

Financijski rezultati u 2010. godini

Zagreb – 31. ožujka 2011. godine

Rast u skladu s očekivanjima uz finalizaciju dosad najveće akvizicije Atlantic Grupe

- **Rast prodaje na 2.268,6 milijuna kuna**
+ 3,1% na godišnjoj razini
- **Rast dobiti prije kamata, poreza i amortizacije (EBITDA) na 220,0 milijuna kuna**
+ 11,7% na godišnjoj razini
- **Rast EBITDA bez jednokratnih stavaka na 201,7 milijuna kuna**
+ 6,5% na godišnjoj razini
- **Neto dobit nakon manjinskih interesa u iznosu od 95,0 milijun kuna**
+11,7% - na godišnjoj razini
+10,3% - rast neto dobiti nakon manjinskih interesa bez jednokratnih utjecaja (na iznos od **85,4 milijuna kuna**) u odnosu na isto razdoblje lani

Komentar predsjednika Uprave

Komentirajući financijska ostvarenja i ključne poslovne događaje u 2010. godine, Emil Tedeschi, predsjednik Uprave Atlantic Grupe, istaknuo je:

“Prošlu godinu smatramo jednom od najznačajnijih godina u poslovnom razvoju Atlantic Grupe uslijed uspješnog finaliziranja dosad najveće akvizicije – **Droga Kolinske** – kojom **Atlantic Grupa postaje jedna od vodećih prehrambenih kompanija u regiji**. Iznimno smo zadovoljni što je uz pojačan fokus na segment preuzimanja i spajanja, Atlantic Grupa ponovno ispunila najavljen očekivanja i ostvarila **rast prihoda od prodaje i profitabilnosti** u godini kad su se makroekonomski trendovi ponovno pokazali nepovoljnim za realni sektor.

Smatramo da će 2011. godina biti jednako izazovna, a od menadžmenta kompanije očekuje se provedba brze i efikasne integracije Droga Kolinske u poslovni sustav Atlantic Grupe, ostvarenje planiranih sinergijskih potencijala te u konačnici ispunjavanje postojećih financijskih obveza.”

Financijski sažetak 2010. godine

Ključni pokazatelji	2010	2009	Promjena 10/09
Prodaja (u mil. kuna)	2.269	2.199	3,1%
Prihodi (u mil. kuna)	2.302	2.222	3,6%
EBIT marža*	6,5%	6,6%	-19 bps
Neto dobit nakon manjinskih interesa (u mil. kuna)*	85	77	10,3%
Odnos neto duga i kapitala	62,9%	26,3%	

*Bez jednokratnih stavaka

KLJUČNI DOGAĐAJI u 2010. godini

1. Akvizicija Droga Kolinske

Krajem studenog 2010. godine, Atlantic Grupa uspješno je preuzela kompaniju Droga Kolinska te time okončala dosad najveću akviziciju u svom poslovnom razvoju isplativši dotadašnjem vlasniku Istrabenz d.d. 243.109 tisuća eura u gotovini za 100 postotni udjel u navedenoj kompaniji. Ukupna vrijednost transakcije iznosila je 382 milijuna eura. Akvizicijski iznos financiran je kombinacijom kapitala i eksternog zaduživanja. Pritom je kapital sudjelovao s 44 postotnim udjelom (od čega se 78% iznosa odnosilo na sredstva prikupljena dokapitalizacijom u srpnju 2010. godine, a preostali iznos na vlastita sredstva kompanije), a eksterno zaduživanje s 56 postotnim udjelom (od čega se 78% iznosa odnosilo na senior kredite, a preostali iznos na subordinirani kredit).

Shodno navedenom te ostvarenim rezultatima Droga Kolinske u 2010. godini, navedena akvizicija ostvarena je pri sljedećim multiplikatorima:

Droga Kolinska	
Vlasništvo	100%
Plaćena cijena (u EURm)	243,109
Ukupna vrijednost transakcije (u EURm)	382
2010 EV/Prodaja	1,2
2010 EV/EBITDA	8,7
2010 P/Prodaja	0,8
2010 P/EBITDA	5,5

S obzirom da je akvizicija Droga Kolinske dosad najveća akvizicija Atlantic Grupe koja je istovremeno zahtijevala financijsko opterećenje kompanije, iznimno je važno istaknuti strateška promišljanja menadžmenta prilikom akvizicije ove kompanije:

- ❖ Akvizicijom Droga Kolinske, Atlantic Grupa postaje druga najveća prehrambena kompanija u ex-YU regiji s značajnom prisutnošću na ruskom tržištu.
- ❖ Razgranata, moderna i efikasna regionalna mreža proizvodnih postrojenja (posebice na tržištu BiH i Slovenije) Droga Kolinske transformira Atlantic Grupu u snažnog regionalnog proizvođača s potporom postojeće distribucijske mreže i infrastrukture.
- ❖ Snažna regionalna prisutnost Droga Kolinske balansira geografski profil konsolidirane kompanije s manjom ovisnošću o ostvarenjima na hrvatskom tržištu.
- ❖ Proizvodni portfelj Droga Kolinske s prepoznatljivim i vodećim brandovima na regionalnom tržištu omogućava značajno širenje proizvodnog asortimana Atlantic Grupe te rezultira skoro dvostruko višim udjelom više-profitabilnih vlastitih brandova u konsolidiranim prihodima.

- ❖ Potencijal za ostvarivanje prodajnih sinergija u obje kompanije kroz naglasak na:
 - Korištenje distribucijskog know-howa Atlantic Grupe (u maloprodaji i HoReCa kanalu) generalno, a posebice na tržištu Hrvatske, za bolji plasman proizvodnog asortimana Droga Kolinske.
 - Korištenje snažne prisutnosti Droga Kolinske na tržištu Srbije i Slovenije za povećanje prisutnosti proizvodnog asortimana Atlantic Grupe.
 - Korištenje distribucijske infrastrukture Atlantic Grupe na zapadnoeuropskim tržištima za plasman pojedinih proizvoda iz portfelja Droga Kolinske te razvoj drugih tržišta van regije kroz zajednički nastup asortimana (primjerice na tržištu Rusije).
- ❖ Potencijal za ostvarivanje troškovnih ušteda u obje kompanije kroz naglasak na spajanje distribucijsko-logističkih procesa, nabavu i marketing.

Post-akvizicijske aktivnosti

Nakon preuzimanja Droga Kolinske, zadržava se divizijski ustroj Atlantic Grupe u kojem je Droga Kolinska etablirana kao peta operativna divizija. Shodno navedenom, operativne divizije Atlantic Grupe su kako slijedi: Distribucija, Zdravlje i njega, Sportska i aktivna prehrana, Pharma i Droga Kolinska. Unutar divizije Droga Kolinska zadržana je podjela na pet poslovnih jedinica: Kava, Slatki i slani snack, Delikatesni namazi, Pića i Dječja hrana.

Nova organizacijska shema kompanije rezultirala je određenim promjenama u Upravi pa je nova Uprava Atlantic Grupe sastavljena od osam članova.



Pregled integracijskih aktivnosti

Strateški cilj Atlantic Grupe je provedba brze i efikasne integracije, pa su u tu svrhu integracijske aktivnosti podijeljene prema relevantnim poslovnim područjima u dvije osnovne skupine: (i) Operacije (uključujući prodaju, nabavu, logistiku i proizvodnju) te (ii) funkcije Podrške. Prioritet za ostvarivanje sinergijskih potencijala nose Operacije predvođene distribucijsko-logističkim aktivnostima. Unatoč specifičnostima

svakog pojedinog regionalnog tržišta, dosadašnji poslovni model Atlantic Grupe pokazao je kako izdvojeno distribucijsko poslovanje objedinjeno u samostalnoj diviziji Distribucija omogućava pružanje visoke razine ukupne distribucijske usluge (od razvoja pojedinačnih distribucijskih kanala, odnosa sa svim formatima kupaca, razvoja distribucijske tehnologije, upravljanja robnim markama do prodajnog marketinga). Shodno navedenom, u tijeku su aktivnosti objedinjavanja distribucijskog poslovanja na regionalnim tržištima i njihovo pripajanje zajedničkom distribucijskom sustavu u okviru divizije Distribucija. Među ostalim operacijama, prioritet Nabave je organizacija centralne nabave i konsolidacija baze dobavljača, a integracijski prioriteti Proizvodnje obuhvaćaju procjenu isplativosti različitih opcija objedinjavanja proizvodnih djelatnosti s konačnim ciljem povećanja efikasnosti i iskoristivosti postojećih proizvodnih kapaciteta.

