

Financijski rezultati u 2012. godini (revidirano)

Zagreb – 22. veljače 2013. godine

Povećanje prihoda od prodaje uz rast profitabilnosti u 2012. godini

- **Prihodi od prodaje u iznosu od 4.930,4 milijuna kuna**
+ 4,3% u odnosu na isto razdoblje prošle godine
- **Dobit prije kamata, poreza i amortizacije (EBITDA) u iznosu od 575,1 milijuna kuna**
+ 14,9% u odnosu na isto razdoblje prošle godine
+ 8,0% rast normalizirane EBITDA-e koja iznosi 558,6 milijuna kuna
- **Dobit prije kamata i poreza (EBIT) u iznosu od 395,1 milijuna kuna**
+ 18,0% u odnosu na isto razdoblje prošle godine
+ 13,6% rast normaliziranog EBIT-a koja iznosi 399,2 milijuna kuna
- **Neto dobit nakon manjinskih interesa u iznosu od 55,2 milijuna kuna**
+ 18,5% u odnosu na isto razdoblje prošle godine
+ 63,9% rast normalizirane neto dobiti koja iznosi 101,6 milijuna kuna

Komentar predsjednika Uprave

Komentirajući financijska ostvarenja i ključne poslovne događaje u 2012. godini, Emil Tedeschi, predsjednik Uprave Atlantic Grupe, istaknuo je:

“Iznimno smo zadovoljni rezultatima u 2012. godini u kojoj je Atlantic Grupa ostvarila organski rast prihoda od prodaje uz poboljšanje profitabilnosti, čime je kompanija ispunila najavljenja očekivanja. Godinu je obilježio uspješno završen projekt refinanciranja kao jedan od ključnih događaja u razvojnom ciklusu Atlantic Grupe, kojim smo opetovano potvrdili status kompanije koja odgovorno planira i provodi poslovnu strategiju i uživa povjerenje međunarodnih razvojnih institucija i financijske zajednice.

U 2013. godini djelatnici i Uprava Atlantic Grupe i dalje će biti usmjereni na organski rast poslovanja kroz aktivno upravljanje brendovima i inovacije, optimizaciju troškova te upravljanje rizicima poslovanja kako bi se ostvarili zacrtani ciljevi poslovanja.”

Financijski sažetak 2012. godine

Ključni pokazatelji	2012.	2011.	2012./2011.
Prodaja (u milijunima kuna)	4.930,4	4.727,8	4,3%
Prihodi (u milijunima kuna)	5.005,5	4.774,4	4,8%
EBITDA marža	11,7%	10,6%	+107 bb
Neto dobit nakon MI (u milijunima kuna)	55,2	46,6	18,5%
Pokazatelj zaduženosti*	61,7%	62,3%	-56 bb

*Neto dug/(Ukupni kapital+Neto dug)

KLJUČNI DOGAĐAJI u 2012. godini

1. Nova organizacijska struktura i Uprava Atlantic Grupe

Od 01.01.2012. godine Atlantic Grupa uvela je novu organizacijsku strukturu poslovanja s ciljem što efikasnijeg upravljanja poslovnim segmentima i distribucijskim tržištima. Nova poslovna organizacija obuhvaća:

1. Šest Strateških poslovnih područja (SPP) – Kava, Slatko i slano, Delikatesni namazi, Pića, Zdravlje i njega te Sportska i aktivna prehrana,
2. Četiri Strateška distribucijska područja (SDP) – Hrvatska; Slovenija, Srbija i Makedonija; HoReCa; Internacionalna tržišta te
3. Tržište Rusije.

Osnovna karakteristika nove organizacije je povezivanje poslovanja u posebna poslovna područja vezana uz pojedinu vrstu proizvoda te posebna prodajna područja unutar kojih se pokrivaju sva važna tržišta, kao i strateški prodajni kanali.



Uz Strateška poslovna područja i Strateška distribucijska područja, Operativno poslovanje obuhvaća i funkciju Centralne nabave, funkciju Centralnog marketinga i funkciju Korporativnog upravljanja kvalitetom, kako bi se iskoristile sve sinergije unutar sustava i osigurala učinkovita koordinacija poslova u nabavi, marketingu i osiguranju kvalitete te uspostavili jedinstveni standardi na razini cijele

* Regija uključuje Hrvatsku, Sloveniju, Bosnu i Hercegovinu, Srbiju, Crnu Goru i Makedoniju

Grupe. U cilju što efikasnijeg upravljanja poslovanjem osnovano je Strateško poslovno vijeće kao multifunkcionalno tijelo koje je zaduženo za vitalna strateška i operativna korporativna pitanja.

Vezano uz novu organizaciju poslovanja i formiranje Strateškog poslovnog vijeća, od početka 2012. godine, nova Uprava Atlantic Grupe d.d. sužena je na četiri člana:



2. Druga faza integracije Droge Kolinske i Atlantic Grupe

Druga faza integracije koja je fokusirana na konsolidaciju proizvodnih postrojenja i informacijske tehnologije, a koja je započela u drugoj polovici 2011. godine, uspješno se nastavila u 2012. godini.

Tijekom prvog kvartala proizvodnja Multipower pića preseljena je od ugovornog proizvođača u vlastiti proizvodni pogon u Rogaškoj Slatini. Također, nastavilo se s izradama procjene isplativosti preseljenja ostale proizvodnje od ugovornih proizvođača u vlastita proizvodna postrojenja.

U prvom kvartalu završena su dva veća projekta u segmentu konsolidacije IT rješenja po tržištima, u segmentu integracije poslovnih informatičkih rješenja. Na području Slovenije sve tvrtke integrirane su u istu infrastrukturu i isto poslovno rješenje - SAP. U Makedoniji sve tvrtke integrirane su u istu infrastrukturu i isto poslovno rješenje - MIS. Dodatno, za potrebe centralnog skladišta u Šimanovcima, u Srbiji, uveden je sustav za automatizirano upravljanje skladištem, koji se koristi i u skladištima u Zagrebu i Splitu te su na taj način kroz isti alat standardizirani i ujednačeni procesi skladišnog poslovanja u Hrvatskoj i Srbiji. U segmentu konsolidacije licenci za ključna poslovna rješenja i dobavljače (SAP, Microsoft) konsolidirani su tijekom trećeg i četvrtog kvartala svi postojeći licenčni ugovori po regijama te se kroz krovne ugovore realiziraju usluge po povoljnijim uvjetima i uz jednostavniju kontrolu i planiranje. Krajem 2012. godine započeo je projekt implementacije regionalnog data centra u Zagrebu u kojem će se kroz prvi i drugi kvartal 2013. godine konsolidirati sva poslužiteljska i mrežna infrastruktura koja će podržavati sve IT servise za područje Hrvatske i Slovenije. Time se kroz konsolidaciju infrastrukture i podrške za IT servise na jednom mjestu postižu značajne uštede kroz redefiniranje modela podrške korisnicima, redizajn dijela IT servisa i ujednačavanje tehnološke platforme.

3. Refinanciranje

Nastavno na uspješno ostvarenu integraciju Droge Kolinske, konsolidaciju poslovanja tijekom posljednje dvije godine, ispunjavanje svih preuzetih obaveza i provođenje promišljene strategije kompanije, Atlantic Grupa je stekla uvjete za ugovaranje značajno kvalitetnijeg kreditnog aranžmana s nižom kamatnom stopom te produljenjem ročnosti u odnosu na kredit dobiven pri akviziciji Droge Kolinske.

U skladu s time, Atlantic Grupa je 19. studenog 2012. godine s Europskom bankom za obnovu i razvoj (EBRD), Međunarodnom financijskom korporacijom (IFC, članica grupe Svjetske Banke) i četirima komercijalnim bankama potpisala ugovor o refinanciranju postojećih kredita koji su korišteni za financiranje akvizicije Droge Kolinske i refinanciranje njenih tadašnjih kredita. Iznos odobrenog kreditnog paketa je bio 307 milijuna eura te je bio strukturiran na način da je EBRD aranžirao sindicirani kredit u iznosu do 232 milijuna eura, te je u njemu sudjelovao s vlastitim sredstvima od 60 milijuna eura, dok se ostatak od 172 milijuna eura sindicirao partnerskim bankama – Raiffeisen Bank, Unicredit Bank, Sberbank i Erste Bank. IFC je u paketu sudjelovao s kreditom od 50 milijuna eura, dok su preostalih 25 milijuna paralelno osiguravale Raiffeisenbank Austria Zagreb i Zagrebačka banka. Sredstva iz ugovorenog paketa iskoristila su se primarno za restrukturiranje kompanijske bilance, i to u iznosu od 272 milijuna eura, dodatna unapređenja energetske učinkovitosti u iznosu od 10 milijuna eura te za financiranje radnog kapitala u iznosu od 25 milijuna eura.

4. Vlastiti i eksterni brendovi u 2012. godini

Nastavno na usmjerenost Atlantic Grupe na organski rast poslovanja kroz inovativnost u proizvodnim kategorijama, aktivni brend menadžment, jačanje regionalnog karaktera distribucijskog poslovanja te daljnji razvoj pojedinih distribucijskih kanala poput HoReCa segmenta, tijekom 2012. godine lansirani su novi proizvodi na regionalna tržišta, postojeći proizvodi uvedeni su na nova tržišta te se nastavilo sa širenjem distribucijskog portfelja.

Kvalitetu brendova Atlantic Grupe ponovno je potvrdilo istraživanje agencije Valicon koje izračunava snagu brendova na osnovi prepoznatljivosti, iskustva i kvalitete istih. Prema zadnjem istraživanju provedenom krajem 2012. godine, brendovi Argeta, Cockta i Cedevita nalaze se među top 10 brendova na području Hrvatske, Slovenije, Bosne i Hercegovine, Srbije i Makedonije dok se brend Smoki nalazi na 17. mjestu.

Strateško poslovno područje Pića lansiralo je dva nova proizvoda u segmentu gaziranih bezalkoholnih pića, Cocktu Rossu koja se počela distribuirati na tržištima Hrvatske, Slovenije, Srbije, Makedonije i Crne Gore, te Cocktu Easy lemon koja je zamijenila prijašnji brend Cocktu light. U kategoriji voda lansirana je prirodna izvorska voda Kala te gazirana prirodna mineralna voda Kalnička, koja je zamijenila prijašnje brendove u segmentu voda, Unique i Kapljica.

