

ATLANTIC

GRUPA

FINANCIJSKI REZULTATI
U PRVOM POLUGODIŠTU 2025. GODINE
(NEREVIDIRANO)

Zagreb, 24. srpnja 2025. godine



3	KOMENTAR PREDSEDNIKA UPRAVE
4	KLJUČNI DOGAĐAJI
10	DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE
16	DINAMIKA PROFITABILNOSTI
19	FINANCIJSKI POKAZATELJI
21	OČEKIVANJA ZA 2025. GODINU
22	DEFINICIJA I USKLADA ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI (APM)
27	KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI



Komentirajući financijska ostvarenja u prvom polugodištu 2025. godine, **Emil Tedeschi**, predsjednik Uprave Atlantic Grupe, istaknuo je:

“Atlantic Grupa u prvom polugodištu 2025. godine nastavlja ostvarivati odlične prodajne rezultate uslijed rasta prihoda u gotovo svim poslovnim i distribucijskim područjima te na svim važnijim tržištima. Najznačajniji rast prodaje ostvaren je u Strateškim poslovnim područjima Kava i Delikatesni namazi, Poslovnom području Donat, Strateškim distribucijskim područjima Srbija i Sjeverna Makedonija te na tržištu Bosne i Hercegovine, Njemačke i Kosova. Unatoč izvrsnim prodajnim rezultatima, profitabilnost je i dalje pod pritiskom rekordnih cijena sirove kave i kakaa i daljnjih ulaganja u zaposlene.

Prvo polugodište obilježeno je lansiranjem novih proizvoda. Naša dva nova brenda, DoNatural i Lemonish, ostvaruju odlične tržišne rezultate te već osvajaju relevantna priznanja koja potvrđuju visoku kvalitetu naših proizvoda i našu kontinuiranu predanost izvrsnosti. U skladu s aktualnim tržišnim trendovima i uvažavajući potrebe i preferencije potrošača, proširili smo svoj portfelj inovativnim proizvodima – Smoki Protein i Argeta Snack. Uvjereni smo da će ovi noviteti biti pozitivno prihvaćeni na tržištu te dodatno doprinijeti ostvarenju ambicioznih prodajnih ciljeva.

U skladu s korporativnom strategijom Atlantic Grupe - osnaživanje temeljnog poslovanja i razvoj ključnih proizvodnih kategorija, predali smo Obvezujuću ponudu za kupnju kompanije Osem, koja se bavi proizvodnjom i prodajom mesnih namaza i prerađevina te smo zaključili prodaju društva Montana Plus, prepoznatog po širokoj ponudi sendviča. Vjerujemo da će nam navedene promjene omogućiti dodatno jačanje konkurentnosti u strateškim kategorijama kompanije.

Prvo polugodište 2025. godine obilježilo je i izdanje novih korporativnih obveznica u iznosu od 80 milijuna eura, čime smo potvrdili našu kontinuiranu praksu poticanja razvoja domaćeg tržišta kapitala te unapređenja vlastitih izvora financiranja.

U izazovnom i dinamičnom tržišnom okruženju, zahvaljujem svim zaposlenicima i partnerima na predanosti i povjerenju – nastavljamo jednako snažno i fokusirano prema daljnjem uspješnom i održivom rastu.“

KLJUČNI DOGAĐAJI U PRVOM POLUGODIŠTU 2025. GODINE

RAST PRIHODA UZ PAD PROFITABILNOSTI POD PRITISKOM VISOKIH CIJENA KAVE I KAKAA

PRIHODI OD PRODAJE U IZNOSU OD 559,5 MILIJUNA EURA

+9,2% u odnosu na prvo polugodište 2024. godine

DOBIT PRIJE KAMATA, POREZA I AMORTIZACIJE (EBITDA*) OD 50,7 MILIJUNA EURA

-11,7% u odnosu na prvo polugodište 2024. godine (-5,1% kada isključimo jednokratne stavke*)

DOBIT PRIJE KAMATA I POREZA (EBIT*) OD 25,0 MILIJUNA EURA

-28,6% u odnosu na prvo polugodište 2024. godine (-19,6% kada isključimo jednokratne stavke*)

NETO DOBIT* OD 14,8 MILIJUNA EURA

-39,4% u odnosu na prvo polugodište 2024. godine (-29,3% kada isključimo jednokratne stavke*)

FINANCIJSKI SAŽETAK PRVOG POLUGODIŠTA 2025. GODINE

Ključni pokazatelji	H1 2025.	H1 2024.	H1 2025./ H1 2024.
Prihod od prodaje (u milijunima eura)	559,5	512,5	9,2%
Ukupan prihod (u milijunima eura)	567,7	519,4	9,3%
Normalizirana EBITDA marža*	9,0%	10,3%	-135 bb
Normalizirana neto dobit* (u milijunima eura)	14,4	20,4	(29,3%)
	30.6.2025.	31.12.2024.	
Pokazatelj zaduženosti*	37,5%	29,5%	-797 bb

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2025. godinu.

* Određene financijske mjere nisu definirane Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFI-evima). Za više detalja o korištenim Alternativnim pokazateljima uspješnosti (eng. Alternative Performance Measures (APM)) pogledajte u poglavlju „Definicija i usklada Alternativnih pokazatelja uspješnosti (APM)“.

1. DONATURAL – NOVI BREND IZ PP DONAT OSVAJA PRIZNANJE KVALITETE



Poslovno područje Donat je predstavilo svoju prvu liniju herbalnih voda pod novim brendom DoNatural koje donose osvježanje tržištu spojem prirodnih sastojaka i inovativnim pristupom. Negazirane su, a odlikuje ih inovativan, svjež i iznimno harmoničan okus ljekovitog bilja koje čini osnovu ovih herbalnih voda. Pripadaju funkcionalnim proizvodima jer podržavaju metabolizam i opću dobrobit organizma, dodatno pomažu u smanjenju umora, djeluju antioksidativno i potiču kognitivne funkcije. Razvili smo tri nova okusa, a svaki od njih donosi svoju jedinstvenu funkcionalnost. Herbalne vode DoNatural ne sadrže dodane zaslađivače, bojila ni arome, a zaslađene su isključivo voćem. Pomno smo ih stvorili vodeći brigu o prirodi pa ih zato punimo u 100% rPET boce.

Ubrzo nakon lansiranja stiglo nam je priznanje da smo razvili inovativne funkcionalne proizvode s doista izvanrednim okusima. Naime, herbalne vode DoNatural postigle su izuzetan uspjeh na 29. međunarodnom ocjenjivanju sokova, pića i pakiranih voda, koje se održalo 10. i 11. lipnja na Pomurskom sajmu u Gornjoj Radgoni. Na ocjenjivanju su nagrađena sva tri okusa. Okusi aloe vera i limunska trava osvojili su zlatnu medalju, a okus mente dobio je srebrnu medalju.

2. LEMONISH – NOVI BREND IZ SPP PIĆA



Strateško poslovno područje Pića predstavilo je potpuno nov i inovativan proizvod Lemonish - niskokaloričnu gaziranu limunadu. Svaku bočicu Lemonisha obogatili smo sokom cijelog limuna, dodali osvježavajuće mjehuriće, sveli kalorijski sadržaj na minimum te izostavili upotrebu sladila. Razvili smo dva osvježavajuća okusa limun i limun&bazga koja su dostupna u pakiranjima od 0,4L i 1,25L PET.

3. INOVACIJE U PORTFELJU SMOKIJA, ARGETE I DONCAFÉ-A



SPP Slatko i slano predstavilo je novitet u Smoki portfoliju – Smoki Protein. Prateći trendove i potrebe naših potrošača, prepoznatljiv Smoki okus obogaćen je s više kikirikija i povećana je veličina flipsa. Svaka vrećica Smoki Proteina od 70g sadrži čak 20% proteina, što ga čini idealnom grickalicom za svaki aktivan, brz i energičan dan. Veganski, praktičan i nutritivno bogat, Smoki Protein spaja dobar okus sa suvremenim potrebama.

Kako bi odgovorila na sve veću potrebu za praktičnim, kvalitetnim i ukusnim zalozajima, Argeta predstavlja svoju najnoviju inovaciju: Argeta Snack. Argeta Snack je užina u praktičnom sve-u-jednom pakiranju spremnom za konzumaciju bilo kad i bilo gdje, savršenom za užurbani raspored, spontane izlete ili brzinski zalozaj. Dolazi u dva okusa: Argeta Kokošja i Argeta Junior Original, uz hrskave krekerke. Bez umjetnih dodataka, Argeta Snack je ukusan i pouzdan izbor koji se lako uklapa u aktivan stil života, bez potrebe za kruhom, nožem ili dodatnim pripremanjima.

SPP Kava uspješno je lansiralo novi proizvod u segmentu svježe pržene mljevene kave - Doncafé Džezverska. Džezverska je kava za sve one koji u užurbanom ritmu dana pronalaze prostor za usporavanje, povezivanje i istinsko uživanje u pažljivo skuhanu kavi iz džezve. Uravnotežene je arome i intenziteta okusa, bez naglašene gorčine ili kiselosti, napravljena pažljivim odabirom optimalno uravnotežene mješavine kava s afričkog i azijskog kontinenta.

4. BARCAFFÈ SLAVI PEDESET I PET GODINA LJUBAVI, BLISKOSTI, VESELJA, POVJERENJA I TOPLINE



Dana 8. svibnja 1970. započela je priča o Barcaffèu – priča koja već 55 godina ispisuje dane ispunjene lijepim trenucima, toplim susretima i ugodnim razgovorima. Od prve šalice nadalje, Barcaffè je postao više od kave: postao je suputnik u stvaranju prijateljstava, izgradnji povjerenja i uljepšavanju svakodnevnih malih čuda. Tijekom svih tih godina svijet kave i naše navike znatno su se mijenjale. No u Barcaffèu smo uvijek ostali vjerni jednom cilju – pružiti ljubiteljima kave vrhunsko iskustvo i očuvati prepoznatljiv okus koji desetljećima uljepšava naše dane. Znamo da prava šalice kave nije samo užitak okusa, nego i prilika za razgovor, trenutak opuštanja i iskra topline, zato i dalje s ponosom negujemo tradiciju – brigu za kvalitetu i za ljude.

Povodom ove važne obljetnice, posebnu smo pažnju posvetili važnosti dubokih, iskrenih odnosa. Uz pomoć umjetne inteligencije kreirali smo seriju igara i personaliziranih kartica koje potiču iskrene i smislene razgovore. Vjerujemo da upravo takvi razgovori grade mostove među ljudima i ključni su za osjećaj pripadnosti i sprječavanje usamljenosti.

5. PREDANA OBVEZUJUĆA PONUDA ZA KUPNJU KOMPA NIJE OSEM



Atlantic Droga Kolinska d.o.o. predala je Obvezujuću ponudu za kupnju kompanije Osem d.o.o. sa sjedištem u Murskoj Soboti, koju je Prodavatelj (Miroslav Flisar) i prihvatio. Realizacija kupoprodaje je uvjetovana odobrenjem slovenske Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja (AVK) te ispunjenjem dodatnih uvjeta za zaključenje transakcije.

Osem d.o.o. se bavi proizvodnjom i prodajom mesnih namaza i prerađevina, u svom vlasništvu ima brend Kekec i proizvodnu lokaciju u Murskoj Soboti u Sloveniji, a u 2024. godini kompanija je ostvarila 6 milijuna eura prihoda. Osim proizvodne lokacije i brendova, preuzimaju se i zaposlenici kompanije Osem d.o.o., čime se dodatno osigurava kontinuitet poslovanja i prijenos znanja.