2. Pregled ostalih ključnih događaja

Divizija Distribucija: Novi distribucijski ugovori usmjereni daljnjoj regionalnoj diverzifikaciji distribucijskog miksa

- ❖ Nakon što je u veljači 2010. godine jedan od najvećih svjetskih konditorskih proizvođača – **Ferrero** – angažirao Atlantic Grupu za distribuciju hladnog asortimana na **tržištu Srbije**, početkom rujna Atlantic Grupa je preuzela ukupnu distribuciju proizvodnog asortimana Ferrera na **tržištu Makedonije**. Time je makedonsko tržište postalo četvrto regionalno tržište (uz tržišta Slovenije, Hrvatske i Srbije) na kojem Atlantic Grupa distribuira proizvode Ferrera, a sama kompanija je postala proizvođačev distribucijski partner regionalnog karaktera. U 2010. godini su Ferrerova dva branda – Kinder i Nutella – bili rangirani među prvih deset top brandova u distribucijskom i proizvođačkom portfelju Atlantic Grupe te su ostvarili rast od 30-ak posto u odnosu na 2009. godinu.
- ❖ U ožujku 2010. godine Atlantic Grupa je počela s **distribucijom impulsnog asortimana tvrtke One2play** – jednog od vodećih domaćih dobavljača u segmentu igračaka, multimedijalnih sadržaja, itd. poznatih vlasnika licenci poput Disney, Gormiti, Ben Ten i sl. – **na tržištima Hrvatske, Slovenije, BiH i Makedonije**. Značaj distribucijskog ugovora s kompanijom One2play ogleda se također u njegovom regionalnom karakteru, dok su ostvareni rezultati tijekom 2010. godine bili iznad planiranih razina. Distribucijski ugovori s kompanijama Ferrero i One2play reflektiraju stratešku usmjerenost prema jačanju distribucijskog know-howa i infrastrukture u regionalnom okruženju što bi se u konačnici trebalo reflektirati kroz pozitivne efekte od ekonomije obujma.
- ❖ Nakon što je tijekom 2010. godine Atlantic Grupa sklopila ugovor s poznatim austrijskim proizvođačem voćnih sokova i čajnih napitaka – Rauch – o **distribuciji Rauchovog asortimana** u svim distribucijskim kanalima na **tržištu Hrvatske**, početkom prosinca 2010. godine Atlantic Grupa je potpisala ugovor s globalnim proizvođačem energetskih napitaka – **Red Bull** – o **distribuciji energetskih napitaka** u svim kanalima distribucije na **tržištu Hrvatske**. Ulazak Red Bull energetskih napitaka i Rauch asortimana u distribucijski portfelj kompanije u kombinaciji s vlastitim portfeljem



(uključujući i portfelj Droga Kolinske i Kalničkih voda Bio Natura) u kategoriji pića etablira Atlantic Grupu kao respektabilnog i nezaobilaznog regionalnog ponuđača u kategoriji pića.

Divizija Sportska i aktivna prehrana: Aktivniji ulazak na tržište Španjolske

U sklopu strategije daljnjeg razvoja segmenta sportske i aktivne prehrane koja obuhvaća razvoj novih proizvoda i geografsko širenje, kompanija se odlučila na aktivnije širenje poslovanja na perspektivnom tržištu Španjolske osnivanjem nove kompanije **Atlantic Multipower Iberica** sa sjedištem u Barceloni. Veličina segmenta sportske i aktivne prehrane na tržištu Španjolske procijenjena je na oko 40 milijuna eura (IMS prodaja), dok je tržište u periodu od 2004. do 2009. godine zabilježilo rast od 30-ak posto, a procjenjuje se da će tržište rasti po srednje-do-višoj jednoznačenastoj stopi tijekom naredne dvije godine. Pritom, trendovi pokazuju da se među najznačajnijim proizvodnim kategorijama ističu linije izdržljivosti i linije za body-building.

Divizija Zdravlje i njega: Akvizicija kompanije Kalničke vode Bio Natura

U 2010. godini Atlantic Grupa uspješno je okončala još jednu manju akviziciju koja se odnosi na preuzimanje 100 postotnog vlasništva u **domaćem proizvođaču voda – Kalničke vode Bio Natura**. Financijska ostvarenja kompanije Kalničke vode Bio Natura konsolidirana su u financijske izvještaje Atlantic Grupe u četvrtom kvartalu 2010. godine unutar divizije Zdravlje i njega, u sklopu koje kompanija nastavlja poslovanje. Navedeno integriranje u diviziju Zdravlje i njega smatra se logičnim slijedom poslovanja s obzirom da se inovativna proizvodna linija Cedevida GO! do preuzimanja punila u akviriranoj kompaniji uslužno, dok će potonja akvizicija omogućiti objedinjavanje cjelokupnog proizvodnog procesa unutar jedne kompanije. Navedeno će svakako dovesti do povećanja efikasnosti u proizvodnji Cedevide GO!.

Divizija Pharma: Nastavak širenja ljekarničkog poslovanja

Tijekom 2010. godine divizija Pharma nastavila je s širenjem ljekarničkog poslovanja otvaranjem tri nove ljekarne i jedne specijalizirane prodavaonice. Nadalje, od početka godine konsolidirane su dvije ljekarne te od travnja četiri specijalizirane prodavaonice u sklopu ljekarničkog lanca Dvoržak akviriranog tijekom 2009. godine. U konačnici, krajem 2010. godine ljekarničko poslovanje Atlantic Grupe ukupno je raspolagalo s **49 ljekarničkih jedinica**, od čega se 10 jedinica odnosilo na specijalizirane prodavaonice.

Tijekom 2011. godine planira se konsolidacija preostalih pet ljekarni u sklopu akviriranog ljekarničkog lanca Dvoržak te jedne manje ljekarne. Valja napomenuti kako menadžment divizije Pharma sve značajniju pozornost posvećuje smještaju ljekarničkih jedinica/specijaliziranih prodavaonica na što prometnijim lokacijama poput trgovačkih centara, u blizini doktorskih ordinacija, domova zdravlja i sl..

Svakako valja istaknuti kako je divizija Pharma u 2010. godini ostvarila najsnažnije poboljšanje operativne profitabilnosti među svim divizijama Atlantic Grupe i to nastavno na promjene poslovnog modela, a sukladno najavljenim očekivanjima od strane menadžmenta.

DINAMIKA PRODAJE u 2010. godini

Profil prodaje po divizijama

u tisućama kuna

2010	Distribucija	Zdravlje i njega	Sportska i aktivna prehrana	Pharma	Grupa
Bruto prodaja	1.289.331	478.194	556.182	326.011	2.649.719
Prodaja među segmentima					381.078
Konsolidirana prodaja					2.268.641
2009					
Bruto prodaja	1.318.699	494.199	492.738	296.816	2.602.451
Prodaja među segmentima					403.039
Konsolidirana prodaja					2.199.413
Promjena 10/09					
Bruto prodaja	-2,2%	-3,2%	12,9%	9,8%	
Prodaja među segmentima					
Konsolidirana prodaja					3,1%

U 2010. godini Atlantic Grupa ostvarila je **3,1 postotni rast prihoda od prodaje** na **2.268,6 milijuna kuna** ponajviše potaknut rastom prihoda od prodaje u divizijama Sportska i aktivna prehrana te Pharma čime je pak anuliran negativan utjecaj nižih prihoda od prodaje divizija Distribucija i Zdravlje i njega. Navedeno ostvarenje u skladu je s očekivanjima menadžmenta najavljenim početkom 2010. godine. Promatrajući **četvrti kvartal** zasebno, Atlantic Grupa zabilježila je **3,7% više prihode od prodaje**, u odnosu na isto razdoblje u 2009. godini, na **584,3 milijuna kuna** prvenstveno potaknute dvoznamenkastim stopama rasta prodaje divizija Sportska i aktivna prehrana te Pharma.

- Nepovoljno makroekonomsko okruženje reflektirano kroz rastući pesimizam potrošača i nezaposlenost te u konačnici reduciranu osobnu potrošnju na geografski najvećem tržištu unutar **divizije Distribucija** – Hrvatskoj – negativno je utjecalo na rezultate spomenute divizije koja bilježi 2,2% niže prihode od prodaje na godišnjoj razini. Dodatan pritisak uslijedio je i od raskida distribucijskog ugovora s Nestle Purina Pet Care na hrvatskom tržištu u 2009. godini što se pak reflektiralo kroz izostanak 30-ak milijuna kuna prihoda od prodaje tijekom 2010. godine. Ipak, raskid navedenog distribucijskog ugovora nadoknađen je novim distribucijskim ugovorima s novim i postojećim principalima poput One2playa i Raucha.

Promatrajući ostala geografska tržišta unutar divizije Distribucija, tržišta Slovenije i Makedonije bilježe dvoznamenkaste stope rasta i u lokalnoj i u funkcionalnoj valuti, dok tržište Srbije bilježi rast prihoda od prodaje u lokalnoj valuti. Naime, sva tri tržišta bilježe rast prodaje zahvaljujući rastu prodaje Cedevita

vitaminskog instant napitka u maloprodajnom kanalu te ostvarenoj prodaji Ferrero asortimana. Pritom tržišta Srbije i Makedonije ubiru plodove od početka distribucije Ferrero asortimana u 2010. godini, a tržište Slovenije utjecaje prodaje ovog asortimana na razini pune financijske godine.

