

2021.

Godišnje
izvješće



30 godina



5	ATLANTIC GRUPA U 2021. GODINI
6	NAGRADE I PRIZNANJA U 2021. GODINI
8	PISMO PREDSEDNIKA UPRAVE DIONIČARIMA
10	KORPORATIVNI PROFIL ATLANTIC GRUPE
10	INTEGRIRANO IZVJEŠTAVANJE
10	O KOMPANIJU
10	POVIJESNI RAZVOJ
14	ORGANIZACIJSKA STRUKTURA
15	OSTVARENJE NA HRVATSKOM TRŽIŠTU KAPITALA U 2021. GODINI
20	IZJAVA POTPREDSJEDNIKA GRUPE ZA KORPORATIVNE AKTIVNOSTI
22	KORPORATIVNO UPRAVLJANJE ATLANTIC GRUPE
23	ORGANIZACIJA KORPORATIVNOG UPRAVLJANJA U ATLANTIC GRUPI
23	GLAVNA SKUPŠTINA
24	NADZORNI ODBOR ATLANTIC GRUPE
27	KOMISIJE NADZORNOG ODBORA
28	IZVJEŠĆE NADZORNOG ODBORA O KORPORATIVNOM UPRAVLJANJU
30	UPRAVA ATLANTIC GRUPE
34	POLITIKA NAGRAĐIVANJA ČLANOVA UPRAVE
36	POSLOVNI ODBORI
36	INTERNA REVIZIJA U 2021. GODINI
38	DRUŠTVENA ODGOVORNOST
38	ETIKA U POSLOVANJU
42	ODRŽIVI RAZVOJ
48	SPONZORSTVA I DONACIJE
54	LJUDI I KULTURA
60	LANAC OPSKRBE
63	INTEGRIRANI SUSTAV UPRAVLJANJA KVALITETOM
68	KONTROLA KVALITETE
70	UPRAVLJANJE OKOLIŠEM I ENERGIJOM
74	INFORMACIJSKE TEHNOLOGIJE
77	OPERATIVNO POSLOVANJE ATLANTIC GRUPE
77	(STRATEŠKA) POSLOVNA PODRUČJA
78	STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE KAVA
84	STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE DELIKATESNI NAMAZI
90	STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE SLATKO I SLANO
96	STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE PIĆA
102	STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE PHARMA
106	POSLOVNO PODRUČJE DONAT
111	NOVI RAST
118	(STRATEŠKA) DISTRIBUCIJSKA PODRUČJA
119	STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE HRVATSKA
119	STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SRBIJA
120	STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SLOVENIJA
121	DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE MAKEDONIJA
122	DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE AUSTRIJA
122	GLOBALNO UPRAVLJANJE MREŽOM DISTRIBUTERA
123	DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE RUSIJA
124	FINANCIJSKO POSLOVANJE ATLANTIC GRUPE
124	IZJAVA POTPREDSJEDNIKA GRUPE ZA FINACIJE, NABAVU I INVESTICIJE
126	DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U 2021. GODINI
132	DINAMIKA PROFITABILNOSTI U 2021. GODINI
135	FINANCIJSKI POKAZATELJI U 2021. GODINI
137	OČEKIVANJA MENADŽMENTA ZA 2022. GODINU
139	DEFINICIJA I USKLADA ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI (APM)
146	RIZICI POSLOVANJA ATLANTIC GRUPE
147	RIZIK POSLOVNOG OKRUŽENJA
148	RIZICI INDUSTRIJE I KONKURENCIJE
152	RIZIK KONKURENCIJE
152	POSLOVNI RIZIK
154	FINANCIJSKI RIZICI
155	GRI SMJERNICE: KAZALO SADRŽAJA GRI-A
163	KRATICE
166	IZVJEŠĆE REVIZORA I KONSOLIDIRANI FINACIJSKI IZVJEŠTAJI



KAVA

barcaffè

grand

Bonito
prava kafa

DELIKATESNI NAMAZI

ARGETA

montana+

Bakina
Tajna

Amfissa

SLATKO I SLANO

Najlepše
želje

Smoki

Banatica

Prima

PHARMA

farmacia

PIĆA

CEDEVITA

Cockta

Kala

DONAT

Donat

NOVI RAST

BOOM
BOX

JIMMY
FANTASTIC

Atlantic Grupa u 2021. godini

PRODAJA
(U KUNAMA)

5.702,5 milijuna

RAST

8,6%

ORGANSKI RAST*

9,4%

EBITDA*
(U KUNAMA)

724,4 milijuna

EBITDA MARŽA*

12,7%

EBITDA MARŽA PROMJENA

-94 pp

NORMALIZIRANA EBITDA*
(U KUNAMA)

735,0 milijuna

NORMALIZIRANA EBITDA MARŽA*

12,9%

NORMALIZIRANA EBITDA MARŽA
PROMJENA

-149 pp

EBIT* (U KUNAMA)

437,9 milijuna

EBIT MARŽA*

7,7%

EBIT MARŽA PROMJENA

-74 pp

NORMALIZIRANA EBIT*
(U KUNAMA)

448,6 milijuna

NORMALIZIRANA EBIT MARŽA*

7,9%

NORMALIZIRANA EBIT MARŽA
PROMJENA

-129 pp

NOVČANI TOK IZ POSLOVNIH
AKTIVNOSTI (U KUNAMA)

735,8 milijuna

SLOBODNI NOVČANI TOK
(U KUNAMA)

502,5 milijuna

DIVIDENDA PO DIONICI
(U KUNAMA)

40,0

* 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)“.



Nagrade i priznanja u 2021. godini

ORGANIZATOR	DRŽAVA	NAGRADA/PRIZNANJE	DOBITNIK
Poslovni dnevnik i Zagrebačka burza	Hrvatska	Najbolji odnosi s investitorima, 1. mjesto	Atlantic Grupa
HANFA i Jutarnji list	Hrvatska	Najbolja usklađenost s korporativnim upravljanjem na Vodećem tržištu Zagrebačke burze	Atlantic Grupa
Moj Posao	Hrvatska	5. najpoželjniji poslodavac	Atlantic Grupa
Moj Posao	Hrvatska	Najbolji poslodavac, 3. mjesto	Atlantic Grupa
Infostud Srbija	Srbija	Najbolje HR prakse - 2. mjesto za kampanju zapošljavanja Prva Employer branding nagrada u Srbiji - 1. mjesto za kampanju zapošljavanja	Atlantic Grupa
CEE Logistics & SCM Excellence Award	Mađarska	Nagradu za izvrsnost u kategoriji Proizvođača	Atlantic Grupa
Zlatna košarica	Hrvatska	Proizvod godine - Argeta od Gacke pastirve	Argeta
Slovenski oglašivački festival (SOF)	Slovenija	Srebrna nagrada u kategoriji Zvuk	Argeta Exclusive
		Srebrna nagrada u kategoriji Upravljanje marke	Argeta Exclusive
		Zlatna nagrada u kategoriji Inovativnost	Argeta Exclusive
		Srebrna nagrada u kategoriji Oblikovanje (projekt Redesign ambalaže)	Argeta
		Srebrna nagrada za projekt „Podupiremo lokalno“	Argeta
SMK's Marketing Excellence Awards	Slovenija	Nagrada za projekt „Podupiremo lokalno“	Argeta
Digital Communications Awards	Njemačka	2. mjesto u kategoriji Website (Corporate, Microsite, Career)	Donat
Effie Slovenija	Slovenija	Platinasta nagrada	Donat
		Zlatna nagrada za kampanju „Pobrinite se za svoju probavu, brinite o sebi.“ u kategoriji Proizvodi – pića	Donat
		Srebrna nagrada za kampanju „Život je ono što od njega napravimo.“ u kategoriji Proizvodi – hrana	Argeta
		Brončana nagrada za kampanju #PodržavamoLokalno u kategoriji Odaziv za opstanak	Argeta
		Prva nagrada studentskog žirija za kampanju „Pobrinite se za svoju probavu, brinite o sebi.“ u kategoriji Odaziv za opstanak	Donat
		Priznanje - najučinkovitija marka	Donat
		Priznanje - najučinkovitiji oglašivač	Atlantic Grupa

ORGANIZATOR	DRŽAVA	NAGRADA/PRIZNANJE	DOBITNIK
WEBSI	Slovenija	Kategorija Događanja i slobodno vrijeme: Jimmy Fantastic „Make it funtastic“, 1. mjesto	Jimmy Fantastic
		Kategorija Društvene mreže: „Tvoja ljubav, tvoja stvar“, 1. mjesto	Cockta
		Kategorija Društveno odgovorni projekti: „Živi za svoju stvar“, 1. mjesto	Cockta
		Kategorija Globalni digitalni projekti: Obnova imidža robne marke Donat za međunarodno tržište, 1. mjesto	Donat
		Kategorija Inovativni kreatori budućnosti: Zvučno kušanje, 2. mjesto	Argeta
		Kategorija Mobilni projekti: Platforma Argeta Junior, 2. mjesto	Argeta
		Kategorija Stranice s informacijama o proizvodu, određene stranice i internetske stranice posvećene ličnostima, 1. mjesto	Jimmy Fantastic
		Kategorija Internetske stranice: Razvoj nove internetske stranice, 1. mjesto	Donat
		Kategorija Marketing sadržaja: Najbolji izvor sadržaja Donat, 2. mjesto	Donat
		Kategorija Marketing sadržaja: Najbolji izvor sadržaja Platforma Argeta Junior, 3. mjesto	Argeta
		Kategorija Najbolji sadržaj: „Tvoja ljubav, tvoja stvar“	Cockta
		Kategorija Najbolja digitalna kampanja: Jimmy Fantastic Joke arena	Jimmy Fantastic
Kategorija Najbolji naručitelj: Atlantic Grupa	Atlantic Grupa		
FINANCE + Eco Found of Slovenia	Slovenija	Prva nagrada, Environmentally Friendly Procedure	Donat
IdejaX	Hrvatska	Brončana nagrada za „Živi za svoju stvar“ u kategoriji Bezalkoholna pića	Cockta
IAB MIXX Awards	Srbija	Najbolja Social Influencer nagrada za kampanju #Samouzivaj	InstaGrand
Disrupt festival	Srbija	Zlatno priznanje za Social Influence	InstaGrand
Trusted Brand Slovenija	Slovenija	Nagrada za robnu marku	Barcaffè
Superbrands Slovenija		Nagrada za robnu marku	Barcaffè
Međunarodno natjecanje u degustaciji kave	Italija	2 zlatne nagrade u kategoriji Espresso blend	Barcaffè Espresso Single Origin India Barcaffè Espresso Prestigio
UEPS (Udruženje za tržišne komunikacije Srbije) festival	Srbija	Zlatno priznanje za direktni marketing	Grand Single Origin
		Srebrno priznanje u kategoriji Integrirane promotivne kampanje (Bezalkoholna pića i napici)	Grand Single Origin
		Brončano priznanje za internet element i aplikaciju	Black'n'Easy
Kaktus festival	Srbija	Nagrada za najbolji Direktni marketing	Grand Single Origin

Pismo Predsjednika Uprave dioničarima

“Unatoč neizvjesnosti razvoja pandemije i nizu izazova pred nama, nastavljamo sa svim planiranim investicijama”

EMIL TEDESCHI

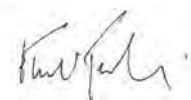
PREDSJEDNIK UPRAVE
ATLANTIC GRUPE

ATLANTIC GRUPA je tijekom 2021. godine pokazala visoku razinu stabilnosti, unatoč gospodarskim poremećajima uzrokovanim produljenom pandemijom COVID-19 i poteškoćama s globalnim lancima nabave. Stabilna financijska pozicija, snaga naših brendova, optimiranje poslovnih procesa i kvaliteto strateško upravljanje omogućili su nam da održimo sigurnost radnih mjesta te unaprijedimo ne samo rezultate, nego i prakse koje su dio dobre tradicije korporativnog upravljanja. Tako je protekla godina bila prekretna i u odluci da, izvještavajući o 2021. godini, prvi put izademo s integriranim izvješćem koje je pred vama, a koje objedinjuje dosadašnji godišnji poslovni izvještaj i nefinancijski GRI izvještaj. Rezultat je dodana vrijednost kroz sadržaj koji se na kvalitetan način obraća svim našim dionicima, a mi smo ponosni na još jedan iskorak u kvaliteti naših korporativnih praksi.

U kratkom osvrtu na samo poslovanje treba istaknuti kako je Atlantic Grupa 2021. godinu zaključila s povijesno najvišim prihodima. S odličnim prodajnim rezultatima vlastitih i principalskih brendova, organski rast bilježe sva područja, zahvaljujući, između ostalog, značajnim marketinškim i kapitalnim ulaganjima, ali i boljoj epidemiološkoj situaciji na svim tržištima, popuštanju mjera za suzbijanje pandemije te značajno boljoj turističkoj sezoni u Hrvatskoj u odnosu na prethodnu godinu. Unatoč neizvjesnosti razvoja pandemije i nizu izazova pred nama, a koje početkom 2022. predvodi neizvjesnost razvoja ratnog sukoba u Ukrajini, nastavljamo sa svim planiranim investicijama, među kojima se ističu ulaganja u tehnologiju u Atlantic Štarku, nove oblike pakiranja i redizajn Cedevite te u novu tvornicu Argete u okolici Varaždina.

Korporativna strategija koju smo postavili uoči krize pomogla nam je da držimo jasan smjer prema zacrtanim ciljevima. Među poslovnim naglascima vrijedi izdvojiti da smo, nastavljajući dezinvestiranje non-core poslovnih djelatnosti, u 2021. godini, nakon prodaje brenda dječje prehrane Bebi prethodne godine, pronašli i kvalitetnog te perspektivnog strateškog partnera koji je preuzeo proizvodnu lokaciju Mirna u Sloveniji, gdje se proizvodio ovaj asortiman. Nastavili smo usmjeravati fokus na jačanje glavnih kategorija roba široke potrošnje koje čine kava, delikatesni namazi, slani snack, čokolada i bezalkoholni napici. Naši temeljni prioriteti u nadolazećem razdoblju i okolnostima ostaju isti - održavanje pozitivnog zdravstvenog biltena naših djelatnika, osiguranje nesmetanog nastavka proizvodnje i kontinuirane opskrbe naših kupaca i potrošača te društvena odgovornost u najširem smislu.

Uspješnost našeg ukupnog poslovanja i pristupa potvrdila su i brojna neovisna istraživanja tržišta te je Atlantic Grupa i ove godine, po peti put, dobitnica prve nagrade za odnose s investitorima koja se dodjeljuje u suradnji Poslovnog dnevnika i Zagrebačke burze. Također, prema istraživanju koje provodi MojPosao, Atlantic je treći najbolji poslodavac u Hrvatskoj, a naši istaknuti brendovi ponijeli su na regionalnim natjecanjima čitav niz nagrada za tržišnu komunikaciju.





Korporativni profil Atlantic Grupe

INTEGRIRANO IZVJEŠTAVANJE

Kao kompanija posvećena transparentnosti i odgovornom poslovanju, još 2013. godine odlučili smo unaprijediti našu praksu izvještavanja i započeti godišnje izvještavanje o našim ekonomskim, društvenim i ekološkim rezultatima u skladu sa smjericama Globalne inicijative za izvještavanje o održivosti (Global Reporting Initiative, GRI). Od tada svake godine razvijamo i poboljšavamo našu praksu izvještavanja, pažljivo prateći promjene i ažuriranja GRI smjernica te relevantnih EU i nacionalnih propisa.

Ove je godine izvještavanje o održivosti po prvi put sastavni dio godišnjeg izvješća Atlantic Grupe, čime se i simbolički odražava činjenica da je održivost neodvojiv dio svih aspekata našeg poslovanja. Osim toga, ovogodišnji izvještaj donosi podatke o ostvarenim rezultatima u većem broju važnih tema, a u skladu s ciljevima održivosti Atlantic Grupe i novim zahtjevima izvještavanja prema EU i nacionalnim propisima.

Sadržaj ovog izvještaja usklađen je sa zahtjevima:

- Direktive Europske unije (EU) o nefinancijskom izvještavanju (Non-Financial Reporting Directive, NFRD),
- Zakona o računovodstvu Republike Hrvatske,
- inicijative UN-a „Global Compact“,
- standarda Globalne inicijative za izvještavanje.

O KOMPANIJI

ATLANTIC GRUPA posluje kao vertikalno integrirana multinacionalna kompanija čije poslovne aktivnosti uključuju istraživanje i razvoj, proizvodnju te distribuciju robe široke potrošnje u jugoistočnoj Europi, na zapadnoeuropskim tržištima te državama ZND-a (dominantno u Rusiji). Od osnutka početkom devedesetih godina prošlog stoljeća, Atlantic je provodio strategiju razvoja temeljenu na kombinaciji organskog rasta i akvizicija, uz 50-ak preuzimanja različitih veličina, od kojih se svakako ističu ona koja su imala transformacijski karakter, prije svega preuzimanje društava Cedevita i Droga Kolinska.

Danas je Atlantic Grupa kompanija s: (i) prihodima od prodaje od 5,7 milijarde kuna, (ii) 13 modernih proizvodnih pogona (u Hrvatskoj, Sloveniji, Srbiji, Bosni i Hercegovini te Sjevernoj Makedoniji), (iii) razvijenom regionalnom distribucijom, te (iv) 8 brendova s prodajom iznad 120 milijuna kuna te visokim tržišnim udjelima i prepoznatljivošću. Atlantic Grupa ima uravnoteženu prisutnost u jugoistočnoj Europi gdje ostvaruje 91,5% ukupne prodaje, dok se 8,5% odnosi na prisutnost kompanije u zapadnoj Europi, zemljama ZND-a i ostalim zemljama.

Jedan smo od vodećih prehrambenih proizvođača u jugoistočnoj Europi, s prominentnim brendovima iz segmenta kave - Grand kafa i Barcaffè, s rasponom brendova iz segmenta pića - Cockta, Donat, Cedevita, Kala i Kalnička, s portfeljem brendova iz segmenta slatko i slano - Smoki, Najlepše želje i Bananica te brendom Argeta iz segmenta delikatesnih namaza. Dodatno, Atlantic Grupa je vlasnik vodećeg ljekarničkog lanca u Hrvatskoj pod brendom Farmacia.

POVIJESNI RAZVOJ

Početak poslovanja Atlantic Grupe seže u 1991. godinu i osnivanje kompanije Atlantic Trade d.o.o. za distribuciju robe široke potrošnje. U narednim godinama, kompanija se razvila u snažnog nacionalnog distributera s distribucijskim centrima u Zagrebu, Splitu, Rijeci i Osijeku te respektabilnim portfeljem principala kao što su kompanije Wrigley, Mars, Ferrero, Johnson & Johnson i drugi.

Otvaranjem predstavničkog ureda u Bosni i Hercegovini 2001. godine, a potom i vlastitih kompanija za distribuciju u Srbiji, Sjevernoj Makedoniji i Sloveniji, kompanija je postala regionalna. Akvizicijom tvrtke Cedevita d.o.o. 2001. godine, Atlantic Grupa je osim distribucijske postala i proizvodna kompanija.

Izlazak iz regionalnih okvira uslijedio je 2005. godine preuzimanjem njemačkog proizvođača prehrane za sportaše s poznatim brendom Multipower, čime Atlantic Grupa stupa na zapadnoeuropsko tržište. U 2006. godini matična kompanija je transformirana u dioničko društvo te je iduće godine, uspješnom provedbom inicijalne javne ponude dionica Atlantic Grupe d.d., uvrstila svoje dionice na uređeno tržište Zagrebačke burze. U 2008. godini kompanija počinje preuzimati ljekarničke ustanove i formirati vlastiti ljekarnički lanac. Do sredine 2010. godine, Atlantic Grupa je izrasla u jednog od vodećih europskih proizvođača prehrane za sportaše, regionalnog lidera u proizvodnji vitaminskih napitaka i dodataka prehrani, vodećeg distributera robe široke potrošnje u jugoistočnoj Europi te vlasnika

jednog od vodećih privatnih ljekarničkih lanaca u Hrvatskoj objedinjenog pod brendom Farmacia.

Prekretnicu u poslovanju kompanije predstavlja dosad najveća akvizicija u povijesti Grupe – preuzimanje kompanije Droga Kolinska, s razvijenim portfeljem brendova iz vlastitog proizvodnog programa i vodećim tržišnim pozicijama na regionalnim tržištima. Okončanjem akvizicije u 2010. godini Atlantic Grupa je postala jedna od vodećih prehrambenih kompanija u regiji.

Poslovanje kompanije u razdoblju nakon akvizicije obilježio je proces sveobuhvatne integracije, među kojima je najupečatljiviji bio proces vezan uz distribucijsko-logističke aktivnosti. Proces spajanja distribucijskog poslovanja na svakom regionalnom tržištu rezultirao je stvaranjem jake distribucijske mreže regionalnog karaktera. U segmentu proizvodnje fokus je stavljen na objedinjavanje pojedinih proizvodnih djelatnosti i prienos izdvojenih procesa proizvodnje u vlastitu s ciljem ekonomičnijeg korištenja postojećih proizvodnih kapaciteta. U segmentu nabave implementiran je centralizirani sustav poslovanja, uz uspostavljanje koncepta ključnih kupaca za osnovne sirovine. Redefiniranjem modela podrške korisnicima, redizajnom dijela IT servisa i ujednačavanjem tehnološke platforme, uspješno je do danas izvršena konsolidacija informacijske tehnologije na razini cijele Grupe. Uspješno provedeni procesi integracije transformirali su Atlantic Grupu u snažnog proizvođača i distributera u JI Europi, te je stvoren čvrsti temelj za daljnji razvoj i širenje poslovanja.

U skladu sa strategijom definiranom u osnovnim crtama tijekom 2017. i potvrđenom 2018. godine te odlukom o vodenju daljnjeg poslovanja kompanije s fokusom na ključne brendove, odnosno velike kategorije iz proizvodnog portfelja te one kategorije koje imaju snažan potencijal rasta i održivosti, kompanija je započela proces dezinvestiranja non-core poslovnih operacija Atlantic Grupe. U tom procesu dezinvestirano je do danas ukupno poslovanje sa sportskom i aktivnom prehranom, biznis kozmetike, potom brendovi Dietpharm i Multivita, društvo Bionatura Bidon i poslovanje distribucije bidona, a tijekom posljednje dvije godine zaključena je najprije prodaja

brenda dječje prehrane Bebi te u 2021. godini i proizvodne lokacije za ovaj dio asortimana u slovenskoj Mirni. Početkom 2021. godine lansirali smo dva nova brenda, Jimmy Fantastic i Boom Box na tržišta Hrvatske i Slovenije.

Pročišćavanjem portfelja i fokusom na ključne kategorije, dominantno u segmentu hrane i pića, Atlantic Grupa se kroz novu viziju odredila kao lider u ovoj industriji, koji želi inspirirati ljude da dodaju okus svojim svakodnevnim trenucima. Na tu viziju se naslanja i korporativna strategija koja nam daje jasan smjer za godine pred nama i temelji se na tri strateška cilja, a to su:

POVJERENJE I UZBUĐENJE U KLJUČNIM KATEGORIJAMA

Atlanticovi brendovi već su generacijama dio svakodnevnog života milijuna potrošača. Ključ kompanijskog uspjeha ovisi o potrošačima i njihovom odnosu prema našim brendovima pa je prvi strateški cilj kompanije usmjeren na kontinuirano stvaranje i održavanje povjerenja i uzbuđenja u našim ključnim kategorijama.

NOVI IZVORI RASTA

Svjesni smo da se potrošačke navike i potrebe mijenjaju, a da mi kao kompanija trebamo biti znatiželjni u otkrivanju novih prilika i tržišta. Stoga težimo tome da naše okuse donesemo i potrošačima izvan naših postojećih tržišta te izvan postojećih, tradicionalnih kategorija. Cilj nam je da novi proizvodi, brendovi i selektivno odabrana tržišta postanu novi izvori kompanijskog rasta te temelji poslovanja u budućnosti.

USKLAĐENOST KORPORATIVNE KULTURE I OPERACIJA

Stari načini rada neće donijeti nove rezultate. Kako bismo ostvarili zacrtane ciljeve, važno je da budemo usklađeni te da dijelimo zajedničke vrijednosti, a sve to uz suvremena tehnološka rješenja koja će poduprijeti organizacijska nastojanja. Ključnu ulogu u ispunjenju ovog strateškog cilja imat će strategija ljudi i kulture koja u svom fokusu ima orijentiranost organizacije prema korisniku, građenje odnosa kroz razvoj autentičnih lidera te rast i dobrobit zaposlenika.



Korporativna strategija osigurava da unutar kompanije imamo zajednički cilj, odnosno da nas povezuje zajednička vizija usmjerena na budućnost na kojoj ćemo graditi jedinstvenu korporativnu kulturu, čiji su stupovi temeljne vrijednosti koje negujemo:

BRIGA: Stvaramo bolju okolinu

Mi smo organizacija koja mari - marimo jedni o drugima, pazimo na dobrobit naših kolega, negujemo poslovne odnose i vodimo brigu o tome kakav svijet ostavljamo budućim generacijama.

OTVORENOST: Stvaramo bolje otvorenog uma

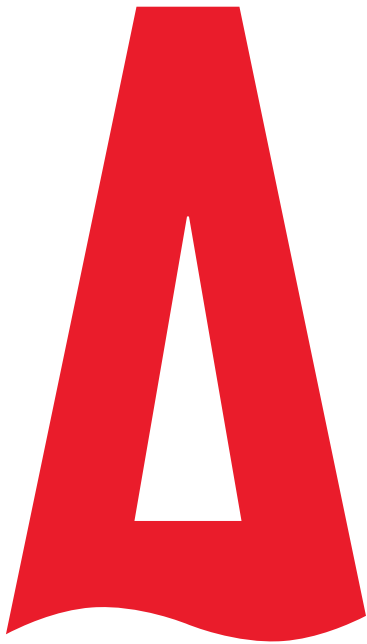
Što god radili, nikad ne prestajemo biti znatiželjni, uvijek neustrašivi (i na greškama se učiti!) i žedni svježih ideja i novih iskustava. Prihvaćamo raznolikost pristupa i različita mišljenja znajući da će nas dovesti do boljih rješenja svakodnevnih zadataka i izazova.

RAST: Stvaramo novu vrijednost

Zato što uvijek težimo napretku, nikad ne gubimo apetit za stalnim i stabilnim rastom. Izlazimo iz svoje zone ugodne, uvijek gladni novih izazova, stremimo rastu naših brendova, tržišta i profita te razvitku potencijala naših zaposlenika.

STRAST: Stvaramo entuzijazam

Nije samo stvar u tome što radimo, već način na koji to radimo. Poput posebnog začina, strast kojom oplemenjujemo naš rad čini razliku i pomaže u ostvarivanju boljih rezultata. Predanost je tajni sastojak koji naše proizvode čini boljim, a budućnost svjetlijom.



NACIONALNA KOMPANIJA

- 1991** • Osnivanje društva Atlantic Trade d.o.o. i razvoj distribucije robe široke potrošnje
Zasnivanje suradnje s kompanijom Wrigley i Mars
- 1992** • Otvorenje Distribucijskog centra Split
- 1994** • Otvorenje Distribucijskih centara Osijek i Rijeka
- 1996** • Suradnja s kompanijom Gillete/Duracell
- 1998** • Uvođenje Montane, prvog hrvatskog sendviča s produljenom svježinom
- 1999** • Zasnivanje suradnje s kompanijom Johnson & Johnson

EUROPSKA KOMPANIJA

- 2005** • Preuzimanje njemačkog proizvođača prehrane za sportaše društva Haleko/Multipower
- 2006** • Preoblikovanje Atlantic Grupe u dioničko društvo
- 2007** • Preuzimanje kompanije Fidifarm d.o.o.
Preuzimanje kompanije Multivita d.o.o.
Uvrštenje dionica društva Atlantic Grupa d.d.
- 2008** • Preuzimanje ljekarni i formiranje ljekarničkog lanca Farmacia
- 2010** • Preuzimanje kompanije Droga Kolinska d.d.
Preuzimanje društva Kalničke Vode Bio Natura d.d.
- 2013** • Zasnivanje suradnje s kompanijom Unilever
Osnivanje predstavništva u Moskvi
- 2015** • Preuzimanje društva Foodland d.o.o. i izgradnja tvornice Atlantic Multipower Hrvatska
- 2016** • Osnivanje distribucijskih kompanija u Austriji i Njemačkoj
- 2017** • Sklopljeno strateško partnerstvo s Aminolabsom
- 2018** • Delikatesni namaz Argeta broj 1. u Europi
Atlantic Grupa d.d. prva kompanija uvrštena na Vodeće tržište Zagrebačke burze
Prodaja društva Neva d.o.o.
- 2019** • Prodaja brendova Multipower, Champ i Multaben iz portfelja Sportska i aktivna prehrana putem prodaje društva Tripoint GmbH
Prodaja brendova Dietpharm putem prodaje društva Fidifarm d.o.o. i brenda Multivita, iz portfelja Zdravlje i njega
Dezinvesticija poslovanja distribucije bidona putem prodaje društva Bionatura Bidon Vode d.o.o.
Sklopljeno strateško partnerstvo s mrežom Vivas kafića
- 2020** • Ugovorena prodaja brenda Bebi
Sklopljeno strateško partnerstvo s društvom Procaffe
- 2021** • Prodaja proizvodne lokacije Mirna
Lansiranje dva potpuno nova brenda - Jimmy Fantastic i Boom Box

REGIONALNA KOMPANIJA

- 1997** • Ulaganje u distribucijski sustav Ataco u Bosni i Hercegovini
- 2001** • Osnivanje distribucijske kompanije Atlantic Trade d.o.o. Srbija
Preuzimanje društva Cedevita d.o.o.
Zasnivanje suradnje s kompanijom Ferrero
- 2002** • Osnivanje društva Atlantic Grupa d.o.o.
- 2003** • Preuzimanje društva Neva d.o.o.
Osnivanje distribucijske kompanije Atlantic Trade Skopje d.o.o.
- 2004** • Osnivanje distribucijske kompanije Atlantic Trade d.o.o. Ljubljana
Preuzimanje kompanije Melem

Uredi i tvornice u 8 zemalja

Sjedište matičnog društva nalazi se u Hrvatskoj, u Zagrebu, Miramarska 23.