Ova se akvizicija naslanja na jedan od temeljnih stupova korporativne strategije Atlantic Grupe - osnaživanje temeljnog poslovanja u strateškim kategorijama kompanije, konkretno u segmentu delikatesnih proizvoda te širenju proizvodnih kapaciteta.

6. ZAKLJUČENA PRODAJA MONTANE PLUS



Atlantic Grupa je zaključila kupoprodajni ugovor prema kojemu Marko Gross kao kupac preuzima društvo Montana Plus d.o.o. s brendom Montana, imovinom kompanije i svim zaposlenicima. Suradnja Atlantic Grupe i kompanije Montana Plus nastavlja se nakon transakcije u vidu trgovinskog zastupanja u distribuciji i prodaji proizvoda.

Montana Plus d.o.o. je u vlasništvu Atlantic Grupe od 1998. godine, a prepoznata je po širokoj ponudi jedinstvenih trokut sendviča, kao i drugih sendviča produljene svježine. Marko Gross ima dugogodišnje poduzetničko i menadžersko iskustvo, koje je izvrsna podloga za daljnji strateški razvoj i snažnije širenje portfelja brenda Montana.

Prodaja Montane Plus u skladu je sa strateškim određenjem Atlantic Grupe prema razvoju ključnih proizvodnih kategorija i dezinvestiranju manjih (*non-core*) segmenata poslovanja. Kao dio ovog procesa prethodno su, u razdoblju od 2018. godine, dezinvestirani sportska i dječja prehrana, dodaci prehrani te kozmetičko poslovanje.

7. PROMJENE U UPRAVI ATLANTIC GRUPE I ATLANTIC DROGE KOLINSKE



Na temelju dogovora, dosadašnji član Uprave i potpredsjednik Grupe za Delikatesne namaze, Donat i internacionalizaciju Enzo Smrekar povukao se s funkcije predsjednika Uprave Atlantic Droge Kolinske i člana Uprave Atlantic Grupe. Njegov radni odnos u sustavu Atlantic Grupe prestao je iz osobnih razloga zaključno s 30.06.2025. S obzirom naENZOVA dotadašnja zaduženja, organizacija se prilagodila preraspodjelom njegovih dosadašnjih odgovornosti na članove Uprave Atlantic Grupe Matu Štetića i Srećka Nakića s ciljem očuvanja stabilnosti i kontinuiteta poslovanja. Mate Štetić preuzeo je odgovornost za strateško poslovno područje Delikatesni namazi, poslovno područje Donat te funkciju predsjednika Uprave Atlantic Droge Kolinske. Odgovornost za internacionalizaciju preuzeo je Srećko Nakić, u okviru distribucijskog poslovanja.

Promjene u sastavu Uprave te krovno u organizaciji poslovanja stupile su na snagu 30.6.2025., a organizacija nastavlja usmjereno prema ostvarenju svojih strateških ciljeva. Navedene promjene ne utječu na definirani smjer poslovanja i razvoja Atlantic Grupe u svim segmentima – nastavljamo jednako snažno i usmjereno prema ostvarenju naših strateških ciljeva.

8. ISPLATA DIVIDENDE



Prema odluci Glavne skupštine Društva održane 24. lipnja 2025. godine, odobrena je isplata dividende u iznosu od 1,50 eura po dionici odnosno sveukupno 19.915 tisuća eura. Dividenda je isplaćena 3. srpnja 2025. godine.

9. ATLANTIC GRUPA IZDALA NOVE OBVEZNICE



Atlantic Grupa je 23. svibnja 2025. godine uspješno izdala korporativne obveznice u iznosu od 80 milijuna eura, s fiksnom godišnjom kamatnom stopom od 2,875%, uz polugodišnju isplatu kamata i jednokratno dospjeće glavnice nakon pet godina.

Izdavanjem obveznica na domaćem tržištu kapitala Atlantic Grupa nastavlja s kontinuiranom praksom poticanja razvoja domaćeg tržišta kapitala koju razvija od 2003. godine, kao i unapređenja vlastitih izvora financiranja.

10. ATLANTIC GRUPA MEĐU TOP TRI NAJPOŽELJNIJA POSLODAVCA U BIH



Svečana dodjela priznanja Atlantic Grupi kao jednom od najpoželjnijih poslodavaca održana je u Sarajevu, u organizaciji MojPosao.ba. Ovaj događaj, koji se organizira već osamnaest godina, okupio je predstavnike vodećih kompanija i međunarodnih organizacija potvrđujući važnost *employer branding*. Istraživanje je provedeno od rujna do prosinca 2024. godine, uz sudjelovanje 35.000 ispitanika koji su ocjenjivali faktore atraktivnosti poslodavca, te najpoželjnije beneficije za zaposlenike.

Ovo priznanje potvrđuje da se brojne inicijative Atlantic Grupe koje podržavaju profesionalni i osobni razvoj te dobrobit svojih zaposlenika, prepoznaju i u široj javnosti.

11. ATLANTIC GRUPA PONOVRNO OSVOJILA PRESTIŽNI CERTIFIKAT „EQUAL PAY CHAMPION“

„Equal Pay Champion“ certifikat koji dodjeljuje SELECTIO grupa, vodeća konzultantska tvrtka za ljudske potencijale, još jednom je potvrdio predanost Atlantic Grupe jednakim plaćama za jednak rad, bez obzira na rod ili druge razlike. Dok u Europskoj uniji žene u prosjeku zarađuju 12,7 posto manje po satu, u Atlantic Grupi taj je jaz sveden na svega 1,09 posto, zahvaljujući sustavu nagrađivanja koji se već više od 30 godina temelji isključivo na učinku. Ovim impresivnim rezultatom ne samo da smo premašili očekivanja, već smo i znatno prije roka uskladili poslovanje s EU direktivom koja od 2026. propisuje da razlika u plaćama među spolovima u većim organizacijama ne smije prelaziti 5 posto. U procesu certifikacije demonstrirali smo izvrsnost i u kontekstu zastupljenosti žena na upravljačkim pozicijama. Dok u velikim europskim kompanijama žene zauzimaju manje od 10 posto direktorskih pozicija, u Atlantic Grupi žene čine 53 posto menadžmenta koji donosi ključne odluke o kompaniji.

12. ATLANTIC GRUPA ENERGETSKI NAJUČINKOVITIJIE PODUZEĆE U SLOVENIJI

Na ovogodišnjoj dodjeli energetske nagrade i priznanja za energetske učinkovitost, koje se dodjeljuju u sklopu konferencije Dani energetike u Sloveniji, Atlantic Grupa je osvojila prvu nagradu u kategoriji „Energetski učinkovito poduzeće“. Konferencija Dani energetike predstavlja središnji događaj za energetske menadžere i stručnjake iz slovenskih poduzeća, istraživačkih institucija te svih onih koji posluju prema načelu učinkovite uporabe energije. Značaj konferencije prepoznaje sve više brzorastućih i dinamičnih poduzeća koja su svjesna važnosti pouzdanosti opskrbe, održive energije, tehnološkog napretka te daljnjeg procesa istraživanja i inovacija na području energetike.

Atlantic Droga Kolinska ističe smanjenje potrošnje električne energije u proizvodnji Argete za 30% po toni proizvoda od 2020. godine, dok je ukupna potrošnja energije smanjena za 11%. Rezultat je to aktivnog upravljanja energijom i mjera energetske učinkovitosti. U budućnosti je planirano dodatno korištenje otpadne topline za grijanje prostora i pripremu sanitarne vode, uz cilj postizanja ugljične neutralnosti lokacije u Rogaškoj Slatini do 2030. godine.

13. INNOWAVE IZAZOV KAO ZLATNI PRIMJER PRAKSE

Kolege iz proizvodnje ključni su akteri inicijative koja je Atlantic Grupi donijela prestižnu nagradu Zlata praksa 2024, za najbolje prakse u upravljanju ljudima i kulturom. Inicijativa *Innowave izazov: Funkcionalno i sigurno radno okruženje*, razvijena na temelju uvida iz 16 fokus grupa s radnicima proizvodnje diljem Atlantic Grupe, dobitnica je ove prestižne nagrade, koju dodjeljuje slovenski Dnevnik za inspirativne prakse u radu s ljudima. Prethodno tome, Atlantic Grupa ovu nagradu osvojila je 2013. za praksu 'Korporativna kultura'. Ono što ovu nagradu čini posebno vrijednom jest to što je velik dio rješenja koje su impresionirale žiri – došlo upravo od radnika iz proizvodnje. Više od 80% zaposlenika pogona Argete Izola uključilo se u Innowave izazov i u samo 30 dana predložilo 30 konkretnih prijedloga za poboljšanje radnog okruženja, ergonomije i održivosti – implementiranih bez potrebe za velikim ulaganjima.

Ova praksa ne bi bila moguća bez temelja postavljenih u Atlantic Štarku, Beograd – gdje je *Innowave izazov* kao format prvi put razvijen i implementiran. Upravo iz tog iskustva inicijativa je prenesena u Argetu Izola, gdje je dodatno oblikovana i, zahvaljujući visokom angažmanu radnika, postala prepoznata kao primjer izvrsnosti. *Innowave izazov* je još jednom pokazao snagu lokalnih ideja i lokalnih ljudi.

14. FARMACIA NAGRAĐENA ZA PROMICANJE ZDRAVLJA I DOBROBITI



Na *HealthComm Forumu 2025 – Novo lice zdravlja*, održanom 12. i 13. lipnja u Hotelu Zonar Zagreb, Farmacia je osvojila 3. nagradu u sklopu HealthComm Awards natječaja, pod pokroviteljstvom Ministarstva zdravstva i Europskog parlamenta. Nagrada je dodijeljena projektu *Baza medikacijskih pogrešaka* u kategoriji *Promicanje zdravlja i dobrobiti*. U konkurenciji 44 vrhunska projekta iz područja zdravstva, stručni žiri prepoznao je Farmaciju kao lidera u ljekarništvu, koji svojim sustavnim pristupom sigurnosti pacijenata stvara konkretne promjene u praksi. Ovo priznanje dodatna je motivacija da nastavimo graditi sustav koji pacijenta stavlja u središte kombinirajući stručnost, inovaciju i predanost dobrobiti zajednice.

15. TRADE AKADEMIJA SLAVILA NA HR DAYS 2025



Na ovogodišnjem HR Days festivalu u Rovinju, Atlanticova Trade Akademija osvojila je prvo mjesto u kategoriji najboljih HR praksi. Ova prestižna nagrada odražava prepoznavanje iznimnih postignuća i priznanje za trud svih kolegica i kolega angažiranih u okrilju Trade Akademije, a to je konkretno više od 60 internih instruktora koji svakodnevno prenose znanje svojim kolegama, više od 1400 kolegica i kolega u okviru naše prodajne snage koji su sudjelovali u edukacijama, i u konačnici sve one koji vjeruju da se rast ne događa izvana, nego iznutra.