- U 2010. godini, **divizija Zdravlje i njega** bilježi pad prihoda od prodaje od 3,2% godišnje, pri čemu je rast prodaje Multivitinog asortimana i Nevinog asortimana u segmentu proizvoda za osobnu higijenu djelomično nadoknadio pad prodaje Cedevitinog asortimana. Pojedinačno promatrajući, Multivitin asortiman ostvaruje višu dvoznamenkastu stopu rasta prodaje na tržištu Rusije, čime se upravo potonje ističe kao potencijalno razvojno tržište za Atlantic Grupu u budućnosti. Navedeno će se dodatno istaknuti konsolidacijom asortimana Droga Kolinske prisutnog na ruskom tržištu.
- **Divizija Sportske i aktivne prehrane** bilježi najsnažniji porast prihoda od prodaje od 12,9% na krilima rasta prodaje svih brandova u segmentu sportske i funkcionalne prehrane te također rasta prodaje privatnih robnih marki. Pritom, drugi najprodavaniji brand u Atlantic Grupi – Multipower - bilježi nižu jednoznamenkastu stopu rasta prodaje, dok niže cjenovno pozicionirani brandovi – Champ i Multaben bilježe 13 postotnu odnosno 16 postotnu stopu rasta prodaje u 2010. godini. Geografski profil ove divizije indicira rast prodajno najznačajnijih tržišta – Njemačke, Velike Britanije i Italije, dok najbrže stope rasta ostvaruju tržišta Rusije i Švicarske koja zajedno čine 5,3% ukupne prodaje divizije Sportska i aktivna prehrana u odnosu na 3,1% u 2009. godini.
- Ostvareni rast prihoda od prodaje od 9,8% u 2010. godini u **diviziji Pharma** reflektira 20,9 postotni rast prodaje Fidifarma i 6,3% više prihode od prodaje ljekarničkog lanca Farmacia. Rast potonjeg reflektira prodaju novootvorenih ljekarni/specijaliziranih prodavaonica tijekom protekle dvije godine te djelomičnu konsolidaciju ljekarni i specijaliziranih prodavaonica akviriranog ljekarničkog lanca Dvoržak. Normalizirani rast prihoda od prodaje divizije Pharma u 2010. godini iznosi 10,2% godišnje, a izuzima: (i) ovogodišnje prihode od prodaje konsolidiranih ljekarni/specijaliziranih prodavaonica u sklopu ljekarničkog lanca Dvoržak te (ii) prihode od prodaje 2 ljekarne iz ZU Coner u prvih osam mjeseci 2009. godine koje su pak izdvojene krajem kolovoza 2009. godine u zamjenu za manjinski udio preostalih ljekarni.

Pregled prodaje po tržištima

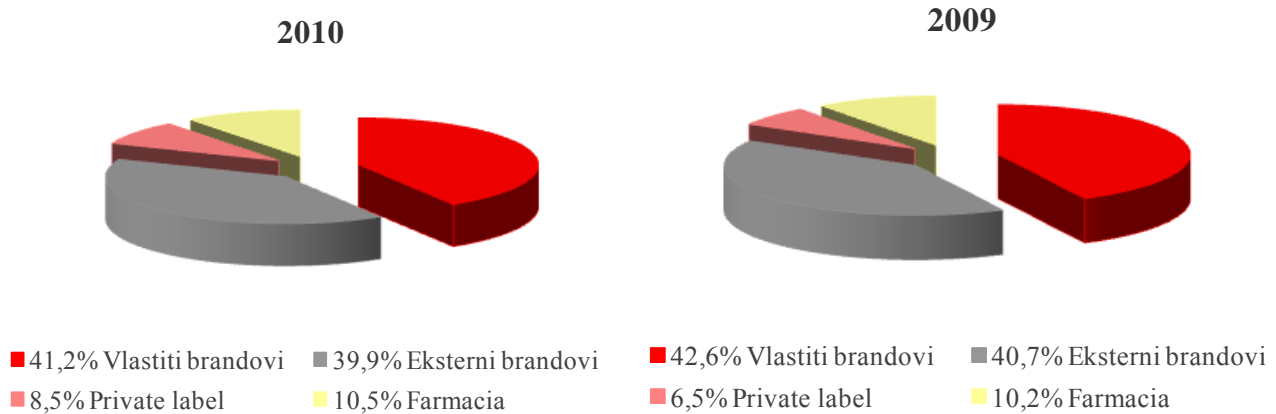
U milijunima kuna	2010	% prihoda od prodaje	2009	% prihoda od prodaje	Promjena 10/09	u CER
Hrvatska	1.250,6	55,1%	1.321,4	60,1%	-5,4%	
Njemačka	244,3	10,8%	239,7	10,9%	1,9%	2,7%
Srbija	130,1	5,7%	130,8	5,9%	-0,5%	9,5%
Slovenija	172,5	7,6%	118,4	5,4%	45,7%	46,6%
Bosna i Hercegovina	79,0	3,5%	76,2	3,5%	3,8%	4,6%
Velika Britanija	44,5	2,0%	40,1	1,8%	11,1%	7,9%
Italija	49,3	2,2%	43,0	2,0%	14,8%	15,7%
Ostale države	298,2	13,0%	229,9	10,5%	29,7%	
Ukupna prodaja	2.268,6	100,0%	2.199,4	100,0%	3,1%	

- Nakon 6,3 postotnog pada prihoda od prodaje u prvih devet mjeseci 2010. godine, četvrti kvartal ublažio je pad prodaje na kumulativnoj razini, pa u 2010. godini **tržište Hrvatske** bilježi 5,4% niže prihode od prodaje od 1.250,6 milijuna kuna. Menadžment smatra kako je ostvarena realizacija na tržištu Hrvatske ponajviše uvjetovana nestabilnom i negativnom makroekonomskom slikom kojom se kompanija nastojala nositi potpisivanjem novih distribucijskih ugovora, otvaranjem novih ljekarni/specijaliziranih prodavaonica, optimizacijom maloprodajnih cijena (poput primjerice na Cedeviti GO!) te inovacijama u proizvodnoj paleti i dizajnu. Pritom menadžment ističe kako je nepovoljna makroekonomska slika ponajviše reflektirana kroz visoku razinu potrošačkog pesimizma s prosječnim indeksom raspoloženja potrošača u 2010. godini od -47,5 bodova u odnosu na -43,5 bodova u 2009. godini te neposredno povezanim nepovoljnim kretanjima na tržištu rada indiciranim rastom prosječne stope nezaposlenosti u 2010. godini na 17,6% s 14,9% u 2009. godini i povećanim stupnjem nesigurnosti od gubitka radnog mjesta. Navedeno u kombinaciji s još uvijek značajnim padom raspoloživog dohotka stanovništva i kontrakcijom realne trgovine na malo (izuzev trgovine motornim vozilima i motociklima) već treću godinu za redom (-1,9% u 2010. godini) svakako je predstavljalo pritisak na osobnu potrošnju (-0,9% u 2010. godini), odnosno na generalnu potrošnju stanovništva.
- Promatrajući ostala regionalna tržišta, unatoč tome što je **tržište Slovenije** u odnosu na 2009. godinu usporilo rast prodaje, isto se s 45,7% višim prihodima od prodaje ističe kao najbrže rastuće tržište u geografskom profilu Atlantic Grupe. Potonje je pritom doprinijelo ukupnom rastu prihoda od prodaje Atlantic Grupe s 246 baznih bodova. Rast je ponajviše bio potaknut prodajom Ferrero asortimana te također nižom jednoznamenkastom stopom rasta prodaje Cedevita vitaminskog instant napitka u maloprodajnom kanalu. Valja napomenuti kako je kompanija zadržala dinamičan rast na tržištu Slovenije unatoč tek blagom oporavku osobne potrošnje u 2010. godini, stagnirajućoj prosječnoj nezaposlenosti od 10,7% u 2010. godini te padu trgovine na malo u segmentu hrane, pića i duhana.

Tržište Srbije bilježi 9,5% više prihode od prodaje u lokalnoj valuti dok je prosječna deprecijacija srbijanskog Dinara od 10,1% u 2010. godini rezultirala 0,5% nižim prihodima od prodaje u funkcionalnoj valuti. Ostvareni rast u lokalnoj valuti potaknut je: (i) rastom Cedevisa asortimana, pri čemu Cedevisa vitaminski instant napitak bilježi rast u svim distribucijskim kanalima s najbrže rastućim HoReCa kanalom, (ii) početkom distribucije Ferrero hladnog asortimana i (iii) drugim distribucijskim grupama. Valja napomenuti kako makroekonomsko okruženje još uvijek ne pruža potporu realnom sektoru s obzirom na kontrakciju osobne potrošnje u 2010. godini uslijed nepovoljnih kretanja na tržištu rada s stopom nezaposlenosti od 19,2%.

- U 2010. godini sva tri **ključna Zapadnoeuropska tržišta** bilježe rast prihoda od prodaje, pri čemu prodajno najveće tržište – Njemačka – bilježi 2,7 postotni rast u CER iznosu, dok Italija i Velika Britanija ostvaruju dinamičnije stope rasta (u funkcionalnoj valuti) od 14,8%, odnosno 11,1% u odnosu na 2009. godinu. Ostvareni rast dolazi na krilima: (i) rasta vlastitih brandova – Multipower, Champ i Multaben te (ii) rasta prodaje privatnih robnih marki. Valja istaknuti kako je makroekonomsko okruženje za gospodarske subjekte na Zapadnoeuropskim tržištima u 2010. godini pokazalo znakove oporavka s 3,6 postotnim rastom njemačkog gospodarstva i oporavkom tržišta rada (stopa nezaposlenosti u 2010. na 7,7% u odnosu na 8,2% u 2009.) te u nešto umjerenijem tonu na tržištima Italije i Velike Britanije s 1,1 postotnim rastom, odnosno 1,4% višim BDP-om na potonjem. Ipak, njemačko tržište još uvijek bilježi tek blaži 0,5 postotni rast osobne potrošnje u 2010. godini te nesklonost stanovništva potrošnji, dok tržište Velike Britanije bilježi rast stope nezaposlenosti od 7,9% u 2010. godini u odnosu na 7,7% u 2009. godini.
- **Ostala tržišta** bilježe snažan rast prihoda od prodaje od 29,7% i time s 311 baznih bodova, uz tržište Slovenije, najviše doprinose rastu ukupnih prihoda od prodaje. Pritom se među brže rastućim tržištima ističu tržišta Rusije i Švicarske, a među asortimanima koja su doprinijela ostvarenom rastu su Multivitamin asortiman i asortiman sportske i aktivne prehrane.