Strateško poslovno područje Kava dodatno je proširilo svoj proizvodni asortiman s ekstenzijama brendova Grand kafa i Barcaffa na tržišta regije te je započelo s korištenjem Barcaffa benda za HoReCa segment u cijeloj regiji. 2012. godina je bila uspješna za brend Barcaffa kojemu je na proizvodnoj lokaciji u Izoli dodijeljen najviši međunarodni certifikat za sigurnu hranu: FSSC 22000

(Food Safety System Certification), a krajem godine je sudjelovao na četvrtom međunarodnom natjecanju u kvaliteti mješavina kave održanom u talijanskoj Bresciji gdje je u skupinu pobjedničkih proizvoda ušla mješavina kave Barcaffe Bar.

Strateško poslovno područje Slatko i slano započelo je s aktivnijim lansiranjem proizvoda iz svog portfelja na tržište Hrvatske, dok su na tržišta regije lansirani novi proizvodi iz kategorije flipsa i slatkog asortimana.

Strateško poslovno područje Delikatesni namazi dodatno je proširilo svoj portfelj delikatesnih namaza lansiranjem četiri nova proizvoda na tržišta regije. Brendu Argeta je krajem ožujka na proizvodnoj lokaciji u Izoli dodijeljen najviši međunarodni certifikat za sigurnu hranu: FSSC 22000 (Food Safety System Certification). Montana sendviči su uspješno lansirani i u Sloveniji te je od kraja srpnja započela njihova distribucija na Petrolovim benzinskim postajama.

Strateško poslovno područje Sportska i aktivna prehrana je napravilo redizajn Multipower Sportsfood linije namijenjene aktivnim sportašima i rekreativcima. Pored navedenog, lansirano je nekoliko novih proizvoda s kojima je dodatno nadopunjen već postojeći širok asortiman proizvoda iz segmenta sportske i aktivne prehrane.

Unutar Strateškog poslovnog područje Zdravlje i njega, Fidifarm je u Dietpharm liniji lansirao nove proizvode iz kategorije dodataka prehrani i kategorije kozmetike s posebnom namjenom, dok je u Fidifarm liniji lansirao lijek koji se izdaje na recept. Dodatno, Atlantic Pharmacentar je potpisao nove ugovore o isključivoj distribuciji sa sedam novih kompanija. Početkom 2012. godine Hrvatska gospodarska komora dodijelila je Plidenti status "Izvorno hrvatsko" za Plidentu Herbal, Pro-t-action i Triple active, a status "Hrvatska kvaliteta" za ostale Plidente.

Strateško distribucijsko područje Slovenija, Srbija, Makedonija je početkom kolovoza potpisalo ekskluzivno pravo distribucije pelinkovca "Gorki list" na tržištu Srbije i tako obogatilo distribucijski portfelj Atlantic Grupe s još jednim principalom.

DINAMIKA PRODAJE u 2012. godini

Profil prodaje po Strateškim poslovnim područjima te Strateškim distribucijskim područjima

(u tisućama kuna)	2012.	2011.	2012./2011.
SPP Pića	671.934	670.354	0,2%
SPP Kava	1.090.672	1.001.659	8,9%
SPP Slatko i slano	600.473	578.772	3,7%
SPP Delikatesni namazi	463.664	430.952	7,6%
SPP Sportska i aktivna prehrana	679.971	648.140	4,9%
SPP Zdravlje i njega	481.328	446.302	7,8%
SDP Hrvatska	876.829	888.080	(1,3%)
SDP Slovenija, Srbija, Makedonija	1.930.387	1.875.454	2,9%
Ostali segmenti*	373.152	327.634	13,9%
Usklada**	(2.237.969)	(2.139.581)	n/p
Prodaja	4.930.441	4.727.766	4,3%

U 2012. godini Atlantic Grupa je ostvarila **4.930,4 milijuna kuna prihoda od prodaje**. Ostvareni rezultat je 4,3% veći u odnosu na 2011. godinu kada su prihodi od prodaje iznosili 4.727,8 milijuna kuna. Sva Strateška poslovna područja su zabilježila rast prihoda od prodaje, a najveći je ostvaren u Strateškom poslovnom području Kava i Strateškom poslovnom području Zdravlje i njega.

Posljedično na promjenu organizacijske strukture od početka 2012. godine, Atlantic Grupa prihode od prodaje po poslovnim segmentima prikazuje na način da prihodi od prodaje individualnih Strateških poslovnih područja predstavljaju ukupnu prodaju trećim stranama na tržištima (bilo direktno iz Strateškog poslovnog područja, bilo kroz Strateška distribucijska područja) dok prihodi od prodaje Strateških distribucijskih područja obuhvaćaju prodaju proizvoda vanjskih principala kao i prodaju vlastitih proizvoda. Da bi se izbjeglo duplo prikazivanje prodaje vlastitih proizvoda provodi se eliminacija u liniji "Usklada".

- **Strateško poslovno područje Pića** je u 2012. godini ostvarilo 0,2% bolji rezultat u odnosu na 2011. godinu zabilježivši tako 671,9 milijuna kuna prihoda od prodaje. Promatrajući po tržištima, potrebno je istaknuti dvoznamenkasti rast prihoda od prodaje SPP-a Pića na tržištu Rusije koji je ostvaren rastom prodaje brenda Donat Mg. Promatrajući po kategorijama, rast je ostvaren u: (i)

* Ostali Segmenti uključuju SDP HoReCa, Tržište Rusije te poslovne aktivnosti koje se ne alociraju na poslovna i distributivna područja (upravna sjedišta i službe podrške u Srbiji, Sloveniji i Makedoniji) te su isključeni iz izvještavanih operativnih segmenata. SDP Internacionalna tržišta do daljnjeg se neće posebno izdvajati nego će njegovi prihodi od prodaje i profitabilnost biti prikazani unutar SPP-a na koji se odnose. Tržište Rusije do daljnjeg će uključivati samo prodaju asortimana dječje hrane pod brendom Bebi.

** Linija „Usklada“ odnosi se na prodaju vlastitih brendova koja je uključena i u SPP kojem pripada i u SDP kroz koje su proizvodi distribuirani.

kategoriji gaziranih bezalkoholnih pića s brendom Cockta koji je na tržištima Hrvatske i Bosne i Hercegovine ostvario dvoznamenkastu stopu rasta, (ii) kategoriji funkcionalnih voda s brendom Donat Mg koji je na tržištima Srbije, Bosne i Hercegovine, Austrije i Rusije ostvario dvoznamenkastu stopu rasta i (iii) kategoriji voda s brendovima Kala i Kalnička.

