

ATLANTIC GRUPA d.d.
Miramarska 23
10 000 Zagreb

VRIJEDNOSNICA: ATGR / ISIN:HRATGRRRA0003
3ATG / ISIN: HRATGRO216A9

LEI: 3157002G3ENYCZEB1A25

MATIČNA DRŽAVA ČLANICA: Hrvatska

SEGMENT UREĐENOG TRŽIŠTA: Vodeće tržište Zagrebačke burze

Zagreb, 28. travnja 2020.

Kvartalni rast prodaje i dobiti usprkos restrikcijama

Proglašenje globalne pandemije i uvođenje restriktivnih mjera na svim ključnim tržištima počeli su utjecati na poslovanje primarno kroz nemogućnost prodaje u HoReCa kanalu, no negativni utjecaji su anulirani povećanom potražnjom u kućanstvima, ponajprije Argete, Barcaffea i Grand kafe, Donata Mg te ljekarničkog lanca Farmacia

Atlantic Grupa je u prvom tromjesečju 2020. ostvarila prihod od prodaje u iznosu od 1,28 milijardi kuna, što u odnosu na isto razdoblje prošle godine, izuzme li se utjecaj dezinvesticija*, predstavlja rast od 12,2 posto. Dobit iz poslovanja (EBIT) u ovom razdoblju iznosi 121,3 milijuna kuna i veća je za 15,4 posto, dok je neto dobit u odnosu na prvi kvartal lani narasla 10,6 posto na 89,3 milijuna kuna.

"Tromjesečje je na svakom planu obilježila prije svega pandemija COVID-19, s kojom se svijet još nije izborio, a s novim korona virusom i njegovim posljedicama tek učimo živjeti i poslovati. Neupitno je da ovo ima značajan utjecaj i na nas, međutim do sada, osim prestanka prodaje u HoReCa kanalu i pada potrošnje u *on-the-go* i impulsnom segmentu, nismo imali drugog značajno negativnog utjecaja na naše poslovanje. Štoviše, u prvom kvartalu ostvarili smo značajan organski rast, koji je najvećim dijelom posljedica izvrsnih rezultata strateškog poslovnog područja (SPP) Delikatesni namazi, ljekarničkog lanca Farmacia, poslovnog područja Donat Mg i SPP Kava. Vjerujemo da će nam stabilna financijska pozicija, povijesno najviši rezultati u 2019. godini, neupitna predanost Atlanticovih zaposlenika koja je u ovoj situaciji posebno došla do izražaja te snaga naših brendova pomoći da prebrodimo ovu krizu s minimalnim negativnim posljedicama", komentirao je predsjednik Uprave Emil Tedeschi.

**Nastavljajući korporativnu strategiju dezinvestiranja non-core poslovnih djelatnosti Atlantic Grupa je u 2019. godini u cijelosti izašla iz segmenta sportske i aktivne prehrane (Multipower), iz dodataka prehrani (Dietpharm i Multivita) te bidonskog poslovanja. Kompanija usmjerava fokus na glavne kategorije roba široke potrošnje koje čine kava, pića, delikatesni namazi te slatki i slani snack, kao i na daljnji rast i razvoj distribucije te ljekarničkog lanca Farmacia. To uključuje i ciljanu internacionalizaciju s brendovima koji su dokazali međunarodni potencijal.*

Najviše rasli Argeta, Farmacia i Donat Mg

Na ukupan rast prihoda od prodaje najviše su utjecali Delikatesni namazi s rastom od 38,9 posto i Donat Mg s rastom od 12,5 posto. Kava se s 252,0 milijuna kuna prihoda od prodaje koji čine 19,7 posto udjela u ukupnim prihodima ističe kao najveća pojedinačna kategorija. U prvom kvartalu je Kava ostvarila rast od 5,4 posto, najviše u svježe mljevenoj prženoj i instant kategoriji. Među pojedinačnim tržištima najznačajniji je rast od 13,2 posto ostvarilo tržište Slovenije, a slijede BiH s 12,7 posto i Hrvatska sa 6,9 posto rasta. U ukupnoj prodaji vlastiti brendovi čine 62,8 posto, a brendovi principala u distribuciji 27,3 posto. Ljekarnički lanac Farmacia koji u prva tri mjeseca bilježi rast od 18,9 posto čini 9,9 posto ukupnog prihoda.

Donat Mg je početkom godine, s obzirom na specifičnu funkcionalnost i međunarodnu perspektivu, izdvojen kao zasebno poslovno područje iz SPP Pića, čijim je dijelom bio ranije.

Zaštita zdravlja zaposlenika, partnera i sugrađana

Iako se poslovanje Atlantic Grupe kroz veći dio prvog tromjesečja odvijalo uobičajeno, proglašenje globalne pandemije COVID-19 i uvođenje restriktivnih mjera na svim ključnim tržištima s ciljem prevencije širenja bolesti počeli su utjecati na poslovanje kompanije u drugom dijelu ožujka. Negativni utjecaji osjetili su se primarno kroz nemogućnost prodaje u HoReCa kanalu zbog zatvaranja hotela, restorana i kafića te u određenoj mjeri i na prodaju proizvoda namijenjenih za konzumaciju izvan kuće i tzv. impulsnih proizvoda. Ti negativni utjecaji su istovremeno anulirani povećanom potražnjom i stvaranjem zaliha u kućanstvima, ponajprije Argete, Bakine tajne, ali i Barcaffea i Grand kafe, Donata Mg, dijela slanog i slatkog programa, Cedevite za konzumaciju kod kuće, proizvoda namijenjenih održavanju osobne higijene i čistoće te proizvoda koji se prodaju kroz Farmaciju.

Atlantic Grupa je među prvim kompanijama uvela mjere zaštite zaposlenika i partnera od zaraze, od preventivnog rada od kuće gdje je to moguće, preko postroženih procedura u proizvodnji i distribuciji do osiguravanja zaštitnih sredstava i opreme, i ne samo u svojem sustavu. Kao društveno odgovorna kompanija, Atlantic se uključio u zajedničku borbu protiv novog koronavirusa na svim regionalnim tržištima na kojima posluje te je donirano 28 milijuna kuna za ukupnu pomoć zdravstvenim ustanovama te lokalnim kriznim stožerima i institucijama koje koordiniraju aktivnosti suzbijanja zaraze i zaštite stanovništva.

Atlantic Grupa d.d.