Profil prodaje



- Nakon 2,2 postotnog pada prihoda od prodaje u prvom polugodištu 2010. godine, **vlastiti brandovi** bilježe oporavak u drugom polugodištu 2010. godine od 1,8% u odnosu na isto razdoblje u 2009. godini. Posljedično su na godišnjoj razini vlastiti brandovi ostvarili skromniji pad od 0,2% u odnosu na 2009. godinu, na 934,6 milijuna kuna i time zadržali dominantan udio u ukupnoj prodaji od 41,2%. Pritom pad na godišnjoj razini reflektira nižu prodaju brandova Cedevita i Plidenta koji je pak u većoj mjeri anuliran rastom svih brandova iz divizije Sportska i aktivna prehrana te brendova Multivita i Dietpharm.
- **Eksterni brandovi** zabilježili su 1,0 postotni rast u 2010. godini ponajviše zahvaljujući (i) regionalnoj distribuciji Ferrero asortimana pri čemu su prodajno najznačajniji brandovi iz Ferrero asortimana, Kinder i Nutella, ostvarili oko 30% višu prodaju u 2010. godini te (ii) novim grupama u distribucijskom portfelju poput One2play asortimana u regiji i Rauch asortimana u maloprodaji u Hrvatskoj. Navedeno je pak anuliralo pad prodaje nekih drugih distributivnih grupa no i raskid distribucijskog ugovora s Nestle Purina Pet Care na hrvatskom tržištu tijekom 2009. godine.
- Potaknut rastom privatnih robnih marki u diviziji Sportska i aktivna prehrana, segment **privatnih robnih marki (private label)** bilježi najznačajniji rast u grupnom profilu prodaje od 35%, a shodno tome i 200 baznih bodova viši udio u profilu prodaje od 8,5%.
- **Farmacia** bilježi 5,7% više prihode od prodaje u odnosu na 2009. godinu. Isto toliko iznosi i rast normaliziranih prihoda od prodaje, a koji pak izuzima: (i) ovogodišnje prihode od prodaje konsolidiranih ljekarni/specijaliziranih prodavaonica u sklopu ljekarničkog lanca Dvoržak te (ii) prihode od prodaje 2 ljekarne iz ZU Coner u prvih osam mjeseci 2009. godine.

DINAMIKA PROFITABILNOSTI u 2010. godini

U milijunima kuna	2010	2009	Promjena 10/09
Prodaja	2.268,6	2.199,4	3,1%
EBITDA	220,0	197,0	11,7%
EBITDA bez jednokratnih utjecaja	201,7	189,4	6,5%
EBIT	165,0	153,8	7,2%
EBIT bez jednokratnih utjecaja	146,6	146,2	0,3%
Neto dobit	106,8	97,3	9,7%
Neto dobit bez jednokratnih utjecaja	97,2	89,7	8,4%
<i>Profitne marže</i>			
EBITDA marža	9,7%	9,0%	+74 bps
EBITDA marža bez jednokratnih utjecaja	8,9%	8,6%	+28 bps
EBIT marža	7,3%	7,0%	+28 bps
EBIT marža bez jednokratnih utjecaja	6,5%	6,6%	-19 bps
Neto profitna marža	4,7%	4,4%	+28 bps
Neto marža bez jednokratnih utjecaja	4,3%	4,1%	+21 bps

Ključne odrednice:

- U 2010. godini **dobit prije kamata, poreza i amortizacije (EBITDA)** bilježi 11,7 postotni rast na godišnjoj razini na 220,0 milijuna kuna. Navedeni iznos djelomično odražava utjecaj jednokratnih stavki u 2009. i 2010. godini.
- **Jednokratni utjecaji u 2009. godini** se odnose na:
 - (i) 9,9 milijuna kuna jednokratne dobiti ostvarene pri otkupu manjinskog udjela u Cedeviti od njemačke razvojne banke DEG
 - (ii) 2,2 milijuna kuna jednokratnog troška uslijed preseljenja Nevine proizvodnje na novu proizvodnu lokaciju.
- **Jednokratni utjecaji u 2010. godini** se odnose na:
 - (i) 48,5 milijuna kuna jednokratne dobiti ostvarene prodajom materijalne imovine u Nevi
 - (ii) 52,2 milijuna kuna jednokratnih troškova akvizicije Droga Kolinske
 - (iii) 16,9 milijuna kuna pozitivnih financijskih utjecaja koji se odnose na prihode od deponiranih sredstva dobivenih dokapitalizacijom (trećina ukupnog iznosa) i pozitivne tečajne razlike.
 - (iv) 5,1 milijun kuna dobiti ostvarene kupnjom udjela u kompaniji Kalničke voda Bio Natura (badwill).
- Izuzimanjem jednokratnih utjecaja, **normalizirani EBITDA** bilježi 6,5 postotni rast na 201,7 milijuna kuna čime je ova razina profitabilnosti nadmašila najavljena očekivanja menadžmenta na početku 2010. godine, ponajviše zahvaljujući fokusu na troškovnu optimizaciju. Promatrajući **četvrti kvartal** zasebno, kompanija je ostvarila **1,9% viši EBITDA na normaliziranoj razini**.

- **Normalizirana operativna dobit (EBIT)** bilježi tek blaži rast u 2010. godini od 0,3% na 146,6 milijuna kuna ponajviše uslijed snažnijeg rasta troška amortizacije, a nastavno na pojačane investicije u povećanje proizvodnih kapaciteta u Cedevisu i opremu za proizvodnju Cedevis GO! ostvarene tijekom 2009. godine.
- **Normalizirana neto dobit** raste po stopi od 8,4% na 97,2 milijuna kuna, pri čemu se jednokratne stavke odnose na:
 - (i) 18,4 milijuna kuna koje se odnose na jednokratne stavke s utjecajem iznad EBIT razine
 - (ii) 10,4 milijuna kuna neto financijskih utjecaja (od čega se 11,2 milijuna kuna odnosi na troškove kamata povezanih s financiranjem akvizicije Droga Kolinske te 0,8 milijuna kuna u pozitivnim tečajnim razlikama)
 - (iii) 1,6 milijuna kuna poreznih utjecaja povezanih s gore navedenim jednokratnim stavkama.

Operativna profitabilnost divizija bez jednokratnih utjecaja

U milijunima kuna	2010	2009	Promjena 10/09
Distribucija	29,0	31,2	-7,2%
Zdravlje i njega	74,7	86,8	-13,9%
Sportska i aktivna prehrana	30,1	21,5	39,9%
Pharma	16,9	9,6	74,9%
EBIT	150,7	149,2	1,0%
Nealocirano	4,1	3,0	
Grupni EBIT	146,6	146,2	0,3%

Nešto skromniji rast normalizirane operativne dobiti Atlantic Grupe u 2010. godini reflektira rast profitabilnosti divizija Sportska i aktivna prehrana te Pharma koje su pak uspjele anulirati negativan utjecaj niže profitabilnosti divizija Distribucija i Zdravlje i njega.

- **Divizija Distribucija** bilježi pad normalizirane operativne profitabilnosti od 7,2% godišnje ponajviše uslijed pada prihoda od prodaje te značajnijeg rasta troška marketinga nastavno na aktivnije trade-marketing aktivnosti novih distribucijskih kategorija poput Ferrero programa. S druge strane, divizija istovremeno bilježi niže troškove nabavne vrijednosti prodane robe te smanjenje troškova usluga i ostalih operativnih troškova. Pritom smanjenje potonja dva troška reflektira troškovnu optimizaciju u diviziji u vrijeme negativnih makroekonomskih trendova.
- Unatoč tome što u 2010. godini **divizija Zdravlje i njega** bilježi pad operativne dobiti od 13,9% godišnje na 74,7 milijuna kuna, ista je zadržala najveći udio u operativnoj dobiti Grupe. Valja istaknuti kako operativna dobit od 74,7 milijuna kuna reflektira utjecaj poslovanja akvirirane kompanije Kalničke vode Bio Natura u četvrtom kvartalu od negativnih 2,8 milijuna kuna. Izuzimanjem navedenog utjecaja, divizija Zdravlje i njega zabilježila bi pogoršanje operativne profitabilnosti od 10,7% godišnje ponajviše nastavno na niže prihode od prodaje i više troškove nabavne vrijednosti prodane robe.

