

ATLANTIC

GRUPA

FINANCIJSKI REZULTATI
U 2017. GODINI
(revidirano)

Zagreb, 29. ožujka 2018. godine

KOMENTAR PREDSJEDNIKA UPRAVE	3
KLJUČNI DOGAĐAJI U 2017. GODINI	4
DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE	7
DINAMIKA PROFITABILNOSTI	14
FINANCIJSKI POKAZATELJI	18
TRŽIŠTE KAPITALA	20
OČEKIVANJA ZA 2018. GODINU	22
KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI	24



Komentirajući finansijska ostvarenja i ključne poslovne događaje koji su obilježili 2017. godinu, **Emil Tedeschi**, predsjednik Uprave Atlantic Grupe, istaknuo je:

„Protekla je godina bila i izazovna i iznimno uspješna za Atlantic Grupu. Rasli smo gotovo beziznimno po svim stavkama i kriterijima, i ne jedino u brojkama. Kompanija je ojačala vlastite brendove i distribuciju, dezinvestiranjem najvećeg dijela proizvodnje za treće strane osnažen je fokus na brendove te su pokrenute brojne aktivnosti za efikasniji pristup zapadnoeuropskim tržištima, a s jednim od naših najinternacionalnijih brendova iskoračili smo i na perspektivno američko tržište.

Naš uspjeh prepoznaje i stručna javnost pa je Atlantic i u 2017. primio nagradu Zagrebačke burze za transparentnost i kvalitetu upravljanja odnosima s investitorima, dok nas je priznanje krovne svjetske organizacije stručnjaka za upravljanje ljudskim resursima, HRO Today, za promicanje dobre prakse u ovom području svrstalo u vrh europskih kompanija.

Rast prihoda i profitabilnosti, odlično upravljanje likvidnošću i kontinuirano smanjenje zaduženosti osiguravaju jake temelje za još brži i snažniji rast u narednim godinama.“

KLJUČNI DOGAĐAJI U 2017. GODINI

REZULTATI U SKLADU S OČEKIVANJIMA UZ SNAŽAN RAST PROFITABILNOSTI

- **PRIHODI** OD PRODAJE U IZNOSU OD 5.306,8 MILIJUNA KUNA
+ 3,9% u odnosu na 2016. godinu
- **DOBIT PRIJE KAMATA, POREZA I AMORTIZACIJE (EBITDA)** OD 582,2 MILIJUNA KUNA
(bez jednokratnih stavki 517,4 milijuna kuna)
+ 22,7% u odnosu na 2016. godinu (bez jednokratnih stavki 9,1% u odnosu na 2016. godinu)
- **JEDNOKRATNE STAVKE** OD 64,8 MILIJUNA KUNA
(odnose se na dobit ostvarenu prodajom tvornica i uslužne proizvodnje u segmentu sportske i
aktivne prehrane)
- **DOBIT PRIJE KAMATA I POREZA** OD 406,5 MILIJUNA KUNA (**EBIT**) (bez jednokratnih stavki
341,7 milijuna kuna)
+ 32,1% u odnosu na 2016. godinu (bez jednokratnih stavki 11,0% u odnosu na 2016. godinu)
- **NETO DOBIT** NAKON MANJINSKIH INTERESA OD 275,5 MILIJUNA KUNA (bez jednokratnih
stavki 210,7 milijuna kuna)
+69,2% u odnosu na 2016. godinu (bez jednokratnih stavki 29,4% u odnosu na 2016. godinu)

FINANCIJSKI SAŽETAK 2017. GODINE

Ključni pokazatelji	2017.	2016.	2017./2016.
Prihod od prodaje (u milijunima kuna)	5.306,8	5.106,3	3,9%
Ukupan prihod (u milijunima kuna)	5.372,1	5.174,5	3,8%
EBITDA marža (bez jednokratnih stavki)	9,7%	9,3%	+46 bb
Neto dobit nakon MI (u milijunima kuna, bez jednokratnih stavki)	210,7	162,8	29,4%
Pokazatelj zaduženosti*	34,5%	42,7%	-819 bb

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

1. ATLANTIC GRUPA I BELGIJSKI AMINOLABS SKLOPILI STRATEŠKO PARTNERSTVO

U svrhu daljnjeg restrukturiranja i pojednostavljivanja poslovanja segmenta sportske i aktivne prehrane te fokusa na vlastite brendove i širenje distribucije principalskih brendova, Atlantic Grupa prodala je tvornice u Njemačkoj (Bleckede) i Hrvatskoj (Nova Gradiška) i s njima povezanu uslužnu proizvodnju za treće strane (private label) belgijskoj tvrtki Aminolabs Group. Vrijednost transakcije realizirane krajem listopada 2017. godine iznosi do 200 milijuna kuna, od čega je u 2017. godini realizirana isplata 150 milijuna kuna dok će ostatak biti isplaćen kroz naredne dvije godine. Dobit od prodaje tvornica iznosi oko 65 milijuna kuna. Atlantic Grupa u pogonu u Novoj Gradiški ostaje manjinski partner, a strateški brendovi Multipower, Champ i Multaben izdvojeni su u zasebnu poslovnu jedinicu te ostaju u 100 postotnom vlasništvu Atlantic Grupe. Atlantic Grupa nastavlja razvijati Multipower brend približavajući ga premium segmentu, zadržavajući u svojem okrilju marketing, prodaju i inovacije proizvodnog portfelja sportske prehrane. Ugovorna proizvodnja strateškog branda nastavlja se u suradnji s Aminolabsom, a novo partnerstvo otvara perspektivu rasta ukupnog poslovanja sa sportskom prehranom u Europi.

2. OGRANIČENJA U SURADNJI S KLJUČNIM KUPCEM

2017. godine bila je izuzetno turbulentna za Agrokor, koji je najveći regionalni maloprodajni partner Atlantic Grupe. U travnju 2017. godine donesen je Zakon o postupku izvanredne uprave u trgovačkim društvima od sistemskog značaja za Republiku Hrvatsku te je imenovan izvanredni povjerenik, čime je započet proces stabilizacije poslovanja operativnih poduzeća u vlasništvu Agrokor. Nakon što je Atlantic Grupa u svrhu ograničavanja kreditnog rizika početkom 2017. godine kontrolirano smanjila isporuke članicama koncerna Agrokor, donošenjem gore navedenog zakona poslovni rizik se značajno smanjio te je, nastavno na stabilizaciju njihovog poslovanja, Atlantic Grupa postupno vratila poslovanje s Agrokorom u redovne okvire. Važno je napomenuti da su zastoji u poslovanju rezultirali gubitkom dijela tržišnog udjela Agrokorovih maloprodajnih poduzeća te je promet Atlantic Grupe preko navedenih lanaca u 2017. godini bio značajno niži no u 2016. godini, ali je taj pad više nego kompenziran rastom prodaje ostalim kupcima.

Ukupna izloženost svim maloprodajnim lancima u sastavu Agrokor na kraju 2017. godine iznosila je oko 290 milijuna kuna. Naplata potraživanja u Srbiji, Sloveniji i Hrvatskoj je redovita, s izuzetkom dijela tzv. graničnog duga u Hrvatskoj koji je obuhvaćen djelovanjem Zakona o postupku izvanredne uprave u trgovačkim društvima od sistemskog značaja za Republiku Hrvatsku. Dio navedenog graničnog duga u Hrvatskoj je naplaćen, a ostatak (koji iznosi 96,7 milijuna kuna) će se, prema dosadašnjem tijeku postupka izvanredne uprave i iskazanoj namjeri Izvanrednog povjerenika, podmiriti u potpunosti.

3. REORGANIZACIJA DISTRIBUTIVNIH AKTIVNOSTI ATLANTIC GRUPE

U želji za stvaranjem jednostavnog i učinkovitog pristupa tržištima, od početka 2018. godine cjelokupno distribucijsko poslovanje reorganizirano je u jedno područje, čime se eliminira potreba za dvjema distribucijskim zonama. Tržišta unutar distribucijskog područja na kojima Atlantic Grupa pruža kompletnu uslugu distribucije, od fizičke distribucije robe pa do pregovora s klijentima i pružanja marketinške pomoći te gdje je prisutna s vlastitim prodajnim timom, čine SDP Hrvatska, SDP Srbija, SDP Slovenija, DP Makedonija, SDR HoReCa i DP Austrija.

S druge strane, ona tržišta kojima dominantno upravljamo putem distribucijskih partnera, grupirana su u jedno distribucijsko područje, Globalno upravljanje mrežom distributera koje je odgovorno za upravljanje mrežom distribucijskih partnera na globalnoj razini i podijeljeno je na četiri glavne regije: Distribucijsko

područje Zajednica neovisnih država (DP ZND) i tri područja Upravljanja mrežom distributera (UMD) za Njemačku, Švicarsku i Beneluks, europska i prekomorska tržišta te za Istočnu Europu.

Njemačko tržište ostaje u središtu internacionalizacijskih nastojanja Atlantic Grupe, s planom da se distribucija organizira u suradnji s distribucijskim partnerima s ciljem povećanja učinkovitosti cjelokupnog poslovanja na tom tržištu. Moramo također spomenuti da, uz logički slijed portfelja brendova, Poslovno područje Dječja hrana kao dodatni program postaje dio Strateškog poslovnog područja Zdravlje i njega.