URED I TVORNICE

–

Hrvatska
Bosna i Hercegovina
Sjeverna Makedonija
Slovenija
Srbija



URED I

–

Austrija
Crna Gora
Rusija



Organizacijska struktura

Poslovanje Atlantic Grupe u cijelosti organizirano je u okviru dva osnovna segmenta:

- **Operativnog poslovanja** i
- **Korporativnih funkcija podrške.**

Operativno poslovanje Atlantic Grupe prati se s jedne strane kroz poslovanje posebnih poslovnih područja organizacijski vezanih uz pojedinu vrstu proizvoda, te posebnih prodajnih područja unutar kojih se pokrivaju sva važna tržišta i strateški prodajni kanali, s druge strane.

Tijekom 2021. godine poslovanje Atlantic Grupe koje prati proizvodni asortiman kompanije organizirano je putem Strateških poslovnih područja Pića, Kava, Slatko i slano, Delikatesni namazi i Pharma, te Poslovnog područja Donat. Distribucijsko poslovanje kompanije organizirano je kroz šest distribucijskih područja i globalno upravljanje mrežom distributera. Tržišta na kojima Atlantic Grupa pruža kompletnu uslugu distribucije čine Strateška distribucijska područja Hrvatska, Srbija, Slovenija te Distribucijska područja Makedonija, Austrija i Rusija dok su tržišta kojima dominantno upravljamo putem distribucijskih partnera grupirana u jedno distribucijsko područje Globalnog upravljanja mrežom distributera.



Korporativne funkcije podrške osiguravaju primjenu jedinstvenih korporativnih standarda te transparentnije i učinkovitije poslovanje na razini cijele kompanije. Korporativne funkcije podrške imaju centralnu organizaciju i, ovisno o funkcionalnom području koje pokrivaju, pružaju podršku ukupnom poslovanju i razvoju Atlantic Grupe.

Strateške korporativne funkcije podrške podijeljene su na:

- **Korporativne aktivnosti,**
- **Financije, nabavu i investicije,**
- **Korporativnu strategiju i razvoj i**
- **Transformaciju i informacijsku tehnologiju.**

Strateška korporativna funkcija podrške Korporativne aktivnosti obuhvaća Generalno tajništvo, odjel Ljudskih potencijala i kulture, odjel Korporativnih komunikacija, odjel Korporativnih pravnih poslova, upravljanja kvalitetom i upravljanja imovinom te odjel Korporativnih servisa.

Strateška korporativna funkcija podrške Financije, nabava i investicije obuhvaća područja Korporativnog izvještavanja i konsolidacije, Centralne nabave, Investicija i izvrsnosti operativnog poslovanja, Centralnih financija i korporativnog kontrolinga, Korporativnih pozreza, Korporativne riznice i Odnosa s investitorima.

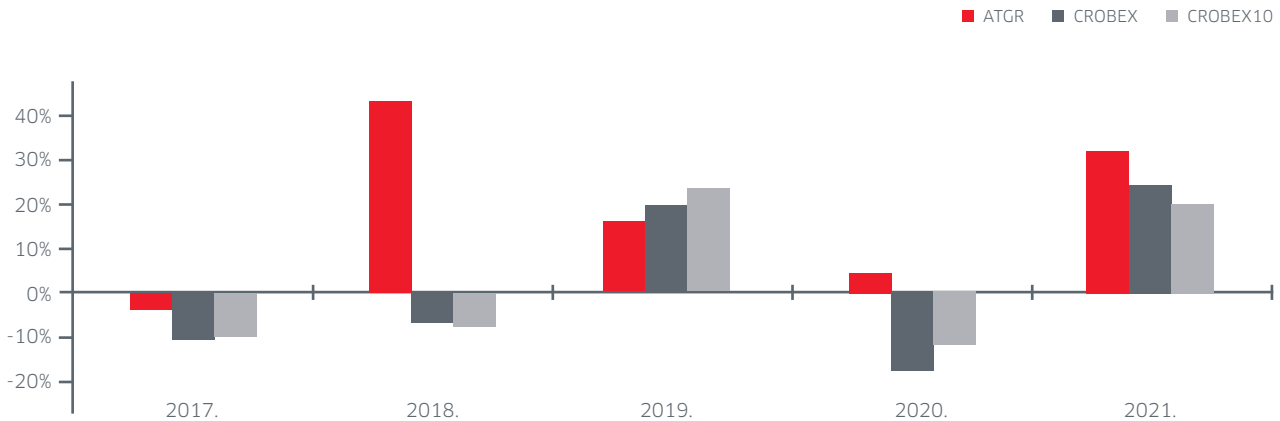
Strateška korporativna funkcija Korporativna strategija i razvoj zadužena je za područje strateških inicijativa, provođenje dugoročne razvojne strategije i korporativnog razvoja, s fokusom na spajanja, akvizicije i strateška partnerstva, te za novi rast kroz detekciju novih područja i kategorija za razvoj poslovanja i razvoj novih brendova.

Strateška korporativna funkcija Transformacije i informacijske tehnologije zadužena je za upravljanje informacijsko-komunikacijskom tehnologijom potrebnom za održavanje i unapređenje poslovanja, razina usluga i konkurentnosti Atlantic Grupe, s posebnim fokusom na digitalnu transformaciju ukupnog i pojedinih segmenata poslovanja.

Uz navedeno, organizacijska struktura Atlantic Grupe sadrži i funkciju Interne revizije koja djeluje kao neovisna funkcija koja za svoj rad odgovara Nadzornom odboru Društva.

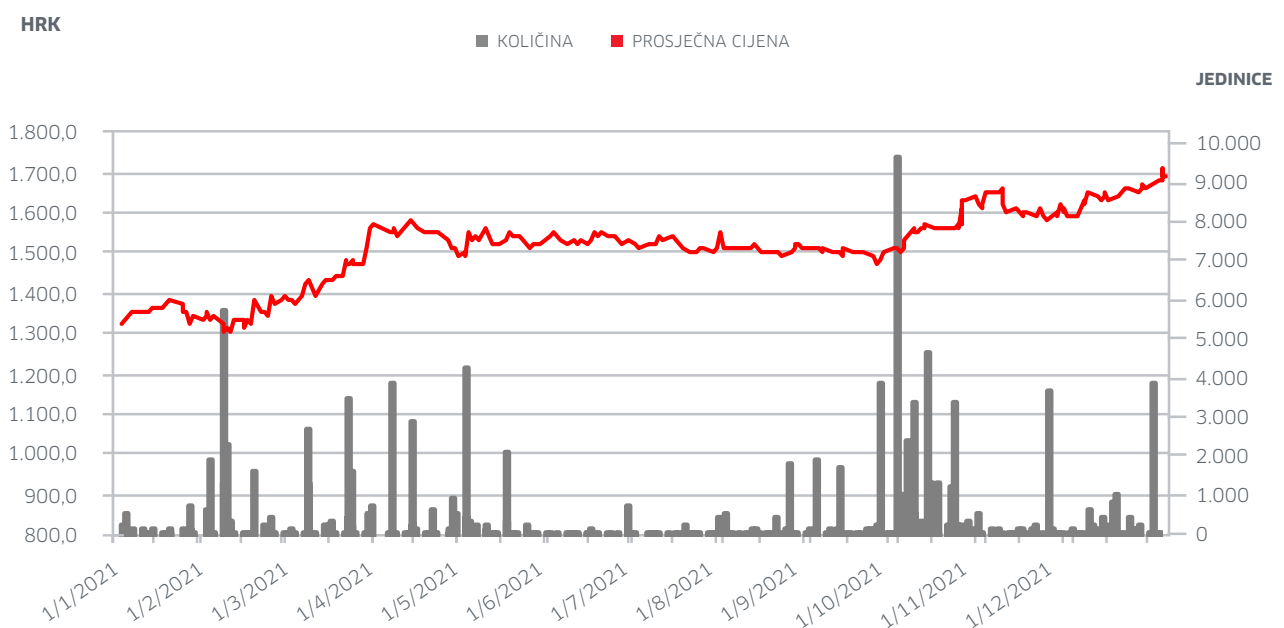
Ostvarenje na hrvatskom tržištu kapitala u 2021. godini

Za razliku od prethodne godine, tržište kapitala je u prvoj polovici 2021. godine zabilježilo snažan rast uslijed oporavka gospodarstva i povratka optimizma. Unatoč boljem i ohrabrujućem početku godine, u drugoj polovici godine zabilježena je nešto slabija aktivnost na tržištu kapitala. Indeksi su rasli dvoznamenkasto pri čemu je CROBEX10 ostvario rast od 16,0% te CROBEX rast od 19,6%. Istovremeno, dionica Atlantic Grupe zabilježila je značajan rast od čak 25,4%.



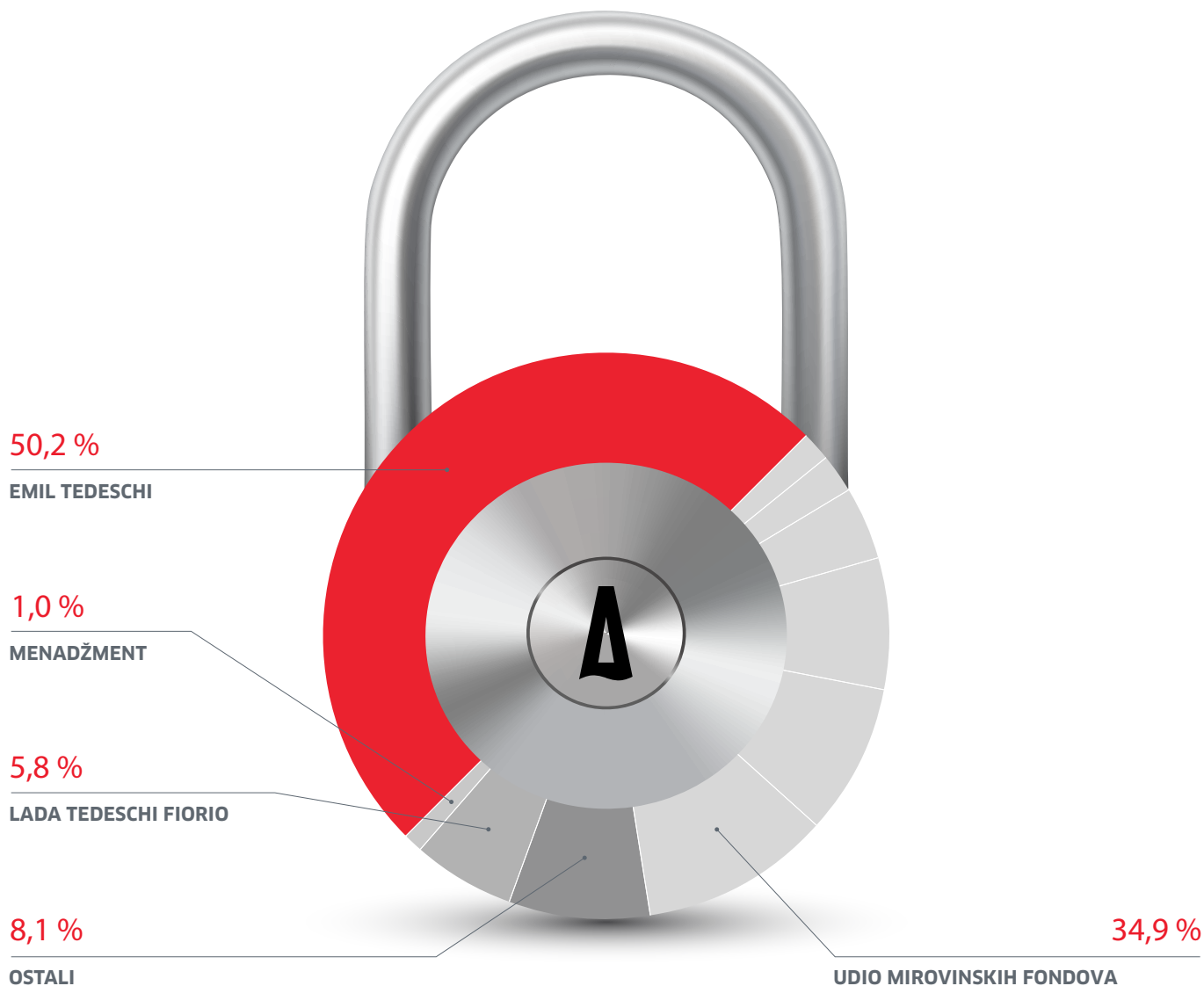
Među sastavnicama CROBEX10, Atlantic Grupa d.d. zauzima drugo mjesto s tržišnom kapitalizacijom od 5.601,6 milijuna kuna. U prosincu 2021. godine dionica Atlantic Grupe d.d. je ostvarila povijesno najvišu razinu tržišne kapitalizacije uz cijenu dionice od 1.680 kuna od uvrštenja u studenom 2007. godine. Prema ukupnom prometu u 2021. godini, dionica Atlantic Grupe d.d. se nalazi na sedmom mjestu u odnosu na sve dionice uvrštene na Zagrebačkoj burzi sa 70,5 milijuna kuna ostvarenog prometa.

KRETANJE PROSJEČNE CIJENE I VOLUMENA DIONICE ATLANTIC GRUPE U 2021. GODINI





VLASNIČKA STRUKTURA NA DAN 31. PROSINCA 2021. GODINE



Atlantic Grupa d.d. ima stabilnu vlasničku strukturu s 50,2% kompanije u vlasništvu Emila Tedeschija te 5,8% kompanije u vlasništvu Lade Tedeschi Fiorio, dok mirovinski fondovi drže 34,9% dionica Atlantic Grupe d.d. Unutar kategorije Menadžment, članovi uprave imaju 33.464 dionica (Neven Vranković 20.555, Srećko Nakić 6.992, Zoran Stanković 4.950 i Enzo Smrekar 967). Unutar kategorije Ostali, član Nadzornog odbora Siniša Petrović ima 176 dionica. Također, član Uprave Neven Vranković ima 150 obveznica Atlantic Grupe d.d.

10,9 %
RAIFFEISEN OMF

8,6 %
AZ OMF

7,4 %
ERSTE PLAVI OMF

4,2 %
PBZ CO OMF

2,2 %
OSTALI MIROVINSKI FONDOVI

1,6 %
RAIFFEISEN DMF

PREGLED 10 NAJVEĆIH DIONIČARA ATLANTIC GRUPE D.D. NA 31. PROSINCA 2021. GODINE

DIONIČAR	STANJE	% VLASNIŠTVA
EMIL TEDESCHI	1.673.819	50,2%
RAIFFEISEN OMF KATEGORIJE B	361.839	10,9%
AZ OMF KATEGORIJE B	286.946	8,6%
ERSTE PLAVI OMF KATEGORIJE B	247.821	7,4%
LADA TEDESCHI FIORIO	193.156	5,8%
PBZ CO OMF - KATEGORIJA B	139.359	4,2%
PBZ D.D./SKRBNIČKI ZBIRNI RAČUN KLIJENTA	64.038	1,9%
RAIFFEISEN DMF	52.077	1,6%
AZ PROFIT DMF	24.249	0,7%
NEVEN VRANKOVIĆ	20.555	0,6%

Prema odluci Glavne skupštine održane 16. lipnja 2021. godine, odobrena je isplata dividende u iznosu od 40,00 kuna po dionici, koja je provedena u srpnju 2021. godine.

U skladu s Odlukama o davanju ovlasti Upravi društva za stjecanje vlastitih dionica i Odlukama o isključenju prava prvenstva pri stjecanju novih dionica, usvojenima na Glavnoj skupštini Atlantic Grupe d.d. dana 27. lipnja 2019. godine, Društvo je tijekom 2021. godine steklo ukupno 19.801 vlastitu dionicu (stjecanje 1.365 vlastitih dionica, ukupnog nominalnog iznosa 54.600,00 kn, koje predstavljaju 0,04% temeljnog kapitala Društva, izvršeno dana 23. ožujka 2021. godine, stjecanje 4.000 vlastitih dionica, ukupnog nominalnog iznosa 160.000,00 kn, koje predstavljaju 0,12% temeljnog kapitala Društva, izvršeno 08. travnja 2021. godine, stjecanje 3.000 vlastitih dionica, ukupnog nominalnog iznosa 120.000,00 kn, koje predstavljaju 0,09% temeljnog kapitala Društva, izvršeno dana 15. travnja 2021. godine, stjecanje 569 vlastitih dionica, ukupnog nominalnog iznosa 22.760,00 kn, koje predstavljaju 0,02% temeljnog kapitala Društva, izvršeno dana 22. travnja 2021. godine, stjecanje 1.890 vlastitih dionica ukupnog nominalnog iznosa 75.600,00 kn, koje predstavljaju 0,06% temeljnog kapitala Društva, izvršeno dana 17. svibnja 2021. godine, stjecanje 339 vlastitih dionica ukupnog nominalnog iznosa 13.560,00 kn, koje predstavljaju 0,01% temeljnog kapitala Društva, izvršeno dana 18. svibnja 2021. godine, stjecanje 799 vlastitih dionica ukupnog nominalnog iznosa 31.960,00 kn, koje predstavljaju 0,02% temeljnog kapitala Društva, izvršeno dana 28. lipnja 2021. godine, stjecanje 100 vlastitih dionica ukupnog nominalnog iznosa 4.000,00 kn, koje predstavljaju 0,003% temeljnog kapitala Društva, izvršeno dana 23. kolovoza 2021. godine, stjecanje 1.900 vlastitih dionica ukupnog nominalnog iznosa 76.000,00 kn, koje predstavljaju 0,06% temeljnog kapitala Društva, izvršeno dana 24. kolovoza 2021. godine, stjecanje 139 vlastitih dionica ukupnog nominalnog iznosa 5.560,00 kn, koje predstavljaju 0,004% temeljnog kapitala Društva, izvršeno dana 9. rujna 2021. godine, stjecanje 1.849 vlastitih dionica ukupnog nominalnog iznosa 73.960,00 kn, koje predstavljaju 0,05% temeljnog kapitala Društva, izvršeno dana 10. rujna 2021. godine, stjecanje 3.851 vlastitih dionica ukupnog nominalnog iznosa 154.040,00 kn, koje predstavljaju 0,11% temeljnog kapitala Društva, izvršeno dana 22. studenog 2021. godine).

Predmetna stjecanja izvršena su temeljem trgovine na Zagrebačkoj burzi, a informacije o stjecanju su objavljene u skladu sa zakonskim propisima te su dostupne na internet stranicama Atlantic Grupe (www.atlanticgrupa.com) i Zagrebačke burze (www.zse.hr).

Svrha navedenog stjecanja vlastitih dionica je realizacija nagrađivanja menadžmenta i zaposlenika u skladu s Opcijskim programom i politikom nagrađivanja društva Atlantic Grupa d.d. Nakon realizacije Programa dodjelom vlastitih dionica menadžmentu i zaposlenicima Društva, odnosno na dan 31. prosinca 2021. godine, Društvo posjeduje 14.821 vlastitu dionicu ukupnog nominalnog iznosa 584.680,00 kn koje predstavljaju 0,45% temeljnog kapitala Društva.

S obzirom na vrlo ambiciozne planove rasta, politika isplate dividende Atlantic Grupe d.d. temelji se na konceptu da se veći dio dobiti ostvarene u poslovnoj godini, zadrži u svrhu daljnjeg investiranja u razvoj Društva. Politika isplate dividende Društva provodi se u skladu s razvojnim planovima i stanjem na tržištu kapitala, odnosno, sukladno rastu neto dobiti, razine prihoda, očekivanom porastu vrijednosti imovine Atlantic Grupe, te drugim relevantnim čimbenicima.



Društvo je u rujnu 2021. godine usvojilo i objavilo novu Politiku isplate dividende. U dotad važećoj Politici bila je, kao opća smjernica, naznačena namjera da se dioničarima isplaćuje do 25% konsolidirane dobiti u obliku dividende.

Izmjena Politike isplate dividende učinjena je u namjeri da odrazi realniji postotak isplate dividende u odnosu na ukupnu konsolidiranu dobit, kakav je izvršen u recentnim godinama poslovanja Društva. Stoga je novom Politikom isplate dividende, objavljenom u rujnu 2021. godine, istaknuta namjera Društva da, u slučaju ispunjenja prethodno opisanih uvjeta, dioničarima isplaćuje do 45% konsolidirane dobiti u obliku dividende.

Prijedlozi Uprave i Nadzornog odbora Društva za isplatom dividende odražavaju navedeni stav, a konačnu odluku o isplati dividende, iznosu i načinu njezine isplate utvrđuje se odlukom Glavne skupštine Društva. Ovlaštenici prava na dividendu utvrđuju se sukladno pozitivnim propisima Republike Hrvatske.

ODNOSI S INVESTITORIMA U 2021. GODINI



Atlantic Grupa je svake godine laureat jedne od nagrada za odnose s investitorima koja se već dvanaest godina dodjeljuje u suradnji Poslovnog dnevnika i Zagrebačke burze na konferenciji Izazov promjene koju organiziraju Zagrebačka burza i Udruga društava za upravljanje mirovinskim fondovima i mirovinskih osiguravajućih društava. Ove godine je po peti puta dobitnica prve nagrade za odnose s investitorima. Riječ je o nagradi koja odaje priznanje investicijske zajednice tvrtkama koje imaju fer i transparentne odnose prema investitorima. Također, Atlantic Grupa je primila priznanje za najbolju uskladenost s korporativnim upravljanjem na Vodećem tržištu Zagrebačke burze.

U 2021. godini Atlantic Grupa je sudjelovala na raznim domaćim i inozemnim investitorskim webcast konferencijama te održala velik broj sastanaka s domaćim i inozemnim investitorima.





NEVEN VRANKOVIĆ

POTPREDSJEDNIK GRUPE
ZA KORPORATIVNE AKTIVNOSTI

“**Možemo reći da smo na puno načina godinu proveli zaista živeći sve naše vrijednosti – Strast, Rast te posebno Brigu i Otvorenost.**”

Izjava Potpredsjednika Grupe za Korporativne aktivnosti

ATLANTIC GRUPA je uspješan poslovni sustav koji se jednako ponosi rezultatima iz poslovnih aktivnosti, kulturom koju gradimo te vrijednostima koje promoviramo među našim zaposlenicima i u zajednici u kojoj poslujemo. Jezgrou naše korporativne kulture čini uvažavanje individualnih različitosti, prema kojima nastojimo kroititi kompanijske programe, te poticanje suradnje i sinergija između različitih segmenata poslovanja. Naša je strategija upravljanja ljudskim potencijalima i kulturom fokusirana na jednostavnost u dizajnu organizacije s korisnikom u središtu, odabir i promoviranje autentičnih lidera koji inzistiraju na osobnoj odgovornosti te individualno promatranje zaposlenika, kao pojedinaca kojima je potrebno pružiti prilike za rast i razvoj. U protekloj godini smo, po provedenoj temeljitoj analizi procesa u središnjim funkcijama tijekom 2020., nastavili implementirati zaključke analiza koje su nam ukazale na koji način sve centralne korporativne funkcije mogu biti još efikasnije usmjerene i na našu poslovnu strategiju i živjeti definiranu strategiju ljudskih potencijala.

Vrijednosti i kultura koju Atlantic Grupa njeguje odražavaju se i u Politici kvalitete, kojom se potvrđuje naša predanost načelima održivog razvoja, gospodarske učinkovitosti te ekološke i društvene odgovornosti. Budući da su visoki standardi kvalitete naša temeljna obaveza (glavnina proizvodnih i logističkih lokacija certificirane su po globalnim standardima upravljanja sigurnosti, kvalitete, okoliša i energije), djelujemo stvarajući zajedničku vrijednost za zajednicu te pomažući u zaštiti okoliša za buduće generacije. Kontinuirano nastojimo djelovati na takav način da je održivi razvoj zapravo proces stvaranja novih prilika i razvojnih mogućnosti za naše poslovanje, kao i za bolju budućnost novih generacija te je održivost integralni dio našeg poslovanja. S ciljem poboljšanja okolišnih, socijalnih i ekonomskih ciljeva, rizike i prilike održivosti prepoznajemo, pa tako i djelujemo, u više smjerova: na području razvoja novih proizvoda, tehnoloških procesa, razvoja zaposlenika, komunikacije s kupcima, potrošačima, odnosa s investitorima te upravljanja nabavnog lanca. Rizike i prilike održivog razvoja ubrzano ugrađujemo i u strategije upravljanja robnih marki. Napori koje je Atlantic Grupa usmjeravala u smanjenje ekološkog otiska proteklih godina pokazuju značajne rezultate, a podatke koje smo dosad redovito objavljivali u godišnjem nefinancijskom izvještaju (AG GRI izvještaj), od ove godine objavljujemo u integralnom obliku, zajedno s godišnjim izvještajem o poslovanju. Uz to što sami sebi podižemo ljestvicu očekivanja, smatramo važnim također naše partnere i potrošače potaknuti na odgovorno ponašanje prema okolišu.

Na kraju valja istaknuti i to da je Atlantic Grupa kao dio šire zajednice svjesna važnosti i potrebe vlastitog utjecaja na unapređenje općih društvenih uvjeta i promociju pravih vrijednosti, a godinu iza nas proveli smo posvećujući prije svega brizi o našim zaposlenicima, postavljajući tako dobar primjer okruženju. S posebnom pažnjom pristupamo programima pomoći našim kolegicama i kolegama, od pomoći u različitim izvanrednim situacijama kroz program Solidarnost, preko visokog stupnja sigurnosti na radnom mjestu u još uvijek neizvjesnim okolnostima pandemije, omogućavanja rada od kuće gdje god je to moguće i razvoja hibridnih modela rada, do internih programa uključivanja zaposlenika u život kompanije i aktivnosti kojima pomažemo zajednici kao što je bio izvanredno uspješan slučaj s tradicijom sportskog vikenda koji nismo mogli održati uživo. U ovogodišnjem online formatu iskoristili smo priliku da fizičkoj aktivnosti pojedinaca organiziranih u timove pridružimo humanitarni karakter. Timovi na svim tržištima kroz vlastitu su aktivnost prikupljali bodove i sami su birali lokalne udruge kojima su donirana prikupljena sredstva, a u interno natjecanje uključilo se gotovo 700 zaposlenika. Možemo reći da smo na puno načina godinu proveli zaista živeći sve naše vrijednosti – Strast, Rast te posebno Brigu i Otvorenost.

Korporativno upravljanje Atlantic Grupe

PRIMJENA NAČELA KORPORATIVNOG UPRAVLJANJA

S obzirom na činjenicu da su dionice Atlantic Grupe d.d. uvrštene na uređeno tržište Zagrebačke burze, Atlantic Grupa primjenjuje Kodeks korporativnog upravljanja Zagrebačke burze i Hrvatske agencije za nadzor financijskih usluga (HANFA), dostupnim na internetskim stranicama Zagrebačke burze (www.zse.hr) i HANFA-e (www.hanfa.hr).

Sukladno pozitivnim zakonskim propisima Atlantic Grupa je za 2021. godinu izradila Izjavu o primjeni navedenog 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 objavljena je na internetskoj stranici Društva (www.atlanticgrupa.com) te na internetskim stranicama Zagrebačke burze (www.zse.hr) i HANFA-e (www.hanfa.hr), pri čemu su sljedeća pitanja korporativnog upravljanja drugačije definirana nego što to predviđa Kodeks korporativnog upravljanja Zagrebačke burze d.d. i HANFA-e :

>	Statut i/ili interni akti društva predviđaju prethodnu suglasnost nadzornog odbora za donošenje važnih odluka koje utječu na strategiju društva, rashode, izloženost riziku i ugled.	Ne	Nadležnost Nadzornog odbora određena je u okvirima važećeg ZTD-a.
>	Politika primitaka uključuje odredbe koje pobliže utvrđuju okolnosti u kojima bi dio primitaka člana uprave bio zadržan ili bi se tražilo njihov povrat.	Ne	Politika primitaka ne predviđa takve odredbe.
>	Sve osobe navedene u članku 81. Kodeksa bile su prisutne na glavnoj skupštini u proteklih 12 mjeseci.	Djelomično	Tijekom 2021. godine ostvarena je maksimalna moguća prisutnost navedenih osoba.

