



ATLANTIC GRUPA

Godišnje izvješće 2007.

Atlantic Grupa je moderna, inovativna i učinkovita tvrtka koja proizvodi i distribuira visokokvalitetnu robu široke potrošnje, te doprinosi kvaliteti života potrošača. Misija Atlantic Grupe je graditi i održavati dugoročne odnose s klijentima i potrošačima nudeći im jedinstvene proizvode i usluge prilagođene njihovim individualnim potrebama. Atlantic Grupa stvara dodanu vrijednost razvojem novih proizvoda, stalnim inovacijama, prepoznavanjem novih poslovnih mogućnosti i postavljanjem tržišnih trendova, te prepoznavanjem i razvijanjem ljudskoga potencijala. Jasna poslovna vizija, strateška ulaganja te stalni dvoznamenkasti rast prihoda ističu Atlantic Grupu kao primjer uspješnog poslovnog razvoja.

Uvod

Atlantic Grupa je multinacionalna kompanija koja u svom poslovanju objedinjuje proizvodnju, razvoj, prodaju i distribuciju robe široke potrošnje na tržištima Hrvatske, uže regije kao i na tržištima Zapadne Europe. Atlantic Grupa je europski proizvođač prehrane za sportaše, istaknuti regionalni proizvođač u proizvodnji vitaminskih napitaka, dodataka prehrani i proizvoda za osobnu njegu, te istaknuti distributer robe široke potrošnje u jugoistočnoj Europi. Akvizicijama Zdravstvenih ustanova započetim u prosincu 2007., a nastavljenim tijekom 2008. Atlantic Grupa formira i vodeći nacionalni privatni ljekarnički lanac, pod nazivom Farmacia.

Tako definirana osnovna djelatnost objedinjuje dva međusobno komplementarna biznisa: Consumer Healthcare (zdravlje i njega) i distribuciju. Zbog lakšeg upravljanja sustavom poslovanje u Consumer Healthcare segmentu poslovanja tijekom 2007. bilo je podijeljeno u dvije divizije - Zdravlje i njega te Sportska i aktivna prehrana, a od 2008. pridodana im je i treća divizija, Pharma. Distribucijsko poslovanje objedinjeno je u istoimenoj diviziji.

Consumer Healthcare kao jedna od dviju osnovnih poluga poslovanja Atlantic Grupe do 2007. godine objedinjavalo je četiri segmenta sa širokom paletom proizvoda specifične primjene: Zdrava prehrana, Nutraceutika i VMS, Bezreceptni lijekovi (OTC) i Osobna njega.

Prvi segment predstavlja Zdrava prehrana, u kojoj dominiraju proizvodi pod robnom markom Cedevita (napici, čajevi, vitaminski bomboni), Multivita (napici) i Montana (sendviči i asortiman ready-to-eat). Drugi segment predstavljaju Nutraceutika i VMS (vitamins, minerals, supplements) čiji su temeljni brandovi Multipower (funkcionalna prehrana za sportaše), Multaben (asortiman proizvoda namijenjenih kontroli tjelesne težine), te Dietpharm (vitamini, nadopune prehrani s biljnim ekstraktima i ljekovite tvari prirodnog podrijetla). Treći segment objedinjuje proizvode OTC asortimana, odnosno bezreceptnih lijekova, u kojem se trenutno nalaze Purisan i Uvin H Forte. U ovom segmentu se, međutim, očekuje značajan iskorak u budućnosti. Čitav niz proizvoda očekuje potrebnu autorizaciju i verifikaciju zdravstvenih i državnih institucija. Četvrti, posljednji Consumer Healthcare segment predstavlja Osobna njega. U ovom su segmentu noseći brandovi Plidenta (njega zubi), Rosal (njega usana, lica i tijela) i Melem (univerzalna krema).

Krajem 2007. godine formiranjem nove divizije Pharma, došlo je do reorganizacije navedenih segmenata. Prodaja proizvoda pod brandom Dietpharm te proizvodi OTC asortimana izdvojeni su iz dosadašnje divizije Zdravlje i njega, te su uz ljekarničko poslovanje pridruženi diviziji Pharma.

Drugi Atlanticov biznis je distribucija, koja je u bliskoj korelaciji s prvim biznisom te objedinjuje distribuciju brandova iz vlastite proizvodnje i distribuciju poznatih internacionalnih brandova. U tom smislu Cedevita, Plidenta i Melem funkcioniraju u sinergiji s brandovima kao što su Johnson's Baby, Durex i Nutella. Model vertikalne integracije distribucijske i proizvodne djelatnosti Atlantic Grupa procjenjuje optimalnim načinom organizacije poslovanja i komparativnom prednošću.

Atlantic Grupa je u većinskom vlasništvu članova obitelji Tedeschi (60,48%), DEG (Deutsche Entwicklungs Gesellschaft) sudjeluje u vlasničkoj strukturi sa 6,96% udjela, a članovi Uprave kompanije sudjeluju u vlasništvu s 1,53%-tnim udjelom. Mali dioničari imaju udio od 31,01% u vlasništvu.

2007. godinu su u Atlantic Grupi obilježile inicijalna javna ponuda dionica, akvizicije važne za strateški razvoj kompanije i rekordni poslovni rezultati.

Organizacijska struktura

Organizacijska struktura Atlantic Grupe se temelji na divizijskom principu. Tijekom 2007. godine operativne kompanije u okviru Atlantic Grupe djelovale su u okviru tri divizije - divizije Distribucija, divizije Zdravlje i njega i divizije Sportska i aktivna prehrana dok se početkom 2008. godine formirala četvrta divizija u okviru Atlantic Grupe -divizija Pharma. Atlantic Grupu karakterizira zajedničko vođenje pojedinih aktivnosti, a svrha ovog ustrojstva je optimalna realizacija sinergijskih vrijednosti, osobito ljudskih upravljačkih resursa unutar društava okupljenih u Atlantic Grupi. Kao društvo matica Atlantic Grupa koordinira strateškim planiranjem i provodi ga kod članova grupacije. Organizacijska struktura se temelji na dva osnovna stupa: Operativno poslovanje i Korporativne funkcije podrške.



* Tomislav Matusinović nije formalno član Uprave, ali obnaša odgovornu izvršnu funkciju na čelu divizije Zdravlje i njega

Operativno poslovanje čine divizija Distribucija, divizija Zdravlje i njega, divizija Sportska i aktivna prehrana te divizija Pharma. Korporativne funkcije podrške čine Područje financija i Područje korporativnih aktivnosti. Osnovna karakteristika divizijske organizacije je povezivanje poslova vezanih uz diviziju Zdravlje i njega, diviziju Sportska i aktivna prehrana, diviziju Distribucija te diviziju Pharma u posebne poslovne jedinice po pojedinim proizvodima i uslugama. Korporativne funkcije podrške, kao središnje službe, opslužuju sve četiri divizijske jedinice. Cilj ovakve organizacije je prije svega efikasnije poslovanje i uvođenje jedinstvenih korporativnih standarda u svim organizacijskim jedinicama Atlantic Grupe.

Kompanije i predstavništva

Atlantic Grupa je u 2007. godini zapošljavala 1452 ljudi, da bi se u prvom kvartalu 2008 godine, usljed velikog broja akvizicija zdravstvenih ustanova, taj broj povećao na 1602 djelatnika.

Sjedište kompanije je u Zagrebu, a pet različitih proizvodnih pogona nalaze se u Hrvatskoj i Njemačkoj, dok se tvrtke i predstavništva nalaze u 10 zemalja. Proizvodi Atlantic Grupe prisutni su na više od 30

tržišta. Na tržištima gdje nije prisutna s vlastitim operativnim kompanijama Atlantic Grupa je razvila partnerske odnose s regionalnim i nacionalnim distributerima.



ATLANTIC GRUPA d. d., Zagreb

Atlantic Trade d.o.o., Zagreb

- Atlantic BG d.o.o., Beograd
- Atlantic Trade d.o.o., Ljubljana
- Atlantic Trade d.o.o., Skopje

Atlantic Farmacia d.o.o., Zagreb

- ZU Ljekarne Farmako, Zagreb
- ZU Ljekarne Coner, Bjelovar

Cedevita d.o.o., Zagreb

Multivita d.o.o., Vršac

Cedevita d.o.o. Zagreb - predstavništvo Sarajevo

Cedevita Beograd - predstavništvo

Cedevita d.o.o. – predstavništvo u Republici Makedoniji

Neva d.o.o., Zagreb

Montana d.o.o., Zagreb

Atlantic s.r.l., Milano, Italija

Hopen Investments, BV, Nizozemska

- Atlantic Multipower GmbH & CO OHG, Njemačka
- Atlantic Multipower UK Ltd, Velika Britanija
- Sport Direct Ltd, Velika Britanija
- Atlantic Multipower Srl, Italija
- AKTIVKOST Handelsgesellschaft mbH, Njemačka
- Atlantic Management GmbH, Njemačka

Fidifarm d.o.o., Zagreb

Dietpharm d.o.o., Zagreb

Pregled Poslovanja

Divizija Distribucija

Atlantic Grupa je po prometu među vodećim distributerima robe široke potrošnje u Republici Hrvatskoj. Divizija Distribucija Atlantic Grupe je razvila distributivni portfelj koji se sastoji od širokog asortimana proizvoda vodećih svjetskih i regionalnih robnih marki. Kontinuirano i sustavno proširenje distributivnog portfelja rezultat je stalnog usavršavanja distribucije. Atlantic Grupa uz brandove međunarodnih principala s jednakim fokusom distribuira i vlastite robne marke. U asortimanu su, uz vlastite brandove, zastupljeni sljedeći proizvodi poznatih svjetskih proizvođača:

- William Wrigley Jr. Co.
- Ferrero
- Johnson&Johnson
- Nestle Purina
- Procter&Gamble
- Hipp
- Lorenz Snack World
- Manner
- Sara Lee-DE
- SSL International
- Kraft Foods
- Katjes
- Imperial Tobacco

U odnosu s partnerima u svojem poslovanju – s principalima jednako kao i s kupcima, divizija Distribucija se odlikuje kontinuitetom, postojanošću i kvalitetom suradnje.

Distribucijski sustav Atlantic Grupe pokriva tržišta Slovenije, Hrvatske, BiH, Srbije, Makedonije i Crne Gore te međunarodnim principalima na svim tim tržištima osigurava distribucijske usluge najvišeg standarda. Divizija Distribucija Atlantic Grupe ima razvijenu regionalnu mrežu 13 distribucijskih centara, s izravnim pristupom u više od 25.000 prodajnih mjesta. Na hrvatskom tržištu ukupno devet brendova iz distribucijskog portfelja kompanije imaju status Superbranda, od kojih tri čine vlastite robne marke (Cedevita, Plidenta, Melem), a šest principalske robne marke (Wrigley, Ferrero, Nutella, Kinder, Johnson&Johnson, Duracell, Durex).

Divizija Distribucija je u 2007. godini ostvarila prodaju od 1.053,1 milijun kuna, što je porast od 16,6% u odnosu na 2006. godinu.

Divizija Distribucija je u procesu ulaska i intenzivnog širenja u Horeca kanalu na tržištima regije s vlastitim distribucijskim sustavom (Slovenija, Srbija, Makedonija). Iskustvo na hrvatskom tržištu pokazalo je da Cedevita ima veliki potencijal u tom kanalu. Na regionalnim je tržištima potrošnja VIN-a bitno manja nego u Hrvatskoj, a ovim se projektom realiziraju dva komplementarna cilja – vjernim potrošačima se omogućuje konzumacija i izvan kuće dok se istovremeno povećava potrošnja vitaminskih instant napitaka na regionalnim tržištima. Također, na primjeru Hrvatske se potvrdila i pretpostavka da će jaka prisutnost u HoReCa kanalu omogućiti Atlantic Grupi suradnju s novim principalima kojima je Horeca kanal od strateškog značaja (Imperial Tobacco, Jacobs). Tako su početkom 2008. godine Atlantic Grupa i Tvornica duhana Rovinj potpisale ugovor o distribuciji TDR-ovog proizvodnog asortimana u HoReCa kanalu (hoteli, restorani, kafići).

Potkraj lipnja 2007. godine Atlantic Grupa je sklopila ugovor koji predviđa preseljenje ukupnih skladišno-logističkih operacija na novu, značajno veću lokaciju na zagrebačkom Jankomiru, čime će se osigurati uvjeti za dugoročni razvoj distribucijskog poslovanja. Od 1. srpnja 2008. godine cjelokupno skladišno-logističko poslovanje centralnog skladišta za područje hrvatske te skladišno-uredski prostori Distributivnog centra Zagreb bit će premješteni s postojeće lokacije na Rakitnici u suvremene skladišne i uredske prostore u Lončarevoj ulici u naselju Jankomir.

Novi skladišno-logistički prostori smješteni su na parceli od 22 tisuće četvornih metara i potpuno su infrastrukturno opremljeni. Nova lokacija ima 24 ulazno-izlazne rampe i iznimno je dobro povezana sa Zagrebom, jednako kao i s ostalim distribucijskim centrima. Skladišni kompleks sastoji se od dvije skladišne hale ukupne površine od preko 10 tisuća četvornih metara koje čine jedinstvenu građevinu koncipiranu tako da omogućuje potpuno funkcioniranje svake hale kao zasebne cjeline. Unutar jedinstvenog volumena nalazi se visokoregalno skladište kapaciteta 12 tisuća paletnih mjesta, uključujući i kondicioniranu zonu ADR skladišta lakozapaljive robe.

Krajem kolovoza 2007. godine, Atlantic Grupa je počela s distribucijom proizvodnog portfelja Jacobs kava za HoReCa kanal. Preuzimanjem distribucije Jacobs proizvoda, Atlantic Grupa je proširila portfelj distributivnih proizvoda te pojačala svoj položaj jednog od vodećih distributera poznatih brendova u regiji. Novi principal, Kraft Foods, je multinacionalna kompanija sa svjetski poznatim robnim markama sa misijom biti bezuvjetan svjetski lider u prehrambenoj industriji. Kraft Foods proizvodi trenutno dostupni u Hrvatskoj su: Jacobs, Milka, Toblerone Cote d'Or, Figaro i Philadelphia. Asortiman Jacobs proizvoda koje Atlantic distribuira za HoReCa kanal uključuje: Jacobs Cappuccino Chocolate, Jacobs Cappuccino Vanilla, Jacobs Cappuccino Irish cream, Jacobs Cappuccino Specials Milka, Jacobs Ice Coffee, Jacobs Monarch, Jacobs Cronat Gold, Jacobs 3in1, Jacobs 2in1.

U studenom 2007. godine Atlantic Grupa je sa Zvečevom potpisala ugovor o distribuciji njegova konditorskog asortimana na makedonskom tržištu. Brandovi Zvečeva u Atlanticovoj distribuciji uključuju

Mikado, Super, Mond, Braco i Seka, Samo Ti i Volim Te. Novim ugovorom Atlantic je dodatno učvrstio poziciju vodećeg distributera robe široke potrošnje u regiji, kao i poziciju jednog od najznačajnijih distributera u Makedoniji.

Kao što je već spomenuto Atlantic Grupa i Tvornica duhana Rovinj potpisale su u 2008. godini ugovor o distribuciji TDR-ovog proizvodnog asortimana u HoReCa kanalu (hoteli, restorani, kafići). Kompanije su sklopile dugoročni partnerski odnos u distribuciji godišnje vrijednosti prometa preko 200 milijuna kuna. Predmetnim distribucijskim ugovorom Atlantic Grupa je dodatno osnažila distribucijsko poslovanje u HoReCa kanalu, gdje je već prisutan s Cedevita vitaminskim instant napicima, čajevima i asortimanom Jacobs napitaka.