4. NOVI DISTRIBUCIJSKI UGOVORI I POČETAK PROIZVODNJE ARGETE U SJEDINJENIM AMERIČKIM DRŽAVAMA

Razvoj i širenje distribucijske djelatnosti dio je dugoročne poslovne strategije Atlantic Grupe, što potvrđuju dva vrijedna distribucijska ugovora sklopljena u 2017. godini.

Atlantic Grupa je s Red Bullom potpisala ugovor o distribuciji ovog poznatog energetskog napitka na tržištu Srbije, nastavljajući širiti distribucijski portfelj u skladu s očekivanjima i najavama. Vrijednost novog ugovora iznosi oko 30 milijuna kuna godišnje prodaje, a za sklapanje ugovora presudan je značaj imala visokorazvijena distribucijska mreža, odlična pokrivenost distribucijskih kanala, osobito u maloprodaji i HoReCa segmentu, razvijeni odnosi s ključnim kupcima i ukupna razina distribucijske usluge koju Atlantic pruža svojim partnerima.

Krajem 2017. godine sklopljen je ugovor s kompanijom Mars, koji obuhvaća distribuciju cjelokupnog Marsovog portfelja na hrvatskom tržištu. Atlantic s distribucijom počinje u ožujku 2018. godine, a očekivani prihodi iznose oko 100 milijuna kuna godišnje. Novi proizvodni asortiman uključuje robne marke kao što su Twix, Mars, Bounty, Snickers, M&M's, Pedigree, Whiskas, Kitekat i Uncle Ben's. Atlantic Grupa još od 1991. godine distribuira Wrigley asortiman, koji od 2008. postaje dio Mars kompanije. Zahvaljujući odličnim rezultatima i kvaliteti usluge partnerstvo je prošireno i na preostali Marsov asortiman.

Uz Argetu tuna i Argetu losos, koji se od ranije prodaju u Sjedinjenim Američkim Državama i Kanadi, od kraja 2017. godine potrošači iz navedenih zemalja mogu uživati i u dva okusa pileće Argete. Zbog strogih propisa, izvoz Argetinih proizvoda od kokošjeg mesa u SAD i Kanadu nije moguć te je Atlantic Grupa dogovorila uslužnu proizvodnju s američkim partnerom „Brother&Sister“, koji posjeduje značajno iskustvo u proizvodnji mesnih namaza. U 2018. godini asortiman će biti proširen na jetrenu i čajnu Argetu, a plan je osvajanje značajnog tržišnog udjela u etno segmentu.

5. IZGLASANA ISPLATA DIVIDENDE

Prema odluci Glavne skupštine održane 29. lipnja 2017. godine, odobrena je isplata dividende u iznosu od 13,50 kuna po dionici odnosno sveukupno 45 milijuna kuna, koja je realizirana u srpnju 2017. godine.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U 2017. GODINI

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

(u milijunima kuna)	2017.	2016.	2017./2016.
SPP Kava	1.098,4	1.064,7	3,2%
SPP Slatko i slano	678,4	651,3	4,2%
SPP Pića	677,0	630,8	7,3%
SPP Zdravlje i njega	583,6	545,2	7,0%
SPP Delikatesni namazi	581,0	543,0	7,0%
SPP Sportska i aktivna prehrana*	384,6	449,3	(14,4%)
*Od toga uslužna proizvodnja za treće	194,3	177,2	9,7%
SDP Srbija	1.134,6	1.101,1	3,0%
SDP Hrvatska	1.035,9	968,8	6,9%
DP Slovenija	767,8	754,4	1,8%
SDR Zona Zapad	419,4	503,1	(16,6%)
Ostali segmenti*	862,8	763,0	13,1%
Usklada**	(2.916,7)	(2.868,5)	n/p
Prihod od prodaje	5.306,8	5.106,3	3,9%

Atlantic Grupa je u 2017. godini ostvarila 5,3 milijardi kuna prihoda od prodaje što predstavlja rast od 3,9% u odnosu na 2016. godinu. Rast prihoda ostvaren je na krilima rasta gotovo svih vlastitih brendova te rasta prihoda od distribucije principalskih brendova, a unatoč padu prihoda prodaje u Strateškom poslovnom području Sportska i aktivna prehrana.

Unatoč značajnom negativnom utjecaju gubitka dijela prihoda ostvarenih preko najvećeg regionalnog maloprodajnog lanca, Atlantic Grupa je uspjela nadoknaditi izgubljene prihode te premašiti prihode ostvarene u 2016. godini višom prodajom ostvarenom preko ostalih kupaca. Tako je u 2017. godini na tržištima Srbije, Hrvatske i Slovenije ostvaren rast od čak 5,1% u odnosu na 2016. godinu.

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 ili Poslovnog područja, bilo kroz Strateška distribucijska područja, Strateške distribucijske regije i Distribucijska područja) dok prihodi od prodaje Strateških distribucijskih područja, Strateški distribucijskih regija i Distribucijskih područja obuhvaćaju prodaju proizvoda vanjskih principala kao i prodaju vlastitih proizvoda. Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2017. godinu.

** Ostali Segmenti uključuju SDR HoReCa, SDR ZND i Baltik, PP Dječja hrana, DP Makedonija, PP Gourmet 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, SDR i DP kroz koje su proizvodi distribuirani.*

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U 2017. GODINI



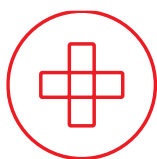
STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE KAVA zabilježilo je solidan rast prihoda od prodaje ponajviše zahvaljujući dobrim rezultatima ostvarenima na srpskom, bosanskohercegovačkom, slovenskom i hrvatskom tržištu, a unatoč poteškoćama u suradnji s maloprodajnim lancima u sastavu koncerna Agrokor. Mjereno prema kategorijama, najveći vrijednosni rast bilježi turska kava, dok su postotno najveći dvoznamenkasti ostvarile kategorije espressa i instant turske kave (Black'n'Easy). Rast na gore navedenim tržištima je višestruko nadmašio pad na tržištu Makedonije, koje se cijelu godinu nalazilo pod snažnim cjenovnim pritiskom konkurencije. SPP Kava je lansiralo Barcaffè D.O.T. kapsule za aparat, zahvaljujući kojima je moguće u vrhunskom espressu uživati i kod kuće. Valja napomenuti da su Grand kafa i Bonito u Srbiji u studenom postigli vrijednosni tržišni udio od čak 54,2%, dok je Barcaffè u Hrvatskoj postigao rekordni vrijednosni tržišni udio od 17,4%. Barcaffè espresso je ujedno ostvario dvoznamenkasti rast u regionalnom HoReCa kanalu.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE SLATKO I SLANO rast prihoda ostvarilo je prvenstveno zahvaljujući odličnim prodajnim rezultatima na tržištima Srbije, Bosne i Hercegovine i Crne Gore te dvoznamenkastim rastom na tržištu Hrvatske, čime je značajno nadmašen pad na tržištu Kosova. Izvrsne rezultate ostvarili su oba segmenta, a prednjače flips pod brendom Smoki, keksi, vafli i napolitanke, čokolade pod brendom Menaž i Najlepše želje, štapići pod brendom Prima te čokoladice pod brendom Bananica. Rastu su, osim odličnih prodajnih rezultata postojećih proizvoda, pridonijeli i brojni novi te prigodni akcijski proizvodi.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE PIĆA zabilježilo je značajan rast prihoda u gotovo svim kategorijama, zahvaljujući izvrsnim prodajnim rezultatima u Hrvatskoj, Sloveniji, Rusiji te Bosni i Hercegovini. U Hrvatskoj je najveći doprinos došao od vitaminskih instant napitaka pod brendom Cedevita koji su rast ostvarili u svim segmentima (retail, HoReCa i on-the-go, a zahvaljujući višoj prodaji postojećih proizvoda te inovacijama poput Chia Fresca by Cedevita), izvrsnih rezultata vode pod brendovima Kala i Kalnička, kao i rasta prodaje funkcionalnog pića Donat Mg. Donat Mg je ostvario značajan rast na svim tržištima na kojima je prisutan, pri čemu je najveći rast ostvaren na tržištu Rusije. Od većih tržišta blagi pad prihoda je zabilježen samo na srpskom tržištu, kao posljedice otežane suradnje s Mercatorom. Krajem godine lansirano je pakiranje Donata Mg od 0,2 litre posebno dizajnirano za restorane, hotele i wellness centre.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE ZDRAVLJE I NJEGA bilježi izvrstan rast prihoda prvenstveno zahvaljujući rastu prihoda ljekarničkog lanca Farmacia te rasta prihoda od prodaje proizvoda Multivite (Vitamin C u Rusiji), Neve i Dietpharma. Farmacia rast bilježi zahvaljujući rastu prodaje postojećih lokacija, ali i otvaranju novih specijaliziranih prodavaonica.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE DELIKATESNI NAMAZI značajan rast prodaje ostvarilo je na temelju dvoznamenkastog rasta prihoda na većini tržišta. Od regionalnih tržišta prednjače tržište Hrvatske, Srbije, Slovenije, Makedonije, Bosne i Hercegovine te Crne Gore, dok od ostalih tržišta značajni rast bilježe tržište Sjedinjenih Američkih Država, Švedske, Švicarske i Kanade. Važno je napomenuti da je Argeta u 2017. godini, uz vodstvo na tržištima Bosne i Hercegovine, Slovenije, Makedonije i Austrije, postala tržišni lider i na tržištu Švicarske, ispred domicilne robne marke. Rekordni rezultati na gore spomenutim tržištima višestruko su premašili niže prihode na tržištima Njemačke, Kosova i Australije. Rast je ostvaren i u mesnom i u ribljem segmentu, dok su sendviči pod brendom Montana zabilježili dvoznamenkasti rast na hrvatskom tržištu. Od novih proizvoda vrijedi spomenuti novi segment povrtnih namaza te brojne nove lokalne okuse delikatesnih namaza.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U 2017. GODINI