Osim Kodeksa korporativnog upravljanja Zagrebačke burze i HANFA-e, Atlantic Grupa primjenjuje i vlastiti Kodeks korporativnog upravljanja, unapređujući tako standarde transparentnosti poslovanja koji su posve u skladu s direktivama Europske unije. Kodeks definira procedure za rad nadzornih odbora, uprave i drugih organa i struktura nadležnih za odlučivanje te osigurava izbjegavanje sukoba interesa, efikasan unutarnji nadzor te učinkovit sustav odgovornosti, a dostupan je na internetskim stranicama Atlantic Grupe (www.atlanticgrupa.com). Također, Atlantic Grupa je potpisnik Kodeksa etike u poslovanju, čiji je inicijator Hrvatska gospodarska komora. Navedenim Kodeksom utvrđene su smjernice etičkog ponašanja poslovnih subjekata u okviru hrvatskog gospodarstva. Takvim određivanjem etičkih kriterija pridonosi se transparentnijem i učinkovitijem poslovanju i kvalitetnijim vezama poslovnih subjekata u Hrvatskoj s poslovnom sredinom u kojoj djeluju. Pristupanjem Kodeksu etike potpisnice se obvezuju na poštovanje ljudskih prava, primjenu odredbi o sprečavanju korupcije, odgovorno i etično ponašanje prema drugim tvrtkama na tržištu i na razvoj kvalitetnih odnosa i lojalne konkurencije.

Također, svjesni smo važnosti raznolikosti i nediskriminacije na radnom mjestu i prilikom zapošljavanja. To nas je motiviralo da budemo potpisnici Povelje o raznolikosti (Diversity Charter) – inicijativi pokrenutoj u 16 zemalja Europske unije, koja je u Hrvatskoj razvijena u sklopu projekta Hrvatskog poslovnog savjeta za održivi razvoj (HR PSOR). Usvajanjem Povelje obvezali smo se i u skladu s tim promičemo politiku raznolikosti i nediskriminacije u radnoj sredini i poslovnom okruženju te redovno izvještavamo o svojim aktivnostima na tom području.

Atlantic Grupa se razvija i djeluje u skladu s dobrom praksom korporativnog upravljanja te nastoji svojom poslovnom strategijom, poslovnom politikom kao i ključnim internim aktima doprinijeti transparentnom i učinkovitim poslovanju te kvalitetnijim vezama s poslovnom sredinom u kojoj djeluje, prateći svjetske i europske trendove.

Sustav unutarnje kontrole i upravljanja rizikom sastavni je i važan dio našeg poslovanja, a glavni elementi toga sustava, kako su navedeni u nastavku, kao i opis rada Glavne skupštine i način ostvarenja prava glasa u istoj, sastav i rad Uprave i Nadzornog odbora te njegovih odbora, te podaci o imateljima dionica u Društvu, sastavni su dio ove Izjave o primjeni kodeksa korporativnog upravljanja.

ORGANIZACIJA KORPORATIVNOG UPRAVLJANJA U ATLANTIC GRUPI

Struktura korporativnog upravljanja Atlantic Grupe temelji se na dualističkom principu, koji podrazumijeva Nadzorni odbor i Upravu Društva. Oni, zajedno s Glavnom Skupštinom, u skladu sa Statutom i Zakonom o trgovačkim društvima, predstavljaju tri temeljna organa Društva.

GLAVNA SKUPŠTINA

Glavna skupština je organ u kojem dioničari ostvaruju svoja prava u stvarima Društva. Način rada Glavne skupštine, njezina ovlaštenja, prava dioničara i način njihove realizacije propisane su Statutom Društva, koji je javno dostupan na internetskim stranicama Atlantic Grupe (www.atlanticgrupa.com).

U 2021. godini, dana 16. lipnja, održana je jedna, redovita sjednica Glavne skupštine društva Atlantic Grupa d.d., radi donošenja odluka o pitanjima određenima zakonom i Statutom Društva. Na navedenoj Skupštini usvojene su odluke o davanju razrješnice članovima Uprave i Nadzornog odbora Društva, odluka o isplati dividende dioničarima Društva razmjerno broju dionica kojih su imatelji u iznosu od 40,00 kuna po dionici, Odluka o odobrenju Izvješća o primicima za 2020. godinu, Odluka o izboru dva člana Nadzornog odbora, Odluka o izboru člana Komisije za reviziju, Odluka o izmjenama Statuta Atlantic Grupe d.d. te imenovanju revizora Društva za 2021. poslovnu godinu.

Sve odluke s održanih sjednica Glavne skupštine objavljene su u skladu sa zakonskim propisima te su dostupne na internetskim stranicama Atlantic Grupe (www.atlanticgrupa.com) i Zagrebačke burze (www.zse.hr).

NADZORNI ODBOR ATLANTIC GRUPE

Nadzorni odbor Atlantic Grupe d.d. je tijekom 2021. godine brojao sedam članova, a održao je pet sjednica. Postotak sudjelovanja članova sjednicama bio je 100,00%.

Sukladno OECD Principima korporativnog upravljanja, kao i preporukama Kodeksa korporativnog upravljanja Zagrebačke burze i HANFA-e iz 2020. godine, Nadzorni odbor Atlantic Grupe sastavljen je od neovisnih članova koji nisu u poslovnim, obiteljskim i drugim vezama s društvom, većinskim dioničarom ili grupom većinskih dioničara ili članovima uprave ili nadzornog odbora društva ili većinskog dioničara. Članove Nadzornog odbora Društva u 2021. godini su činili:



ZDENKO ADROVIĆ

PREDSJEDNIK

ZDENKO ADROVIĆ, jedan od vodećih stručnjaka u hrvatskoj financijskoj industriji, direktor je te jedan od osnivača Hrvatske udruge banaka. Od 1996. do 2014. godine obnašao je funkciju predsjednika Uprave Raiffeisenbank Austria d.d, koju je tijekom mandata razvio u jednu od vodećih financijskih institucija s nekoliko priznanja Hrvatske gospodarske komore za najuspješniju banku u Republici Hrvatskoj. Prethodno je bio izvršni potpredsjednik za riznicu i likvidnost Privredne banke Zagreb, gdje je radio i kao direktor sektora investicijskog bankarstva te zamjenik predsjednika Uprave. Od 2017. godine član je Odbora za financije i državni proračun Hrvatskog sabora, a od 2018. godine član je Vijeća za nacionalnu konkurentnost. Od 2008. do 2016. godine bio je član Izvršnog odbora Hrvatske udruge poslodavaca, dok je u periodu od 2004. do 2013. godine obnašao funkciju člana Upravnog odbora Hrvatske gospodarske komore. Pored navedenog, u periodu od 1999. do 2006. godine obnašao je funkciju člana Nadzornog odbora Plive d.d. Diplomirao je Ekonomiju na Fakultetu za vanjsku trgovinu Sveučilišta u Zagrebu, gdje je pohađao i poslijediplomski studij iz područja korporativnih financija, usavršavajući se tijekom dugogodišnje karijere u financijskoj industriji na sveučilištima u SAD-u i Velikoj Britaniji.



SINIŠA PETROVIĆ

ZAMJENIK PREDSJEDNIKA

SINIŠA PETROVIĆ profesor je na Katedri za trgovačko pravo i pravo društava na Pravnom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu. 1995. godine je bio poseban izaslanik delegacije Republike Hrvatske i član delegacije Republike Hrvatske na međunarodnoj mirovnoj konferenciji o Bosni i Hercegovini u Daytonu. Bio je potpredsjednik Savjeta za zaštitu tržišnog natjecanja te predstavnik Republike Hrvatske u Komisiji za arbitražu Međunarodne trgovačke komore. Autor je široke stručne literature te je sudjelovao u izradi hrvatskih propisa s područja trgovačkih društava, tržišnog natjecanja, prometa nekretnina, privatizacije, sporta i sprečavanja sukoba interesa u obnašanju javnih dužnosti. Bio je član Pregovaračke skupine za vođenje pregovora o pristupanju Hrvatske Europskoj Uniji. Diplomirao je, magistrirao i doktorirao na Pravnom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu.



ANJA SVETINA NABERGOJ

ČLAN

DR. ANJA SVETINA NABERGOJ je predavač pri Hasso Plattner Institute of Design Sveučilišta u Stanfordu i izvanredni profesor pri Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Ljubljani. Diplomirala je, završila međunarodni Magistarski studij o poslovnom upravljanju (IMB) te doktorirala na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Ljubljani. Posljednjih 10 godina razvija pedagoški plan predavanja o inovativnim procesima i očuvanju kreativnog pristupa rukovodećeg kadra globalnih korporacija. Jedna je od osnivačica Tima za istraživanje i kreativnost pri Sveučilištu u Stanfordu, te je članica Savjetodavnog odbora Stanfordovog katalizatora za suradnička rješenja. Pridonijela je izradi brojnih publikacija u izdanju kuće Edward Elgar, Routledge i Cambridge University Press.



LARS PETER ELAM HÅKANSSON

ČLAN

LARS PETER ELAM HÅKANSSON, kao Predsjednik Uprave te glavni upravitelj imovinom (Chief Investment Officer) vodi investicijske timove East Capitala zadužene za regije Istočna Europa i Azija. G. Peter je ustanovio investicijsku filozofiju i strategiju East Capitala. Od ranih je devedesetih godina radio na tržištima u nastajanju i razvoju te i danas nastavlja putovati i posjećivati kompanije širom svijeta. Pet puta je bio nagrađen za najboljeg fond menadžera od strane Morningstara te od strane najvećeg švedskog financijskog dnevnika Dagens Industri. On i investicijski timovi isto su tako primili brojne nagrade Lipper za uspješno poslovanje fondovima kojim upravlja East Capital. Ujedno je predsjednik Uprave švedske glazbene kuće slavni i član Uprave Bonnier Business Press-a. Prije osnivanja East Capitala bio je na vodećim pozicijama u kompaniji Enskilda Securities u Londonu, Parizu i Stockholmu – gdje mu je zadnja pozicija bila na čelu odjela za upravljanje kapitalom te odjela analiza na globalnoj razini. Član je Švedske Kraljevske Akademije za tehničke znanosti te tečno govori švedski, engleski i francuski jezik.



ALEKSANDAR PEKEĆ

ČLAN

ALEKSANDAR PEKEĆ je redoviti profesor na Fuqua School of Business Sveučilišta Duke. Ekspert je iz područja menadžerskog odlučivanja u kompleksnim kompetitivnim okruženjima te autor radova u vodećim akademskim časopisima iz menadžerskih znanosti, kao i radova iz područja ekonomije, matematike i psihologije. Konzultantska iskustva g. Aleksandra Pekeća uključuju bankarsku, internet, farmaceutsku, prodajnu i telekomunikacijsku industriju. U periodu od 2010. do 2015. godine bio je član Savjeta za gospodarstvo Predsjednika Republike. Doktorirao je na sveučilištu Rutgers, a diplomirao na Sveučilištu u Zagrebu.



MONIKA ELISABETH SCHULZE

ČLAN

MONIKA ELISABETH SCHULZE voditeljica je Odjela upravljanja korisničkim odnosima i inovacijama u tvrtki Zurich Insurance te član njemačkog Izvršnog odbora tvrtke. Fokus joj je izgradnja jakih poduzeća u kontekstu masovne transformacije industrije i promjena koje donosi digitalna tehnologija. Prije nego što se pridružila Zurich IG osiguranju, vodila je vlastitu tvrtku za strateško poslovno savjetovanje. Na posljednja dva položaja u Unileveru bila je potpredsjednica za razvoj trgovačkih marki za Europu te poslovni direktor za sektor hrane, s odgovornošću za račun dobiti i gubitka u Mađarskoj. Magistrirala je poslovnu administraciju na Sveučilištu u Hamburgu. Gđa. Monika je članica uprave u tvrtki Schloss Wachenheim, proizvođaču pjenušca u Trieru u Njemačkoj.



FRANZ-JOSEF FLOSBACH

ČLAN

FRANZ-JOSEF FLOSBACH je diplomu industrijskog inženjera stekao 1973. godine na Tehničkom fakultetu u Darmstadtu. Većinu svog radnog vijeka, od 1975. godine, proveo u DEG-Deutsche Investitions und Entwicklungsgesellschaft mbH. DEG potiče privatna poduzeća u zemljama s tržištem u nastajanju i zemljama u razvoju, a od 2001. godine dio je njemačke razvojne banke KfW - Bankengruppe. G. Flosbach obnašao je više izvršnih funkcija - funkciju zaduženu za reviziju korporativnog upravljanja (koja uključuje odgovornost za ulaganja u Aziji, arapskim zemljama, jugoistočnoj Europi, Africi engleskog govornog područja), poslovno planiranje i kontroling (koja uključuje uspješnu implementaciju SAP sustava), razvoj poslovanja i upravljanje portfeljem za područje Podсахarske Afrike, te konzultantske poslove za „Deutsche Mittelstand“, programe Europske zajednice (ECIP, CDI, JOPP), agenciju za promicanje stranih ulaganja, te Pakt stabilnosti za jugoistočnu Europu. Nadalje, bio je odgovoran za razvoj poslovanja DEG-a u istočnoj i jugoistočnoj Europi, Kavkazu, Središnjoj Aziji, Turskoj i Bliskom istoku, što obuhvaća oko 30 zemalja, ulaganja od 1,5 milijarde eura, portfelj od oko 110 kompanija, 200 - 500 milijuna novih obveza godišnje. Prije karijere u DEG-u, g. Franz Josef Flosbach radio je kao stariji savjetnik u kompaniji Treuhand- Vereinigung AG / Coopers & Lybrand GmbH, današnjem PricewaterhouseCoopersu (PwC), s posebnim fokusom na aktivnosti spajanja i preuzimanja. G. Flosbach posjeduje specifično znanje u sljedećim područjima: financiranje projekata, pružanje dugoročnih zajmova, vlasnički kapital; spajanja i preuzimanja; restrukturiranje i privatizacija; savjetodavne usluge; upravljanje rizicima; korporativno upravljanje. Jednako tako, posjeduje iznimni „know-how“ u pogledu tržišta i sektora. Trenutno obavlja dužnost člana u tri nadzorna odbora, dvije komisije za reviziju (u funkciji predsjednika) i jednom odboru za rizike (u funkciji predsjednika) renomiranih kompanija u regiji, od čega su dvije od tih kompanija banke. G. Flosbach je član „Südosteuropa Gesellschaft“ iz Münchena od 1999. godine

Na sjednici 7. prosinca 2021. godine Nadzorni odbor je usvojio prijedlog odluke za izbor Dr. Vesne Nevistić i g. Zorana Vučinića za nove članove Nadzornog odbora Društva. Usvajanjem navedene Odluke od strane Glavne skupštine 20. siječnja 2022. godine sastav Nadzornog odbora, s dotadašnjih 7 članova, proširen je na ukupno 9 članova. Dr. Vesna Nevistić stekla je bogatu ekspertizu na globalnoj razini u različitim industrijama radeći na visokim izvršnim pozicijama u nekim od vodećih svjetskih institucija. Iza g. Zorana Vučinića su 33 godine radnog iskustva, napredovanja i iznimnih rezultata u međunarodnom korporativnom poslovanju, strateškom marketingu i upravljanju promjenama. Osnaživanje Nadzornog odbora navedenim novim članovima logičan je nastavak procesa definiranja korporativne strategije i prioriteta u daljnjem razvoju kompanije.

Članovi Nadzornog odbora Društva imaju pravo na nagradu koja je primjerena vremenu njihova angažmana, poslovima koje obavljaju te stanju i poslovanju društva. Slijedom navedenog, u 2021. godini članovima Nadzornog odbora isplaćene su naknade u sljedećim (bruto 1) iznosima: g. Zdenku Adroviću u ukupnom iznosu od 360.000,00 kuna; g. Siniši Petroviću u ukupnom iznosu od 240.000,00 kuna; gđi. Anji Svetini Nabergoj u ukupnom iznosu od 180.000,00 kuna, gđi. Moniki Elisabeth Schulze u ukupnom iznosu od 180.000,00 kuna, g. Franzu Jozefu Flosbachu u ukupnom iznosu od 180.000,00 kuna; g. Aleksandru Pekeću u ukupnom iznosu od 180.000,00 kuna, te g. Larsu Elamu Peteru Håkanssonu ukupno 180.000,00 kune.

KOMISIJE NADZORNOG ODBORA

U sklopu Nadzornog odbora djeluju tri Komisije koje svojim radom potpomažu rad i djelovanje Nadzornog Odbora: Komisija za reviziju, Komisija za razvoj vodstva i nagrađivanje te Komisija za društvenu odgovornost i korporativno upravljanje. Svaka Komisija previđa tri člana, od kojih se dva imenuju iz reda članova Nadzornog odbora, dok se jedan član imenuje iz reda vrsnih stručnjaka za predmetno područje.

KOMISIJA ZA DRUŠTVENU ODGOVORNOST I KORPORATIVNO UPRAVLJANJE definira sustav mehanizama za osiguravanje ravnoteže između prava dioničara i potreba menadžmenta za usmjeravanje poslova Društva i upravljanja tim poslovima. Daje okvir za postavljanje ciljeva Društva i određivanje sredstava za postizanje tih ciljeva te praćenje izvedbe i djelotvornosti istih. Komisiji predsjedava član Nadzornog odbora g. Siniša Petrović, također iz reda članova Nadzornog odbora imenovana je gđa. Monika Elisabeth Schulze, dok je iz redova vanjskih stručnjaka imenovana gđa. Nina Tepeš. Komisija je tijekom 2021. godine održala četiri sjednice, pri čemu je postotak sudjelovanja njezinih članova bio 100%.

KOMISIJA ZA RAZVOJ VODSTVA I NAGRAĐIVANJE predlaže kandidate za članstvo u Upravi, Nadzornom odboru i rukovodeći kadar kompanije te predlaže sadržaj ugovora s članovima Uprave, strukturu njihova nagrađivanja i nagrađivanja članova Nadzornog odbora. Komisiji predsjedava član Nadzornog odbora g. Aleksandar Pekeč, također iz reda članova Nadzornog odbora imenovan je g. Lars Peter Elam Håkansson, dok je iz reda vanjskih stručnjaka imenovan g. Zoran Sušan. Komisija je tijekom 2021. godine održala pet sjednica, pri čemu je postotak sudjelovanja njezinih članova bio 93,33%.

KOMISIJA ZA REVIZIJU detaljno analizira financijske izvještaje, pruža podršku računovodstvu Društva te uspostavlja dobre i kvalitetne interne kontrole u Društvu. Prati integritet financijskih informacija, a osobito ispravnost i konzistentnost računovodstvenih metoda koje koristi Društvo i Grupa kojoj pripada, uključivši i kriterije za konsolidaciju financijskih izvješća društava koja pripadaju Grupi. Također, zadaća Komisije je praćenje kvalitete unutarnjeg sustava kontrole i upravljanja rizicima, s ciljem da se glavni rizici kojima je društvo izloženo na odgovarajući način identificiraju i javno objave te da se njima na odgovarajući način upravlja. Komisiji predsjedava član Nadzornog odbora g. Franz-Josef Flosbach, također iz reda članova Nadzornog odbora imenovan je g. Zdenko Adrović, dok je iz reda vanjskih stručnjaka imenovan g. Marko Lesić. Komisija je tijekom 2021. godine održala dvije sjednice, pri čemu je postotak sudjelovanja njezinih članova bio 100%.

Članovi predmetnih Komisija, koji nisu ujedno i članovi Nadzornog odbora, za svoj rad i doprinos funkcioniranju Nadzornog odbora Atlantic Grupe ostvarili su pravo na naknadu. U 2021. godini na ime naknade (bruto 1) je isplaćeno gđi. Nini Tepeš ukupno 30.000,00 kuna, g. Marku Lesiću ukupno 12.000,00 kuna, a g. Zoranu Sušnju ukupno 30.000,00 kuna.



ZDENKO ADROVIĆ

PREDSJEDNIK NADZORNOG
ODBORA

Izvješće Nadzornog odbora **o korporativnom upravljanju**

Tijekom 2021. godine Nadzorni odbor je obavio nadzor nad djelovanjem Društva u skladu s donesenim odlukama Glavne skupštine Društva, te je utvrdio kako je Društvo u potpunosti djelovalo u skladu s odlukama Glavne skupštine.

Uprava i Nadzorni odbor usko surađuju za dobrobit Društva, putem redovnog kontakta. Uprava je uredno obavještavala Nadzorni odbor o svim važnijim poslovnim događajima, tijeku poslovanja, приходима i rashodima te općem stanju Društva. Uprava je redovito Nadzornom odboru podnosila tromjesečna, polugodišnja i godišnja pisana izvješća o poslovanju na koja Nadzorni odbor nije imao primjedbi i koja su jednoglasno usvojena. Osim toga, Uprava potpuno i redovito obavještava Nadzorni odbor o korporativnoj strategiji, planiranju, poslovnim događajima, upravljanju rizikom, usklađenosti, svim odstupanjima poslovnih događaja od izvornih planova, kao i o značajnim poslovnim transakcijama koje uključuju Društvo i njegova povezana društva. Uprava redovito Nadzornom odboru podnosi izvješća propisana zakonom, a između sjednica Uprava uredno obavještava Nadzorni odbor o važnim događajima koji se odnose na poslovanje Društva.

Nadzorni odbor proveo je samoocjenjivanje profila i kompetencija članova Nadzornog odbora i članova njegovih Komisija. Samoocjenjivanje je proveo Predsjednik Nadzornog odbora bez angažiranja vanjskog revizora. Kad je riječ o njegovu sastavu, Nadzorni odbor je sam sebi postavio sljedeće ciljeve pri izdavanju preporuka za buduća imenovanja u Nadzorni odbor: Nadzorni odbor djeluje u optimalnom broju članova na način da njegovi članovi, kao skupina, posjeduju znanje, sposobnost i stručno iskustvo potrebno za pravilno obavljanje svojih zadataka, pritom uzimajući u obzir i aspekt raznolikosti podržavanjem odgovarajuće razine zastupljenosti žena. Prilikom razmatranja imenovanja u Nadzorni odbor polaže se pažnja na izbjegavanje sukoba interesa.

Nadzorni odbor je utvrdio da Nadzorni odbor i njegove Komisije dobro funkcioniraju, imaju uravnotežen sastav i potrebnu stručnost koja je usklađena sa zahtjevima poslovanja Društva. Ocjenjivanje članova Nadzornog odbora i njegovih Komisija potvrdilo je da svaki pojedinac daje učinkovit doprinos, pri čemu pokazuje predanost svojoj ulozi i posvećuje vrijeme obavljanju te dužnosti.

Razmatrajući proces definiranja korporativne strategije i prioriteta u daljnjem razvoju kompanije, imajući na umu vrijednost kandidata s međunarodnim iskustvom, Nadzorni odbor je razmotrio pitanje proširenja broja njegovih članova kandidatima koji bi svojom ekspertizom na globalnoj razini dodatno osnažili njegovo djelovanje u budućem razdoblju. U skladu s navedenim, na sjednici 7. prosinca 2021. godine Nadzorni odbor usvojio je prijedlog odluke za izbor Dr. Vesne Nevistić i g. Zorana Vučinića za nove članove Nadzornog odbora Društva, koji je potvrđen Odlukom Glavne skupštine dana 20. siječnja 2022. godine, čime je sastav Nadzornog odbora, s dotadašnjih 7 članova, proširen na ukupno 9 članova.

Administrativnu podršku pri pripremi sjednica Nadzornog odbora osigurava Tajnik Društva na učinkovit i pravodoban način.

U 2020. godini Nadzorni odbor je postavio ciljni postotak ženskih članova Nadzornog odbora i Uprave od minimalno 25% od ukupnog broja članova svakog navedenog tijela. Ciljni postotak je postavljen za sljedećih pet godina. Ovdje valja napomenuti da je navedeni cilj postignut u Nadzornom odboru Društva, obzirom da je postotak ženskih članova Nadzornog odbora u njegovom ukupnom sastavu, u 2021. godini iznosio 29%, odnosno, što u novom osnaženom sastavu Nadzornog odbora od siječnja 2022. godine iznosi 33%, dok u Upravi, koja broji jednog ženskog člana, postotak ženskih članova iznosi 17%. Atlantic Grupa veliku pažnju posvećuje aspektu raznolikosti unutar kompanije, te je u tom duhu, tijekom 2021. godine, nekoliko žena imenovano na pozicije visokog menadžmenta, a u prilog tome ukazuje i činjenica da žene čine 53,58% ukupnog broja menadžerskih pozicija u kompaniji.



Uprava **Atlantic** **Grupe**

Uprava Atlantic Grupe broji šest članova, koje čine Predsjednik, Potpredsjednik Grupe za Korporativne aktivnosti, Potpredsjednik Grupe za Financije, nabavu i investicije, Potpredsjednica Grupe za Korporativnu strategiju i razvoj, Potpredsjednik Grupe za Distribuciju te Potpredsjednik Grupe za delikatesne namaze, Donat i internacionalizaciju.

Uprava Atlantic Grupe djeluje u sljedećem sastavu:



EMIL TEDESCHI
PREDSJEDNIK UPRAVE

EMIL TEDESCHI je osnivač i većinski vlasnik Atlantic Grupe. Dobitnik je brojnih priznanja struke i medija, a 2010. godine dobitnik je odlikovanja Predsjednika Republike Hrvatske za posebne zasluge u gospodarstvu. Sudjelovanjem u radu Nacionalnog parlamentarnog odbora za praćenje pregovora bio je aktivno uključen u proces približavanja Hrvatske Europskoj uniji. Bio je član Gospodarsko-socijalnog vijeća, od 2005. do 2007. godine izvršavao je dužnost Predsjednika Hrvatske udruge poslodavaca, a od 2010. do 2015. godine bio je član Savjeta za gospodarstvo Predsjednika Republike Hrvatske. Počasni je konzul Irske u Republici Hrvatskoj, član Trilateralne komisije, Vijeća dekana na Harvard Kennedy School of Governance, INSEAD Alumni udruženja, Programskog vijeća Zagrebačke škole ekonomije i menadžmenta, Poslovnog savjeta Ekonomskog fakulteta u Ljubljani i Savjeta Sveučilišta u Rijeci.



ZORAN STANKOVIĆ
POTPREDSJEDNIK GRUPE ZA FINACIJE,
NABAVU I INVESTICIJE

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. godine je radio u Arthur Andersenu i Ernst & Youngu kao stariji menadžer za reviziju zadužen za velike klijente. Član je međunarodnog udruženja The Association of Chartered Certified Accountants. Diplomirao je na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu.



NEVEN VRANKOVIĆ

POTPREDSJEDNIK GRUPE
ZA KORPORATIVNE AKTIVNOSTI

NEVEN VRANKOVIĆ se Atlantic Grupi pridružio 1998. godine na mjestu izvršnog direktora za korporativne aktivnosti. Od 2001. godine preuzima nadležnost za aktivnosti Atlantic Grupe u području spajanja i preuzimanja, a 2002. godine je imenovan Potpredsjednikom za Korporativne aktivnosti. Poslovna iskustva stjecao je radeći u pravnom odjelu Bergen Banke u Norveškoj te kao karijerni diplomat u hrvatskim veleposlanstvima u Washingtonu i Beogradu. Bio je član Radne skupine za pripremu pregovora o pristupanju Republike Hrvatske Europskoj uniji za poglavlje 6. – Pravo trgovačkih društava. Diplomirao je na Pravnom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu, a magistrirao na Washington College of Law u SAD-u. Dodatna stručna znanja iz područja spajanja i preuzimanja stjecao je na poslovnoj školi INSEAD u Francuskoj.



LADA TEDESCHI FIORIO

POTPREDSJEDNICA GRUPE ZA
KORPORATIVNU STRATEGIJU I RAZVOJ

LADA TEDESCHI FIORIO upravlja procesima i timovima koji se bave strategijom Atlantic Grupe te rastom kroz M&A aktivnosti i kroz razvoj novih područja ili proizvoda s potencijalom za kompanijski rast. Prije imenovanja u Upravu Atlantica 2019. godine obnašala je funkciju Zamjenice predsjednika Nadzornog odbora Atlantic Grupe. Karijeru u Atlanticu započinje 1997. godine na mjestu zamjenice direktora Financija. Kao potpredsjednica za poslovni razvoj imala je važnu ulogu u postupku inicijalne javne ponude 2007. godine te u pregovorima tijekom različitih Atlanticovih kupoprodajnih procesa sve do danas. Dobitnica je priznanja za najutjecajniju ženu hrvatskog biznisa posljednje tri godine po ocjeni stručnog žirija poslovnog tjednika Lider. Prije karijere u Atlanticu Lada je poslovna iskustva stjecala je u multinacionalnim kompanijama Wrigley u Njemačkoj i Mars Masterfood u Ujedinjenom Kraljevstvu, Nizozemskoj, Poljskoj i UAE. Diplomirala je ekonomiju na Università commerciale L. Bocconi u Milanu, a usavršavala se na London Business School.