- Nakon 81 postotnog rasta u 2008. godini i 34,2 postotnog rasta u 2009. godini, **divizija Sportske i aktivne prehrane** nastavlja s fokusiranim poboljšanjem operativne efikasnosti te tako treću godinu za redom nosi rast operativne dobiti. Posljedično je u 2010. godini divizija Sportske i aktivne prehrane ostvarila 39,9 postotni rast operativne dobiti na 30,1 milijuna kuna na krilima viših prihoda od prodaje te s troškovne strane, nižih ostalih operativnih troškova i troškova usluga.
- Nakon što je u 2009. godini zabilježila pad operativne dobiti od 55,7% ponajviše uvjetovan inicijalnim troškovima otvaranja novih ljekarni/specijaliziranih prodavaonica i procesima restrukturiranja uslijed pokretanja veletrgovačkog poslovanja, u 2010. godini **divizija Pharma** bilježi snažan preokret s 74,9 postotnim rastom operativne dobiti na 16,9 milijuna kuna. Time potonja nosi najdinamičniji porast operativne dobiti među svim divizijama te također ispunjava najavljenja očekivanja menadžmenta.

Struktura operativnih troškova na normaliziranoj razini

U milijunima kuna	2010	% prihoda od prodaje 10	2009	% prihoda od prodaje 09	Promjena 10/09
Nabavna vrijednost prodane robe	1.085,7	47,9%	1.043,9	47,5%	4,0%
Proizvodni materijal i energija i promjene vrijednosti zaliha	293,8	13,0%	272,8	12,4%	7,7%
Usluge	143,9	6,3%	154,4	7,0%	-6,8%
Troškovi osoblja	325,9	14,4%	322,5	14,7%	1,1%
Troškovi marketinga i prodaje	148,7	6,6%	139,4	6,3%	6,7%
Ostali operativni troškovi	95,2	4,2%	100,3	4,6%	-5,2%
Ostali (dobici)/gubici - neto	0,9	0,0%	- 1,0	0,0%	n/p
Ukupni operativni troškovi	2.094,2	92,3%	2.032,4	92,4%	3,0%

Izuzimanjem jednokratnih utjecaja, operativni troškovi bilježe blaži pad udjela u prihodima od prodaje na 92,3% s 92,4% u 2009. godini reflektirajući fokusirano upravljanje troškovima. Pritom:

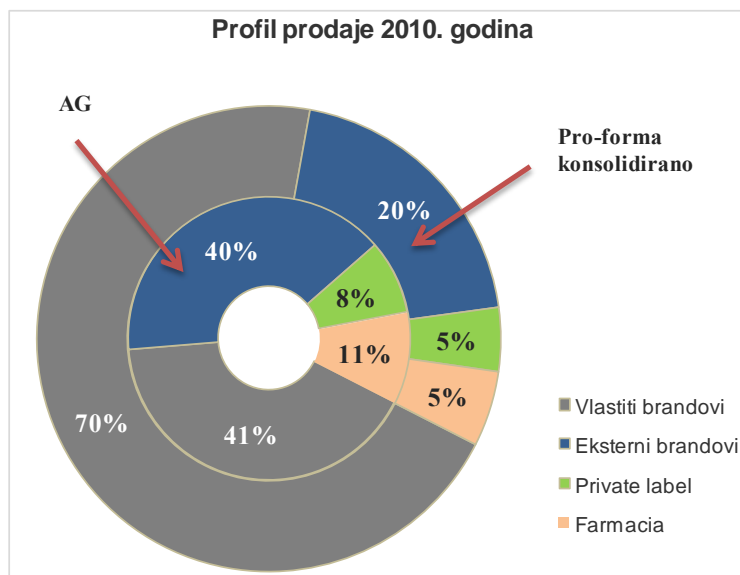
- **Troškovi nabavne vrijednosti prodane robe** – bilježe rast udjela u prihodima od prodaje za 39 baznih bodova na 47,9% ponajviše uslijed promjena u proizvodnom miksu s većim udjelom privatnih robnih marki u ukupnim prihodima od prodaje.
- **Troškovi marketinga i prodaje** – rastu po stopi od 6,7% godišnje, čime su tek blago povećali udio u prihodima od prodaje za 22 bazna boda na 6,6%. Rast istih uvjetovan je višim marketinškim troškovima u divizijama Distribucija i Sportska i aktivna prehrana.
- **Troškovi osoblja** – bilježe skroman rast od 1,1% te time niži udio u ukupnim prihodima od prodaje od 14,4% u odnosu na 14,7% u 2009. godini. Navedeno je u skladu s nepromijenjenim prosječnim brojem zaposlenih (uključujući sezonski utjecaj) u 2010. godini od 1.790 zaposlenih u odnosu na 1.784 zaposlenih (uključujući sezonski utjecaj) u 2009. godini.

OSVRT na PRO-FORMA KONSOLIDIRANE REZULTATE ATLANTIC GRUPE I DROGA KOLINSKE u 2010. godini¹

Ključni pokazatelji (HRKm)	AG	DK	2010
Prihodi	2.301,9	2.282,5	4.584,5
Prodaja	2.268,6	2.244,4	4.513,0
EBITDA	220,0	321,1	541,1
Normalizirani EBITDA	201,7	321,1	522,8
EBIT	165,0	169,2	334,2
Normalizirani EBIT	146,6	169,2	315,8
Neto dobit	106,8	75,6	182,4
Normalizirana neto dobit	97,2	75,6	172,9
<i>Profitne marže</i>			
EBITDA marža	9,7%	14,3%	12,0%
Normalizirana EBITDA marža	8,9%	14,3%	11,6%
EBIT marža	7,3%	7,5%	7,4%
Normalizirana EBIT marža	6,5%	7,5%	7,0%
Neto profitna marža	4,7%	3,4%	4,0%
Normalizirana neto profitna marža	4,3%	3,4%	3,8%

U 2010. godini Atlantic Grupa nije konsolidirala Račun dobiti i gubitka Droga Kolinske, pa pro-forma konsolidacija za 2010. godinu ocrta sljedeće:

- Konsolidirana prodaja bi iznosila 4.513,0 milijuna kuna, što je dvostruko više u odnosu na 2.268,6 milijuna kuna koliko je ostvarila Atlantic Grupa na pojedinačnoj osnovi u 2010. godini.

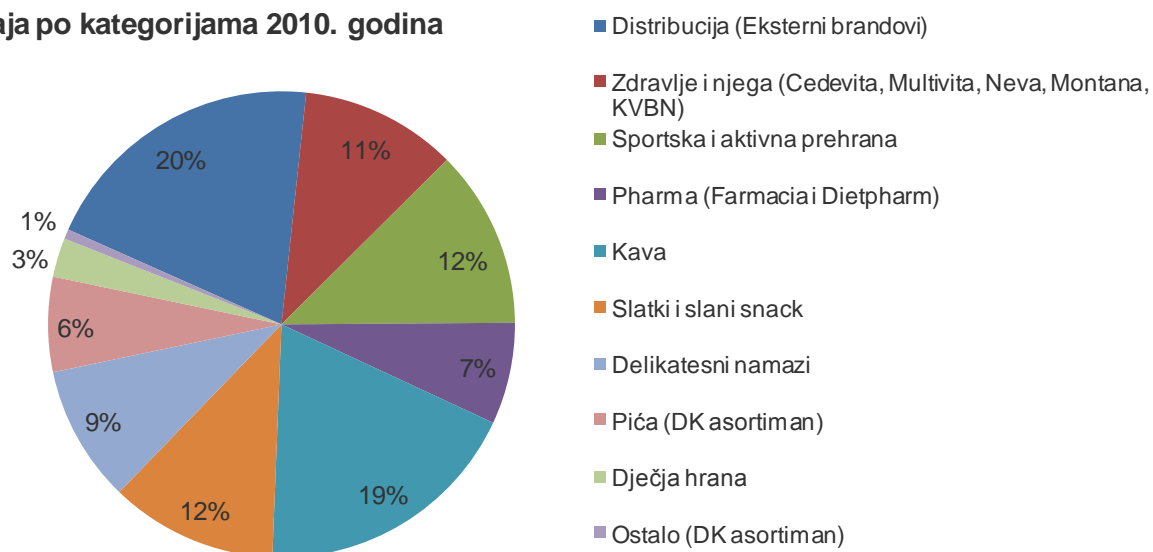


Prodajni mix:

- Prodajni mix bi se značajno promijenio u korist vlastitih brandova čiji bi udjel u ukupnoj prodaji porastao na 70% s 41% koliko je iznosio samo u Atlantic Grupi.
- Udio eksternih brandova bi se prepolovio na 20%, dok bi udio privatnih robnih marki pao na 5% s 8%. Smanjenje udjela eksternih brandova i privatnih robnih marki, odnosno povećanje vlastitih brandova svakako će se pozitivno reflektirati na bruto profitnu maržu kompanije.
- Udio Farmacie bi pak pao na 5% s dosadašnjih 11%.

¹ Pro-forma konsolidacija reflektira jednostavno zbrajanje rezultata dviju kompanija, a ne reflektira stvarne i potencijalne pozitivne i negativne učinke konsolidacije dviju kompanija.