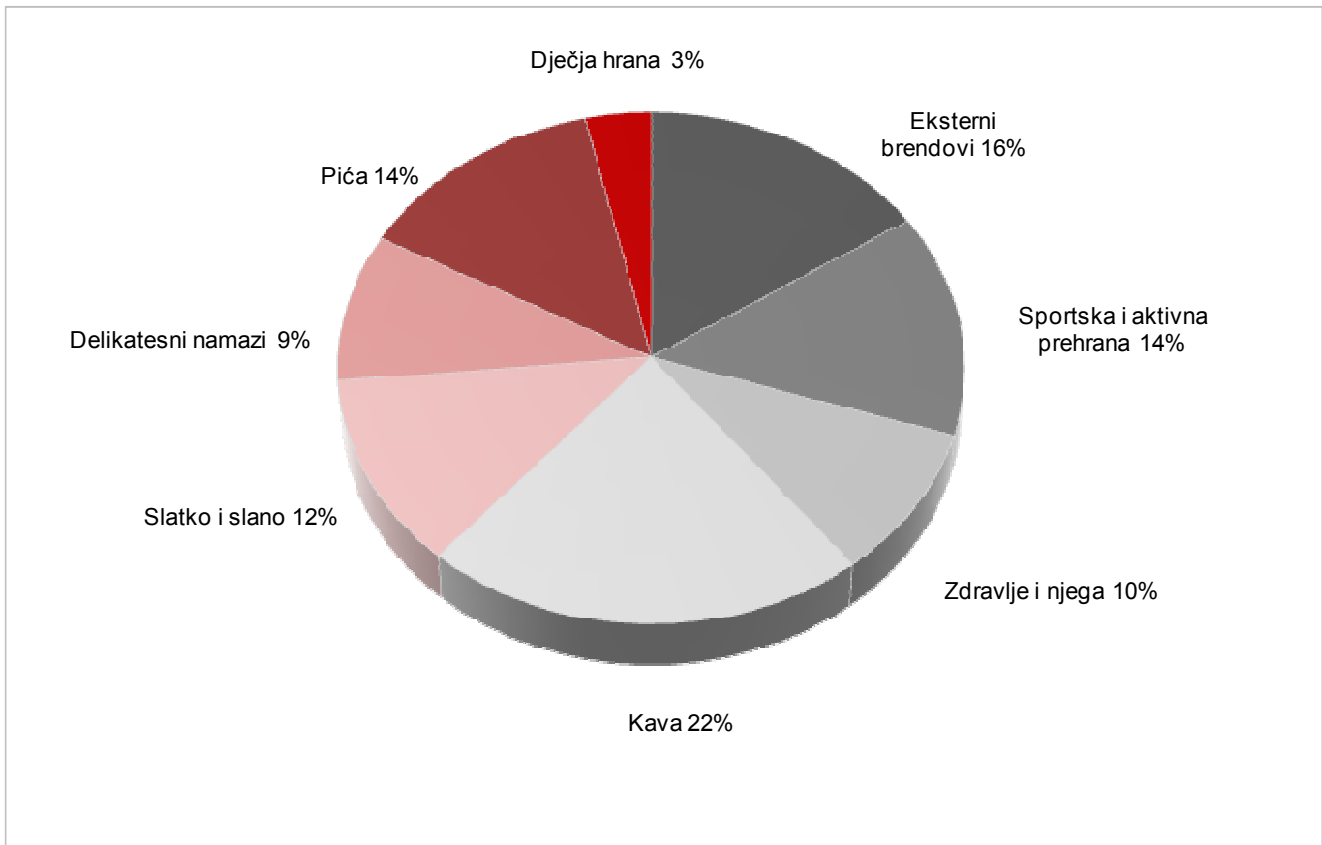
- **Strateško poslovno područje Kava** je ostvarilo 1.090,7 milijuna kuna prihoda od prodaje u 2012. godini što je za 8,9% bolji rezultat u odnosu na 2011. godinu kada su prihodi od prodaje iznosili 1.001,7 milijuna kuna. Promatrajući po tržištima, SPP Kava je ostvarilo dvoznamenkastu stopu rasta prihoda od prodaje na tržištima Hrvatske, Slovenije, Makedonije te Bosne i Hercegovine, dok je na tržištu Srbije ostvarilo jednoznamenkastu stopu rasta prihoda od prodaje. Promatrajući po kategorijama, rast je ostvaren u svim kategorijama kave – u kategoriji turske kave, kategoriji espresso kave i kategoriji instant kave. U kategoriji turske kave trebamo istaknuti dvoznamenkasti rast prodaje brenda Barcaffa na tržištima Hrvatske i Slovenije, te brenda Grand kafa na tržištima Makedonije i Bosne i Hercegovine. U kategoriji espresso kave značajan rast bilježi brend Barcaffa na tržištima Hrvatske i Slovenije, a u instant kategoriji brend Grand kafa u Srbiji. Potrebno je istaknuti da je prema količini prodane kave 2012. godina druga najbolja godina za SPP Kava nakon 2008. godine, a na tržištu Bosne i Hercegovine je ostvarena do sada najveća količinska prodaja kave.
- **Strateško poslovno područje Slatko i slano** je raslo 3,7% na godišnjoj razini u 2012. godini ostvarivši 600,5 milijuna kuna prihoda od prodaje. Promatrajući po tržištima, najznačajniji rast SPP-a Slatko i slano je ostvaren na tržištima Hrvatske, Slovenije te Bosne i Hercegovine. Tržište Hrvatske je ostvarilo više nego dvostruki rast prihoda od prodaje kao rezultat proširenja distribucije asortimana proizvoda slatkog i slanog u 2012. godini. Promatrajući po kategorijama, rastu su najviše doprinijele kategorije keksa, flipsa i štapića. Kategorija flipsa s brendovima Smoki i Čoko Smoki je ostvarila rast na svim regionalnim tržištima s najvećim rastom na tržištima Hrvatske i Slovenije, dok je kategorija keksi i štapića najviše rasla na tržištima Srbije i Hrvatske.
- **Strateško poslovno područje Delikatesni namazi** je zabilježilo rast prihoda od prodaje u 2012. godini od 7,6% u odnosu na 2011. godinu ostvarivši tako 463,7 milijuna kuna prihoda od prodaje. Promatrajući po tržištima, najznačajniji rast SPP-a Delikatesni namazi je ostvaren na tržištima Slovenije, Rusije i Makedonije. Na tržištima Švicarske i Švedske Argeta ostvaruje dvoznamenkaste stope rasta, dok je na tržištu Rusije više nego udvostručila prihode od prodaje. Navedeno je pokazatelj sve boljeg prihvaćanja Argete izvan regije te pridobivanja novih potrošača što pokazuju značajni tržišni udjeli na tržištima Austrije i Švicarske. Rast je ostvaren u svim kategorijama – u kategoriji mesnih delikatesnih namaza i kategoriji ribljih delikatesnih namaza s brendom Argeta, te u kategoriji sendviča s produljenom svježinom s brendom Montana.
- **Strateško poslovno područje Sportska i aktivna prehrana** je ostvarilo 680,0 milijuna kuna prihoda od prodaje u 2012. godini što je 4,9% veći rezultat nego u 2011. godini kada su isti iznosili 648,1 milijun kuna. Promatrajući po tržištima, SPP Sportska i aktivna prehrana je ostvarilo dvoznamenkasti rast prihoda od prodaje na tržištima Ujedinjenog Kraljevstva, Rusije, Španjolske, Švicarske i Turske. Promatrajući po brendovima, brend Multipower je zabilježio manje prihode od prodaje uslijed niže prodaje na tržištu Njemačke, što je ublaženo dvoznamenkastim stopama rasta Multipowera na tržištima Ujedinjenog Kraljevstva, Rusije, Španjolske i Turske. Brend Multaben je ostvario blagi pad prihoda od prodaje uzrokovan nižom prodajom na tržištu Austrije, dok je brend

Champ ostvario nižu prodaju posljedično na slabiju prodaju na tržištima Njemačke i Austrije. Kategorija privatnih robnih marki je ostvarila rast prihoda od prodaje, prvenstveno na tržištu Njemačke.

- **Strateško poslovno područje Zdravlje i njega** je u 2012. godini s 481,3 milijuna kuna prihoda od prodaje ostvarilo rast od 7,8% u odnosu na prethodnu godinu kada su prihodi od prodaje iznosili 446,3 milijuna kuna. Rast je najviše potaknut: (i) 9,4%-tnim rastom prihoda od prodaje ljekarničkog lanca Farmacia, uzrokovanim kako organskim rastom tako i pripajanjem 5 ljekarni preuzetih u svibnju 2011. godine te (ii) značajnim stopama rasta Multivite uslijed povećanja asortimana proizvoda koji se distribuiraju na tržište Rusije te rješavanja poteškoća koje su postojale u 2011. u radu tamošnjeg distributera.
- **Strateško distribucijsko područje Hrvatska** je u 2012. godini ostvarilo 876,8 milijuna kuna prihoda od prodaje. Ostvareni rezultat je 1,3% niži u odnosu na prethodnu godinu kada su prihodi od prodaje iznosili 888,1 milijun kuna. Ostvareni rezultat je posljedica pada distribucije segmenta eksternih brendova ponajviše uslijed prestanka distribucije dijela asortimana Karoline. Pad segmenta eksternih brendova je ublažen rastom distribucije segmenta vlastitih brendova i to: (i) segmenta kave, (ii) segmenta delikatesnih namaza i (iii) segmenta slatkog i slanog.
- **Strateško distribucijsko područje Slovenija, Srbija, Makedonija** je u 2012. godini zabilježilo 1.930,4 milijuna kuna prihoda od prodaje što je 2,9% veći rezultat u odnosu na 2011. godinu kada su isti iznosili 1.875,5 milijuna kuna. Najveći doprinos ostvarenom rezultatu je došao iz distribucije segmenta kave i distribucije segmenta delikatesnih namaza. Najveći rast prihoda od prodaje na tržištima Slovenije i Makedonije dolazi od distribucije segmenta kave, segmenta delikatesnih namaza te segmenta slatko i slano. Na tržištu Srbije najveći rast bilježi distribucija segmenta kave i segmenta delikatesnih namaza.
- **Ostali segmenti** u 2012. godini bilježe rast prihoda od prodaje od 13,9% u odnosu na prethodnu godinu čime su ostvarili 373,2 milijuna kuna prihoda od prodaje. Ostali segmenti uključuju Tržište Rusije, Strateško distribucijsko područje HoReCa te poslovne aktivnosti koje se ne alociraju na prethodno spomenuta poslovna i distributivna područja (upravna sjedišta i službe podrške u Srbiji, Sloveniji i Makedoniji) te su isključeni iz izvještavanih operativnih segmenata. Tržište Rusije ostvaruje rast potaknut dvoznamenkastom stopom rasta brenda dječje hrane Bebi, dok Strateško distribucijsko područje HoReCa u promatranom razdoblju ostvaruje rast prihoda od prodaje potaknuto rastom distribucije segmenata vlastitih brendova čime je anuliran negativan efekt prestanka distribucije proizvoda iz portfelja Tvornice Duhana Rovinj.

Pregled prodaje po kategorijama u 2012. godini reflektira slijedeće:

- Proizvodna kategorija kava s brendovima Grand kafa i Barcaffè je najveća individualna proizvodna kategorija s 22%-tnim udjelom
- Proizvodna kategorija Sportska i aktivna prehrana s ključnim brendovima Multipower i Champ te proizvodna kategorija Pića s ključnim brendovima Cedevita, Cockta i Donat Mg su druga i treća najveća proizvodna kategorija s 14%-tnim udjelom, pojedinačno
- Eksterni brendovi čine pak 16% ukupne prodaje



Pregled prodaje po tržištima

(u milijunima kuna)	2012.	% prihoda od prodaje	2011.***	% prihoda od prodaje	2012./2011.
Hrvatska	1.313,3	26,6%	1.333,5	28,2%	(1,5%)
Srbija	1.226,8	24,9%	1.204,2	25,5%	1,9%
Slovenija	648,7	13,2%	598,4	12,7%	8,4%
Bosna i Hercegovina	377,0	7,6%	357,9	7,6%	5,3%
Ostala tržišta regije*	316,9	6,4%	295,1	6,2%	7,4%
Zapadna Europa**	362,0	7,3%	376,1	8,0%	(3,8%)
Rusija i Zajednica Neovisnih Država	245,0	5,0%	186,4	3,9%	31,4%
Ostala tržišta	440,8	8,9%	376,2	8,0%	17,2%
Ukupna prodaja	4.930,4	100,0%	4.727,8	100,0%	4,3%

- **Tržište Hrvatske** je u 2012. godini ostvarilo 1.313,3 milijuna kuna prihoda od prodaje. Ostvareni rezultat je 1,5% niži u odnosu na 2011. godinu kada su prihodi od prodaje iznosili 1.333,5 milijuna kuna. Na ostvareni rezultat je utjecala manja prodaja kategorije vitaminskih instant napitaka te eksternih brendova posljedično na prestanak distribucije proizvoda iz portfelja Tvornice Duhana Rovinj i dijela proizvoda iz asortimana Karoline. Ublažavanju pada prodaje najviše su doprinijele vlastite robne marke od kojih najznačajniji rast bilježimo u: (i) kategoriji turske i espresso kave s brendom Barcaffè koji sve agresivnije zauzima poziciju na hrvatskom tržištu, (ii) kategoriji gaziranih bezalkoholnih pića s brendom Cockta, (iii) kategoriji funkcionalnih voda s brendom Donat Mg, (iv) kategoriji delikatesnih namaza s brendom Argeta, te (v) kategoriji flipsa s brendom Smoki. Rast od 9,4% bilježi i ljekarnički lanac Farmacia. Dodatan uteg na ostvarenje tržišta Hrvatske je bila i loša makroekonomska situacija s: (i) nastavkom pada BDP-a u trećem kvartalu 2012. godine od 1,9% na godišnjoj razini, (ii) negativnim trendovima na tržištu rada (rast broja nezaposlenih uz pad broja zaposlenih i aktivnog stanovništva dok je registrirana stopa nezaposlenosti na kraju godine iznosila rekordnih 21,1%) te (iii) padom realne neto plaće u prvih jedanaest mjeseci 2012. godine od 2,5% u odnosu na isto razdoblje u 2011. godini. Pritom je indeks pouzdanja potrošača pao s -21,8 u siječnju na -47,1 u prosincu 2012. godine. Tržište Hrvatske s 26,6% udjela u ukupnim prihodima Atlantic Grupe ostaje najveće prodajno tržište kompanije.
- **Tržište Srbije** je s 1.226,8 milijuna kuna prihoda od prodaje u 2012. godini ostvarilo rast od 1,9% u odnosu na 2011. godinu. Na tržištu Srbije najveći rast bilježi: (i) kategorija turske i instant kave s brendovima Grand kafa i Bonito, (ii) kategorija vitaminskih instant napitaka s brendom Cedevita, (iii) segment delikatesnih namaza s brendom Argeta te (iv) kategorija keksa. U lokalnoj valuti, prihodi od prodaje su rasli 11,7% na godišnjoj razini što je značajan rezultat posebice kada se uzme u obzir: (i) pad BDP-a na godišnjoj razini u sva četiri kvartala 2012. godine, (ii) pad trgovine na malo od 6,2% u odnosu na prethodnu godinu te (iii) nepovoljne trendove na tržištu rada s