SREĆKO NAKIĆ

POTPREDSJEDNIK GRUPE
ZA DISTRIBUCIJU

SREĆKO NAKIĆ svoju je karijeru u Atlanticu započeo 1994. godine u području prodaje, a u raznim ulogama unutar distribucije razvijao je prepoznatljivu izvrsnost Atlanticove distribucije i ostvario dugoročne suradnje sa snažnim međunarodnim principalima kao što su Beiersdorf, Duracell, Ferrero, HIPP, Johnson & Johnson, Mars, Rauch, Red Bull, Unilever i drugi. Značajno je doprinio Cedevitinom istupu u Horeca kanal i OTG segment, a od 2010. do 2014. godine je dao vrijedan doprinos u integraciji Droge Kolinske u Atlantic. Kao potpredsjednik uprave za Distribuciju vodi distribucijsko poslovanje na svim tržištima s fokusom na ekspanziju i ukupan rast. Svoj profesionalni rast nadopunio je edukacijskim programima i institucijama poput IEDC škole menadžmenta.



ENZO SMREKAR

POTPREDSJEDNIK GRUPE ZA DELIKATESNE
NAMAZE, DONAT I INTERNACIONALIZACIJU

ENZO SMREKAR pridružio se Atlantic Grupi s akvizicijom Droge Kolinske 2010. godine gdje je dotad obnašao funkciju operativnog direktora. Prethodno tome, tijekom 18 godina je radio u vodećim međunarodnim kompanijama kao što su Philip Morris, Diageo i LVMH. Od 2010. godine imao je ključnu ulogu u uspješnoj integraciji Droge Kolinske u Atlantic Grupu, kao član Uprave Droge Kolinske i glavni direktor SPP-a Delikatesni namazi. Završio je MBA na IEDC Bledu, stekao Coaching and Mentoring certifikat na Oxford Brooks Sveučilištu, AMP na Harvard Business School, član je Nadzornih odbora u nekoliko kompanija, Predsjednik je slovenskog skijaškog saveza, te Potpredsjednik slovenskog Olimpijskog odbora.



POLITIKA NAGRAĐIVANJA ČLANOVA UPRAVE

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

- **mjesečna plaća** članova Uprave, utvrđena u bruto iznosu,
- **godišnji dodatak** (bonus naknada) za godine važenja ugovora, utvrđen u određenom postotku od ostvarene osnovne godišnje bruto plaće, a pod uvjetom ostvarenja najmanje 90% plana konsolidiranog EBITDA AG za poslovnu godinu. Iznos godišnjeg dodatka na plaću (bonusa) određuje se sukladno ostvarenju poslovnog cilja, koji se sastoji od ocjene ispunjenja profitnog cilja i direktne prodaje vanjskim kupcima (trećoj strani) konsolidirano, te ostvarenju kvalitativnog (nefinancijskog) cilja koji se sastoji od ocjene ispunjenja cilja u pogledu omjera zadržavanja ključnih zaposlenika. Godišnji dodatak u ovom smislu članu Uprave pripada 75% ostvarenog godišnjeg dodatka koji se isplaćuje po isteku 30 dana od datuma donošenja godišnjih financijskih rezultata od strane Nadzornog odbora, dok iznos od 25% ostvarenog godišnjeg dodatka spada u takozvanu odgođenu isplatu – pri čemu član Uprave stječe pravo na isplatu uz razdoblje zadržavanja (*vesting period*) do isteka mjeseca travnja četvrte godine, pod uvjetom da je on/ona još uvijek zaposlen/a u Društvu ili njegovu povezanom društvu na dan 1. travnja predmetne godine,
- **polica životnog osiguranja** koju za članove Uprave ugovara Atlantic Grupa kod respektabilnih osiguravajućih društava s godišnjom premijom do 8.250 kuna,
- **polica osiguranja** osoba od posljedica nesretnog slučaja (nezgode) s godišnjom premijom od 8.300 kuna,
- **dobrovoljno zdravstveno osiguranje** u čiji su sustav uključeni članovi Uprave, čime im Atlantic Grupa, kao ugovaratelj osiguranja, uz godišnju premiju do 7.500 kuna 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 menadžerske ugovore koji obuhvaćaju čitav niz obvezujućih odredbi, ali i onih stimulativnih kako slijedi:

- **poslovna tajna** – članovi Uprave su obvezani na zaštitu poslovne tajne društva za vrijeme i nakon prestanka radnog odnosa, bez obzira na razloge prestanka radnog odnosa. Obveza čuvanja poslovne tajne uključuje i poslovne tajne povezanih društava Atlantic Grupe d.d.,
- **zabrana natjecanja** – obvezuje člana Uprave u periodu godine dana od dana isplate otpremnine,
- **ugovorna kazna** – u slučaju kršenja zabrane natjecanja, član Uprave je u obvezi platiti ugovornu kaznu u iznosu dvanaest prosječnih mjesečnih neto plaća 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,
- **ostale aktivnosti**, 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., član Uprave 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 od 3 godine, s mogućnošću otkaza u skladu sa zakonom predviđenim rokovima,
- **otpremnina** – ugovorena otpremnina u iznosu dvanaest (12) prosječnih mjesečnih bruto plaća člana Uprave isplaćenih članu Uprave u tri mjeseca prije prestanka ugovora. Obveza 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.

Predsjedniku Uprave Atlantic Grupe d.d., **Emilu Tedeschiju** isplaćena je u 2021. godini ukupna naknada u (bruto 1) iznosu od 5.048.082,28 kuna, od čega iznos od 2.746.200,00 kuna predstavlja fiksni dio plaće, iznos od 2.179.160,75 kuna predstavlja varijabilni dio plaće, dok iznos od 122.721,53 kuna predstavlja ostale primitke u naravi. Fiksni dio plaće predstavlja 54,40%, varijabilni dio plaće predstavlja 43,17% a ostali primici u naravi predstavljaju 2,43% od ukupnog primitka.

Nevenu Vrankoviću, Potpredsjedniku Grupe za korporativne aktivnosti, isplaćena je u 2021. godini ukupna naknada u (bruto 1) iznosu od 3.092.079,46 kuna, od čega iznos od 1.790.400,00 kuna predstavlja fiksni dio plaće, iznos od 1.231.596,88 kuna predstavlja varijabilni dio plaće (isplata u dionicama Društva), dok iznos od 70.082,58 kuna predstavlja ostale primitke u naravi. Fiksni dio plaće predstavlja 57,90%, varijabilni dio plaće predstavlja 39,83% a ostali primici u naravi predstavljaju 2,27% od ukupnog primitka.

Zoranu Stankoviću, Potpredsjedniku Grupe za Financije, nabavu i investicije, isplaćena je u 2021. godini ukupna naknada u (bruto 1) iznosu od 2.988.593,74 kuna, od čega iznos od 1.736.400,00 kuna predstavlja fiksni dio plaće, iznos od 1.199.345,50 kuna predstavlja varijabilni dio plaće (isplata u dionicama Društva), dok iznos od 52.848,24 kune predstavlja ostale primitke u naravi. Fiksni dio plaće predstavlja 58,10%, varijabilni dio plaće 40,13% a ostali primici u naravi predstavljaju 1,77% od ukupnog primitka.

Ladi Tedeschi Fiorio, Potpredsjednici Grupe za Korporativnu strategiju i razvoj, isplaćena je u 2021. godini ukupna naknada u (bruto 1) iznosu od 3.010.133,88 kuna, od čega iznos od 1.680.000,00 kuna predstavlja fiksni dio plaće, iznos od 1.243.060,50 kuna predstavlja varijabilni dio plaće, dok iznos od 87.073,38 kuna predstavlja ostale primitke u naravi. Fiksni dio plaće predstavlja 55,81%, varijabilni dio plaće 41,30%, a ostali primici u naravi predstavljaju 2,89% od ukupnog primitka.

Srećku Nakiću, Potpredsjedniku Grupe za distribuciju, isplaćena je u 2021. godini ukupna naknada u (bruto 1) iznosu od 2.981.274,85 kuna, od čega iznos od 1.685.400,00 kuna predstavlja fiksni dio plaće, iznos od 1.248.000,00 kuna predstavlja varijabilni dio plaće (isplata u dionicama Društva), dok iznos od 47.874,85 kuna predstavlja ostale primitke u naravi. Fiksni dio plaće predstavlja 56,53%, varijabilni dio plaće 41,86%, a ostali primici u naravi predstavljaju 1,61% od ukupnog primitka.

Enzu Smrekaru, Potpredsjedniku Grupe za Delikatesne namaze, Donat i internacionalizaciju, isplaćena je u 2021. godini ukupna naknada u (bruto 1) iznosu od 2.998.803,51 kuna, od čega iznos od 1.623.231,70 kuna predstavlja fiksni dio plaće, iznos od 1.148.255,75 kuna predstavlja varijabilni dio plaće od čega se 1.097.250,00 kuna odnosi se na isplatu u dionicama, a ostatak na isplatu u novcu u iznosu od 51.005,75 kuna, dok iznos od 227.316,06 kuna predstavlja ostale primitke u naravi. Fiksni dio plaće predstavlja 54,13%, varijabilni dio plaće predstavlja 38,29% a ostali primici u naravi predstavljaju 7,58% od ukupnog primitka.





STRATEŠKO POSLOVNO VIJEĆE

Strateško poslovno vijeće, od njegova osnivanja početkom 2012. godine, djeluje kao multifunkcionalno tijelo koje raspravlja o vitalnim strateškim i operativnim korporativnim pitanjima, analizira poslovanje, ključne odluke, definira prioritete, te koordinira između organizacijskih cjelina. Tijekom 2021. godine Vijeće su činili sljedeći članovi: Predsjednik Uprave, Potpredsjednik Grupe za Korporativne aktivnosti, Potpredsjednik Grupe za Financije, nabavu i investicije, Potpredsjednica Grupe za Korporativnu strategiju i razvoj, Potpredsjednik Grupe za Distribuciju, Potpredsjednik Grupe za delikatesne namaze, Donat i internacionalizaciju, Glavni direktori Poslovnih i Strateških poslovnih područja, Glavni direktori Strateških distribucijskih područja, Stariji izvršni direktori Privatnih robnih marki, Korporativnih pravnih poslova, upravljanja kvalitetom i upravljanja imovinom, Transformacija i informacijskih tehnologija te Upravljanja korporativnim ključnim kupcima, Generalni tajnik kao i Izvršni direktori Centralne nabave, Ljudskih potencijala i kulture, Centralnih Financija i Korporativnog kontrolinga, Centralnog marketinga te Korporativne strategije i novog rasta.

POSLOVNI ODBORI

U kompaniji djeluje Odbor za društvenu odgovornost, koji doprinosi implementaciji načela održivog razvoja u svakodnevnom poslovanju na način da prati stanje u kompaniji i pokreće inicijative za unapređenje društveno odgovornog poslovanja. Odbor za društvenu odgovornost vodi Generalni tajnik Društva, a članovi su Izvršni direktor Ljudskih potencijala i kulture, Direktor Korporativnih komunikacija i Direktor Korporativnog upravljanja kvalitetom.

INTERNA REVIZIJA U 2021. GODINI

Korporativna Interna revizija Atlantic Grupe izvršava funkciju neovisne revizije i kontrole te informira menadžere kroz sveobuhvatna izvješća o provedenoj reviziji u formi nalaza i prijedloga poboljšanja.

Realizacija prijedloga poboljšanja prati se putem digitalnog alata. Interna revizija odgovorna je za procjenjivanje razine upravljanja rizicima u poslovnim procesima, revidiranje efikasnosti sustava internih kontrola sa svrhom unapređenja upravljanja rizicima i usklađenosti s procedurama te ispitivanje i analiziranje usuglašenosti postojećih poslovnih sustava s usvojenim politikama, planovima, procedurama, zakonima i pravilima koji mogu imati značajan utjecaj na poslovna izvješća. Zadužena je za preporučivanje preventivnih mjera u području financijskog izvješćivanja, usklađenosti, poslovanja i kontrole u cilju otklanjanja rizika i eventualnih nedostataka koji bi mogli voditi do neučinkovitosti procesa ili prijevornih postupaka. Interna revizija o svom radu i planu revizije informira Komisiju za reviziju Nadzornog odbora, a nalazi i preporuke pomažu menadžmentu u poboljšavanju procesa, preventivnom eliminiranju potencijalnih rizika ili umanjeњу rizika na prihvatljivu razinu.

U 2021. godini realizirano je dvadeset i pet revizija u sljedećim područjima: usporedba proizvodnih pogona unutar SPP Kave, proces nabave kokošjeg mesa i ribe, proces upravljanja reklamacijama nesukladnih gotovih proizvoda, upravljanje izdavanjem gratis robe kod distributera, korporativno upravljanje odnosa s investitorima i dr. Navedeni revizijski postupci inicirali su ukupno 66 preporuka za poboljšanje poslovanja i umanjeње specifičnih rizika na prihvatljivu razinu.



Društvena odgovornost

Etika u poslovanju

BORBA PROTIV MITA I KORUPCIJE

Za razumijevanje pojma mita i korupcije važno je navesti da on uključuje prakse kao što su: neformalna plaćanja, prijevarena, iznuda, tajni dogovor i pranje novca, nudenje ili primanje darova, zajmova, naknada, nagrada ili drugih koristi kao poticaja da se učini nešto što je nepošteno, nezakonito ili predstavlja povredu povjerenja, pronevjeru, trgovanje utjecajem, zlouporabu položaja, nezakonito bogaćenje, prikrivanje te ometanje pravde. Korupcija je široko povezana s negativnim utjecajima kao što su siromaštvo u tranzicijskim ekonomijama, šteta nanosena okolišu, zlouporaba ljudskih prava, zlouporaba demokracije, nepravilna raspodjela ulaganja i podrivanje vladavine prava.

Atlantic Grupa d.d. i ovisna društva poštuju dobre i odgovorne prakse poslovanja na tržištu, jednako kao i međunarodne norme te se u svojem radu odnose s integritetom. U formalnom smislu to pokazujemo prihvaćanjem načela inicijative UN-a „Global Compact“, Kodeksa etike u poslovanju Hrvatske gospodarske komore te Kodeksa korporativnog upravljanja Zagrebačke burze i HANFA-e.

PRIJAVLJIVANJE NEPRAVILNOSTI

S obzirom na to da Društvo svojim zaposlenicima želi osigurati pravo na pošten, odgovoran, transparentan i etičan rad, odnosno radno okruženje u kojem se poštuju osnovna načela poslovnog ponašanja, Atlantic Grupa je usvojila Pravilnik o prijavljivanju nepravilnosti kojim se propisuje postupak njihova prijavljivanja te prava i dužnosti svakog i svih zaposlenika Atlantic Grupe koji u svojem radu uoče ili postanu svjesni bilo stvarne ili potencijalne nezakonite radnje ili potencijalnog kršenja prihvaćenih pravila poslovnog ponašanja u Društvu od strane drugog zaposlenika (ili više njih). Navedenim Pravilnikom definirano je što predstavlja nezakonitu radnju ili kršenje prihvaćenog poslovnog ponašanja (nepravilno ponašanje), prava i dužnosti zaposlenika koji u svom radu uoči ili postane svjestan nepravilnog ponašanja na prijavu istoga nadležnim tijelima Atlantic Grupe te postupanje nadležnih tijela Atlantic Grupe po takvoj prijavi.

Zaposleniku koji je podnio prijavu o potencijalnom nepravilnom ponašanju u skladu s Pravilnikom jamči se potpuna povjerljivost svih podataka o njegovu/njezinu identitetu, kao i o sadržaju prijave kojom je prijavio/la potencijalno nepravilno ponašanje. Osim toga, svaki zaposlenik koji tijekom svojeg rada uoči ili postane svjestan nepravilnog ponašanja ima pravo, po vlastitom nahođenju, podnijeti anonimnu prijavu o potencijalnom nepravilnom ponašanju bez davanja podataka o svojem identitetu.

ETIČKI KODEKS NABAVNE ORGANIZACIJE

Etički kodeks nabavne organizacije predstavlja skup vrijednosti, standarda, načela i pravila koje svi zaposlenici nabavne organizacije Atlantic Grupe odgovorni za nabavu u kompaniji moraju poštivati pri obavljanju svojih poslovnih aktivnosti. Etički kodeks obuhvaća sljedeća područja:

- **Usklađenost sa zakonima i propisima** – Zaposlenici u nabavi dužni su se informirati o svim promjenama zakona i propisa koji se odnose na nabavu te primjenjivati ih u svom poslu. Osim raznih nacionalnih i međunarodnih zakona i propisa općeg karaktera, zaposlenici nabavne organizacije moraju slijediti i primjenjivati sve ostale zakone i propise koji se odnose na trgovinu, industriju, zaštitu patenata i autorskih prava, zaštitu okoliša, sigurnost na radu, radno pravo, itd.
- **Primjena kriterija održive nabave** – Pri donošenju odluka o korištenju resursa i nabavi, nabavna organizacija Atlantic Grupe uzima u obzir kako okolišne tako i društvene čimbenike s ciljem što većeg smanjenja okolišnog i društvenog utjecaja koji predmeti koje kupujemo mogu imati. Poslovi nabave moraju se obavljati tako da se poštuje društvena, etnička, kulturna, seksualna i rasna različitost, dok se poslovne odluke ne smiju usmjeravati na način koji pogoduje bilo kojoj kategoriji etničkih, seksualnih ili rasnih kriterija.
- **Pošteno postupanje prema dobavljačima** – Nabavna organizacija i njezino osoblje moraju omogućiti i podržati pošteno tržišno natjecanje među potencijalnim dobavljačima koji su zainteresirani za sklapanje poslovnog odnosa s Atlantic Grupom. To znači da postupak odabira dobavljača mora uvijek biti definiran i vođen tako da se prioritet daje dobavljačima koji su sposobni pružiti kvalitetne proizvode ili usluge po konkurentnim cijenama, odnosno koji u odnosu na druge dobavljače imaju vidljive i dokazane prednosti za poslovanje Atlantic Grupe. Prilikom odabira dobavljača ili nakon što je suradnja s dobavljačima već uspostavljena, nije dopušten bilo kakav utjecaj koji nije poslovne prirode ili koji proizlazi iz osobnog interesa osoblja nabavne organizacije. U tom smislu, zaposlenici u nabavi nemaju pravo tražiti ili primiti novac, usluge ili darove od dobavljača ili potencijalnih dobavljača. Iznimno, mogu se prihvatiti samo poslovni darovi simboličke vrijednosti kao izraz uobičajene poslovne prakse ili ljubaznosti poslovnog partnera, ali njihovo davanje ili prihvaćanje ni na koji način ne smije utjecati na proces donošenja odluka, odabir dobavljača, pregovore ili ugovore s dobavljačima. Način postupanja prema dobavljačima, bez obzira na njihovu pregovaračku poziciju i snagu odjela nabave, moraju biti civilizirani i pošteni, a osoblje nabavne organizacije dužno je poštivati sve uvjete dogovorene s dobavljačima pod uvjetom da i druga strana poštuje svoje obveze. Zaposlenici nabavne organizacije također se obvezuju na čuvanje tajni i profesionalnih podataka te njihovu selektivnu uporabu, što se odnosi i na sve povjerljive informacije dobivene od dobavljača tijekom natjecanja za isporuku roba i usluga, kao i na ponude ili poslovne izvještaje. Te se informacije ne smiju učiniti dostupnima trećim stranama bez suglasnosti strane koja je te informacije stavila na raspolaganje.



- **Poštovanje nabavne profesije** – Osoblje nabavne organizacije treba razvijati i održavati svoje profesionalne kompetencije, što znači da je dužno kontinuirano razvijati i unapređivati svoju profesionalnu vrijednost kako u pogledu specifičnih vještina i znanja u području nabave (tehničko znanje, poznavanje trgovine, zakona i propisa), tako i u smislu komunikacijskih i drugih „mekih“ vještina. Kako bi to postigli, zaposlenici u nabavi trebali bi biti otvoreni za komunikaciju s drugim profesionalcima u nabavi izvan kompanije te s udrugama i institucijama povezanim s nabavom radi razmjene iskustava i mišljenja. Kao predstavnici nabavne profesije, zaposlenici nabavne organizacije Atlantic Grupe trebaju postupati tako da zadrže dostojanstvo nabavne profesije te istodobno osiguraju da i ostali koji su u kontaktu s njima prepoznaju dostojanstvo nabavne profesije.





Održivi razvoj

U Atlantic Grupi održivost razumijemo kao proces stvaranja novih prilika i razvojnih mogućnosti za naše poslovanje, kao i za bolju budućnost novih generacija. S ciljem poboljšanja okolišnih, socijalnih i ekonomskih ciljeva, rizike i prilike održivosti prepoznajemo, pa tako i djelujemo, u više smjerova: na području razvoja novih proizvoda, tehnoloških procesa, razvoja zaposlenika, komunikacije s kupcima i potrošačima, odnosa s investitorima te upravljanja lancem nabave.

Naša politika kvalitete potvrđuje predanost načelima održivog razvoja, ekonomske učinkovitosti, odgovornosti za okoliš i društvene odgovornosti. To znači da, osim poštivanja nacionalnih propisa i međunarodnih standarda, razvijamo interne procedure i politike za najznačajnija pitanja za našu kompaniju kao i šire za naše dionike, pri čemu uzimamo u obzir lokalne i globalne trendove u održivosti. Budući da su visoki standardi kvalitete naša temeljna obveza, djelujemo na načine koji stvaraju vrijednost za zajednicu i pomažu u zaštiti okoliša za buduće generacije.

Atlantic Grupa potpisnik je UN Global Compact inicijative od 2007. godine te su naše poslovne prakse u skladu sa zahtjevima standarda održivosti i globalnih ciljeva održivosti. Radi veće transparentnosti ovom je izvještaju priložen indeks sadržaja Globalne inicijative za izvještavanje (GRI), uključujući reference na globalne ciljeve održivog razvoja (SDG).

Na koji način podržavamo načela UN Global Compact-a:

Načela UN Global Compact	Politika i praksa Atlantic Grupe
Ljudska prava Načelo 1. – Tvrtke bi trebale podupirati i poštivati zaštitu međunarodno priznatih ljudskih prava. Načelo 2. – Tvrtke bi se trebale pobrinuti da ne sudjeluju u kršenjima ljudskih prava.	Korporativne vrijednosti i kultura, politike i postupci kompanije u pogledu ljudskih prava, jednakih mogućnosti, sigurnih i zdravih uvjeta rada dostupni su na intranetu Društva, kao i na svim našim oglasnim pločama. Etički kodeks nabavne organizacije Humanitarne akcije za potporu ranjivim društvenim skupinama
Rad Načelo 3: Tvrtke bi trebale podržavati slobodu udruživanja i stvarno priznavanje prava na kolektivno pregovaranje. Načelo 4. – Tvrtke bi trebale podržavati ukidanje svih oblika prisilnog rada. Načelo 5. – Tvrtke bi trebale podržavati stvarno ukidanje dječjeg rada. Načelo 6. – Tvrtke bi trebale podržavati ukidanje diskriminacije u vezi sa zapošljavanjem i izborom zanimanja.	Atlantic Grupa snažno podupire pravo na udruživanje svojih zaposlenika i rad svojih sindikata. U 2021. godini 73 % naših zaposlenika bilo je obuhvaćeno kompanijskim kolektivnim ugovorima. Atlantic Grupa je jedna od potpisnica Povelje o raznolikosti (Diversity Charter) – inicijative pokrenute u 16 zemalja Europske unije, koja je u Hrvatskoj razvijena u sklopu projekta Hrvatskog poslovnog savjeta za održivi razvoj (HR PSOR). Atlantic Grupa je jedna od članica Saveza za rodnu ravnopravnost na radnom mjestu, mreže tvrtki pokrenute 2019.
Okoliš Načelo 7. – Tvrtke bi trebale podupirati predostrožan pristup izazovima na području okoliša. Načelo 8. – Tvrtke bi trebale pokrenuti inicijative radi promicanja veće odgovornosti prema okolišu. Načelo 9. – Tvrtke bi trebale poticati razvoj i širenje ekološki prihvatljivih tehnologija.	Na svim poslovnim lokacijama implementiran je potpuno integrirani sustav upravljanja kvalitetom i okolišem (EMS) i sustav upravljanja energijom (EnMS) . U 2021. godini definirano je pet stupova plana održivosti i prioritetni ciljevi . Inovacijski proces koji se koristi za dizajniranje novih proizvoda uključuje obvezne kriterije ekološke i društvene odgovornosti.
Borba protiv korupcije Načelo 10. – Tvrtke bi trebale raditi na suzbijanju korupcije u svim njenim oblicima, uključujući iznudu i podmićivanje.	Kodeks korporativnog upravljanja Atlantic Grupe Kodeks korporativnog upravljanja Hrvatske agencije za nadzor financijskih usluga (HANFA) i Zagrebačke burze Kodeks etike u poslovanju Hrvatske gospodarske komore Pravilnik o prijavljivanju nepravilnosti

EU TAKSONOMIJA

Sukladno prirodi predmeta poslovanja Atlantic Grupe, djelatnosti kojima se Atlantic Grupa bavi ne mogu se uvrstiti u ekonomske djelatnosti koje pridonose klimatskim ciljevima, opisane u delegiranim aktima donesenima na temelju članka 10. stavka 3. (Znatan doprinos ublažavanju klimatskih promjena) i članka 11. stavka 3. (Znatan doprinos prilagodbi klimatskim promjenama) Uredbe (EU) 2020/852. Pri procjeni koristili smo IT alat za taksonomiju EU-a za održive djelatnosti („kompas za taksonomiju“). Slijedom navedenog, prema članku 10. Uredbe (EU) 2021/2178, Atlantic Grupa izjavljuje da nema udio izloženosti prema taksonomski prihvatljivim ekonomskim djelatnostima u svojim ukupnim prihodima te kapitalnim i operativnim rashodima. Ukupni prihodi, investicije i troškovi koji otpadaju na taksonomski neprihvatljive djelatnosti prezentirani su u poglavlju „Financijsko poslovanje Atlantic Grupe“ te u konsolidiranim financijskim izvještajima.

UKLJUČIVANJE DIONIKA

Kao multinacionalna kompanija imamo utjecaj na odluke velikog broja kategorija dionika, kako unutarnjih tako i vanjskih. Prema Kodeksu korporativnog upravljanja Atlantic Grupe, dionici su subjekti koji preuzimaju određene izravne ili neizravne rizike u odnosu na našu kompaniju.

Za transparentne i kvalitetne odnose Atlantic Grupe s njezinim dionicima odgovorna je Uprava, koja je obvezna voditi računa o tome da kompanija poštuje sva prava dionika i uzima u obzir njihove interese u skladu sa zakonom i dobrim poslovnim običajima. Odgovorno ponašanje za nas znači sudjelovanje u stalnom dijalogu, kako na lokalnoj tako i na međunarodnoj razini, kako bismo razumjeli različite motive i zabrinutosti glavnih dionika, kao i globalne trendove koji su im važni.

Savjetovanja s dionicima redovito se provode kroz brojne kanale, a u različitim dijelovima ovog izvješća obrađuju se teme od interesa za naše dionike.



