

ATLANTIC

GRUPA

FINANCIJSKI REZULTATI
U PRVOM POLUGODIŠTU
2019. GODINE
(nerevidirano)

Zagreb, 30. srpnja 2019. godine

KOMENTAR PREDSJEDNIKA UPRAVE	3
KLJUČNI DOGAĐAJI	4
DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE	7
DINAMIKA PROFITABILNOSTI	13
FINANCIJSKI POKAZATELJI	14
OČEKIVANJA	18
KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI	19



Komentirajući finansijska ostvarenja u prvom polugodištu 2019. godine, **Emil Tedeschi**, predsjednik Uprave Atlantic Grupe, istaknuo je:

“Atlantic Grupa nastavlja ostvarivati odlične poslovne rezultate, pri čemu je rast profitabilnosti ponovno nadmašio solidan rast prihoda koji su generirali većina vlastitih i principalskih brendova. Nakon rekordne 2018. godine, u prvom polugodištu 2019. godine zabilježili smo novu povijesno najvišu cijenu dionice, a Skupština društva izglasala je i povijesno najvišu dividendu.

Nakon odličnih rezultata ostvarenih širenjem distribucijskog portfelja prošle godine, novi distribucijski ugovori potpisani početkom godine u Makedoniji potvrđuju kontinuirani fokus na razvoj distribucijskog segmenta kompanije. Istovremeno, Strateško poslovno područje Sportske i aktivne prehrane je u potpunosti dezinvestirano čime smo nastavili s provođenjem svog strateškog programa dezinvestiranja nestrategičkih poslovnih operacija.

Rast prihoda i rast profitabilnosti prati i daljnje smanjenje zaduženosti, što nas dovodi do nižih finansijskih troškova te osigurava predispozicije za budući rast.“



KLJUČNI DOGAĐAJI U PRVOM POLUGODIŠTU 2019. GODINE

NASTAVAK RASTA PRIHODA I PROFITABILNOSTI U PRVOM POLUGODIŠTU

- **PRIHODI** OD PRODAJE U IZNOSU OD 2.574,1 MILIJUNA KUNA
+ 3,5% u odnosu na prvo polugodište 2018. godine
- **DOBIT PRIJE KAMATA, POREZA I AMORTIZACIJE (EBITDA)** OD 398,0 MILIJUNA KUNA, BEZ MSFI 16 NAJMOVI 354,5 MILIJUNA KUNA
+ 19,6% u odnosu na prvo polugodište 2018. godine bez utjecaja MSFI 16 Najmovi (+ 11,2% kada isključimo jednokratne stavke*)
- **DOBIT PRIJE KAMATA I POREZA** OD 275,8 MILIJUNA KUNA (**EBIT**), BEZ MSFI 16 NAJMOVI 272,9 MILIJUNA KUNA
+ 22,4% u odnosu na prvo polugodište 2018. godine bez utjecaja MSFI 16 Najmovi (+ 11,3% kada isključimo jednokratne stavke*)
- **NETO DOBIT** NAKON MANJINSKIH INTERESA OD 213,5 MILIJUNA KUNA, BEZ MSFI 16 NAJMOVI 215,7 MILIJUNA KUNA
+ 28,7% u odnosu na prvo polugodište 2018. godine bez utjecaja MSFI 16 Najmovi (+ 13,9% kada isključimo jednokratne stavke*)

FINANCIJSKI SAŽETAK PRVOG POLUGODIŠTA 2019. GODINE

Ključni pokazatelji	1.-6. 2019.	1.-6. 2019. bez MSFI 16	1.-6. 2018.	1.-6. 2019. bez MSFI 16/ 1.-6. 2018.
Prihod od prodaje (u milijunima kuna)	2,574.1	2,574.1	2,487.9	3.5%
Ukupan prihod (u milijunima kuna)	2,610.0	2,610.0	2,519.0	3.6%
Normalizirana EBITDA marža*	14.5%	12.8%	11.9%	+90 bb
Normalizirana neto dobit nakon MI (u milijunima kuna)	188.7	190.9	167.6	13,9%
Pokazatelj zaduženosti**	30.5%	21.9%	32.9%	-1106 bb

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2019. godinu osim u dijelu implementacije MSFI 16 – Najmovi***

* Neto pozitivan utjecaj jednokratnih stavki u prvom polugodištu 2019. godini iznosi 24,8 milijuna kuna na rezultate, a iskazano je u okviru Ostalih dobitaka-neto, te uključuje dobit ostvarenu dodatnom naplatom vezanom za prodaju tvornica u segmentu sportske i aktivne prehrane.

** Pokazatelj zaduženosti = Neto dug / (Ukupni kapital + Neto dug).

*** Sažeti konsolidirani financijski izvještaji pripremljeni su temeljem istih računovodstvenih politika, prikaza i metoda izračuna koji su se koristili prilikom pripreme godišnjih konsolidiranih financijskih izvještaja Atlantic Grupe na dan 31. prosinca 2018. godine, osim usvojenog novog standarda – MSFI 16 Najmovi koji je na snazi od 1. siječnja 2019. godine.

1. DEZINVESTIRANJE POSLJEDNJEG DIJELA SPORTSKE I AKTIVNE PREHRANE

Početak travnja Atlantic Grupa je s dugogodišnjim partnerom u distribuciji sportske i aktivne prehrane, društvom Genuport Trade GmbH, Hamburg, Njemačka, sklopila ugovor o prodaji društva Tripoint koji uključuje brendove Multipower, Champ i Multaben. Strateško poslovno područje Sportska i aktivna prehrana ostvarilo je u 2018. godini 133,7 milijuna kuna prihoda, odnosno 2,5 posto ukupnih prihoda od prodaje Atlantic Grupe, te 64,3 milijuna kuna gubitka prije kamata, poreza i amortizacije. Atlantic Grupa nastavlja s distribucijom proizvoda iz ovog portfelja na tržištima Hrvatske, Austrije, Italije i Srbije. Navedena transakcija nije imala materijalno značajan utjecaj na konsolidirane rezultate.

Nastavak je to korporativne strategije prodaje ne-strateških poslovnih operacija u okviru koje su već prethodno dezinvestirana proizvodna postrojenja sportske i aktivne prehrane belgijskom Aminolabsu krajem 2017. godine. U prvom polugodištu 2019. godine na osnovu navedene transakcije naplaćeno je dodatnih 24,8 milijuna kuna što je kroz ovo izvješće iskazano kao jednokratna stavka.

Njemačka kompanija Genuport kao dosadašnji distributer brendova Multipower, Champ i Multaben u Njemačkoj s odličnim poznavanjem tržišta je bila logičan izbor za partnera u ovom procesu. Genuport je jedna od vodećih njemačkih distribucijskih kompanija s dugom referentnom listom partnerskih kompanija poput Wandera, Mondeleza, Snyder's Lancea, Weetabixa i mnogih drugih.

2. NOVI LOGISTIČKO-DISTRIBUCIJSKI CENTAR U HRVATSKOJ

Krajem ožujka Atlantic Grupa službeno je otvorila novi, suvremeno opremljeni logističko-distribucijski centar kraj Velike Gorice, kojim osigurava adekvatnu logističku podršku dugoročnom razvoju distribucijskog poslovanja.

Novoizgrađeni objekt objedinjuje ukupne skladišne kapacitete Atlantic Grupe na području Zagreba i središnji je logistički centar za hrvatsko tržište. Investicija u izgradnju i opremanje vrijedna oko 20 milijuna eura realizirana je u suradnji sa strateškim partnerom, tvrtkom Kamgrad, u roku od samo sedam mjeseci. Ono što projekt čini osobito zanimljivim jesu njegove ambicije u području digitalizacije skladišnog poslovanja pa je novi logističko distribucijski centar i pravi poligon za nove tehnologije koje su već ugrađene ili su u procesu implementacije, poput autonomnih logističkih robota.

U prvoj fazi osiguran je skladišni kapacitet od 30.000 paletnih mjesta, a moderan visokoregalni objekt ima i mogućnost dodatnog modularnog širenja u skladu s poslovnim potrebama, čime se osigurava dugoročna održivost i podrška daljnjem razvoju distribucijske djelatnosti.

3. IMPLEMENTACIJA SAP-A U OPERACIJE SDP SRBIJA

Početak 2019. godine ostvaren je uspješan početak rada SAP sustava u Strateškom distribucijskom području Srbija čija je implementacija trajala tijekom većeg dijela 2018. godine. Projekt Implementacija SAP-a, uključujući i aplikaciju za mobilnu prodaju, aplikaciju za upravljanje marketinškim troškovima, Cognos BI rješenja, uz integraciju s postojećim rješenjima za upravljanje skladištem, rutiranjem, upravljanjem fakturama i sustavom upravljanja ljudskim resursima donosi na tržište Srbije brojne inovativne poslovne procese i unapređenja.

U sklopu ovog projekta naglasak je stavljen na unifikaciju poslovnih procesa pa je implementacija izvršena na tržištu Hrvatske korištena kao referentni model.