* Ostala tržišta regije: Makedonija, Crna Gora, Kosovo

** Zapadna Europa: Njemačka, Ujedinjeno Kraljevstvo, Italija

*** Prodaja prepravljena u odnosu na objavu 2011. godine, obzirom da u 2011. godini dio prodaje koji se odnosi na brendove Droge Kolinske nije bio razrađen na sve zemlje koje objavljuje Atlantic Grupa

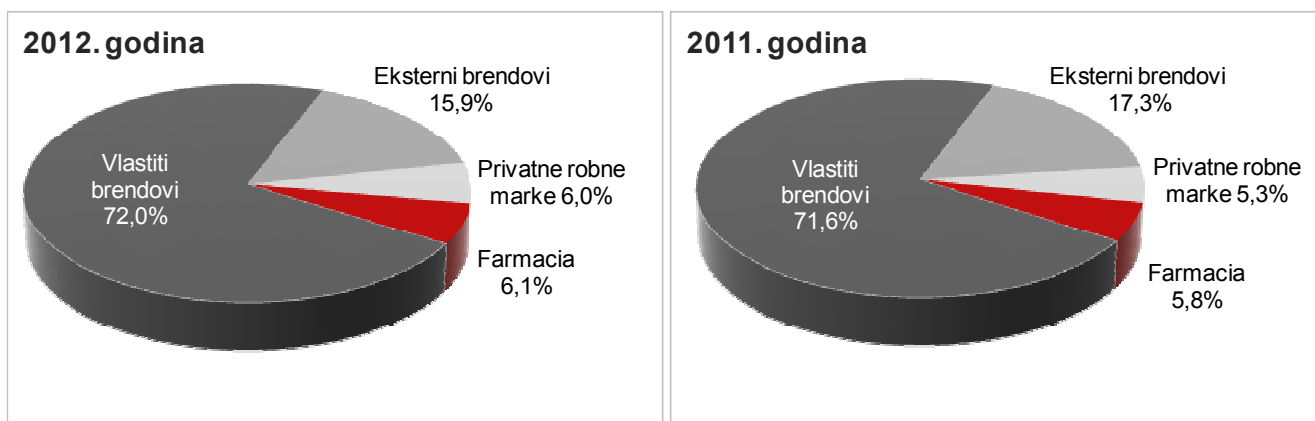
rastom broja nezaposlenih, a padom broja zaposlenih. Tržište Srbije je drugo najveće prodajno tržište Atlantic Grupe s 24,9% udjela u ukupnim prihodima od prodaje kompanije u 2012. godini.

- **Tržište Slovenije** je ostvarilo 648,7 milijuna kuna prihoda od prodaje u 2012. godini što je rast od 8,4% u odnosu na 2011. godinu kada su prihodi od prodaje iznosili 598,4 milijuna kuna. Najveći rast prihoda od prodaje na tržištu Slovenije bilježi: (i) segment kave s brendom Barcaffè, (ii) kategorija funkcionalnih voda s brendom Donat Mg te (iii) segment delikatesni namazi s brendom Argeta. Ostvarenim rezultatom tržište Slovenije je povećalo svoj udio u ukupnim prihodima Atlantic Grupe na 13,2% u 2012. godini u odnosu na 12,7% u 2011. godini. Rast prihoda od prodaje je ostvaren u uvjetima: (i) pada BDP-a u drugom i trećem kvartalu od 3,2% i 3,3% na godišnjoj razini, pojedinačno, (ii) smanjene potrošačke moći usred anemične situacije na tržištu rada i većeg rasta cijena od neto nadnica u 2012. godini te (iii) pada prometa u trgovini na malo, osim goriva, od 5,3% na godišnjoj razini.
- **Tržište Bosne i Hercegovine** je u 2012. godini zabilježilo 377,0 milijuna kuna prihoda od prodaje što je rast od 5,3% u odnosu na 2011. godinu kada su prihodi od prodaje iznosili 357,9 milijuna kuna. Ostvarenim rezultatom, udio Bosne i Hercegovine u ukupnim prihodima od prodaje Atlantic Grupe je ostao nepromijenjen u odnosu na 2011. godinu i iznosi 7,6%. Najveći doprinos rastu prihoda od prodaje je došao od: (i) kategorije turske kave s brendom Grand Kafa, (ii) kategorije gaziranih bezalkoholnih pića s brendom Cockta te (iii) kategorije flipsa s brendom Smoki te. Rast na tržištu Bosne i Hercegovine je ostvaren usprkos: (i) iznimno nepovoljnoj situaciji na tržištu rada (u prvih jedanaest mjeseci 2012. godine prosječna registrirana stopa nezaposlenosti je iznosila 44,1% s rastom prosječnog registriranog broja nezaposlenih u istom razdoblju od 2,5% na godišnjoj razini) i (ii) smanjenju kupovne moći potrošača (u 2012. godini prosječna mjesečna neto plaća je bila veća 1,2% na godišnjoj razini, no u istom razdoblju potrošačke cijene su porasle 2,1% na godišnjoj razini).
- **Ostala tržišta regije** (Makedonija, Crna Gora, Kosovo) su zabilježila 316,9 milijuna kuna prihoda od prodaje u 2012. godini što je rast od 7,4% u odnosu na 2011. godinu kada su prihodi od prodaje iznosili 295,1 milijun kuna. Rast na ovim tržištima ostvaren je u pojedinim kategorijama segmenata kave, delikatesnih namaza te slatkog i slanog.
- **Tržišta Zapadne Europe** (Njemačka, Italija, Ujedinjeno Kraljevstvo) su u 2012. godini ostvarila 362,0 milijuna kuna prihoda od prodaje što je 3,8% niži rezultat u odnosu na 2011. godinu. **Tržište Njemačke**, kao prodajno najveće zapadnoeuropsko tržište Atlantic Grupe ostvarilo je 6,6% manji rezultat u 2012. godini u odnosu na 2011. godinu. Na navedeni rezultat je utjecalo smanjenje prihoda od prodaje segmenta sportske i aktivne prehrane uslijed: (i) delistiranja brendova iz vodećeg njemačkog lanca fitness centara koji je uveo slične proizvode pod vlastitim brendom te (ii) stečaja značajnog maloprodajnog lanca Schleckera. Pozitivan rezultat unutar segmenta sportske i aktivne prehrane je ostvario brend Multaben te privatne robne marke. Tržište Njemačke je gospodarski najstabilnije zapadnoeuropsko tržište Atlantic Grupe s pozitivnim makroekonomskim pokazateljima u 2012. godini. **Tržište Ujedinjenog Kraljevstva** je u 2012. godini ostvarilo stopu rasta od 11,4% u odnosu na 2011. godinu uslijed dvoznamenkastog rasta brenda Multipower iz segmenta sportske i aktivne prehrane. Navedeni rast je značajan pogotovo kad se uzme u obzir da ekonomska situacija nije davala poticaj poslovanju s: (i) padom BDP-a od 0,3% u zadnjem kvartalu na kvartalnoj razini (preliminarni podaci), (ii) izostankom oporavka na tržištu rada (prosječan broj

nezaposlenih u prvih 11 mjeseci 2012. godine je 0,6% veći u odnosu na isto razdoblje 2011. godine) te (iii) smanjenjem kupovne moći potrošača uslijed većeg rasta potrošačkih cijena od tjednih nadnica u prvih 11 mjeseci 2012. godine na godišnjoj razini. Dodatno, u studenom je uveden PDV od 20% na dio asortimana sportske i aktivne prehrane što je utjecalo na usporavanje rasta u zadnjem kvartalu. **Tržište Italije** je u promatranom razdoblju ostvarilo 4,5% manje prihode od prodaje u odnosu na 2011. godinu. Na ostvareni rezultat su utjecali manji prihodi od prodaje segmenta sportska i aktivna prehrana, dok su rast ostvarili segmenti delikatesni namazi s brendom Argeta te zdravlje i njega s rastom prodaje privatnih robnih marki. Dodatno, treba imati na umu i utjecaj loše gospodarske situacije s: (i) padom BDP-a u prva tri kvartala 2012. godine na godišnjoj razini, (ii) rastom registrirane stope nezaposlenosti koja je u prosincu iznosila 11,2% te (iii) stagnacijom prometa u trgovini na malo s prehrambenim proizvodima u prvih jedanaest mjeseci 2012. godine na godišnjoj razini.

- **Tržišta Rusije i Zajednice Neovisnih Država** su 2012. godini ostvarila 245,0 milijuna kuna prihoda od prodaje što je rast od 31,4% u odnosu na 2011. godinu kada su prihodi od prodaje iznosili 186,4 milijuna kuna. Dvoznamenkaste stope rasta su zabilježene u: (i) kategoriji funkcionalnih voda s brendom Donat Mg, (ii) segmentu delikatesnih namaza s brendom Argeta, (iii) kategoriji dječje hrane s brendom Bebi te (iv) segmentu sportske i aktivne prehrane s brendom Multipower. Također, dvoznamenkast rast prihoda od prodaje ostvaruju proizvodi Multivite uslijed proširenja asortimana proizvoda te rješavanja poteškoća u radu tamošnjeg distributera koji su se javili tijekom 2011. godine. Ostvarenim rezultatom, tržišta Rusije i Zajednice Neovisnih Država su povećala svoj udio u ukupnim prihodima od prodaje Atlantic Grupe na 5,0% u odnosu na 3,9% prethodne godine.
- **Ostala tržišta** s 440,8 milijuna kuna prihoda od prodaje ostvarenih u 2012. godini čine 8,9% ukupnih prihoda od prodaje Atlantic Grupe. Ostvareni rezultat je za 17,2% veći u odnosu na 2011. godinu kada je prihod od prodaje iznosio 376,2 milijuna kuna. Rast je ostvaren u: (i) segmentu delikatesnih namaza s brendom Argeta te (ii) u segmentu sportska i aktivna prehrana s rastom brenda Multipower i asortimana privatnih robnih marki.