Riječ je o prvom zlatnom priznanju na ovom prestižnom regionalnom natjecanju u povijesti Atlantic Grupe, nakon dvije srebrne i jedne brončane nagrade prethodnih godina.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM POLUGODIŠTU 2025. GODINE

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

(u milijunima eura)	H1 2025.	H1 2024.	H1 2025./ H1 2024.
SPP Kava	142,3	112,0	27,1%
SPP Delikatesni namazi	84,6	74,5	13,6%
SPP Slatko i slano	60,9	62,1	(2,0%)
SPP Pića	51,5	55,1	(6,6%)
SPP Ljekarničko poslovanje	49,7	46,0	8,1%
PP Donat	20,5	17,9	14,5%
SDP Hrvatska	129,4	123,6	4,7%
SDP Srbija	146,6	117,1	25,2%
SDP Slovenija	86,2	78,8	9,3%
SDP Sjeverna Makedonija	33,2	29,1	13,9%
Ostali segmenti*	52,6	47,4	10,9%
Usklada**	(297,8)	(251,1)	n/p
Prihod od prodaje	559,5	512,5	9,2%

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2025. godinu.

U prvom polugodištu 2025. godine, Atlantic Grupa ostvarila je 559,5 milijuna eura prihoda od prodaje što predstavlja rast od 9,2% u odnosu na isto razdoblje prethodne godine. Gotovo sva poslovna područja te sva distribucijska područja bilježe rast prihoda od prodaje zahvaljujući snažnom rastu vlastitih i principalskih brendova. Najveći postotni rast prodaje ostvarili su Strateška poslovna područja Kava, Donat i Delikatesni namazi te Strateška distributivna područja Srbija i Sjeverna Makedonija.

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

* Ostali Segmenti uključuju PP Novi rast, DP Austriju, DP Rusiju i Globalno upravljanje mrežom distributera.

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

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM POLUGODIŠTU 2025. GODINE



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE KAVA bilježi snažan dvoznamenkasti rast prodaje uslijed rasta prodaje gotovo svih kategorija koji je u velikoj mjeri rezultat viših prodajnih cijena uslijed značajnog pritiska na nabavne cijene sirove kave. Snažan rast prodaje ostvaren je na svim regionalnim tržištima s najvećim postotnim rastom na tržištu Hrvatske, Srbije te Slovenije. Promatrano po kategorijama, najznačajniji rast bilježi svježe pržena mljevena kava pod brendovima Grand kafa, Barcaffè, C kafa i Bonito. Kategorija svježe pržene mljevene kava bilježi blagi količinski pad uslijed rasta cijena. Snažnom rastu prodaje doprinijela je i kategorija espresso kave koja bilježi volumni i vrijednosni rast. Također, kategorija kapsula bilježi volumni i vrijednosni rast prodaje. Ukoliko bismo isključili prodaju brendova stečenih preuzimanjem društva Strauss Adriatic, ovo područje bilježi rast prodaje od 25,6%.



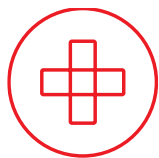
STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE DELIKATESNI NAMAZI ostvarilo je snažan rast prihoda od prodaje pri čemu je najznačajniji rast ostvaren na tržištima Njemačke, Bosne i Hercegovine, Srbije te Kosova. Mesni i riblji segment delikatesnih namaza bilježi snažan dvoznamenkasti vrijednosni i volumni rast. Dodatno, džemovi i ajvar pod brendom Bakina Tajna također ostvaruju vrijednosni i volumni rast.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE SLATKO I SLANO bilježi blagi pad prodaje uslijed pada prodaje primarno na tržištu Srbije koji je djelomično kompenziran rastom prodaje na tržištu Njemačke i Kosova. Promatrano po kategorijama, značajan vrijednosni i volumni rast ostvaruju kategorije keksa i vafla te flips pod brendom Smoki. Također, kategorija barova pod brendom Bananica ostvaruje rast prihoda od prodaje. Kategorija čokolade pod brendom Najlepše želje bilježi vrijednosni i količinski pad uslijed povećanja cijena kao posljedica značajnog rasta cijene kakaa.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE PIĆA ostvaruje pad prodaje uslijed pada prihoda na gotovo svim regionalnim tržištima koji je djelomično nadoknađen rastom na tržištima Nizozemske i Austrije. Promatrano po kategorijama, Cedevita za konzumaciju kod kuće i Cedevita vitaminske vode bilježe rast prodaje čime je djelomično kompenziran pad prodaje Cockte u HoReCa i maloprodajnom kanalu te pad prodaje Cedevite u HoReCa kanalu. Kategorija bombona bilježi vrijednosni i količinski rast prodaje. Pad prihoda od prodaje djelomično je uzrokovan prestankom proizvodnje i distribucije voda Kale i Kalničke od studenog 2024. godine. S druge strane, naš novi brend Lemonish, koji je lansiran u ožujku 2025. godine, bilježi izvrsne prodajne rezultate.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE LJEKARNIČKO POSLOVANJE bilježi značajan rast prodaje lijekova i dodataka prehrani, kao i ostalih kategorija. Na dan 30. lipnja 2025., ljekarnički lanac Farmacia broji 106 jedinice što uključuje 56 ljekarni, 49 specijaliziranih prodavaonica i web shop.



Dvoznamenkasti rast prodaje bilježi POSLOVNO PODRUČJE DONAT uslijed značajnog rasta prodaje na tržištu Hrvatske, Slovenije i Rusije. Navedenom rastu doprinosi vrijednosni i volumni rast prodaje funkcionalne vode Donat te odlični prodajni rezultati novo lansirane herbalne vode pod brendom DoNatural.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM POLUGODIŠTU 2025. GODINE



STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE HRVATSKA bilježi rast prodaje uslijed rasta prodaje vlastitih i principalskih brendova. Među vlastitim brendovima, posebno se ističe svježe pržena mljevena, espresso i instant kava pod brendom Barcaffè, Argeta u segmentu delikatesnih namaza, funkcionalna voda Donat te Boom Box proizvodi. Od principalskih brendova najznačajniji rast zabilježili su Ferrero, Mars i Magdis. Dvoznamenkasti rast prodaje bilježi HoReCa kanal ponajprije kao posljedica rasta prodaje espresso kave pod brendom Barcaffè.

Snažan dvoznamenkasti rast prodaje ostvaruje STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SRBIJA uslijed rasta prodaje ponajprije vlastitih brendova. Među njima se ističu svježe pržena mljevena kava pod brendovima Grand kafa, Bonito, C kafa i Doncafe te Argeta u segmentu delikatesnih namaza. Pad prodaje čokolade pod brendom Najlepše želje djelomično je anuliran rastom prodaje keksa, vafli i barova. Među principalskim brendovima posebno se ističu Badel i Red Bull. Rastu ovog područja pridonio je dvoznamenkasti rast prodaje u HoReCa kanalu gdje se posebno ističe espresso kava pod brendom Barcaffè.

STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SLOVENIJA bilježi rast prihoda od prodaje kao posljedica rasta vlastitih i principalskih brendova. Navedenom rastu najviše je doprinio značajan rast svježe pržene mljevene kave i espresso kave pod brendom Barcaffè, Argete u segmentu delikatesnih namaza te funkcionalne vode Donat. Od principalskih brendova posebno se ističu Ferrero i Mars.

STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SJEVERNA MAKEDONIJA bilježi dvoznamenkastu stopu rasta zahvaljujući rastu prodaje vlastitih i principalskih brendova. Među vlastitim brendovima ističu se svježe pržena mljevena kava pod brendovima Grand kafa i Doncafe, Argeta u segmentu delikatesnih namaza te vafli u segmentu slatko i slano. Među principalskim brendovima značajan rast bilježe Haleon, Ferrero, Red Bull i novi principal Alkaloid Cosmetics.

Značajan rast prodaje bilježe OSTALI SEGMENTI uslijed rasta svih njihovih sastavnica.

DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE AUSTRIJA ostvarilo je rast prodaje kao posljedica rasta prodaje svježe pržene mljevene kave pod brendovima Grand kafa i Doncafe te Argete u segmentu delikatesnih namaza.

Dvoznamenkastu stopu rasta bilježi GLOBALNO UPRAVLJANJE MREŽOM DISTRIBUTERA zahvaljujući snažnom rastu na tržištu Njemačke, Italije i Francuske. Promatrano po kategorijama, najznačajniji rast prodaje ostvaruje Argeta u segmentu delikatesnih namaza te Smoki u segmentu slatko i slano.

DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE RUSIJA bilježi rast prodaje uslijed rasta prodaje funkcionalne vode Donat te Argete u segmentu delikatesnih namaza.

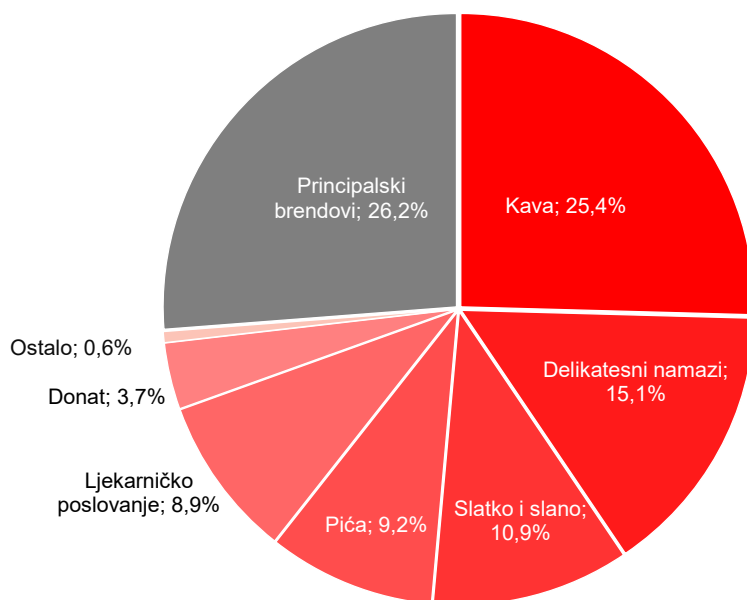
Snažan dvoznamenkasti rast prodaje bilježi NOVI RAST uslijed rasta prodaje na svim regionalnim tržištima pri čemu se posebno ističu tržišta Hrvatske, Srbije i Bosne i Hercegovine. Gledano po kategorijama, rastu najviše doprinose biljni napitci te nova kategorija smoothija pod brendom Boom Box.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM POLUGODIŠTU 2025. GODINE

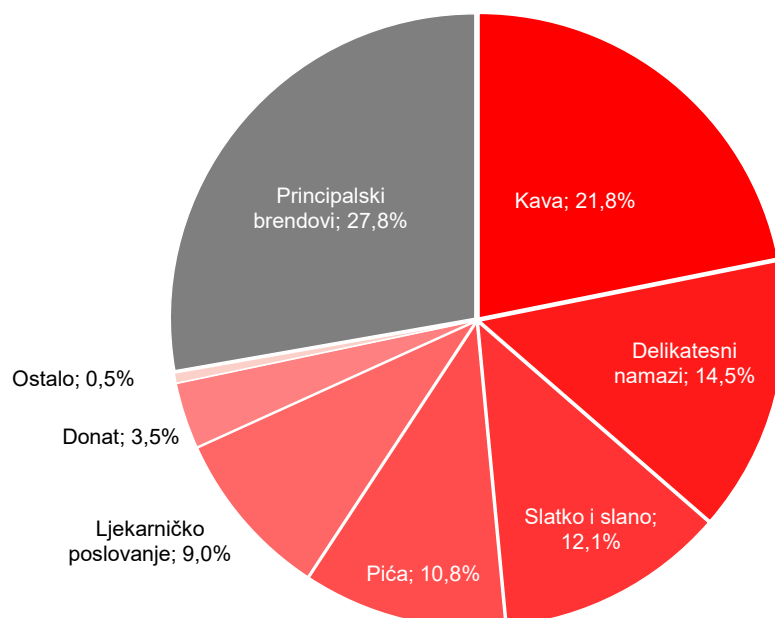
PREGLED PRIHODA OD PRODAJE PO SEGMENTIMA



H1 2025.