Ključni dionici	Komunikacijski kanali	Područja interesa i uzajamne koristi
Zaposlenici	Redovno ispitivanje angažiranosti zaposlenika Korporativni interaktivni intranet Godišnji U3 proces (određivanje osobnih ciljeva) Edukacije i interne radionice Offline i online bilten	Vrlo angažirani i sposobni zaposlenici, ravnopravnost spolova i bez ozljeda na radu Razvoj talenata i napredovanje u karijeri „Sudjelovanje u zajednici“ – <i>Community Engagement</i> Visoka kultura sigurnosti hrane i pitanja održivosti ugrađena u poslovne procese i ciljeve
Potrošači i kupci	Regionalni kontakt centar Internetske stranice brendova Kanali društvenih medija brendova Informacije na proizvodu Marketinške kampanje i događaji Educiranje potrošača/kupaca na prodajnim mjestima	Okrenutost ka potrošačkim potrebama i očekivanjima Zdravi način života Proizvodi s niskim utjecajem na okoliš
Zajednice i okoliš	Regionalni kontakt centar Postupak donacija i sponzorstava Neposredna suradnja s predstavnicima lokalne zajednice LinkedIn profil Atlantic Grupe	Zaštita životne sredine Prihvatljive tehnologije i proizvodi Nova radna mjesta „Sudjelovanje u zajednici“ – <i>Community Engagement</i>
Kupci i korisnici usluga kompanije	Ugovori o prodaji Sastanci i B2B dogaćanja	Ispunjavanje potreba potrošača nudeći im izbor i kvalitetu Ekonomska vrijednost Održiva nabava i lanac opskrbe
Dobavljači	Portal za dobavljače Ugovori o kupnji Ugovori o kvaliteti i održivosti	Inovativni i učinkoviti proizvodi i usluge Ekonomska vrijednost Lanac opskrbe s niskim utjecajima na okoliš, očuvanjem biološke raznolikosti, pravednim ljudskim pravima i dobrobiti životinja Poslovna etika u nabavnom lancu
Dionici i vjerovnici	Glavna skupština Korporativna internetska stranica Sastanci i konferencije Transparentno izvještavanje	Ostvarivanje snažnih održivih prihoda i dividendi, čime se postiže podrška baze dioničara Transparentno upravljanje Ekonomski učinci Razvojne strategije
Tijela javne vlasti	Sastanci i savjetovanja Sudjelovanje na forumima, industrijskim platformama i programima suradnje na pitanjima od zajedničkog interesa	Suradnja s ciljem doprinosa javnom dobru Gospodarski učinci Transparentno upravljanje

ZNAČAJNOST (MATERIJALNOST)



Našu prvu sustavnu procjenu značajnosti vođenu kriterijima Globalne inicijative za izvještavanje (GRI) izradili smo već 2013. godine. Sve relevantne teme (ekonomska vrijednost, energija, voda, bioraznolikost, emisije, otpad, zapošljavanje, zdravlje i sigurnost na radu, sigurnost proizvoda i zdrava prehrana, obuka, kasnije uključene raznolikost i jednake mogućnosti) objavljene su u izvještajima Atlantic Grupe o održivosti, koji se izdaju godišnje, od 2014. do 2021. godine.

Nakon pažljivog razmatranja dionika i globalnih trendova, nove strategije i ciljeva, te uzimajući u obzir Europski zeleni plan i zahtjeve nefinancijskog izvještavanja, u 2021. godini smo izdvojili najvažnije stupove na kojima gradimo društvene i ekološke ciljeve visokog prioriteta. Takvih je pet stupova, koji predstavljaju glavne prioritete održivog razvoja:



INTEGRIRANJE ODRŽIVOSTI U STRATEGIJE POSLOVANJA I FUNKCIJA



Izvedeni iz pet glavnih prioriteta, sljedeći ciljevi predstavljaju okvir kojem se sve operativne aktivnosti moraju prilagoditi u svom budućem razvoju:

- smanjenje emisija stakleničkih plinova,
- odgovorno korištenje vode,
- mogućnost potpunog recikliranja ambalaže,
- vrlo angažirani i sposobni zaposlenici, bez ozljeda, ravnopravnost spolova,
- stalno poboljšavanje receptura u smislu poboljšane nutritivne vrijednosti, čistih etiketa (*clean labels*) i smanjenje nepotrebnog pakirnog materijala.



AG INDEKS ODRŽIVOSTI (AG SUSTAINABILITY INDEX)

Da bi transparentno mjerili napredak prema postavljenim ciljevima, definirani i uravnoteženi su ključni pokazatelji uspješnosti, koji zajedno tvore Atlanticov indeks održivosti (prikazano u tablici). Na taj način ekonomski i financijski pokazatelji uspjeha balansirani su sa društvenim i okolišnim ciljevima, pokazujući održiv učinak cijele organizacije.



Prakse mjerenja uskladili smo kroz cijelu organizaciju, a 2020. godine je definirana kao polazna vrijednost za mjerenje napretka. Rezultati upravljanja objavljeni su u odgovarajućim odjeljcima ovog izvještaja.

Za nadolazeće godine postavljeni su obvezujući ciljevi po svim organizacijskim nivoima poslovanja, a dodatno su na korporativnoj razini ugrađeni u model nagrađivanja Uprave i višeg menadžmenta.

Osim što su posvećena prioritetima i ciljevima korporativne održivosti, poslovna i distribucijska područja te ključne korporativne aktivnosti razvijaju vlastite strategije održivosti prilagođene specifičnim dionicima i vrijednostima svakog od njih. U budućnosti planiramo unaprijediti praksu mjerenja, ojačati znanje te aktivno tražiti i razvijati moguća nova partnerstva kako bismo ubrzali napredak prema ambicioznim ciljevima.

ODRŽIVI PROIZVODI

Posvećeni smo inovacijama u korist potrošača, okoliša i društva te transparentnoj komunikaciji. Svi proizvodi iz asortimana Atlantic Grupe su označeni znakovima za sigurno odlaganje i pravilno recikliranje ambalaže. Sve kategorije proizvoda s energetsom vrijednošću imaju deklaraciju s nutritivnim i kalorijskim vrijednostima na kojoj se navode točne i iskrene informacije, usklađenost podataka se analitički procjenjuje na godišnjoj razini. Navodimo i dodatne informacije o mikronutrijentima, kao što su minerali u flaširanoj vodi i vitamini u proizvodima bogatim vitaminima, usklađenost tih podataka također se redovito analitički procjenjuje. Sve zdravstvene tvrdnje na etiketama (npr. funkcionalna voda Donat) su klinički dokazane. U procjene rizika u području sigurnosti hrane uključujemo vjerojatnost pogrešne ili nenamjerne upotrebe proizvoda te, na temelju nalaza, informiramo potrošače o dodatnim upozorenjima radi sigurne potrošnje. Neprestano nastojimo unaprijediti recepture i poboljšati nutritivnu vrijednost proizvoda te osmisliti nove proizvode za zdravu prehranu, pri čemu svaki brend/kategorija hrane postavlja svoje ciljeve održivosti. Osim toga, stalno nastojimo što više umanjiti negativne utjecaje proizvoda na okoliš i društvo, a na etiketama navodimo točne i sljedeće informacije i oznake (npr. ekološka poljoprivreda, zaštita prašuma, odgovorno ribarstvo...). I konačno, ali ne i najmanje važno, poštujemo posebne zahtjeve određenih etičkih i vjerskih zajednica u pogledu prehrane te potrošaču omogućujemo da prepozna i odabere proizvod za pravilnu prehranu, npr. veganski, Halal, Košer.

U tablici se navode podaci o svim poboljšanim recepturama i oblicima ambalaže u posljednje dvije godine.

Sažeti rezultati za sve brendove Atlantic Grupe	2020.	2021.
Broj novih receptura godišnje u zauzetoj* kategoriji	48	48
Broj proizvoda s unaprijeđenom ambalažom s obzirom na smanjenje emisija stakleničkih plinova (lakša ambalaža i druge inovacije)	161	8

*Zauzete kategorije uključuju: organski, certificirani *Cocoa Horizons*, veganski, bez dodanog šećera, s manje šećera, bez aditiva, bez palminog ulja, bogato vlaknima, poboljšana nutritivna vrijednost, niska energetska vrijednost, funkcionalni sastojci.

Sponzorstva i donacije

Vrijednosti kompanije – briga, otvorenost, rast i strast – promoviraju se i kroz brojna sponzorstva i donacije. Uz kontinuiranu **brigu** prema svim dionicima uvijek smo **otvoreni** prema novim idejama, orijentirani na **rast i strastveni** prema poslu. Atlantic Grupa kontinuirano vodi računa o zajednici u kojoj živimo, po-nišavajući se na mnogo načina kao društveno odgovorna kompanija.

SPORT



KOŠARKA

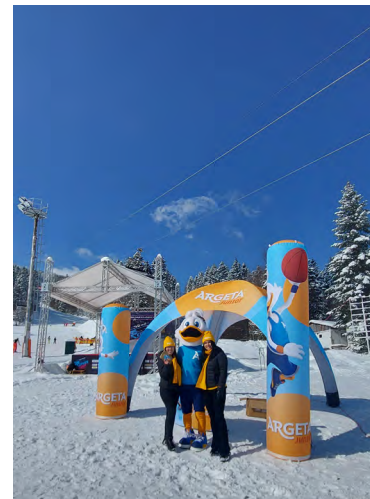
- **KK CEDEVITA OLIMPIJA** • **KK CEDEVITA JUNIOR**

Promocija sporta i zdravog načina života te posebice košarke je za Atlantic Grupu i ove godine bila prioritet. Atlantic Grupa je, kao jedan od glavnih sponzora, nastavila pratiti košarkaški klub Cedevita Olimpija iz Ljubljane. Nakon pandemijske godine koja je zaustavila većinu događanja sportskog svijeta, uslijedila je 2021. godina koja je za KK Cedevita Olimpiju bila puno aktivnija. U drugoj sezoni od kada su se udružili KK Cedevita iz Zagreba i KK Petrol Olimpija iz Ljubljane, KK Cedevita Olimpija etablirala se kao neosporna vrijednost u europskim okvirima uz brojne uspjehe. Plasirala se u TOP 16 fazu drugog po snazi europskog klupskog natjecanja 7DAYS Eurokupa, zauzela 5. mjesto u regionalnoj ABA Ligi te osvojila naslov slovenskog državnog prvaka Lige Nova KBM. Seniorsku postavu trenerski vodi Jurica Golemac, a momčad u svojim redovima ima niz slovenskih reprezentativaca od kojih je šest bilo u krugu onih koji su Sloveniji donijeli plasman u četiri najbolja na Olimpijskim igrama u Tokiju u ljeto 2021. godine. Dodatno, uz KK Cedevita Olimpiju sa sjedištem u velebnj Ljubljanskoj Areni Stožice, u Zagrebu djeluje i košarkaški klub Cedevita Junior koji u fokusu ima prvenstveno mlade igrače te samim time predstavlja svojevrsnu košarkašku akademiju kojoj je cilj razvoj vrhunskih sportskih talenata u kvalitetne seniorske igrače, nositelje kvalitete u reprezentacijama regije. Pandemijska 2020. godina zaustavila je većinu sportskih događanja, te se mlada momčad Cedevite Junior tek prošle sezone imala priliku pokazati u najboljem svjetlu. KK Cedevita Junior se iz Prve lige probila u elitni hrvatski klupski razred, HT Premijer ligu u kojoj niže uspjehe s novim trenerom Damirom Mulaomerovićem. KK Cedevita Junior kao izravni nasljednik baštine koju je u Zagrebu ostavila KK Cedevita nastavlja s radom i punim kapacitetima razvija jednu od najmasovnijih Škola košarke u regiji, koristeći sve što nudi moderni trening centar, Dom košarke Cedevita na zagrebačkom Velesajmu. Klub i Škola košarke uz to aktivno djeluju u više od 20 škola košarke u zagrebačkim osnovnim školama, osiguravajući tako budućnost ovog sporta jednako kao i mogućnost zdravog i aktivnog načina života. Kvalitetu i ambiciju dokazuje i činjenica da se omladinski pogon Cedevite Junior jedini od svih klubova u Hrvatskoj plasirao u četiri najbolje momčadi prvenstva Hrvatske u svim starosnim kategorijama.



SKIJANJE

Skijaške reprezentacije Hrvatske i Slovenije prošle su godine nizale brojne uspjehe uz podršku Atlantic Grupe. Uz *branding* Atlantica Filip Zubčić po prvi se put u karijeri našao na postolju u slalomu Svjetskog kupa. Slovenska skijaška reprezentacija također je ostvarila iznimne plasmane. Djevojke iz slovenskog tima, Andrea Slokar, Ana Bucik i Neja Dvornik, već su na prvom slalomu skijaške sezone ljestvicu postavile visoko, zauzevši 4., 11. i 16. mjesto. Bez potpore Atlantica nije mogao proći ni jedan od najspektakularnijih zimskih sportova, skijaški skokovi (Skoki Ljubno, Pokal Argeta Junior).



OSTALE SPORTSKE AKTIVNOSTI

U posljednje dvije godine najviše se govorilo o zdravlju, ali i o sportu te njegovoj ulozi u očuvanju zdravlja. Upravo je zato Atlantic Grupa prošle godine najviše sredstava namijenila sportu. Podrška Atlantic Grupe stigla je tenisačima (iTeam, Zagreb, WTA turnir BOL). Rukometaši i gosti Svjetskog prvenstva veterana u rukometu (Omiš), kao i Međunarodnog kampa rukometnih vratara uživali su u brojnim Atlanticovim proizvodima. Podržati bavljenje sportom već od malih nogu važan je cilj. Zato je Atlantic Grupa podupirala rad Sportske škole za djecu Sporti, izazov za djecu Urbani Gladiatorček, kamp za mlade nade odbojke Volleycamp te manifestaciju Dani športa. Sve popularniji ekstremni sport vožnja je BMX-a u slobodnom stilu, a jedan od najboljih vozača je Jaka Remec. Jaka ima samo 17 godina, a već ga nazivaju budućnošću BMX-a. Njegove natjecateljske „uspone i padove“ ove su godine podržavali brendovi Atlantic Grupe. Atlantic Grupa svoju je podršku u 2021. godini rado pružila stolnoteniskom klubu Malinska, ali i vaterpolo klubu Jadran Split. Natjecateljski street challenge u Lipiku i ove je godine uz najbolje europske momčadi 3x3 košarke pružao atraktivan popratni sadržaj zajedno s brendovima Atlantic Grupe.



WTA TURNIR BOL ~ WTA URNABI GLADIATORČEK BOL ~ VK JADRAN SPLIT
VOLLEYCAMP POREČ ~ JAKA REMEC ~ TENISKI KLUB ITEAM ~ GREEN RUN
SVJETSKO PRVENSTVO VETERANA U RUKOMETU ~ SPORTSKA ŠKOLA SPORTI
MEĐUNARODNI KAMP RUKOMETNIH VRATARA ~ STREET CHALLENGE LIPIK
STK MALINSKA ~ ZAGREBAČKI CENER ~ ŽUMBERAČKA UTRKA



VALUE DAY EVERY

DAN VRIJEDNOSTI

Dan vrijednosti je kao godišnja aktivnost zaposlenika osmišljen prije devet godina s ciljem organizirane individualne pomoći zajednici u kojoj zaposlenici kompanije rade i žive. Ovaj projekt tijekom jednog dedicanog dana u godini na svim našim tržištima nudi brojne mogućnosti osobnog uključivanja zaposlenika u akcije koje najbolje odgovaraju njihovom senzibilitetu – od darivanja krvi, pomoći dječjim domovima, skloništima za životinje, čišćenju šume, uređenju neposrednog okruženja kompanije itd. Pandemija je i u ovaj projekt unijela promjene, pa je projekt proširen na aktivnosti tijekom cijele godine, odnosno na Dane vrijednosti, s aktivnostima koje su se provodile svaki dan – snimanjem lektire i audioknjiga za slijepu i slabovidnu djecu, svakodnevnom brigom o sugrađanima, donacijama potrebitima u sklopu Sportskih igara Atlantic Grupe te mnoge druge aktivnosti.



KULTURA I ZNANJE

26. SARAJEVO FILM FESTIVAL

Uz podršku Atlantica kao jednog od vodećih sponzora, ekipa Sarajevo Film Festival dugi niz godina radi na pozivanju kreativnih snaga diljem regije i šire, a ove godine otišli su korak dalje. U travnju je po prvi put održano regionalno festivalsko okupljanje Mreža festivala Jadranske regije.

Na inicijativu SFF-a spojena su četiri festivala iz četiri zemlje, Hrvatske, BiH, Srbije i Crne Gore. Suradnja se nastavila i na redovnim izdanjima festivala te je na ovogodišnjem SFF-u po prvi put dodijeljena nagrada Adriatic Audience Award. Zajedničkim programom žele potaknuti publiku da otkrije suvremeni europski film, a kroz nagrade podržati napore kinodistributera u regiji da vrate svoje gledatelje.





OSTALE AKTIVNOSTI U ZAJEDNICI

Atlantic Grupa njeguje svoje vrijednosti kroz brojne aktivnosti kojima pomaže zajednici. „Plastičnim čepovima do skupih lijekova” vrijedna je akcija kojoj se Atlantikovci svake godine rado odazovu. Glavna ideja akcije jest prikupljanje plastičnih čepova i slanje u Udrugu oboljelih od leukemije i limfoma (UOLL), koja zatim u zamjenu za njih dobiva novčana sredstva. Udruga zahvaljujući donacijama pomaže svojim članovima pri kupnji lijekova, transplantata ili medicinskih pomagala koje ne financira HZZO. Ove godine Atlantic Grupa udruzi je dostavila punih 35 spremnika, kao i nekoliko kutija i vreća čepova. Osim toga, donirano je 60 praznih spremnika za čepove te 20 *big bag* vreća za daljnje skupljanje. Posebno izdvajamo i to da je početkom godine značajna količina IT opreme donirana školama i učenicima na potresom pogođenom području u gradovima Glini i Petrinji te njihovoj okolini.



Ljudi i kultura

Strategija upravljanja ljudskim potencijalima u Atlantic Grupi ima tri glavne smjernice koje funkcija Ljudskih potencijala i kulture (P&C od People and Culture) trenutno primjenjuje: jednostavnost organizacijskog ustroja i procesa s korisnikom u središtu, odabir i promoviranje autentičnih lidera koji inzistiraju na osobnoj odgovornosti te građenje odnosa sa zaposlenicima kao pojedincima kojima se pružaju prilike za rast i razvoj. Ključna načela provedbe strategije ljudskih potencijala su jednostavnost, utjecaj i humanost.

Kao dio naše strategije da je zaposlenik u središtu svega što radimo, nastavili smo s dobrom praksom provedbe sveobuhvatnog istraživanja angažiranosti, a ove godine ostvarili smo rekordan odaziv i postotak ljudi koji su izrazili visoku angažiranost i zadovoljstvo radnim okruženjem u Atlanticu.

Kako bismo dodatno osjetili potrebe naših zaposlenika, razvili smo dodatne kanale ispitivanja pulsa, s posebnim naglaskom na proizvodne pogone i distribucijske centre. Sada smo u mogućnosti dobiti brze i ciljane uvide u potrebe i želje zaposlenika što nam omogućava prilagodbu naših praksi i programa na individualiziranoj razini.

U fokusu 2021. godine bio je razvoj agilnosti, edukacija i osposobljavanje podjedinica na samostalno snalaženje i odlučivanje, kako bismo kao organizacija mogli stabilnije i kvalitetnije odgovoriti na rapidno promjenjive i neizvjesne uvjete života, rada i poslovanja.

Povratkom u urede i prilagodbom uredskog rada strukturirano smo upravljali kako bismo ispratili promjenjive epidemiološke okolnosti. Istodobno smo gledali u budućnost rada od kuće te smo pripremili modele i politike za dugoročni hibridni rad koji zaposlenicima omogućavaju da odaberu model s kojim se osjećaju najugodnije – oni svoj posao mogu obavljati na radnom mjestu, od kuće na daljinu ili mogu kombinirati oba oblika rada.

Tijekom 2021. godine **virtualizirali smo najpopularniji Atlanticov kulturni program Sportske igre**, kako bismo povezali sve naše zaposlenike i ojačali osjećaj pripadanja. U ovom virtualnom izdanju Sportskih igara ključni motivacijski faktor za zaposlenike bila je humanitarna priroda igara. Rješavajući razne sportske izazove, zaposlenici su skupljali bodove koji su potom pretvoreni u humanitarni fond koji su pobjedničke ekipe mogle donirati u svrhu po vlastitom izboru.

Među priznanjima koje smo dobili za 2021. godinu ističe se ono koje smo dobili za TOP 3 Najboljeg poslodavca u Hrvatskoj, titula dobivena na temelju neovisnog istraživanja zadovoljstva i angažiranosti naših zaposlenika.



AG KPI

OMJER VISOKO ANGAŽIRANIH ZAPOSLENIKA (%)

2020.
početno
stanje

83

2021.

85

ZAPOŠLJAVANJE NOVIH ZAPOSLENIKA I FLUKTUACIJA ZAPOSLENIKA

Svi oglasi za otvorena radna mjesta provode se prema sistematizaciji radnog mjesta, opisu radnog mjesta, specifičnim znanjima te željenim vještinama i kompetencijama. Zahtijevani kriterij je jasno naveden bez ikakvih znakova diskriminacije, jasno je navedeno da se zainteresirane osobe oba spola mogu prijaviti te se, isto tako, jasno navodi da podržavamo jednaka prava pri zapošljavanju.

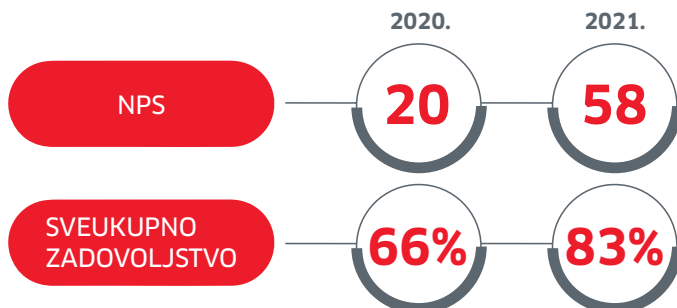
Svi menadžeri prolaze kroz obuku Ljudskih potencijala za selekcijske intervjue izvan područja Ljudskih potencijala tijekom koje su informirani o načinu vođenja intervjua i upozoreni na sve moguće znakove diskriminacije.

U vanjskom oglašavanju zaposlenici služe kao ambasadori brenda poslodavca. Održava se autentična vanjska reprezentacija i uvijek se nastoji imati jednaku zastupljenost svih skupina zaposlenika na takvim poslovima.

AG KPI		2018.	2019.	2020.	2021.
Broj novih zaposlenika		770	850	701	656
% novih zaposlenika od ukupnog broja zaposlenika		15,90%	16,61%	13,51%	12,60%

ISKUSTVA KANDIDATA

U 2020. godini smo se usredotočili na važnost iskustva kandidata tijekom cijelog procesa zapošljavanja te smo mjerili NPS (Net Promoter Score) kao i ukupno zadovoljstvo kandidata. Radili smo na provedbi i nadogradnji kritičnih segmenata kao što su smjernice za intervjue, brze povratne informacije, prijave na oglasne ploče za radna mjesta itd., što je dovelo do znatnog rasta pozitivnih povratnih informacija i iskustva kandidata tijekom 2021. godine.



OBUKA I EDUKACIJE

U 2021. godini nastavili smo s fokusom na digitalno učenje i jačanje sposobnosti naših zaposlenika za rad na daljinu. Za sve korisnike osobnih računala u Atlantic Grupi organizirano je deset modula MS Teams radionica. Uvedeni su novi programi e-učenja: udvostručen je broj internih materijala za e-učenje, uspostavljena je platforma za e-učenje jezika kao i temelji za pilot-projekte platforme za učenje putem virtualne stvarnosti i platforme za online osposobljavanje koji će se provesti tijekom 2022. godine. Obvezni tečaj dobre higijenske prakse održan je u obliku materijala za e-učenje, a zaposlenici bez svojeg računala iz svih proizvodnih i distribucijskih jedinica prolazili su ovaj tečaj putem tableta postavljenih u objektima. Sa svim novim inicijativama te daljnjim korištenjem mogućnosti učenja na daljinu broj ukupnih sati obuke po zaposleniku povećao se sa 12 na 15.



Prosječan broj sati obuke godišnje po zaposleniku

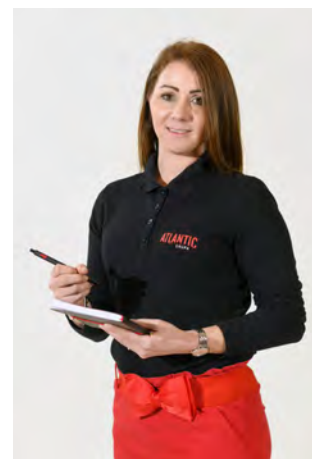
Zaposlenici po organizacijskoj razini	Prosječan broj obuke godišnje po zaposleniku			
	2018.	2019.	2020.	2021.
Viši menadžment	85	90	41	13
Srednji menadžment	57	70	37	21
Ostali (menadžeri prve linije, profesionalni i para-profesionalni profili)	10	12	11	15
Ukupno	11	13	12	15
Zaposlenici po spolu	2018.	2019.	2020.	2021.
Ž	13	14	13	16
M	9	11	11	14
Ukupno sati obuke	53.735	67.351	61.350	71.969

RAZNOLIKOST I JEDNAKE MOGUĆNOSTI

Atlantic Grupa pruža jednake mogućnosti svima pa sukladno tome radimo planove i provodimo analize koje nam omogućavaju da pratimo konzistentnost primjene načela raznolikosti i jednakih mogućnosti. Na godišnjoj razini provodimo analizu strukture zaposlenika na temelju kriterija raznolikosti, a godišnje planiranje strukture zaposlenika provodimo u skladu s omjerima koje smo definirali kao ciljeve za određenu godinu.

Ti ciljevi i definirani KPI-jevi (*Key Performance Indicators*) pohranjeni su u našem HRIS-u (HRnet) i na našem portalu za zapošljavanje (*SAP SuccessFactors*), kao i u sustavu izvještavanja putem Excel tablica. Uz to, naši biznis partneri za Ljude&kulturu izvještavaju o čitavom nizu KPI-jeva vezanih za segment Ljude&kulture u okviru njihovih redovitih sastanaka i izvještaja prema dijelovima poslovanja za koja su inherentni. Također, interni sustavi integrirani su s našim alatom za izvještavanje o upravljanju (Power BI), pri čemu Uprava prati i ocjenjuje podskup HR KPI-jeva.

Promatrani rezultati pokazuju da nema razlike u plaćama između muškaraca i žena u Atlantic Grupi.



Raznolikost upravljačkih tijela i zaposlenika

Kategorija zaposlenika prema razini	Broj zaposlenika	%	M		Ž		Dobna skupina u brojkama			Dobna skupina u %		
			M	Ž	M%	Ž%	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50
Uprava	6	0,12	5	1	83,33	16,67	0	2	4	0,00	33,33	66,67
Viši rukovodeći kadar bez Uprave	18	0,35	12	6	66,67	33,33	0	10	8	0,00	55,56	44,44
Upravljaču drugima	629	12,08	292	337	46,42	53,58	22	432	175	3,50	68,68	27,82
Para- profesionalni	3.576	68,70	1.877	1.699	52,49	47,51	655	2.113	808	18,32	59,09	22,60
Profesionalni	976	18,75	352	624	36,07	63,93	152	645	179	15,57	66,09	18,34
Ukupno	5.205	100,00	2.538	2.667	48,76	51,24	829	3.202	1.174	15,93	61,62	22,56

ZDRAVLJE I SIGURNOST NA RADU

Područjem zdravlja i sigurnosti na radu upravlja se kroz korporativni proces sigurnosti i zaštite Atlantic Grupe, koji obuhvaća sve zaposlenike, vanjske dobavljače ili zaposlenike vanjskih dobavljača koji obavljaju svoje poslove na našim lokacijama na svim tržištima na kojima poslujemo. Uspostavljeni proces temelji se na potpunoj primjeni svih zakonskih zahtjeva pojedinih tržišta, a povrh toga primjenjujemo sve najbolje prakse primjenjivih međunarodnih standarda.

Godina 2021. bila je još jedna godina globalne krize uzrokovane pandemijom COVID-19. Posebnu pažnju stoga i dalje posvećujemo poduzimanju odgovarajućih i brzih mjera odgovora na širenje pandemije COVID-19, kao što su:

- vođenje dnevne evidencije o zarazi korona virusom na lokacijama i tržištima Atlantic Grupe,
- kontinuirano poštivanje uputa javno-zdravstvenih tijela,
- osiguravanje odgovarajućih zaštitnih sredstava,
- prilagodba internih pravila te pružanje informacija i smjernica u vezi s COVID-19,
- kontinuirano organiziranje i provođenje testiranja na COVID-19 na radnim lokacijama,
- praćenje provedbe definiranih mjera i njihovo unapređivanje.

U tim okolnostima uspjeli smo osigurati sigurno radno okruženje za sve naše radnike, ugovorne partnere i vanjske dobavljače. Ukupan broj ozljeda na mjestu rada, u procesu rada je 48. Ozljeda sa smrtnim ishodom ili teškim posljedicama nije bilo. Na našoj lokaciji dogodila se jedna ozljeda vanjskih dobavljača. Pored toga, tijekom 2021. godine nismo imali niti jedan slučaj požara.

Ozljede na radu prema vrsti i spolu	2018.		2019.		2020.		2021.	
	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M
Lakše ozljede	28	33	23	25	39	13	22	17
Teže ozljede	6	2	2	2	5	5	6	3
Smrtni slučajevi	0	0	0	0	0	0	0	0
Ukupno AG	69		52		62		48	

Kad je riječ o ozljedama, najčešće ozljede su poskliznuća i padovi u ravnini, ozljede prilikom utovara i istovara kamiona te prijevoza viličarom, ozljede uzrokovane strojevima i radnom opremom te slučajevi prometnih nesreća tijekom rada.