Profil prodaje po proizvodnim kategorijama



- **Vlastiti brendovi** su u 2012. godini ostvarili rast prihoda od prodaje od 5,1% u odnosu na 2011. godinu što je rezultiralo s 3.552,1 milijun kuna prihoda od prodaje. Također, udio vlastitih brendova u ukupnim prihodima od prodaje Atlantic Grupe se povećao u 2012. godini i sada iznosi 72,0% u odnosu na 71,6% koliko je iznosio u 2011. godini. Rast prihoda od prodaje vlastitih brendova je rezultat kombinacije aktivnosti usmjerenih na efikasnije upravljanje postojećim proizvodima i lansiranja novih proizvoda iz aktualnog asortimana Atlantic Grupe. Najveći rast prihoda od prodaje su ostvarili brendovi u segmentima: (i) kave s brendovima Grand kafa, Barcaffè i Bonito, (ii) pića s brendovima Cockta i Donat Mg, (iii) delikatesnih namaza s brendom Argeta, (iv) slatkog i slanog s brendom Smoki te (v) dječje hrane s brendom Bebi.
- **Eksterni brendovi** su u 2012. godini ostvarili 782,1 milijun kuna prihoda od prodaje. Navedeni rezultat je 5,1% manji u odnosu na 2011. godinu uslijed prestanka distribucije dijela asortimana Karoline te prestanka distribucije proizvoda iz portfelja Tvornice Duhana Rovinj. Negativan utjecaj prestanka distribucije dijela asortimana je ublažen rastom prihoda od prodaje drugih principala od kojih se ističu Ferrero i Rauch. Posljedično na rast prihoda od prodaje vlastitih brendova i manje prihode od prodaje eksternih brendova, udio eksternih brendova u ukupnim prihodima od prodaje Atlantic Grupe je pao na 15,9% u odnosu na 17,3% koliko je iznosio u 2011. godini.
- **Privatne robne marke** (engl. private label) su u 2012. godini ostvarile dvoznamenkasti rast prihoda od prodaje od 18,7% što je rezultiralo s 296,0 milijuna kuna. Rast privatnih robnih marki ponajviše se odnosi na asortiman Strateškog poslovnog područja Sportska i aktivna prehrana. Udio privatnih robnih marki u ukupnim prihodima od prodaje Atlantic Grupe je u 2012. godini porastao na 6,0% u odnosu na 2011. godinu, kada je iznosio 5,3% ukupnih prihoda od prodaje.
- Ljekarnički lanac **Farmacia** je u 2012. godini ostvario rast prihoda od prodaje od 9,4% u odnosu na 2011. godinu. Udio ljekarničkog lanca Farmacia u ukupnim prihodima od prodaje Atlantic Grupe se u 2012. godini povećao na 6,1% u odnosu na 5,8% koliko je iznosio 2011. godine. Rast ljekarničkog lanca je ostvaren kako na organskoj razini, tako i pripajanjem 5 preuzetih ljekarni u svibnju 2011. godine. Na 31.12.2012. godine, ljekarnički lanac Farmacia u svom sastavu ima 45 ljekarni i 13 specijaliziranih prodavaonica.

DINAMIKA PROFITABILNOSTI u 2012. godini

Profitabilnost Atlantic Grupe

(u milijunima kuna)	2012.	2011.	2012./2011.
Prodaja	4.930,4	4.727,8	4,3%
EBITDA	575,1	500,7	14,9%
Normalizirana EBITDA	558,6	517,3	8,0%
EBIT	395,1	334,8	18,0%
Normaliziran EBIT	399,2	351,5	13,6%
Neto dobit/gubitak	66,1	54,9	20,4%
Normalizirana Neto dobit/gubitak	112,5	70,3	60,1%
Profitne marže			
EBITDA marža	11,7%	10,6%	+107 bb
Normalizirana EBITDA marža	11,3%	10,9%	+39 bb
EBIT marža	8,0%	7,1%	+93 bb
Normalizirana EBIT marža	8,1%	7,4%	+66 bb
Neto profitna marža	1,3%	1,2%	+18 bb
Normalizirana Neto profitna marža	2,3%	1,5%	+79 bb

U 2012. godini Atlantic Grupa je zabilježila dvoznamenkasti rast profitabilnosti na razinama EBITDA (dobit prije kamata, poreza i amortizacije), EBIT (dobit prije kamata i poreza; operativni rezultat) i neto dobit od 14,9%, 18,0% i 20,4% pojedinačno, u odnosu na 2011. godinu.

Poboljšana profitabilnost je rezultat većeg rasta prodaje od rasta troškova što je posljedica: (i) efikasnijeg upravljanja postojećim proizvodima, (ii) lansiranja novih proizvoda, (iii) provođenja troškovnog menadžmenta kroz program smanjenja troškova CORE (engl. Cost Reduction) program i (iv) optimizacije poslovnih procesa na centralnoj razini i na nižim razinama koji su uvedeni kako bi se poboljšala operativna efikasnost. Dodatan utjecaj na rast profitabilnosti je došao od: (i) sinergijskih učinaka koji nisu bili u potpunosti ostvareni u 2011. godini, (ii) činjenice da je prva polovica 2011. godine bila opterećena brojnim integracijskim aktivnostima i pregovorima s ključnim kupcima te (iii) promjene prodajnog miksa s većim udjelom prodaje vlastitih brendova.

Na rast dobiti prije kamata i poreza dodatno je utjecala i niža amortizacija koja je rezultat efikasnijeg upravljanja postojećim resursima te sukladno tome manjom potrebom za novim ulaganjima.

Neto dobit je rasla unatoč neto gubitku od tečajnih razlika u iznosu od 64,0 milijuna kuna koji je primarno uzrokovan značajnom promjenom tečaja dinara i eura (RSD/EUR) pri čemu su navedene tečajne razlike isključivo posljedica primjene računovodstvene politike po kojoj se nefinancijska imovina iskazuje po povijesnom trošku nabave u lokalnoj valuti bez revalorizacije dok se financijske obveze svode na eursku protuvrijednost.

Na rast neto dobiti utjecalo je i značajno smanjenje efektivne porezne stope uslijed priznavanja odgođenog poreznog sredstva na osnovi prenesenih poreznih gubitaka koji će se iskoristiti u narednim razdobljima.

Na normaliziranom nivou Atlantic Grupa je ostvarila **normaliziranu EBITDA od 558,6 milijuna kuna** što je 8,0% više od normalizirane EBITDA razine ostvarene u 2011. godini. Normalizirana EBITDA marža je u promatranom razdoblju veća za 39 baznih bodova na godišnjoj razini i iznosi 11,3%.

Normalizirani EBIT od 399,2 milijuna kuna je 13,6% viši u odnosu na normalizirani EBIT ostvaren u 2011. godini čime je EBIT marža u promatranom periodu porasla za 66 baznih bodova na 8,1%.

Normalizirana neto dobit od 112,5 milijuna kuna ostvarena u 2012. godini je 60,1% veća u odnosu na 2011. godinu.

Jednokratne stavke izuzete u procesu normalizacije u 2011. godini:

- Iznad EBITDA razine;
 - i. -12,0 milijuna kuna dobiti od prodaje 13 postotnog udjela u društvu RTL Hrvatska,
 - ii. +5,8 milijuna kuna transakcijskih troškova akvizicije Droge Kolinske,
 - iii. +22,8 milijuna kuna utjecaja od povećanja vrijednosti zaliha proizašlih iz procesa alokacije kupoprodajne cijene
- Iznad EBT razine;
 - i. +16,6 milijuna kuna koje se odnose na stavke s utjecajem iznad EBITDA razine
 - ii. -1,2 milijuna kuna utjecaja od povećanja vrijednosti financijskih obveza proizašlih iz procesa alokacije kupoprodajne cijene.

Jednokratne stavke izuzete u procesu normalizacije u 2012. godini:

- Iznad EBITDA razine;
 - i. +1,1 milijuna kuna transakcijskih troškova vezanih uz akviziciju Droge Kolinske i refinanciranje,
 - ii. +3,1 milijuna kuna troškova restrukturiranja u SPP-u Sportska i aktivna prehrana,
 - iii. -20,7 milijuna kuna dobiti uslijed ukidanja obveze po opciji za prodaju nekretnine u Ljubljani,
- Iznad EBIT razine;
 - i. -16,5 milijuna kuna koje se odnose na stavke s utjecajem iznad EBITDA razine,
 - ii. +20,7 milijuna kuna utjecaja od umanjenja knjigovodstvene vrijednosti nekretnine u Ljubljani.
- Iznad EBT (Dobit prije poreza) razine;
 - i. +4,2 milijuna kuna koje se odnose na stavke s utjecajem iznad EBIT razine,
 - ii. +42,2 milijuna kuna utjecaja od troškova refinanciranja.

Struktura operativnih troškova bez utjecaja jednokratnih stavki

(u milijunima kuna)	2012.	% prodaje	2011.	% prodaje	2012./2011.
Nabavna vrijednost prodane robe	1.155,4	23,4%	1.164,9	24,6%	(0,8%)
Promjene vrijednosti zaliha	(3,7)	(0,1%)	(5,8)	(0,1%)	(36,5%)
Proizvodni materijal	1.750,1	35,5%	1.579,9	33,4%	10,8%
Energija	64,8	1,3%	61,2	1,3%	5,9%
Usluge	314,9	6,4%	304,1	6,4%	3,6%
Troškovi osoblja	648,4	13,2%	635,0	13,4%	2,1%
Troškovi marketinga i prodaje	320,8	6,5%	300,8	6,4%	6,6%
Ostali operativni troškovi	184,6	3,7%	224,0	4,7%	(17,6%)
Ostali dobici/gubici - neto	(9,1)	(0,2%)	(7,1)	(0,2%)	28,3%
Amortizacija	159,4	3,2%	165,8	3,5%	(3,9%)
Ukupni operativni troškovi	4.585,6	93,0%	4.422,9	93,6%	3,7%

U 2012. godini ukupni operativni troškovi bez utjecaja jednokratnih stavki su iznosili 4.585,6 milijuna kuna što je rast od 3,7% u odnosu na 2011. godinu kada su isti iznosili 4.422,9 milijun kuna. Njihov udio u ukupnim prihodima od prodaje se blago smanjio u 2012. godini i iznosi 93,0% u odnosu na 2011. godinu kada je iznosio 93,6%.