Prodaja po kategorijama 2010. godina



- Profil prodaje po proizvodnim asortimanima se značajno mijenja s pro-forma konsolidacijom pri čemu:
 - ❖ Proizvodni asortiman - Kava – s brandovima Barcaffè i Grand Kafa postaje najveća individualna proizvodna kategorija s 19 postotnim udjelom u pro-forma konsolidiranim prihodima od prodaje.
 - ❖ Proizvodni asortimani - Sportska i aktivna prehrana – s brandovima Multipower, Champ i Multaben te - Slatki i slani snack – s brandovima Smoki, Najlepše želje i Prima postaju druga dva najveća asortimana s 12 postotnim udjelom u pro-forma konsolidiranim prihodima od prodaje, svaki.
 - ❖ Proizvodni asortiman - Zdravlje i njega - s dominantnim brandom Cedevita postaje četvrti najveći asortiman s 11 postotnim udjelom u pro-forma konsolidiranim prihodima od prodaje.
 - ❖ Distribucija koja okuplja isključivo eksterne brandove čini 20% pro-forma konsolidirane prihode.

HRKm	AG		DK		AG+DK	
Hrvatska	1.250,6	55,1%	109,6	4,9%	1.360,1	30,1%
Srbija	130,1	5,7%	943,7	42,0%	1.073,8	23,8%
Slovenija	172,5	7,6%	410,8	18,3%	583,4	12,9%
BiH	79,0	3,5%	323,6	14,4%	402,6	8,9%
Ostalo ex. YU	47,9	2,1%	213,2	9,5%	261,2	5,8%
Njemačka	244,3	10,8%	2,0	0,1%	246,3	5,5%
Velika Britanija	44,5	2,0%	3,8	0,2%	48,3	1,1%
Italija	49,3	2,2%	8,0	0,4%	57,4	1,3%
Rusija i istočna Europa	42,3	1,9%	137,9	6,1%	180,2	4,0%
Ostalo	208,0	9,2%	91,7	4,1%	299,7	6,6%
Ukupna prodaja	2.268,6	100,0%	2.244,4	100,0%	4.513,0	100,0%

- Geografski profil kompanije se značajno mijenja s pro-forma konsolidacijom osiguravajući pritom veću diverzifikaciju geografskog profila kompanije.
 - ❖ **Regija Jugoistočne Europe:** Iako je udio prodaje ove regije u konsolidiranim prihodima od prodaje umjereno povećan na 81,6% u odnosu na 74,1%, koliko ostvaruje Atlantic Grupa na pojedinačnoj osnovi, odnosi među pojedinim državama se bitno mijenjaju i postaju balansiraniji. Pa tako:
 - ❖ Hrvatska zadržava poziciju najvećeg tržišta s 30,1 postotnim udjelom u ukupnoj prodaji, no značajno manje u odnosu na 55,1% kad se promatra Atlantic Grupa na pojedinačnoj osnovi. Time se značajno smanjuje utjecaj ostvarenja na hrvatskom tržištu na cjelokupno ostvarenje kompanije.
 - ❖ Srbija postaje drugo najveće tržište s 23,8 postotnim udjelom u odnosu na 5,7% na pojedinačnoj osnovi.
 - ❖ Slovenija skoro udvostručava svoj udio u konsolidiranim prihodima od prodaje i postaje treće najveće tržište s 12,9 postotnim udjelom.
 - ❖ **Ključna Zapadnoeuropska tržišta:** Udio istih je bitno niži s 7,8% u konsolidiranim prihodima u odnosu na 14,9% koliko iznosi kad se promatra Atlantic Grupa na pojedinačnoj osnovi.
 - ❖ **Regija Istočne Europe:** Udio regije s Rusijom kao dominantnim tržištem dobiva na većem značaju s 4,0 postotnim udjelom u odnosu na 1,9% na pojedinačnoj osnovi. S 180 milijuna kuna prihoda od prodaje kroz proizvodne kategorije uključujući dječju hranu, sportsku i aktivnu prehranu te Multivitin asortiman, tržište Rusije se smatra perspektivnim tržištem s potencijalom daljnjeg razvoja za neke druge proizvodne kategorije.
- **Pro-forma konsolidirana profitabilnost:**
 - ❖ Normalizirana profitabilnost nosi poboljšanje profitnih marži konsolidacijom Droga Kolinske, pri čemu je najizraženije poboljšanje na EBITDA razini s 229 baznih bodova višom profitnom maržom od 11,6% u odnosu na 8,9% na pojedinačnoj osnovi. Navedeno je ponajviše posljedica više bruto profitne marže Droga Kolinske nastavno na proizvodni mix orijentiran na vlastite brandove.
 - ❖ U 2010. godini Droga Kolinska ostvarila je 5,2 postotni rast normalizirane dobiti prije poreza, kamata i amortizacije (EBITDA) u kunama, odnosno 6,0% viši EBITDA u eurima nastavno na, među ostalim, bolje upravljanje rizicima u odnosu na 2009. godinu. Potonje se ponajviše odnosi na pojačano praćenje rizičnosti kupaca narušenih kreditnih profila i praćenje procesa naplate kroz centralni odjel kreditne kontrole te s time povezanim značajnim smanjenjem ispravka vrijednosti potraživanja od kupaca ispod ciljane razine od 1% prodaje.
 - ❖ Operativna dobit Droga Kolinske bez jednokratnih stavki bilježi 18,6 postotni rast u odnosu na 2009. godinu zahvaljujući nižim razinama troška amortizacije.
 - ❖ Neto dobit Droga Kolinske nakon izuzimanja jednokratnih utjecaja viša je 2,9 puta u odnosu na 2009. godinu nastavno na niži neto rashod od financiranja.

FINANCIJSKI POKAZATELJI u 2010. godini

U milijunima kuna	2010	2009
Neto dug	2.467,1	270,6
Ukupna imovina	5.101,1	1.775,3
Vlasnička glavnica i manjinski interesi	1.455,5	757,8
Odnos kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza	1,31	1,66
Odnos neto duga i kapitala	62,9%	26,3%
Pokriće troška kamata*	4,9	6,9
Odnos neto duga i EBITDA*	4,7	1,4
Capex neto od primitaka od prodaje	24,1	44,0
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti**	99,9	110,1

*Bez jednokratnih stavaka; na pro-forma osnovi

** Isključujući utjecaj transakcijskih troškova

Financijska pozicija Atlantic Grupe u 2010. godini bitno se promijenila u odnosu na 2009. godinu, ponajviše reflektirajući akviziciju Droga Kolinske.²

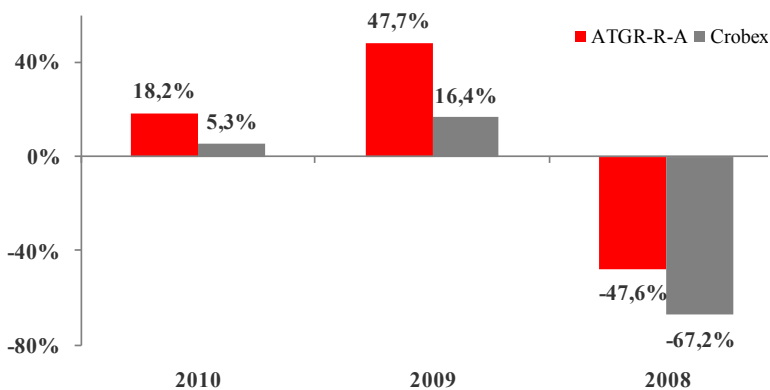
- ❖ Na kraju 2010. godine, bilančne pozicije Atlantic Grupe reflektiraju konsolidirane bilančne pozicije Droga Kolinske.
- ❖ Na kraju 2010. godine, Atlantic Grupa posluje s 2,5 milijarde kuna neto duga koji reflektira: (i) postojeće zaduženje Atlantic Grupe u iznosu od 0,5 milijardi kuna, (ii) postojeće zaduženje Droga Kolinske u iznosu od 1,0 milijardi kuna, (iii) novo zaduženje Atlantic Grupe za financiranje akvizicije Droga Kolinske u ukupnom iznosu od 1,1 milijardi kuna (navedeno zaduženje uključuje senior kredite od Unicredit Grupe i Raiffeisen Grupe te subordinirani kredit od EBRD-a) te (iv) raspoloživa novčana sredstva u iznosu od 237 milijuna kuna.
- ❖ Na kraju 2010. godine, Atlantic Grupa posluje s ukupnim kapitalom od 1.455 milijuna kuna, što je skoro dvostruko više u odnosu na kraj 2009. godine, a reflektira provedenu dokapitalizaciju kompanije u srpnju 2010. godine kojom je ukupno prikupljeno 605 milijuna kuna.
- ❖ Nastavno na provedenu dokapitalizaciju te povećano zaduženje uvjetovano akvizicijom Droga Kolinske, u strukturi pasive Atlantic Grupe: (i) kapital i rezerve sudjeluju s 28,5%, (ii) dugoročne financijske obveze s 39,3%, (iii) kratkoročne financijske obveze s 11,4%, (iv) korporativna obveznica s 2,3%, (v) obveze prema dobavljačima i ostale obveze s 14,0% i (vi) ostale obveze s 4,5%. Pokazatelji zaduženosti uključujući: (i) viši odnos neto duga i normalizirane pro-forma konsolidirane EBITDA od 4,7 puta u odnosu na 1,4 puta u 2009. godini, (ii) niže pokriće pro-forma konsolidiranog troška kamata od 4,9 puta u odnosu na 6,9 puta u 2009. godini te (iii) viši odnos neto duga i kapitala od 62,9% u odnosu na 26,3% na kraju 2009. godine pozivaju na razborito upravljanje dugom te provedbu brze integracije, ostvarenje zacrtanih sinergija i shodno navedenom smanjenje zaduženosti po planiranom vremenskom slijedu.