Odredili smo ciljanu gornju granicu za radne sate izgubljene zbog ozljeda u radnom procesu, te smo 2021. godine ostali znatno ispod te granice. Ukupan broj izgubljenih radnih sati bio je znatno manji u 2021. godini u odnosu na 2019. i 2020. godinu.

AG KPI	2020. početno stanje	2021. rezultat
ozljede na radu (IR)	1,20	0,90
ozljede na radu (LDR)	20,6	19,18

IR formula = ukupan broj ozljeda / ukupan broj radnih sati * 200.000 faktor
200.000 dobiven je iz 50 radnih tjedana po 40 sati na 100 zaposlenika.

LDR formula = ukupan broj izgubljenih dana / ukupan broj radnih sati * 200.000
faktor 200.000 dobiven je iz 50 radnih tjedana po 40 sati na 100 zaposlenika.

Unatoč pravilima o ograničavanju putovanja, sva planirana edukacija vezana na zaštitu na radu, te vanjska praćenja uspješnosti procesa provedena su prema planovima. Prema našem akcijskom planu za 2022. godinu, nastaviti ćemo s ponovnom edukacijom svih zaposlenika, dobavljača i vanjskih partnera u proizvodnim i distribucijskim objektima s naglaskom na važnost sigurnog rada u skladu s procedurama.



Lanac opskrbe

Od preko 4.000 naših dobavljača nabavljamo sirovine za naše proizvode, ambalažu, strojeve za proizvodnju i završnu doradu proizvoda, drugu opremu i tehničke uređaje te ostale usluge koje su nužna potpora našim procesima. Ti se materijali, oprema i usluge dobavljaju kroz raznolike i često kompleksne lance opskrbe u kojima sudjeluju kako velike globalne korporacije, tako i mali lokalni dobavljači.

Neovisno o kategoriji dobavljača, cilj nam je ostvariti visokokvalitetne odnose s našim dobavljačima kroz koje nastaje dodana vrijednost kako za našu kompaniju, tako i za naše dobavljače, a s većinom svojih dobavljača negujemo snažne i dugoročne odnose, nudeći im brojne prilike i mogućnosti za suradnju. U tom smislu smo u potpunosti otvoreni za proširenje postojeće baze dobavljača kako bismo kroz uspostavu suradnje s novim dobavljačima omogućili kontinuirani dotok novih ideja, materijala i proizvoda s nabavnih tržišta i njihovu primjenu u našim proizvodima i procesima.

Dodana vrijednost iz uspostave takvih kooperativnih odnosa s dobavljačima očituje se i u stvaranju zadovoljstva naših potrošača većom inovativnošću, boljom funkcionalnošću i vrhunskom kvalitetom naših proizvoda.

Kako bismo omogućili efikasnu razmjenu informacija, ideja i prijedloga poboljšanja s našim dobavljačima, kontinuirano organiziramo interaktivne radionice zajedničkih timova Atlantic Grupe i naših dobavljača, a s ciljem osiguranja stalnih poboljšanja proizvoda. Također, redovito ocjenjujemo naše dobavljače te ih potičemo na poboljšanje učinkovitosti i razvoj inovativnih proizvoda i tehnologija.

Kao rezultat takvih zajedničkih projekata s našim dobavljačima implementiran je u proteklom periodu u našim proizvodima velik broj inovativnih rješenja i onih čijom smo implementacijom doprinijeli pozitivnom utjecaju na održivost naših proizvoda. Naš odnos s dobavljačima gradimo na kriterijima profesionalnosti, transparentnosti i fer odnosa, poštujući u potpunosti kako zakonodavne okvire, tako i visoke etičke i moralne standarde. Jednako tako, želimo graditi odnose s dobavljačima koji dijele naše vrijednosti i promiču jednake standarde među onima s kojima posluju i s kojima su u kontaktu. Iz navedenih razloga, Atlantic Grupa posvećuje veliku pozornost odabiru dobavljača. Osim gore navedenih kriterija, od naših dobavljača očekujemo da djeluju u skladu s važećim zakonima svojih zemalja kao i zemalja u kojima posluju, uključujući i zakone vezane za diskriminaciju, radno zakonodavstvo, zaštitu zdravlja i sigurnost, te zakone o zaštiti okoliša.



Stoga aktivno tražimo dobavljače koji dijele naše vrijednosti i principe poslovanja te promiču primjenu visokih standarda u okruženju u kojem djeluju.

Ti standardi prije svega uključuju:

- poštivanje zakona, uključujući zabranu davanja ili primanja mita i neprimjerenog nagrađivanja za sklapanje poslova ili ostvarivanje suradnje,
- poštivanje ljudskih prava i prava radnika,
- zaštitu zdravlja i osobne sigurnosti svojih zaposlenika,
- zabranu korištenja rada djece,
- zabranu diskriminacije na temelju rase, vjere, spola ili bilo kojeg drugog kriterija, kao i zabranu seksualnog uznemiravanja,
- poštovanje važećih zakona i standarda o zaštiti okoliša i očuvanju prirode, životinjskih i biljnih vrsta.

Osnovni standardi nabave i odnosa s dobavljačima definirani su u Smjernicama za nabavu, temeljnom dokumentu nabavne organizacije Atlantic Grupe, koje su popraćene postupcima, priručnicima i uputama u kojima se detaljno opisuju specifična područja nabavnih aktivnosti u operativnim kompanijama Atlantic Grupe. Smjernicama je predviđeno da nabavna organizacija Atlantic Grupe poduzima samo radnje i prakse koje osiguravaju održivo korištenje resursa i nabavu, potičući smanjenje nastanka otpada, poboljšanje utjecaja na okoliš i zaštitu ljudskih i radničkih prava.

U tom pogledu je i tijekom 2021. godine u suradnji s našim dobavljačima nastavljena provedba brojnih aktivnosti, koje su imale za cilj na razne načine doprinijeti još izraženijoj ukupnoj održivosti naših proizvoda. Nabrojiti ćemo ovdje samo neke od tih aktivnosti:

- povećanje učešća kokošjeg mesa u našoj pašteti od kokoši nesilica iz slobodnog uzgoja,
- uvođenje ambalažnih folija za kavu koje ne sadrže aluminijsku barijeru i time omogućuju potpuno recikliranje folija nakon upotrebe proizvoda,
- prelazak na PET ambalažu funkcionalnih voda od 100 % recikliranog PET-a,
- uvođenje čepova manjeg sadržaja plastike za OTG vitaminske instant napitke,
- omogućavanje potpune slijedivosti nabavljenog zrna sirove kave od plantaže do pakiranja u pojedinim robnim markama naše kave upotrebom *blockchain* tehnologije,
- uvođenje FSC certificirane kartonske i papirne ambalaže za veći broj naših proizvoda kojim se potvrđuje da je ambalaža proizvedena iz drvene sirovine koja dolazi iz održivo upravljanih šuma.

Pri odabiru sirovina za novi proizvod kao i tijekom suradnje s dobavljačima potrebno je uzeti u obzir načelo održanja biološke raznolikosti. Bioraznolikost se definira kao ekološki aspekt odabira sirovina koje mogu imati ili imaju loše učinke na ljudsko zdravlje. Razvojni tehnolog odabire moguće sirovine koje zadovoljavaju zahtjeve ekoloških i održivih aspekata, a unutar nabavne organizacije i pri odabiru sirovina posebnu pozornost posvećujemo ugroženim biljnim i životinjskim vrstama (ref. dokument: IUCN Red List). Broj IUCN Red List vrsta kao i broj vrsta s nacionalnog popisa za očuvanje vrsta sa staništima u područjima pogođenima operacijama prema popisu razina izumiranja također su jedan od informativnih ključnih pokazatelja uspješnosti (KPI-eva) Centralne nabave, a koji se prate na mjesečnoj, tromjesečnoj ili godišnjoj osnovi.



IUCN Red List vrste i nacionalne vrste popisa očuvanosti sa staništima u područjima pogodena operacijama

Broj sirovina korišten po kategoriji	2018.	2019.	2020.	2021.
Kritično ugrožene	0	0	0	0
Ugrožene	0	0	0	0
Ranjive	0	0	0	0
Gotovo ugrožene	1	1	1	1
Najmanje ugrožene	1	1	1	1

Nabavna organizacija Atlantic Grupe odlučna je vršiti selekciju samo onih dobavljača koji poštuju visoke standarde u poslovanju s našom kompanijom. Nadzor nad provedbom i pridržavanjem tih standarda naših dobavljača je zahtjevan zadatak, ali ključan za zaštitu poslovanja i reputacije naše kompanije te prije svega, za zaštitu naših potrošača koji koriste naše proizvode.

Zajednički model nadzora dobavljača Atlantic Grupe definiran je i uspostavljen 2014. godine te se od tada uspješno primjenjuje. Sustav obuhvaća jedinstvene kriterije za odobravanje, ocjenu i reviziju dobavljača. S ciljem unapređivanja cjelokupnog procesa prikupljanja, pregledavanja i ocjenjivanja dokumentacije dobavljača koja se odnosi na standarde kvalitete i certifikate, Atlantic Grupa je 2017. godine započela primjenu internetskog alata Eractum kojeg i dalje koristi. Taj alat omogućuje Atlantic Grupi posjedovanje središnje baze kompletne potrebne dokumentacije dobavljača u pogledu nužnih standarda kvalitete i praksi, kao što su FSSC 22000/ IFS/ BRC, HACCP ili GMP, ISO 9001, ISO 14001, ISO 50001. Do danas je velika većina dobavljača počela upotrebljavati Eractum kao platformu za dijeljenje takvih certifikata i isprava s nama, što doprinosi transparentnosti poslovanja i kriterija za odabir dobavljača.

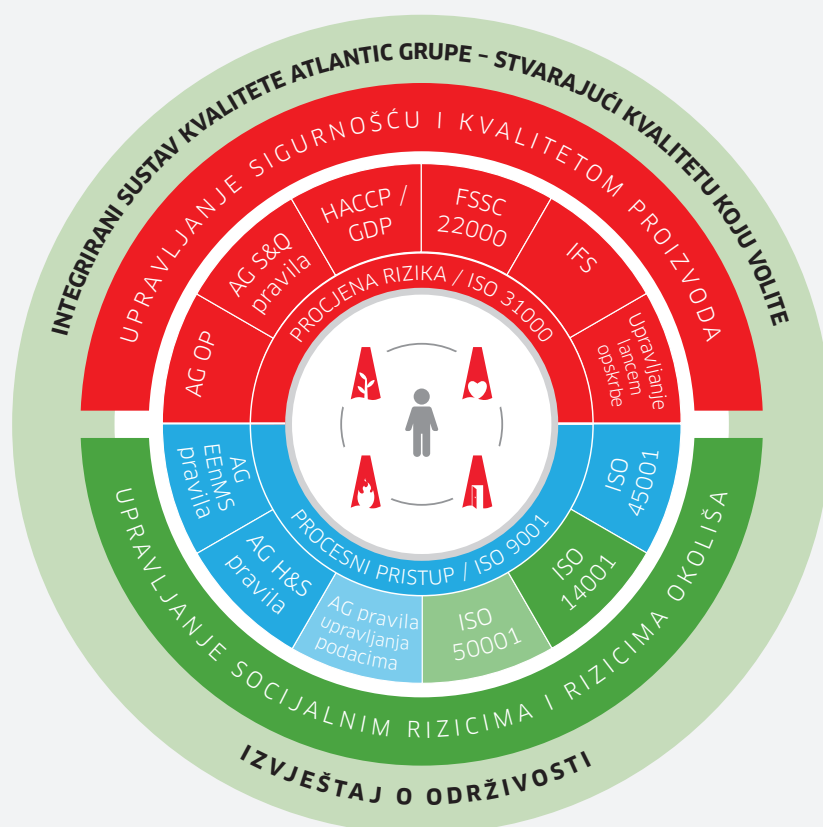
Ocjenjivanje dobavljača provodi se jednom godišnje te se općenito temelji na dva glavna kriterija, a to su kvaliteta i komercijalni uvjeti. Ocjenjivanje na temelju kvalitete isporučених materijala i sustava kvalitete dobavljača provodi Odjel osiguranja kvalitete nakon čega se svakom dobavljaču daje povratna informacija o njegovoj ocjeni i traženim poboljšanjima. S ciljem poboljšanja dvosmjerne komunikacije, Atlantic Grupa potiče postojeće i potencijalne dobavljače da koriste portal za dobavljače dostupan na internetskoj stranici kompanije. Portal sadrži informacije o robama i uslugama koje nabavlja Atlantic Grupa, odabiru i postupcima dodjele ugovora itd. Osim toga, portal dobavljačima pruža priliku da podijele svoje prijedloge za unapređenje odnosa s Atlantic Grupom, kao i kvalitete i funkcionalnosti proizvoda i usluga te drugih aspekata suradnje.

Tijekom 2021. godine nastavili smo unutar odjela Centralne nabave koristiti digitalni alat za prikupljanje ponuda dobavljača i provedbu natječaja – SAP Ariba Sourcing, s ciljem povećanja transparentnosti i usklađenosti procesa nabave odnosno odabira dobavljača.

Kompletna nabava proizvodnih materijala, tehničkih materijala i opreme, potrošnih materijala i usluga odvijala se u 2021. godini u izuzetno nepovoljnim okolnostima snažno rastućih cijena, ograničene dostupnosti pojedinih roba, značajno produženih rokova isporuka, te otežanih logističkih tokova, a kao posljedica oporavka globalne ekonomije i rastuće potrošnje. Bez obzira što su ovakve okolnosti utjecale na značajan rast troškova poslovanja, zadovoljni smo što smo uspjeli osigurati stabilnost lanca opskrbe te time i kontinuitet naših proizvodnih i logističkih procesa.

Integrirani sustav upravljanja kvalitetom

Atlantic Grupa razvija integrirani sustav upravljanja kvalitetom, temeljen na najboljim svjetskim standardima i s fokusom na očekivanja naših kupaca i potrošača. Imajući u vidu cjelovitu sliku svih naših dionika, Atlantic Grupa je izgradila sustav kvalitete usmjeren na kontinuirano unapređenje naših proizvoda i usluga.



CERTIFIKATI I STANDARDI

Temelj sustava čine generički standardi usmjereni na održivost i izvrsnost procesa u kompaniji:

- ISO 9001 (Sustav upravljanja kvalitetom),
- ISO 14001 (Sustav upravljanja okolišem),
- ISO 50001 (Sustav upravljanja energijom).

Sigurnost i kvalitetu naših proizvoda osiguravamo implementacijom najviših svjetskih standarda iz područja proizvodnje i distribucije prehrambenih proizvoda (HACCP, FSSC 22000, IFS Food). Proizvode kontinuiramo usklađujemo sa specifičnim zahtjevima kupaca kroz certifikacije proizvoda (Bio, Organic, Halal, Košer, Vegan, UTZ).



LISTA CERTIFIKATA ATLANTIC GRUPE

PRAVNI SUBJEKT (LOKACIJA)	TRŽIŠTE	STANDARD KVALITETE	STANDARD ZA SIGURNOST I KVALITETU HRANE	STANDARD ZA SIGURNOST HRANE	EKOLOŠKI STANDARD	EnMS	HALAL	BIO
ATLANTIC GRUPA (ZAGREB)	HR	ISO 9001			ISO 14001	ISO 50001		
ATLANTIC CEDEVITA (ZAGREB)	HR	ISO 9001	IFS		ISO 14001	ISO 50001		
ATLANTIC CEDEVITA (APATOVAC)	HR	ISO 9001	FSSC 22000	HACCP	ISO 14001	ISO 50001		
ATLANTIC MONTANA PLUS (ZAGREB)	HR	ISO 9001		HACCP	ISO 14001			
ATLANTIC TRADE (VUKOVINA)	HR	ISO 9001		HACCP	ISO 14001	ISO 50001		UNAPRIJED PAKIRANA ORGANSKA HRANA
ATLANTIC GRUPA FARMACIA SPECIJALIZIRANA PRODAVAONICA	HR	ISO 9001						
ATLANTIC GRUPA FARMACIA ZDRAVSTVENA USTANOVA	HR	ISO 9001						
ATLANTIC DROGA KOLINSKA (LJUBLJANA)	SLO	ISO 9001			ISO 14001			
ATLANTIC DROGA KOLINSKA (NAMAZI IZOLA)	SLO	ISO 9001	FSSC 22000	HACCP	ISO 14001	ISO 50001	ARGETA	
ATLANTIC DROGA KOLINSKA (KAVA IZOLA)	SLO	ISO 9001	IFS		ISO 14001	ISO 50001		BARCAFFÈ ORGANSKA
ATLANTIC DROGA KOLINSKA (ROGAŠKA)	SLO	ISO 9001	FSSC 22000	HACCP	ISO 14001	ISO 50001		
ATLANTIC TRADE (LJUBLJANA)	SLO							UNAPRIJED PAKIRANA ORGANSKA HRANA
ATLANTIC ARGETA (SARAJEVO)	BIH	ISO 9001	FSSC 22000	HACCP	ISO 14001	ISO 50001	ARGETA	
ATLANTIC GRAND (BIJELJINA)	BIH	ISO 9001	IFS	HACCP	ISO 14001			
ATLANTIC ŠTARK (BEOGRAD)	SRB	ISO 9001	FSSC 22000	HACCP	ISO 14001	ISO 50001		
ATLANTIC ŠTARK (LJUBOVIJA)	SRB	ISO 9001	IFS	HACCP	ISO 14001	ISO 50001		
ATLANTIC ŠTARK (PALANAČKI KISELJAK)	SRB	ISO 9001		HACCP	ISO 14001	ISO 50001		
ATLANTIC GRAND (BEOGRAD)	SRB	ISO 9001	IFS	HACCP	ISO 14001	ISO 50001		
ATLANTIC ŠTARK (IGROŠ)	SRB	ISO 9001	FSSC 22000	HACCP				
ATLANTIC BRANDS (BEOGRAD)	SRB	ISO 9001		HACCP	ISO 14001			UNAPRIJED PAKIRANA ORGANSKA HRANA
ATLANTIC GRAND (SKOPJE)	MAK	ISO 9001	IFS	HACCP	ISO 14001			
ATLANTIC TRADE (SKOPJE)	MAK	ISO 9001		HACCP	ISO 14001			UNAPRIJED PAKIRANA ORGANSKA HRANA
ATLANTIC BRANDS (BEČ)	AUT							UNAPRIJED PAKIRANA ORGANSKA HRANA

2021. godinu obilježile su nove IFS certifikacije sljedećih članica Atlantic Grupe:

- Atlantic Grand (lokacija Beograd),
- Atlantic Grand (lokacija Glavičice),
- Atlantic Grand (lokacija Skopje).

Sve članice Atlantic Grupe certificirane prema IFS Food standardu, ocijenjene su kao „high level“, a prosječna ocjena svih certificiranih kompanija iznosi preko 97%, što osigurava visoko povjerenje naših kupaca. U 2022. godini za IFS certifikaciju u pripremi su još dvije lokacije: Atlantic Štark lokacija Beograd (certifikacija u 2023. godini) i Atlantic Štark lokacija Palanački Kiseljak (certifikacija u 2022. godini).

UNAPREĐENJE SUSTAVA



Prepoznavši rizike pandemije, već 2020. godine smo uveli dodatni nadzor kroz interne audite na daljinu korištenjem digitalnih alata bez direktnog posjeta lokaciji (tzv. on line audite). Na taj način osigurali smo kontinuitet nadzora efikasnosti sustava na svim našim lokacijama u vrijeme najtežih posljedica pandemije.

Uz sve izazove u 2021. godini, proveden je 71 interni *audit*. Njihova uloga nije samo ocjena efikasnosti sustava, već i razmjena dobrih praksi te generiranje prilika za poboljšanje. Preko 260 prijedloga za unapređenje sustava implementirano je tijekom 2021. godine na različitim lokacijama Atlantic Grupe.

STVARAMO KVALITETU KOJU VOLITE



Kroz projekt nove Integrirane politike kvalitete **Stvaramo kvalitetu koju volite**, razvijamo svijest svih zaposlenika o važnosti njihovog doprinosa razvoju **Kulture sigurnosti i kvalitete** proizvoda kao sastavne odrednice naše korporativne kulture.

Stvaramo kvalitetu koju volite



OTVORENOST U NJEHOVANJU ODANOSTI



- U kontinuiranom poboljšanju procesa tražimo kreativna i inovativna rješenja.
- Potičemo najbolje prakse gradeći partnerske odnose s dionicima.



RAST S ODGOVORNOŠĆU



- Rastemo zajedno poštujući zakonodavstvo, standarde i zahtjeve kupaca.
- Kontinuirano i cjelovito upravljamo rizicima.



STRAST PREMA ZADOVOLJSTVU KUPACA I POTROŠAČA, NJIHOVIH POTREBA I ŽELJA



- Naši visoki ciljevi usmjereni su ka izvrsnosti brendova i usluga.
- Gradimo kulturu sigurnosti hrane (Food safety culture) i visoke odgovornosti bazirane na najzahtjevnijim svjetskim standardima.



BRIGA ZA STVARANJE BOLJEG OKRUŽENJA



- Svjesni klimatskih promjena i ugrožene bioraznolikosti u strategije razvoja ugrađujemo ciljeve održivosti.
- Briga za bolje okruženje razvija kulturu kontinuiranog poboljšanja.

Posebnu pažnju prosvjeđujemo razvoju znanja i vještina zaposlenika. *Functional Lab Quality* je posebno razvijena edukativna platforma s modulima iz područja sustava kvalitete:

- Razvoj sustava kvalitete (generički standardi, unapređenje, monitoring - Internal Auditor Community),
- Sigurnost i kvaliteta proizvoda (najbolje prakse i standardi vezani uz sigurnost i kvalitetu proizvoda),
- Upravljanje okolišem i energijom (najbolje prakse i standardi vezani uz okoliš, energiju i održivost),
- Dobra laboratorijska praksa (najbolje prakse i standardi za kontrolne laboratorije),
- Digitalni alati (prakse i alati digitalizacije sustava kvalitete).

Skoro 3.000 zaposlenika sudjelovalo je u različitim treninzima i edukacijama *Functional Lab Quality*.

U 2022. godini posebnu pažnju na području edukacija ćemo posvetiti razvoju *Internal Auditor Community Program-a* usmjerenog na razvoj budućih voditelja u tom području - *Lead auditora*.

Kontrola kvalitete

Sustav upravljanja sigurnošću proizvoda u Atlantic Grupi je sveobuhvatan i uključuje sve opasnosti i sve aspekte različitih opasnosti, kao što su sigurnost hrane, zaštita hrane, prijevare s hranom, sljedivost. Sva proizvodna mjesta certificirana su na temelju FSSC 22000, IFS ili Codex HACCP standarda, ovisno o zahtjevima kupaca i prioritetnim ciljnim tržištima.

Procesi kontrole kvalitete u Atlantic Grupi organizirani su unutar nezavisnih odjela Osiguranja kvalitete u operativnom poslovanju kompanije, a uravnoteženi ciljevi kvalitete definirani su s korporativne razine. Također, u ostvarenju ciljeva kvalitete intenzivno sudjeluje stručni tim odjela Korporativnog upravljanja kvalitete, koji osigurava regulatorne i laboratorijske servise i ekspertna znanja za implementaciju, digitalizaciju i unapređenje procesa sigurnosti i kvalitete proizvoda.

Takva složenost organizacije omogućava:

- koordinirano praćenje novosti i zakonske regulative,
- optimalna rješenja, unapređenje i korištenje stručnog znanja s područja mikrobioloških, kemijskih i drugih vrsta opasnosti,
- centralizirano upravljanje dobavljačima po pitanju kvalitete ulaznih materijala,
- dobru i koordiniranu suradnju s ostalim poslovnim procesima,
- dodatnu specijalizaciju osiguranja kvalitete po specifičnosti problematike pojedinih strateških poslovnih područja u segmentima proizvoda pića, delicatnih namaza, slatkih i slanah proizvoda, proizvoda iz voća i povrća, dječje hrane i dodataka prehrani,
- sljedivost i održavanje visoke razine kvalitete u fazama transporta, skladištenja i distribucije do kupca.

U proizvodnji zdravstveno sigurnih proizvoda važnu ulogu imaju izbor polaznih materijala (bez toksičnog i alergeno djelovanja, bez GMO i sl.), kontrola kvalitete svih ulaznih sirovina i materijala, praćenje svih faza proizvodnje i distribucije, potvrđivanje kvalitete gotovih proizvoda i praćenje zadovoljstva potrošača.

Vrijedi navesti najvažnije novosti koje smo u ovom području uveli tijekom 2021. godine:

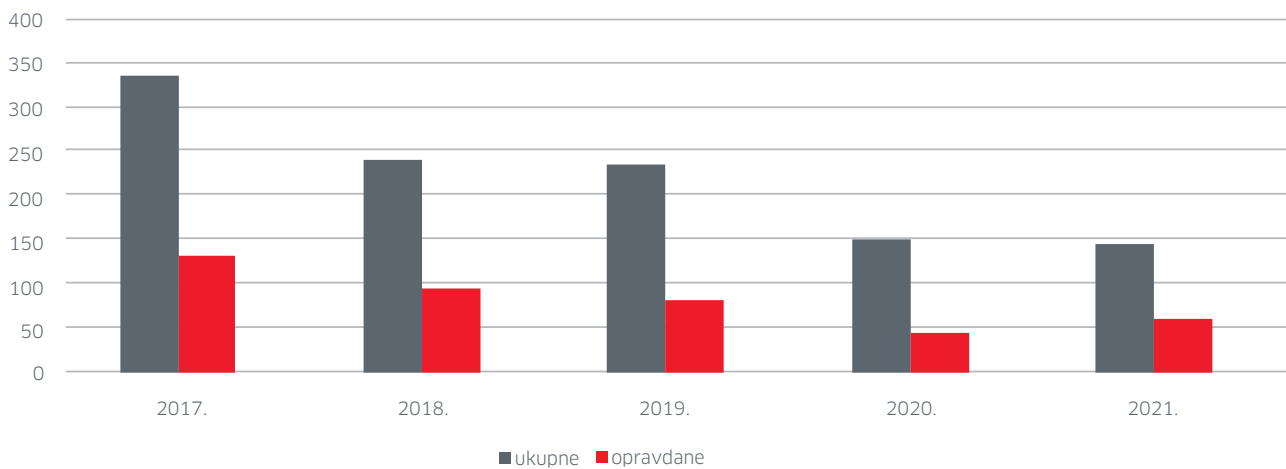
- cjelokupni sustav je redovito ažuriran sukladno zahtjevima IFS Food v.7. i IFS Logistic 2.2,
- definirana je metodologija kulture sigurnosti hrane,
- revidirane su HACCP metodologije za proizvodnju i distribuciju,
- značajno je revidirana metodologija za upravljanje rizikom stranih tijela,
- redefiniran je proces reklamacija potrošača,
- dizajniran je novi upitnik za dobavljače ribe sa specifičnim pitanjima za tu sirovinu.

Brojna druga unapređenja, koja kontinuirano analiziramo i uvodimo pokazuju efikasnost putem ključnih pokazatelja i indikatora, kao što su broj reklamacija potrošača i broj povlačenja proizvoda s tržišta. U 2021. godini nismo imali niti jedan opoziv opoziva za proizvode vlastitih brendova kompanija, a na zahtjev principala izvršen je jedan opoziv proizvoda Multipower Protein Layer White Chocolate Salty Almond, koji je bio distribuiran kroz naš lanac distribucije.

Incidenti neusklađenosti proizvoda vlastitih brendova s utjecajem na zdravlje i sigurnost	2018.	2019.	2020.	2021.
Incidenti neusklađenosti proizvoda koji su rezultirali novčanom kaznom	0	0	0	0
Incidenti neusklađenosti proizvoda koji su rezultirali opomenom	0	0	0	0
Incidenti neusklađenosti proizvoda s dobrovoljnim kodeksima	0	0	0	0

Veliki trud smo uložili u prikupljanje i analiziranje svih reakcija i komentara naših potrošača. Trend praćenja reklamacija s tržišta kroz posljednje razdoblje pokazuje odlične rezultate kontinuiranog smanjenja ukupnog broja reklamacija.

REKLAMACIJE POTROŠAČA - UKUPNO I BROJ OPRAVDANIH 2017. - 2021.