- S rastom udjela vlastitih brendova i smanjenjem udjela eksternih brendova u prodajnom asortimanu Atlantic Grupe, dolazi i do promjene stavki operativnih troškova koje su usko vezane za navedene grupe brendova. Tako je u 2012. godini došlo do smanjenja nabavne vrijednosti prodane robe od 0,8% u odnosu na 2011. godinu, dok su se troškovi proizvodnog materijala u istom razdoblju povećali za 10,8%. Na povećanje troškova proizvodnog materijala dodatno je utjecalo i povećanje cijena sirovina, primarno cijena kave te peradi i ribe.
- Nakon proizvodnog materijala i nabavne vrijednosti prodane robe, troškovi osoblja, troškovi marketinga i prodaje te troškovi usluga su tri najveće stavke operativnih troškova. Troškovi osoblja čine 13,2% ukupnih prihoda od prodaje u 2012. godini i bilježe rast od 2,1% u odnosu na 2011. godinu. Pritom je Atlantic Grupa na kraju 2012. godine imala 4.247 zaposlenih od čega je 86,7% zaposlenih s tržišta Hrvatske, Slovenije i Srbije, dok je na kraju 2011. godine imala 4.198 zaposlenih. Troškovi marketinga i prodaje su u 2012. godini ostvarili rast od 6,6% na godišnjoj razini i sada čine 6,5% ukupnih prihoda od prodaje. Troškovi usluga su u 2012. godini činili 6,4% ukupnih prihoda od prodaje i bili su veći za 3,6% u odnosu na 2011. godinu.
- Od drugih stavki operativnih troškova, troškovi energije bilježe rast od 5,9% u 2012. godini na godišnjoj razini, dok su ostali operativni troškovi 17,6% manji u promatranom razdoblju.

Operativni rezultat Strateških poslovnih područja te Strateških distribucijskih područja

(u milijunima kuna)	2012.
SPP Pića	106,1
SPP Kava	141,2
SPP Slatko i slano	96,3
SPP Delikatesni namazi	110,0
SPP Sportska i aktivna prehrana	4,8
SPP Zdravlje i njega	50,0
SDP Hrvatska	(4,7)
SDP Slovenija, Srbija, Makedonija	75,3
Ostali segmenti*	(183,9)
Grupni EBIT	395,1

Atlantic Grupa je u 2012. godini zabilježila EBIT od 395,1 milijun kuna. Grupnom EBIT-u najviše su pridonijeli SPP Kava s EBIT-om od 141,2 milijuna kuna, SPP Delikatesni namazi s EBIT-om od 110,0 milijuna kuna te SPP Pića s EBIT-om od 106,1 milijun kuna. Menadžment Atlantic Grupe usmjeren je na rast operativnog rezultata SPP Sportska i aktivna prehrana te osobito SDP-a Hrvatska koji je ostvario negativan EBIT od 4,7 milijuna kuna.

Obzirom da je u 2012. godini došlo do značajne promjene organizacijske strukture, poslovnog modela te načina izvještavanja, nije bilo praktično prepravljati usporedne rezultate za 2011. godinu po Strateškim poslovnim područjima te Strateškim distribucijskim područjima.

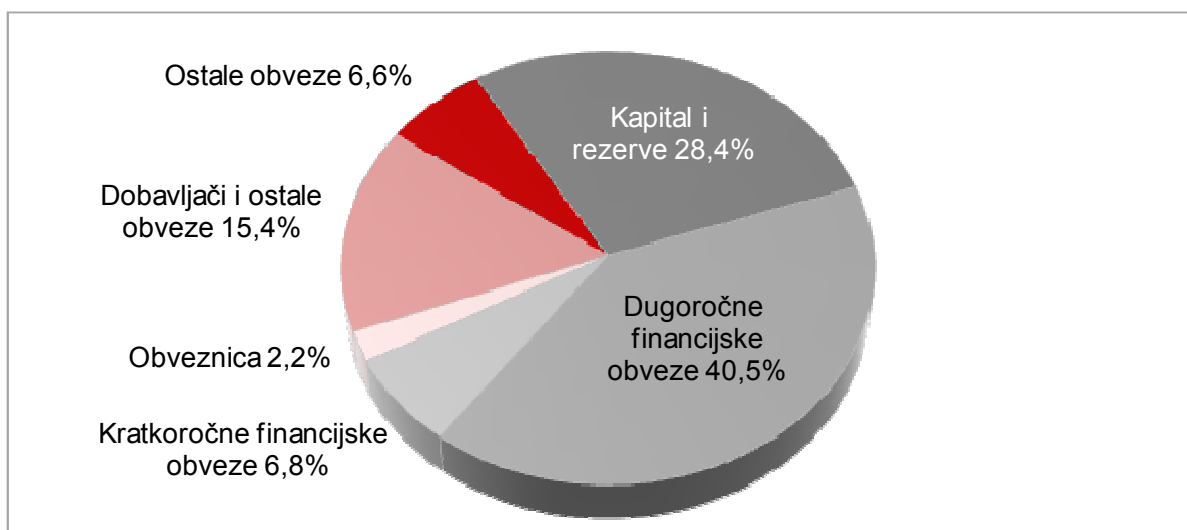
*Ostali Segmenti uključuju SDP HoReCa, Tržište Rusije te poslovne aktivnosti koje se ne alociraju na poslovna i distributivna područja (upravna sjedišta i službe podrške u Srbiji, Sloveniji i Makedoniji) te su isključeni iz izvještavanja operativnih segmenata. SDP Internacionalna tržišta do daljnjeg se neće posebno izdvajati nego će njegovi prihodi od prodaje i profitabilnost biti prikazani unutar SPP-a na koji se odnose. Tržište Rusije do daljnjeg će uključivati samo prodaju asortimana dječje hrane pod brendom Bebi

FINANCIJSKI POKAZATELJI u 2012. godini

(u milijunima kuna)	2012.	2011.
Neto dug	2.353,1	2.494,0
Ukupna imovina	5.149,5	5.355,2
Vlasnička glavnica i manjinski interesi	1.461,4	1.512,3
Odnos kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza	1,8	1,8
Odnos neto duga i kapitala uvećanog za neto dug	61,7%	62,3%
Neto dug/EBITDA*	4,2	4,8
Pokriće troška kamata*	2,6	2,3
Capex	78,8	96,5
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti	296,0	159,3

Među ključnim odrednicama financijske pozicije Atlantic Grupe u 2012. godini potrebno je istaknuti sljedeće:

- Neto dug od 2.353,1 milijuna kuna smanjen je za 140,9 milijuna kuna i reflektira financijski dug od 2.553,0 milijuna kuna, neto derivativne obveze od 71,1 milijun kuna te iznos novca i novčanih ekvivalenata i kratkoročnih depozita od ukupno 271,0 milijuna kuna. Posljedično, pokazatelji zaduženosti su: (i) odnos neto duga i kapitala uvećanog za neto dug od 61,7%, (ii) odnos neto duga i normalizirane EBITDA od 4,2 puta te (iii) pokriće troška kamata s normaliziranom EBITDA od 2,6 puta.
- Struktura pasive Atlantic Grupe na dan 31. prosinca 2012. godine je sljedeća:

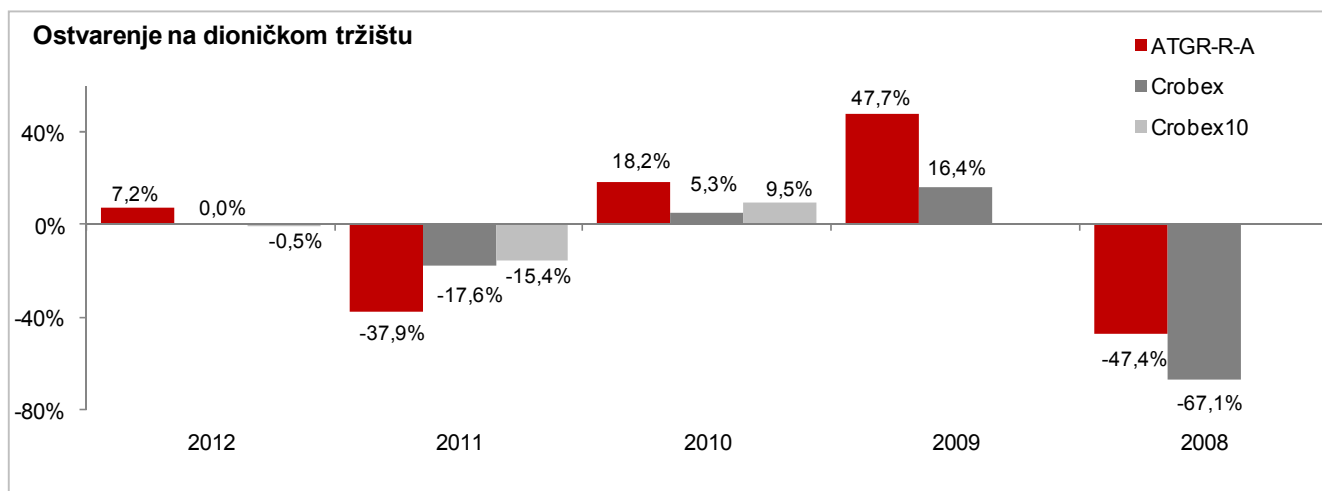


*Normalizirano

- i. Najveća stavka u pasivi su dugoročne financijske obveze bez obveznice koje čine 40,5% ukupne pasive,
 - ii. Druga najveća stavka je kapital i rezerve s udjelom u ukupnoj pasivi od 28,4%,
 - iii. Dugoročne i kratkoročne financijske obveze s obveznicom čine 49,5% ukupne pasive Atlantic Grupe.
- Kapitalna ulaganja kompanije u 2012. godini iznose 78,8 milijuna kuna, pri čemu se najznačajnije investicije odnose na: (i) izgradnju punionice Cockte u Apatovcu, (ii) SAP licence za Sloveniju, (iii) ulaganja uslijed preseljenja proizvodnje Multipower pića u Rogašku Slatinu, (iv) ulaganje u stroj za pakiranje vafla u Soko Štarku, (v) opremanje punionice Palanačkog Kiseljaka, (vi) nabavke opreme za proizvodnju kave, (vii) automatizaciju Bosch linije za kavu u Izoli, (viii) kupovinu aparata za kavu za HoReCa kanal i (ix) nabavku HRIS (human resources information system) sustava.

