godini Atlantic Grupa je osnovala distribucijske kompanije u Njemačkoj i Austriji, sa svrhom plasmana ciljanih proizvoda s najvećim međunarodnim potencijalom na ova tržišta. Uz implementaciju strategije internacionalizacije poslovanja, nastavili smo s uspješnim restrukturiranjem područja Sportske i aktivne prehrane pojednostavljuvanjem receptura i proizvodnog portfelja. Također smo ugovorima s novim principalima proširili distribucijske aktivnosti na regionalnim tržištima te smo nastavili aktivno razvijati vlastite brendove, o čemu najbolje svjedoči posljednje istraživanje nezavisne agencije Valicon prema kojemu su četiri vlastita brenda Atlantic Grupe (Cedevita, Argeta, Smoki i Cockta) pozicionirani među TOP 10 brendova na pet najvećih regionalnih tržišta”, objasnio je predsjednik Uprave Atlantic Grupe Emil Tedeschi. Valja dodati kako su gledano po pojedinim zemljama brendovi Atlantic Grupe vodeći u tri zemlje - Argeta je najjači brend u BiH i Makedoniji, u Sloveniji je najjači brend Barcaffè.

Beam Suntory i Nocco novi principal

Uz ulaganje u distribucijske kapacitete na zapadu Europe, Atlantic je nastavio razvijati distribucijsko poslovanje ugovorima s novim s principalima u regiji (Beam Suntory za tržišta Srbije, Makedonije, Crne Gore, Kosova i Albanije) kao i na zapadu (švedski Nocco). Tijekom 2016. godine Atlantic Grupa se fokusirala na restrukturiranje područja Sportske i aktivne prehrane te je godinu završila sa značajno efikasnijim poslovnim modelom koji podrazumijeva manji broj proizvoda s višom profitabilnošću, dok je u području proizvodnje za privatne robne marke sklopljena suradnja s novim partnerom te se nastavlja s razvojem novih proizvoda i pregovorima s novim potencijalnim partnerima.

Uspješno refinanciranje

Također, Atlantic je s EBRD-om i četiri partnerske banke (Erste, Raiffeisen, Sberbank i Unicredit) te Međunarodnom financijskom korporacijom (IFC) dogovorio povoljnije financijske uvjete kreditnog paketa u vrijednosti od 191,5 milijuna eura uz produljenu ročnost te je ostvareno i uspješno izdanje korporativnih obveznica. Atlantic Grupa je u 2016. osvojila priznanja za najbolje korporativno upravljanje u Hrvatskoj te za transparentnost u odnosima s investitorima, na ZSE je kompanija po četvrti put nagrađena prvim mjestom, a na međunarodnoj konferenciji Beogradske burze srebrom.

Najveći rast u kategoriji delikatesnih namaza

Ukupnom rastu prihoda od prodaje Atlantic Grupe najviše su pridonijeli Strateško poslovno područje Delikatesni namazi s rastom od 9,4 posto, Strateško poslovno područje Zdravlje i njega s rastom od 5,4 posto, Strateško poslovno područje Slatko i slano s rastom od 3,1 posto te Distribucijsko područje Hrvatska s rastom od 2,2 posto. Kava se s 20,8 posto udjela u ukupnim prihodima od prodaje ističe kao najveća pojedinačna kategorija sa 1,063 milijardi kuna prihoda od prodaje. Gotovo svi važniji brendovi (Barcaffe, Grand kafa, Argeta, Smoki, Cedevita, Donat Mg) su na regionalnim tržištima ostvarili rast tržišnih udjela.

Najveći rast u Hrvatskoj i Bosni i Hercegovini

Promatrano po tržištima, najveći rast od 4,4 posto ostvaren je na tržištu Hrvatske koje je s udjelom u ukupnom prihodu od 28,8 posto najveće tržište Atlantic Grupe te na tržištu BiH koje je raslo 3,9 posto i u ukupnom prihodu ima udio od 7,8 posto. Vlastite robne marke Atlantic Grupe sudjeluju u prodaji sa 67,8 posto, distribucija proizvoda robnih marki principala s 21,4 posto, ljekarnički lanac Farmacia sa 7,1 posto dok proizvodi koje Atlantic Grupa proizvodi kao privatne robne marke za velike poslovne sustave u zemlji i inozemstvu u ukupnom prihodu od prodaje sudjeluju s 3,7 posto.

Atlantic Grupa d.d.