² Sukladno MSFI, Atlantic Grupa je obvezna napraviti alokaciju kupovne cijene u periodu od 12 mjeseci nakon preuzimanja. Ovisno o rezultatima alokacije, očekuju se promjene na stavkama stečene neto imovine i privremeno utvrđenom goodwillu.

OSTVARENJE NA HRVATSKOM TRŽIŠTU KAPITALA u 2010. godini

Usprkos nepovoljnim trendovima na domaćem tržištu kapitala u 2010. godini, dionica Atlantic Grupe zabilježila je rast od 18,2%. Time je ista i prošle godine nadmašila ostvarenje domaćeg dioničkog indeksa Crobexa od 5,3% te se svrstala u rijetke komponente Crobexa koje su ostvarile dvoznamenkastu stopu rasta cijene. Valja naglasiti kako je ovo već treća godina za redom kako dionica Atlantic Grupe ostvaruje znatno bolje rezultate u odnosu na dionički indeks Zagrebačke burze zahvaljujući ispunjavanju poslovnih i financijskih očekivanja te sustavnoj ekspanziji poslovnog modela. Nadalje, 2010. godina je za dionicu Atlantic Grupe bila uspješna i po pitanju povećanja likvidnosti zahvaljujući među ostalim i angažmanu specijalista početkom prošle godine. Tako je dionica Atlantic Grupe zauzela 9. mjesto među najtrgovanijim dionicama Zagrebačke burze u odnosu na 16. mjesto godinu ranije s povećanim prosječnim dnevnim prometom u 2010. godini od 53,7% u odnosu na 2009. godinu.

Ostvarenje na dioničkom tržištu



Napomena:

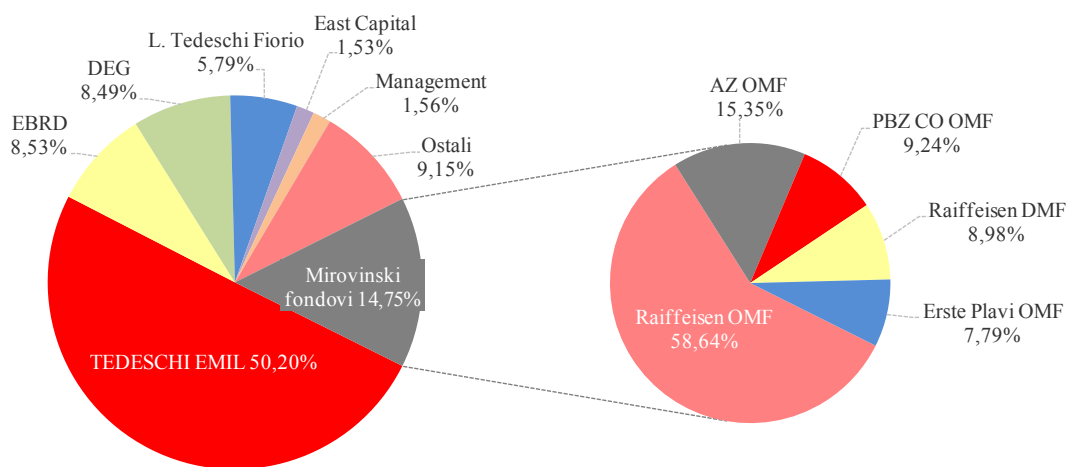
Istaknuti datumi na grafu niže pokazuju:

1. Uvođenje specijalističke trgovine
2. Objavu neobvezujuće ponude za akviziciju Droga Kolinske
3. Objavu potpisivanja ugovora o kupoprodaji Droga Kolinske



Jedan od najznačajnijih događaja za Atlantic Grupu na domaćem tržištu kapitala od javne ponude u studenom 2007. godine je prošlogodišnja dokapitalizacija kompanije, kad je izdavanjem 864.305 novih redovnih dionica prikupljeno 605 milijuna kuna svježeg kapitala. Dokapitalizacijom je u vlasničku strukturu Atlantic Grupe ušla Europska banka za obnovu i razvoj kao drugi najveći dioničar sa 8,53% vlasništva. Nadalje, u dokapitalizaciji su sudjelovala sva četiri domaća obvezna mirovinska fonda i jedan dobrovoljni, njemačka razvojna banka – DEG te jedna od vodećih kompanija u segmentu upravljanja imovinom u regiji Srednjeistočne Europe East Capital.

Stanje na 31.12.2010. godine



Nastavno na provedenu dokapitalizaciju te rast cijene dionice, tržišna kapitalizacija Atlantic Grupe od 2,7 milijardi kuna na kraju 2010. godine viša je za 59,6% u odnosu na godinu ranije. Nadalje, navedeno povećanje rezultiralo je 7. mjestom na ljestvici domaćih kompanija s najvećom tržišnom kapitalizacijom.

Valuacija	2010	2009
Zadnja cijena (od 31/12)	805,0	681,0
Tržišna kapitalizacija (HRK 000)	2.684.112	1.682.091
Prosječni dnevni promet (HRK)	554.827	361.052
EV (HRK 000)	5.214.858	1.985.353
EV/EBITDA*	9,98	10,48
EV/EBIT*	16,51	13,58
EV/prodaja*	1,16	0,90
EPS (HRK)	30,43	31,40
P/E	26,45	21,69

Kalkulirano bez utjecaja izvanrednih stavki

*Pro-forma konsolidirane stavke u 2010. godini

OČEKIVANJA za 2011. godinu

Strateške smjernice menadžmenta Atlantic Grupe za 2011. godinu su sljedeći:

- ❖ Brza i efikasna integracija Droga Kolinske u poslovni sustav Atlantic Grupe na svim razinama (operativnoj i funkcijama podrške) te ostvarivanje zacrtanih sinergijskih potencijala na prodajnoj i troškovnoj strani poslovanja
- ❖ Usmjerenost na organski rast poslovanja kroz inovativnost u proizvodnim kategorijama i jačanje regionalnog karaktera distribucijskog poslovanja
- ❖ Redovno ispunjavanje postojećih financijskih obveza i razborito upravljanje dugom i financijskim troškovima
- ❖ Troškovni menadžment i optimizacija poslovnih procesa na centralnoj razini i na nižim razinama s ciljem poboljšanja operativne efikasnosti
- ❖ Razborito upravljanje likvidnošću poslovanja.

Menadžment smatra da će makroekonomsko okruženje u regiji³ u 2011. godini još uvijek predstavljati izazov za realni sektor s obzirom da se hrvatska ekonomija s očekivanim oporavkom od tek 1,3% istovremeno bori s lošim fundamentima osobne potrošnje, odnosno sporim oporavkom iste uslijed visoke nezaposlenosti i izražene nesigurnosti na tržištu rada, potrošačkog pesimizma te pogoršanih razina raspoloživog dohotka. Dodatno, iako bi regionalne ekonomije trebale zabilježiti nešto brže stope oporavka od hrvatskog gospodarstva s Slovenijom na +2,0% te Srbijom na +3,0% i BiH na +2,2%, sve još uvijek pate od usporenog oporavka osobne potrošnje i kupovne moći stanovništva ponajviše izazvanih nepovoljnim kretanjima na tržištu rada (posebice izraženih u ekonomijama Srbije i BiH) i time povezanom nepovoljnom dinamikom raspoloživog dohotka.

S druge strane, od ključnih zapadnoeuropskih tržišta se očekuje nastavak gospodarskog oporavka, prvenstveno na tržištu Njemačke koje je prvo izašlo iz recesije. Ipak, realni sektor još uvijek ne ohrabruje relativno umjeren oporavak njemačke osobne potrošnje unatoč trendu smanjenja nezaposlenosti i rastu osobnog dohotka. S druge strane, poslovanje gospodarskih subjekata na tržištu Rusije ohrabruje oporavak ruske ekonomije, koji bi očekivano trebao biti snažniji u 2011. godini u odnosu na godinu ranije, a istovremeno popraćen daljnjim oporavkom osobne potrošnje.

Nadalje, menadžment će u 2011. godini značajan fokus staviti na kontinuirano praćenje trendova na globalnom tržištu robu s posebnim naglaskom na najznačajnije sirovine uključujući kavu, šećer, kakaovac, koje su u 2010. godini zabilježile snažan rast.

Shodno svemu navedenom, u 2011. menadžment očekuje da će konsolidirana grupa ostvariti:

- ❖ Nižu jednoznamenkastu stopu rasta prihoda od prodaje
- ❖ Zadržavanje operativne profitabilnosti kompanije na razini ovogodišnjih pro-forma konsolidiranih ostvarenja.

³ MMF, World Economic Outlook Database, travanj 2011. godine

ATLANTIC GRUPA d.d.

**SAŽETI KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI
ZA RAZDOBLJE ZAVRŠENO 31. PROSINCA 2010. (REVIDIRANO)**

ATLANTIC GRUPA d.d.

