



**ATLANTIC GRUPA d.d.**

**Miramarska 23**

**10 000 Zagreb**

**VRIJEDNOSNICA: ATGR-R-A / ISIN:HRATGRRRA0003**  
**ATGR-O-169A / ISIN:HRATGRO169A0**

**KOTACIJA: Zagrebačka burza**

**Zagreb, 29. listopada 2015. godine**

### **Atlantic Grupa: Rast prodaje i neto dobiti uz reorganizaciju distribucije**

Atlantic Grupa je u prvih devet mjeseci 2015. godine ostvarila prihode od prodaje od 4,0 milijardi kuna, što u odnosu na isto razdoblje 2014. godine predstavlja rast od 4,8 posto. Dobit prije kamata i poreza (EBIT) iznosi 341,1 milijuna kuna i manja je za 9,9 posto, najviše uslijed rasta cijena sirovina i nepovoljnog kretanja tečaja stranih valuta, dok neto dobit nakon manjinskih interesa iznosi 228,1 milijuna kuna, što predstavlja rast od 9,0 posto. Do kraja godine menadžment nastavlja s fokusom na internacionalizaciju i rast na postojećim tržištima te upravljanje rizicima, održavanje likvidnosti i upravljanje financijskim obavezama.

Od važnih poslovnih događaja u prvih devet mjeseci ističe se nova organizacija distribucijskog poslovanja kroz dvije glavne zone, Zonu Istok i Zonu Zapad, nastavno na proces intenzivne internacionalizacije i jačanje distribucijskih funkcija izvan regije, što se očituje i kroz osnivanje vlastitih distribucijskih kompanija u Austriji i Njemačkoj. U ovom je periodu ugovorom s novim principalom Phillips Hrvatska dodatno proširen i distribucijski portfelj na hrvatskom tržištu. Također je, nakon nepune godine od početka radova, počela s radom novoizgrađena tvornica energetske pločice iz asortimana sportske prehrane u Novoj Gradiški, u koju je uloženo 100 milijuna kuna. Posljednja akvizicija Atlantic Grupe – tvrtka Foodland, u cijelosti je uspješno integrirana u poslovni sustav Atlantic Grupe te danas s brendom Bakina tajna čini novo poslovno područje Gourmet. Konačno, u trećem je tromjesečju Atlantic Grupa prema posljednjem istraživanju Euromoney-ja, vodećeg svjetskog financijskog časopisa, proglašena najbolje vođenom kompanijom ukupno u Hrvatskoj te najbolje vođenom kompanijom u sektoru hrane i pića u regiji središnje i istočne Europe.

Gledajući strukturu prihoda od prodaje, ukupnom rastu Atlantic Grupe u prvih devet mjeseci 2015. najviše su pridonijeli Strateško poslovno područje Delikatesni namazi s rastom od 12,9 posto, Strateško poslovno područje Slatko i slano s rastom od 5,0 posto, Strateško poslovno područje Kava s rastom od 4,7 posto,



Strateško distribucijsko područje Hrvatska s rastom od 10,6 posto i Strateško distribucijsko područje Srbija s rastom od 8,3 posto. Kava se s 19,5 posto udjela u ukupnim prihodima od prodaje ističe kao najveća pojedinačna kategorija s 777,2 milijuna kuna prihoda od prodaje u prvih devet mjeseci.

Promatrano po tržištima, najveći i jednak rast od 9,6 posto ostvaren je na tržištima BiH te Srbije, koja je drugo po veličini tržište Atlantic Grupe s udjelom u ukupnom prihodu od 22,6 posto. Na tržištu Hrvatske, koja s 26,8 posto ima najveći udio u prihodu od prodaje, ostvaren je rast od 9,4 posto.

Vlastite robne marke Atlantic Grupe sudjeluju u prodaji sa 65,3 posto, distribucija proizvoda robnih marki principala s 19,2 posto, ljekarnički lanac Farmacia sa 6,3 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 9,3 posto.

Atlantic Grupa d.d.