Upravljanje **okolišem i energijom**

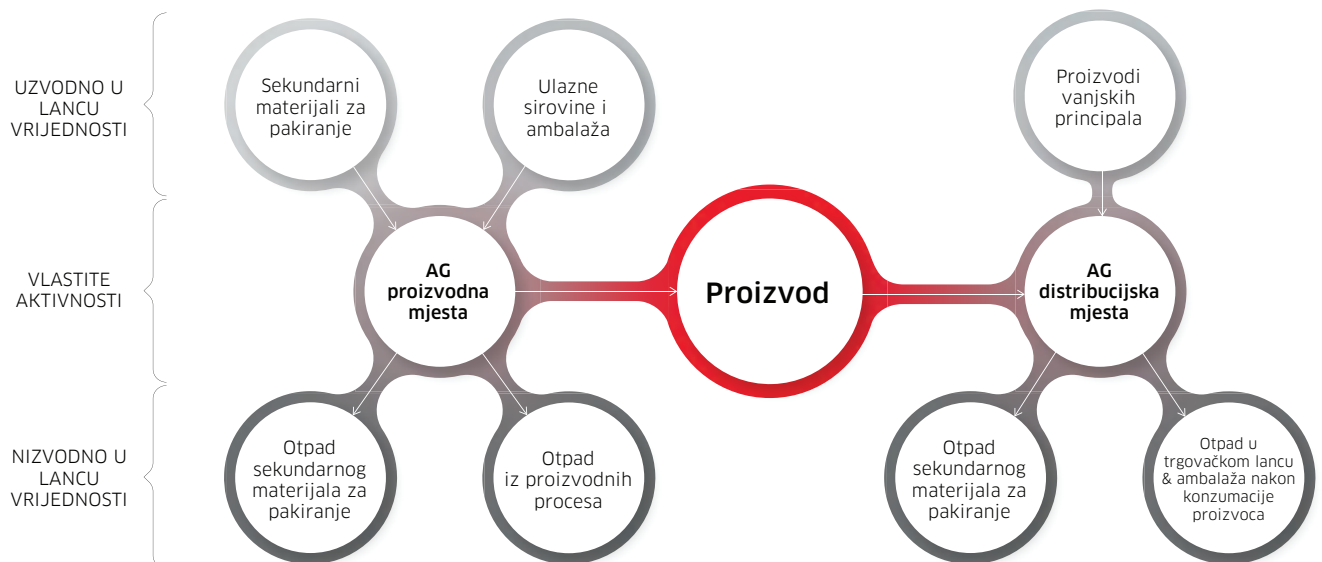
Tijekom 2021. godine Atlantic Grupa je nastavila unapređivati vlastite sustave upravljanja okolišem i energijom, kontinuiranim praćenjem parametara s ciljem smanjenja utjecaja na okoliš.

U cilju poboljšanja upravljanja procesom organizirane su edukacije internih *auditora* procesa upravljanja energijom za 12 kolega, a dvoje kolega smo promovirali u nove vodeće auditore prema ISO 14001 i ISO 50001.

OTPAD I EMISIJE

Za smanjenje otpada i emisija kontinuirano tražimo cjelovita rješenja koristeći interna i eksterna znanja za sve sastavnice okoliša: gospodarenje otpadom u najširem smislu, otpadne vode, briga o otpadnim opasnim tvarima i propisno korištenje i manipuliranje opasnim tvarima, mjerenje emisija u zrak, propisno odlaganje sirovina, gotovih proizvoda i ambalaže koji iz bilo kojih razloga ne odgovaraju i proglašavaju se otpadom, suradnja u odabiru „čistih tehnologija“ i uklapanje u ekološke standarde prilikom projektiranja i rekonstrukcija pogona, odvodnja i sanacija kanalizacijskih sustava, monitorinzi kroz laboratorijsku kontrolu - ovlaštenu laboratorij.

Shematski prikaz mjesta generiranja otpada



Otpadom upravljamo prema najvišim dostupnim standardima i važećim propisima koristeći optimalne metode zbrinjavanja i recikliranja. Najzastupljenije kategorije otpada koje se generiraju na našim lokacijama pri redovitom radu su: papir, plastika, drvo, metal, višeslojna ambalaža, staklo tekstil i nesukladni proizvodi.

Kako bismo odabrali ekološki prihvatljivije materijale za ambalažu naših proizvoda započeli smo s aktivnostima iznalaženja mogućih rješenja povezanih s recikliranjem otpada koji nastaje u našim kompanijama pri redovnom poslovanju kontaktirajući naše partnere, a s ciljem plasmana takvog otpada u sklopu projekta kružnog gospodarstva u budućnosti.

Kontinuirano uspješno provodimo aktivnosti povezane s akcijskim planovima za dostizanje graničnih vrijednosti emisija u vode i zrak. Na lokaciji Igroš (Atlantic Štark, Srbija) tijekom 2021. godine instaliran je novi uređaj za pročišćavanje otpadne vode.

ENERGIJA



Smanjenje negativnih utjecaja na okoliš postizemo uštedom svih izvora energije te primjenom ekološki najprihvatljivijih materijala u svim tehnološkim procesima. Pored toga, potrošnju goriva naših vozila i vozila naših partnera smanjujemo optimiziranjem dostavnih relacija i korištenjem *Transport management system-a*.

U 2021. godini Atlantic Grupa je odlučno nastavila djelovati u smjeru smanjenja štetnog utjecaja na okoliš i to prelaskom na energente s nižom emisijom CO₂, investicijom u nova, učinkovitija energetska postrojenja, ugovaranjem opskrbe električnom energijom iz obnovljivih izvora te izvršenjem revizije korporativnih pravila sustava upravljanja energijom uz snažniju primjenu svih zahtjeva standarda ISO 50001, s ciljem poboljšanja upravljanja potrošnjom energije.

U strukturi korištenih energenata Atlantic Grupe više od 35% energije odnosi se na električnu energiju, više od 29% na prirodni plin, 15% na ukapljeni naftni plin, dok se 13% odnosi na goriva za laka, transportna vozila te osobna vozila.

Unatoč rastu ukupne potrošnje energije za više od 3%, što je posljedica povećanih aktivnosti, uz zadržavanje približno jednake jedinične potrošnje, smanjene su emisije CO₂ za 38%, najviše zahvaljujući već spomenutom ugovaranju isporuke električne energije iz obnovljivih izvora te zbog prelaska s upotrebe lož ulja na prirodni plin na dvije lokacije.



VODA



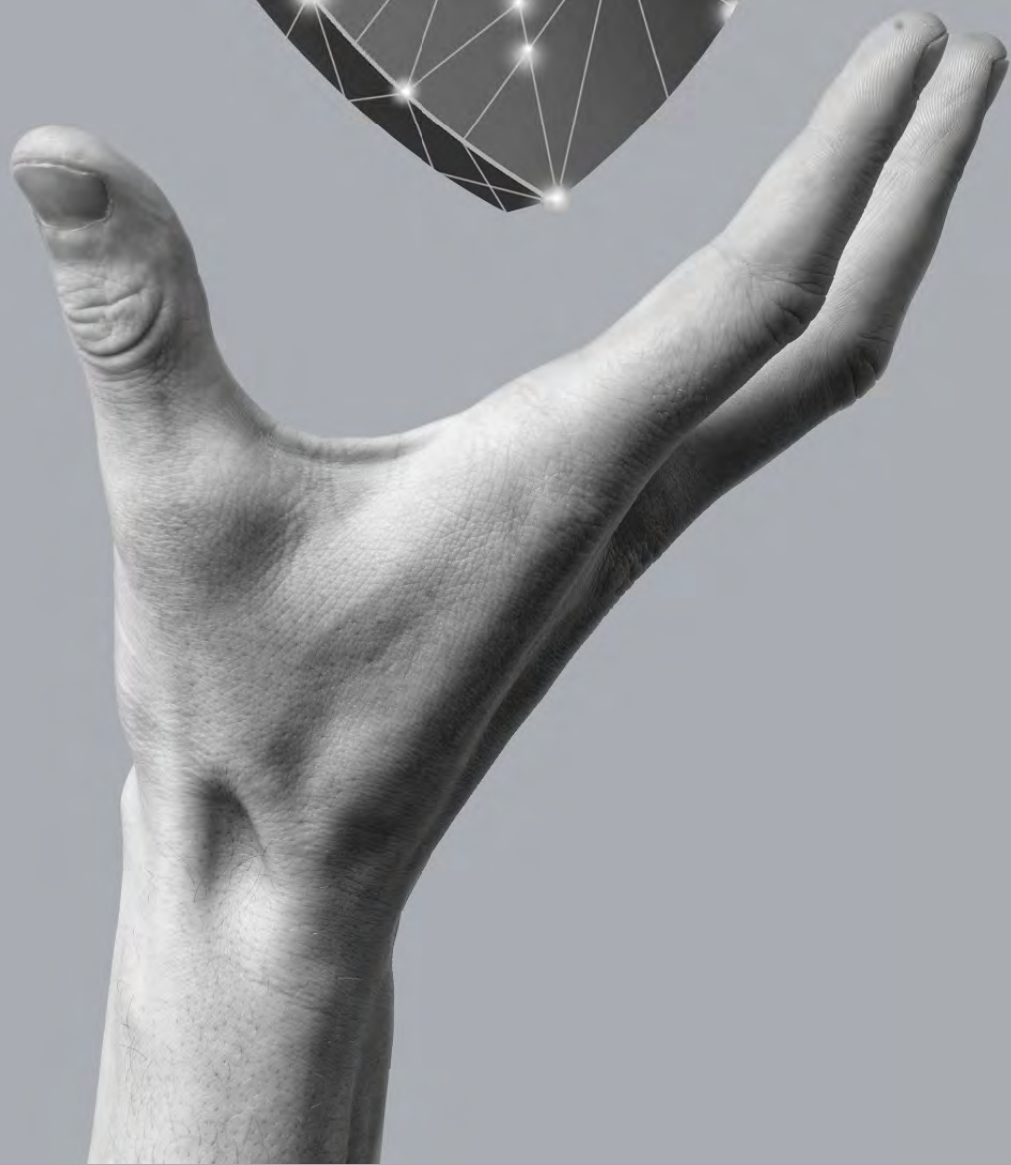
Sve proizvodne i distributivne lokacije pozicionirane su na područjima bez vodenog stresa. Osim što redovno pratimo i osiguravamo skladnost otpadnih voda po svim lokacijama, u sustavu upravljanja okolišem naša primarna briga je smanjenje potrošnje vode za tehnološke procese.

Potrošnja tehnološke i sanitarne vode na razini AG-a prvenstveno ovisi o aktivnostima na našim proizvodnim lokacijama. U 2021. godini masa proizvedenih proizvoda u kg rasla je za 6%. Ukupna potrošnja tehnološke i sanitarne vode porasla je za 2% što je rezultat smanjenja jedinične potrošnje vode za tehnološke potrebe na proizvodnim lokacijama.

Zahvat vode za tehnološke i sanitarne potrebe (m³) iz vlastitih izvora predstavljao je 29% udjela ukupne potrošnje vode za tehnološke i sanitarne vode u 2021. godini U odnosu na 2020. godinu povećan je zahvat vode za tehnološke i sanitarne potrebe iz vlastitih izvora za 11%.

Voda koja je korištena kao proizvod i napunjena je u boce, nije uključena u gore navedene podatke.

AG KPI - okoliš	2020. osnovica	2021. rezultat
Direktne i indirektne emisije (t CO ₂)	49.694	30.935
Direktne emisije (t CO ₂)	17.856	18.473
Isporučena energija (t CO ₂)	31.838	12.462
Udio obnovljivih izvora energije (%)	0.21	12.3
Potrošnja vode u proizvodnim operacijama (m ³ /t proizvoda)	2.51	2.42
Ambalaža koju se može reciklirati (% od cjelokupne količine ambalaže)	89	96
Udio reciklirane plastike (% od ukupnih količina nabavljene plastike)	0	15.5



Informacijske tehnologije

2021. godina donijela je nastavak, odnosno dodatni zamah transformacijskih aktivnosti kroz istovremenu i integriranu optimizaciju poslovnih procesa i ubrzani tehnološki razvoj. Početak 2021. godine značio je i ulazak u novi ciklus strateškog razvojnog plana u ovom području, koji podržava našu strategiju, s dodatnim naglaskom na automatizaciju i opće podizanje efikasnosti kompanije.

Godina iza nas je očekivano donijela nastavak hibridnog načina rada, kombinaciju rada iz poslovnih prostora i rada od kuće, a uspješno savladavanje tih izazova omogućila su upravo ostvarenja iz prethodnog strateškog plana – hibridni oblak Atlantic Grupe, sveobuhvatni design sigurnosnih sustava koji omogućava i udaljeni rad, mobilne verzije važnih poslovnih aplikacija, standardizacija IT usluga za sve korisnike uz organizaciju visoke razine podrške i udaljenim korisnicima. Hibridni rad je tijekom 2021. godine dodatno osiguran kroz naprednu integraciju Microsoft Teams rješenja iz oblaka s postojećim kolaboracijskim komunikacijskim sustavima, a novim mobilnim aplikacijama proširena je platforma Atlantic Ured za van.

Operativni prioriteti djelovanja su zadržani: zaštita od kibernetičkih ugroza, osiguranje najviše pouzdanosti IT sustava te tehnološka inovacija koja donosi praktičnu korist za korisnike.

Velika pozornost kontinuirano se pridavala unapređenju korisničkog iskustva te su ostvarena značajna povećanja indeksa zadovoljstva IT korisnika. Takvom trendu svakako pogoduje i uspješno okončanje kompleksnog Monitoring projekta koji je nakon 14 mjeseci i s preko 200 sudionika donio implementaciju integriranog sustava nadzora svih IT usluga baziranih na servisnom katalogu.

Dodatna povećanja pouzdanosti IT usluga omogućena su završetkom projekta konsolidacije Microsoft SQL okoline te logičkim razdvajanjem upravljanja industrijskom od upravljanja uredskom bežičnom lokalnom mrežom (WLAN). Sukladno planiranim povećanjima potrebnih resursa u podatkovnom centru značajno su povećani kapaciteti visoko dostupnih poslužitelja (*serveri*) te je izvršena implementacija (s kompletnom migracijom podataka) sustava pohrane podataka (*storage*) nove generacije.

Velika pozornost kontinuirano se pridavala unapređenju korisničkog iskustva te su ostvarena značajna povećanja indeksa zadovoljstva IT korisnika.

Procesno-tehnološku transformaciju osnažili smo pokretanjem strateških projekata implementacije IT sustava uz procesne promjene, sukladno rezultatima BPR (*Business Process Redesign*) projekta.

ERP nove generacije, SAP-ov S/4HANA, implementirao se kroz grupni program koji donosi jedinstvenu verziju distributivnog odnosno proizvodnog ERP sustava na cijelu Atlantic Grupu. Prvi projekt u tom programu pokrenut je u veljači 2021. godine, projekt dizajna i implementacije S/4HANA rješenja u tvrtki Atlantic Grand u Srbiji. U okviru ovog projekta pokrenuta je izrada korporativnog IT predloška za proizvodne kompanije, koji osim ERP sustava obuhvaća i MES (*Manufacturing Execution Solution*), WMS (*Warehouse Management Solution*) i vezu na sve standardne IT sustave Atlantic Grupe. Nakon dizajna predloška slijedi njegova implementacija, s planiranim datumom pokretanja novog ERP-a u Atlantic Grandu tijekom 2022. godine, te daljnje uvođenje u sve proizvodne tvrtke u sastavu Atlantic Grupe tijekom narednih godina.

Master Data Management (MDM) projekt donosi procesno tehnološki okvir za kreiranje i održavanje točne i sigurne baze podataka o svim ključnim aspektima poslovanja (materijali, dobavljači, kupci, itd.) stvarajući jedinstveno podatkovno „mjesto istine“ za sve ostale sustave i primjene. Tijekom 2021. godine odabran je dobavljač tehnološkog rješenja te pokrenuta implementacija IT sustava za upravljanje matičnim podacima. Uvođenje MDM sustava u Atlantic Grupu odvijat će se po područjima, a produkcijsko pokretanje MDM sustava za prvo područje, materijale, očekuje se do kraja prvog kvartala 2022. godine.



Projekt integriranog poslovnog planiranja (IBP), s ciljem spajanja strateškog i operativnog planiranja u lancu opskrbe te integracija tih planova s financijskim planiranjem, pokrenut je evaluacijom potencijalnih dobavljača IT rješenja uz očekivani početak implementacije u drugom kvartalu 2022. godine. Ostale procesne promjene također se provode kroz objedinjeni grupni projekt, a u cilju strukturiranja aktivnosti u ovim područjima oformljene su nove organizacijske jedinice za procesno upravljanje te za upravljanje podacima koje djeluju u sinergiji s odjelom za upravljanje projektima na grupnoj razini.

U području digitalizacije nabave pokrenut je projekt implementacije SAP Ariba P2P (Procure To Pay) rješenja, koje će donijeti značajno povećanje operativne i komercijalne efikasnosti u potpunom procesu komunikacije s dobavljačima. Prvo korištenje P2P rješenja očekuje se u prvoj polovici 2022. godine u tvrtkama odabranim za pilot, nakon čega slijedi daljnje uvođenje u sve tvrtke u sastavu Atlantic Grupe.

Kao i prethodnih godina, odrađeni su brojni projekti automatizacije, digitalizacije i robotike s ciljem povećanja konkurentnosti i operativne efikasnosti u logistici. Vezano za proces ulaska robe u distributivni centar, IT rješenje za *Yard Management* (upravljanje ulaznim i izlaznim rampama u skladištu), nastavno na njegovu implementaciju odrađenu ranijih godina, uvedeno je u sva distributivna skladišta kompanije u Hrvatskoj i Srbiji. Rješenje za digitalizaciju dostave je u Srbiji prošireno dodatnim modulom za digitalizaciju odnosa između skladišta i prijevoznika. Sva naša skladišta u Hrvatskoj i Srbiji pokrivena su novim mobilnim rješenjem za upravljanje sustavima kvalitete, što će značajno smanjiti administrativni posao i ubrzati obradu podataka. Dodatno, autonomni roboti tvrtke Gideon Brothers su uspješno povezani s našim WMS rješenjem i u tijeku su aktivnosti testiranja.

U okviru našeg poslovanja na tržištu Hrvatske uspješno smo implementirali napredno rješenje za automatizirano snimanje stanja na terenu, koje omogućuje analizu udjela na policama korištenjem naprednih tehnologija za obradu fotografije. Također, nastavljena je snažna ekspanzija EDI (*Electronic Data Interchange*) razmjene s poslovnim partnerima, koja je do najvećeg izražaja došla na našem tržištu Srbije, na kojem je značajan dio ključnih kupaca uključen u EDI razmjenu dokumenata. Uz navedeno, naš RPA (*Robotic Process Automation*) centar izvrsnosti je tijekom 2021. godine dodatno automatizirao niz procesa korištenjem softverskih robota, nastavljajući tako trend povećanja operativne efikasnosti kompanije, a poslovanje u ljekarničkom lancu Farmacia olakšano je konsolidacijom POS terminala različitih banaka u jedan uređaj.

Operativno poslovanje Atlantic Grupe

STRATEŠKA POSLOVNA PODRUČJA I POSLOVNO PODRUČJE





Strateško poslovno područje Kava

Atlantic Grupa ostaje vodeći proizvođač kave u regiji i tržišni lider u kategoriji svježe pržene mljevene kave na tržištima Slovenije, Srbije, Bosne i Hercegovine te Sjeverne Makedonije. Neovisno o izazovnoj 2021. godini zabilježili smo 8% rasta prodaje, što nam daje potvrdu jačine naših brendova. Vodeći brendovi Strateškog poslovnog područja (SPP) Kava su Barcaffè, Grand kafa i Bonito.

U 2021. godini SPP Kava je ostvarilo 1.196 milijuna kuna prihoda od prodaje, što predstavlja 21% ukupnog prometa Atlantic Grupe. Ključna tržišta u 2021. godini su bila Srbija s 45% prihoda od prodaje i Slovenija s 27% prihoda od prodaje, slijede Bosna i Hercegovina s 10%, Hrvatska s 9% i Sjeverna Makedonija s 6% učešća u ukupnim prihodima od prodaje. Izvoz na preostala tržišta (Crna Gora, Kosovo, Austrija, Njemačka, Švicarska, Francuska, Italija) u 2021. godini je ostvario rekordni rezultat s vrijednosnim porastom od 15% u odnosu na prethodnu godinu.

U skladu sa strateškim prioritetima ključni fokus ostaje na kategoriji svježe pržene mljevene kave, gdje smo ostvarili rast od 5% u odnosu na 2020. godinu. U espresso segmentu je ostvaren značajan rast na svim relevantnim tržištima regije. Odlični rezultati nakon ponovnog lansiranja portfelja instant kave potvrđuju ambiciju Atlantic Grupe da u ovom segmentu osnaži svoje prisustvo.

U 2021. godini smo aktivno radili i na jačanju pozicije u HoReCa kanalu pa smo na hrvatskom tržištu ojačali naš Barcaffè espresso brend s brendom Procaffè, dodatno uložili u tržište Srbije i „on-the-go“ segment, dok u OOH (out-of-home) segmentu bilježimo rast od 37% prodaje u odnosu na prošlu godinu, što svjedoči o fokusu na daljnji razvoj ovog segmenta.

U kategoriji svježe pržene mljevene kave Atlantic Grupa je zadržala liderske pozicije na svim ključnim tržištima i zabilježila rast tržišnog udjela, na što su utjecale snažne marketinške kampanje i brojne aktivacije na svim tržištima, razvoj novih proizvoda te konsolidacija i rebrendiranje postojećih.

U Srbiji, Sloveniji, Bosni i Hercegovini i Sjevernoj Makedoniji smo u ovom segmentu zadržali vodeću poziciju uz značajan rast tržišnih udjela, dok je u Hrvatskoj brend Barcaffè u 2021. godini u kategoriji svježe pržene mljevene kave zauzeo drugu poziciju na tržištu i ostvario rekordne prodajne rezultate.

Atlantic Grupa je prva kompanija u regiji koja je koristila inovativnu *Farmer Connect* platformu zasnovanu na *blockchain* tehnologiji, zahvaljujući kojoj potrošači *Single Origin* kave pod Grand i Barcaffè brendom, osim uživanja u vrhunskoj kavi, imaju mogućnost istražiti kompletan put kave od plantaže do šalice. Ovi proizvodi vidljivo prisnažuju usmjerenje Atlantic Grupe ka održivom razvoju i brizi o zaštiti životne sredine, jer su pakirani u ekološku *Genprotect* foliju bez aluminija, napravljenu od bioplastike iz obnovljivih izvora koja se može reciklirati, a čijom proizvodnjom se postiže 63% manje emisije plinova s efektom staklenika u usporedbi s aluminijskom folijom. Kampanja za *Grand Single Origin* je nagrađena s dvije prestižne nagrade Udruženja za tržišne komunikacije Srbije za integriranu kampanju u direktni marketing kao i nagradom „Kaktus“ za direktni marketing.



1.196 mil.

KUNA PRIHODA OD PRODAJE
OSTVARILO JE SPP KAVA





Komunikacijskom platformom „Hajde da imamo vremena“ Grand kafa je poručila da kroz uživanje u šalici omiljene kave posvetimo vrijeme sebi i najbližima. Ne želeći da sve ostane samo na poruci, kroz CSR aktivnost „Hajde da imamo vremena za pregled“ Grand kafa je u mjesecu borbe protiv raka dojke osigurala besplatne mamografske preglede u nekoliko gradova u Srbiji i ukazala posebno na važnost brige o vlastitom zdravlju. Takva je komunikacija je prepoznata na svim tržištima pa je u 2021. godini Grand kafa nosilac priznanja potrošača za *must have* brend u Bosni i Hercegovini i priznanja za najprepoznatljiviji brend u kategoriji kave u Sjevernoj Makedoniji.

Barcaffè je, pak, u 2021. godini zaštitio svoju prepoznatljivu magenta boju kao robnu marku, što je veliki i iznimno rijedak uspjeh.



ETHIOPIA



RWANDA



COLOMBIA

Svoje vjerne potrošače je Barcaffè razveselio ponudom nove kave u zrnju za espresso aparate u kući, *Barcaffè Single Origin Rwandom* sa spomenutom *blockchain* tehnologijom i aromatiziranom kavom Barcaffè Lješnjak. Pored toga su se pred kraj godine na policama prodajnih mjesta prvi put pojavile kave s personaliziranim porukama, koje su bile odlično prihvaćene od strane potrošača u Sloveniji i Hrvatskoj. Lojalnost potrošača i ljubav prema robnoj marki dokazuju nagrade Superbrand i Trusted brand, koji Barcaffè prima već godinama u kontinuitetu.

Barcaffè espresso je, bez obzira na restrikcije u prvom dijelu godine, ostvario izvrsne rezultate, prvenstveno zbog unaprijed postavljene strategije strateških partnerstava te provođenjem strateških inicijativa: organski rast prodaje jačanjem imidža kompletnim redizajnom portfelja, POSM-a i espresso ekspertizom.

Kroz zadnje dvije izazovne godine Barcaffè espresso je otvorio 2.250 novih prodajnih mjesta u HoReCa segmentu sa znatnim rastom prodaje u volumenima na baznu 2019. godinu. Barcaffè Espresso bio je ponovno prepoznat na Međunarodnom natjecanju u degustaciji kave (*International Coffee Tasting*), gdje je osvojio dvije zlatne medalje za svoje mješavine Barcaffè India i Barcaffè Prestigio, što čini ukupno 13 medalja koje je Barcaffè osvojio na ovom prestižnom natjecanju. Kao kruna uspjeha u Zagrebu je krajem 2021. godine otvorena prva Barcaffè Academia, trening centar namijenjen za edukacije kupaca te različita događanja, ali i mjesto za espresso entuzijaste.



Značajno povećanje prodaje i tržišnog udjela širom regije potvrđuje ambiciju Atlantic Grupe za rast u segmentu instant kave. Insta Grand je s kampanjom #samouzivaj nosilac internacionalnog priznanja za najbolju Social Influencer kampanju na IAB MIXX natjecanju.

2021.

OTVORENA PRVA
BARCAFFÈ ACADEMIA



SODELAVCI VEDO, KAJ JE NAJBOLJE ZATE!

IGRAJ

40 DARIL NA TEDEN

OBISCI BARCAFFE.SI IN OSVOJI DARILA ZASE IN ZA SVOJE PRIJATELJE ALI SODELAVCE

Od 15.11. do 11.12.

PRIPOROČILO PRIJATELJA/SODELAVCA JE EDEN GLAVNIH RAZLOGOV, DA PRVIC POSKUSIMO BLACK'N'EASY KAVO. Vsi: Družba Black'n'Easy, Slovenija, april 2023, stran 33 - Družba Dine

Black'n'Easy već šestu godinu uzastopno ostvaruje rast. Od tržišta se posebno ističe Srbija s rastom od 15% u odnosu na prethodnu godinu. Black'n'Easy Travel kampanja ostvarila je visoke stope angažiranosti potrošača putem digitalne igre i nagrađena je UEPS (Udruženje za tržišne komunikacije Srbije) brončanim priznanjem za Internet aplikaciju u 2021. godini.

U kategoriji kapsula Barcaffè Perfetto bilježi odlične rezultate te je naš rast brži od rasta kategorije.

Tržište sirove kave u 2021. godini je doživjelo nagli skok cijena sirove kave, uslijed suše koja je zahvatila Brazil tijekom perioda zrenja kave, a potom i jakog mraza koji je krajem srpnja 2021. godine zahvatio područja kave. Nakon toga dolazi do eksplozivnog skoka cijene sirove kave, jer je procijenjeno da će i suša i mraz minimalno naredne dvije godine utjecati na smanjenu proizvodnju kave. Situacija s raspoloživom kavom je i dalje neizvjesna, te očekujemo da će cijene ostati na ovako visokim razinama i tijekom 2023. godine. Na sve ove probleme s nedostatkom sirove kave, nadovezala se i situacija s otežanom logistikom i prijevozom sirove kave iz svih porijekla, što je dodatno podiglo cijenu sirove kave. Ne očekuje se da će se otežana situacija s logistikom popraviti do kraja 2022. godine.