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE SPORTSKA I AKTIVNA PREHRANA osjetan pad prodaje zabilježilo je nastavno na slabije prodajne rezultate vlastitih brendova Multipower, Multaben i Champ, kao posljedice restrukturiranja portfelja te raskinute suradnje s najvećim kupcem privatne robne marke na kraju prvog tromjesečja 2016. godine. Najveći pad zabilježen je na njemačkom tržištu koje generira oko 41% prodaje ovog poslovnog područja te na tržištima Ujedinjenog Kraljevstva, Španjolske i Italije.



STRATEŠKOG DISTRIBUCIJSKOG PODRUČJA SRBIJA ostvaren je zahvaljujući odličnim prodajnim rezultatima gotovo svih kategorija proizvoda, pri čemu je ostvaren rast prihoda i vlastitih i principalskih brendova. Među vlastitim brendovima najbolje su rezultate ostvarili Menaž, Keksići, Napolitanke, Smoki, Bananica i Prima štapići iz segmenta slatko i slano, turska kava pod brendom Bonito i instant turska kava Black'n'Easy, Argeta iz segmenta delikatesnih namaza te Bakina Tajna iz gourmet segmenta, a dobre prodajne rezultate ostvarili su i brendovi iz segmenta pića, Donat Mg i vitaminski instant napitak Cedevita. Kod principalskih brendova najveći rast su ostvarili Rauch, Beam Suntory i Alkaloid. Poteškoće u suradnji s Mercatorom koje su dovele do nižih ostvarenih prihoda ostvarene preko Mercatora Srbija nadmašili su značajno viši prihodi ostalih ključnih kupaca i prodajnih mjesta manjih formata, kao i početak suradnje s novim maloprodajnim partnerima.

STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE HRVATSKA zavidan rast prodaje ostvarilo je izvrsnim prodajnim rezultatima kako vlastitih, tako i principalskih brendova. Vlastiti brendovi su ostvarili rast u svim kategorijama proizvoda, a prednjače Cedevita iz segmenta vitaminskih instant napitaka, Kala i Kalnička u segmentu voda, Argeta iz segmenta delikatesnih namaza, Barcaffè iz segmenta kave, funkcionalno piće Donat Mg te Montana sendviči. Kod principalskih brendova najveći rast ostvarili su Ferrero, Philips, SABMiller, Wrigley i Vitamin Well. Zahvaljujući svemu navedenom, SDP Hrvatska je zabilježilo najviše ikada ostvarene prihode, a unatoč negativnom utjecaju suradnje s članicama koncerna Agrokor.

DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SLOVENIJA ostvarilo je rekordne prihode prodaje prvenstveno zahvaljujući odličnim rezultatima vlastitih brendova, pri čemu su najveći rast ostvarili kava pod brendom Barcaffè, delikatesni namazi pod brendom Argeta, funkcionalna pića pod brendom Donat Mg te vitaminski instant napitak pod brendom Cedevita. Među principalskim brendovima izvrsne rezultate i dalje ostvaruje Ferrero. Pad prodaje kod najvećeg kupca, Mercatora, nadoknađen je višom prodajom kod ostalih kupaca.

STRATEŠKA DISTRIBUCIJSKA REGIJA ZONA ZAPAD zabilježila je pad prodaje prvenstveno na tržištu Njemačke, ali i u Ujedinjenom kraljevstvu, Španjolskoj, Italiji i Turskoj. Navedeni je pad djelomično ublažen rastom prihoda na tržištu Sjedinjenih Američkih Država, Švedske, Francuske, Švicarske, Austrije i Kanade. Pritom je najveći dio pada rezultat pada prihoda u segmentu sportske i aktivne prehrane, dok su rast prihoda iskazali delikatesni namazi pod brendom Argeta, Cockta u segmentu pića, Bakina Tajna iz gourmet segmenta, Grand kafa iz segmenta kave, proizvodi iz Štarkovog asortimana te principal Nocco.

OSTALI SEGMENTI dvoznamenkasti rast prihoda zabilježili su primarno kao rezultat rasta prihoda od prodaje Strateških distribucijskih regija ZND i Baltik te HoReCa, Poslovnih područja Dječja hrana i Gourmet te rasta prihoda Distribucijskog područja Makedonija.

POSLOVNO PODRUČJE DJEČJA HRANA i STRATEŠKA DISTRIBUCIJSKA REGIJA ZND i BALTIC zabilježili su značajan rast prihoda, kao rezultat povoljnijih komercijalnih uvjeta i poboljšane distribucije, uz dodatan pozitivan utjecaj ekonomskog oporavka u Rusiji i stabilizacije ruske rublje. Dvoznamenkasti rast ostvarili su prihodi od prodaje funkcionalnih pića pod brendom Donat Mg, prihodi od prodaje dječje hrane pod brendom Bebi (pretežno dječjih žitarica) te prihodi od prodaje Multivitaminog asortimana.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U 2017. GODINI

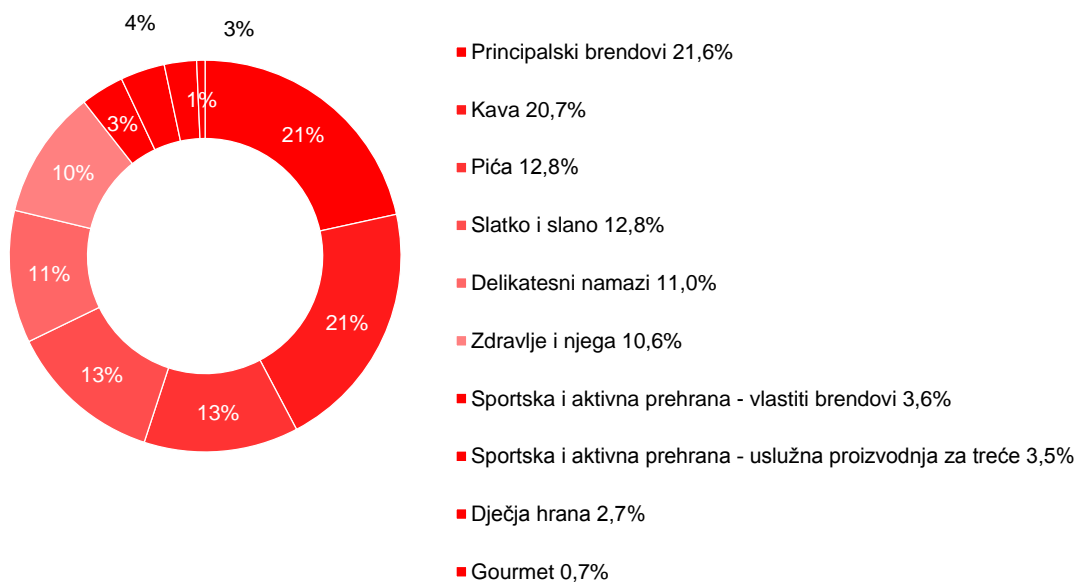
DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE MAKEDONIJA rekordne prihode ostvarilo je na krilima rasta principalskog brenda Ferrero te vlastitog brenda Argeta iz segmenta delikatesnih namaza, koji su premašili pad prihoda u segmentu kave, uzrokovan cjenovno agresivnom konkurencijom.

Dvoznamenkasti rast prihoda STRATEŠKA DISTRIBUCIJSKA REGIJA HORECA ponajviše zahvaljuje rastu prihoda od prodaje vlastitih brendova, ali i solidnim rezultatima principalskih brendova. Mjereno prema najvećim kategorijama proizvoda, dvoznamenkasti rast ostvaruju segmenti pića (vitaminski instant napici pod brendom Cedevita, voda pod brendovima Kala i Kalnička te funkcionalna pića pod brendom Donat Mg), segment kave (espresso kava pod brendom Barcaffè) te čokolada i Smoki iz segmenta slatko i slano. Od principalskih brendova rastom se ističu Nescafe i Beam Suntory.

POSLOVNO PODRUČJE GOURMET zabilježilo je rast prihoda prvenstveno zahvaljujući rastu na tržištima Srbije, Austrije, Hrvatske i Njemačke, koji je značajno premašio pad prihoda na tržištima Makedonije, Bosne i Hercegovine, Rusije i Slovenije. Gledano prema brendovima, rast su iskazali i Bakina Tajna i Amfissa.