Divizija Zdravlje i njega

Atlantic Grupa je istaknuti regionalni proizvođač vitaminskih instant napitaka, dodataka prehrani, čajeva, bombona, kozmetike i proizvoda za osobnu njegu. Zavidan broj vlastitih registriranih robnih marki rezultat je stalnih ulaganja u razvoj novih proizvoda. Istraživanje potreba potrošača, dosljedne marketinške strategije te stalan razvoj novih i inovacije postojećih proizvoda, osigurali su mnogim robnim markama Atlantic Grupe vodeće tržišne pozicije u Hrvatskoj i na širem regionalnom tržištu jugoistočne Europe. Cedevita vitaminski napitak, Multivita, Naturavita ljekoviti čajevi, Dietpharm proizvodi, Plidenta zubna pasta, Rosal Lip Balm i Melem univerzalna zaštitna krema neke su od najistaknutijih marki.

U 2007. godini u diviziji Zdravlje i njega ostvarena je prodaja od 465,2 milijuna kuna, od čega je na inozemnim tržištima ostvareno 142,7 milijuna kuna.

Divizija Zdravlje i njega razvija se u nekoliko segmenata: *segment proizvoda namijenjenih zdravoj prehrani, segment proizvoda namijenjenih osobnoj njezi i segment nutraceutike.*

Segment proizvoda namijenjenih zdravoj prehrani

U segmentu proizvoda namijenjenih zdravoj prehrani koji su predviđeni za sve dobne skupine, osnovu proizvodnog programa čine vitaminski napici robnih marki Cedevita i od lipnja 2007. godine i Multivita, koju je Atlantic Grupa akvirirala i time postala tržišni lider u segmentu šumećih tableta na tržištu Srbije. Cedevita i Multivita napici proizvode se u širokoj paleti okusa i sadrže 9 vitamina, prirodnu boju i aromu. Navedeni vitaminski napici zauzimaju vodeću poziciju na tržištima Hrvatske, Slovenije, BIH, Srbije, Crne Gore i Makedonije.

U asortimanu napitaka nalaze se pakiranja u bočicama od 200 grama, vrećice u veličini od 0,5 i 1 kg te su u 2007. lansirana dva nova pakiranja: 15 g stick-pack za četiri okusa Cedevite VIN posebno razvijen za HORECA kanal kao i 500 g bočice za dva okusa Cedevite VIN. Asortiman osim standardnih okusa: naranča, limun, grejp, mandarina, šumsko voće, sadrži i linije namijenjene posebnim skupinama potrošača kao što su djeca i dijabetičari. U rujnu 2007. godine CEDEVITA je lansirala na tržište novi okus - Crvenu naranču u bočicama u pakiranju od 200 grama, dovoljnim za pripremu 2,5 litra osvježavajućeg

napitka. Kao i svi CEDEVITA proizvodi, CEDEVITA okus crvena naranča je obogaćena s 9 najvažnijih vitamina neophodnih za zdravlje organizma, a već jedna čaša zadovoljava 50% dnevnih potreba za vitaminima.

Tržište Srbije u vitaminskim instant napicima raste kontinuirano i stopom nekoliko puta većom od rasta kategorije bezalkoholnih napitaka te postaje sve značajnije u kategoriji. Iako je potrošnja VIN napitaka na tržištu Srbije još relativno nerazvijena (prosječno 1,1 litara per capita prošle godine, dok npr. na tržištu Hrvatske potrošnja iznosi preko 11 litara), rast raspoloživog dohotka i sve veća briga o zdravlju daju naslutiti da će se rast nastaviti istim tempom.

Atlantic Grupa je također jedan od vodećih proizvođača čajeva u regiji. Asortiman proizvoda uključuje tzv. konzumne - biljne i voćne čajeve, pod trgovačkom markom Cedevita čaj, te medicinske funkcionalne čajeve robne marke Naturavita. Najznačajniji predstavnik ove robne marke je Uvin H čaj koji ima vodeću poziciju (80% tržišta Hrvatske) u kategoriji ljekovitih čajeva. Potkraj studenog 2007. za ljubitelje Cedevita čaja lansirane su tri nove vrste iz Cedevitine linije - Jasmin, Mandarina i Breskva te Limun i Mango. Novi čajevi su pakirani u atraktivnoj ambalaži s 20 filter vrećica koje su pojedinačno pakirane u praktične sachete, što im omogućuje da zadrže postojanu aromu, miris i svježinu.

U konditorskom programu, Atlantic Grupa ima paletu multivitaminskih, kao i bombona za osvježenje daha, namijenjenih djeci i odraslima, pod poznatim robnim markama Cedevita, Pepermint, Rondo C i Vau-Vau. Jedna od najpoznatijih robnih marki bombona je Pepermint, koja je od 1956. prisutna na tržištu Hrvatske i susjednih zemalja. Nakon lansiranja inoviranih pakiranja u kutijicama, Cedevita bomboni zauzeli su vodeću poziciju na tržištu Hrvatske s udjelom od 26 posto.

Isto tako u asortimanu divizije Zdravlje i njega nalaze se i proizvodi Montane plus: trokut sendviči produljene svježine i roka trajanja, te svježi sendviči u obliku Ciabatte, kajzerice i mliječnog peciva. Na tržištu Hrvatske trokutasti sendviči zauzimaju nadmoćno vodeću poziciju, s 20 posto prema istraživanju koje je provela agencija Henda. Svoju tržišnu poziciju u segmentu proizvoda namijenjenih zdravoj prehrani Atlantic Grupa zahvaljuje visokoj kvaliteti i kontinuiranom uvođenju novih proizvoda, kao rezultatu dugoročne orijentacije na istraživanje i razvoj, te proizvodnji hrane i napitaka s dodanom vrijednošću, te kontinuiranom i ciljanom ulaganju značajnih sredstava, kroz ATL i BTL marketinške aktivnosti, pri komunikaciji s potrošačima. Nakon uspješno realiziranog investicijskog projekta uređenja novog proizvodnog prostora, u svibnju 2007. godine proizvodnja Montana sendviča preseljena je na lokaciju sjedišta društva Cedevita d.o.o., Zagreb u Planinskoj b.b. Ovaj investicijski projekt realiziran je u skladu s tehnološkim zahtjevima, a implementirana tehnička rješenja odabrana su u skladu s važećom zakonskom regulativom. Projektom je obuhvaćeno uređenje proizvodnog prostora, uklapanje u postojeću infrastrukturu lokacije te preseljenje postojeće proizvodne opreme.

U 2007. divizija Zdravlje i njega Atlantic Grupe je u segmentu proizvoda namijenjenih zdravoj prehrani ostvarila 323,6 milijuna kuna prihoda od prodaje, od čega je 102 milijuna kuna ostvareno na inozemnim tržištima.

Budući razvoj i rast divizije Zdravlje i njega u segmentu proizvoda namijenjenih zdravoj prehrani dominantno će se ostvarivati u segmentu vitaminskih instant napitaka i šumećih tableta.

Segment proizvoda namijenjenih osobnoj njezi

Atlantic Grupa dijeli vodeću poziciju na domaćem tržištu s multinacionalnim kompanijama u pojedinim segmentima industrije proizvoda za osobnu njegu – „njegu zubi“, „njega usana“ i „njega lica“ te temelji svoje poslovanje na uspješnosti vlastitih robnih marki. Posebno se ističu robne marke koje su vrlo uspješne na domaćem tržištu i tržištima u regiji kao što su Plidenta, Melem i Rosal Lip Balm. Atlantic Grupa proizvodi i proizvode za osobnu njegu pod drugim robnim markama za vodeće domaće i inozemne klijente.

Tim stručnjaka s područja marketinga, kemijskih znanosti i tehnologije kontinuirano je usmjeren na razvoj proizvoda čiji je cilj ispunjavanje sve zahtjevnijih potreba potrošača i legislative prema smjernicama EU. U istraživačkom laboratoriju divizije Zdravlje i njega razvijaju se postojeće, sigurne i dermatološki provjerene formulacije kozmetičkih proizvoda, uz korištenje prvorazrednih sirovina. Pored funkcionalnosti, učinkovitosti i kvalitete proizvoda, Atlantic Grupa posvećuje veliku pažnju i vizualnom identitetu proizvoda razvijajući prepoznatljiv dizajn.

Sustav upravljanja kvalitetom i okolišem ugrađen je u sve procese i funkcije u segmentu proizvoda namijenjenih za osobnu njegu divizije Zdravlje i njega Atlantic Grupe, od istraživanja tržišta i razvoja novih proizvoda, preko proizvodnje i kontrole, do praćenja primjene proizvoda u krajnjoj uporabi. Postojeći Integralni sustav upravljanja procesima koncipiran prema međunarodno priznatim normama ISO 9001:2000 i ISO 14001:2004 potvrđuje strateškog usmjerenja Atlantic Grupe na ovom području. Proizvodnja Atlantic Grupe je ekološki čista s ugrađenim uređajima za zaštitu okoliša. Sustav se kontinuirano razvija i unapređuje kroz prevenciju mogućih pogrešaka i kontinuiranu inovaciju kvalitete temeljenu na znanstvenim istraživanjima i istraživanjima tržišta.

U 2007. godini divizija Zdravlje i njega u segmentu proizvoda namijenjenih osobnoj njezi ostvarila je 78,7 milijuna kuna prihoda od prodaje. Od prodaje u inozemstvu je divizija Zdravlje i njega u ovom segmentu ostvarila 24,5 milijuna kuna. Najznačajnija proizvodna linija Atlantic Grupe u segmentu proizvoda namijenjenih za osobnu njegu je Plidenta koja je ostvarila rast prodaje od 18% u odnosu na 2006. godinu. Glavna izvozna tržišta su države bivše Jugoslavije te srednje Europe. Najveće izvozno tržište je Bosna i Hercegovina gdje je ostvaren rast prometa od 13,7% u odnosu na 2006. godinu.

Atlantic Grupa planira budući razvoj i rast divizije Zdravlje i njega u segmentu proizvoda namijenjenih osobnoj njezi ostvarivati u segmentu zaštite zdravlja i higijene zubi, njezi usana i segmentu univerzalnih krema.

Segment Nutraceutike

Proizvodni program u segmentu Nutraceutike počiva prvenstveno na proizvodima nedavno akvirirane tvrtke Fidifarm (travanj 2007.) koji sadrže proizvode na bazi vitamina, minerala i ljekovitih biljaka. Da bi se zadovoljili zahtjevi suvremene fitoterapije, svi biljni proizvodi su standardizirani i sadrže zajamčene količine aktivnih tvari. Kako je cilj održati vodeću poziciju, 20% udjela na tržištu Hrvatske u segmentu dodataka prehrani, i na tržište plasirati proizvode utemeljene na posljednjim dostignućima znanosti, proizvodnja se zasniva na suradnji s renomiranim europskim partnerima. Paleta proizvoda danas sadrži preko 75 proizvoda objedinjenih pod zajedničkom robnom markom Dietpharm.

Asortiman se sastoji od sljedećih robnih grupa:

- **dijetetske namirnice**
 - dodaci prehrani
 - vitamini i minerali
 - biljni pripravci
 - ostalo
 - hrana za posebne prehrambene i zdravstvene potrebe

- **kozmetika s namjenom**
 - eterična ulja
 - gelovi
 - stickovi

- **OTC lijekovi**

U 2007. godini ostvarena je prodaja od 63 mil. kuna. U tome tržište Hrvatske sudjeluje s 46,8 milijuna kuna dok su od inozemnih tržišta najznačajnija tržišta Bosne i Hercegovine, Srbije, Makedonije, Crne Gore i Kosova.

Pronalaženje prirodnih supstancija, vitamina, minerala i biljnih ekstrakata koji će pomoći u rješavanju specifičnih tegoba potrošača osnovni je zadatak istraživanja i razvoja u segmentu nutraceutike. Praćenjem svjetskih trendova u segmentu nutraceutike te u suradnji s renomiranim europskim proizvođačima osigurava se kontinuiran rast i razvoj te plasman odgovarajućih proizvoda prema potrebama potrošača. Osim postojećih proizvoda iz asortimana OTC lijekova postignut je dogovor s koncernom Hemofarm o zajedničkoj suradnji na plasmanu cijele palete proizvoda iz segmenta bezreceptnih lijekova za tržište Hrvatske.

Kontrola kvalitete pri proizvodnji odvija se u skladu sa standardom ISO 9001:2000. Kvaliteta se osigurava kroz: analizu kvalitete, čistoće i porijekla sirovina, proizvodnju sukladnu najstrožim standardima EU, kontrolu stabilnosti, zdravstvene ispravnosti i čistoće gotovog proizvoda, nadzorom nad ispravnosću proizvoda nadležnih institucija za proizvode koji su namijenjeni isključivo ljekarnama i biljnim drogerijama.

Od 2008. godine segment Nutraceutike će se zajedno sa ljekarničkim poslovanjem izvještavati u okviru novoformirane divizije Pharma.

Divizija Sportska i aktivna prehrana

Proizvodi divizije Sportska i aktivna prehrana Atlantic Grupe pripadaju skupini nadopuna prehrani i namijenjeni su zdravoj prehrani potrošača s posebnim prehrambenim potrebama. Osnovu proizvodnog programa čine proizvodi iz linije Multipower namijenjeni poboljšanju u području oblikovanja tijela, povećanju izdržljivosti, snage i jakosti te izgradnji mišićne mase a podijeljeni su u pet podskupina:

- napici (Multipower, Champ, Multaben)
- praškasti proizvodi (Multipower, Champ, Megaslim, Multaben)
- Koncentrati (Multipower)
- Suplementi (Champ i Multipower)
- Energetske pločice (Multipower, Champ, Megaslim, Multaben).

U prvoj polovici 2007. godine postojala su dva osnovna fokusa: ponovno uvođenje inovirane linije proteina Formula 80, osnovne grupe proizvoda unutar Multipower linije, kao i ponovno uvođenje na tržište obiju linija za kanal široke potrošnje Multaben i Champ. Osim toga na tržište je lansirano 11 potpuno novih proizvoda. U skladu sa strategijom divizije Sportska i aktivna prehrana započeo je razvoj nove linije proizvoda za poboljšanje izdržljivosti unutar robne marke Multipower, koja je u fazi testiranja na nekoliko tržišta i njen se konačan ulazak na tržište očekuje tijekom 2008.

U studenom 2007. godine Atlantic Multipower završio je fazu relauncha brandova Multaben i Champ, s kojima kompanija na tzv.mass market tržištu Njemačke ostvaruje oko 20% svojih prihoda. Tako je redizajnirana i u skladu s potrebama potrošača i tržišnim trendovima "podmlađena" cjelokupna linija proizvoda, a istovremeno je optimiziran asortiman te je lansirano i nekoliko novih proizvoda. U području zdrave i funkcionalne prehrane MULTABEN proizvodi su tako, prema funkcionalnosti proizvoda i potrebama potrošača, podijeljeni u dvije kategorije: FIGUR i VITA. U kategoriji FIGUR se kroz novi dizajn i ime jasno komunicira da je riječ radi o proizvodima za optimiranje i kontrolu tjelesne težine, dok VITA cilja na wellness orijentirane potrošače i one koji teže trajnom zdravstvenom balansu i vitalnosti. U području sportske prehrane Champ je ponuđen kroz 3 različite kategorije, u ovisnosti o ciljevima treninga potrošača: MUSCLE - za izgradnju mišićne mase i dobivanje snage, BODY SHAPE - za pomoć u optimiranju tjelesne težine i definiciji tijela te ENERGY - za dobivanje energije i izdržljivost pri treningu i natjecanjima.

