

Szanowni Państwo,

w załączeniu przekazuję raport roczny „ATLANTA POLAND” S.A. za nietypowy w historii Spółki – ze względu na zmianę roku obrotowego - okres obejmujący 18 miesięcy, zakończony 30 czerwca 2013r. Pierwsze miesiące roku obrotowego 2012 były stosunkowo trudnym okresem dla „ATLANTA POLAND” S.A., z uwagi na znaczący spadek rentowności działalności a w konsekwencji pogorszenie wyników finansowych, które mogły być rozczarowujące dla akcjonariuszy Spółki, w szczególności w porównaniu z 2011 rokiem, w którym „ATLANTA POLAND” S.A. osiągnęła rekordowe w swojej historii wyniki. Najistotniejszymi czynnikami, które w I połowie 2012r. spowodowały znaczące obniżenie rentowności Spółki były: wzrost cen surowców oraz duże wahania walut, w tym przede wszystkim dolara amerykańskiego. Na przestrzeni 20 lat prowadzenia działalności Spółka wypracowała mechanizmy mające na celu minimalizowanie negatywnych skutków wahań cen surowców bądź walut, których ryzyko występowania wpisane jest na stałe zarówno w działalność Spółki, jak i innych podmiotów z branży. Niemniej jednak skala wspomnianych wahań bywa tak znaczna, że ich końcowy wpływ na wyniki finansowe jest istotny. Należy pamiętać, iż „ATLANTA POLAND” S.A. jest największą w kraju Spółką prowadzącą działalność na rynku hurtowego handlu bakaliarnymi, a co się z tym wiąże, posiada wysokie stany magazynowe surowców, a zatem skala ewentualnych wahań może w większym stopniu wpływać na jej wyniki finansowe w porównaniu z mniejszymi podmiotami z branży. Z uwagi na posiadane stany magazynowe, negatywny wpływ ww. zjawiska rzutował na wyniki Spółki jeszcze w drugim półroczu 2012 roku, aczkolwiek w czwartym kwartale 2012r. był już widoczny znaczący wzrost rentowności, kontynuowany również w kolejnym kwartale. Ponadto podkreślić należy, iż sprzedaż osiągnięta przez „ATLANTA POLAND” S.A. w I kwartale 2013r. na poziomie 60,4 mln zł była najwyższą spośród historycznie realizowanych w I kwartale roku. W minionym roku obrotowym Spółka konsekwentnie pracowała nad wzrostem sprzedaży w segmencie sprzedaży detalicznej, skupiając się na zwiększeniu asortymentu w poszczególnych sieciach handlowych, co zaowocowało 17% wzrostem przychodów w tym segmencie sprzedaży.

W roku obrotowym 2013/2014 „ATLANTA POLAND” S.A. kontynuować będzie realizowaną dotychczas strategię, opartą o wzrost organiczny. Analizując rynek pod kątem oferty asortymentowej, a także podążając za nowymi trendami, Spółka rozważa możliwość wejścia na rynek z nowymi produktami, planuje również prowadzenie działań marketingowych, których celem jest zwiększeniem rozpoznawalności na rynku i sprzedaży produktów marki BAKAL

Z wyrazami szacunku

Dariusz Mazur

Prezes Zarządu