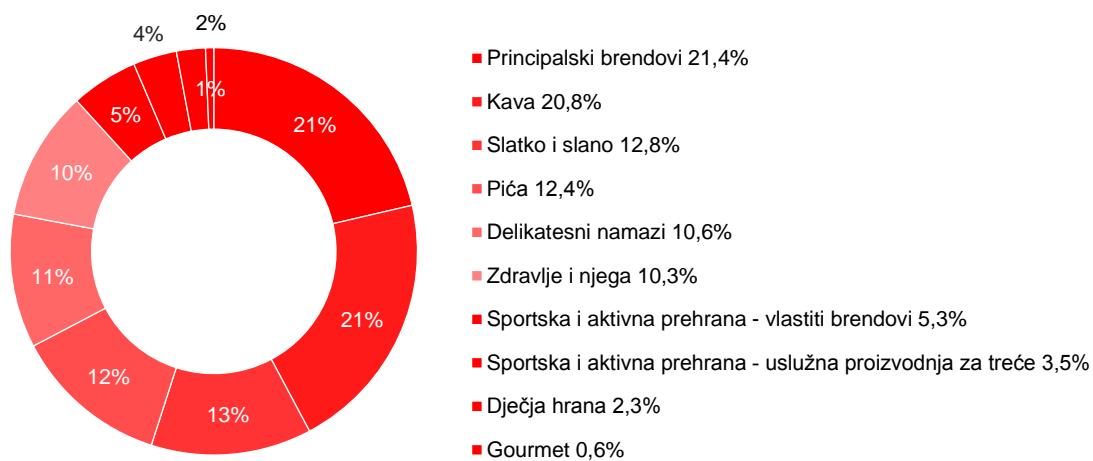
PREGLED PRIHODA OD PRODAJE PO SEGMENTIMA

2017.



DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U 2017. GODINI

2016.



DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U 2017. GODINI

PREGLED PRIHODA OD PRODAJE PO TRŽIŠTIMA

(u milijunima kuna)	2017.	% prihoda od prodaje	2016.	% prihoda od prodaje	2017./2016.
Hrvatska	1.581,6	29,8%	1.471,0	28,8%	7,5%
Srbija	1.225,1	23,1%	1.183,7	23,2%	3,5%
Slovenija	883,6	16,7%	857,7	16,8%	3,0%
Bosna i Hercegovina	416,4	7,8%	396,6	7,8%	5,0%
Ostala tržišta regije*	345,5	6,5%	343,4	6,7%	0,6%
Ključna europska tržišta**	504,0	9,5%	514,0	10,1%	(1,9%)
Rusija i ZND	229,6	4,3%	186,5	3,6%	23,1%
Ostala tržišta	120,9	2,3%	153,4	3,0%	(21,2%)
Prihod od prodaje	5.306,8	100,0%	5.106,3	100,0%	3,9%

*Ostala tržišta regije: Makedonija, Crna Gora, Kosovo

**Ključna europska tržišta: Njemačka, Ujedinjeno Kraljevstvo, Italija, Švicarska, Austrija, Švedska, Španjolska
Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2017. godinu.

Rast prodaje od čak 7,5% TRŽIŠTE HRVATSKE zahvaljuje rastu prihoda od svih kategorija proizvoda, pri čemu se ističu: (i) ljekarnički lanac Farmacia, (ii) vlastiti brendovi, prvenstveno Cedevita u kategoriji vitaminskih instant napitaka, voda pod brendovima Kala i Kalnička, Argeta u kategoriji delikatesnih namaza, kao i kava pod brendom Barcaffè te (iii) vanjski principalni od kojih se ističu Ferrero, Philips, SABMiller, Wrigley i Vitamin Well.

TRŽIŠTE SRBIJE zabilježilo je solidan rast prihoda zbog rasta prihoda od prodaje vlastitih brendova, među kojima prednjače: (i) Smoki, Bananica, Prima štapići te čokolada, keksa i napolitanki iz segmenta slatko i slano, (ii) kava pod brendom Bonito, espresso kava pod brendom Barcaffè, kao i instant turska kava pod brendom Black'n'Easy, (iii) delikatesni namazi pod brendom Argeta te (iv) proizvodi iz gourmet segmenta pod brendovima Bakina Tajna i Amfissa. Od principalskih brendova najveći rast prihoda su zabilježili Rauch, Beam Suntory te Alkaloid.

Rast prihoda na TRŽIŠTU SLOVENIJE ostvaren je nastavno na: (i) rast prihoda kave pod brendom Barcaffè, (ii) rast prihoda Argete u kategoriji delikatesnih namaza te (iii) rast prihoda Donat Mg-a i Cedevite u kategoriji pića.

Na TRŽIŠTU BOSNE I HERCEGOVINE rast prihoda od 5,0% zabilježen je zahvaljujući rastu prodaje: (i) brenda Grand Kafa u kategoriji turske kave, instant turske kave Black'n'Easy i Barcaffè espresso kave, (ii) vitaminskih instant napitaka pod brendom Cedevita i funkcionalnih pića pod brendom Donat Mg, (iii) delikatesnih namaza pod brendom Argeta te (iv) čokolada pod brendom Najlepše želje i Menaž kao i vafla i keksa.

Blagi rast prihoda na OSTALIM TRŽIŠTIMA REGIJE ostvaren je zahvaljujući rastu prihoda na tržištima Makedonije i Crne Gore, dok je na tržištu Kosova zabilježen pad prihoda.

Do blagog pada prodaje na KLJUČNIM EUROPSKIM TRŽIŠTIMA dolazi uslijed pada prodaje na većini tržišta, uzrokovanog prvenstveno padom prodaje u segmentu sportske i aktivne prehrane. Ukoliko isključimo utjecaj pada u segmentu sportske i aktivne prehrane, prodaja je rasla 7,6%.

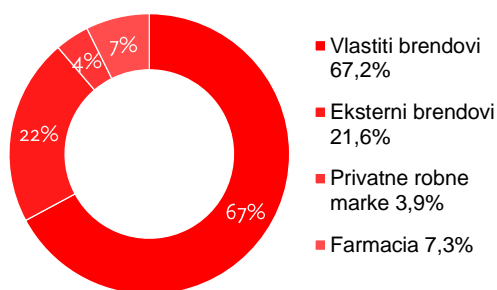
DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U 2017. GODINI

Značajan rast prihoda na TRŽIŠTU RUSIJE I ZAJEDNICE NEOVISNIH DRŽAVA zabilježen je zahvaljujući povoljnijim komercijalnim uvjetima i poboljšanoj distribuciji svih većih kategorija proizvoda, oporavku gospodarske situacije u Rusiji i zemljama u okruženju te jačanju tečaja rublje. Najveći rast su zabilježile dječje žitarice Bebi, funkcionalno piće Donat Mg te Multivitin Vitamin C.

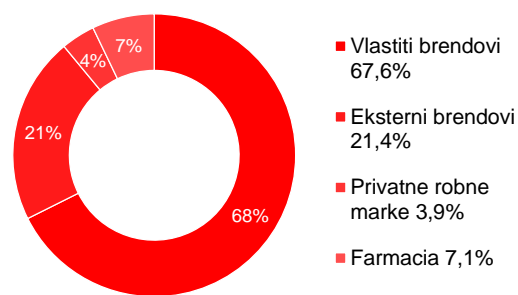
OSTALA TRŽIŠTA bilježe osjetan pad prihoda uslijed pada prodaje u segmentu sportske i aktivne prehrane. Ukoliko isključimo utjecaj pada u segmentu sportske i aktivne prehrane, prodaja je rasla 21,2%.

PROFIL PRIHODA OD PRODAJE PO PROIZVODNIM KATEGORIJAMA

2017.



2016.



VLASTITI BRENDOVI su u 2017. godini ostvarili rast prihoda od 3,2% u odnosu na prošlu godinu te su prihodi iznosili 3.563,8 milijuna kuna. Rast su iskazali gotovo svi segmenti poslovanja, a rastu su najviše doprinijeli: (i) prihodi od Argete u segmentu delikatesnih namaza, (ii) Bonito i Barcaffè u segmentu kave, (iii) prihodi brendova Donat Mg, Cedevita, Kala i Kalnička u segmentu pića te (iv) prihodi brendova Smoki, Prima, Štark Keksići, Najlepše želje, Menaž, Bananica te napolitanki i vafla u segmentu slatko i slano. S druge strane, pad prihoda su iskazali brendovi Multipower, Multaben i Champ iz segmenta sportske i aktivne prehrane. Ako se izuzme negativan utjecaj pada prihoda brendova iz segmenta sportske i aktivne prehrane, ostali vlastiti brendovi ostvarili su rast od čak 5,9%.

PRINCIPALSKI BRENDOVI su s 1.145,0 milijuna kuna ostvarili rast prihoda od prodaje od 5,0%. Rast je prvenstveno ostvaren rastom prihoda od prodaje principala Ferrera, SABMillera, Nocca, Philipisa, Beam Suntorya, Raucha te Vitamin Wella.

PRIVATNE ROBNE MARKE s 208,8 milijuna kuna prihoda od prodaje zabilježile su rast od 5,3%, u najvećoj mjeri zahvaljujući novim kupcima u segmentu sportske i aktivne prehrane, a unatoč prodaji uslužne proizvodnje u segmentu sportske i aktivne prehrane koja je realizirana krajem listopada 2017. godine.