H1 2024.



DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM POLUGODIŠTU 2025. GODINE

PREGLED PRIHODA OD PRODAJE PO TRŽIŠTIMA



(u milijunima eura)	H1 2025.	% prihoda od prodaje	H1 2024.	% prihoda od prodaje	H1 2025./ H1 2024.
Hrvatska	181,9	32,5%	171,8	33,5%	5,9%
Srbija	147,9	26,4%	132,2	25,8%	11,9%
Slovenija	86,3	15,4%	79,4	15,5%	8,6%
Bosna i Hercegovina	44,0	7,9%	39,3	7,7%	11,8%
Ostala tržišta regije*	49,6	8,9%	44,1	8,6%	12,5%
Ključna europska tržišta**	32,0	5,7%	29,3	5,7%	9,3%
Rusija i ZND	7,4	1,3%	6,9	1,4%	6,7%
Ostala tržišta	10,5	1,9%	9,5	1,8%	10,8%
Prihod od prodaje	559,5	100,0%	512,5	100,0%	9,2%

*Ostala tržišta regije: Sjeverna Makedonija, Crna Gora, Kosovo

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

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2025. godinu.

TRŽIŠTE HRVATSKE bilježi rast prihoda od prodaje kao posljedica rasta prodaje: (i) vlastitih brendova pri čemu se posebno ističe svježe pržena mljevena kava, espresso i instant kava pod brendom Barcaffè, Argeta u segmentu delikatesnih namaza, funkcionalna voda Donat i Boom Box proizvodi, (ii) ljekarničkog lanca Farmacia te (iii) principalskih brendova među kojima se ističu Ferrero, Mars i Magdis.

TRŽIŠTE SRBIJE ostvaruje dvoznamenkasti rast prodaje uslijed snažnog rasta vlastitih brendova pri čemu se osobito ističu: (i) svježe pržena mljevena kava pod brendovima Grand kafa, Bonito, C kafa i Doncafe, (ii) espresso kava pod brendom Barcaffè, (iii) Argeta u segmentu delikatesnih namaza, (iv) keksi, vafli i barovi u segmentu slatko i slano te (v) Boom Box proizvodi. Od principalskih brendova rastu najviše doprinose Badel i Red Bull.

TRŽIŠTE SLOVENIJE bilježi značajan rast prodaje kao posljedica rasta prodaje vlastitih brendova pri čemu se ističu: (i) svježe pržena mljevena kava, espresso i instant kava pod brendom Barcaffè, (ii) Argeta u segmentu delikatesnih namaza te (iii) funkcionalna voda Donat. Od principalskih brendova rastu najviše doprinose Ferrero i Mars.

Snažan rast prodaje ostvaruje TRŽIŠTE BOSNE I HERCEGOVINE zahvaljujući rastu prodaje: (i) svježe pržene mljevene kave pod brendom Grand kafa, (ii) Argete u segmentu delikatesnih namaza, (iii) keksa, vafila, barova i Smokija u segmentu slatko i slano, (iv) funkcionalne vode Donat te (v) Boom Box proizvoda.

OSTALA TRŽIŠTA REGIJE bilježe dvoznamenkasti rast prodaje zahvaljujući snažnom rastu prodaje na tržištu Sjeverne Makedonije i Kosova. Navedenom rastu najviše doprinosi rast prodaje Argete u segmentu delikatesnih namaza, svježe pržene mljevene kave pod brendom Grand kafa te Smokija u segmentu slatko i slano.

KLJUČNA EUROPSKA TRŽIŠTA ostvaruju snažan rast prodaje uslijed rasta prodaje na tržištu Njemačke, Austrije i Švedske. Promatrano po kategorijama, posebno se ističe rast prodaje Argete u segmentu delikatesnih namaza, Smokija u segmentu slatko i slano te svježe pržene mljevene kave pod brendom Grand kafa.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM POLUGODIŠTU 2025. GODINE



TRŽIŠTE RUSIJE I ZAJEDNICE NEOVISNIH DRŽAVA ostvarilo je rast prodaje kao posljedica rasta prodaje Argete u segmentu delikatesnih namaza te funkcionalne vode Donat.

Značajan rast prodaje bilježe OSTALA TRŽIŠTA kao posljedica snažnog rasta prodaje na tržištu Francuske, Italije i SAD-a. Rastu najviše doprinosi rast prodaje Argete u segmentu delikatesnih namaza i svježe pržene mljevene kave pod brendom Grand kafa.

DINAMIKA PROFITABILNOSTI

(u milijunima eura)	H1 2025.	H1 2024.	H1 2025./ H1 2024.
Prihod od prodaje	559,5	512,5	9,2%
EBITDA*	50,7	57,4	(11,7%)
Normalizirana EBITDA*	50,3	53,0	(5,1%)
EBIT*	25,0	35,0	(28,6%)
Normalizirani EBIT*	24,6	30,7	(19,6%)
Neto dobit*	14,8	24,4	(39,4%)
Normalizirana Neto dobit *	14,4	20,4	(29,3%)
Profitne marže			
EBITDA marža*	9,1%	11,2%	-214 bp
Normalizirana EBITDA marža*	9,0%	10,3%	-135 bp
EBIT marža*	4,5%	6,8%	-237 bp
Normalizirana EBIT marža*	4,4%	6,0%	-158 bp
Neto profitna marža*	2,6%	4,8%	-212 bp
Normalizirana Neto profitna marža*	2,6%	4,0%	-140 bp

U prvom polugodištu 2025. godine EBITDA iznosi 50,7 milijuna eura, čime je ostvaren pad od 11,7% u odnosu na isto razdoblje prošle godine, odnosno pad od 5,1% ukoliko isključimo utjecaj jednokratnih stavki. Rast profitabilnosti poslovnih područja Delikatesni namazi i Kave te distribucijskog područja Srbija djelomično su anulirali pad profitabilnosti poslovnih područja Slatko i slano, Pića i Ljekarničkog poslovanja. Na pad vrijednosti EBITDA najviše utječu značajno viši troškovi sirove kave i kakaa te viša ulaganja u zaposlene, unatoč značajnom rastu prodaje te uštedama na energiji i marketinškim aktivnostima.

Uz prethodno opisano, normalizirana neto dobit bilježi pad od 29,3% uslijed značajno više amortizacije vlastite dugotrajne imovine (uslijed većih kapitalnih investicija) i imovine s pravom korištenja.

* Određene financijske mjere nisu definirane Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFI-evima). Za više detalja o korištenim Alternativnim pokazateljima uspješnosti (eng. Alternative Performance Measures (APM)) pogledajte u poglavlju „Definicija i usklada Alternativnih pokazatelja uspješnosti (APM)“.

STRUKTURA OPERATIVNIH TROŠKOVA



(u milijunima eura)	H1 2025.	% prihoda od prodaje	H1 2024.	% prihoda od prodaje	H1 2025./ H1 2024.
Nabavna vrijednost prodane robe	156,8	28,0%	147,1	28,7%	6,6%
Promjene vrijednosti zaliha	(5,4)	(1,0%)	4,4	0,9%	n/p
Proizvodni materijal	196,2	35,1%	158,0	30,8%	24,2%
Energija	6,5	1,2%	7,1	1,4%	(8,3%)
Usluge	33,7	6,0%	31,0	6,0%	8,7%
Troškovi osoblja	91,5	16,3%	80,5	15,7%	13,7%
Troškovi marketinga i prodaje	23,4	4,2%	24,7	4,8%	(5,0%)
Ostali operativni troškovi	17,9	3,2%	11,2	2,2%	60,6%
Ostali (dobici)/gubici - neto	(3,6)	(0,6%)	(1,8)	(0,3%)	n/p
Amortizacija	25,7	4,6%	22,3	4,4%	14,9%
Ukupni operativni troškovi*	542,7	97,0%	484,4	94,5%	12,0%

Trošak nabavne vrijednosti prodane robe bilježi rast uslijed rasta prodaje principalskih brendova.

Troškovi proizvodnih materijala bilježe značajan rast primarno kao posljedica značajnog rasta cijena sirove kave i kakaa, što je samo djelomično kompenzirano s povoljnijim cijenama šećera i pakirnih materijala.

Troškovi energije bilježe pad uslijed niže cijene električne energije u odnosu na isto razdoblje prošle godine.

Troškovi usluga bilježe rast u odnosu na usporedni period uslijed viših troškova održavanja, troškova transportnih i logističkih usluga, ali i ostalih troškova uzrokovanih rastom prodaje i rastom cijena usluga.

Troškovi osoblja bilježe snažan rast od 13,7% uslijed porasta osnovnih plaća i većih varijabilnih isplata uslijed više prodaje. Dana 30. lipnja 2025. godine, Atlantic Grupa zapošljava 5.902 osoba, što je 55 osoba više u odnosu na isto razdoblje prošle godine.

Marketinški troškovi bilježe pad kao posljedica manjih marketinških ulaganja u segmentima Kave i Slatko i slano.

Ostali operativni troškovi bilježe rast primarno zbog jednokratne stavke u usporednom periodu koja se odnosi na granični dug Agrokora, odnosno na prihod po osnovi naplate vrijednosno usklađenih potraživanja u iznosu od 4,4 milijuna eura.

Ostali (dobici)/gubici-neto: Ostvarena je dobit po osnovi derivativnih financijskih instrumenata i pozitivnih tečajnih razlika.

* Određene financijske mjere nisu definirane Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFI-evima). Za više detalja o korištenim Alternativnim pokazateljima uspješnosti (eng. Alternative Performance Measures (APM)) pogledajte u poglavlju „Definicija i usklada Alternativnih pokazatelja uspješnosti (APM)“.

OPERATIVNI REZULTATI STRATEŠKIH POSLOVNIH PODRUČJA I
STRATEŠKIH DISTRIBUCIJSKIH PODRUČJA

(u milijunima eura)	H1 2025.	H1 2024.	H1 2025./ H1 2024.
SPP Kava	13,7	11,1	23,1%
SPP Delikatesni namazi	15,3	12,3	24,5%
SPP Slatko i slano	4,1	7,9	(48,2%)
SPP Pića	8,5	9,5	(10,6%)
SPP Ljekarničko poslovanje	4,4	6,0	(27,2%)
PP Donat	9,1	8,6	4,8%
SDP Hrvatska	6,9	7,3	(5,5%)
SDP Srbija	5,8	5,0	15,7%
SDP Slovenija	3,3	3,6	(9,9%)
SDP Sjeverna Makedonija	1,9	2,0	(5,8%)
Ostali segmenti*	(22,3)	(16,1)	(38,1%)
Grupna EBITDA**	50,7	57,4	(11,7%)

STRATEŠKA POSLOVNA PODRUČJA I POSLOVNO PODRUČJE: Unatoč značajnom poskupljenju sirove kave i manjoj bruto profitnoj marži, SPP Kava bilježi rast profitabilnosti uslijed snažnog rasta prodaje, ušteda na marketinškim aktivnostima i uspješnog hedgiranja. SPP Delikatesni namazi također bilježi dvoznamenkasti rast profitabilnosti kao posljedica poboljšanja bruto profitne marže uslijed više prodaje, a usprkos rastu troškova zaposlenih te viših marketinških investicija. SPP Slatko i slano bilježi snažan pad profitabilnosti primarno kao posljedica rekordno visokih cijena kakaa i niže prodaje. SPP Pića bilježi smanjenje profitabilnosti zbog niže prodaje, ponajprije u HoReCa kanalu koji generira veću profitabilnost te povećanih ulaganja u zaposlenike i marketinške aktivnosti. Unatoč rastu prodaje ljekarničkog lanca Farmacia, SPP Ljekarničko poslovanje ostvarilo je pad profitabilnosti uslijed značajnog ulaganja u zaposlene. PP Donat bilježi rast profitabilnosti uslijed snažnog rasta prodaje, a unatoč većim ulaganjima u zaposlene i marketinške aktivnosti.