U 2007. godini prihod je iznosio 470,2 milijuna kuna, što je porast od 11,2% u odnosu na 2006. U kanalu široke potrošnje (Multaben i Champ), divizija Sportska i aktivna prehrana u 2007. bilježi porast od 14,4% u odnosu na isti period prošle godine. Ovaj je rezultat pokazatelj uspješno restrukturiranog poslovanja i postavljanja dobre strategije kojom je zaustavljen negativan trend prethodnih godina. U specijalnom

sportskom kanalu (fitness i sportski centri i specijalizirane sportske trgovine), u 2007. godini divizija Sportska i aktivna prehrana bilježi porast od 14,2% u odnosu na isti period prošle godine. Rast najvećim dijelom proizlazi iz snažne aktivnosti u lansiranju novih i inovativnih proizvoda na tržište te povećanja tržišnog udjela preuzimanjem novih kupaca.

U 2007. je porast u private label poslovanju iznosio 11,1% u odnosu na 2006., a nastavila se vrlo kvalitetna suradnja sa strateškim partnerom Herbalife. Linija Multipower Professional bilježi značajan rast zahvaljujući dobrim trendovima na izvoznim tržištima (Velika Britanija, Italija, Rusija). U diviziji Sportska i aktivna prehrana private label poslovanje zauzima značajno mjesto prema udjelu u prodaji, a ugovori s najznačajnijim partnerima potpisani su za razdoblje do kraja 2008.

Indeks rasta donekle je umanjen rezultatima prodaje Multabena, koji zbog neprilagođenosti asortimana promijenjenim zahtjevima potrošača bilježi pad na tržištu Njemačke, te je zbog toga pokrenut proces redizajna i obogaćivanja proizvodne linije.

U 2007. godini najznačajnija tržišta su Njemačka s 53% udjela u ukupnom prihodu, Velika Britanija i Italija sa po 9% udjela u ukupnom prihodu, te Norveška, Rusija i Švedska s po 2% pojedinačno. Multipower na tržištu Njemačke s oko 32% tržišnog udjela dijeli vodeće mjesto u kategoriji prehrane za sportaše s markom Inko.

U narednom razdoblju divizija Sportska i aktivna prehrana rast prodaje temelji na strategiji penetracije Multipowera u specijalne kanale distribucije neposredno na mjestu potrošnje (fitness centri) i ulasku u nove kanale distribucije (ljekarne i specijalizirane sportske dućane) te na repozicioniranju branda Champ u liniju proizvoda za sportaše za distribuciju u tradicionalnom kanalu široke potrošnje.

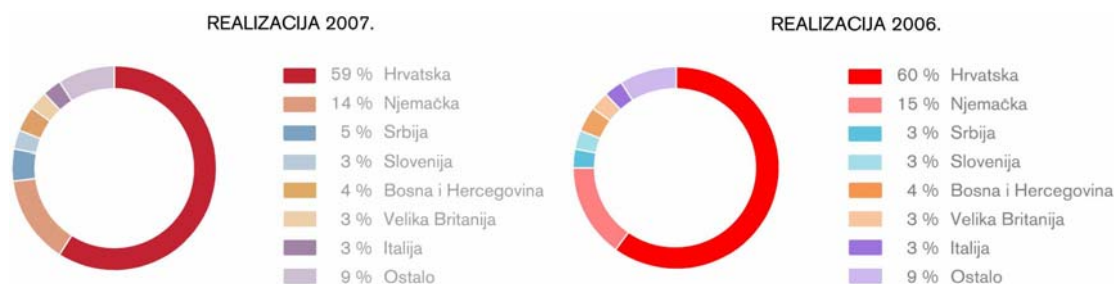
Financijski pregled

Izvadak iz konsolidiranog Računa dobiti ili gubitka Atlantic Grupe za godinu završenu 31. prosinca 2007.

U milijunima kuna	2007	2006
Prihodi	1.699,1	1.413,5
Prodaja	1.670,1	1.394,4
EBITDA	132,3	98,1
EBIT	95,1	53,6
Dobit prije poreza	71,5	31,7
Porez na dobit	17,1	5,3
Neto dobit	54,4	26,5
Neto dobit nakon manjinskih udjela	46,4	20,6

Atlantic Grupa je 2007. godinu završila s rekordnim poslovnim rezultatima, udvostručivši neto dobit u odnosu na prethodnu godinu na iznos od 54,4 milijuna kuna. Kompanija je ostvarila ukupni prihod od 1,7 milijardi kuna, što je 20 posto više u odnosu na isti period prošle godine. Dobit iz poslovanja iznosi 95 milijuna kuna i porasla je 78 posto, dok je dobit iz poslovanja prije amortizacije 35 posto veća nego 2006. godine i iznosi 132 milijuna kuna. Svi ključni financijski pokazatelji u potpunosti su u skladu s planovima Uprave predstavljenima u procesu inicijalne javne ponude dionica Atlantic Grupe u listopadu prošle godine. Akvizicije ostvarene u 2007. godini sudjelovale su u rastu prodaje s 5,3%.

Atlantic Grupa je u svim segmentima djelatnosti kompanije poslovala u skladu s planovima uz ostvareni dvoznamenkasti rast prodaje, pri čemu se rastom od gotovo 38 posto posebno ističe divizija Zdravlje i njega uz prodaju ostvarenu u Multiviti i Dietpharmu od 76,4 milijuna kuna. U ukupnoj prodaji kompanije hrvatsko tržište sudjeluje s 59 posto, a međunarodna tržišta s 41 posto. U 2007. godini Njemačka je ostala najveće inozemno tržište uz ostvareni rast prodaje od 10,6 posto, dok je najveći rast prodaje od 128 posto ostvaren na tržištu Srbije, od čega čak 64 posto čini organski rast.



U strukturi prodaje, udio vlastitih proizvoda se nastavio povećavati te je 2007. godine iznosio 51% od ukupne prodaje Atlantic Grupe.



2007. godinu su u Atlantic Grupi, uz rekordne rezultate, obilježile i inicijalna javna ponuda dionica i akvizicije važne za strateški razvoj kompanije.

Inicijalna javna ponuda, detaljno opisana u posebnom poglavlju godišnjeg izvješća, dovršena je 19. studenog 2007. godine kada su dionice Atlantic Grupe uvrštene u prvu kotaciju Zagrebačke burze (ZSE). Inicijalnom javnom ponudom prikupljeno je, nakon odbitka troškova transakcije, gotovo 330 milijuna kuna namijenjenih ulaganju u daljnji razvoj poslovanja kompanije. Dio navedenih sredstava već je u prosincu

2007. godine iskorišten za akvizicije prve dvije Zdravstvene ustanove čime je Atlantic Grupa započela formiranje vlastitog ljekarničkog lanca što je jedan od ključnih strateških fokusa kompanije.

Atlantic Grupa je u prosincu 2007. godine sklopila ugovor o strateškom partnerstvu sa Zdravstvenom ustanovom (ZU) Ljekarna Coner, vodećim privatnim ljekarničkim lancem u Hrvatskoj koji u svom sastavu ima sedam ljekarni u Bjelovaru, Vrbovcu i na području Bjelovarsko-bilogorske te Koprivničko-križevačke županije, prema kojemu preuzima 51 posto vlasništva nad ustanovom. Istovremeno je stečeno stopostotno vlasništvo nad ZU Ljekarne Farmako, u čijem su sastavu dvije ljekarne na području Velike Gorice. Tim je akvizicijama Atlantic grupa započela proces konsolidacije i okrupnjavanja privatnog ljekarničkog biznisa u Hrvatskoj.

Uz navedeno, Atlantic Grupa je još u travnju 2007. godine akvirirala Fidifarm, proizvođača vitaminskih proizvoda i dodataka prehrani u čijem je sastavu poznati brand Dietpharm. Fidifarm/Dietpharm kao samostalna kompanija posluje u okviru divizije Zdravlje i njega.

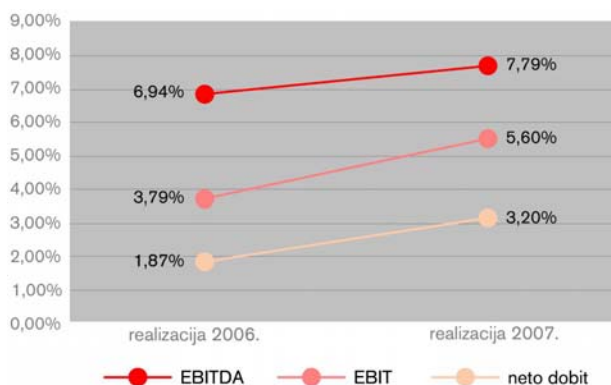
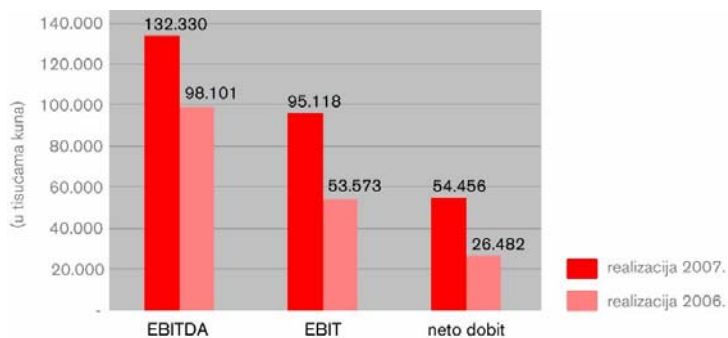
Krajem svibnja je od Hemofarma preuzeta Multivita, vodeći srbijanski proizvođač vitaminskih instant napitaka, čijim preuzimanjem je Atlantic Grupa ojačala poziciju vodećeg proizvođača vitaminskih napitaka na tržištu Jugoistočne Europe, obogaćujući istodobno svoju paletu asortimanom proizvoda u efervescentnim formama, tj. šumećim tabletama.

Početkom srpnja Atlantic Grupa preuzela je makedonsku tvrtku Vičiški komerc jednog od vodećih distributera na tamošnjem tržištu. Ulaskom na makedonsko tržište akvizicijom Vičiški komerca Atlantic Grupa je zaokružila svoj distribucijski sustav u regiji jugoistočne Europe.

Značajno poboljšanje profitabilnosti rezultat je rasta prodaje, akvizicija Fidifarma i Multivite, korištenja sinergija operativnih kompanija, ali i činjenice da je rezultat u 2006. bio značajno opterećen amortizacijom nematerijalne imovine u diviziji Sportska i aktivna prehrana (13 milijuna kuna) do koje je došlo uslijed primjene Međunarodnih standarda financijskog izvješćivanja pri akviziciji Haleka, a kojom je relevantna nematerijalna imovina u potpunosti otpisana.

U 2007. godini troškovi se u strukturi nisu značajnije mijenjali u odnosu na prošlu godinu, ali su racionalizacije organizacijske strukture i internih procesa dovele do toga da njihov rast ni približno ne prati rast prihoda što je rezultiralo značajno boljom profitabilnošću.

Uz navedeno, na rast profitabilnosti u značajnoj mjeri je utjecao dovršetak procesa restrukturiranja poslovanja divizije Sportska i aktivna prehrana koja je nakon godinu i pol poslovanja u okviru Atlantic Grupe ostvarila pozitivne poslovne rezultate.



Bilančne promjene u najvećoj su mjeri uzrokovane inicijalnom javnom ponudom dionica koja je rezultirala povećanjem novčanih sredstava u iznosu od gotovo 330 milijuna kuna (nakon odbitka troškova transakcije). Slijedeći važan čimbenik u promatranju kretanja bilančnih pozicija jesu akvizicije Fidifarma, Multivite i prvih Zdravstvenih ustanova. S obzirom da je knjigovodstvena vrijednost neto imovine navedenih kompanija bila niža od kupovne cijene, razlika je evidentirana kao povećanje nematerijalne imovine.

Ove akvizicije većim su dijelom financirane iz vlastitih sredstava, manjim iz dugoročnog kredita, što je vidljivo i na promjenama u relevantnim bilančnim pozicijama u odnosu na 31. prosinca 2006.

Pregled financijskih pokazatelja

(iznosi u HRK '000 – osim gdje je drugačije navedeno)	2007	2006
Ukupni prihodi	1.699.103	1.413.466
<i>Rast ukupnih prihoda u odnosu na prethodnu godinu (%)</i>	20,21%	33,03%
Prihod od prodaje	1.670.045	1.394.415
<i>Rast prihoda od prodaje u odnosu na prethodnu godinu (%)</i>	19,77%	34,00%
Dobit iz poslovanja prije kamata, poreza i amortizacije (EBITDA)	132.330	98.102
<i>EBITDA marža (%)</i>	7,92%	7,04%
Dobit iz poslovanja (EBIT)	95.118	53.573
<i>EBIT marža (%)</i>	5,70%	3,84%
Neto dobit	46.405	20.580
Neto dug	90.492	272.356
Ukupna imovina	1.464.426	846.154
Vlasnička glavnica	605.560	238.419
Pokriće troška kamate (EBITDA/trošak kamata) - omjer	5,59	4,30
Pokazatelj tekuće likvidnosti - omjer	1,83	1,63
Pokazatelj zaduženosti (%)	14,94%	114,23%
Ulaganje u dugotrajnu materijalnu i nematerijalnu imovinu	54.349	27.893
Tržišna kapitalizacija (na 31.12.)	2.166.210	n/a
EV/EBITDA (omjer na 31.12.)	17,40	n/a
EV/EBIT (omjer na 31.12.)	24,21	n/a
EV/prodaja (omjer na 31.12.)	1,38	n/a
EPS (zarada po dionici) - izraženo u HRK	21,96	9,86
P/E - izraženo u HRK	39,94	n/a
Tečaj kune u odnosu na Euro na dan 31.12. – izraženo u HRK	7,325131	7,345081
Tečaj kune u odnosu na Euro - godišnji prosjek – izraženo u HRK	7,336019	7,317112

Očekivanja

Daljnji razvoj distribucijskog poslovanja bit će usmjeren na zadržavanje i jačanje pozicije na hrvatskom tržištu. Kroz upravljanje ključnim kupcima i trade marketing aktivnosti jačat će se pozicija i tržišni udjeli kod najvećih kupaca tradicionalnog kanala (supermarketi, hipermarketi, kiosci, benzinske postaje, drogerije). Uz to će se jačati pozicija kod individualnih kupaca tradicionalnog kanala, koji čine oko 20% tržišta, te će se nastaviti rast u specijalnim kanalima i udjelu u ukupnom prihodu.