Ljekarnički lanac FARMACIA ostvario je prihode u visini od 389,1 milijuna kuna što predstavlja rast od 6,9% u odnosu na 2016. godinu, zahvaljujući rastu prodaje postojećih Farmacia lokacija te novootvorenim specijaliziranim prodavaonicama. U 2017. godini otvorene su četiri nove prodajne lokacije te sada Farmacia broji 85 ljekarni i specijaliziranih prodavaonica.

DINAMIKA PROFITABILNOSTI

(u milijunima kuna)	2017.	2016.	2017./2016.
Prihod od prodaje	5.306,8	5.106,3	3,9%
EBITDA	582,2	474,4	22,7%
Normalizirana EBITDA	517,4	474,4	9,1%
EBIT	406,5	307,8	32,1%
Normalizirani EBIT	341,7	307,8	11,0%
Neto dobit/(gubitak)	276,2	163,2	69,2%
Normalizirana neto dobit	211,4	163,2	29,5%
Profitne marže			
EBITDA marža	11,0%	9,3%	+168 bb
Normalizirana EBITDA marža	9,7%	9,3%	+46 bb
EBIT marža	7,7%	6,0%	+163 bb
Normalizirana EBIT marža	6,4%	6,0%	+41 bb
Neto profitna marža	5,2%	3,2%	+201 bb
Normalizirana neto profitna marža	4,0%	3,2%	+79 bb

Atlantic Grupa je u 2017. godini ostvarila **EBITDA** u iznosu od 582,2 milijuna kuna, što predstavlja rast od 22,7%. Ukoliko uklonimo učinak jednokratne dobiti ostvarene prodajom tvornica u Novoj Gradišci i Bleckedeu u iznosu od 64,8 milijuna kuna, **normalizirana EBITDA** iznosi 517,4 milijuna kuna i viša je za 9,1% u odnosu na prošlu godinu. Na rast normalizirane EBITDA najveći utjecaj je imao rast prodaje u gotovo svim poslovnim područjima, uz istovremenu strogu kontrola troškova i rizika. Negativan utjecaj viših troškova proizvodnih materijala, prvenstveno više prosječne cijene sirove kave, nadoknađen je većom operativnom učinkovitošću te višim cijenama finalnih proizvoda. Dodatan pozitivan utjecaj došao je od jačanja ruske rublje i srpskog dinara.

Unatoč rastu troškova amortizacije i deprecijacije od 5,5%, normalizirani EBIT je rastao 11,0%. Normalizirana neto dobit prije manjinskih interesa je zabilježila rast od 29,5%, na što su osim rasta normaliziranog EBIT-a prvenstveno utjecali niži financijski troškovi te više pozitivne tečajne razlike. U financijske troškove za 2017. godinu uključena je naknada za garancije dane Atlantic Grupi vezano uz sindicirane kredite u iznosu od 14,6 milijuna kuna.

STRUKTURA OPERATIVNIH TROŠKOVA

(u milijunima kuna)	2017.	% prihoda od prodaje	2016.	% prihoda od prodaje	2017./2016.
Nabavna vrijednost prodane robe	1.327,8	25,0%	1.308,3	25,6%	1,5%
Promjene vrijednosti zaliha	6,6	0,1%	(14,0)	(0,3%)	n/a
Proizvodni materijal	1.635,5	30,8%	1.581,0	31,0%	3,4%
Energija	57,8	1,1%	56,0	1,1%	3,2%
Usluge	409,5	7,7%	404,6	7,9%	1,2%
Troškovi osoblja	828,5	15,6%	800,9	15,7%	3,5%
Troškovi marketinga i prodaje	367,7	6,9%	355,3	7,0%	3,5%
Ostali operativni troškovi	221,2	4,2%	226,2	4,4%	(2,2%)
Ostali (dobici)/gubici - neto	(64,9)	(1,2%)	(18,1)	(0,4%)	257,6%
Amortizacija	175,8	3,3%	166,6	3,3%	5,5%
Ukupni operativni troškovi	4.965,6	93,6%	4.866,7	95,3%	2,0%

Rast troškova nabavne vrijednosti prodane robe od 1,5% posljedica je više prodaje, dok je udio troškova nabavne vrijednosti prodane robe u prihodima od prodaje smanjen.

Troškovi proizvodnog materijala viši su za 3,4%, prvenstveno kao rezultat više prodaje vlastitih brendova, ali i rasta cijena sirovina, prvenstveno sirove kave i šećera.

Troškovi usluga i energije višu su na rast obujma proizvodnje i prodaje.

Troškovi osoblja porasli su za 3,5% zbog većeg prosječnog broja zaposlenih te viših varijabilnih isplata i rezerviranih bonusa nastavno na bolje poslovne rezultate. Unatoč rastu broja zaposlenih u većini poslovnih i distribucijskih područja zbog povećanog obujma proizvodnje odnosno prodaje, na dan 31. prosinca 2017. Atlantic Grupa zapošljavala je 5.268 osoba, što je 224 osobe manje nego na kraju 2016. godine, a nastavno na prodaju tvornica u Bleckedeu i Novoj Gradišci, realiziranu krajem listopada 2017. godine.

Marketinški troškovi viši su za 3,5% nastavno povećana ulaganja poslovnih područja Slatko i slano te Sportska i aktivna prehrana, a unatoč uštedama u poslovnom području Kava.

Ostali operativni troškovi niži su za 2,2%, prvenstveno zahvaljujući manjim ispravicima vrijednosti zaliha te uštedama u troškovima putovanja.

Ostali (dobici)/gubici – neto: dobit je ostvarena prvenstveno po osnovu jednokratne dobiti ostvarene prodajom tvornica u Bleckedeu i Novoj Gradišci.

DINAMIKA PROFITABILNOSTI U 2017. GODINI

OPERATIVNI REZULTAT STRATEŠKIH POSLOVNIH PODRUČJA I STRATEŠKIH DISTRIBUCIJSKIH PODRUČJA

(u milijunima kuna)	2017.	2016.	2017./2016.
SPP Kava	209,5	227,8	(8,1%)
SPP Slatko i slano	121,0	116,4	3,9%
SPP Pića	158,2	162,1	(2,4%)
SPP Zdravlje i njega	55,2	47,3	16,7%
SPP Delikatesni namazi	128,7	119,1	8,1%
SPP Sportska i aktivna prehrana	(7,5)	(20,4)	63,4%
SDP Srbija	28,1	20,1	39,5%
SDP Hrvatska	25,6	12,9	99,4%
DP Slovenija	45,9	43,3	6,1%
SDR Zona Zapad	(40,8)	(52,0)	21,6%
Ostali segmenti*	(141,9)	(202,4)	29,9%
Grupna EBITDA	582,2	474,4	22,7%

SPP Kava: unatoč rastu prihoda od prodaje, do pada profitabilnosti dolazi nastavno na više troškove sirove kave, koji su u velikoj mjeri kompenzirani dizanjem maloprodajnih cijena.

SPP Slatko i slano: do rasta profitabilnosti doveo je rast prihoda od prodaje uz dobru kontrolu troškova.

SPP Pića: pad profitabilnosti ponajviše proizlazi od izostanka utjecaja jednokratnih stavki (povrat troškova za koncesiju za vodu u Sloveniji u 2016. godini), a unatoč rastu prodaje i povoljnijem prodajnom miksu.

SPP Zdravlje i njega: do rasta profitabilnosti dolazi uslijed rasta prihoda od prodaje, uz istovremenu dobru kontrolu troškova proizvodnih materijala, usluga, marketinga i zaposlenih.

SPP Delikatesni namazi: bilježe rast profitabilnosti nastavno na značajan rast prihoda te niže troškove marketinga, uz strogu kontrolu ostalih operativnih troškova.

SPP Sportska i aktivna prehrana: smanjenje gubitka kao rezultat provedenog restrukturiranja (pretežno niži troškovi zaposlenih i usluga te manji otpisi zaliha i potraživanja) i povoljnije relativne bruto marže kao rezultata promjene u proizvodnom miksu.

SDP Srbija: rast profitabilnosti kao posljedica rasta prodaje, povoljnijeg miksa kupaca i proizvoda (što je dovelo do povoljnije bruto marže), te povoljnog utjecaja tečaja srpskog dinara.

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2017. godinu.

* Ostali segmenti uključuju SDR HoReCa, SDR ZND i Baltik, PP Dječja hrana, DP Makedonija, PP Gourmet 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.

DINAMIKA PROFITABILNOSTI U 2017. GODINI



SDP Hrvatska: rast profitabilnosti sukladno volumnom i vrijednosnom rastu prodaje te povoljnijem miksu kupaca, uz optimalno upravljanje troškovima.

DP Slovenija: rast profitabilnosti kao posljedica rasta prodaje i povoljnijeg miksa kupaca.

SDR Zona Zapad: unatoč padu prodaje, prvenstveno uzrokovanim padom prihoda u segmentu Sportske i aktivne prehrane, poboljšanje profitabilnosti uzrokovano je nižim troškovima usluga, zaposlenih, marketinga te manjim ispravicima vrijednosti potraživanja i zaliha.