KONSOLIDIRANI RAČUN DOBITI I GUBITKA

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2010

<i>(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)</i>	2010.	2009.
Prihodi	2.301.945	2.221.815
Nabavna vrijednost prodane trgovačke robe	(1.085.720)	(1.043.938)
Promjena vrijednosti zaliha gotovih proizvoda i proizvodnje u tijeku	9.405	15.835
Troškovi materijala i energije	(303.215)	(288.617)
Troškovi radnika	(325.942)	(322.544)
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje	(148.692)	(139.372)
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	(55.061)	(43.188)
Ostali troškovi poslovanja	(291.850)	(254.750)
Ostali dobiti – neto	64.115	8.600
Dobit iz poslovanja	164.985	153.841
Rashodi od financiranja – neto	(41.938)	(26.904)
Prihod od zajedničkih pothvata	75	150
Dobit prije poreza	123.122	127.087
Porez na dobit	(16.325)	(29.758)
Dobit za godinu	106.797	97.329
Pripada:		
Dioničarima Društva	94.993	85.053
Manjinski udjeli	11.804	12.276
	106.797	97.329
Zarada po dionici od dobiti raspoložive dioničarima Društva u toku godine (u kunama)		
- osnovna	33,84	34,50
- razrijeđena	33,84	34,50

ATLANTIC GRUPA d.d.**KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O SVEOBUHVAATNOJ DOBITI****ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2010.**

(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)

	<u>2010.</u>	<u>2009.</u>
Dobit za godinu	106.797	97.329
Ostala sveobuhvatna dobit:		
Tečajne razlike	213	(1.752)
Zaštita novčanog toka	(2.161)	(1.788)
Ukupno ostala sveobuhvatna dobit	(1.948)	(3.540)
Ukupno sveobuhvatna dobit	104.849	93.789
Pripada:		
Dioničarima Društva	93.088	81.653
Manjinski udjeli	11.761	12.136
Ukupno sveobuhvatna dobit	104.849	93.789

ATLANTIC GRUPA d.d.**KONSOLIDIRANA BILANCA****NA DAN 31. PROSINCA 2010.***(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)*

	2010.	2009.
IMOVINA		
Dugotrajna imovina		
Nekretnine, postrojenja i oprema	1.172.877	296.945
Ulaganja u nekretnine	1.816	-
Nematerijalna imovina	1.858.710	449.414
Financijska imovina raspoloživa za prodaju	36.202	35.041
Ulaganja u zajedničke pothvate	-	179
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	23.736	10.718
Odgodena porezna imovina	52.924	7.485
	3.146.265	799.782
Kratkotrajna imovina		
Zalihe	480.408	233.736
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	1.100.134	512.815
Potraživanja za porez na dobit	17.951	4.128
Depoziti	5.192	143.129
Derivativni financijski instrumenti	7.939	-
Novac i novčani ekvivalenti	231.978	74.580
	1.843.602	968.388
Dugotrajna imovina namijenjena prodaji	111.199	7.154
Ukupno kratkotrajna imovina	1.954.801	975.542
UKUPNO IMOVINA	5.101.066	1.775.324
GLAVNICA I OBVEZE		
Kapital i rezerve od dioničara Društva		
Dionički kapital	133.372	98.800
Kapitalna dobit	883.022	312.784
Vlastite dionice	(112)	(3.180)
Pričuve	(3.980)	(2.075)
Zadržana dobit	379.532	318.858
	1.391.834	725.187
Manjinski udjeli	63.632	32.620
	1.455.466	757.807
Dugoročne obveze		
Obveze po primljenim kreditima	2.006.540	379.240
Odgodena porezna obveza	53.955	45.989
Ostale dugoročne obveze	38.421	-
Rezerviranja	59.745	5.739
	2.158.661	430.968
Kratkoročne obveze		
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	711.751	446.975
Obveze po primljenim kreditima	697.744	109.112
Derivativni financijski instrumenti	35.344	1.846
Tekuća obveza poreza na dobit	16.594	10.626
Rezerviranja	25.506	17.990
	1.486.939	586.549
Ukupno obveze	3.645.600	1.017.517
UKUPNO GLAVNICA I OBVEZE	5.101.066	1.775.324

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O PROMJENI GLAVNICE

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2010.

	Od dioničara Društva			Ukupno	Manjinski udjeli	Ukupno
	Dionički kapital	Pričuve	Zadržana dobit			
<i>(u tisućama kuna)</i>						
Stanje 1. siječnja 2009.	408.200	1.325	252.251	661.776	78.537	740.313
Sveobuhvatna dobit:						
Neto dobit za razdoblje	-	-	85.053	85.053	12.276	97.329
Ostala sveobuhvatna dobit	-	(3.400)	-	(3.400)	(140)	(3.540)
Ukupno sveobuhvatna dobit	-	(3.400)	85.053	81.653	12.136	93.789
Transakcije s vlasnicima						
Otkup od manjinskih dioničara	-	-	-	-	(47.802)	(47.802)
Otkup vlastitih dionica	(1.071)	-	-	(1.071)	-	(1.071)
Isplata s temelja dionica (bilješka 21)	1.275	-	(1.184)	91	-	91
Dividenda za 2008. godinu	-	-	(17.262)	(17.262)	(10.251)	(27.513)
Stanje 31. prosinca 2009.	408.404	(2.075)	318.858	725.187	32.620	757.807
Sveobuhvatna dobit:						
Neto dobit za razdoblje	-	-	94.993	94.993	11.804	106.797
Ostala sveobuhvatna dobit	-	(1.905)	-	(1.905)	(43)	(1.948)
Ukupno sveobuhvatna dobit	-	(1.905)	94.993	93.088	11.761	104.849
Transakcije s vlasnicima						
Primici od izdavanja dionica	605.014	-	-	605.014	-	605.014
Manjinski interesi iz poslovnih kombinacija (bilješka 28)	-	-	-	-	27.185	27.185
Otkup od manjinskih dioničara	-	-	(11.474)	(11.474)	674	(10.800)
Isplata s temelja dionica (bilješka 21)	2.864	-	(1.870)	994	-	994
Dividenda za 2009. godinu	-	-	(20.975)	(20.975)	(8.608)	(29.583)
Stanje 31. prosinca 2010.	1.016.282	(3.980)	379.532	1.391.834	63.632	1.455.466

ATLANTIC GRUPA d.d.**KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O NOVČANOM TOKU****ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2010.***(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)*

	<u>2010.</u>	<u>2009.</u>
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti		
Novac generiran poslovanjem	101.139	167.677
Plaćene kamate	(27.249)	(27.671)
Plaćeni porez na dobit	(25.999)	(29.922)
	<u>47.891</u>	<u>110.084</u>
Novčani tok korišten za ulagačke aktivnosti		
Nabava nekretnina, postrojenja i opreme i nematerijalne imovine	(34.830)	(97.695)
Primici od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme	10.750	5.301
Stjecanje ovisnog društva umanjeno za stečeni novac	(1.695.637)	-
Primici od avansa za prodaju materijalne imovine	-	48.416
Dani predujam za stjecanje podružnica i manjinskog interesa	-	(27.624)
Dani krediti i depoziti	(18.986)	(144.406)
Primici od danih kredita i depozita	144.820	3.496
Primici od dividende	225	164
Primljene kamate	13.025	10.868
	<u>(1.580.633)</u>	<u>(201.480)</u>
Novčani tok iz/(korišten za) financijskih aktivnosti		
Dobici od izdavanja običnih dionica	605.014	-
Otkup vlastitih dionica	-	(1.071)
Obveze po primljenim kreditima	1.194.054	43.197
Otplata obveza po primljenim kreditima	(79.345)	(48.830)
Isplata dividende manjinskim dioničarima	(8.608)	(10.251)
Isplata dividende dioničarima Društva	(20.975)	(17.262)
	<u>1.690.140</u>	<u>(34.217)</u>
Neto povećanje /(smanjenje) novca i novčanih ekvivalenata	<u>157.398</u>	<u>(125.613)</u>
Novac i novčani ekvivalenti na početku godine	74.580	200.193
Novac i novčani ekvivalenti na kraju godine	<u>231.978</u>	<u>74.580</u>



Kontakt:

Atlantic Grupa d.d.
Odnosi s investitorima

+385 1 2413 908
ir@atlanticgrupa.com

ATLANTIC GRUPA d.d., Miramarska 23, 10 000 Zagreb, Hrvatska, tel: +385 (1) 24 13 900, fax: +385 (1) 24 13 901, www.atlantic.hr.

Tvrtka je upisana: Trgovački sud u Zagrebu, MBS: 080245039, MB: 1671910, OIB: 71149912416.

Broj računa: 2484008-1101427897, Raiffeisenbank Austria d.d., Zagreb, Petrinjska 59.

Broj dionica i njihov nominalni iznos: 3.334.300 dionica, svaka nominalnog iznosa 40,00 kn; Temeljni kapital: 133.372.000,00 kuna uplaćen u cijelosti.
Uprava: E. Tedeschi, M. Veber, N. Vranković, Z. Stanković, S. Nakić, Z. Brekalo, M. Petrić, A. Klarica; Predsjednik nadzornog odbora: Z. Adrović.