STRATEŠKA DISTRIBUCIJSKA PODRUČJA: Sva Strateška distribucijska područja bilježe više troškove transporta i logistike i ulaganja u zaposlene. Kao posljedica rasta navedenih troškova, gotovo sva Strateška distribucijska područja ostvaruju pad profitabilnosti, a unatoč rastu prodaje. SDP Srbija ostvaruje značajan rast profitabilnosti uslijed dvoznamenkastog rasta prodaje.

OSTALI SEGMENTI: Ako isključimo jednokratne stavke, ostali segmenti bilježe pad profitabilnosti kao posljedica viših troškova centralnih funkcija.

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2025. godinu.

* Ostali segmenti uključuju PP Novi rast, DP Austriju, DP Rusija, Globalno upravljanje mrežom distributera te poslovne aktivnosti koje se ne alociraju na poslovna i distributivna područja (upravna sjedišta i službe podrške u Srbiji, Sloveniji, Bosni i Hercegovini i Sjevernoj Makedoniji) te su isključeni iz izvještavanja operativnih segmenata.

** Određene financijske mjere nisu definirane Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFI-evima). Za više detalja o korištenim Alternativnim pokazateljima uspješnosti (eng. Alternative Performance Measures (APM)) pogledajte u poglavlju „Definicija i usklada Alternativnih pokazatelja uspješnosti (APM)“.

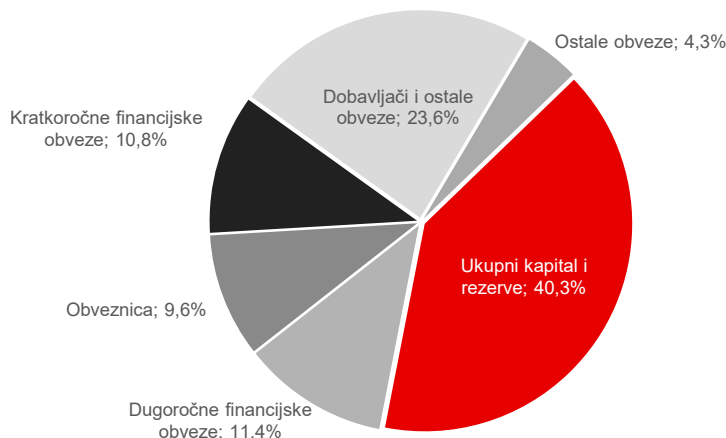
FINANCIJSKI POKAZATELJI

(u milijunima eura)	30.6.2025.	31.12.2024.
Neto dug*	267,1	193,4
Ukupna imovina	1.106,3	986,1
Ukupno kapital i rezerve	445,7	462,0
Odnos kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza*	1,3	1,2
Pokazatelj zaduženosti*	37,5%	29,5%
Neto dug/EBITDA*	3,0	2,1
(u milijunima eura)	H1 2025.	H1 2024.
Pokriće troška kamata*	11,1	11,7
Kapitalna ulaganja*	28,6	26,5
Slobodni novčani tok*	(29,5)	(8,4)
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti	(0,9)	18,1

Među ključnim odrednicama financijske pozicije Atlantic Grupe u prvom polugodištu 2025. godine važno je istaknuti sljedeće:

- Pokazatelj zaduženosti viši je za 797 baznih bodova uslijed povećanja neto duga za 73,8 milijuna eura u odnosu na kraj 2024. godine.
- Zaduženost mjerena odnosom neto duga i normalizirane EBITDA povisila se s 2,1 na kraju 2024. godine na 3,0 na kraju prvog polugodišta 2025. godine.
- Slobodni novčani tok bilježi pad uslijed nižeg novčanog toka iz poslovnih aktivnosti i povećanih kapitalnih ulaganja.

STRUKTURA KAPITALA I OBVEZA ATLANTIC GRUPE NA DAN 30. LIPNJA 2025. GODINE



* Određene financijske mjere nisu definirane Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFI-evima). Za više detalja o korištenim Alternativnim pokazateljima uspješnosti (eng. Alternative Performance Measures (APM)) pogledajte u poglavlju „Definicija i usklada Alternativnih pokazatelja uspješnosti (APM)“.

PREGLED KLJUČNIH STAVKI U KONSOLIDIRANOM IZVJEŠTAJU O NOVČANOM TOKU



Novčani tok od poslovnih aktivnosti je blago negativan kao posljedica inflatornih pritisaka i ulaganja u zaposlene te kretanja radnog kapitala, primarno povećanja zaliha. Povećanje vrijednosti zaliha u prvom polugodištu prvenstveno je uzrokovano poskupljenjima proizvodnih materijala i gotovih proizvoda te količinski većim zalihama zbog priprema za ljetnu sezonu.

Kapitalna ulaganja u prvom polugodištu 2025. godine karakterizira izvršenje projekata prema Strateškim smjernicama Atlantic Grupe za 2025. te pokretanje projekata koji će biti fizički izvršeni u 2026. godini, sukladno dugoročnom planu investiranja.

Značajni investicijski projekti u prvom polugodištu 2025. godine:

- SPP Delikatesni namazi:
 - Projekt proširenja hladnog skladišnog prostora na lokaciji Hadžići
 - Fotonaponska elektrana Hadžići puštena u korištenje nakon uspješno završene službene faze probnog rada
- SPP Kava:
 - Završen projekt preseljenja opreme za proizvodnju i pakiranje kave na lokaciji Šimanovci
- SPP Pića:
 - Investicijski projekt nadogradnje linije za punjenje pića na lokaciji Apatovec
 - Investicijski projekt povećanja kapaciteta granulacije
- SPP Slatko i slano
 - Investicijski projekt nove linije za proizvodnju i pakiranje slanog *snacka*
 - Investicijski projekt izgradnje proizvodnog pogona Smoki i novog centralnog skladišnog prostora – faza projektiranja i ishođenja suglasnosti i dozvola
- PP Donat:
 - Završen projekt obnove i adaptacije proizvodnog pogona u Rogaškoj Slatini
 - Završeno ugovaranje i izvršena narudžba nove linije za punjenje bezalkoholnih pića - isporuka i montaža linije prema planu započinje u prvom kvartalu 2026. godine
- IT:
 - Završena implementacija S/4 Hana ERP i MES sustava u proizvodnom pogonu na lokaciji Šimanovci te je u tijeku implementacija istog sustava u Atlantic Droga Kolinska

STRATEŠKE SMJERNICE MENADŽMENTA ATLANTIC GRUPE ZA 2025. GODINU



Razvoj gospodarstva Europske unije u 2025. ostaje neizvjestan. Očekuje se tek blagi gospodarski rast uslijed rasta potrošnje i investicija, uz usporavanje inflacije. U odnosu na EU, zemlje regije očekuju viši gospodarski rast koji je potpomognut značajnim priljevima iz EU fondova (Hrvatska), izravnim stranim ulaganjima iz EU (Srbija), te jačanjem privatne i javne potrošnje zahvaljujući kontinuiranim dobrim rezultatima na tržištu rada i sve većim plaćama.

Geopolitički rizici i neizvjesnost dodatno su se povećali u prethodnoj godini, te predstavljaju izazov u 2025. godini. Pored rizika povezanih s ratovima u Ukrajini i na Bliskom istoku, rizik je i daljnje povećanje protekcionističkih mjera od strane trgovinskih partnera Europske Unije.

Unatoč nastavku neizvjesnosti u 2025. godini, s jasno definiranim strateškim ciljevima i prioritetima, očekujemo daljnji rast prodaje na 1,2 milijarde eura. Istovremeno, predviđamo nastavak snažnog pritiska na profitabilnost, ponajprije zbog kontinuiranog rasta cijena i volatilnosti sirove kave i kakaa. Također, očekujemo dodatni pritisak uslijed rasta cijena rada i usluga. Unatoč i dalje prisutnim neizvjesnostima i nepovoljnim tržišnim okolnostima, revidiramo naviše naša inicijalna očekivanja te procjenjujemo da će normalizirana operativna dobit prije kamata, poreza i amortizacije (EBITDA) iznositi između 96 i 100 milijuna eura.

U 2025. godini nastavljamo s intenzivnim kapitalnim investicijama čija će vrijednost premašiti 55 milijuna eura, pri čemu se polovica investicija odnosi na ulaganja u SPP Kavu i Slatko i slano. U SPP Slatko i slano započeli smo s izgradnjom proizvodnog pogona za Smoki, novog centralnog skladišnog prostora te nove linije za proizvodnju i pakiranje slanog snacka. Dodatno, u SPP Kavi nastavljamo ulagati u formiranje centralne lokacije za proizvodnju i pakiranje kave u Srbiji.

U 2025. godini, menadžment će se fokusirati na (i) jačanje liderskih pozicija i zadržavanje profitabilnosti unatoč značajnim inflatornim pritiscima, (ii) selektivno investiranje u nove prilike za širenje portfelja proizvoda i tržišta, (iii) povećanje produktivnosti kroz poboljšanje operativne izvrsnosti, značajna kapitalna ulaganja i nastavak digitalne transformacije te na (iv) daljnje osnaživanje organizacije kroz brigu i odgovorno poslovanje.

ATLANTIC GRUPA d.d.

DEFINICIJA I USKLADA

ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI (APM)

DEFINICIJA I USKLADA ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI (APM)



Godišnje izvješće, polugodišnje izvješće, tromjesečno izvješće i druga komunikacija s investitorima sadrže određene mjere financijske uspješnosti koje nisu definirane Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFI). Vjerujemo da su ove mjere, zajedno s usporedivim mjerama iz MSFI-jeva, korisne investitorima jer pružaju osnovu za mjerenje naše operativne i financijske uspješnosti. Glavni alternativni pokazatelji uspješnosti koje koristi Atlantic Grupa definirani su i/ili usklađeni s našim MSFI mjerama u ovom dokumentu.

EBITDA I NORMALIZIRANA EBITDA, EBITDA marža I NORMALIZIRANA EBITDA marža

EBITDA (Dobit prije kamata, poreza i amortizacije) jednaka je dobiti iz poslovanja u financijskim izvještajima (vidi bilješku 2 - Sažetak značajnih informacija o računovodstvenim politikama u zadnje objavljenim revidiranim Konsolidiranim financijskim izvještajima) uvećanoj za amortizaciju materijalne i nematerijalne imovine i umanjenje vrijednosti (vidi bilješke 13, 14, 16 u zadnje objavljenim revidiranim Konsolidiranim financijskim izvještajima).

Grupa također prikazuje Normaliziranu EBITDA koja se izračunava kao EBITDA isključujući utjecaj jednokratnih stavki. Jednokratne stavke predstavljaju sve jednokratne troškove/prihode proizašle iz tih transakcija te ostale jednokratne prihode i troškove. Uprava Grupe prati normaliziranu EBITDA kako bi procijenila uspješnost poslovanja Grupe i u skladu s tim rasporedila resurse. Uz to, Uprava Grupe vjeruje da normalizirana EBITDA pruža informacije koje omogućuju investitorima da bolje usporede uspješnost Grupe u različitim razdobljima.