Ostali segmenti: DP Makedonija bilježi solidan rast profitabilnosti uslijed rasta prodaje i više bruto marže. Do značajnog rasta profitabilnosti SDR HoReCa dolazi uslijed poboljšanja profitabilnosti na sva četiri tržišta (Hrvatska, Slovenija, Srbija, Makedonija), nastavno na rast prodaje i solidan rast bruto marže. Do blagog smanjenja gubitka PP Gourmet došlo je uslijed rasta prodaje, porasta marže kao rezultata povoljnijeg miksa kupaca te značajnih ušteda u troškovima sirovina i zaposlenih nastavno na optimizaciju nabave i proizvodnje. Značajan rast profitabilnosti PP Dječja hrana ostvaren je unatoč rastu cijena sirovina, a nastavno na rast prodaje i povoljan utjecaj tečaja ruske rublje, koji su ujedno utjecali i na rast profitabilnosti SDR ZND i Baltik. Troškovi koji se pripisuju službama podrške niži su u odnosu na 2016. godinu unatoč rastu troškova zaposlenih i usluga (kao rezultat povećanih IT ulaganja), nastavno na dobit ostvarenu prodajom tvornica u Bleckedeu i Novoj Gradišci.

FINANCIJSKI POKAZATELJI U 2017. GODINI

FINANCIJSKI POKAZATELJI

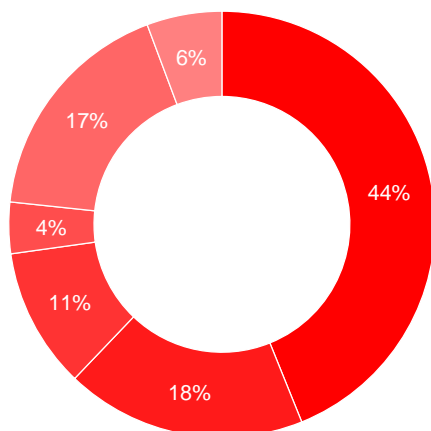
(u milijunima kuna)	2017.	2016.
Neto dug	1.185,4	1.502,3
Ukupna imovina	5.126,4	5.395,8
Ukupno kapital i rezerve	2.249,8	2.016,5
Odnos kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza	1,47	1,42
Odnos neto duga i kapitala uvećanog za neto dug	34,5%	42,7%
Neto dug/Normalizirana EBITDA	2,29	3,17
Pokriće troška kamata	8,85	6,06
Kapitalna ulaganja	129,2	140,2
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti	348,2	292,0

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2017. godinu.

Među ključnim odrednicama financijske pozicije Atlantic Grupe u 2017. godini važno je istaknuti sljedeće:

Zahvaljujući smanjenju neto duga od 316,9 milijuna kuna na kraju 2017. godine u odnosu na kraj 2016. godine, odnos neto duga i kapitala uvećanog za neto dug niži je za 819 baznih bodova. Zaduženost mjerena odnosom neto duga i normalizirane EBITDA u odnosu na kraj 2016. godine spustila se s 3,17 na 2,29 na kraju 2017. godine. Istovremeno je pokriće troška kamata s normaliziranom EBITDA naraslo s 6,06 na 8,85, a novčani tok iz poslovnih aktivnosti narastao je na 348,2 milijuna kuna.

STRUKTURA PASIVE BILANCE ATLANTIC GRUPE NA DAN 31. PROSINCA 2017. GODINE



- Ukupni kapital i rezerve 43,9%
- Dugoročne financijske obveze 18,2%
- Kratkoročne financijske obveze 10,7%
- Obveznica 3,9%
- Dobavljači i ostale obveze 17,6%
- Ostale obveze 5,7%

PREGLED KLJUČNIH STAVKI U KONSOLIDIRANOM IZVJEŠTAJU O NOVČANOM TOKU

Do rasta novčanog toka iz poslovnih aktivnosti u 2017. godini u odnosu na prošlu godinu došlo je zbog poboljšane profitabilnosti i boljeg upravljanja radnim kapitalom, nastavno na normalizaciju negativnih utjecaja na stanje zaliha i naplatu potraživanja, koje su u 2016. godini uzrokovali pokretanje distribucijskog poslovanja u Njemačkoj i Austriji te implementacija SAP rješenja, kako u dvije navedene zemlje tako i u Hrvatskoj. Dodatan povoljan utjecaj na novčani tok imala je normalizacija poslovanja i naplate potraživanja s maloprodajnim lancima u sastavu Agrokora.

Pozitivan utjecaj na novčani tok iz ulagačkih aktivnosti došao je od prodaje dvaju tvornica u sklopu Strateškog poslovnog područja Sportska i aktivna prehrana u iznosu od 129,3 milijuna kuna te primitkom sredstava od prodaje poslovanja s čajevima, dok je novčani tok od financijskih aktivnosti niži nastavno na daljnje razduživanje Atlantic Grupe.

Kapitalna ulaganja u 2017. godini 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.

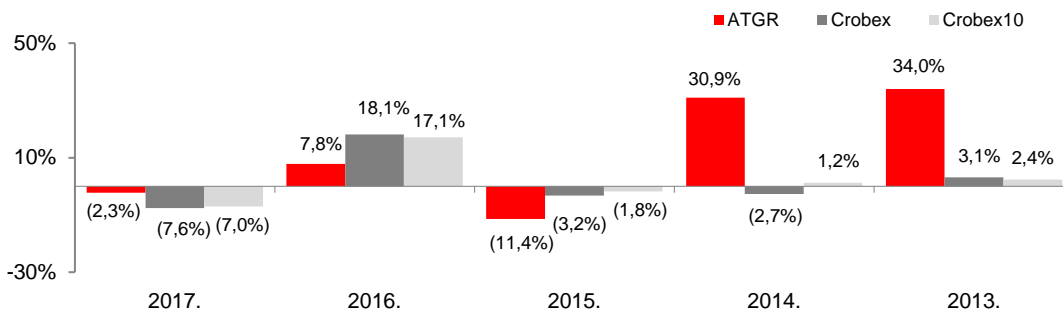
Od značajnih investicija ističu se:

- SPP Pića: ulaganje u novu liniju za čvrsto pakiranje Cedevite te ulaganje u redizajn Cockte;
- SPP DELIKATESNI NAMAZI: ulaganje u novu liniju za proizvodnju 95-gramskih delikatesnih namaza i rashladni sistem proizvodne lokacije;
- SPP SLATKO I SLANO: ulaganje u novu liniju za proizvodnju Bananice i Sweet čokoladica te povećanje efikasnosti proizvodnje;
- SPP KAVA: nabava espresso te Coffee2GO aparata, ulaganje u proizvodnu opremu radi povećanja efikasnosti proizvodnje, ulaganje u novu opremu za taksene markice;
- PP Gourmet: ulaganje u proizvodnu opremu radi povećanja efikasnosti proizvodnje;
- SPP Zdravlje i njega: ulaganje nove ljekarničke lokacije;
- IT: ulaganje u infrastrukturu, digitalne tehnologije i implementaciju poslovnih aplikacija te zamjenu opreme.

Prema odluci Glavne skupštine održane 29. lipnja 2017. godine, odobrena je isplata dividende u iznosu od 13,50 kuna po dionici, odnosno sveukupno 45 milijuna kuna, koja je realizirana u srpnju 2017.

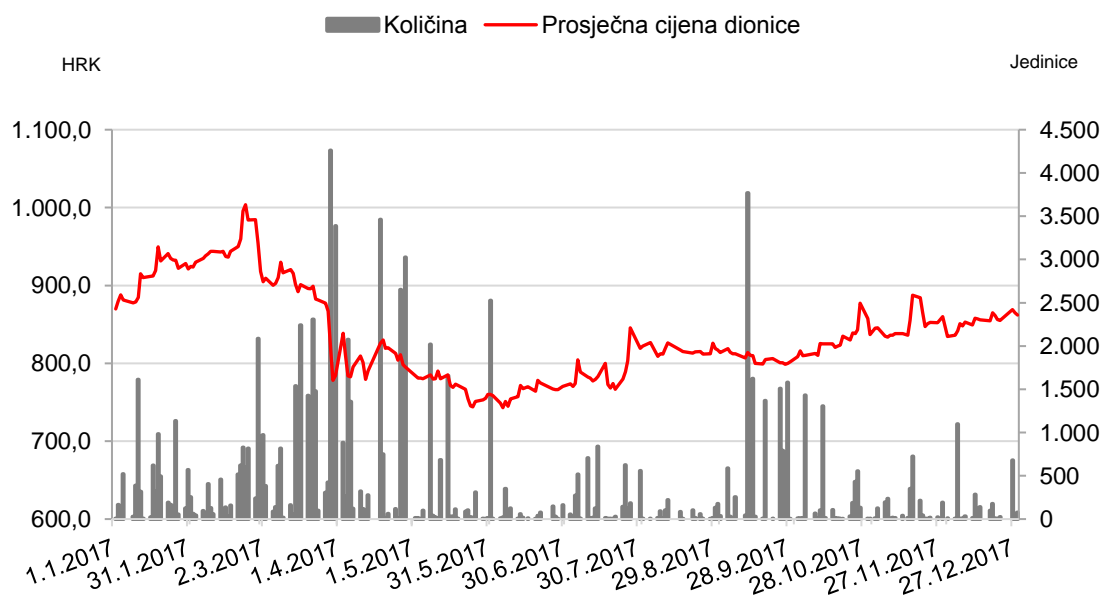
OSTVARENJE NA DIONIČKOM TRŽIŠTU

Unatoč optimističnom početku godine, obilježenom rastom prometa i cijena većine dionica i indeksa, nakon izbijanja krize u koncernu Agrokor došlo je do obrata na hrvatskom tržištu kapitala. Tako je na Zagrebačkoj burzi u 2017. godini dionički indeks CROBEX zabilježio pad od 7,6%, dok je CROBEX10 zabilježio pad od 7,0%. Dionica Atlantic Grupe je istovremeno zabilježila pad od 2,3%.