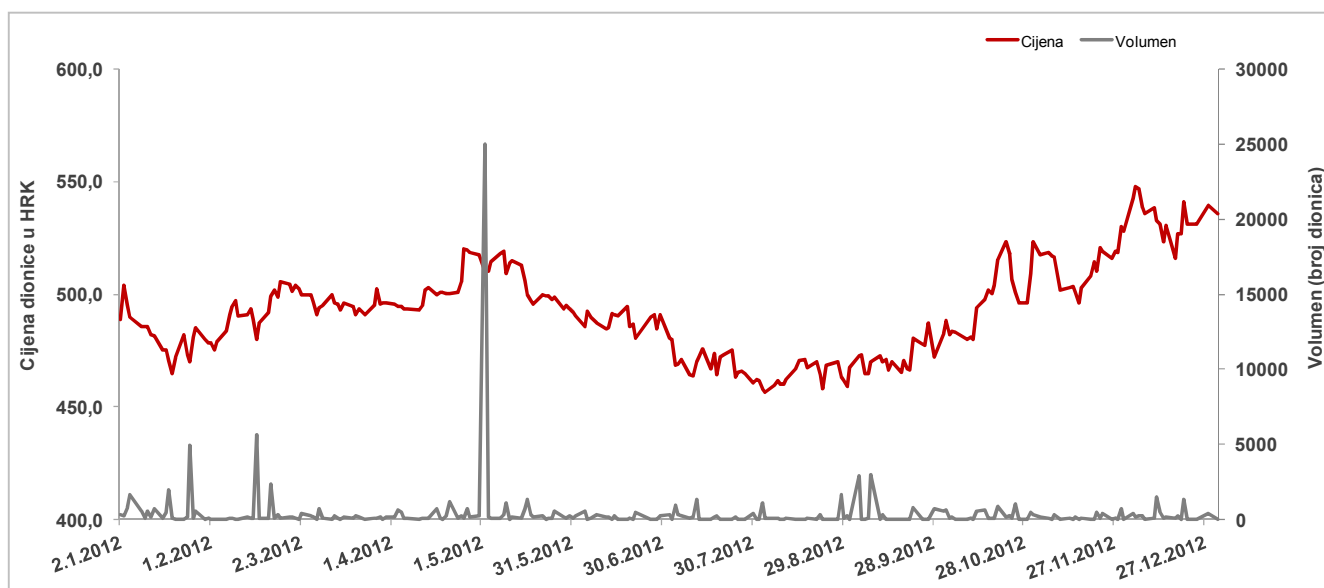
OSTVARENJE NA HRVATSKOM TRŽIŠTU KAPITALA u 2012. godini

U 2012. godini sveukupni promet na Zagrebačkoj burzi je bio 34,9% manji nego u 2011. godini, dok je redovni promet dionicama zabilježio pad od 44,3%. Redovni volumen trgovanja dionicama je porastao za slabih 2,9%, dok je redovni volumen trgovanja obveznicama ostvario značajan rast od 183,3%. Navedeno upućuje da je u 2012. godini među investitorima na domaćem tržištu prevladavao negativan sentiment vezano za trgovanje dionicama. U takvim uvjetima dionički indeks Crobex je zabilježio stagnaciju dok je dionički indeks Crobex10 zabilježio pad od 0,5%. Dionica Atlantic Grupe je nadmašila ostvarenja oba indeksa s rastom cijene od 7,2%.



Prosječna cijena dionice Atlantic Grupe u 2012. godini je iznosila 492,4 kune dok je prosječan dnevni promet u istome razdoblju iznosio 201.012,7 kuna. U navedenom razdoblju, najviša prosječna cijena dionice je bila 548,0 kuna, a najniža prosječna cijena 456,2 kune. Dionica Atlantic Grupe je 2012. godinu završila s prosječnom cijenom od 536,0 kuna. Dionica Atlantic Grupe je bila 16. najtrgovanija dionica na Zagrebačkoj burzi u 2012. godini.

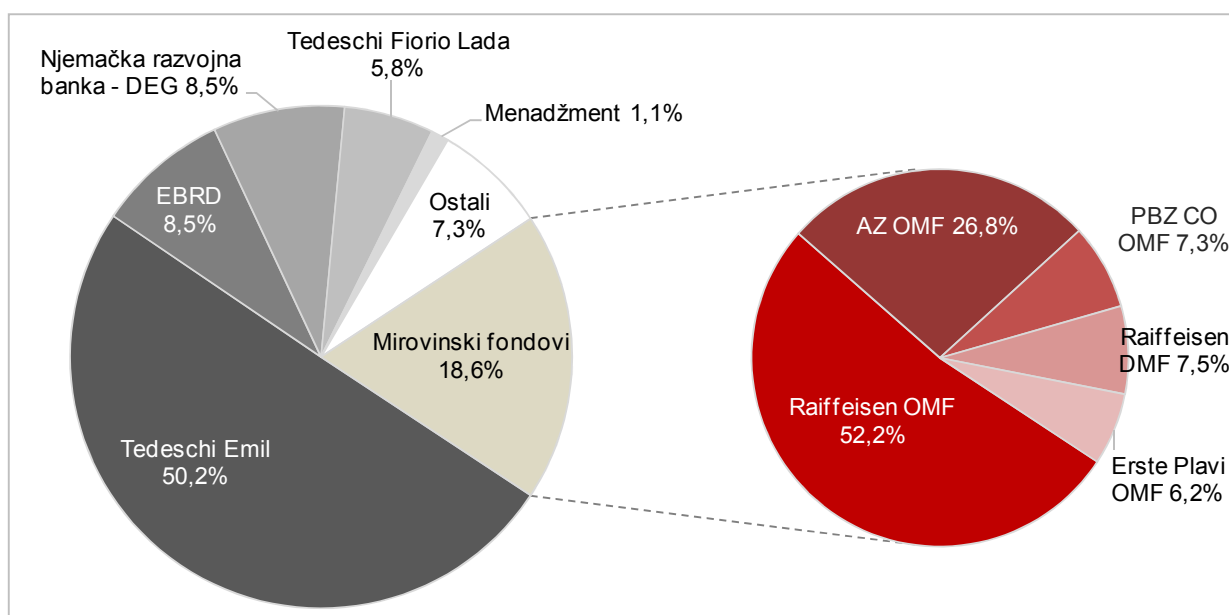
➤ Kretanje prosječne dnevne cijene dionice Atlantic Grupe u 2012. godini



Prosječna tržišna kapitalizacija* Atlantic Grupe u 2012. godini je iznosila 1,6 milijardi kuna, čime je zauzela peto mjesto po prosječnoj tržišnoj kapitalizaciji sastavnica dioničkog indeksa Crobex.

Atlantic Grupa ima stabilnu vlasničku strukturu s 50,2% kompanije u vlasništvu Emila Tedeschi, po 8,5% vlasništva ima Europska banka za obnovu i razvoj i Njemačka razvojna banka – DEG, Lada Tedeschi Fiorio ima 5,8% vlasništva, a 18,6% kompanije je u vlasništvu mirovinskih fondova, na dan 31.12.2012.

➤ Vlasnička struktura na 31.12.2012.:



* Izračunata kao umnožak prosjeka prosječnih dnevnih cijena u 2012. godini i broja emitiranih dionica

Trend rasta cijene dionice Atlantic Grupe u četvrtom kvartalu je doveo do zaključne cijene od 536,0 kuna i posljedično do tržišne kapitalizacije od 1.787,2 milijuna kuna na zadnji trgovinski dan u 2012. godini.

Valuacija	2012.	2011.
Zaključna cijena u godini	536,0	500,0
Tržišna kapitalizacija* (u milijunima kuna)	1.787,2	1.667,2
Prosječni dnevni promet (u kunama)	201.012,7	551.157,2
EV (u milijunima kuna)	4.187,5	4.229,1
EV/EBITDA**	7,5	8,2
EV/EBIT**	10,5	12,0
EV/prodaja**	0,8	0,9
EPS** (u kunama)	30,5	18,6
P/E**	17,6	26,9

OČEKIVANJA za 2013. godinu

Osvrt menadžmenta na makroekonomska očekivanja

Menadžment Atlantic Grupe smatra da će ekonomska situacija na tržištu Hrvatske u 2013. godini nastaviti biti izazovna. Menadžment ne očekuje značajne promjene na tržištu rada gdje vidi nastavak negativnih trendova u vidu povećanja broja nezaposlenih i smanjenja broja zaposlenih. Navedeno negativno kretanje na tržištu rada za sobom povlači smanjenu osobnu potrošnju uslijed pesimizma stanovništva, smanjenje raspoloživog dohotka te daljnje razduživanje stanovništva. S druge strane, ulazak u Europsku Uniju bi mogao dati pozitivan zamah gospodarstvu koji će ovisiti o implementaciji strukturnih reformi i uspješnosti korištenja mogućnosti koje pruža ulazak poput korištenja fondova Europske Unije.

Za regionalna tržišta očekivanja menadžmenta su konzervativna uslijed problema na tržištu rada koje je zajedničko obilježje cijele regije i za koje nema naznaka oporavka. Ekonomska situacija u Sloveniji će ovisiti i o političkoj stabilnosti, te rješavanju problema ranjivosti bankovnog sektora. Ukoliko dođe do potrebe aranžmana s MMF-om, morat će se provesti dodatne reforme koje bi mogle imati negativan efekt na privatnu potrošnju. Situacija u državnim financijama i odnosi sa susjednim zemljama će uvelike utjecati na sklapanje aranžmana Srbije i MMF-a te na pregovore o ulasku u Europsku Uniju što ima veliki utjecaj na gospodarstvo. Na ekonomsku situaciju u Bosni i Hercegovini će utjecati situacija glavnih trgovinskih partnera, ali i planirane mjere štednje te reforme.