Na tržištu Srbije razvoj će biti usmjeren na osvajanje leaderske pozicije kontinuiranim uvođenjem kvalitetnih robnih marki s jakim internacionalnim imidžem, te mogućnošću zauzimanja vodećih pozicija u njihovoj kategoriji (konditorski proizvodi, neprehrambeni proizvodi za domaćinstvo). Potencijali postojećih brandova iskoristit će se kroz povećanje potrošnje koja je zbog slabe kupovne moći stanovništva u ovom trenutku relativno niska (npr. rast vitaminskih napitaka u granulama je iznimno velik svake godine (preko 30 posto), ali je potrošnja po glavi stanovnika još uvijek značajno manja (jedna litra po stanovniku) nego u Sloveniji (šest litara po stanovniku) i Hrvatskoj (11 litara po stanovniku prema podacima Canadeana). Snažan ulazak u druge kanale distribucije, osobito ugostiteljstvo, daje mogućnost daljnjeg povećanja potrošnje postojećih brandova, kao i uvođenja novih s ciljem osvajanja istovjetne tržišne pozicije kakvu Atlantic drži na hrvatskom tržištu. Akvizicija Multivite, vodećeg srbijanskog proizvođača vitaminskih instant napitaka u granulama i šumećim tabletama, značajno je pridonijela ekspanziji u regiji. Atlantic je time ojačao poziciju vodećeg proizvođača vitaminskih napitaka na tržištu jugoistočne Europe s tržišnim udjelima od preko 80 posto, obogaćujući istodobno svoju paletu novim asortimanom proizvoda u šumećim tabletama. Budući razvoj bit će usmjeren na zadržavanje leaderske pozicije u vitaminskim instant napicima, zajedno s brandom Cedevita na tržištu Srbije, dok će se asortiman eferveta plasirati na tržištima regije, uz sinergije s nutraceutičkim segmentom.

Na slovenskom tržištu očekuje se daljnje razvijanje odnosa s postojećim i novim principalima u namjeri jačanja portfelja, te vezanje odnosa s ključnim i regionalno prisutnim kupcima s ciljem regionalnog partnerstva. Kako se pretežiti dio potrošnje postojećih brandova veže uz kućanstvo, ulazak u Ho-Re-Ca kanal rezultirat će generiranjem nove potrošnje i jačanjem imidža brandova na ovom tržištu.

Ulaskom na makedonsko tržište akvizicijom Vičiški komerca u lipnju 2007. Atlantic Grupa je zaokružila svoj distribucijski sustav u regiji jugoistočne Europe, a u novoj tvrtki pod imenom Atlantic Trade Skopje već je u 2007. godini ostvaren rast prometa od 20 posto.

Nedavno objavljeni rezultati istraživanja slovenske marketinške agencije Valicon govore da je Cedevita treći najjači lokalni brand u regiji u kategoriji robe široke potrošnje.

U segmentu proizvoda zdrave prehrane strategija je usmjerena na zadržavanje leaderske pozicije na hrvatskom i regionalnom tržištu u vodećim kategorijama proizvoda, kao što su vitaminski instant napici i bomboni, zatim na razvoj novih poslovnih područja vodoravnom diverzifikacijom i brand stretching-om te ulazak u nove kanale distribucije. Jedan od glavnih projekata kompanije, koji će omogućiti snažan rast u

petogodišnjem razdoblju, je razvoj novog segmenta unutar kategorije vitaminskih napitaka, čime će biti zadovoljena rastuća potreba potrošača za zdravim proizvodima, a riječ je o inovativnom proizvodu Cedevita Go!. Koncept je patentiran i vlasništvo je Atlantic Grupe, a uvodi novu kategoriju ARTD (almost ready to drink) proizvoda koji štiti funkcionalne sastojke proizvoda, a jednako je praktičan za konzumaciju, te je prikladan za široku paletu proizvoda koji sadrže različite sastojke, različite napitke, te razne oblike pakiranja. Korištenjem snage brandova Cedevita i Multipower proizvod će ostvariti značajnu prodaju na postojećim tržištima. Kompanija godišnje uvodi četrdesetak novih i inoviranih proizvoda, a uvođenjem HACCP, ISO, GMP i IFS standarda kontinuirano poboljšava njihovu kvalitetu.

Definirane su prioritetne grupe proizvoda kao i ciljane tržišta sa zadanim tržišnim udjelima koje treba postići u narednom petogodišnjem razdoblju. Očekuje se dvoznamenkasti rast prodaje na tržištima u regiji -Sloveniji, Srbiji, Makedoniji i Bosni i Hercegovini.

U segmentu proizvoda namijenjenih za osobnu njegu strategija je usmjerena na snažno fokusiranje svih aktivnosti, preko razvoja proizvoda do marketinga i prodaje u cilju jačanja i unapređenja pozicija u kategorijama zubnih pasti, univerzalnih krema i njege usana kako na domaćem tako i na svim tržištima u regiji. Strategija stvaranja strateških partnerstava u private label proizvodnji (proizvodnji trgovačkih robnih marki) nastavlja se u sljedećem razdoblju s ciljem povećanja iskorištenosti proizvodnih kapaciteta i ostvarenja sinergijskih učinaka u plasmanu proizvoda na tržištima zapadne Europe s divizijom Sportska i Aktivna prehrana.

Atlantic Grupa je jedini hrvatski proizvođač i distributer sendviča produljene svježine pod robnom markom Montana. Ulaganjem u daljnji razvoj namjerava se povećati tržišni udio (sa sadašnjih 20 posto prema podacima Hendala, na 32 posto u 2011.) i zadržati vodeće mjesto u proizvodnji sendviča, te postati generičko ime za trokutaste sendviče u regiji, proizvođač i distributer gotovih "školskih obroka" te u dugoročnom razdoblju postati lider u kategoriji "ready to eat" proizvoda.

U segmentu sportske i aktivne prehrane Atlantic Grupa težište svog razvoja stavlja na poslovanje na zahtjevnim tržištima Zapadne Europe te je strateški orijentirana na daljnju internacionalizaciju poslovanja (Španjolska, Skandinavija, Rusija). Planira se ostvarenje dodane vrijednosti kroz povećavanje tržišnih udjela, ubrzani ulazak na nova tržišta, komplementarnost proizvodnog asortimana s divizijom Zdravlje i njega, racionalizaciju proizvodnih kapaciteta te povećanje financijskih efekata. Sa svojim najsnažnijim globalnim brandom Multipower, Atlantic Grupa je europski tržišni lider u hrani za sportaše. S obzirom na trend sve većeg rekreativnog bavljenja sportovima na otvorenom, Multipower će tržištu ponuditi dodatnu liniju proizvoda namijenjenu sportovima izdržljivosti, poput biciklizma i trčanja. Nova linija osigurat će snažnije prisustvo robne marke Multipower izvan fitness klubova i specijaliziranih dućana i približiti ga konceptu total sport branda.

Uz to, Atlantic želi nastaviti postavljati trendove u kategoriji prehrane za sportaše lansiranjem novih proizvoda. Takva pozicija jača imidž tvrtke i branda, dozvoljava više cjenovne pozicije te podiže ukupnu profitabilnost cjelokupnog poslovanja. Osim toga, provodit će se optimizacija asortimana, koji mora biti prilagođen potrebama i trendovima na ključnim tržištima. Razvoj će biti usmjeren na daljnje jačanje u

segmentu proteina, koji je ujedno i najprofitabilniji segment poslovanja divizije.

U Pharma diviziji očekuju se daljnje akvizicije, ali i organski rast postojećeg poslovanja.

Ljudski resursi Sustav razvoja karijere

Atlantic Grupa djeluje u iznimno konkurentskom okruženju te teži izvrsnosti u svim poslovnim segmentima. Sukladno tome osobita se pozornost posvećuje odabiru visokomotiviranih, obrazovanih i kreativnih ljudi koji mogu i žele doprinosti razvoju tvrtke. Kao preduvjet ostvarenja visoko postavljenih poslovnih ciljeva razvijen je složeni plan motivacija, koji danas predstavlja važan dio korporativne kulture Atlantic Grupe. Razvoj karijere nije samo odgovornost pojedinca, niti samo organizacije, nego je riječ o čitavom nizu aktivnosti u kojima su zaposlenik i organizacija partneri u cilju ostvarenja individualnih, ali i organizacijskih ciljeva.

U Atlantic Grupi upravljanje karijerom podrazumijeva blisku suradnju menadžera i zaposlenih, a kroz funkciju Ljudskih resursa razvijaju se aktivnosti usmjerene na njihovo povezivanje. Osigurava se potreban broj kvalitetnih zaposlenika, planiraju se i sustavno provode edukacijski ciklusi na svim rukovodnim razinama, ispituju obrazovne potrebe, prate organizacijska klima i zadovoljstvo, sugeriraju interne promocije i rotacije, provode se aktivnosti za kvalitetnu procjenu učinka i razvoj karijere te primjenjuju različiti modeli motivacije zaposlenih. Projekt Sustav razvoja karijere koji se provodi u Atlantic Grupi temelji se na praćenju ostvarivanja strateških, ali i kratkoročnih ciljeva kompanije kroz povezivanje kompanijskih ciljeva s individualnim, gdje menadžeri postaju glavni nositelji i posrednici između potreba organizacije i pojedinca. Također, sustavom je predviđena identifikacija zaposlenika visokog potencijala, uz istodobno podizanje razine motivacije i stupnja zadovoljstva zaposlenika, potičući i podržavajući željena ponašanja te ohrabrujući rezultate koji donose dodanu vrijednost. Implementacijom projekta Procjena potencijala te planiranje razvoja i karijere odvijaju se kontinuirano, s time da se jednom godišnje za sve zaposlenike na rukovodnoj razini postavljaju ciljevi i definiraju ključne kompetencije koje su neophodne za uspješno rukovođenje ljudima, poslovanjem i promjenama. Svrha projekta Sustava razvoja karijera je da svakom zaposleniku kojemu se postavljaju ciljevi mora biti jasno s kojim organizacijskim ciljem je povezan njegov osobni cilj i kojem organizacijskom cilju osobno doprinosi.

Atlantic Grupa je u studenom 2007. godine dobila Certifikat Poslodavac Partner kojim se potvrđuje izvrsnost u upravljanju ljudskim resursima. Pripreme za certifikaciju započele su u rujnu u suradnji s tvrtkom Selectio, a dobivanjem certifikata Atlantic Grupa je još jednom potvrdila da s ozbiljnošću pristupa razvoju poslovnih procesa u području upravljanja ljudskim kapitalom. Kvalitetno upravljanje ljudskim kapitalom koje se očituje kroz partnerski odnos poslodavca i posloprimca glavna je odrednica prednosti poduzeća u današnjem gospodarstvu. Certifikat Poslodavac Partner dodjeljuje se organizacijama koje zadovoljavaju standarde kvalitete u upravljanju ljudskim resursima i jedan je od alata kojim poslodavci mogu pokazati svoj uspjeh i na relevantan način dokazati svoju atraktivnost za najbolje zaposlenike.

Certifikat se dodjeljuje na temelju bodovanja kvalitete u nekoliko kategorija područja i procesa: Strategija, regrutiranje i selekcija, Rad, motivacija i nagrađivanje, Usavršavanje i razvoj, Odnos prema zaposlenicima.

U okviru Atlantic akademije sustavno se organiziraju seminari i radionice s ciljem sustavne i kontinuirane edukacije zaposlenika te strateškog upravljanja njihovim karijerama. Aktivno sudjelujući u programima koji se bave ili dotiču upravljanja ljudskim potencijalima, Atlantic Grupa je i u 2007. godini aktivno sudjelovala na Career Fairu, susretu poslodavaca i studenata gdje se kvalitetno predstavila kao atraktivan poslodavac za najbolje buduće zaposlenike.

Sponzorstva i donacije

Atlantic Grupa je nastavila promovirati vrijednost društvene odgovornosti koja se očituje kroz transparentnost poslovanja, poslovnu etiku, odgovoran odnos prema društvenoj zajednici te brigu za razvoj različitih aspekata života zajednice. Kroz donacije i sponzorstva Atlantic Grupa je kroz cijelu 2007. godinu ciljano podupirala projekte koji promiču zdrave životne stilove, sport, kulturu, obrazovanje i ugrožene društvene skupine.

Atlantic Grupa već niz godina potpomaže i daje svoj doprinos razvoju sportova poput košarke, plivanja te biciklizma. Sponzoriranje sporta, sportaša i sportskih manifestacija integralni su dio društveno odgovorne strategije poslovanja Atlantic Grupe, koja time želi dati primjer kako gospodarstvo, ulažući i vlastiti ugled i prepoznatljivost svojih proizvoda, može doprinijeti i razvoju sporta.

Košarkaški klub Cedevita perjanica je Atlanticovih sponzorstava. Dugogodišnja suradnja s košarkaškim klubom Botinec urodila je plodom te se Atlantic Grupa aktivno uključila u promoviranje košarke kao važnog sporta od nacionalnog interesa dovođenjem sve boljih igrača i trenera kao i promociju robne marke Cedevita prema kojoj je preimenovan klub.

Duje Draganja i Mario Todorović, uspješni su hrvatski plivači koje sponzorira Atlanticova Cedevita u njihovoj plivačkoj karijeri. Atlantic Grupa je u ovim plivačima prepoznala perspektivne sportaše koji svojim sportskim uspjesima dostojno predstavljaju Cedevitu kao vodećeg europskog proizvođača vitaminskih instant napitaka te tvrtke koja afirmira zdrav i sportski stil života. Uspješna suradnja s ta dva mlada plivača i dalje se nastavlja, a Duje Draganja u travnju ove godine obara i svjetski rekord u disciplini 50 metara slobodnim stilom.

Atlantic Multipower Italia je postala sponzor njemačkog profesionalnog biciklističkog tima Milram. Za taj uspješan tim voze ponajbolji njemački biciklisti poput Zabela, Petacchija i drugih. Nakon uspješne prošlogodišnje premijere, u kolovozu 2007. godine MULTIPOWER je, kao službeni dobavljač sportske hrane sa visokokvalitetnim proizvodima, nastavio sa sponzoriranjem svjetskog prvenstva u triatlonu koje je okupilo više od 8000 sportaša iz preko 60 zemalja koji su sudjelovali u nekoliko disciplina.

Atlantic Grupa je u 2007. godini nastavila suradnju i s Centrom za odgoj i obrazovanje Dubrava. Atlantic Grupa je do sada obnovila niz sportskih objekata uključujući sportsku dvoranu i plivačku dvoranu Centra, u nastojanju da djeci s poteškoćama u razvoju olakša rehabilitaciju i svakodnevicu. Nadalje, Atlantic Grupa je aktivno sudjelovala u akciji „Za djecu doma Tuškanac“. Riječ je o akciji pomoći domu za djevojčice i djevojke s poteškoćama u razvoju, a donirana sredstva Atlantic Grupe u Domu su se iskoristila za uređenje male dvorane za tjelesni odgoj štíćenika.

Nastavljajući već poznatu tradiciju sponzoriranja dobrotvornih koncerata, u rujnu 2007. godine Atlantic Grupa bila je sponzor dobrotvornog koncerta a za prikupljanje sredstava za kupnju neophodne medicinske opreme za dječji odjel Infektivne bolnice dr. Fran Mihaljević u Zagrebu.

Vlasnička struktura

U 2007. godini kompanija je, a temeljem odluke Glavne skupštine, povećala temeljni kapital društva u svrhu provođenja postupka inicijalne javne ponude koji je i uspješno proveden. Prije provođenja postupka inicijalne javne ponude i dokapitalizacije Atlantic Grupa je imala devet dioničara s pravom glasa na Glavnoj skupštini.