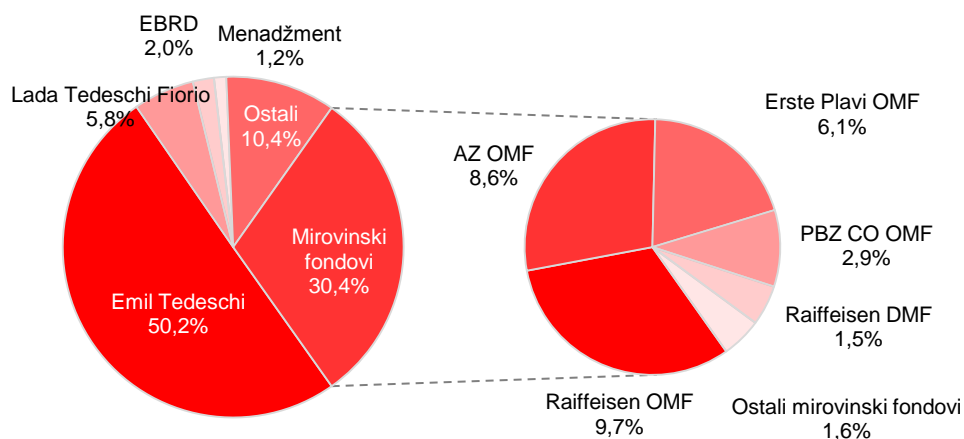


Prosječna cijena dionice Atlantic Grupe u 2017. godini iznosila je 837,2 kuna, dok je prosječni dnevni promet iznosio 352,6 tisuća kuna. Među sastavnicama CROBEX10, s prosječnom tržišnom kapitalizacijom od 3.783,0 milijuna kuna Atlantic Grupa zauzima četvrto mjesto. Također, prema ukupnom prometu u 2017. godini, dionica Atlantic Grupe se nalazi na devetom mjestu u odnosu na sve dionice uvrštene na Zagrebačkoj burzi s 76,2 milijuna kuna ostvarenog prometa.

KRETANJE PROSJEČNE CIJENE I VOLUMENA DIONICE ATLANTIC GRUPE U 2017. GODINI



VLASNIČKA STRUKTURA NA DAN 31. PROSINCA 2017. GODINE



* Udio dionica distribuiran javnosti (free float): 44,0%

Atlantic Grupa ima stabilnu vlasničku strukturu s 50,2% kompanije u vlasništvu Emila Tedeschija te 5,8% kompanije u vlasništvu Lade Tedeschi Fiorio, dok mirovinski fondovi drže 30,4% Atlantic Grupe. Na kraju 2017. godine udio dionica distribuiran javnosti (free float) je iznosio 44,0%.

Valuacija	31.12.2017.	31.12.2016.
Zaključna cijena u razdoblju	862,0	882,0
Tržišna kapitalizacija* (u milijunima kuna)	2.874,2	2.940,9
Prosječni dnevni promet (u tisućama kuna)	356,2	717,9
EV (u milijunima kuna)	4.063,2	4.446,1
EV/EBITDA	7,9	9,4
EV/EBIT	11,9	14,4
EV/prodaja	0,8	0,9
EPS (u kunama)	63,2	48,8
P/E	13,6	18,1

Normalizirani podaci

*Izračunata kao umnožak zaključne cijene u godini i broja emitiranih dionica

OSVRT MENADŽMENTA NA MAKROEKONOMSKA OČEKIVANJA

U 2017. godini hrvatsko gospodarstvo treću je godinu za redom zabilježilo solidan gospodarski rast, zahvaljujući uspješnoj turističkoj sezoni, rastu osobne potrošnje i izvoza te općem rastu optimizma. Menadžment Atlantic Grupe očekuje nastavak pozitivnih kretanja hrvatskog gospodarstva u 2018. godini, unatoč riziku koji predstavlja nagodba vjerovnika Agrokora.

U zemljama regije u 2018. godini menadžment također očekuje nastavak gospodarskog rasta. Slovensko gospodarstvo nastavlja rasti zahvaljujući snažnom jačanju izvoza i domaće potražnje te očekujemo da će navedeno pozitivno djelovati na smanjenje nezaposlenosti, rast plaća i rast potrošnje. Rast na srpskom tržištu očekujemo na temelju jačanja domaće potražnje potaknute rastom plaća i smanjenjem nezaposlenosti, kao i rastom izvoza. Ne očekujemo značajnije slabljenje srpskog dinara. U Bosni i Hercegovini očekujemo daljnji rast gospodarstva, zahvaljujući solidnom rastu izvoza te priljevu međunarodnih fondova.

Zemlje eurozone su u 2017. godini zabilježile pozitivne stope rasta, a menadžment Atlantic Grupe slična kretanja očekuje i u 2018. godini, na temelju jačanja tržišta rada i snažne globalne trgovine, kao i povoljne monetarne politike Europske unije.

Dugo iščekivanom oporavku ruskog gospodarstva u 2017. godini pridonijeli su rast cijena nafte i rast optimizma, koji je pozitivno utjecao na rast domaće potražnje. Nastavno na navedeno, menadžment očekuje daljnji rast ruskog gospodarstva u 2018. godini uz umjerenu inflaciju i stabilnu rublju te rast uvoza.

STRATEŠKE SMJERNICE MENADŽMENTA ATLANTIC GRUPE ZA 2018. GODINU

U 2018. godini menadžment će se fokusirati na (i) jačanje pozicije prepoznatljivih regionalnih brendova, (ii) razvoj distribucijskog poslovanja jačanjem postojećih i akvizicijama novih principala, (iii) širenje regionalnog HoReCa portfelja te (iv) nastavak internacionalizacije poslovanja.

Nastavljamo s ulistavanjem i pozicioniranjem naših brendova u maloprodajnom kanalu u Njemačkoj u suradnji s distribucijskim partnerima s ciljem povećanja učinkovitosti cjelokupnog poslovanja na tom tržištu.

U 2018. godini menadžment Atlantic Grupe očekuje niže prosječne cijene sirove kave na globalnim tržištima roba te dodatan pozitivan utjecaj tečaja EURUSD koji će posljedično imati pozitivan utjecaj na profitabilnost Strateškog poslovnog područja Kava i Atlantic Grupe u cjelini.

OČEKIVANJA ZA 2018. GODINU

Sukladno navedenom, očekivanja menadžmenta za 2018. godinu su sljedeća:

(u milijunima kuna)	2018. plan	2017.	2018./2017.
Prodaja	5.400	5.307	1,8%
EBITDA	550	517*	6,3%
EBIT	375	342*	9,8%
Trošak kamata	45	58	(23,1%)

*Normalizirano

Ukoliko isključimo utjecaj prihoda ostvarenih na temelju uslužne proizvodnje (private label) u segmentu sportske i aktivne prehrane koji su u 2017. godini iznosili oko 194 milijuna kuna, očekivani rast prihoda u 2018. godini u odnosu na 2017. iznositi će 5,6%. Ukoliko isključimo operativnu dobit ostvarenu na temelju navedene uslužne proizvodnje, rast EBITDA-e iznositi će 9,6% dok će rast EBIT-a iznositi 13,3%.

U 2018. godini očekujemo kapitalne investicije u iznosu od oko 160 milijuna kuna.

Očekivana efektivna porezna stopa u 2018. godini ostat će na nivou prošlogodišnje.

KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI
ZA 2017. GODINU



ATLANTIC GRUPA d.d.

**SAŽETI KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI ZA GODINU
ZAVRŠENU 31. PROSINCA 2017. (REVIDIRANO)**

ATLANTIC GRUPA d.d.

KONSOLIDIRANI RAČUN DOBITI I GUBITKA

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2017.