4. NOVI DISTRIBUCIJSKI UGOVOR

Atlantic Grupa je sredinom ožujka započela suradnju u distribuciji na području Makedonije s Beiersdorffom, globalnim kozmetičkim proizvođačem brendova za osobnu njegu. Portfelj proizvoda koji ulazi u distribucijski asortiman Distribucijskog područja Makedonija, drži vodeće pozicije u kategorijama osobne njege – njege lica, njege tijela, njege usana, univerzalnih krema za njegu kože te kozmetike namijenjene muškarcima. Tako će distribucijski portfelj Atlantic Grupe na makedonskom tržištu biti proširen za globalno poznate brendove Nivea, Labello i Atrix. Ukupna vrijednost očekivane godišnje prodaje je više od 4 milijuna eura. Također, početkom ožujka započeli smo suradnju sa Ficosotom, vodećim bugarskim proizvođačem u segmentu osobne i kućne njege. Ukupna vrijednost očekivane godišnje prodaje također je više od 4 milijuna eura.

Distribucijsko poslovanje važna je poluga razvoja ukupnog poslovanja Atlantic Grupe i strategije kompanije, što potvrđuju i ovi posljednji dogovori o suradnji s Beiersdorffom i Ficosotom. Nakon odličnih rezultata ostvarenih širenjem portfelja suradnjom s Red Bullom u Srbiji, Mars grupom u Hrvatskoj, Hippom u Makedoniji prošle godine, novi distribucijski ugovori na početku 2019. potvrđuje deklariranu strategiju razvoja kompanije.

S Niveom u distribucijskom portfelju, Atlantic Grupa ima 6 među top 10 regionalnih brendova prema Valicon istraživanju.

5. ATLANTIC GRUPA NO.1 POSLODAVAC PARTNER

Selectio, tvrtka specijalizirana za savjetovanje u području upravljanja ljudskim resursima i posredovanju pri zapošljavanju, dodijelila je u lipnju ove godine priznanja za TOP poslodavce koji su ostvarili najviše standarde upravljanja ljudskim potencijalom.

Atlantic Grupa, iako uvijek pri vrhu, ove se godine po prvi puta nalazi na prvom mjestu sa ukupno postignutih 99% bodova u pet područja upravljanja ljudskim potencijalima: Strategija, Rekrutacija i selekcija, Upravljanje učinkom, Usavršavanje i razvoj te Odnosi prema zaposlenicima.

Od ove godine Atlantic je certificirao visoki standard HR praksi na svim tržištima na kojima posluje i time potvrdio konzistentnost dobrih HR praksi na razini cijele Grupe.

6. REKORDNA DIVIDENDA

Prema odluci Glavne skupštine Društva održane 27. lipnja 2019. godine, odobrena je isplata dividende u iznosu od 32 kune po dionici odnosno sveukupno 106.599 tisuće kuna, što predstavlja povijesno najvišu dividendu.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM POLUGODIŠTU 2019. GODINE

PROFIL PRIHODA OD PRODAJE PO STRATEŠKIM POSLOVNIM PODRUČJIMA I STRATEŠKIM DISTRIBUCIJSKIM PODRUČJIMA

(u milijunima kuna)	1.-6. 2019.	1.-6. 2018.	1.-6.2019./ 1.-6.2018.
SPP Kava	532,7	531,2	0,3%
SPP Pića	377,3	364,4	3,5%
SPP Delikatesni namazi	348,5	317,8	9,7%
SPP Slatko i slano	319,0	327,8	(2,7%)
SPP Zdravlje i njega	312,4	312,9	(0,2%)
SPP Sportska i aktivna prehrana	27,8	65,2	(57,3%)
SDP Hrvatska	632,2	565,6	11,8%
SDP Srbija	588,8	587,4	0,2%
SDP Slovenija	444,9	424,4	4,8%
Globalno upravljanje mrežom distributera	183,5	192,4	(4,6%)
Ostali segmenti*	165,7	141,1	17,4%
Usklada**	-1.358,8	-1.342,4	n/p
Prihod od prodaje	2.574,1	2.487,9	3,5%

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2019. godinu.

Atlantic Grupa je u prvom polugodištu 2019. godine ostvarila 2,6 milijardi kuna prihoda od prodaje što predstavlja rast od 3,5% u odnosu na prvo polugodište 2018. godine. Rast prihoda dolazi nastavno na izvrsne prodajne rezultate Strateškog poslovnog područja Delikatesni namazi i Strateškog poslovnog područja Pića, i skoro svih distribucijskih područja. Ukoliko bismo isključili utjecaj prihoda od Strateškog poslovnog područja Sportska i aktivna prehrana, segmenta koji je u potpunosti dezinvestiran početkom travnja ove godine, rast prihoda bi iznosio 5,1%.

Atlantic Grupa prihode od prodaje po poslovnim segmentima prikazuje na način da prihodi od prodaje individualnih Strateških poslovnih područja i Poslovnih područja predstavljaju ukupnu prodaju trećim stranama na tržištima (bilo direktno iz Strateškog poslovnog područja (SPP) ili Poslovnog područja (PP), bilo kroz Strateška distribucijska područja (SDP), Distribucijska područja (DP) i Globalno upravljanje mrežom distributera (GUMD)) dok prihodi od prodaje Strateških distribucijskih područja, Distribucijskih područja i Globalnog upravljanja mrežom distributera obuhvaćaju prodaju proizvoda vanjskih principala kao i prodaju vlastitih proizvoda. Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2019. godinu.

* Ostali Segmenti uključuju DP Austriju, DP Makedoniju te poslovne aktivnosti koje se ne alociraju na poslovna i distributivna područja (upravna sjedišta i službe podrške u Srbiji, Sloveniji, Bosni i Hercegovini i Makedoniji) te su isključeni iz izvještavanih operativnih segmenata.

** Linija "Usklada" odnosi se na prodaju vlastitih brendova koja je uključena i u SPP i PP kojem pripada i u SDP, DP i GUMD kroz koje su proizvodi distribuirani.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM POLUGODIŠTU 2019. GODINE



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE KAVA je gotovo na istim razinama prihoda od prodaje kao i prošle godine. Tržišta Srbije i Makedonije bilježe pad prihoda koji je u potpunosti nadoknađen rastom prihoda od prodaje na tržištima Hrvatske, Slovenije, Bosne i Hercegovine, Crne Gore i Kosova. Gledano po kategorijama, rast ostvaruje svježje mljevena pržena kava kao najznačajnija kategorija te espresso kava koja bilježi dvoznamenkasti rast. Također, dvoznamenkasti rast i dalje ostvaruje instant turska kava Black'n'Easy.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE PIĆA bilježi rast prihoda od prodaje primarno na regionalnim tržištima Hrvatske, Slovenije i Srbije. Rast prihoda ostvarili su recepturno i vizualno osvježena Cockta, vitaminski instant napitak Cedevita te vode pod brendovima Kala i Kalnička. Dvoznamenkasti rast postignut je na zapadnoeuropskim tržištima Njemačke i Austrije s brendovima Cedevita, Cockta i Donat Mg. Brend Cedevita ove godine slavi 50. rođendan te je tim povodom predstavljena nova kampanja kao dio nove kreativne platforme „Okus Generacije CE“ koja je lansirana sredinom ožujka. Cockta je početkom ožujka lansirala novi proizvod pod nazivom Cockta Free vođena činjenicom sve bržeg rasta trenda potrošnje gaziranih pića bez šećera te sve većim trendom zdravijeg načina života.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE DELIKATESNI NAMAZI zabilježilo je značajan rast prihoda kao posljedica izvrsnih poslovnih rezultata na svim regionalnim tržištima (Bosna i Hercegovina, Slovenija, Hrvatska, Srbija, Makedonija, Kosovo i Crna Gora) te zahvaljujući rastu prodaje u Njemačkoj i Austriji. Rast je zabilježio i mesni i riblji segment delikatesnih namaza te povrtni namazi. S obzirom da je od početka 2019. godine segment Gourmet pripojen ovom području, valja istaknuti da kategorije ajvar i džemovi pod brendom Bakina tajna bilježe rast prihoda od prodaje.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE SLATKO I SLANO zabilježilo je pad prihoda od prodaje primarno na tržištima Kosova, Srbije i Hrvatske. Navedeni pad je djelomično nadoknađen rastom na tržištu Bosne i Hercegovine te na tržištu Slovenije. Gledano po kategorijama, u slanom segmentu najveći rast prihoda od prodaje od 6,4% je zabilježen u kategoriji flipsa pod brendom Smoki, dok u slatkom segmentu brand Najlepše želje u kategoriji čokolada bilježi rast od 3,0%. Pad prihoda od prodaje ovog područja primarno je uzrokovan izlaskom iz kategorije čipsa te izostankom prodaje na tržištu Kosova koji je uvjetovan povećanjem carina na uvoz robe iz Srbije. Bez navedenih utjecaja prodaja ovog područja bi imala blagi rast u odnosu na prošlu godinu.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE ZDRAVLJE I NJEGA zabilježilo je blagi pad prihoda prvenstveno na ruskom tržištu kao posljedica pada prihoda od prodaje brenda Multivita te dječje hrane pod brendom Bebi. Navedeni pad prihoda djelomično je nadoknađen rastom prihoda na najznačajnijem tržištu – hrvatskom, zahvaljujući značajnom rastu prihoda ljekarničkog lanca Farmacia te rastu prodaje dodatka prehrani pod brendom Dietpharm. Ukoliko isključimo utjecaj pada prihoda od prodaje dječje hrane, te utjecaj izostanka prodaje Nevinog asortimana u dijelu u kojem ga nismo nastavili distribuirati, prodaja ovog područja je rasla 5,3%.



STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE HRVATSKA dvoznamenkasti rast prodaje ostvarilo je na krilima rasta kako vlastitih, tako i principalskih brendova. Vlastiti brendovi su ostvarili rast u većini kategorija, a prednjače Argeta iz segmenta delikatesnih namaza te Cedevita i Cockta u segmentu pića. Kod principalskih brendova najveći rast ostvario je novi principal Mars te dugogodišnji principal Ferrero. Rast prihoda ostvario je i HoReCa kanal, zahvaljujući redizajnu Cockte, ali i rastu prihoda od prodaje ostalih vlastitih i principalskih brendova.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM POLUGODIŠTU 2019. GODINE



STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SRBIJA ostvarilo je blagi rast prihoda na temelju rasta Cockte iz segmenta pića, Argete iz segmenta delikatesnih namaza, te Smokija i Najlepših želja iz segmenta slatko i slano. Od principalskih brendova, najveći rast dolazi od novog principala Red Bull. HoReCa kanal ostvario je značajan rast prodaje zahvaljujući rastu prihoda od Barcaffè espressa, Cedevite te principala Rauch i Red Bull.

STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SLOVENIJA rast prihoda od prodaje temelji na rastu prihoda od svih kategorija proizvoda, pri čemu se od vlastitih brendova ističu delikatesni namazi pod brendom Argeta, vitaminski instant napitak pod brendom Cedevita, redizajnirana Cockta, te svježe mljevena pržena kava pod brendom Barcaffè. Među principalskim brendovima ističu se Ferrero, Rauch i Hipp. HoReCa segment nastavlja rasti ponajviše zahvaljujući uspjehu redizajnirane Cockte, Cedevite te espresso kave pod brendom Barcaffè.

GLOBALNO UPRAVLJANJE MREŽOM DISTRIBUTERA zabilježilo je pad prodaje prvenstveno na ruskom tržištu uzrokovano padom prihoda od prodaje dječje hrane pod brendom Bebi te padom prodaje na tržištu Kosova koji je uvjetovan povećanjem carina na uvoz robe iz Srbije. Navedeni pad prihoda je djelomično nadoknađen rastom prodaje na tržištima Njemačke, Australije i Francuske.

OSTALI SEGMENTI bilježe rast prihoda u oba segmenta; u distribucijskom području Makedonija i u distribucijskom području Austrija.

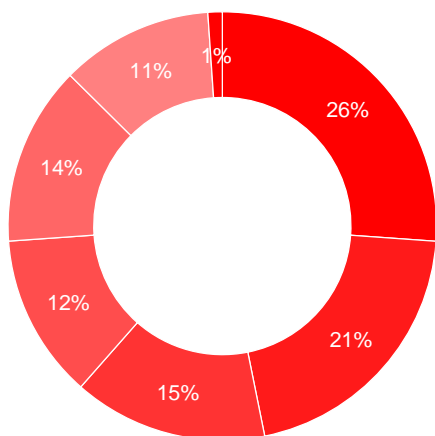
Dvoznamenkasti rast prihoda DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE MAKEDONIJA zahvaljuje rastu prihoda novih principalskih brendova, osobito Hipp i Beiersdorf te rastu vlastitih brendova pri čemu se ističu Cedevita u segmentu pića, Argeta u kategoriji delikatesnih namaza i Smoki u kategoriji flipsa. HoReCa kanal ostvario je rast prihoda zahvaljujući rastu prodaje Barcaffè espressa kave, Cedevite te principala Ferrero.

DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE AUSTRIJA bilježi rast prihoda ponajprije zbog rasta vlastitih brendova, prvenstveno rasta Cedevite, Donat Mg i Cockte u segmentu pića, te Argete u segmentu delikatesnih namaza.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM POLUGODIŠTU 2019. GODINE

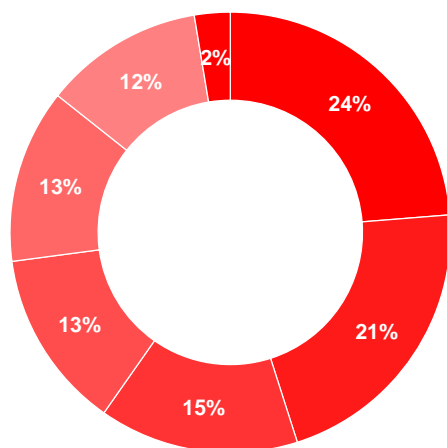
PREGLED PRIHODA OD PRODAJE PO SEGMENTIMA

1.-6. 2019.



- Principalski brendovi 26,1%
- Kava 20,7%
- Pića 14,7%
- Slatko i slano 12,4%
- Delikatesni namazi 13,5%
- Zdravlje i njega 11,5%
- Sportska i aktivna prehrana 1,1%

1.-6. 2018.



- Principalski brendovi 23,7%
- Kava 21,4%
- Pića 14,6%
- Slatko i slano 13,2%
- Delikatesni namazi 12,8%
- Zdravlje i njega 11,7%
- Sportska i aktivna prehrana 2,6%

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM POLUGODIŠTU 2019. GODINE

PREGLED PRIHODA OD PRODAJE PO TRŽIŠTIMA

(u milijunima kuna)	1.-6. 2019.	% prihoda od prodaje	1.-6. 2018.	% prihoda od prodaje	1.-6.2019./1.-6.2018.
Hrvatska	883,4	34,3%	796,7	32,0%	10,9%
Srbija	600,8	23,3%	597,4	24,0%	0,6%
Slovenija	445,6	17,3%	424,8	17,1%	4,9%
Bosna i Hercegovina	214,4	8,3%	209,0	8,4%	2,6%
Ostala tržišta regije*	190,1	7,4%	170,2	6,8%	11,7%
Ključna europska tržišta**	125,8	4,9%	148,2	6,0%	(15,1%)
Rusija i ZND	68,2	2,6%	83,4	3,4%	(18,3%)
Ostala tržišta	45,9	1,8%	58,2	2,3%	(21,2%)
Prihod od prodaje	2.574,1	100,0%	2.487,9	100,0%	3,5%

*Ostala tržišta regije: Makedonija, Crna Gora, Kosovo

**Ključna europska tržišta: Njemačka, Švicarska, Austrija, Švedska

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2019. godinu

Rast prihoda od čak 10,9% na TRŽIŠTU HRVATSKE ostvaren je nastavno na rast prihoda od: (i) vlastitih brendova pri čemu su najveći rast ostvarili brendovi Cockta i Cedevita u segmentu pića, Argeta u segmentu delikatesnih namaza te Dietpharm u segmentu zdravlje i njega (ii) ljekarničkog lanca Farmacia, te (iii) vanjskih principala od kojih su najveći rast iskazali Ferrero, Asahi, Philips te novi principal Mars.

TRŽIŠTE SRBIJE zabilježilo je blagi rast prihoda ponajprije zahvaljujući rastu vlastitih brendova: (i) Cockte u segmentu pića, (ii) Argete u segmentu delikatesnih namaza, (iii) Najlepših želja i Smokija u segmentu slatko i slano, čime je nadoknađen blagi pad prodaje svježe mljevene pržene kave pod brendovima Grand kafa i Bonito. Od principalskih brendova rast dolazi od novog principala Red Bull.

TRŽIŠTE SLOVENIJE ostvarilo je rast prihoda od 4,9% nastavno na rast prihoda: (i) svježe mljevene pržene kave pod brendom Barcaffé, (ii) Cedevite i Cockte u kategoriji pića, (iii) Argete u kategoriji delikatesnih namaza, (iv) Smokija u kategoriji slatko i slano te (v) principalskih brendova Ferrero i Rauch.

Na TRŽIŠTU BOSNE I HERCEGOVINE rast prihoda od 2,6% ostvaren je zahvaljujući rastu prodaje: (i) delikatesnih namaza pod brendom Argeta, (ii) čokolada pod brendom Najlepše želje i flipsa pod brendom Smoki iz asortimana slatko i slano, (iii) svježe mljevene pržene kave pod brendom Grand kafa te (iv) brenda Dietpharm u segmentu zdravlje i njega.

Rast prihoda od 11,7% na OSTALIM TRŽIŠTIMA REGIJE ostvaren je zahvaljujući rastu prihoda na tržištu Makedonije čime je nadoknađen pad na tržištu Kosova primarno uvjetovan značajnim povećanjem carina na uvoz robe iz Srbije i Bosne i Hercegovine na Kosovo. Ukoliko isključimo utjecaj prodaje proizvoda iz segmenta slatko i slano na tržištu Kosova, Ostala tržišta regije bi bilježila rast od 14,5%.

Do pada prodaje na KLJUČNIM EUROPSKIM TRŽIŠTIMA dolazi primarno zbog pada prodaje na tržištu Njemačke kao posljedica dezinvestiranja Strateškog poslovnog područja Sportska i aktivna prehrana. Ukoliko bismo isključili prodaju brendova iz Strateškog poslovnog područja Sportska i aktivna prehrana te prodaju principalskih brendova na tržištu Njemačke, ključna europska tržišta bi bilježila rast od 6,5%. Tržište Austrije bilježi rast prvenstveno zbog rasta prodaje u segmentu delikatesnih namaza pod brendom Argeta te Cockte u segmentu pića.