Inicijalna javna ponuda

Atlantic Grupa objavila je potkraj srpnja 2007. godine odluku Glavne skupštine društva o povećanju temeljnog kapitala izdavanjem novih dionica u svrhu inicijalne javne ponude. Javnom ponudom obuhvaćeno je 31,01 posto dionica kompanije. Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga (Hanfa) odobrila je Prospekt inicijalne javne ponude redovnih dionica Atlantic Grupe 18. listopada 2007. Razdoblje za upis novih, odnosno kupnju postojećih dionica Atlantic Grupe trajalo je sedam dana od dana otvaranja knjige naloga, 23. listopada, u poslovnicama agenata izdanja, Raiffeisen i Zagrebačke banke. Javna ponuda je obuhvatila upis 382.970 redovnih dionica novog izdanja te prodaju 382.969 redovnih dionica postojećeg dioničara Svetozara Tedeschija, kojom prodajom je Svetozar Tedeschi izašao iz vlasničke strukture Atlantic Grupe. Uprava društva je uz suglasnost Nadzornog odbora donijela odluku o konačnoj cijeni dionice za upis/kupnju od 935 kuna. Postojeći dioničari Atlantic Grupe u trenutku Inicijalne javne ponude s vlasničkim udjelom većim od 1 posto (Emil Tedeschi, Lada Tedeschi Fiorio i njemačka razvojna banka DEG) obvezali su se lock up period u trajanju od 18 mjeseci od provedene inicijalne javne ponude, u kojem ni na koji način neće raspolagati svojim dionicama.

Alokacija dionica je prvotno bila predviđena u odnosu 25:75, od čega je 75% namijenjeno institucionalnim investitorima dok je 25% planirano za alokaciju fizičkim osobama. Razdoblje upisa trajalo je od 23.10.07. do 31.10.2007. godinu svim poslovnicama Raiffeisenbank Austria d.d. i Zagrebačke banke. Međutim, veliki interes za dionicom Atlantic Grupe je bio razlog odluci Uprave i Nadzornog odbora kojom su povećali alokaciju u korist građanstva te je po zatvaranju knjige upisa odnos alokacije bio 30:70.

Ukupno iskazani interes investitora po zaključenju razdoblja za upis/kupnju dionica je bio 5 puta veći od količine dionica u javnoj ponudi Atlantic Grupe. Uprava i Nadzorni odbor Atlantic Grupe donijeli su odluku da se zbog velikog interesa građanstva njihova alokacija poveća sa prvotno određenih dvadesetpet na trideset posto, dok se preostalih sedamdeset posto izdanja alociralo institucionalnim investitorima. Interes građana za dionicu Atlantic Grupe bio je sedam i pol puta veći od inicijalno planirane količine dionica za alokaciju, a dionice je upisalo više od 26.000 građana. Ponude su nadmašile potražnju gdje su institucionalni investitori ponudili 2,2 milijarde kuna, a fizičke osobe 1,3 milijarde. Strani investitori koji su ponudili 472 milijuna kuna dobili su 18 posto ukupnog iznosa namijenjenog institucionalnim investitorima.

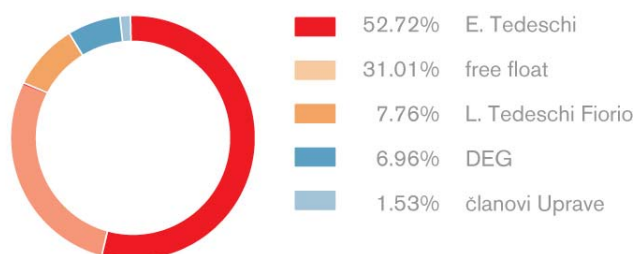
U procesu inicijalne javne ponude dionica, Atlantic Grupa je nakon odbitaka troškova transakcije, prikupila gotovo 330 milijuna kuna namijenjenih ulaganju u daljnji razvoj poslovanja kompanije. Kao strateški smjer razvoja istaknut je snažan ulazak u ljekarničko poslovanje s ciljem ostvarenja vodeće pozicije na tržištu.

Dionica Atlantic Grupe uvrštena je dana 19.11.2007. godine u prvu kotaciju Zagrebačke burze (ZSE) pod šifrom ATGR-R-A, a prva transakcija ostvarena je na samom početku trgovanja na Zagrebačkoj burzi u 10:00 sati po cijeni od 965 kuna. Dobra likvidnost dionice utjecala je na uvrštenje dionice Atlantic Grupe u izračun indeksa CROBEX-a.

Temeljni kapital Atlantic Grupe nakon Inicijalne javne ponude iznosi 98.799.800,00 kn koji je podijeljen na 2.469.995 dionica i to 51.250 dionica serije A, 4.600 dionica serije B, 2.031.175 dionica serije C i 382.970 dionica serije D, svaka nominalnog iznosa od 40,00 kn.

Predmetne dionice su po rodu redovne dionice koje sadrže sva prava vezana uz navedeni rod dionica, odnosno pravo glasa na Glavnoj skupštini Društva, pravo na dividendu te pravo na isplatu dijela ostatka likvidacijske odnosno stečajne mase Društva.

Prikaz vlasničke strukture nakon IPO-a:



Od uvrštenja Atlantic Grupe na Zagrebačkoj burzi, do dana 31. prosinca 2007. godine dionicama Atlantic Grupe ostvaren je promet u vrijednosti 77,1 milijuna kuna. Trgovalo se po prosječnoj cijeni od 869,00 kuna, a zaključna cijena na 31. prosinca 2007. godine iznosila je 877,01 kuna.

Tržišna kapitalizacija Atlantic Grupe po cijeni iz inicijalne javne ponude iznosila je 2.309.445.325 kuna dok je, pod utjecajem negativnih kretanja na domaćem i međunarodnom tržištu kapitala na 31. prosinca 2007. godine iznosila 2.166.210.315 kuna.

Atlantic Grupa d.d. je 19. studenog 2007. stekla ukupno 3.400 vlastitih dionica putem Zagrebačke burze. Navedene vlastite dionice su stečene radi dodjele istih zaposlenicima Atlantic Grupe d.d. u okviru internih pravila nagrađivanja.

Korporativno upravljanje

Atlantic Grupa kao društvo matica koordinira strateškim planiranjem i provodi ga kod članova grupacije bez obzira na njihovu pravnu samostalnost uz postojanje koordinacije povezanih društava u organizacijskim pitanjima, gdje povezana društva eventualno udružuju svoje stručne, tehnološke, financijske, tržišne i druge resurse. Uprave kompanija članica Grupe upravljaju kompanijama na vlastitu odgovornost, u skladu s Izjavama, odnosno Društvenim ugovorom Društva svake pojedine kompanije, te odlukama članova društva (kompanije) i uputama Skupštine društva i Nadzornog odbora.

Atlantic Grupa d. d. se razvija i djeluje u skladu s dobrom praksom korporativnog upravljanja te nastoji svojom poslovnom strategijom, poslovnom politikom, ključnim internim aktima i poslovnom praksom doprinijeti transparentnom i učinkovitom poslovanju i kvalitetnijim vezama s poslovnom sredinom u kojoj djeluje. U tu svrhu Atlantic Grupa usvojila je Kodeks korporacijskog upravljanja. Istim se definiraju procedure korporacijskog upravljanja koje se temelje na prepoznatljivim međunarodnim standardima kao jedan od osnovnih kriterija za donošenje odluke o investiranju. Kodeks korporacijskog upravljanja temelji se na načelima transparentnosti poslovanja, jasno razrađene procedure za rad nadzornog odbora, uprave i drugih organa i struktura koje donose važne odluke unutar Društva, izbjegavanje sukoba interesa, efikasan unutarnji nadzor te efikasan sustav odgovornosti.

Sve odrednice Kodeksa Atlantic Grupe d. d. zasnivaju se na hrvatskom zakonodavstvu, posebice Zakonu o trgovačkim društvima te Zakonu o tržištu vrijednosnih papira. Društvo Atlantic Grupa d. d. razradila je , osnovne postavke odnosa s investitorima, procedure za rad nadzornog odbora, uprave i drugih organa i struktura koje donose važne odluke unutar Društva, utvrdilo načela poput: - načelo javnog objavljivanja podataka, - načelo jednakosti postupanja prema dioničarima, - načelo nezavisnog vanjskog revizora te mnoga druga koja se reflektiraju kroz rad Glavne skupštine, Nadzornog odbora i Uprave društva koji surađuju u najboljem interesu društva.

Atlantic Grupa je po prvi puta za 2007. godinu izradila Izjavu o primjeni Kodeksa korporativnog upravljanja, kojom je potvrdila djelovanje i razvoj u skladu s dobrom praksom korporativnog upravljanja u svim segmentima poslovanja. Izjava o primjeni Kodeksa korporativnog upravljanja javno je objavljena na

Internet web stranici društva www.atlantic.hr kao i na službenim Internet stranicama Zagrebačke burze d.d.

Ekologija i održivi razvoj

Atlantic Grupa u svom poslovanju podržava i promiče načela održivog razvoja: ekonomsku uspješnost, ekološku prihvatljivost i društvenu odgovornost. Kao članica Hrvatskog poslovnog savjeta za održivi razvoj, Atlantic Grupa u svim segmentima svog poslovanja veliku pozornost posvećuje odnosima sa zaposlenicima, zaštiti okoliša, te odgovornom odnosu prema društvenoj zajednici. U Atlantic Grupi oformljen je odbor za društvenu odgovornost koji doprinosi implementaciji načela održivog razvoja u svakodnevnom poslovanju. odbor prati stanje u kompaniji i pokreće inicijative za unapređenje društveno odgovornog poslovanja.

Atlantic Grupa priključila se globalnoj inicijativi društvenog odgovornog poslovanja pod okriljem Ujedinjenih naroda- Global Compactu. Predstavljajući „Globalnog sporazuma“ nazočili su visoki predstavnici 70 tvrtki poslovnih udruženja, akademskih institucija i nevladinih organizacija strateški opredijeljenih za društveno odgovorno poslovanje. Potpisivanjem ugovora Atlantic Grupa se obavezala u svoje poslovanje ugraditi 10 propisanih načela za odgovorno poslovanje, poput slobode udruživanja i priznavanja prava na kolektivno pregovaranje, iskorjenjivanja svih oblika prisilnog ili neslobodnog rada, ukidanja svih oblika dječjeg rada, zaštite okoliša, poticanja razvoja tehnologija prihvatljivih za okoliš te borbe protiv svih oblika korupcije. Sedam godina nakon osnutka Global Compact je prisutan u više od 100 zemalja svijeta te okuplja 3800 članica od kojih 2900 čine kompanije.

Nakon uspješnog niza certifikacija Cedevite i recertifikacija Neve u diviziji Zdravlje i njega prema ISO 9001:2000 normi i prema HACCP-u (Cedevita) tijekom 2005. godine i prema ISO 14001:2004 u 2006. godini slijedio je jednako tako uspješan nastavak i u 2007. godini. Cedevita je dobila još jedan certifikat – International Food Standard certifikat za proizvodnju instant vitaminskih napitaka te vitaminskih i pepermint bombona. Istovremeno su u Nevi i Cedeviti obavljene periodičke provjere sukladnosti sa zahtjevima ISO 9001:2000 i HACCP-a koje su također uspješno završene. Normu International Food Standard (IFS) osmislili su njemački i francuski trgovački lanci uz podršku i ostalih međunarodnih trgovaca kako bi osigurali sigurnost i zdravstvenu ispravnost prehrambenih proizvoda kroz čitav lanac „od polja“ do svojih trgovina. Cedevita je zadovoljila zahtjeve te norme skoro 100 % i odmah dobila Viši nivo. Posjedovanje IFS certifikata osigurava Cedeviti put na međunarodna tržišta, budući da je Cedevita uvrštena na popis certificiranih proizvođača na IFS Audit-portalu (<http://www.food-care.info/>), službenoj internet stranici HDE (Hauptverband des Deutschen Einzelhandels).

Certifikaciju je u svibnju 2007. godine obavio i auditor ocjenjivačke kuća Det Norske Veritas (DNV), zaklade osnovane 1864. godine sa sjedištem u Oslu, jedne od vodećih certifikacijskih kuća u svijetu s više od 35.000 izdanih certifikata.

Istraživanje i razvoj

Osiguranje kvalitete

Strateška opredijeljenost Atlantic Grupe u istraživanju i razvoju je kontinuirano usavršavanje postojećih proizvoda, kako sa aspekta praćenja EU legislative, tako i na području optimizacije cijena sirovina ali u skladu sa standardnom kvalitetom, kao i razvijanje novih grupa proizvoda. To se postiže pravovremenim reagiranjem na trendove u potrošnji, temeljenim na istraživanju potreba potrošača, kao i praćenju najnovijih dostignuća i trendova industrije u svijetu. U tu svrhu, kontinuirano unapređivanje je usmjereno na razvijanje specifičnih znanja, povećanje ulaganja u istraživanje i razvoj, te optimalno korištenje istraživačkih potencijala unutar divizije Zdravlje i njega.

Tim stručnjaka s područja marketinga, kemijskih znanosti i tehnologije kontinuirano je usmjeren na razvoj proizvoda čiji je cilj ispunjavanje sve zahtjevnijih potreba potrošača i legislative prema smjernicama EU. U istraživačkom laboratoriju divizije Zdravlje i njega razvijaju se postojane, sigurne i dermatološki provjerene formulacije kozmetičkih proizvoda, uz korištenje prvorazrednih sirovina. Pored funkcionalnosti, učinkovitosti i kvalitete proizvoda, Atlantic Grupa posvećuje veliku pažnju i vizualnom identitetu proizvoda razvijajući prepoznatljiv dizajn.

Primjena i trajno unapređenje sustava osiguranja kvalitete, neprekidno poboljšanje kvalitete proizvoda, te poslovanje u skladu s globalnim trendovima strateški su cilj razvoja sustava kvalitete u diviziji Zdravlje i njega koja usmjerava organizaciju poslovnih aktivnosti na prevenciju mogućih pogrešaka i kontinuiranu inovaciju kvalitete temeljenu na znanstvenim istraživanjima i istraživanjima tržišta. Sustav upravljanja kvalitetom ugrađen je u sve procese i funkcije u segmentu proizvoda namijenjenih za osobnu njegu divizije Zdravlje i njega Atlantic Grupe, od istraživanja tržišta i razvoja novih proizvoda, preko proizvodnje i kontrole, do praćenja primjene proizvoda u krajnjoj uporabi. Visoki standardi koji se koriste unutar sustava osiguranja kvalitete temelje se na sustavima HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point) i GMP (Good Manufacturing Practice), te međunarodno priznatim normama ISO 9001:2000 i ISO 14001:2004, te IFS (International Food Standard) prema kojima su uređeni čitavi ili pojedini sustavi unutar poslovanja divizije Zdravlje i njega. Kvaliteta se osigurava kroz: analizu kvalitete, čistoće i porijekla sirovina, proizvodnju sukladnu najstrožim standardima EU, kontrolu stabilnosti, zdravstvene ispravnosti i čistoće gotovog proizvoda, nadzorom nad ispravnošću proizvoda nadležnih institucija za proizvode koji su namijenjeni isključivo ljekarnama i biljnim drogerijama.

U diviziji Sportska i aktivna prehrana pri razvoju proizvoda istraživački i razvojni tim surađuje sa stručnjacima na području prehrane i vodećim znanstvenicima u domeni sporta koji su prepoznali prehrambene potrebe ljudi koji se njime aktivno bave. K tome, intenzivno istraživanje tržišta pomaže pri razumijevanju zahtjeva potrošača, što rezultira razvijanjem inovativnih i ukusnih proizvoda u području sportske prehrane.

Nadzorni odbor Atlantic Grupe

Atlantic Grupa dioničko društvo ima Nadzorni odbor koji danas broji sedam članova.