<i>(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)</i>	Bilješka	2017.	2016.
Prihodi	5	5.372.074	5.174.539
Nabavna vrijednost prodane trgovačke robe		(1.327.839)	(1.308.331)
Promjena vrijednosti zaliha gotovih proizvoda i proizvodnje u tijeku		(6.644)	13.984
Troškovi materijala i energije		(1.693.309)	(1.636.983)
Troškovi radnika	6	(828.533)	(800.863)
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje	7	(367.686)	(355.339)
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	2,24 13, 13a, 14	(175.758)	(166.580)
Ostali troškovi poslovanja	8	(630.696)	(630.774)
Ostali dobici – neto	9	64.859	18.135
Dobit iz poslovanja		406.468	307.788
Financijski prihodi	10	28.559	41.378
Financijski rashodi	10	(78.118)	(145.021)
Rashodi od financiranja – neto	10	(49.559)	(103.643)
Dobit prije poreza		356.909	204.145
Porez na dobit	11	(80.685)	(40.910)
Dobit za godinu		276.224	163.235
Pripisivo:			
Dioničarima Društva		275.529	162.800
Manjinskim interesima		695	435
		276.224	163.235
Zarada po dionici za dobit pripisivu dioničarima Društva tijekom godine (u kunama)	12		
- osnovna		82,69	48,83
- razrijeđena		82,69	48,83

ATLANTIC GRUPA d.d.

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O OSTALOJ SVEOBUHVAATNOJ DOBITI

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2017.

<i>(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)</i>	<u>Bilješka</u>	<u>2017.</u>	<u>2016.</u>
Dobit za godinu		276.224	163.235
Ostala sveobuhvatna dobit:			
<i>Stavke koje se neće reklasificirati u račun dobiti i gubitka</i>			
Aktuarski dobici/(gubici) za planove definiranih primanja, neto od poreza	22	1.033	(826)
		1.033	(826)
<i>Stavke koje se mogu naknadno reklasificirati u račun dobiti i gubitka</i>			
Tečajne razlike, neto od poreza	22	21.411	(47.577)
Zaštita novčanog toka, neto od poreza	22	(15.466)	8.700
		5.945	(38.877)
Ukupno sveobuhvatna dobit/ (gubitak) za godinu, neto od poreza		6.978	(39.703)
Ukupno sveobuhvatna dobit za godinu		283.202	123.532
Pripisiva:			
Dioničarima Društva		282.520	123.109
Manjinskim interesima		682	423
Ukupno sveobuhvatna dobit za godinu		283.202	123.532

ATLANTIC GRUPA d.d.

KONSOLIDIRANA BILANCA

NA DAN 31. PROSINCA 2017.

(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)

	Bilješka	31. prosinca 2017.	31. prosinca 2016.
IMOVINA			
Dugotrajna imovina			
Nekretnine, postrojenja i oprema	13	999.866	1.082.059
Ulaganja u nekretnine		1.209	1.259
Nematerijalna imovina	14	1.750.216	1.756.217
Odgođena porezna imovina	25	32.165	47.293
Financijska imovina raspoloživa za prodaju	17	948	915
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	18	95.239	59.102
		<u>2.879.643</u>	<u>2.946.845</u>
Kratkotrajna imovina			
Zalihe	19	547.278	623.318
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	18	1.191.042	1.300.795
Potraživanja za porez na dobit		5.029	10.326
Derivativni financijski instrumenti	15	-	18.139
Novac i novčani ekvivalenti	20	497.079	490.730
		<u>2.240.428</u>	<u>2.443.308</u>
Dugotrajna imovina namijenjena prodaji	13a	6.336	5.687
Ukupno kratkotrajna imovina		<u>2.246.764</u>	<u>2.448.995</u>
UKUPNO IMOVINA		<u>5.126.407</u>	<u>5.395.840</u>
KAPITAL I OBVEZE			
Kapital i rezerve pripisive dioničarima Društva			
Dionički kapital	21	133.372	133.372
Kapitalna dobit	21	881.089	881.489
Vlastite dionice	21	(1.514)	(88)
Pričuve	22	(52.428)	(80.964)
Zadržana dobit		1.285.668	1.079.698
		<u>2.246.187</u>	<u>2.013.507</u>
Manjinski interesi		3.663	2.981
Ukupno kapital		<u>2.249.850</u>	<u>2.016.488</u>
Dugoročne obveze			
Obveze po primljenim kreditima	24	1.135.191	1.422.605
Odgođena porezna obveza	25	162.652	171.811
Ostale dugoročne obveze		3.017	6.673
Rezerviranja	26	50.456	58.036
		<u>1.351.316</u>	<u>1.659.125</u>
Kratkoročne obveze			
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	23	903.144	1.073.996
Obveze po primljenim kreditima	24	546.060	588.539
Derivativni financijski instrumenti	15	1.226	-
Tekuća obveza poreza na dobit		21.341	9.231
Rezerviranja	26	53.470	48.461
		<u>1.525.241</u>	<u>1.720.227</u>
Ukupno obveze		<u>2.876.557</u>	<u>3.379.352</u>
UKUPNO KAPITAL I OBVEZE		<u>5.126.407</u>	<u>5.395.840</u>

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O PROMJENAMA KAPITALA

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2017.

(u tisućama kuna)	Pripisivo dioničarima Društva					
	Dionički kapital, kapitalna dobit i vlastite dionice	Pričuve	Zadržana dobit	Ukupno	Manjinski interesi	Ukupno
Stanje 1. siječnja 2016.	1.014.689	(26.264)	954.325	1.942.750	2.558	1.945.308
Sveobuhvatna dobit:						
Neto dobit za godinu	-	-	162.800	162.800	435	163.235
Ostali sveobuhvatni (gubitak)/ dobit	-	(38.865)	(826)	(39.691)	(12)	(39.703)
Ukupno sveobuhvatna dobit	-	(38.865)	161.974	123.109	423	123.532
Transakcije s vlasnicima:						
Stjecanje manjinskih interesa (bilješka 28)	-	-	(4.778)	(4.778)	-	(4.778)
Isplata s temelja dionica (bilješka 21)	1.160	-	-	1.160	-	1.160
Otkup vlastitih dionica (bilješka 21)	(1.076)	-	-	(1.076)	-	(1.076)
Transfer	-	(15.835)	15.835	-	-	-
Dividenda za 2015. godinu (bilješka 21)	-	-	(47.658)	(47.658)	-	(47.658)
Stanje 31. prosinca 2016.	1.014.773	(80.964)	1.079.698	2.013.507	2.981	2.016.488
Sveobuhvatna dobit:						
Neto dobit za godinu	-	-	275.529	275.529	695	276.224
Ostali sveobuhvatni (gubitak)/ dobit	-	5.958	1.033	6.991	(13)	6.978
Ukupno sveobuhvatna dobit	-	5.958	276.562	282.520	682	283.202
Transakcije s vlasnicima:						
Stjecanje manjinskih interesa (bilješka 28)	-	-	(1.126)	(1.126)	-	(1.126)
Isplata s temelja dionica (bilješka 21)	5.605	-	-	5.605	-	5.605
Otkup vlastitih dionica (bilješka 21)	(7.431)	-	-	(7.431)	-	(7.431)
Transfer	-	22.578	(22.578)	-	-	-
Dividenda za 2016. godinu (bilješka 21)	-	-	(46.888)	(46.888)	-	(46.888)
Stanje 31. prosinca 2017.	1.012.947	(52.428)	1.285.668	2.246.187	3.663	2.249.850

ATLANTIC GRUPA d.d.

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O NOVČANOM TOKU

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2017.

(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)

	<u>Bilješka</u>	<u>2017.</u>	<u>2016.</u>
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti			
Novac generiran poslovanjem	29	505.076	428.152
Plaćene kamate		(100.391)	(82.290)
Plaćeni porez na dobit		(56.441)	(53.839)
		<u>348.244</u>	<u>292.023</u>
Novčani tok iz/(korišten za) investicijske aktivnosti			
Nabava nekretnina, postrojenja i opreme i nematerijalne imovine	13,14	(129.193)	(140.172)
Primici od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme i dugotrajne imovine namijenjene prodaji		8.799	49.260
Primici od prodaje podružnica – neto od novca u prodanim podružnicama	28	129.342	-
Primici od prodaje poslovanja čajeva		18.750	-
Stjecanje podružnica - neto od primljenog novca i novčanih ekvivalenata	28	(2.207)	(1.122)
Dani krediti i depoziti	18	(22.640)	(5.029)
Otplate danih kredita i depozita	18	22.002	4.162
Primljene kamate		4.584	3.390
		<u>29.437</u>	<u>(89.511)</u>
Novčani tok korišten za financijske aktivnosti			
Otkup vlastitih dionica	21	(7.431)	(1.076)
Primici od primljenih kredita, neto od plaćenih naknada	24	120.394	434.386
Otplata primljenih kredita	24	(437.715)	(451.575)
Stjecanje udjela u podružnici od manjinskog interesa	28	(1.906)	(8.438)
Isplata dividende dioničarima Društva	21	(44.984)	(45.012)
Porez po odbitku na dividende isplaćene unutar Grupe		(1.904)	(2.646)
		<u>(373.546)</u>	<u>(74.361)</u>
Neto povećanje novca i novčanih ekvivalenata		<u>4.135</u>	<u>128.151</u>
Dobici/(gubici) od tečajnih razlika po novcu i novčanim ekvivalentima		2.214	(3.113)
Novac i novčani ekvivalenti na početku godine		490.730	365.692
Novac i novčani ekvivalenti na kraju godine	20	<u>497.079</u>	<u>490.730</u>

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, M. Veber, N. Vranković, Z. Stanković
Predsjednik Nadzornog odbora: Z. Adrović

www.atlanticgrupa.com