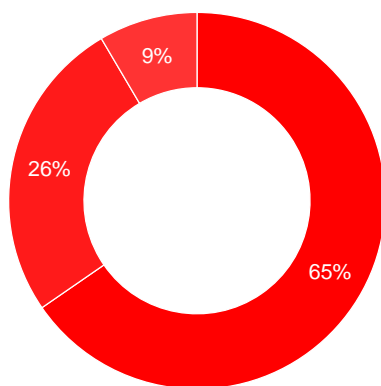
DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM POLUGODIŠTU 2019. GODINE

Pad prihoda na TRŽIŠTU RUSIJE I ZAJEDNICE NEOVISNIH DRŽAVA prvenstveno je uzrokovan padom prihoda od prodaje brenda Multivita te dječje hrane pod brendom Bebi, koji je djelomično nadoknađen rastom prihoda od delicatessnih namaza pod brendom Argeta.

OSTALA TRŽIŠTA bilježe pad prihoda uslijed pada prodaje u segmentu sportske i aktivne prehrane kao posljedica dezinvestiranja istoimenog segmenta. Delicatessni namazi pod brendom Argeta bilježe rast na većini ostalih tržišta.

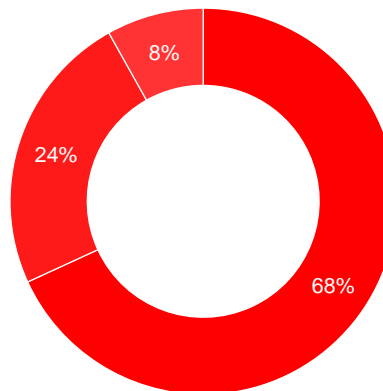
PROFIL PRIHODA OD PRODAJE PO PROIZVODNIM KATEGORIJAMA

1.-6.2019.



- Vlastiti brendovi 65,4%
- Principalski brendovi 26,1%
- Farmacia 8,5%

1.-6.2018.



- Vlastiti brendovi 68,1%
- Principalski brendovi 23,7%
- Farmacia 8,1%

VLASTITI BRENDOVI su u prvom polugodištu 2019. godine ostvarili blagi pad prihoda primarno kao posljedica dezinvestiranja segmenta Sportska i aktivna prehrana. Ukoliko isključimo prodaju brendova iz segmenta Sportska i aktivna prehrana, vlastiti brendovi bi ostvarili rast prihoda od 1,5%. Rastu su najviše doprinijeli: (i) Argeta u segmentu delicatessnih namaza, (ii) Cockta i Cedevita u segmentu pića, (iii) Barcaffa i Grand kafa u segmentu kave, (iv) Smoki i Najlepše želje u segmentu slatko i slano te (v) Dietpharm u segmentu zdravlje i njega.

PRINCIPALSKI BRENDOVI su ostvarili značajan rast prihoda od 13,9% te su time ostvarili 672,6 milijuna kuna prihoda od prodaje. Rast je u najvećoj mjeri ostvaren rastom prihoda od prodaje principala Ferrero, Hipp, Asahi i Rauch te novim principalima uključujući Mars u Hrvatskoj, Red Bull u Srbiji te Hipp i Beiersdorf u Makedoniji.

Ljekarnički lanac FARMACIA ostvario je prihode u visini od 218,3 milijuna kuna što predstavlja rast od 7,9% zahvaljujući rastu prodaje postojećih Farmacia lokacija. U prvom polugodištu 2019. godine otvorene su dvije nove prodajne lokacije te danas Farmacia broji 87 ljekarni i specijaliziranih prodavaonica.

DINAMIKA PROFITABILNOSTI U PRVOM POLUGODIŠTU 2019. GODINE

DINAMIKA PROFITABILNOSTI

(u milijunima kuna)	1.-6. 2019.	1.-6. 2019. bez MSFI 16	1.-6.2018.	1.-6. 2019. bez MSFI 16/ 1.-6. 2018.
Prihod od prodaje	2.574,1	2.574,1	2.487,9	3,5%
EBITDA	398,0	354,5	296,4	19,6%
Normalizirana EBITDA*	373,2	329,7	296,4	11,2%
EBIT	275,8	272,9	222,9	22,4%
Normalizirani EBIT*	251,0	248,1	222,9	11,3%
Neto dobit nakon MI	213,5	215,7	167,6	28,7%
Normalizirana Neto dobit nakon MI*	188,7	190,9	167,6	13,9%
Profitne marže				
EBITDA marža	15,5%	13,8%	11,9%	+186bb
Normalizirana EBITDA marža*	14,5%	12,8%	11,9%	+90bb
EBIT marža	10,7%	10,6%	9,0%	+164bb
Normalizirana EBIT marža*	9,8%	9,6%	9,0%	+68bb
Neto profitna marža	8,3%	8,4%	6,7%	+164bb
Normalizirana Neto profitna marža*	7,3%	7,4%	6,7%	+68 bp

Atlantic Grupa je u prvom polugodištu 2019. godine ostvarila **EBITDA** u iznosu od 398,0 milijuna kuna, odnosno 354,5 milijuna kuna bez utjecaja novog standarda – MSFI 16 Najmovi, što predstavlja usporedivi rast od 19,6% u odnosu na isto razdoblje prošle godine. EBITDA bez utjecaja novog standarda – MSFI 16 Najmovi te normalizirana za jednokratne stavke iznosi 329,7 milijuna kuna što predstavlja rast od 11,2%. Na rast normalizirane EBITDA najveći utjecaj je imao dezinvestiranje neprofitabilnog segmenta Sportska i aktivna prehrana te rast prodaje u strateškim poslovnim područjima Pića i Delikatesni namazi te većine distribucijskih područja, a unatoč rastu troškova trgovačke robe i proizvodnih materijala, usluga i troškova osoblja. Atlantic Grupa bilježi rast normalizirane neto dobiti od 13,9% uslijed nižih troškova kamata, a nastavno na kontinuirano razduživanje kompanije.

Sažeti konsolidirani financijski izvještaji pripremljeni su temeljem istih računovodstvenih politika, prikaza i metoda izračuna koji su se koristili prilikom pripreme godišnjih konsolidiranih financijskih izvještaja Atlantic Grupe na dan 31. prosinca 2018. godine, osim usvojenog novog standarda – MSFI 16 Najmovi koji je na snazi od 1. siječnja 2019. godine.

Grupa je primijenila pojednostavljeni prijelazni pristup tranzicije te nije prepravila usporedne iznose za godinu prije prvog usvajanja. Pravo na korištenje imovine koje se odnosi na najam prostora vrednuje se na način kao da su se nova pravila primjenjivala oduvijek. Pravo na korištenje imovine koje se odnosi na najam ostale imovine vrednuje se u visini obveze za najam nakon usvajanja standarda (usklađeno za sve unaprijed plaćene ili obračunate troškove najma).

* Neto pozitivan utjecaj jednokratnih stavki u prvom polugodištu 2019. godini iznosi 24,8 milijuna kuna na rezultate, a iskazano je u okviru Ostalih dobitaka-neto, te uključuje dobit ostvarenu dodatnom naplatom vezanom za prodaju tvornica u segmentu sportske i aktivne prehrane.

FINANCIJSKI POKAZATELJI U PRVOM POLUGODIŠTU 2019. GODINE

STRUKTURA OPERATIVNIH TROŠKOVA

(u milijunima kuna)	1.-6. 2019.	1.-6. 2019. bez MSFI 16	% prihoda od prodaje	1.-6.2018.	% prihoda od prodaje	1.-6. 2019. bez MSFI 16/ 1.-6. 2018.
Nabavna vrijednost prodane robe	694,5	694,5	27,0%	653,2	26,3%	6,3%
Promjene vrijednosti zaliha	-35,5	-35,5	(1,4%)	-2,5	(0,1%)	n/a
Proizvodni materijal	717,2	717,2	27,9%	688,6	27,7%	4,1%
Energija	31,8	31,8	1,2%	28,3	1,1%	12,2%
Usluge	157,6	201,1	6,1%	192,1	7,7%	4,7%
Troškovi osoblja	422,4	422,4	16,4%	406,7	16,3%	3,9%
Troškovi marketinga i prodaje	167,5	167,5	6,5%	165,8	6,7%	1,0%
Ostali operativni troškovi	89,6	89,6	3,5%	89,9	3,6%	(0,3%)
Ostali (dobici)/gubici - neto	-33,1	-33,1	(1,3%)	0,5	0,0%	(7319,9%)
Amortizacija	122,1	81,6	4,7%	73,4	3,0%	11,1%
Ukupni operativni troškovi	2.334,1	2.337,1	90,7%	2.296,0	92,3%	1,7%

Rast troškova nabavne vrijednosti prodane robe od 6,3% posljedica je više prodaje principalskih brendova.

Pad troškova proizvodnih materijala gledano zajedno s promjenom vrijednosti zaliha uslijed dezinvestiranja nestratiških poslovnih područja (Neva i Strateško poslovno područje Sportska i aktivna prehrana) te manje prosječne cijene proizvodnih materijala, primarno kave. Troškovi energije rastu zbog veće proizvodnje vlastitih brendova.

Troškovi usluga bez primjene MSFI 16 viši su uslijed viših transportnih i logističkih troškova, kao posljedica veće prodaje te većih troškova održavanja IT opreme i sustava nastavno na veća ulaganja u IT infrastrukturu i digitalne tehnologije.

Troškovi osoblja su porasli zbog većeg broja zaposlenih kao rezultat većeg opsega poslovanja preuzimanjem novih principala te viših varijabilnih isplata nastavno na rast prodaje. Dana 30. lipnja 2019. Atlantic Grupa zapošljava 5.644 osoba, što je 29 osoba više nego na kraju istog razdoblja prošle godine.