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

**Normalizirano

Na gospodarska situaciju u eurozoni će utjecati odlučnost nositelja ekonomske politike u provedbi potrebnih reformi i stvaranju jačeg institucionalnog okvira monetarne unije. Nedavne izjave čelnih ljudi MMF-a da stroge mjere štednje možda nisu najbolji način rješavanja dužničke krize mogle bi značiti zaokret i postupno popuštanje fiskalne konsolidacije. Najveća ekonomska stabilnost se očekuje na tržištu Njemačke.

Strateške smjernice menadžmenta Atlantic Grupe za 2013. godinu

Kako bi se ostvario planirani rast poslovanja te profitabilnosti tijekom 2013. godine, menadžment će biti usmjeren na provedbu strateških smjernica poslovanja koje uključuju:

- Usmjerenost na organski rast poslovanja kroz aktivni brend menadžment s posebnim naglaskom na jačanje pozicije brendova na međunarodnim tržištima; jačanje regionalnog karaktera distribucijskog poslovanja te daljnji razvoj HoReCa segmenta;
- Fokus na daljnju racionalizaciju poslovanja te troškovni menadžment kroz CORE program i optimizacija poslovnih procesa na svim razinama poslovanja s ciljem poboljšanja operativne efikasnosti;
- Redovno ispunjavanje postojećih financijskih obveza uz aktivno upravljanje dugom i financijskim troškovima; te
- Razborito upravljanje likvidnošću poslovanja.

Očekivanja menadžmenta za 2013. godinu su sljedeća:

(u milijunima kuna)	2013. plan (normalizirano)	2012. normalizirano	2013./2012.
Prodaja	5.130	4.930	4,0%
EBITDA	585	559	4,7%
EBIT	420	399	5,3%
Trošak kamata	185	215	(14,1%)

ATLANTIC GRUPA d.d.

**SAŽETI KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI ZA
RAZDOBLJE ZAVRŠENO 31. PROSINCA 2012. (REVIDIRANO)**

ATLANTIC GRUPA d.d.**KONSOLIDIRANI RAČUN DOBITI I GUBITKA***(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)*

	2012.	2011.
Prihodi	5.005.484	4.774.385
Nabavna vrijednost prodane trgovačke robe	(1.155.448)	(1.187.673)
Promjena vrijednosti zaliha gotovih proizvoda i proizvodnje u tijeku	3.667	5.772
Troškovi materijala i energije	(1.814.941)	(1.641.174)
Troškovi radnika	(651.498)	(635.047)
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje	(320.754)	(300.822)
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	(180.065)	(165.827)
Ostali troškovi poslovanja	(500.492)	(533.829)
Ostali dobiti – neto	9.105	19.058
Dobit iz poslovanja	395.058	334.843
Financijski prihodi	49.085	24.447
Financijski rashodi	(370.566)	(280.453)
Rashodi od financiranja – neto	(321.481)	(256.006)
Dobit prije poreza	73.577	78.837
Porez na dobit	(7.465)	(23.945)
Dobit za godinu	66.112	54.892
Pripada:		
Dioničarima Društva	55.230	46.601
Manjinski interesi	10.882	8.291
	66.112	54.892
Zarada po dionici od dobiti raspoložive dioničarima Društva u toku godine (u kunama)		
- osnovna	16,57	13,98
- razrijeđena	16,57	13,98

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

(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)

	<u>2012.</u>	<u>2011.</u>
Dobit za godinu	66.112	54.892
Ostala sveobuhvatna dobit:		
Tečajne razlike	(56.069)	47.667
Zaštita novčanog toka	(10.226)	(44.202)
Ukupno ostali sveobuhvatni (gubitak)/dobit, neto od poreza	(66.295)	3.465
Ukupno sveobuhvatni (gubitak)/dobit za godinu	(183)	58.357
Pripada:		
Dioničarima Društva	(5.620)	52.994
Manjinski interesi	5.437	5.363
Ukupno sveobuhvatni (gubitak)/dobit za godinu	(183)	58.357

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

<i>(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)</i>	31. prosinca 2012.	31. prosinca 2011.
IMOVINA		
Dugotrajna imovina		
Nekretnine, postrojenja i oprema	1.093.108	1.189.502
Ulaganja u nekretnine	1.707	1.934
Nematerijalna imovina	1.870.965	1.956.194
Odgođena porezna imovina	72.182	56.412
Financijska imovina raspoloživa za prodaju	1.300	1.358
Derivativni financijski instrumenti	-	8.617
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	9.584	21.514
	3.048.846	3.235.531
Kratkotrajna imovina		
Zalihe	543.317	533.680
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	1.148.770	1.119.851
Potraživanja za porez na dobit	23.703	24.877
Derivativni financijski instrumenti	-	18.249
Depoziti	20.142	36.334
Novac i novčani ekvivalenti	250.865	247.596
	1.986.797	1.980.587
Dugotrajna imovina namijenjena prodaji	113.868	139.127
Ukupno kratkotrajna imovina	2.100.665	2.119.714
UKUPNO IMOVINA	5.149.511	5.355.245
GLAVNICA I OBVEZE		
Kapital i rezerve od dioničara Društva		
Dionički kapital	133.372	133.372
Kapitalna dobit	882.748	882.903
Vlastite dionice	-	(371)
Pričuve	(57.091)	3.203
Zadržana dobit	455.201	425.297
	1.414.230	1.444.404
Manjinski interesi	47.136	67.920
Ukupno kapital i rezerve	1.461.366	1.512.324
Dugoročne obveze		
Obveze po primljenim kreditima	2.198.901	2.346.725
Odgođena porezna obveza	186.955	193.064
Derivativni financijski instrumenti	50.224	62.393
Ostale dugoročne obveze	191	36.357
Rezerviranja	56.477	54.540
	2.492.748	2.693.079
Kratkoročne obveze		
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	793.596	719.606
Obveze po primljenim kreditima	354.101	375.035
Derivativni financijski instrumenti	20.911	20.673
Tekuća obveza poreza na dobit	3.575	12.553
Rezerviranja	23.214	21.975
	1.195.397	1.149.842
Ukupno obveze	3.688.145	3.842.921
UKUPNO GLAVNICA I OBVEZE	5.149.511	5.355.245

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O PROMJENI GLAVNICE

	Od dioničara Društva			Ukupno	Manjinski interesi	Ukupno
	Dionički kapital	Pričuve	Zadržana dobit			
<i>(u tisućama kuna)</i>						
Stanje 1. siječnja 2011.	1.016.282	(3.190)	379.532	1.392.624	63.632	1.456.256
Sveobuhvatna dobit:						
Neto dobit za razdoblje	-	-	46.601	46.601	8.291	54.892
Ostala sveobuhvatna dobit/(gubitak)	-	6.393	-	6.393	(2.928)	3.465
Ukupno sveobuhvatna dobit	-	6.393	46.601	52.994	5.363	58.357
Transakcije s vlasnicima						
Stjecanje manjinskih interesa	-	-	-	-	(26)	(26)
Isplata s temelja dionica	2.154	-	(836)	1.318	-	1.318
Otkup vlastitih dionica	(2.532)	-	-	(2.532)	-	(2.532)
Dividenda za 2010. godinu	-	-	-	-	(1.049)	(1.049)
Stanje 31. prosinca 2011.	1.015.904	3.203	425.297	1.444.404	67.920	1.512.324
Sveobuhvatna dobit:						
Neto dobit za razdoblje	-	-	55.230	55.230	10.882	66.112
Ostali sveobuhvatni gubitak	-	(60.850)	-	(60.850)	(5.445)	(66.295)
Ukupno sveobuhvatni (gubitak)/dobit	-	(60.850)	55.230	(5.620)	5.437	(183)
Transakcije s vlasnicima						
Stjecanje manjinskih interesa	-	-	(23.919)	(23.919)	(25.342)	(49.261)
Isplata s temelja dionica	5.609	-	247	5.856	-	5.856
Otkup vlastitih dionica	(5.393)	-	-	(5.393)	-	(5.393)
Transfer	-	556	(556)	-	-	-
Dividenda za 2011. godinu	-	-	(1.098)	(1.098)	(879)	(1.977)
Stanje 31. prosinca 2012.	1.016.120	(57.091)	455.201	1.414.230	47.136	1.461.366

ATLANTIC GRUPA d.d.**KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O NOVČANOM TOKU***(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)*

	2012.	2011.
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti		
Novac generiran poslovanjem	554.686	382.167
Plaćene kamate	(219.779)	(188.372)
Plaćeni porez na dobit	(38.950)	(34.529)
	295.957	159.266
Novčani tok korišten za ulagačke aktivnosti		
Nabava nekretnina, postrojenja i opreme i nematerijalne imovine	(78.811)	(96.525)
Primici od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme	20.071	13.591
Stjecanje financijske imovine raspoložive za prodaju	(21.000)	-
Primici od prodaje financijske imovine raspoložive za prodaju	21.043	46.962
Stjecanje ovisnog društva umanjeno za stečeni novac	-	(5.807)
Dani krediti i depoziti	(91.293)	(57.845)
Otplate danih kredita i depozita	112.291	32.350
Primljene kamate	9.741	11.350
	(27.958)	(55.924)
Novčani tok korišten za financijske aktivnosti		
Otkup vlastitih dionica	(5.393)	(2.532)
Obveze po primljenim kreditima	1.919.805	1.121.484
Otplata obveza po primljenim kreditima	(2.127.499)	(1.204.941)
Primici od izdavanja obveznica	-	62.221
Otkup obveznica	-	(66.082)
Stjecanje udjela u podružnici od manjinskog interesa	(40.536)	(26)
Isplata dividende manjinskim dioničarima	(879)	(1.049)
Porez po odbitku na dividende isplaćene unutar Grupe	(1.098)	-
	(255.600)	(90.925)
Neto povećanje novca i novčanih ekvivalenata	12.399	12.417
(Gubici)/dobici od tečajnih razlika po novcu i novčanim ekvivalentima	(9.130)	3.201
Novac i novčani ekvivalenti na početku godine	247.596	231.978
Novac i novčani ekvivalenti na kraju godine	250.865	247.596



Kontakti:

Atlantic Grupa d.d.
Ured za odnose s investitorima
Miramarska 23, 10 000 Zagreb, Hrvatska
+385 1 2413 908
ir@atlanticgrupa.com