U siječnju 2007. godine uz predsjednika Uprave Raiffeisenbank Austria d.d. i predsjednika NO-a Zdenka Adrovića, potpredsjednicu NO-a Ladu Tedeschi Fiorio te Sinišu Petrovića, profesora s Pravnog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, Nadzornom odboru Atlantic Grupe su se pridružila dva vrsna stručnjaka: Željko Perić, nezavisni poslovni konzultant te Karl Weinfurtner, potpredsjednik DEG Investa.

U kolovozu 2007. godine Nadzorni odbor Atlantic Grupe ojačan je s još dva nova člana, Aleksandrom Pekečom, profesorom na Fuqua Business School američkog Sveučilišta Duke i Eduardom Schindlerom, predsjednikom konzultantske tvrtke 2thePoint.

Zdenko Adrović/predsjednik

Zdenko Adrović je predsjednik Uprave Raiffeisenbank Austria d. d. od 1996. godine. Tijekom njegovog dvanaestogodišnjeg mandata RBA se razvila u jednu od vodećih financijskih institucija te je primila nekoliko priznanja HGK kao najuspješnija banka u Hrvatskoj. Također joj je ugledni časopis The Banker dodijelio nagradu "Best Bank in Croatia" za 2006. Prethodno je bio zamjenik Glavnog direktora Privredne Banke Zagreb, gdje je radio i kao direktor sektora investicijskog bankarstva te izvršni potpredsjednik odgovoran za riznicu i likvidnost. Član je Nadzornog odbora Plive, Upravnog odbora Hrvatske Gospodarske Komore te Poslovnog vijeća za konkurentnost. Diplomirao je Ekonomiju na Fakultetu za vanjsku trgovinu Sveučilišta u Zagrebu.

Lada Tedeschi Fiorio/potpredsjednica

Lada Tedeschi Fiorio karijeru u Atlanticu započinje 1997. godine na mjestu izvršne direktorice za upravljanje imovinom. Tijekom akvizicije Cedequite 2001. godine sudjeluje kao voditelj pregovora s potencijalnim ulagačima. 2004. je imenovana direktoricom tvrtke Atlantic Italia. Prije dolaska u Atlantic poslovna iskustva je stjecala u multinacionalnim kompanijama Wrigley u Njemačkoj i Mars Masterfood u Poljskoj te Ujedinjenim Arapskim Emiratima. Transformacijom Atlantic Grupe u dioničko društvo, imenovana je potpredsjednicom nadzornog odbora Atlantic Grupe. Diplomirala je ekonomiju na Università commerciale L. Bocconi u Milanu, te je na London Business School završila Corporate Finance Programme.

Željko Perić/član

Željko Perić je jedan od vodećih hrvatskih stručnjaka za spajanja i preuzimanja s bogatim iskustvom na vodećim menadžerskim funkcijama. Direktor je konzultantske tvrtke Caper, specijalizirane za područje spajanja i preuzimanja i strateško savjetovanje. Prije uspješne karijere nezavisnog konzultanta, bio je predsjednik Uprave Lure u periodu u kojem se tvrtka usmjerila na širenje u zemlji i regiji. Prethodno je bio član Uprave Plive te je sudjelovao u Plivinoj kupovini američke kompanije Sidmak. Radio je u Ministarstvu

vanjskih poslova RH u Odjelu za ekonomske odnose s inozemstvom. Diplomirao je na Fakultetu za vanjsku trgovinu na Sveučilištu u Zagrebu, a usavršavao se na Sveučilištu Harvard, te školama Management Center Europe (Bruxelles) i IEDC (Bled).

Siniša Petrović/član

Siniša Petrović je izvanredni profesor na Katedri za trgovačko pravo i pravo društava na Pravnom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu. 1995. je bio pravni savjetnik posebnog izaslanika Predsjednika RH za pregovore s međunarodnom zajednicom i član delegacije RH na međunarodnoj mirovnoj konferenciji o BiH u Daytonu. Od 2000.2003. bio je potpredsjednik Savjeta za zaštitu tržišnog natjecanja. Bio je predstavnik RH u Komisiji za arbitražu Međunarodne trgovačke komore. Sudjelovao je u izradi propisa s područja trgovačkih društava, tržišnog natjecanja, posredovanja u prometu nekretnina, privatizacije, sporta i sprječavanja sukoba interesa u obnašanju javnih dužnosti. Član je Pregovaračke skupine za vođenje pregovora o pristupanju Hrvatske EU. Diplomirao je, magistrirao i doktorirao na Pravnom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu.

Karl Weinfurtner/član

Karl Weinfurtner je potpredsjednik DEG Investa, njemačke razvojne banke koja je kroz proces dokapitalizacije u studenom 2006. postala suvlasnikom Atlantic Grupe. Voditelj je strukturiranih financija za poljoprivredu, šumarstvo i prehrambenu industriju u DEG-u, gdje ima više od petnaest godina radnog iskustva. Karijeru je započeo kao stručnjak za pitanja poljoprivredne politike pri Bavarskoj udruzi farmera u Münchenu, nakon čega je bio predstavnik Njemačke udruge farmera u Tanzaniji, gdje je planirao i nadgledao programe edukacije i obučavanja. DEG je od 2001. godine članica grupacije KfW Bankengruppe, jedne od najvećih njemačkih banaka s AAA kreditnim rejtingom.

Aleksandar Pekeč/član

Aleksandar Pekeč je izvanredni profesor na katedri o Znanostima odlučivanja na Fuqua School of Business uglednog Sveučilišta Duke u Sjedinjenim Američkim Državama. Aleksandar Pekeč je jedan od vodećih hrvatskih stručnjaka za područje znanosti upravljanja i ekonomije te predaje na MBA programima i executive MBA programima u jednoj od najboljih poslovnih škola na svijetu. On je međunarodno priznati stručnjak za područje strateškog odlučivanja, djelujući o području dizajna i analize izbora, te mehanizama alokacije i kalkulacije cijena u kompleksnim kompetitivnim okruženjima. Do početka rada na sveučilištu Duke 1998. godine, radio je na danskom sveučilištu Aarhus te sveučilištu Rutgers u New Jersey-u. Dobitnik je nekoliko međunarodnih stručnih priznanja i autor mnogobrojnih znanstvenih radova. Diplomirao je na Prirodoslovnom-matematičkom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu te doktorirao na sveučilištu Rutgers..

Eduardo Alberto Schindler/član

Eduardo Schindler je osnivač i predsjednik Uprave konzultantske tvrtke 2thePoint sa sjedištem u Zürichu, koja se bavi strateškim, financijskim i savjetovanjem o spajanjima i akvizicijama. Suosnivač je lihtenštajnske Alpinium Banke te osnivač i predsjednik čileanskog poglavlja Švicarsko-latino-američke

trgovinske komore. Bio je potpredsjednik ugledne investicijske banke UBS Warburg u Zürichu, gdje je prethodno radio u jednoj od vodećih međunarodnih konzultantskih tvrtki McKinsey&Co. Švicarska burza službeno ga je priznala kao referentnog stručnjaka u zastupanju klijenata pri izdavanju vrijednosnih papira. Pridruženi je član Švicarskog financijskog instituta i menadžerske škole St. Gallen gdje redovito predaje na temu korporativnih financija. Doktorirao je međunarodnu ekonomiju na Graduate Institute of International Studies u Ženevi.

Od listopada 2007. godine, u sklopu Nadzornog odbora Društva djeluju tri Komisije i to Komisija za reviziju, Komisija za imenovanje i nagrađivanje te Komisija za korporativno upravljanje. Predmetne komisije svojim radom potpomažu rad i djelovanje Nadzornog odbora. Svaka Komisija ima tri člana, od kojih su dva imenovana iz reda članova Nadzornog odbora, dok je jedan član imenovan iz reda vrsnih stručnjaka za predmetno područje.

Komisiji za reviziju predsjedava Lada Tedeschi Fiorio, iz reda članova Nadzornog odbora imenovan je Karl Weinfurtner dok je kao vanjski stručnjak izabran Marko Lesić. Komisiji za korporativno upravljanje predsjedava Siniša Petrović, iz redova Nadzornog odbora imenovan je kao član Eduardo Schindler a kao vanjski stručnjak Hrvoje Markovinović. Komisiji za imenovanje i nagrađivanje predsjedava Željko Perić, iz reda članova Nadzornog odbora imenovan je Aleksandar Pekeč dok se treći član tek treba izabrati.

Članovi predmetnih komisija za svoj rad i doprinos funkcioniranju Nadzornog odbora Atlantic Grupe ostvaruju pravo na naknadu od 4.000,00 kn neto, a po održanom sastanku komisije.

Svi članovi Nadzornog odbora Društva nagrađeni su za njihov rad te imaju pravo na nagradu koja je primjerena poslovima koje obavljaju te stanju i poslovanju društva. Svi članovi Nadzornog odbora ostvaruju mjesečnu bruto naknadu, koja za Predsjednika NO odbora iznosi 32.358,16 HRK, za zamjenicu predsjednika NO 26.702,13 HRK, dok svi ostali po osnovi članstva u Nadzornom odboru ostvaruju mjesečnu bruto naknadu u iznosu od 13.351,06 HRK.

U 2007. godini članovi NO su od Atlantic Grupe d. d. po svim osnovama zaprimili ukupno bruto iznos od HRK 1.349.574,36. Od gore navedenog iznosa pojedini članovi NO su zaprimili naknade u sljedećim iznosima:

Zdenko Adrović - HRK 388.297,92

Lada Tedeschi Fiorio – HRK 320.425,56

Karl Weinfurtner - HRK 160.212,72

Siniša Petrović - HRK 160.212,72

Željko Perić - HRK 160.212,72

Eduardo Schindler – HRK 80.106,36

Uprava Atlantic Grupe

Upravu Atlantic Grupe čine predsjednik te svi potpredsjednici kompanije. Sjednicama uprave prisustvuje i Tomislav Matusinović, izvršni direktor zadužen za diviziju Zdravlje i njega. Naime, formiranjem nove divizije Pharma, Marko Smetiško je preuzeo vođenje iste, dok je vođenje divizije Zdravlje i njega preuzeo Tomislav Matusinović koji nije formalno član Uprave, ali obnaša odgovornu izvršnu funkciju na čelu divizije Zdravlje i njega.

Emil Tedeschi/predsjednik Uprave

Emil Tedeschi je osnivač i većinski vlasnik Atlantic Grupe. U svojoj poslovnoj karijeri je, prije osnivanja Atlantic Tradea na čijim je temeljima kompanija nastala, među ostalim obnašao dužnost direktora milanske podružnice Meteor Holdings Ltd. London, jedne od najvećih europskih tvrtki za trgovinu papirom i celulozom. Proglašen je menadžerom godine 2002. prema izboru CROMA-e, a 2005. i prema izboru poslovnog časopisa Privredni vjesnik. 2006. godine je prema izboru stručnog žirija Kapital Networka izabran za gospodarstvenika godine.

Član je saborskog odbora za praćenje pregovora o pristupanju Republike Hrvatske u Europsku uniju i Gospodarsko-socijalnog vijeća. Posljednje dvije godine bio je predsjednik Hrvatske udruge poslodavaca, čiji je aktivan član od njenog osnivanja. Član je INSEAD Alumni udruženja te Programskog vijeća Zagrebačke škole ekonomije i menadžmenta. Potpredsjednik je Nadzornog odbora RTL Hrvatska i član Upravnog vijeća MedILS-a. Počasni je konzul Irske u Republici Hrvatskoj.

Mladen Veber/stariji potpredsjednik za Operativno poslovanje

Mladen Veber se Atlanticu pridružio 1996. godine na mjestu direktora Distribucijskog centra Rijeka, a kao generalni direktor Ataca (partnerske tvrtke u BiH) dao je ključan doprinos u njegovom razvoju u jednog od vodećih distributera u BiH. U srpnju 2001. imenovan je za potpredsjednika Atlantic Tradea zaduženog za upravljanje robnim markama i međunarodna tržišta. 2006. je izabran za starijeg potpredsjednika nadležnog za poslovanje svih triju divizija Atlantic Grupe. Od 2001. je član Vijeća udruženja trgovine Hrvatske Gospodarske Komore. Potpredsjednik je Uprave košarkaškog kluba Cedevita. Diplomirao je na Fakultetu strojarstva i brodogradnje Sveučilišta u Zagrebu, a usavršavao se na IEDC Bled.

Srećko Nakić/potpredsjednik za diviziju Distribucija

Srećko Nakić karijeru u Atlanticu gradi od 1994. i sudjelovao je u svim fazama razvoja kompanije. Počeo je kao trgovački predstavnik u Atlantic Tradeu, 1995. je imenovan direktorom DC-a Split, a dvije godine kasnije su mu nadležnosti proširene i na DC Rijeka. 2002. je postao potpredsjednik tvrtke odgovoran za ukupnu prodaju i distribuciju na hrvatskom tržištu. U travnju 2005. imenovan je potpredsjednikom Atlantic Grupe za diviziju Distribucija. Nadležan je za upravljanje distribucijskim sustavom Atlantic Grupe u čitavoj regiji jugoistočne Europe. Pohađao je Pomorski fakultet u Splitu, te je završio General Management

Program na IEDC Bled School of Management.

Marko Smetiško/potpredsjednik za diviziju Pharma

Marko Smetiško u Atlantic Grupu dolazi 2004. na poziciju potpredsjednika Uprave nadležnog za diviziju Zdravlje i njega. Prije dolaska u Atlantic Grupu u Plivi je radio kao direktor Poslovnog programa Farmaceutika. 1999. prelazi u Luru na mjesto izvršnog direktora prodaje i marketinga, a 2002. postaje članom Uprave za marketing i prodaju Belupa d. d. Tijekom dosadašnjeg poslovnog iskustva bio je član nadzornih odbora Medike i Plivine tvrtke u Poljskoj. Diplomirao je na Medicinskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu.

Zvonimir Brekalo/potpredsjednik za diviziju Sportska i aktivna prehrana

Zvonimir Brekalo je razvoj karijere u Atlanticu započeo 2000. godine, kada je bio odgovoran za razvoj distribucije Johnson&Johnson asortimana na hrvatskom tržištu. 2001. je postao Direktor centralne službe Ataca, a 2003. član Uprave Neve. Nakon akvizicija Neve 2003. i Haleka 2005. dao je ključan doprinos integraciji novih kompanija unutar Atlantic Grupe, s neposrednim nadležnostima za prodaju i marketing, te razvoj poslovanja na izvoznim tržištima. 2007. je imenovan potpredsjednikom Atlantic Grupe za diviziju Sportska i aktivna prehrana. Diplomirao je stomatologiju na Medicinskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu, te se usavršavao na IEDC Management School of Business na Bledu.

Tomislav Matusinović*/ Izvršni direktor za diviziju Zdravlje i njega

Tomislav Matusinović u Atlantic Grupu dolazi 2002. godine na mjesto potpredsjednika Uprave Cedevite zaduženog za prodaju i marketing, nakon čega je radio kao Izvršni direktor Grupe za vanjska tržišta, a potom kao izvršni direktor URM-a. Na mjesto Izvršnog direktora za diviziju Zdravlje i njega u Atlantic Grupi imenovan je početkom veljače 2008. godine. U Atlantic Grupu dolazi s pozicije Direktora korporativnih projekata u Agrokoru. Prethodno je tijekom devet godina (1992.-2001) karijeru gradio u tvrtki Coca-Cola Adriatic, gdje je radio kao Regionalni voditelj tehničkih operacija zadužen za tržište Slovenije, Hrvatske i BiH. Diplomirao je i magistrirao na Fakultetu za kemijski inženjering i tehnologiju.