Marketinški troškovi su blago viši primarno uslijed većih ulaganja u marketing u segmentima pića, kave, delikatesnih namaza i slatko i slano.

Ostali operativni troškovi bilježe blagi pad primarno zbog manjih ispravaka vrijednosti potraživanja od kupaca i zaliha.

Ostali (dobici)/gubici – neto: Većinom se odnosi na opisanu jednokratnu stavku te na pozitivne tečajne razlike.

FINANCIJSKI POKAZATELJI U PRVOM POLUGODIŠTU 2019. GODINE

OPERATIVNI REZULTAT STRATEŠKIH POSLOVNIH PODRUČJA I STRATEŠKIH DISTRIBUCIJSKIH PODRUČJA

(u milijunima kuna)	1.-6. 2019.	1.-6. 2019. bez MSFI 16	1.-6.2018.	1.-6. 2019. bez MSFI 16/ 1.-6. 2018.
SPP Kava	126,6	125,7	114,3	10,0%
SPP Pića	99,8	98,8	91,5	7,9%
SPP Slatko i slano	61,5	60,6	70,3	(13,7%)
SPP Zdravlje i njega	26,0	17,0	15,4	10,5%
SPP Delikatesni namazi	81,4	80,8	72,6	11,4%
SPP Sportska i aktivna prehrana	(7,8)	(7,8)	(23,9)	67,4%
SDP Srbija	16,9	8,8	11,6	(23,7%)
SDP Hrvatska	34,1	22,1	18,2	21,0%
SDP Slovenija	26,7	23,2	20,3	14,1%
Globalno upravljanje mrežom distributera	6,9	6,8	10,3	(33,9%)
Ostali segmenti*	(74,0)	(81,6)	(104,2)	21,7%
Grupna EBITDA	398,0	354,5	296,4	19,6%

STRATEŠKA POSLOVNA PODRUČJA: Strateško poslovno područje Kava ostvarilo je bolju profitabilnost na temelju nižih cijena proizvodnih materijala, odnosno nižih cijena sirove kave te povoljnijeg utjecaja tečaja dolara unatoč višim ulaganjima u marketinške aktivnosti. Strateško poslovno područje Pića rast dobiti ostvaruje na temelju rasta prihoda te povoljnije bruto profitne marže. Strateško poslovno područje Slatko i slano bilježi pad profitabilnosti nastavno na nižu prodaju i veća ulaganja u marketing te veće troškove osoblja kao posljedica povećanja zakonski minimalne plaće u Srbiji. Strateško poslovno područje Zdravlje i njega bilježi rast profitabilnosti zbog veće prodaje ljekarničkog lanca Farmacia te veće prodaje Dietpharma. Strateško poslovno područje Delikatesni namazi ostvarilo je značajan rast profitabilnosti zahvaljujući rastu prihoda te povoljnijoj bruto marži unatoč višim troškovima marketinga i troškovima osoblja.

STRATEŠKA DISTRIBUCIJSKA PODRUČJA I DISTRIBUCIJSKA PODRUČJA: Do pada profitabilnosti SDP Srbija dolazi zbog većih troškova osoblja (povećanje zakonskog minimuma i novi zaposleni kao rezultat širenja distribucijskog portfelja) te većih troškova transporta. SDP Hrvatska i SDP Slovenija bilježe rast profitabilnosti zbog većih prihoda od prodaje i povoljnije bruto profitne marže unatoč rastu troškova zaposlenih. Globalno upravljanje mrežom distributera bilježi pad profitabilnosti nastavno na nižu prodaju i profitabilnost dječje hrane pod brendom Bebi na ruskom tržištu.

OSTALI SEGMENTI: DP Makedonija ostvarilo je nižu profitabilnost zbog viših troškova zaposlenih i usluga kao rezultat širenja distribucijskog portfelja, dok je DP Austrija ostvarilo višu profitabilnost zbog manjih transportnih troškova i povoljnije bruto profitne marže, a centralne funkcije bilježe pozitivan rezultat primarno zbog prethodno objašnjениh jednokratnih stavki.

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2019. godinu.

* Ostali segmenti uključuju DP Makedonija, DP Austrija, te poslovne aktivnosti koje se ne alociraju na poslovna i distributivna područja (upravna sjedišta i službe podrške u Srbiji, Sloveniji, Bosni i Hercegovini i Makedoniji) te su isključeni iz izvještanih operativnih segmenata.

FINANCIJSKI POKAZATELJI U PRVOM POLUGODIŠTU 2019. GODINE

FINANCIJSKI POKAZATELJI

(u milijunima kuna)	30.6.2019	31.12.2018
Neto dug	699,4	862,9
Ukupna imovina	5.148,6	4.935,3
Ukupno kapital i rezerve	2.497,2	2.398,4
Odnos kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza	1,36	1,44
Odnos neto duga i kapitala uvećanog za neto dug	21,9%	26,5%
Neto dug/EBITDA 12M	1,2	1,5
(u milijunima kuna)	1.-6. 2019.	1.-6. 2018.
Pokriće troška kamata	27,3	10,8
Kapitalna ulaganja	110,8	99,7
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti	212,7	124,6

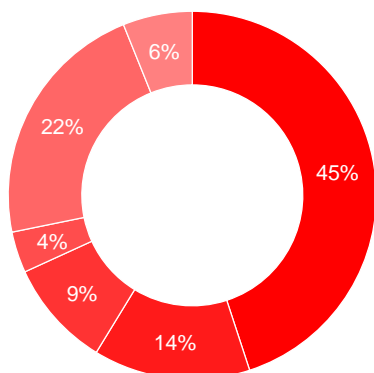
12M = Pokazatelj za posljednjih 12 mjeseci

* Stavke bilance i financijski pokazatelji su zbog praktičnosti i usporedivosti računati bez primjene MSFI 16 Najmovi. Utjecaj MSFI 16 Najmovi na financijske pokazatelje će biti prikazan krajem 2019. godine.

Među ključnim odrednicama financijske pozicije Atlantic Grupe u prvom polugodištu 2019. godini važno je istaknuti sljedeće:

- Zahvaljujući smanjenju neto duga od 163,5 milijuna kuna u odnosu na kraj 2018. godine, odnos neto duga i kapitala uvećanog za neto dug niži je za čak 458 baznih bodova.
- Zaduženost mjerena odnosom neto duga i normalizirane EBITDA spustila se s 1,5 na kraju 2018. godine na 1,2 na kraju prvog polugodišta 2019. godine.
- Istovremeno je pokriće troška kamata s normaliziranom EBITDA u usporednom razdoblju naraslo s 10,8 puta u 2018. godini na 27,2 puta.
- Uz kontinuirano poboljšanje financijske pozicije Grupe, stabilnost poslovanja najviše se očituje u povećanju novčanog toka iz poslovnih aktivnosti od 88,1 milijuna kuna na 212,7 milijun kuna u prvom polugodištu 2019. godine.

STRUKTURA PASIVE BILANCE ATLANTIC GRUPE NA DAN 30. LIPNJA 2019. GODINE (S PRIMJENOM MSFI 16 NAJMOVI)



- Ukupni kapital i rezerve 45,0%
- Dugoročne financijske obveze 13,8%
- Kratkoročne financijske obveze 9,4%
- Obveznica 3,6%
- Dobavljači i ostale obveze 22,1%
- Ostale obveze 6,1%

PREGLED KLJUČNIH STAVKI U KONSOLIDIRANOM IZVJEŠTAJU O NOVČANOM TOKU

Do rasta novčanog toka iz poslovnih aktivnosti u prvom polugodištu 2019. godine u odnosu na isto razdoblje prošle godine došlo je zbog poboljšane profitabilnosti i nižih troškova financiranja.

Kapitalna ulaganja u prvom polugodištu 2019. godine prvenstveno se odnose na ulaganja u proizvodnu opremu poslovnih područja u cilju povećanja efikasnosti proizvodnih procesa, razvoj novih proizvoda te razvoj IT infrastrukture, poslovnih sistema i aplikacija.

Od značajnih investicija ističu se:

- SPP SLATKO I SLANO: ulaganje u liniju pakiranja Smoki i ulaganje u liniju za proizvodnju Bananice;
- SPP KAVA: ulaganje u proizvodnu opremu radi povećanja efikasnosti proizvodnje (kameni mlinovi, zamjena pržionika);
- SPP PIĆA: ulaganje u proizvodnu opremu radi povećanja efikasnosti (reparacija puhalica boca Rogaška) i ulaganje u novu liniju HoReCa pakiranja Cedevita (povećanje kapaciteta)
- SDP HRVATSKA: ulaganje u novi logističko-distribucijski centar;
- IT: ulaganje u infrastrukturu, digitalne tehnologije i implementaciju poslovnih aplikacija te zamjenu opreme.

KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI ZA PRVO POLUGODIŠTE 2019. GODINE



STRATEŠKE SMJERNICE MENADŽMENTA ATLANTIC GRUPE ZA 2019. GODINU

U 2019. godini menadžment će se fokusirati na (i) jačanje pozicije prepoznatljivih regionalnih brendova, (ii) internacionalizaciju pojedinih brendova, (iii) razvoj distribucijskog poslovanja jačanjem postojećih i akvizicijama novih principala te (iv) nastavak dezinvestiranja ne-strateških poslovnih operacija koja nemaju potencijal značajnijeg rasta.

U 2019. godini menadžment Atlantic Grupe očekuje niže prosječne cijene sirove kave na globalnim tržištima roba na koje će djelomično negativno utjecati tečaj EUR/USD, zbog kupnje navedene sirovine u dolarskoj valuti.