Grupa također prikazuje EBITDA maržu i Normaliziranu EBITDA maržu, koje se definiraju kao EBITDA/Normalizirana EBITDA kao postotak prodaje.

u milijunima eura	H1 2025.	H1 2024.	H1 2025./ H1 2024.
Dobit iz poslovanja	25,0	35,0	(28,6%)
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	25,7	22,3	14,9%
EBITDA	50,7	57,4	(11,7%)
Ostali jednokratni (prihodi)/troškovi, neto	(0,4)	(4,4)	
Normalizirana EBITDA	50,3	53,0	(5,1%)
Prodaja	559,5	512,5	
EBITDA marža	9,1%	11,2%	
Normalizirana EBITDA marža	9,0%	10,3%	

EBIT I NORMALIZIRANI EBIT, EBIT marža I NORMALIZIRANA EBIT marža

EBIT (Dobit prije kamata i poreza) jednak je dobiti iz poslovanja u financijskim izvještajima (vidi bilješku 2 - Sažetak značajnih informacija o računovodstvenim politikama u zadnje objavljenim revidiranim Konsolidiranim financijskim izvještajima).

Grupa također prikazuje Normalizirani EBIT koji se izračunava kao EBIT bez utjecaja jednokratnih stavki.

Grupa također prikazuje EBIT maržu i Normaliziranu EBIT maržu, koje se definiraju kao EBIT/Normalizirani EBIT kao postotak prodaje.

DEFINICIJA I USKLADA ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI (APM)



u milijunima eura	H1 2025.	H1 2024.	H1 2025./ H1 2024.
Dobit iz poslovanja	25,0	35,0	(28,6%)
EBIT	25,0	35,0	(28,6%)
Ostali jednokratni (prihodi)/troškovi, neto	(0,4)	(4,4)	
Normalizirana EBIT	24,6	30,7	(19,6%)
Prodaja	559,5	512,5	
EBIT marža	4,5%	6,8%	
Normalizirana EBIT marža	4,4%	6,0%	

NETO DOBIT I NORMALIZIRANA NETO DOBIT, NETO PROFITNA MARŽA I NORMALIZIRANA NETO PROFITNA MARŽA

Neto dobit je međuzbroj koji je iskazan u Konsolidiranom računu dobiti i gubitka u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 30. lipnja 2025. godine.

Grupa također prikazuje Normaliziranu neto dobit koja se izračunava kao neto dobit isključujući utjecaj jednokratnih stavki.

Nadalje, Grupa prikazuje i Neto profitnu maržu i Normaliziranu neto profitnu maržu, koje se definiraju kao Neto dobit/Normalizirana neto dobit kao postotak prodaje.

u milijunima eura	H1 2025.	H1 2024.	H1 2025./ H1 2024.
Neto dobit	14,8	24,4	(39,4%)
Ostali jednokratni (prihodi)/troškovi, neto	(0,4)	(4,0)	
Normalizirana neto dobit	14,4	20,4	(29,3%)
Prodaja	559,5	512,5	
Neto profitna marža	2,6%	4,8%	
Normalizirana neto profitna marža	2,6%	4,0%	

UKUPNI OPERATIVNI TROŠKOVI

Ukupni operativni troškovi su međuzbroj sljedećih stavki koje su iskazane u Konsolidiranom računu dobiti i gubitka u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 30. lipnja 2025. godine: nabavna vrijednost prodane trgovačke robe, promjena vrijednosti zaliha gotovih proizvoda i proizvodnje u tijeku, troškovi materijala i energije, troškovi radnika, troškovi marketinga i unapređenja prodaje, ostali troškovi poslovanja, ostali dobici/gubici-neto i amortizacija i umanjenje vrijednosti.

KAPITALNA ULAGANJA (CAPEX)

Kapitalna ulaganja uključuju plaćanja izvršena za stjecanje nekretnina, postrojenja i opreme i nematerijalne imovine, kako je prikazano u Konsolidiranom izvještaju o novčanom toku u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 30. lipnja 2025. godine. Grupa koristi kapitalna ulaganja kao APM kako bi osigurala alokaciju novca u skladu sa strategijom Grupe.

NETO DUG i NETO DUG prema EBITDA

Uprava koristi neto dug za ocjenu financijskih kapaciteta Grupe. Neto dug se definira kao zbroj kratkoročnih i dugoročnih obveza po primljenim kreditima, kratkoročnih i dugoročnih obveza za najam i derivativnih financijskih instrumenata umanjenih za novac i novčane ekvivalente koji su iskazani u Konsolidiranoj bilanci u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 30. lipnja 2025. godine, kao što je prikazano u nastavku:

DEFINICIJA I USKLADA ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI (APM)



u milijunima eura	30.6.2025.	31.12.2024.
Dugoročne obveze po primljenim kreditima	139,5	57,1
Dugoročne obveze po najmovima	66,2	65,1
Kratkoročne obveze po primljenim kreditima	129,9	114,1
Kratkoročne obveze po najmovima	16,7	16,1
Derivativni financijski instrumenti, neto	7,1	(5,8)
Novac i novčani ekvivalenti	(92,2)	(53,2)
Neto dug	267,1	193,4
Normalizirana EBITDA	88,2	90,9
Neto dug/Normalizirana EBITDA	3,0	2,1

*Normalizirana EBITDA u zadnjih 12 mjeseci.

Grupa koristi i omjer neto duga i EBITDA, što je neto dug podijeljen s EBITDA, kako bi dobila razinu neto duga u odnosu na dobit koju je Grupa ostvarila. Ova mjera odražava sposobnost Grupe da servisira i otplaćuje svoje financijske obaveze.

ODNOS KRATKOTRAJNE IMOVINE I KRATKOROČNIH OBVEZA

Omjer kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza uspoređuje svu kratkotrajnu imovinu Grupe s njenim kratkoročnim obvezama koje su iskazane u Konsolidiranoj bilanci u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 30. lipnja 2025. godine. Omjer kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza je pokazatelj likvidnosti koji mjeri sposobnost Grupe da pokrije svoj kratkoročni dug kratkotrajnom imovinom.

u milijunima eura	30.6.2025.	31.12.2024.
Kratkotrajna imovina	547,9	439,8
Kratkoročne obveze	423,9	369,4
Odnos kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza	1,3	1,2

POKAZATELJ ZADUŽENOSTI

Pokazatelj zaduženosti uspoređuje neto dug i ukupni kapital uvećan za neto dug. Pokazatelj zaduženosti je mjera financijske poluge Grupe koja pokazuje stupanj do kojeg se poslovanje tvrtke financira iz vlastitog kapitala u odnosu na financiranje iz duga.

u milijunima eura	30.6.2025.	31.12.2024.
Neto dug	267,1	193,4
Ukupno kapital	445,7	462,0
Pokazatelj zaduženosti	37,5%	29,5%

POKRIĆE TROŠKA KAMATA

Pokriće troška kamata izračunava se dijeljenjem EBITDA Grupe s ukupnim troškom kamata (vidi bilješku 9 - Rashodi od financiranja-neto u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 30. lipnja 2025. godine), kao što je prikazano u nastavku. Pokriće troška kamata koristi se za određivanje koliko lako Grupa može platiti kamate na svoj nepodmireni dug.

u milijunima eura	H1 2025.	H1 2024.
Normalizirana EBITDA	50,3	53,0
Ukupno rashodi od kamata	4,5	4,5
Normalizirano pokriće troška kamata	11,1	11,7

DEFINICIJA I USKLADA ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI (APM)



SLOBODNI NOVČANI TIJEK

Slobodni novčani tijek prikazuje sposobnost Grupe da generira novac za otplatu financijskih obaveza, financiranje potencijalnih akvizicija, isplatu dividendi i slično. Slobodni novčani tijek jednak je neto novčanom toku iz operativnih aktivnosti umanjen za kapitalna ulaganja, stavke koje su iskazane u Konsolidiranom izvještaju o novčanom toku u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 30. lipnja 2025. godine.

u milijunima eura	H1 2025.	H1 2024.
Neto operativni novčani tijek	(0,9)	18,1
Kapitalna ulaganja	28,6	26,5
Slobodni novčani tijek	(29,5)	(8,4)

ATLANTIC GRUPA d.d.

**SAŽETI KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI ZA
ŠESTOMJESEČNO RAZDOBLJE ZAVRŠENO 30. LIPNJA 2025.
(NEREVIDIRANO)**

ATLANTIC GRUPA d.d.

KONSOLIDIRANI RAČUN DOBITI I GUBITKA

u tisućama eura, nerevidirano	Sij. – Lip. 2025.	Sij. - Lip. 2024.	Indeks	Tra. - Lip. 2025.	Tra. - Lip. 2024.	Indeks
Prihodi	567.705	519.429	109,3	305.016	279.783	109,0
Prihodi od prodaje	559.534	512.524	109,2	299.640	275.913	108,6
Ostali prihodi	8.171	6.905	118,3	5.376	3.870	138,9
Poslovni rashodi	(542.707)	(484.400)	112,0	(290.316)	(259.252)	112,0
Nabavna vrijednost prodane trgovačke robe	(156.836)	(147.144)	106,6	(89.123)	(78.580)	113,4
Promjena vrijednosti zaliha gotovih proizvoda i proizvodnje u tijeku	5.402	(4.362)	n/p	(1.775)	(4.596)	38,6
Troškovi materijala i energije	(202.681)	(165.029)	122,8	(98.522)	(87.438)	112,7
Troškovi radnika	(91.478)	(80.480)	113,7	(49.549)	(44.361)	111,7
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje	(23.434)	(24.668)	95,0	(12.745)	(13.311)	95,7
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	(25.656)	(22.338)	114,9	(12.959)	(11.651)	111,2
Ostali troškovi poslovanja	(51.581)	(42.131)	122,4	(27.170)	(21.181)	128,3
Ostali dobiti - neto	3.557	1.752	203,0	1.527	1.866	81,8
Dobit iz poslovanja	24.998	35.029	71,4	14.700	20.531	71,6
Rashodi od financiranja - neto	(4.570)	(4.460)	102,5	(2.684)	(2.318)	115,8
Dobit prije poreza	20.428	30.569	66,8	12.016	18.213	66,0
Porez na dobit	(5.584)	(6.078)	91,9	(3.258)	(3.613)	90,2
Neto dobit razdoblja	14.844	24.491	60,6	8.758	14.600	60,0
Pripisivo:						
Dioničarima Društva	14.776	24.376	60,6	8.702	14.517	59,9
Manjinskim interesima	68	115	59,1	56	83	67,5
Zarada po dionici za dobit pripisivu dioničarima Društva tijekom razdoblja (u eurima)						
- osnovna	1,11	1,84		0,65	1,10	
- razrijeđena	1,11	1,84		0,65	1,10	