* Tomislav Matusinović nije formalno član Uprave, ali obnaša odgovornu izvršnu funkciju na čelu divizije Zdravlje i njega

Neven Vranković/potpredsjednik za Korporativne aktivnosti

Neven Vranković se Atlantic Grupi pridružio 1998. na mjestu izvršnog direktora za korporativne aktivnosti. 2001. je dobio nadležnost za aktivnosti Atlantic Grupe u području spajanja i preuzimanja, a 2002. je imenovan potpredsjednikom za Korporativne aktivnosti. Poslovna iskustva stjecao je radeći u pravnom odjelu Bergen Banka u Norveškoj te kao karijerni diplomat u hrvatskim veleposlanstvima u Washingtonu i Beogradu. Član je Radne skupine za pripremu pregovora o pristupanju RH Europskoj uniji za poglavlje 6 - Pravo trgovačkih društava. Diplomirao na Pravnom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu, a magistrirao na Washington College of Law u SAD-u. Dodatna znanja je stekao na INSEAD-u u Francuskoj, gdje je završio Strategic Issues in Mergers and Acquisitions.

Zoran Stanković/potpredsjednik za Financije

Zoran Stanković se Atlantic Grupi pridružuje u veljači 2007. godine na mjestu potpredsjednika za financije. Prethodno je tri godine proveo u Plivi na mjestu Direktora kontrolinga Grupe zaduženog za koordinaciju i nadzor financijskog poslovanja Plivine mreže kompanija u zemlji i inozemstvu. Prije dolaska u Plivu od 1995. do 2003. je radio u Arthur Andersenu i Ernst&Youngu kao stariji menadžer za reviziju zadužen za velike klijente. Član je Hrvatskog udruženja ovlaštenih revizora, kao i međunarodnog udruženja The Association of Chartered Certified Accountants. Diplomirao je na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu.

Politika nagrađivanja članova Uprave

Ugovorom o obavljanju poslova člana Uprave, odnosno ugovorom o radu za članove uprave koji su u radnom odnosu u AG definirana su prava i obaveze članova uprave po osnovi obnašanja funkcije člana uprave, i to:

- mjesečna plaća članova uprave, utvrđena u bruto iznosu
- naknada koju članovi uprave ostvaruju po osnovi članstva u nadzornim odborima povezanih društava, utvrđena u bruto iznosu
- godišnji dodatak (bonus naknada) za godine važenja ugovora, utvrđen u određenom postotku od ostvarene osnovne godišnje bruto plaće i naknade po osnovi članstva u nadzornim odborima povezanih društava. Isplata godišnjeg dodatka uvjetovana je ostvarenjem planiranih rezultata poslovanja u iznosi od najmanje 95% plana EBT konsolidirani AG za poslovnu godinu. Za članove Uprave koeficijent bonusa se utvrđuje od koeficijenta EBT i ocjene rada od strane predsjednika Uprave, dok za predsjednika Uprave to čini Nadzorni odbor.
- polica životnog osiguranja koju za članove Uprave ugovara Atlantic grupa kod respektabilnih osiguravajućih društava u RH, s godišnjom premijom od 2.200 EUR
- polica osiguranja osoba od posljedica nesretnog slučaja (nezgode)
- dobrovoljno zdravstveno osiguranje u koji sustav su uključeni članovi Uprave, čime im Atlantic Grupa, kao ugovaratelj osiguranja, uz godišnju premiju od 7.500 kn po osobi, omogućava kvalitetan zdravstveni tretman kroz godišnji sveobuhvatni sistematski pregled, sve potrebne specijalističke i medicinske pretrage uz primjenu suvremenih i najučinkovitijih medicinskih aparata i opreme, u specijaliziranim poliklinikama kod vrhunskih zdravstvenih stručnjaka.
- pravo na korištenje službenog automobila, pravo na naknadu svih troškova koje član uprave ima u obavljanju svoje funkcije.

Svi članovi uprave imaju managerske ugovore koji obuhvaćaju čitav niz obvezujućih odredbi, ali i onih stimulativnih kako slijedi:

- poslovna tajna – članovi uprave su obavezani na zaštitu poslovne tajne društva za vrijeme i nakon prestanka radnog odnosa, bez obzira na razloge prestanka radnog odnosa. Obaveza čuvanja poslovne tajne uključuje i poslovne tajne povezanih društava AG
- zabrana takmičenja - obavezuje člana uprave u periodu godine dana po prestanku radnog odnosa
- ugovorna kazna - u slučaju kršenja zabrane takmičenja, član uprave je u obavezi platiti ugovornu kaznu u iznosu šest prosječnih mjesečnih bruto plaća člana uprave i bruto naknada po osnovi članstva u nadzornim odborima povezanih društava isplaćenih članu uprave u tri mjeseca prije prestanka ugovora.
- zabrana sudjelovanja člana uprave u vlasničkoj i/ili upravljačkoj strukturi, bilo direktno ili indirektno, u bilo kojem društvu koje je u tržišnoj utakmici s ATLANTIC GRUPOM i povezanim društvima, odnosno u društvu s kojim ATLANTIC GRUPA i povezana društva ostvaruju poslovnu suradnju, kao i da u takvim društvima djeluje kao savjetnik ili konzultant, bez obzira da li je za isto plaćen ili ne.
- obavljanje ostalih aktivnosti člana uprave, osim onih koje obavlja za povezana društva ATLANTIC GRUPE, bez obzira da li za te aktivnosti prima naknadu ili ne, uključivo i članstvo u nadzornim odborima, savjetodavnim tijelima i sl, može obavljati isključivo temeljem prethodnog odobrenja Uprave društva ATLANTIC GRUPA.
- radni odnos, trajanje ugovora i otkazni rokovi - članovi uprave zasnivaju radni odnos na neodređeno vrijeme u Atlantic Grupi ili u njezinim povezanim društvima, a ugovor za obavljanje funkcije člana uprave zaključuje se na period 2 godine. U slučaju da se ugovor ne produži, Atlantic Grupa je u obavezi ponuditi članu uprave druge odgovarajuće poslove. Ugovoreni su zakonski otkazni rokovi
- otpremnina – ugovorena otpremnina u iznosu šest prosječnih mjesečnih bruto plaća člana uprave i bruto naknada po osnovi članstva u nadzornim odborima povezanih društava isplaćenih članu uprave u tri mjeseca prije prestanka ugovora . Obaveza isplate otpremnine nastaje u slučaju otkazivanja ugovora za vrijeme njegova važenja od strane Atlantic Grupe, osim ako se ugovor ne otkazuje iz razloga uvjetovanih skrivljenim ponašanjem člana uprave. Član Uprave ima pravo na otpremninu i ako odbije ponudu AG za obavljanje drugih odgovarajućih poslova u ATLANTIC GRUPI i povezanim društvima.

U 2007. godini članovi Uprave su od Atlantic Grupe d. d. po svim osnovama zaprimili ukupno bruto iznos od HRK 11.877.762.71. Od gore navedenog iznosa pojedini članovi Uprave su zaprimili naknade u sljedećim iznosima:

Emil Tedeschi

- po osnovi plaće i naknade iz NO HRK 2.432.827,00 koji se isplaćuje u jednakim mjesečnim iznosima;
- godišnji bonus HRK 1.090.000,00.

Mladen Veber:

- po osnovi plaće i naknade iz NO HRK 1.446.282,30 koji se isplaćuje u jednakim mjesečnim iznosima;
- godišnji bonus HRK 470.000,00.

Neven Vranković

- po osnovi plaće i naknade iz NO HRK 1.420.497,18 koji se isplaćuje u jednakim mjesečnim iznosima;
- godišnji bonus HRK 440.000,00.

Marko Smetiško:

- po osnovi plaće i naknade iz NO HRK 1.102.007,84 koji se isplaćuje u jednakim mjesečnim iznosima;
- godišnji bonus HRK 440.000,00.

Srećko Nakić:

- po osnovi plaće i naknade iz NO HRK 1.066.358,50 koji se isplaćuje u jednakim mjesečnim iznosima;
- godišnji bonus HRK 390.000,01.

Zoran Stanković:

- po osnovi plaće i naknade iz NO HRK 1.149.789,89 koji se isplaćuje u jednakim mjesečnim iznosima;
- godišnji bonus HRK 430.000,00.

Čimbenici poslovnog rizika

Rizik poslovnog okruženja

Rizik poslovnog okruženja određen je političkim, ekonomskim i socijalnim uvjetima u zemlji, ali i regiji, koji utječu na poslovanje i uspješnost poslovanja hrvatskih tvrtki. Politički rizik pojedine države uključuje sve rizike povezane s mogućom političkom nestabilnošću, a u svojoj krajnosti uključuje i integritet i opstojnost države. Uzimajući u obzir trenutne unutarnje i vanjsko-političke odnose, Hrvatska je stabilna parlamentarna demokracija čiji je glavni vanjskopolitički cilj uspješno uključivanje u Europsku uniju. Sukladno cilju uspješnog pridruživanja Europskoj uniji Hrvatska je znatan dio svojih aktivnosti usmjerila na reforme potrebne za uspješno usklađivanje s pravnom stečevinom Europske unije (acquis communautaire-om), kao i na razvoj i održavanje intenzivnih partnerskih odnosa s državama članicama Europske unije. Otvorena pitanja koja Hrvatska ima sa svojim susjedima ne utječu na političku stabilnost države, već predstavljaju legitimno zastupanje strateških i gospodarskih interesa države u međunarodnim odnosima, kao što to čine i sve druge razvijene države. Politički i opći društveni rizik svojstven je svim dijelovima jednog društva i na njega se iz perspektive pojedinca, u pravilu, ne može individualno utjecati. Atlantic Grupa je tvrtka koja ne očekuje poremećaje u poslovanju uslijed integracije Hrvatske u EU, s obzirom na to da se dio poslovanja Atlantic Grupe odvija u EU, operativne kompanije u Hrvatskoj bez poteškoća izvoze na tržište EU, razvijaju standarde sukladno europskom zakonodavstvu, te nemaju problem prilagodbe tehničkim i tehnološkim uvjetima tržišta EU. Atlantic Grupa, osim u Hrvatskoj, ima operativne kompanije i u Ljubljani, Londonu, Trevisu i Hamburgu. Spoj razvijenih i kvalitetnih europskih brandova, poput Multipowera koji je dio proizvodnog portfelja Atlantic Grupe, s regionalnim brandovima iz asortimana Cedevite, Neve, Dietpharma ili Multivite dijelom je Atlanticove paneuropske strategije i tvrtki dodatno jača značaj na europskom tržištu.

Politički i opći društveni rizik je svojstven svim dijelovima jednog društva i na njega se iz perspektive pojedine kompanije, u pravilu, ne može individualno utjecati, odnosno umanjiti ga. U slučaju

međunarodnih kompanija koje posluju u više država, takav je rizik pozitivno ili negativno diverzificiran ovisno o pojedinim rizicima država u kojima posluju. Posebno treba naglasiti rizik poslovanja kompanija na tržištima u regiji (područje bivše Jugoslavije) koja su još u procesu političke tranzicije. Stoga, svaki investitor treba, sukladno značaju pojedinog tržišta za kompaniju, pažljivo proučiti dotična tržišta, te, između ostaloga, donijeti odluku i na temelju informacija o rizicima svojstvenim pojedinim od tih država, odnosno tržišta.

Rizici industrije i konkurencije

Industrija robe široke potrošnje

Industrija robe široke potrošnje u segmentu proizvoda namijenjenih prehrani u Hrvatskoj je atraktivno područje za djelovanje gospodarskih subjekata, s aspekta malih varijacija u tržišnom kretanju s obzirom na relativno male promjene kupovne moći stanovništva i relativno male promjene u potražnji za proizvodima za zadovoljavanje osnovnih životnih potreba. U razvoju industrije robe široke potrošnje, prisutnost svjetskih proizvođača i trgovačkih lanaca s proizvodima široke potrošnje u Hrvatskoj, rezultirala je jačanjem konkurencije na domaćem tržištu, povećanjem kvalitete proizvoda i uspostavljanjem globalnih standarda proizvodnje. Opstanak u današnjim tržišnim uvjetima, koje karakteriziraju liberalizacija i globalizacija tržišta te snažno konkurentsko okruženje, moguć je samo uz kontinuirano ulaganje u istraživanje i razvoj novih linija proizvoda, tehnologiju te ljudske potencijale.

Industrija robe široke potrošnje u segmentu proizvoda namijenjenih prehrani važna je komponenta hrvatskog gospodarstva i kao takva je zaštićena od Vlade različitim pristojbama na uvozne proizvode ili direktnim subvencijama. Otvaranje poglavlja usklađivanja s politikama i propisima Europske unije može iziskivati dodatna materijalna ulaganja.

Prosječan rast industrije robe široke potrošnje ograničen je rastom BDP-a, te je direktno vezan uz povećanje životnog standarda. Industriju robe široke potrošnje također karakterizira konstantno prilagođavanje željama i potrebama potrošača i trendovima tržišta, što iziskuje znatna ulaganja u razvoj novih proizvoda i prihvaćanje novih tehnologija. Stoga rizik industrije robe široke potrošnje, s jedne strane, predstavljaju ograničene stope rasta, dok, s druge strane, postoji imperativ velikih materijalnih ulaganja s ciljem osiguranja i održavanja konkurentnosti.

S obzirom na to da industrija robe široke potrošnje ima neposredan utjecaj na zdravlje, ona je strogo normirana propisima i nadzirana od strane regulatornih tijela. Time je ova industrija izložena riziku neizvjesnosti uvođenja novih, strožih standarda koji mogu prouzročiti i dodatne materijalne izdatke.

Pojedine grane industrije robe široke potrošnje u segmentu proizvoda namijenjenih prehrani pod izravnim su utjecajem faktora koji se ne mogu kontrolirati, kao što su vremenske prilike ili uspješnost turističke sezone. Također, industriju često karakterizira sezonsko poslovanje, što kvalitetno upravljanje obrtnim kapitalom čini još zahtjevnijim. Kako je riječ o privlačnoj industriji relativno niske cikličnosti, na tržištu postoji veći broj konkurenata koji su otprilike podjednake snage, te se za industriju može reći da je diverzificirana bez značajnog isticanja tržišnih lidera, što povećava rizik od ulaska novih konkurenata.

Atlantic Grupa djeluje u podsegmentu industrije robe široke potrošnje u segmentu proizvoda namijenjenih prehrani, u segmentu proizvodnje prehrambenih proizvoda s dodanom vrijednošću. Ovaj segment zauzima oko 8% ukupnog tržišta industrije proizvoda namijenjenih prehrani. Profitabilnost segmenta viša je od prosjeka industrije. U segmentu proizvodnje vitaminskih instant napitaka Atlantic Grupa, s tržišnim udjelom od 94%, nema značajnih konkurenata na domaćem tržištu. Atlantic Grupa konstantnim ulaganjem u istraživanje i razvoj, praćenjem svjetskih tržišnih trendova kao i preferencija potrošača uspješno svladava navedene rizike. Jedna od osnovnih komparativnih prednosti Atlantic Grupe je da posluje u segmentu zdrave prehrane čiji se razvoj i rast u punom smislu tek očekuju.

Industrija robe široke potrošnje u segmentu proizvoda koji su namijenjeni osobnoj njezi značajno ovisi o kupovnoj moći i životnom standardu stanovništva.