U 2019. godini očekujemo plaćanja vezana uz kapitalne investicije u iznosu od oko 230 milijuna kuna.

Utjecaji dezinvestiranja ne-strateških poslovnih operacija, kao niti potencijalne akvizicije, nisu uključeni u navedena očekivanja, izuzev onih koja su već realizirana od početka 2019. godine.

Sukladno navedenom, očekivanja menadžmenta za 2019. godinu su korigirana za utjecaj dezinvestiranog Strateškog poslovnog područja Sportska i aktivna prehrana:

(u milijunima kuna)	2019. plan	2018.*	2019./2018
Prodaja	5.300	5.256	0,8%
EBITDA	630	566	11,3%
EBIT	445	386	15,3%
Trošak kamata (kredit i obveznica)	30	38	(21,1%)

Normalizirano u 2018. godini.

Plan za 2019. godinu usporediv je s podacima za 2018. godinu te ne uključuje primjenu novog MSFI 16 Najmovi, kao ni jednokratne stavke realizirane u prvom polugodištu.

ATLANTIC GRUPA d.d.

**SAŽETI KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI ZA
ŠESTOMJESEČNO RAZDOBLJE ZAVRŠENO 30. LIPNJA 2019.
(NEREVIDIRANO)**

ATLANTIC GRUPA d.d.
KONSOLIDIRANI RAČUN DOBITI I GUBITKA

u tisućama kuna, nerevidirano	Sij. - Lip. 2019.	Sij. - Lip. 2018.	Indeks	Tra. - Lip. 2019.	Tra. - Lip. 2018.	Indeks
Ukupan prihod	2.609.961	2.518.963	103,6	1.396.929	1.364.686	102,4
Prihodi od ugovora s kupcima	2.574.075	2.487.930	103,5	1.373.191	1.345.194	102,1
Ostali prihodi	35.886	31.033	115,6	23.738	19.492	121,8
Poslovni rashodi	(2.211.981)	(2.222.584)	99,5	(1.160.720)	(1.189.578)	97,6
Nabavna vrijednost prodane robe	(694.542)	(653.175)	106,3	(356.734)	(345.455)	103,3
Promjena vrijednosti zaliha	35.521	2.481	1.431,7	(879)	(1.267)	69,4
Proizvodni materijal i energija	(748.998)	(716.986)	104,5	(386.303)	(386.884)	99,8
Usluge	(157.633)	(192.085)	82,1	(85.249)	(100.077)	85,2
Troškovi osoblja	(422.362)	(406.663)	103,9	(214.130)	(208.543)	102,7
Troškovi marketinga i prodaje	(167.489)	(165.809)	101,0	(94.323)	(104.750)	90,0
Ostali troškovi	(89.605)	(89.888)	99,7	(51.287)	(42.906)	119,5
Ostali dobiti - neto	33.127	(459)	n/p	28.185	304	9.271,4
Dobit iz poslovanja prije amortizacije	397.980	296.379	134,3	236.209	175.108	134,9
Amortizacija i umanjenje vrijednosti dugotrajne imovine	(122.148)	(73.441)	166,3	(65.513)	(36.742)	178,3
Dobit iz poslovanja	275.832	222.938	123,7	170.696	138.366	123,4
Rashodi od financiranja - neto	(15.937)	(17.064)	93,4	(6.986)	(8.891)	78,6
Dobit prije poreza	259.895	205.874	126,2	163.710	129.475	126,4
Porez na dobit	(46.483)	(38.105)	122,0	(31.018)	(23.363)	132,8
Neto dobit	213.412	167.769	127,2	132.692	106.112	125,0
Pripada:						
Manjinskim udjelima	(129)	179	n/p	14	79	17,7
Dioničarima Društva	213.541	167.590	127,4	132.678	106.033	125,1
Zarada po dionici od dobiti raspoložive dioničarima Društva u toku razdoblja						
- osnovna	64,07	50,29		39,82	31,82	
- razrijeđena	64,07	50,29		39,82	31,82	

ATLANTIC GRUPA d.d.**KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O OSTALOJ SVEOBUHVAATNOJ DOBITI**

u tisućama kuna, nerevidirano	Sij.-Lip. 2019.	Sij.-Lip. 2018.	Indeks	Tra.-Lip. 2019.	Tra.-Lip. 2018.	Indeks
Neto dobit	213.412	167.769	127,2	132.692	106.112	125,0
Zaštita novčanog toka	(1.896)	8.572	n/p	(5.485)	8.284	n/p
Tečajne razlike	(4.715)	(35.959)	13,1	(3.933)	(12.830)	30,7
Ukupno sveobuhvatna dobit	206.801	140.382	147,3	123.274	101.566	121,4
Pripada:						
Manjinskim udjelima	(146)	113	n/p	(2)	54	n/p
Dioničarima Društva	<u>206.947</u>	<u>140.269</u>	<u>147,5</u>	<u>123.276</u>	<u>101.512</u>	<u>121,4</u>
Ukupno sveobuhvatna dobit	206.801	140.382	147,3	123.274	101.566	121,4

ATLANTIC GRUPA d.d.**KONSOLIDIRANA BILANCA**

u tisućama kuna, nerevidirano	30. lipnja 2019.	31. prosinca 2018.
IMOVINA		
Dugotrajna imovina		
Nekretnine, postrojenja i oprema	948.898	966.860
Pravo na korištenje imovine	379.269	-
Ulaganje u nekretnine	305	1.152
Nematerijalna imovina	1.695.053	1.706.820
Odgođena porezna imovina	35.176	31.943
Financijska imovina kroz ostalu sveobuhvatnu dobit	1.025	1.027
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	51.934	52.168
	3.111.660	2.759.970
Kratkotrajna imovina		
Zalihe	631.658	493.910
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	1.349.502	1.247.478
Potraživanja za porez na dobit	35.869	13.052
Derivativni financijski instrumenti	-	1.689
Novac i novčani ekvivalenti	393.558	413.663
	2.410.587	2.169.792
Dugotrajna imovina namijenjena prodaji	5.583	5.583
Ukupno kratkotrajna imovina	2.416.170	2.175.375
UKUPNO IMOVINA	5.527.830	4.935.345
KAPITAL I OBVEZE		
Kapital i rezerve pripisane dioničarima Društva		
Dionički kapital	133.372	133.372
Kapitalna dobit	881.275	881.275
Vlastite dionice	(3.695)	(92)
Pričuve	(95.284)	(81.628)
Zadržana dobit	1.565.725	1.461.644
	2.481.393	2.394.571
Manjinski interesi	3.723	3.869
Ukupno kapital	2.485.116	2.398.440
Dugoročne obveze		
Obveze po primljenim kreditima	651.195	805.882
Obveze po najmovima	310.287	-
Odgođena porezna obveza	158.703	160.437
Ostale dugoročne obveze	2.396	2.656
Rezerviranja	62.903	58.761
	1.185.484	1.027.736
Kratkoročne obveze		
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	1.221.970	926.188
Obveze po primljenim kreditima	442.024	472.386
Obveze po najmovima	80.099	-
Derivativni financijski instrumenti	678	-
Tekuća obveza poreza na dobit	31.725	10.174
Rezerviranja	80.734	100.421
	1.857.230	1.509.169
Ukupne obveze	3.042.714	2.536.905
UKUPNO KAPITAL I OBVEZE	5.527.830	4.935.345

ATLANTIC GRUPA d.d.
KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O PROMJENI GLAVNICE

<i>u tisućama kuna, nerevidirano</i>	Od dioničara Društva				Manjinski udjeli	Ukupno
	Dionički kapital	Pričuve	Zadržana dobit	Ukupno		
Stanje 1. siječnja 2018.	1.012.947	(52.428)	1.285.668	2.246.187	3.663	2.249.850
Sveobuhvatna dobit:						
Neto dobit	-	-	167.590	167.590	179	167.769
Zaštita novčanog toka	-	8.572	-	8.572	-	8.572
Ostali sveobuhvatni gubitak	-	(35.893)	-	(35.893)	(66)	(35.959)
Ukupno sveobuhvatna dobit	-	(27.321)	167.590	140.269	113	140.382
Transakcije s vlasnicima:						
Otkup vlastitih dionica	(1.936)	-	-	(1.936)	-	(1.936)
Isplata s temelja dionica	2.957	-	-	2.957	-	2.957
Dividenda za 2017. godinu	-	-	(66.674)	(66.674)	-	(66.674)
Stanje 30. lipnja 2018.	1.013.968	(79.749)	1.386.584	2.320.803	3.776	2.324.579
Stanje 31. prosinca 2018.	1.014.555	(81.628)	1.461.644	2.394.571	3.869	2.398.440
Prilagodba na početnu primjenu MSFI 16	-	(9.923)	-	(9.923)	-	(9.923)
Stanje 1. siječnja 2019.	1.014.555	(91.551)	1.461.644	2.384.648	3.869	2.388.517
Sveobuhvatna dobit:						
Neto dobit	-	-	213.541	213.541	(129)	213.412
Zaštita novčanog toka	-	(1.896)	-	(1.896)	-	(1.896)
Ostali sveobuhvatni gubitak	-	(4.698)	-	(4.698)	(17)	(4.715)
Ukupno sveobuhvatna dobit	-	(6.594)	213.541	206.947	(146)	206.801
Transakcije s vlasnicima:						
Otkup vlastitih dionica	(10.800)	-	-	(10.800)	-	(10.800)
Isplata s temelja dionica	7.197	-	-	7.197	-	7.197
Dividenda za 2018. godinu	-	-	(106.599)	(106.599)	-	(106.599)
Prijenos	-	2.861	(2.861)	-	-	-
Stanje 30. lipnja 2019.	1.010.952	(95.284)	1.565.725	2.481.393	3.723	2.485.116

ATLANTIC GRUPA d.d.