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O SVEOBUHVAATNOJ DOBITI

u tisućama eura, nerevidirano	Sij.- Lip. 2025.	Sij.- Lip. 2024.	Indeks	Tra.- Lip. 2025.	Tra.- Lip. 2024.	Indeks
Neto dobit razdoblja	14.844	24.491	60,6	8.758	14.600	60,0
Ostali sveobuhvatni (gubitak) / dobit:						
<i>Stavke koje se mogu naknadno reklasificirati u račun dobiti i gubitka</i>						
Tečajne razlike, neto od poreza	585	597	98,0	190	510	37,3
Zaštita novčanog toka, neto od poreza	(9.894)	981	n/p	(6.369)	101	n/p
Ukupno ostali sveobuhvatni (gubitak) / dobit razdoblja, neto od poreza	(9.309)	1.578	n/p	(6.179)	611	n/p
Ukupno sveobuhvatna dobit razdoblja	5.535	26.069	21,2	2.579	15.211	17,0
Pripisivo:						
Dioničarima Društva	5.477	25.943	21,1	2.522	15.128	16,7
Manjinskim interesima	58	126	46,0	57	83	68,7
Ukupno sveobuhvatna dobit razdoblja	5.535	26.069	21,2	2.579	15.211	17,0

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

u tisućama eura, nerevidirano	30. lipnja 2025.	31. prosinca 2024.
IMOVINA		
Dugotrajna imovina		
Nekretnine, postrojenja i oprema	227.196	216.048
Pravo na korištenje imovine	78.673	77.165
Ulaganja u nekretnine	8.464	9.903
Nematerijalna imovina	221.178	222.444
Odgođena porezna imovina	8.855	6.807
Financijska imovina po fer vrijednosti	108	109
kroz ostalu sveobuhvatnu dobit		
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	13.914	13.894
	558.388	546.370
Kratkotrajna imovina		
Zalihe	163.898	126.357
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	281.565	244.775
Potraživanja za porez na dobit	2.921	2.200
Derivativni financijski instrumenti	-	5.827
Novac i novčani ekvivalenti	92.159	53.206
	540.543	432.365
Imovina namijenjena prodaji	7.392	7.392
Ukupno kratkotrajna imovina	547.935	439.757
UKUPNO IMOVINA	1.106.323	986.127
KAPITAL I OBVEZE		
Kapital i rezerve pripisive dioničarima Društva		
Dionički kapital	106.698	106.698
Dionička premija	28.167	28.979
Vlastite dionice	(2.744)	(4.347)
Pričuve	(6.079)	5.909
Zadržana dobit	318.482	323.621
	444.524	460.860
Manjinski interesi	1.220	1.162
Ukupno kapital	445.744	462.022
Dugoročne obveze		
Obveze po primljenim kreditima	139.465	57.114
Obveze po najmovima	66.151	65.061
Odgođena porezna obveza	21.340	22.732
Ostale dugoročne obveze	11	51
Rezerviranja	9.690	9.773
	236.657	154.731
Kratkoročne obveze		
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	261.108	227.963
Obveze po primljenim kreditima	129.874	114.128
Obveze po najmovima	16.731	16.087
Derivativni financijski instrumenti	7.079	-
Tekuća obveza poreza na dobit	5.479	5.961
Rezerviranja	3.651	5.235
	423.922	369.374
Ukupne obveze	660.579	524.105
UKUPNO KAPITAL I OBVEZE	1.106.323	986.127

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O PROMJENAMA KAPITALA

	Od dioničara Društva				Manjinski interesi	Ukupno
	Dionički kapital, dionička premija i vlastite dionice	Pričuve	Zadržana dobit	Ukupno		

u tisućama eura, nerevidirano

Stanje 1. siječnja 2024.	132.948	(712)	312.987	445.223	1.035	446.258
--------------------------	---------	-------	---------	---------	-------	---------

Sveobuhvatna dobit:

Neto dobit za razdoblje	-	-	24.376	24.376	115	24.491
Ostala sveobuhvatna dobit	-	1.567	-	1.567	11	1.578
Ukupno sveobuhvatna dobit	-	1.567	24.376	25.943	126	26.069

Transakcije s vlasnicima:

Isplata s temelja dionica	3.437	-	-	3.437	-	3.437
Otkup vlastitih dionica	(4.903)	-	-	(4.903)	-	(4.903)
Dodjela dionica	-	(1.794)	-	(1.794)	-	(1.794)
Prijenos	-	(233)	233	-	-	-
Dividenda	-	-	(15.914)	(15.914)	-	(15.914)

Stanje 30. lipnja 2024.	131.482	(1.172)	321.682	451.992	1.161	453.153
-------------------------	---------	---------	---------	---------	-------	---------

Stanje 1. siječnja 2025.	131.330	5.909	323.621	460.860	1.162	462.022
--------------------------	---------	-------	---------	---------	-------	---------

Sveobuhvatna dobit:

Neto dobit za razdoblje	-	-	14.776	14.776	68	14.844
Ostali sveobuhvatni gubitak	-	(9.299)	-	(9.299)	(10)	(9.309)
Ukupno sveobuhvatni (gubitak) / dobit	-	(9.299)	14.776	5.477	58	5.535

Transakcije s vlasnicima:

Isplata s temelja dionica	3.775	(3.775)	-	-	-	-
Otkup vlastitih dionica	(2.984)	-	-	(2.984)	-	(2.984)
Dodjela dionica	-	1.086	-	1.086	-	1.086
Dividenda	-	-	(19.915)	(19.915)	-	(19.915)

Stanje 30. lipnja 2025.	132.121	(6.079)	318.482	444.524	1.220	445.744
-------------------------	---------	---------	---------	---------	-------	---------

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O NOVČANOM TOKU

u tisućama eura, nerevidirano	Siječanj - Lipanj 2025.	Siječanj - Lipanj 2024.
Novčani tok (korišten za) / iz poslovne aktivnosti		
Neto dobit razdoblja	14.844	24.491
Porez na dobit	5.584	6.078
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	25.656	22.338
Dobitak od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme i nematerijalne imovine	(22)	(274)
Ispravak vrijednosti kratkotrajne imovine i naplata prethodno ispravljenih potraživanja – neto	2.211	(3.201)
Tečajne razlike – neto	36	(59)
Smanjenje rezerviranja za rizike i troškove	(4.356)	(5.346)
Dobici od svođenja na fer vrijednost financijske imovine	(111)	(52)
Isplata s temelja dionica	3.775	3.437
Prihodi od kamata	(400)	(788)
Rashodi od kamata	4.534	4.519
Ostale nenovčane promjene - neto	677	314
Promjene u radnom kapitalu:		
Povećanje zaliha	(39.422)	(27.906)
Povećanje kratkotrajnih potraživanja	(19.051)	(22.461)
Povećanje kratkoročnih obveza	16.746	24.549
Novac generiran poslovanjem	10.701	25.639
Plaćene kamate	(4.513)	(3.993)
Plaćeni porez na dobit	(7.087)	(3.554)
	(899)	18.092
Novčani tok korišten za investicijske aktivnosti		
Nabava nekretnina, postrojenja i opreme i nematerijalne imovine	(28.646)	(26.522)
Primici od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme i nematerijalne imovine	41	794
Stjecanje podružnica i primici od prodaje podružnice - neto od novca u stečenim/prodanim podružnicama	-	(35.332)
Dani zajmovi i depoziti	(27.752)	(454)
Otplata danih zajmova i depozita	9.553	10.466
Stjecanje financijske imovine po fer vrijednosti kroz OSD	-	(22)
Primljene kamate	389	743
	(46.415)	(50.327)
Novčani tok iz financijskih aktivnosti		
Otkup vlastitih dionica	(2.984)	(4.903)
Primici od primljenih kredita, neto od plaćenih naknada	55.068	38.008
Otplata primljenih kredita	(23.443)	(21.784)
Otplata glavnice po najmovima	(8.886)	(7.980)
Izdavanje obveznica, neto od plaćenih naknada	66.512	-
	86.267	3.341
Neto povećanje / (smanjenje) novca i novčanih ekvivalenata	38.953	(28.894)
Novac i novčani ekvivalenti na početku razdoblja	53.206	72.553
Novac i novčani ekvivalenti na kraju razdoblja	92.159	43.659

BILJEŠKA 1 – OPĆI PODACI

Atlantic Grupa d.d. („Društvo“) i ovisna društva („Grupa“) posluje kao vertikalno integrirana multinacionalna kompanija. Grupa obavlja poslovne aktivnosti koje uključuju istraživanje i razvoj, proizvodnju te distribuciju robe široke potrošnje u Jugoistočnoj Europi, drugim europskim tržištima te Rusiji. Sa svojom modernom proizvodnom mrežom, Atlantic Grupa se ističe kao jedan od vodećih prehrambenih proizvođača u Jugoistočnoj Europi s prominentnim brendovima iz segmenta kave – Grand Kafa i Barcaffé, iz segmenta pića – Cockta i Cedevita, s portfeljem brendova iz segmenta slatko i slano – Smoki, Najlepše želje i Bananica, brendom Argeta iz segmenta delikatesnih namaza te prirodnom mineralnom vodom Donat. Dodatno, Grupa je vlasnik vodećeg ljekarničkog lanca u Hrvatskoj pod brendom Farmacia. S vlastitom distribucijskom mrežom u Hrvatskoj, Sloveniji, Srbiji, Austriji, Sjevernoj Makedoniji te Rusiji, Grupa isto tako distribuira niz proizvoda vanjskih partnera. Grupa ima proizvodna postrojenja u Hrvatskoj, Sloveniji, Srbiji, Bosni i Hercegovini te Sjevernoj Makedoniji s društvima i predstavništvima u 10 zemalja. Grupa svoje proizvode izvozi na više od 40 tržišta diljem svijeta.

Sjedište Društva nalazi se u Zagrebu, Miramarska 23, Hrvatska.

Dionice Društva kotiraju na Vodećem tržištu Zagrebačke burze.

Sažete konsolidirane financijske izvještaje Grupe za šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja 2025. godine odobrila je Uprava Društva u Zagrebu 23. srpnja 2025. godine.

Sažeti konsolidirani financijski izvještaji nisu revidirani.

BILJEŠKA 2 – OSNOVA SASTAVLJANJA I RAČUNOVODSTVENE POLITIKE

2.1. OSNOVA SASTAVLJANJA

Sažeti konsolidirani financijski izvještaji za šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja 2025. godine sastavljeni su sukladno Međunarodnom računovodstvenom standardu 34 – Financijsko izvještavanje u toku godine, koji je usvojila Europska Unija (EU).

Sažeti konsolidirani financijski izvještaji ne uključuju sve podatke i objave koji su obavezni za godišnje konsolidirane financijske izvještaje te ih se treba čitati zajedno s godišnjim konsolidiranim financijskim izvještajima Grupe na dan 31. prosinca 2024. godine. Godišnji konsolidirani financijski izvještaji Grupe sastavljeni su sukladno Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFI) koje je odobrila EU.

2.2. VREMENSKA NEOGRANIČENOST POSLOVANJA

Uprava Društva smatra kako Grupa raspolaže s dovoljno resursa za nastavak rada u doglednoj budućnosti te nije utvrdila značajne neizvjesnosti vezane uz poslovne događaje i uvjete koji mogu dovesti u sumnju vremensku neograničenost poslovanja Grupe. Sukladno tome, sažeti konsolidirani financijski izvještaji za šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja 2025. godine sastavljeni su po načelu vremenske neograničenosti poslovanja.

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

2.3. ZNAČAJNE RAČUNOVODSTVENE POLITIKE

Sažeti konsolidirani financijski izvještaji za šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja 2025. godine pripremljeni su temeljem istih računovodstvenih politika, prikaza i metoda izračuna koji su se koristili prilikom pripreme godišnjih konsolidiranih financijskih izvještaja Grupe na dan 31. prosinca 2024. godine.