Domaća industrija robe široke potrošnje u segmentu proizvoda namijenjenih osobnoj njezi posluje u snažnom konkurentskom okruženju multinacionalnih kompanija sa suvremenom tehnologijom i agresivnom cjenovnom politikom, stoga je uspjeh moguć samo uz kontinuirano ulaganje u istraživanje i razvoj, brzu prilagodbu tržišnim uvjetima te snažan marketing. Agresivne i učestale marketinške kampanje, visoko ulaganje u razvoj, te veliki cjenovni rasponi proizvoda poseban su izazov za domaće proizvođače i zahtijevaju znatna financijska sredstva.

Rizik konkurencije

Usklađivanjem zakonodavstava država kandidatkinja za pridruživanje Europskoj uniji s "acquis communautaire-om", postupno se postavljaju novi standardi i norme, te uklanjaju i posljednje prepreke potpuno slobodnoj konkurenciji kao posljedica postupnog pripajanja ovih tržišta unutarjem tržištu Europske unije. Rezultat navedenih procesa je velika izloženost lokalnih kompanija europskoj, ali i globalnoj konkurenciji uz istovremeno otvaranje novih poslovnih mogućnosti lokalnim kompanijama brzim otvaranjem stranih tržišta. Prateći globalne trendove, hrvatske kompanije usmjerile su svoje poslovanje na širenje tržišta ulaskom na nova tržišta u regiji, posebice tržišta bivše Jugoslavije.

Međunarodne prehrambene kompanije u prednosti su u odnosu na domaće kompanije s obzirom na dugogodišnju tradiciju poslovanja, financijsku moć, tehnološku opremljenost i mogućnost ulaganja u istraživanje i razvoj. Oskudna ponuda stranih proizvoda u prošlosti dodatno je povećala domaću potražnju za etabliranim svjetskim robnim markama, stoga je snažna konkurencija na tržištu konstantno prisutna. Međutim, hrvatsko tržište i tržišta u regiji karakterizira i privrženost tradiciji i privrženost stečenim potrošačkim navikama, što dokazuje velika potražnja za poznatim domaćim proizvodima. Snažne robne marke koje Atlantic Grupa proizvodi ili/i distribuira, te njihova diferenciranost u odnosu na konkurentske proizvode kao rezultat dugogodišnjeg ulaganja, osnovna su komparativna prednost u odnosu na postojeće konkurente i one koji tek pokušavaju ući na tržište. Strategija Atlantic Grupe, s obzirom na smanjenje rizika koji predstavlja konkurencija, usmjerena je na razvijanje jakih, na tržištu prepoznatljivih robnih marki. Primjer provedbe ove strategije je uspješnost Cedevita vitaminskog instant napitka koji je tržišni lider ne samo na hrvatskom, već i na tržištima u regiji. Atlantic Grupa je razvila domaće robne

marke u industriji osobne higijene i kozmetike kao što su Plidenta i Rosal. Konkurencija na tržištu je vrlo jaka, ali unatoč tome postoji uzlazni trend potrošnje proizvoda Atlantic Grupe, što je rezultat marketinških aktivnosti, distributivne potpore od strane divizije Distribucija i održavanja kvalitete i razvoja novih proizvoda.

Poslovni rizik

Poslovni rizik uključuje rizike svakodnevnog poslovanja, vezane uz budući opstanak društva, održavanje i poboljšavanje tržišne pozicije i stabilnost poslovanja društva. Poslovni rizik determiniran je poslovnim okruženjem kompanije, karakteristikama industrijske grane kao i vlastitim poslovnim politikama i odlukama.

Utjecaj pojedinog proizvoda i poslovne suradnje na poslovanje

Razvijanjem diverzificiranog proizvodnog portfelja smanjuje se poslovni rizik vezan uz poslovno okruženje. Atlantic Grupa je aktivni proizvođač i distributer robe široke potrošnje koja je namijenjena zdravoj prehrani i osobnoj njezi, bez značajne ovisnosti o jednoj vrsti proizvoda, stoga promjene u poslovnim okruženju jedne od poslovnih aktivnosti neće direktno ugroziti ukupno poslovanje Atlantic Grupe.

Ovisnost o proizvodu

Divizija Distribucija, kao najveći generator prihoda Atlantic Grupe, razvila je diverzificirani portfelj distributivnih proizvoda bez značajne ovisnosti o jednom proizvodu. Najznačajniju skupinu proizvoda čine proizvodi Atlantic Grupe u segmentu robe široke potrošnje koja je namijenjena zdravoj prehrani, koji sudjeluju s 18% u ukupno ostvarenoj prodaji Atlantic Grupe.

Atlantic Grupa akvizicijskim aktivnostima dodatno pridonosi diverzifikaciji proizvodnog portfelja. Strategija Atlantic Grupe u divizijama Zdravlje i njega (Consumer Health Care Division) te Sportska i aktivna prehrana (Sports and Functional Food Division) uključuje značajna ulaganja u istraživanje i razvoj novih proizvoda kako na području postojećih grupa proizvoda tako i na novim poslovnim područjima.

Ovisnost o poslovnoj suradnji

Atlantic Grupa je razvila suradnju na području distribucije proizvoda s vodećim međunarodnim robnim markama. Gubitak ekskluzivnog prava distribucije određenog proizvoda utjecao bi na poslovanje divizije Distribucija Atlantic Grupe, no rizik je smanjen relativno malom ovisnošću prema pojedinom poslovnom partneru. Nijedna proizvodna linija ne predstavlja više od 18% ukupne prodaje Atlantic Grupe. Rizik prekida poslovne suradnje s jednim od partnera relativno je malen s obzirom na uspješnu, dugogodišnju poslovnu suradnju, te s obzirom na snažan razvoj divizije Distribucija, odnosno snažnog razvoja distribucije ostalih linija proizvoda. U slučaju raskida suradnje, postojeći ugovorni odnosi s ključnim partnerima omogućuju primjerena "prijelazna" razdoblja kako bi kompanija imala dovoljno vremena prilagoditi se novonastalim okolnostima.

Atlantic Grupa kontinuirano prati kretanja na tržištu robnih marki, kako postojećih, tako i onih u razvoju, a s ciljem ostvarivanja nove poslovne suradnje. Stoga su pregovori s vlasnicima kvalitetnih robnih marki kontinuirano otvoreni, što omogućava Atlantic Grupi da se u vrlo kratkom periodu prilagodi novim uvjetima u slučaju prestanka suradnje s bilo kojim od sadašnjih partnera, te otvara mogućnosti za dodatnu diverzifikaciju proizvodnog portfelja.

Priroda distributivnih aktivnosti zahtijeva usku poslovnu suradnju s vodećim domaćim trgovačkim lancima. Raskid suradnje, ili stečaj važnog kupca, mogao bi značajno utjecati na rezultate poslovanja divizije Distribucija Atlantic Grupe. Ovisnost distributera o trgovačkim lancima može rezultirati dodatnim troškovima održavanja suradnje (u smislu dodatnih popusta, produljenja roka plaćanja itd.). Atlantic Grupa ima razvijenu poslovnu suradnju s većinom domaćih trgovačkih lanaca, koji su ujedno i glavni kupci kompanije, a ovisnost o pojedinom kupcu je na primjerenom razini. Kako bi smanjila ovisnost o trgovačkim lancima, Atlantic Grupa je razvila tzv. "alternativne kanale distribucije", kojima se planiraju ostvariti dodatni prihodi te osigurati dobavljačima pristup u kanale u kojima distributerska konkurencija nije prisutna, kao što su specijalizirani kanali hrane i opreme za kućne ljubimce, ugostiteljstvo, prodajna mjesta za prodaju tehničke robe i farmaceutski kanali.

Financijski rizici

Atlantic Grupa je izložena financijskim rizicima kao što su cjenovni rizici, valutni rizici, kreditni rizici te rizici likvidnosti i solventnosti. Navedeni rizici detaljnije su opisani u konsolidiranim financijskim izvješćima Atlantic Grupe koji su sastavni dio ovog izvješća.

Rizici vezani uz dionice

Tržišna cijena dionica je promjenjiva. Njen pad ili rast može biti rezultat nekoliko faktora uključujući razliku između rezultata koje Atlantic Grupa ostvari i prognoze analitičara; važnih ugovora; pripajanja i spajanja, strateških partnerstava koja uključuju Atlantic Grupu ili njene konkurente; fluktuacije financijskog stanja i rezultata poslovanja; te opću promjenjivost cijena na Zagrebačkoj burzi. Tu uvijek postoji rizik od značajnog pada tržišne cijene Dionice.

Važniji poslovni događaji koji su se pojavili nakon proteka poslovne 2007. godine

Kako je i najavljeno na predstavljanju inicijalne javne ponude dionica Atlantic Grupe u studenom 2007., sredstvima stečenim u postupku IPO-a koja su namijenjena daljnjem razvoju kompanije i novim akvizicijama, Atlantic Grupa je započela formiranje vlastitog ljekarničkog lanca što je jedan od ključnih strateških fokusa kompanije. Atlantic Grupa je u prosincu 2007. godine sklopila ugovor o strateškom partnerstvu sa Zdravstvenom ustanovom (ZU) Ljekarna Coner, vodećim privatnim ljekarničkim lancem u Hrvatskoj koji u svom sastavu ima sedam ljekarni u Bjelovaru, Vrbovcu i na području Bjelovarsko-bilogorske te Koprivničko-križevačke županije, prema kojemu preuzima 51 posto vlasništva nad ustanovom. Istovremeno je stečeno stopostotno vlasništvo nad ZU Ljekarne Farmako, u čijem su sastavu

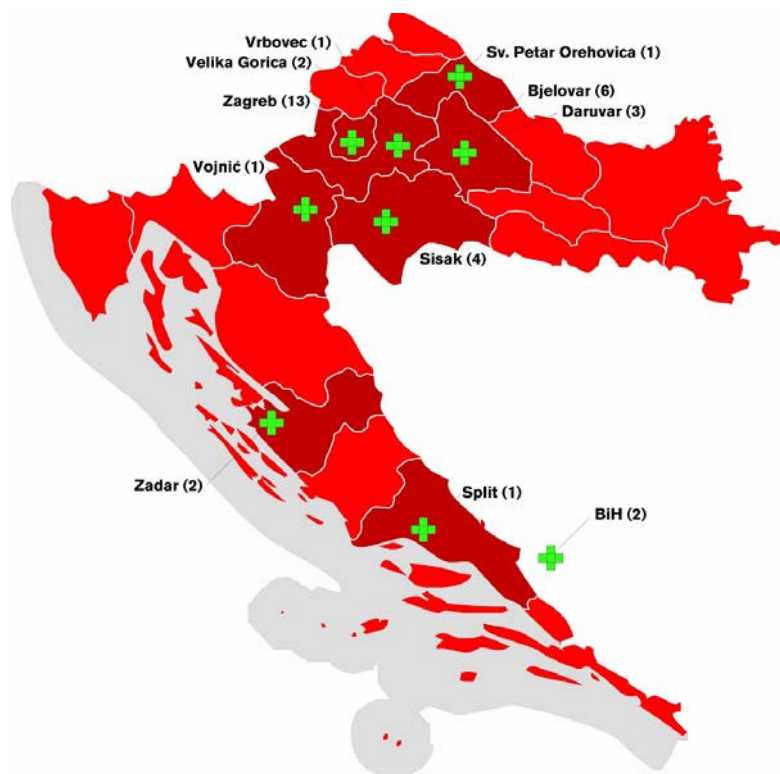
dvije ljekarne na području Velike Gorice. Tim je akvizicijama Atlantic grupa započela proces konsolidacije i okrupnjavanja privatnog ljekarničkog biznisa u Hrvatskoj.

Kupnjom kvalitetno postavljenih i organiziranih privatnih ljekarni Atlantic Grupa je nastavila strategiju širenja poslovanja u području OTC-a (bezreceptnih lijekova), dodataka prehrani s namjenom.

Daljnijim akvizicijama Atlantic Grupa se kroz siječanj 2008. godine, potpisavši ugovore o preuzimanju sa ZU Baričević, Mandić i Bamapharm, uspješno etablirala kao vodeći nacionalni privatni ljekarnički lanac Farmacia, s ukupno 28 ljekarničkih jedinica u sedam županija i Gradu Zagrebu te prometom od oko 220 milijuna kuna. S obzirom na kompleksnost samog ljekarništva, Atlanticove ambicije daljnjeg širenja u ljekarničkom biznisu u Hrvatskoj i regiji te stratešku važnost novog segmenta u ukupnom poslovanju kompanije, donesena je odluka o izdvajanju ovog dijela poslovanja u zasebnu diviziju. Tako je unutar osnovne organizacijske strukture Atlantic Grupe u veljači osnovana četvrta divizija - divizija Pharma. Nova divizija u svom sastavu objedinjava poslovanje ljekarni okupljenih u novoj operativnoj kompaniji Atlantic Farmacia, poslovne aktivnosti Fidifarma/Dietpharma tj. proizvodnju dodataka prehrani s namjenom čija je prodaja usmjerena isključivo na farmaceutski kanal te proizvodnju bezreceptnih lijekova (OTC), koji se izdvajaju iz divizije Zdravlje i njega. Novu diviziju vodi potpredsjednik Atlantic Grupe za diviziju Pharma Marko Smetiško, a izvršnom direktoricom tvrtke Atlantic Farmacia i ravnateljicom Zdravstvene ustanove Farmacia imenovana je Dubravka Mandić, dosadašnja direktorica Mandić Pharma.

Potkraj ožujka 2008. godine Atlantic Grupa je nastavila strategiju širenja u ljekarničkom poslovanju preuzimanjem stopostotnog vlasništva nad Zdravstvenom ustanovom Ljekarne Kuna, a potpisan je i Ugovor o kupnji Zdravstvene ustanove Melisa. Novim akvizicijama Atlantic je ljekarnički segment poslovanja ojačao s pet dodatnih ljekarni ukupnog prometa od oko 30 milijuna kuna.

Ljekarnički lanac Farmacia unutar Atlantic Grupe tako je s novim akvizicijama okupila 33 ljekarne ukupnog prometa od gotovo 250 milijuna kuna. Farmacia je danas po prometu najveći privatni ljekarnički lanac u Hrvatskoj koji je s ljekarnama prisutan u sedam županija, s tendencijom dodatnog širenja regionalne rasprostranjenosti.



Nadalje, Atlantic grupa i TDR kao vodeći proizvođač cigareta u jugoistočnoj Europi potpisali su ugovor o distribuciji TDR-ovog proizvodnog asortimana u HoReCa kanalu. Predmetnim ugovorom ostvaren je dugoročni partnerski odnos u distribuciji godišnje vrijednosti prometa preko 200 milijuna kuna. Novim distribucijskim ugovorom Atlantic Grupa osnažuje distribucijsko poslovanje u HoReCa kanalu, gdje je već prisutna s Cedevita vitaminskim instant napicima, čajevima i asortimanom Jacobs napitaka, te dodatno učvršćuje poziciju vodećeg regionalnog distributera robe široke potrošnje (Wrigley, Ferrero, Johnson & Johnson, Hipp, Lorenz, Duracell, Durex, Duyvis, Nestle Purina, Scholl).

U 2008. godine Atlantic Grupa je stekla ukupno 841 vlastitu dionicu putem Zagrebačke burze. Navedene vlastite dionice su stečene radi dodjele istih zaposlenicima Atlantic Grupe d.d. u okviru internih pravila nagrađivanja.