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O NOVČANOM TOKU

u tisućama kuna, nerevidirano	Siječanj - Lipanj 2019.	Siječanj - Lipanj 2018.
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti		
Neto dobit	213.412	167.769
Porez na dobit	46.483	38.105
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	122.148	73.441
Gubitak / (Dobit) od prodaje podružnice	120	(1.647)
Dobit od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme	(1.320)	(372)
Ispravak vrijednosti kratkotrajne imovine	9.678	15.236
Tečajne razlike, neto	(1.208)	(24.492)
Smanjenje rezerviranja za rizike i troškove	(13.381)	(17.985)
Dobici od svođenja na fer vrijednost financijske imovine	(2.657)	(307)
Plaćanja temeljem dionica	7.197	2.957
Prihodi od kamata	(423)	(990)
Rashodi od kamata	17.144	27.447
Ostale nenovčane promjene, neto	(1.621)	(215)
Promjene u radnom kapitalu:		
Povećanje zaliha	(156.549)	(63.186)
Povećanje kratkoročnih potraživanja	(183.682)	(37.185)
Povećanje kratkoročnih obveza	264.101	28.370
Novac generiran poslovanjem	319.442	206.946
Plaćene kamate	(17.298)	(34.730)
Plaćeni porez	(51.295)	(47.643)
	250.849	124.573
Novčani tok korišten za investicijske aktivnosti		
Nabava nekretnina, postrojenja i opreme i nematerijalne imovine	(110.839)	(99.744)
Primici od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme i dugotrajne imovine namijenjene prodaji	2.319	704
Primici od prodaje podružnica	64.499	9.027
Dani depoziti i krediti	(1.147)	(18.352)
Primici od danih kredita i depozita	5.072	2.528
Primljene kamate	423	990
	(39.673)	(104.847)
Novčani tok korišten za financijske aktivnosti		
Otkup vlastitih dionica	(10.800)	(1.936)
Primici od primljenih kredita, neto od plaćenih naknada	3.095	-
Otplata primljenih kredita	(185.456)	(125.619)
Otplata zajmova	(38.120)	-
	(231.281)	(127.555)
Neto smanjenje novca i novčanih ekvivalenata	(20.105)	(107.829)
Novac i novčani ekvivalenti na početku razdoblja	413.663	497.079
Novac i novčani ekvivalenti na kraju razdoblja	393.558	389.250

BILJEŠKA 1 - OPĆI PODACI

Atlantic Grupa d.d. (Društvo) osnovano je u Republici Hrvatskoj. Osnovne aktivnosti Društva i njegovih ovisnih društava (Grupa) opisane su u Bilješci 3.

Sažete konsolidirane izvještaje za šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja 2019. odobrila je Uprava Društva u Zagrebu 29. srpnja 2019. godine.

Sažeti konsolidirani izvještaji nisu revidirani.

BILJEŠKA 2 - OSNOVA SASTAVLJANJA I RAČUNOVODSTVENE POLITIKE

2.1. OSNOVA SASTAVLJANJA

Sažeti konsolidirani financijski izvještaji Grupe za šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja 2019. sastavljeni su sukladno Međunarodnom računovodstvenom standardu 34 – Financijsko izvještavanje u toku godine.

Sažeti konsolidirani izvještaji ne uključuju sve podatke i objave koji su obvezni za godišnje konsolidirane financijske izvještaje te ih se treba čitati zajedno s godišnjim konsolidiranim financijskim izvještajima Grupe na dan 31. prosinca 2018. godine.

2.2. ZNAČAJNE RAČUNOVODSTVENE POLITIKE

Sažeti konsolidirani financijski izvještaji pripremljeni su temeljem istih računovodstvenih politika, prikaza i metoda izračuna koji su se koristili prilikom pripreme godišnjih konsolidiranih financijskih izvještaja Atlantic Grupe na dan 31. prosinca 2018. godine, osim usvojenog novog standarda – MSFI 16 *Najmovi* koji je na snazi od 1. siječnja 2019. godine.

Grupa je primijenila pojednostavljeni prijelazni pristup tranzicije te nije prepravila usporedne iznose za godinu prije prvog usvajanja. Pravo na korištenje imovine koje se odnosi na najam prostora vrednuje se na način kao da su se nova pravila primjenjivala oduvijek. Pravo na korištenje imovine koje se odnosi na najam ostale imovine vrednuje se u visini obveze za najam nakon usvajanja standarda (usklađeno za sve unaprijed plaćene ili obračunate troškove najma).

Grupa koristi predloženo izuzeće u standardu o ugovorima o najmu za koje se uvjeti najma završavaju u roku od 12 mjeseci od datuma početne prijave te za ugovore o najmu za koje je predmetna imovina male vrijednosti. Grupa ima najmove određene uredske opreme (npr. opremu za fotokopiranje) koji se smatraju ugovorima o najmu imovine s malom vrijednošću.

**BILJEŠKA 2 - OSNOVA SASTAVLJANJA I RAČUNOVODSTVENE POLITIKE
(nastavak)**

2.2. ZNAČAJNE RAČUNOVODSTVENE POLITIKE (nastavak)

Učinci primjene MSFI 16 za šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja 2019. su kako slijedi:

(u tisućama kuna)

Sij. - Lip. 2019.

Povećanje troška amortizacije	(40.559)
Smanjenje troška najamnina	43.486
Operativna dobit	2.927
Povećanje financijskih rashoda	(5.049)
Neto dobit	(2.122)
Pravo na korištenje imovine	379.269
Kapital i rezerve	11.117
Obveze za najam	(390.386)

BILJEŠKA 3 - INFORMACIJE O SEGMENTIMA

Model poslovanja Grupe organiziran je kroz šest strateških poslovnih područja. Od 1. siječnja 2019. godine poslovno područje Gourmet pripojeno je strateškom poslovnom području Delikatesni namazi. Poslovi distribucije organizirani su na način da pokriju pet najvećih tržišta – Hrvatska, Srbija, Slovenija, Makedonija, Austrija te je dodatno osnovan odjel Globalnog upravljanja mrežom distributera, koji pokriva tržišta kojima se dominantno upravlja putem distribucijskih partnera.



OPERATIVNO POSLOVANJE	
POSLOVNA PODRUČJA	DISTRIBUCIJSKA PODRUČJA
SPP KAVA	SDP HRVATSKA
SPP SPORTSKA I AKTIVNA PREHRANA	SDP SRBIJA
SPP PIČA	SDP SLOVENIJA
SPP SLATKO I SLANO	DP MAKEDONIJA
SPP ZDRAVLJE I NJEGA	DP AUSTRIJA
SPP DELIKATESNI NAMAZI	GLOBALNO UPRAVLJANJE MREŽOM DISTRIBUTERA

SPP – Strateško poslovno područje
 SDP – Strateško distribucijsko područje
 DP – Distribucijsko područje

Strateško poslovno vijeće odgovorno je za strateška i operativna pitanja. Zbog efikasnijeg upravljanja pojedinačnim poslovnim i distribucijskim područjima, organizacijska područja ujedinjavaju zajedno slične poslovne aktivnosti ili proizvode, zajednička tržišta ili kanale prodaje.

BILJEŠKA 3 - INFORMACIJE O SEGMENTIMA (nastavak)

Zbog činjenice da DP Makedonija i DP Austrija ne prelaze prag materijalnosti, koji zahtijeva MSFI 8 za izvještajne segmente, oni se iskazuju unutar pozicije „Ostali segmenti“. Pozicija „Ostali segmenti“ sastoji se također i od poslovnih aktivnosti koje se ne alociraju na prethodno spomenuta poslovna i distributivna područja (upravna sjedišta i službe podrške u Srbiji, Sloveniji, Bosni i Hercegovini i Makedoniji) te su isključena iz izvještavanih operativnih segmenata.

Strateško poslovno vijeće prati poslovne rezultate segmenata zasebno u svrhu donošenja odluka o alokaciji resursa i ocjeni poslovanja. Ocjenjivanje uspjeha operativnih segmenata temeljeno je na prihodima od prodaje te na dobiti ili gubitku iz poslovanja. Na razini Grupe upravlja se prihodima i rashodima od financiranja i porezom na dobit te oni nisu alocirani po operativnim segmentima.

Prodaja individualnih poslovnih područja predstavlja ukupnu prodaju trećim stranama na tržištima (bilo direktno iz poslovnih područja, bilo kroz distribucijska područja). Prodaja distribucijskih područja obuhvaća prodaju proizvoda vanjskih principala kao i prodaju vlastitih proizvoda. Ovo duplo prikazivanje prodaje vlastitih proizvoda eliminira se u liniji „Usklada“. U svrhu izračuna operativne dobiti segmenata, prodaja između operativnih segmenata vrši se pod uobičajenim komercijalnim uvjetima koji bi bili primjenjivi i na nepovezane treće stranke.