2.4. SEZONSKI UTJECAJ

Grupa nije izložena značajnim sezonskim ili cikličkim promjenama u svom poslovanju.

BILJEŠKA 3 – KLJUČNE RAČUNOVODSTVENE PROCJENE

Prilikom izrade sažetih konsolidiranih financijskih izvještaja za šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja 2025. godine nije bilo promjena u ključnim računovodstvenim procjenama u odnosu na procjene korištene prilikom izrade godišnjih konsolidiranih financijskih izvještaja Grupe na dan 31. prosinca 2024. godine.

Grupa je napravila procjenu postoje li indikacije umanjenja vrijednosti dugotrajne nematerijalne imovine, uključivo i promjene diskontnih stopa koje reflektiraju trenutačno stanje premija rizika na pojedinim tržištima te za šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja 2025. godine nije priznato umanjenje vrijednosti iste.

BILJEŠKA 4 – INFORMACIJE O SEGMENTIMA

Model operativnog poslovanja Grupe organiziran je kroz pet strateških poslovnih područja i jedno poslovno područje. Uz poslovna područja uspostavljen je zasebni odjel – Novi rast koji je fokusiran na razvoj novih brendova Atlantic Grupe.

Poslovi distribucije organizirani su na način da pokriju šest najvećih tržišta – Hrvatska, Srbija, Slovenija, Sjeverna Makedonija, Rusija i Austrija te odjel Globalnog upravljanja mrežom distributera koji pokriva tržišta kojima se dominantno upravlja putem distribucijskih partnera.



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

Zbog efikasnijeg upravljanja pojedinačnim poslovnim i distribucijskim područjima, organizacijska područja ujedinjavaju zajedno slične poslovne aktivnosti ili proizvode, zajednička tržišta ili kanale prodaje.

BILJEŠKA 4 – INFORMACIJE O SEGMENTIMA (nastavak)

Zbog činjenice da DP Rusija, DP Austrija, Globalno upravljanje mrežom distributera te Novi rast ne prelaze prag materijalnosti koji zahtijeva MSFI 8 za izvještajne segmente, oni se iskazuju unutar pozicije „Ostali segmenti“. Pozicija „Ostali segmenti“ sastoji se također i od poslovnih aktivnosti koje se ne alociraju na prethodno spomenuta poslovna i distributivna područja (upravna sjedišta i odjeli podrške na svim tržištima Atlantic Grupe) te su isključena iz izvještavanih operativnih segmenata.

Ocjenjivanje uspjeha operativnih segmenata temeljeno je na dobiti ili gubitku iz poslovanja. Na razini Grupe upravlja se prihodima i rashodima od financiranja i porezom na dobit te oni nisu alocirani po operativnim segmentima, a porez se obračunava pojedinačno na razini svakog entiteta u skladu s propisima države u kojoj entitet djeluje.

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

Prihodi od prodaje*	Sij. - Lip. 2025.	Sij. - Lip. 2024.
<i>(u tisućama eura)</i>		
SPP Kava	142.290	111.982
SPP Delikatesni namazi	84.582	74.473
SPP Slatko i slano	60.868	62.100
SPP Pića	51.490	55.122
SPP Ljekarničko poslovanje	49.704	45.964
PP Donat	20.502	17.905
SDP Hrvatska	129.389	123.629
SDP Srbija	146.598	117.114
SDP Slovenija	86.203	78.834
SDP Sjeverna Makedonija	33.162	29.103
Ostali segmenti	52.576	47.416
Usklada	(297.830)	(251.118)
Ukupno	559.534	512.524

* Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2025. godinu

BILJEŠKA 4 - INFORMACIJE O SEGMENTIMA (nastavak)

Poslovni rezultati <i>(u tisućama eura)</i>	EBITDA *	
	Sij. - Lip. 2025.	Sij. - Lip. 2024.
SPP Kava	13.673	11.110
SPP Delikatesni namazi	15.328	12.312
SPP Slatko i slano	4.107	7.935
SPP Pića	8.503	9.509
SPP Ljekarničko poslovanje	4.399	6.040
PP Donat	9.061	8.643
SDP Hrvatska	6.881	7.281
SDP Srbija	5.825	5.034
SDP Slovenija	3.252	3.608
SDP Sjeverna Makedonija	1.912	2.028
Ostali segmenti	(22.287)	(16.133)
Ukupno	50.654	57.367

* Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2025. godinu

BILJEŠKA 5 – ZARADA PO DIONICI**Osnovna zarada po dionici**

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

	<u>2025.</u>	<u>2024.</u>
Neto dobit dioničarima Društva (<i>u tisućama eura</i>)	14.776	24.376
Prosječno ponderirani broj redovnih izdanih dionica	13.265.668	13.273.435
Osnovna zarada po dionici (<i>u eurima</i>)	1,11	1,84

Razrijeđena zarada po dionici

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

BILJEŠKA 6 – DUGOTRAJNA MATERIJALNA I NEMATERIJALNA IMOVINA

Tijekom šestomjesečnog razdoblja završenog 30. lipnja 2025. godine, Grupa je uložila 25.091 tisuću eura u nabavku nekretnina, postrojenja i opreme te nematerijalne imovine (2024.: 24.423 tisuće eura).

BILJEŠKA 7 – ZALIHE

Tijekom šestomjesečnog razdoblja završenog 30. lipnja 2025. godine, Grupa je iskazala vrijednosno usklađenje zaliha u iznosu od 1.882 tisuće eura (2024.: 1.031 tisuću eura) uslijed oštećenja i kratkog roka trajanja. Ovaj trošak uključen je u poziciju „Ostali troškovi poslovanja“.

BILJEŠKA 8 – ISPLATA DIVIDENDE

Prema odluci Glavne skupštine Društva održane 24. lipnja 2025. godine, odobrena je isplata dividende u iznosu od 1,50 eura po dionici odnosno sveukupno 19.915 tisuća eura (2024.: 1,20 eura po dionici odnosno sveukupno 15.914 tisuća eura). Isplata dividende realizirana je u srpnju 2025. godine te je na dan 30. lipnja 2025. godine obveza za dividendu iskazana u bilanci unutar pozicije „Obveze prema dobavljačima i ostale obveze“.

BILJEŠKA 9 – RASHODI OD FINANCIRANJA – NETO

<i>(u tisućama eura)</i>	Sij.-Lip. 2025.	Sij.-Lip. 2024.
Financijski prihodi		
Dobici od tečajnih razlika po primljenim kreditima i obvezama po najmovima	54	71
	<u>54</u>	<u>71</u>
Financijski rashodi		
Rashodi od kamata po primljenim kreditima od banaka	2.580	2.981
Rashodi od kamata po ugovorima po najmovima	1.395	1.280
Rashodi od kamata po obveznicama	444	190
Ostali rashodi od kamata	115	68
Rashodi od kamata - ukupno	<u>4.534</u>	<u>4.519</u>
Gubici od tečajnih razlika po primljenim kreditima i obvezama po najmovima	90	12
	<u>4.624</u>	<u>4.531</u>
Rashodi od financiranja - neto	<u>4.570</u>	<u>4.460</u>

BILJEŠKE UZ SAŽETE KONSOLIDIRANE FINANCIJSKE IZVJEŠTAJE

BILJEŠKA 10 – ODNOSI S POVEZANIM STRANAMA

Poslovne transakcije s povezanim stranama koje se odnose na stanja u bilanci na dan 30. lipnja 2025. godine i 31. prosinca 2024. godine i stavke računa dobiti i gubitka za šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja su kako slijedi:

<i>(u tisućama eura)</i>	<u>30. lipnja 2025.</u>	<u>31. prosinca 2024.</u>
POTRAŽIVANJA		
Dugotrajna potraživanja od kupaca i ostala potraživanja		
Ostale povezane strane	1.009	1.009
Kratkotrajna potraživanja od kupaca i ostala potraživanja		
Ostale povezane strane	20.903	15.625
OBVEZE		
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze		
Ostale povezane strane	646	316
	<u>Sij.-Lip. 2025.</u>	<u>Sij.-Lip. 2024.</u>
PRIHODI		
Prihodi od prodaje		
Ostale povezane strane	52.165	48.190
Ostali prihodi		
Ostale povezane strane	26	26
RASHODI		
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje		
Ostale povezane strane	209	1.004
Ostali troškovi poslovanja		
Ostale povezane strane	168	180

BILJEŠKA 11 – DOGAĐAJI NAKON DATUMA BILANCE

U skladu sa strateškim određenjem Atlantic Grupe prema razvoju ključnih proizvodnih kategorija i dezinvestiranju manjih (non-core) segmenata poslovanja, Grupa je u srpnju zaključila kupoprodajni ugovor prema kojemu Marko Gross kao kupac preuzima društvo Montana Plus d.o.o. s brendom Montana, imovinom kompanije i svim zaposlenicima. Navedena transakcija nema značajan utjecaj na konsolidirane financijske izvještaje za šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja 2025. godine.

IZJAVA OSOBA ODGOVORNIH ZA SASTAVLJANJE FINANCIJSKIH IZVJEŠTAJA

Temeljem odredbi Zakona o tržištu kapitala, Zoran Stanković, potpredsjednik Grupe za financije, nabavu i investicije i Tatjana Ilinčić, direktorica Korporativnog izvještavanja i konsolidacije, osoba zadužena za korporativno računovodstvo, izvještavanje i konsolidaciju, zajedno kao osobe odgovorne za sastavljanje sažetih konsolidiranih financijskih izvještaja društva Atlantic Grupa d.d. Zagreb, Miramarska 23, OIB 71149912416 („Društvo“), ovime daju sljedeću

IZJAVU:

Prema našem najboljem saznanju sažeti konsolidirani financijski izvještaji za šestomjesečno razdoblje koje završava 30. lipnja 2025. godine sastavljeni su uz primjenu odgovarajućih standarda financijskog izvještavanja te daju cjelovit i istinit prikaz imovine i obveza, gubitaka i dobitaka, financijskog položaja i poslovanja Društva i ovisnih društava (zajedno – „Grupe“).

Izvještaj Uprave Društva za razdoblje od 1. siječnja do 30. lipnja 2025. godine sadržava istinit prikaz razvoja i rezultata poslovanja i položaja Grupe, uz opis najznačajnijih rizika i neizvjesnosti kojima je Grupa izložena.

Sažete konsolidirane nerevidirane financijske izvještaje Grupe za šestomjesečno razdoblje koje završava 30. lipnja 2025. godine odobrila je Uprava društva Atlantic Grupa d.d. na sjednici održanoj 23. srpnja 2025. godine.

Zoran Stanković
Potpredsjednik Grupe za financije, nabavu i investicije

Tatjana Ilinčić
Direktorica Korporativnog izvještavanja i konsolidacije

Kontakt:

Atlantic Grupa d.d.

Miramarska 23

10 000 Zagreb

Hrvatska

Tel: +385 1 2413 322

E-mail: ir@atlanticgrupa.com

ATLANTIC GRUPA d.d.

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

Tvrtka je upisana: Trgovački sud u Zagrebu

MBS: 080245039

MB: 1671910

OIB: 71149912416

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

Broj dionica i njihov nominalni iznos: 13.337.200 dionica, svaka nominalnog iznosa
8,00 EUR

Temeljni kapital od 106.697.600,00 EUR uplaćen je u cijelosti.

Uprava: Emil Tedeschi, Neven Vranković, Zoran Stanković, Lada Tedeschi Fiorio,
Srećko Nakić, Mate Štetić

Predsjednik Nadzornog odbora: Zoran Vučinić