Prihodi od prodaje* <i>(u tisućama kuna)</i>	Sij. - Lip. 2019.	Sij. - Lip. 2018.
SPP Kava	532.739	531.200
SPP Pića	377.284	364.365
SPP Delikatesni namazi	348.510	317.780
SPP Slatko i slano	319.003	327.750
SPP Zdravlje i njega	312.416	312.927
SPP Sportska i aktivna prehrana	27.840	65.229
SDP Hrvatska	632.186	565.646
SDP Srbija	588.811	587.406
SDP Slovenija	444.903	424.416
Globalno upravljanje mrežom distributera	183.496	192.439
Ostali segmenti	165.717	141.142
Usklada	(1.358.830)	(1.342.370)
Ukupno	2.574.075	2.487.930

* Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2019. godinu

BILJEŠKA 3 - INFORMACIJE O SEGMENTIMA (nastavak)

Poslovni rezultati	EBITDA*	
	Sij. - Lip. 2019.	Sij. - Lip. 2018.
<i>(u tisućama kuna)</i>		
SPP Kava	126.593	114.305
SPP Pića	99.792	91.530
SPP Delikatesni namazi	81.410	72.557
SPP Slatko i slano	61.550	70.255
SPP Zdravlje i njega	25.962	15.401
SPP Sportska i aktivna prehrana	(7.790)	(23.890)
SDP Hrvatska	34.061	18.244
SDP Slovenija	26.709	20.347
SDP Srbija	16.881	11.605
Globalno upravljanje mrežom distributera	6.860	10.265
Ostali segmenti	(74.048)	(104.240)
Ukupno	397.980	296.379

Poslovni rezultati bez utjecaja MSFI 16	EBITDA	
	Sij. - Lip. 2019.	Sij. - Lip. 2018.
<i>(u tisućama kuna)</i>		
SPP Kava	125.694	114.305
SPP Pića	98.752	91.530
SPP Delikatesni namazi	80.835	72.557
SPP Slatko i slano	60.616	70.255
SPP Zdravlje i njega	17.025	15.401
SPP Sportska i aktivna prehrana	(7.790)	(23.890)
SDP Hrvatska	22.080	18.244
SDP Slovenija	23.216	20.347
SDP Srbija	8.849	11.605
Globalno upravljanje mrežom distributera	6.788	10.265
Ostali segmenti	(81.571)	(104.240)
Ukupno	354.494	296.379

* Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2019. godinu

BILJEŠKA 4 – ZARADA PO DIONICI

Osnovna zarada po dionici

	<u>2019.</u>	<u>2018.</u>
Neto dobit dioničarima (<i>u tisućama kuna</i>)	213.541	167.590
Prosječno ponderirani broj dionica	3.332.752	3.332.591
Osnovna zarada po dionici (<i>u kunama</i>)	64,07	50,29

Osnovna zarada po dionici izračunava se na način da se neto dobit Grupe podijeli s ponderiranim prosječnim brojem redovnih dionica koje su izdane u toku razdoblja, koji ne uključuje prosječan broj redovnih dionica koje je Društvo kupilo i koje drži kao vlastite dionice.

Razrijeđena zarada po dionici

Razrijeđena zarada po dionici jednaka je osnovnoj zaradi po dionici budući da nije bilo konvertibilnih razrijeđivih potencijalnih redovnih dionica.

BILJEŠKA 5 – DUGOTRAJNA MATERIJALNA I NEMATERIJALNA IMOVINA

Tijekom šestomjesečnog razdoblja završenog 30. lipnja 2019. godine, Grupa je nabavila nekretnina, postrojenja i opreme te nematerijalne imovine u vrijednosti od 57.066 tisuća kuna (2018.: 51.552 tisuća kuna).

BILJEŠKA 6 – ZALIHE

Tijekom šestomjesečnog razdoblja završenog 30. lipnja 2019. godine, Grupa je iskazala vrijednosno usklađenje zaliha u iznosu od 7.570 tisuća kuna (2018.: 9.029 tisuća kuna) uslijed oštećenja i kratkog roka trajanja. Ovaj trošak uključen je u ostale troškove poslovanja.

BILJEŠKA 7 – ISPLATA DIVIDENDE

Prema odluci Glavne skupštine Društva održane 27. lipnja 2019. godine, odobrena je isplata dividende u iznosu od 32 kune po dionici odnosno sveukupno 106.599 tisuće kuna. Isplata dividende realizirana je u srpnju 2019. te je na dan 30. lipnja 2019. godine obveza za dividendu iskazana u bilanci unutar pozicije „Obveze prema dobavljačima i ostale obveze“.

BILJEŠKA 8 – ODNOSI S POVEZANIM STRANKAMA

Poslovne transakcije s povezanim strankama koje se odnose na stanja u bilanci na dan 30. lipnja 2019. godine i 31. prosinca 2018. godine i stavke računa dobiti i gubitka za šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja su kako slijedi:

<i>(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)</i>	<u>30. lipnja 2019.</u>	<u>31. prosinca 2018.</u>
POTRAŽIVANJA		
Kratkoročna potraživanja		
Ostale povezane stranke	116.748	83.033
OBVEZE		
Obveze prema dobavljačima		
Ostale povezane stranke	1.857	1.833
	<u>Sij. - Lip. 2019.</u>	<u>Sij. - Lip. 2018.</u>
PRIHODI		
Prihodi od prodaje robe		
Ostale povezane stranke	258.001	254.351
Ostali prihodi		
Ostale povezane stranke	580	562
RASHODI		
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje		
Ostale povezane stranke	2.035	1.174
Ostali troškovi		
Ostale povezane stranke	1.062	1.403
Neto rashodi od financiranja		
Dioničari	-	7.219

BILJEŠKA 9 – PRODAJA PODRUŽNICA

Atlantic Grupa je početkom travnja 2019. godine s dugogodišnjim partnerom u distribuciji sportske i aktivne prehrane, njemačkim Genuportom, sklopila ugovor o prodaji poslovnog područja sportske i funkcionalne prehrane koja uključuje marke *Multipower*, *Champ* i *Multaben*. Time je nastavljena korporativna strategija dezinvestiranja ne-strateških poslovnih operacija u okviru koje su već prethodno dezinvestirana proizvodna postrojenja sportske i aktivne prehrane belgijskom Aminolabsu. Prodajna cijena je u potpunosti naplaćena do kraja lipnja 2019. godine. Grupa je je ostvarila neto negativan rezultat od 120 tisuća kuna.

Primljena naknada za prodaju podružnice
(u tisućama kuna)

Novac	12.608
Sadašnja vrijednost prodane neto imovine	(8.524)
Troškovi transakcije	(4.204)
Gubitak od prodaje podružnice	(120)

Sadašnja vrijednost neto imovine prodane podružnice na dan
1. travnja 2019.
(u tisućama kuna)

Nekretnine, postrojenja i oprema	867
Nematerijalna imovina	426
Zalihe	11.230
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	15.457
Novac i novčani ekvivalenti	4.103
Rezerviranja	(2.164)
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	(21.395)
	8.524

Novčani tok od prodaje podružnice
(u tisućama kuna)

Primljena naknada u novcu	12.608
Novac u prodanoj podružnici	(4.103)
Primici od prodaje podružnice, neto	8.505

Tijekom 2019. godine Grupa je naplatila i 55.994 tisuća kuna potraživanja po osnovi prodaje proizvodnih postrojenja u 2017. godini. Od navedenog iznosa, 31.195 tisuća kuna na dan 31. prosinca 2018. godine bilo je iskazano kao potraživanje dok je preostalih 24.799 tisuća kuna iskazano kao dobit tekućeg razdoblja.

Atlantic Grupa d.d.
Miramarska 23
Zagreb

Matični broj: 1671910

Zagreb, 29. srpnja 2019. godine

Na temelju članka 407. do 410. Zakona o tržištu kapitala (Narodne novine 88/08, 146/08 i 74/09) predsjednik Uprave Društva Atlantic Grupa d.d., Miramarska 23, Zagreb daje

IZJAVU POSLOVODSTVA O ODGOVORNOSTI

Konsolidirani i zasebni financijski izvještaji Atlantic Grupe d.d. sastavljeni su u skladu s Međunarodnim računovodstvenim standardima financijskog izvještavanja (MSFI) te hrvatskim Zakonom o računovodstvu.

Konsolidirani financijski izvještaji za razdoblje od 01. siječnja 2019. godine do 30. lipnja 2019. godine daju cjelovit i istinit prikaz imovine i obveza, dobitaka i gubitaka, financijskog položaja i poslovanja Društva.

Izvešće posloводства za razdoblje okončano 30. lipnja 2019. godine sadrži istinit i vjeran prikaz razvoja i rezultata poslovanja Društva uz opis najznačajnijih rizika i neizvjesnosti kojima je Društvo izloženo.

Predsjednik Uprave



Emil Tedeschi



Kontakt:

Atlantic Grupa d.d.
Miramarska 23
10 000 Zagreb
Hrvatska

Tel: +385 1 2413 322

E-mail: ir@atlanticgrupa.com

ATLANTIC GRUPA d.d.

dioničko društvo za unutarnju i vanjsku trgovinu
Miramarska 23, 10000 Zagreb, Hrvatska
tel: +385 (1) 24 13 900
fax: +385 (1) 24 13 901

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 od 133.372.000,00 kuna uplaćen je u cijelosti.

Uprava: Emil Tedeschi, Neven Vranković, Zoran Stanković
Predsjednik Nadzornog odbora: Zdenko Adrović



www.atlanticgrupa.com