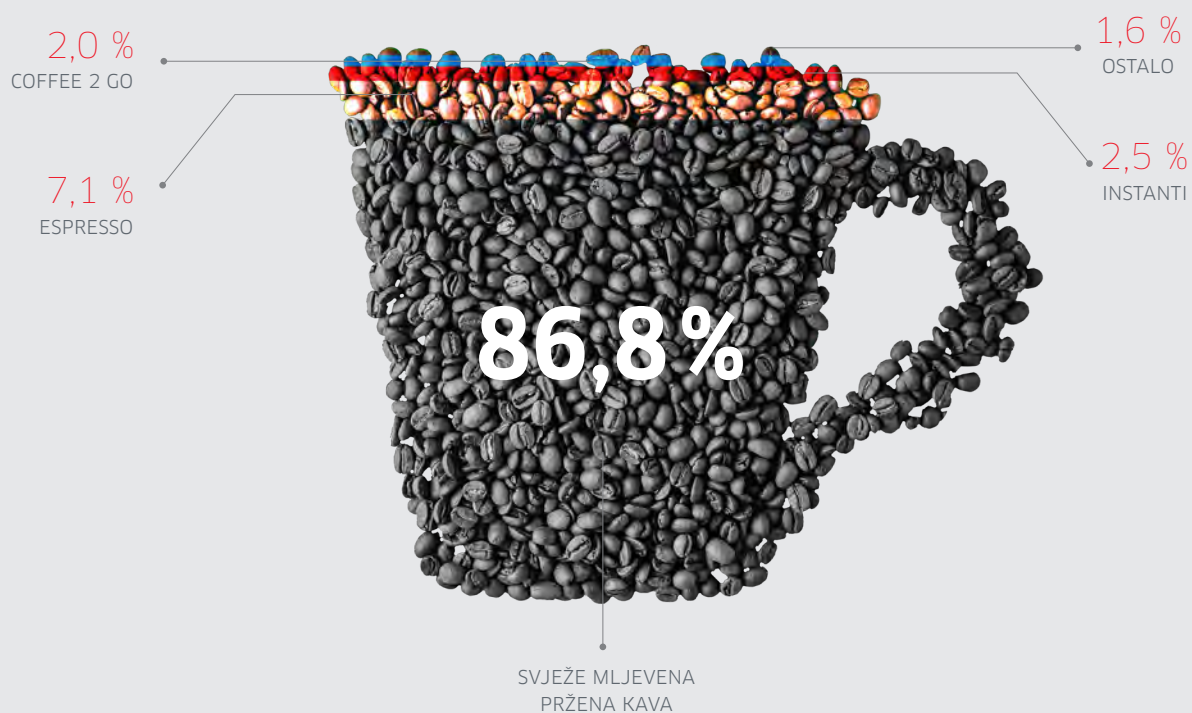
U 2021. godini su kapitalna ulaganja u poslovanje s kavom iznosila oko 50 milijuna kuna, od čega se 50% investicija odnosilo na ulaganja u HoReCa opremu i novi espresso edukacijski centar u Zagrebu. Dodatno smo ulagali u unapređenje proizvodnih linija na svim proizvodnim lokacijama kave.

S čvrstim temeljima u definiranoj strategiji, SPP Kava nastavlja očuvanje liderskih tržišnih pozicija u okviru kategorije svježe pržene mljevene kave, istovremeno se fokusirajući i na postizanje što većeg udjela u rastućim kategorijama espresso kave, instantna i *on-the-go* segmenta.

Prodaja po zemljama



Prodaja po kategorijama





Strateško poslovno područje Delikatesni namazi

U 2021. godini Strateško poslovno područje (SPP) Delikatesni namazi ostvarilo je 885 milijuna kuna prihoda od prodaje što predstavlja rast od 6% u odnosu na prethodnu godinu. Za Argetu je 2021. godina bila izazovna, ali smo godinu završili s rastom od 5% u odnosu na prošlu godinu. Najviše poteškoća bilo je u Sloveniji i Hrvatskoj gdje smo velike napore ulagali u održavanje svoje tržišne pozicije unatoč vrlo aktivnoj konkurenciji. Jačanjem marketinških planova i uvođenjem novih aktivnosti prošlu godinu smo u regiji završili s umjerenim rastom od 1% u odnosu na prošlu godinu, što je rekordni rezultat od 13% u odnosu na 2019. Istovremeno smo zadržali vodeću poziciju u BiH, našem najvećem regionalnom tržištu, dok smo u Srbiji nastavili rast tržišnog udjela i smanjivanje jaza u odnosu na tržišnog lidera. U zemljama poput Srbije, Kosova i Sjeverne Makedonije, 2021. godina je bila godina novih prodajnih rekorda.

Uspjeh Argete se proširio i ubrzao na međunarodnim tržištima koja su pod upravljanjem Globalnog upravljanja mrežom distributera (GUMD) porasla za 14% u odnosu na 2020. godinu. U Njemačkoj je ostvaren novi prodajni rekord (1.724 tone) s indeksom vrijednosti 111 u odnosu na 2020. godinu. Proširili smo distribuciju te se Argeta sada može naći u svim regijama Njemačke. U Austriji smo proveli strategiju rasta nove kategorije u 2021. godini usmjerenu na povećanje penetracije brenda i kategorije koja se ostvaruje kroz potpunu lokalizaciju marketinških aktivnosti. Provedba nove strategije rezultirala je rekordnim volumenom prodaje i tržišnim udjelom (vrijednosni rast od 2,9%)¹. Ojačali smo vodeću poziciju u Švicarskoj i bili uspješni u poticanju rasta prodaje Argete na tržištima kao što su Nizozemska i Švedska gdje je konkurentsko i maloprodajno okruženje u 2021. godini bilo posebno izazovno. Uspjeh Argete nastavio se i u Rusiji, a potaknut je širenjem distribucije i novih proizvoda (NPD-ova) te pojačanim fokusom na komunikaciju.

Od 2021. godine možemo sa zadovoljstvom utvrditi da je Argeta mesna i riblja pašteta broj 1 u Europi prema Nielsenovim podacima. Argeta je mesna pašteta broj 1 već od 2018. godine, ali je prošle godine dobila i titulu riblje paštete broj 1 u Europi.

ARGETA

Nr. 1

meat & fish pâté in Europe

885 mil.

KUNA PRIHODA
OSTVARIO JE SPP
DELIKATESNI NAMAZI

6%

VIŠE U ODNOSU NA
2020. GODINU

¹ Izvor: AC Nielsen



2021.

POTPUNI VIZUALNI
REDIZAJN AMBALAŽE

Najveći prošlogodišnji Argetin projekt koji je utjecao na sva naša tržišta bio je potpuni vizualni redizajn ambalaže naših proizvoda. Argeta je nakon šest godina svojim potrošačima donijela nov, moderan i živopisan izgled. Ovim redizajnom smo se udaljili od industrijskog izgleda koji prevladava kod naših konkurenata diljem svijeta u kategorijama mesnih i ribljih pašteta. Novi imidž Argetinih limenki obraća se potrošačima ilustracijama koje spajaju karakter i priču svakog pojedinog ukusa. Novim izgledom obuhvaćen je cijeli asortiman mesnih i ribljih namaza Argeta, Argeta Junior i Argeta Exclusive.

Druga velika promjena bila je poboljšanje nutritivne vrijednosti Argeta Junior namaza. Čak i prije toga, Argeta Junior namazi pripremani su od pažljivo odabranih i visokokvalitetnih sastojaka bez aditiva, ali smo u 2021. godini dodatno poboljšali recepturu ovih proizvoda kroz drastično smanjenje udjela masti i soli. Unatoč novoj recepturi, namazi Argeta Junior ostaju upravo ono što djeca (i oni koji su samo djeca u duši) poznaju i vole.



Obitelji Argeta Exclusive dodali smo dva nova imena. Novu kreaciju ograničenog izdanja osmislili su chef Nina Čarman iz restorana Danilo i njezin brat Gašper Čarman, nagrađivani sommelier. Brat i sestra predstavili su nadopunjujuću kombinaciju nježne posoške pastrve, tradicionalnog ali istaknutog estragona i bijelog vina Sulec, kojeg je Gašper kreirao posebno za Argeta Exclusive. Unatoč neizvjesnostima i zatvaranju restorana zbog COVID-19, nastavili smo s mentorskim programom Argeta Exclusive Academy koji ima za cilj razvijati mlade kuharske talente u Sloveniji i Hrvatskoj



U 2021. godini Argetina postignuća su zamiječena i od šire marketinške zajednice. Iznimno smo ponosni na našu voditeljicu digitalne strategije kojoj je Websi uručio nagradu za „Najbolju digitalnu osobu godine“. Naša inicijativa „podržimo lokalno“ s posoškom pastrvom bila je velika dobitnica SMK-ove nagrade za marketinšku izvrsnost. Također je dobila srebrnu nagradu na SOF-u (Slovenski festival oglašavanja) i brončani Effie. Još jedan vrlo nagrađivani projekt bio je Argeta Exclusive zvučna degustacija kojom je namaz Argeta Exclusive pretvoren u glazbu kako bi podržao lansiranje dva namaza ograničenog izdanja krajem 2020. godine. Dobio je jednu zlatnu i dvije srebrne SOF nagrade u tri različite kategorije. Osim toga, dobili smo srebrnu SOF nagradu za Argetin redizajn i srebrni Effie za kampanju „Život je ono što od njega napravimo“.

Kao snažni akter u našoj kategoriji svjesni smo odgovornosti koju imamo prema našim korisnicima, društvu i okolišu. U 2021. godini pokrenuli smo naš program održivosti Spread Good – 10-godišnji plan s ambicioznim ciljevima i obvezama u pogledu održivosti. I dalje se držimo tzv. „bez“ obećanja za sve naše proizvode. Poboljšali smo pileće paštete s kulenom, sudžukom i „Jagd Aufstrich“ koje su prethodno još i sadržavale neke aditive. Sada je jedini proizvod koji nije bez aditiva posna pašteta (sadrži zgušnjivače). Kad je riječ o našoj transportnoj ambalaži, prešli smo s transportne ambalaže 2x6 na 2x7. Time smo uspjeli smanjiti potrošnju papira i optimizirati logističke parametre kako bismo postigli niže emisije CO2.

U 2021. godini 5,4% tune imalo je MSC (Marine Stewardship Council) certifikat. Na temelju naših obveza održivosti započeli smo suradnju s WWF-om (World Wide Fund for Nature) Adria koji će nam pomoći u postizanju ciljeva u pogledu ribe i morskih plodova koji su usmjereni na odgovornu opskrbu ribom. Kad je riječ o piletini, naš je cilj da do 2030. godine sirovinu nabavljamo samo iz podnog i organskog uzgoja. U 2021. godini već smo premašili cilj za razdoblje 2021./2022. Naši dobavljači isporučili su nam 62% piletine iz podnog uzgoja te više od 6% iz slobodnog i organskog uzgoja.



5%

POVEĆANJA TROŠKOVA
MATERIJALA U ODNOSU
NA 2020. GODINU

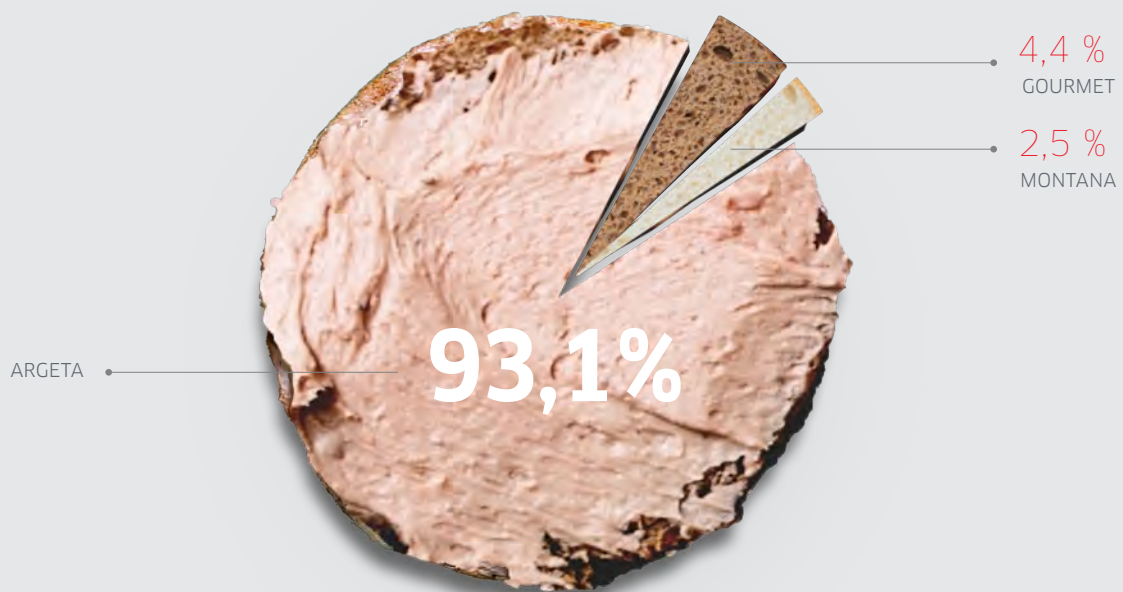
Tijekom 2021. godine svjedočili smo tektonskim poremećajima u lancu opskrbe i nestašici raznih sirovina na svjetskom tržištu. To je dovelo do strelovitog rasta cijena. Osim toga, nalazimo se u povijesno najvećoj krizi u pogledu cijena energije i usluga. Svojim dobrim strategijama nabave uspjeli smo u velikoj mjeri eliminirati negativan utjecaj cijena jer smo unaprijed sklopili dugoročne ugovore za najvažnije materijale. Unatoč tome, zabilježili smo prosječno povećanje troškova materijala od 5% u odnosu na 2020. godinu. Kako globalna kriza i dalje traje, u 2022. godini nastavit ćemo se suočavati s velikim izazovima u pogledu dostupnosti i visokih cijena materijala.

U 2021. godini naša kapitalna ulaganja iznosila su 34 milijuna kuna. Naši su najvažniji projekti bili zamjena proizvodne linije za paštete od 95 g u Izoli, remont proizvodne linije za paštete od 95 g u Sarajevu, te novi uređaj za pročišćavanje otpadnih voda u Igrošu. Prema planovima razvoja poslovanja i rasta Argete u kategoriji, Atlantic Grupa odlučila je investirati u izgradnju novog proizvodnog pogona za Argetu u okolici Varaždina u Hrvatskoj s obzirom da naše dvije postojeće tvornice u Izoli i Hadžićima već rade punim kapacitetom i jedva drže korak s potražnjom. Nakon realizacije projekta planirano je otvaranje do 150 novih radnih mjesta.

Prodaja po zemljama



Prodaja po kategorijama





Strateško poslovno područje Slatko i slano

Strateško poslovno područje (SPP) Slatko i Slano obuhvaća slatki proizvodni program u kategorijama čokolade, čokoladnih proizvoda, keksa, čajnih peciva i vafli, i slani proizvodni program koji čine grickalice tipa ekstrudiranih proizvoda (flips) i slanog trajnog peciva (štapići).

Drugu godinu u izmijenjenim poslovnim uvjetima zbog pandemije COVID-19, SPP Slatko i slano bilježi prihode od prodaje od 684 milijuna kuna što predstavlja rast u odnosu na prethodnu godinu od 6%. Prodaja raste u cijeloj regiji, posebno na tržištima Crne Gore (19%), Slovenije (11%) i BiH (10%). Značajan rast se bilježi na tržištu Austrije (42%) uz proboj izvan granica etno kanala prodaje. Primjetno je blago jačanje prodaje van Srbije koji dostiže udio od 37% ukupnog prihoda od prodaje.

Od proizvodnih kategorija, izvanredan uspjeh ostvaruju barovi, prije svega brend Bananica s povijesnim rekordom u prodaji i godišnjim rastom od 33%. Dvoznamenkasti rast bilježe kategorije flipsa (Smoki 13%) i štapića (Prima 13%), što povećava udio slanih grickalica u strukturi proizvodnog programa. Tržišna pozicija strateškog brenda Smoki obranjena je i poboljšana na regionalnoj razini.

U zahtjevnim uvjetima u 2021. godini nabaviti, proizvesti i isporučiti proizvod koji će potrošač vrednovati kao potvrdu svog izbora postalo je izazovnije nego ikad. Suočavanje s poremećajima na svjetskom tržištu repromaterijala (kakao, šećer, biljna mast, kukuruzni griz, pšenično brašno, polimeri, karton, papir itd), poskupljenje svih vrsta energenata kao i distributivno-logistička ograničenja izazvana pandemijom, dodatno su ovaj zadatak otežali. Postizanje ciljeva u novim tržišnim okolnostima značajnim dijelom je ostvareno i pravovremenom reakcijom kroz cjenovnu politiku utemeljenu na sistematičnom poslovno-financijskom praćenju tržišta kao i optimiranim rukovođenjem.

Prilagodbom poslovanja u izvanrednim okolnostima, fokus se s održavanja kontinuiteta proizvodnog procesa proširio na uočene mogućnosti za poboljšanje njegove efikasnosti. Definiran je novi set ključnih operativnih pokazatelja i razvijen mjerni stimulativni sustav za nagrađivanje zaposlenih u proizvodnji i tehničkom održavanju. Proizvodni proces flipsa prilagođen je primjeni novog „big bag“ pakiranja sirovine kikiriki, čime se postiže trajna troškovna ušteda uz olakšanu manipulaciju u nabavno-proizvodnom lancu.

Detektirani su sljedeći efekti poduzetih mjera u skladu s korporativnom strategijom održivog razvoja:

- povećan je udio reciklabilnog pakirnog materijala sa 85,6 % na 99,2%,
- smanjen je udio plastike u ukupnoj ambalaži sa 51% na 21,6% uz porast reciklata u njenom sastavu,
- kompletna papirna i kartonska ambalaža nabavlja se od dobavljača s osiguranim FSC certifikatom (76,9% ukupne ambalaže).

Studioznom optimizacijom portfelja godina je završena s 226 aktivnih artikala. Sve inovativne aktivnosti na području upravljanja asortimanom provedene su kroz novouvedenu stage gate proceduru. Lansirano je 79 artikala, od toga 19 novih receptura. Promjene u asortimanu podržane su s 13 integriranih marketing kampanja uz poseban naglasak na digitalnu komunikaciju.



Smoki

Bananica

Prima

684 mil.

KUNA PRIHODA OD PRODAJE
OSTVARILO JE SPP SLATKO I
SLANO

226

AKTIVNIH ARTIKALA



Smoki Street Art Pack

U predjubilarnoj godini (2022. obilježava se 50 godišnjica) Smoki je potvrdio regionalnu poziciju brenda s vizijom. Novi Smoki Street Art dizajn, zasnovan na unikatnim crtežima tri grafiti umjetnika iz Srbije, Hrvatske i Slovenije, uz integriranu kampanju „Nema greške“, uvodi filozofiju opuštanja kroz kreaciju i svakodnevne situacije. Shodno ciljnoj grupi kampanja uključuje digitalne aktivacije s fokusom na Instagram i Tik Tok serijal pod nazivom Mala škola street arta.



Smoki Sport Mix Challenge

Tijekom europskog prvenstva u nogometu Smoki se konceptom Sport Challenge posebno obratio mladoj populaciji lansiranjem limitiranog izdanja s ekstremno aromatiziranom kombinacijom okusa flipsa.



Smoki & Tortilla Cheddar

Smoki portfelj obogaćen je novim okusom Smoki i Tortilja Cheddar.



Čoko Smoki Savršeni spoj

Na komunikacijskoj platformi „Nema greške“ zasnovana je i regionalna kampanja za Čoko Smoki, moderna priča o savršenom spoju hrskavog flipsa i najfinije čokolade, te je donijela značajan rast prodaje.



Prima redizajn

U skladu s krovnim sloganom „Život sa ukusom“ prirodan razvoj brenda Prima nastavljen je redizajnom pakiranja. Usuglašen je vizualni identitet cijelog portfelja i dodatno istaknuto opredjeljenje brenda ka promociji zdravog izbora među grickalicama.





Ledena Bananica

Ledena Bananica kao hrabar iskorak nadogradila je kulturni brend. Inovativni spoj slatkiša i osvježena u pakiranju modernog dizajna srž je uspjeha ovog limitiranog izdanja, koje se izborilo za opstanak u standardnom asortimanu. Sloganom „Da se smrzneš od sreće“ nastavljena je komunikacija brenda s ljubiteljima slatkiša koji prepoznaju zadovoljstvo u svakodnevnom okruženju.

Bananica kampanja

Na istoj platformi lansirana su i izdanja pakiranja s maštovitim i zabavnim ispisima čime su višedesetljetnom brendu dodani dinamika, iznenađenje i radost.



Najlepše želje

Uz nove tehničko-tehnološke uvjete, započeta je transformacija čokolade Najlepše želje ka izgradnji brenda u potpunosti relevantnog suvremenom potrošaču. Atlantic Štark postao je prvi regionalni strateški partner vodećeg svjetskog proizvođača čokoladnih masa Barry Callebaut, koji proizvodi čokoladne mase po našoj recepturi. Novom komunikacijskom platformom „Sve što radiš radi punim srcem“ podržan je redizajn proizvoda i pakiranje uz isticanje motiva srca s jasnom simbolikom emocije u temelju brenda.

Najlepše želje

Mladoj ciljnoj grupi brend se pak približava lansiranjem štapića prelivenih čokolodom, prateći svjetski snackfactory trend slatko-slanih grickalica.



Najlepše Želje zimsko izdanje

Godina je ispraćena zimskim izdanjima „čarobna đanduja“ i „zimski kolačić“ u formatu čokoladnih tabli i pralina.

Napola Tanke

Novi razigrani koncept Napola Tanke osvježio je Štark Napolitanke kombiniranjem preliveneog i nepreliveneog vafla u istom pakiranju. Pod sloganom „Najbolje od oba sveta“ ovaj koncept je uz angažiranje poznatog Youtuber-a komuniciran ciljanoj mladoj publici.



Menaž drops

Kao odgovor na uočene potrošačke navike u kućnoj izradi poslastica definirana je čvrsta Coolinary komunikacijska platforma koja objedinjuje tradicionalne kekse Petit Beurre, Piškote i Avala s čokoladom Menaž. U cilju pomlađivanja ciljane grupe, Menažov portfelj je dopunjen bijelim i crnim čoko dugmičima, pogodnim za izradu i dekoriranje poslastica.



Coolinary

Radi promoviranja Coolinary portfelja razvijena je prva Štarkova aplikacija „Volim poslastice“.

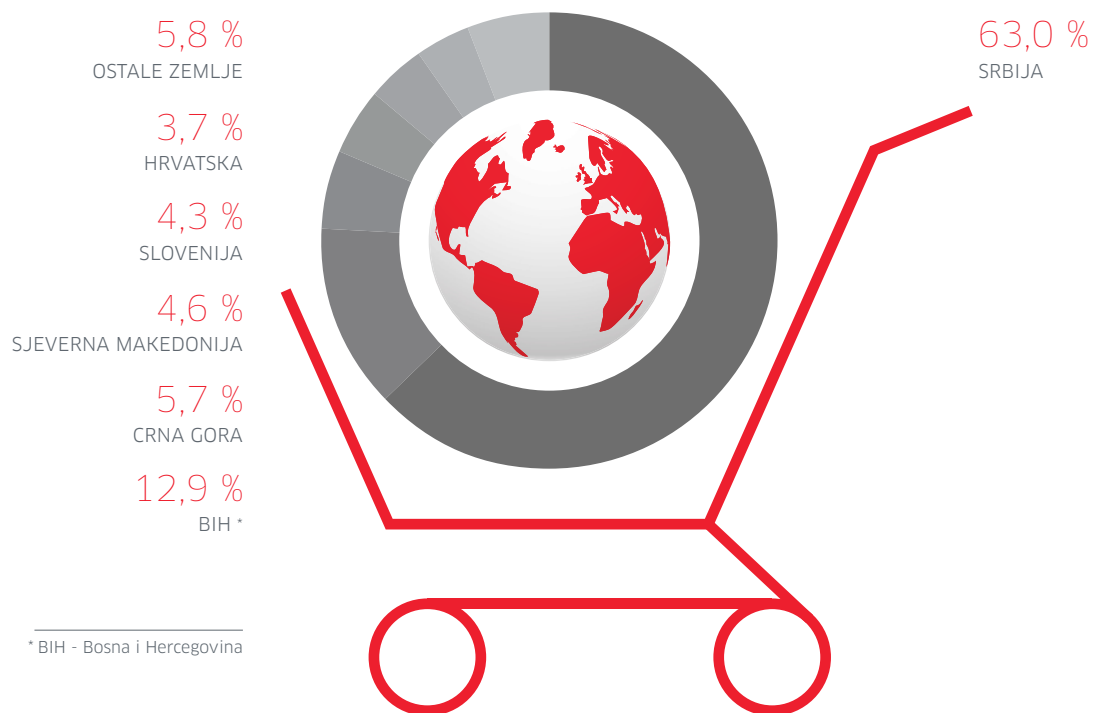


Sladoledi

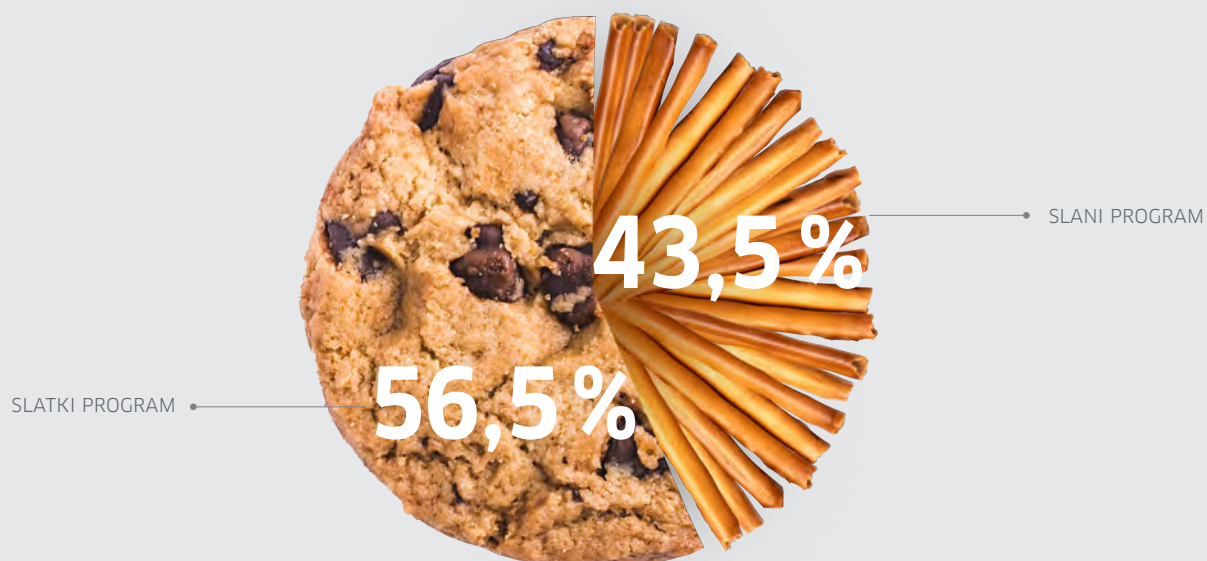
Tijekom ljeta Štark prodavaonice su prvi put uključile u svoju ponudu zanatske sladolede, tj. ledene poslastice poznatih okusa - Najlepše Želje, Bananica, Smoki i Menaž - kao atrakcija za mlade potrošače ujedno su i svojevrsni preliminarni test ekstenzije strateških brendova u nove kategorije.

Kapitalni projekti u 2021. godini iznosili su 48 milijuna kuna. Potpuno je implementirana moderna linija za proizvodnju i pakiranje čokolada. Povećan je kapacitet i stvoreni preduvjeti za inovativni razvoj. Nova oprema omogućava primjenu frozen cone tehnologije i multifill strukturu čokoladnih proizvoda. Ova investicija, izuzetno zahtjevna s financijskog i organizacijsko-tehničkog aspekta, obilježila je proteklu godinu. Obavljene su pripreme u skladu s odobrenim kapitalnim projektima za novu proizvodnu opremu na linijama vafla (Beograd) i kekasa (Ljubovija), što će unaprijediti kvalitetu gotovih proizvoda i omogućiti ambiciozne inovacije kategorija koje će biti u fokusu u narednom periodu. S Ministarstvom gospodarstva Republike Srbije potpisan je ugovor za ove linije sa subvencijom od 20% i već uplaćenom prvom ratom.

Prodaja po zemljama



Prodaja po kategorijama





Strateško poslovno područje Pića

Strateško poslovno područje (SPP) Pića aktivno je u različitim kategorijama proizvoda kao što su bezalkoholna pića voćnog okusa, gazirana pića cola okusa, gazirane i negazirane vode te komprimati (bomboni). Cedevida, Cockta, Kala, Kalnička, Tempel, Karadorđe te Cedevida komprimati i Puc Puc, brendovi su koje SPP Pića realizira na četiri proizvodne lokacije, dvije u Hrvatskoj, te po jednu u Sloveniji i Srbiji.

Pandemijske okolnosti iz 2020. godine nastavile su se sa smanjenim utjecajem na poslovanje i tijekom 2021. godine, a najviše su se očitovale u ograničenju rada ugostiteljskih objekata u prvom kvartalu godine. Unatoč tome zabilježen je značajan oporavak tog segmenta u odnosu na 2020. godinu od 16%, pogotovo u sezonskim mjesecima, dok je glavni izvor kontinuiranog rasta za ovaj period u odnosu na 2020. godinu bio maloprodajni segment po svim glavnim kategorijama s rastom od ukupno 11%. Ovakve rezultate postigli smo zahvaljujući održavanju razine ulaganja u brendove i ljude i tijekom 2020. godine i dodatnim rastom ulaganja u 2021. godini za 16% u brendove i 9% u ljude. Predanost u održavanju investicija u ključne vrijednosti vidi se u zadržavanju ili napredovanju tržišnih pozicija naših brendova u ovom segmentu od čega je najveći napredak ostvaren u segmentu Cedevida vitaminskih napitaka.

SPP Pića je u 2021. godini ostvarilo prihod od prodaje u iznosu od 536 milijuna kuna, što je u odnosu na prethodnu godinu rast od 11%. Rast je evidentiran na svim tržištima, a od regionalnih tržišta koja generiraju najveće stope rasta ističu se Hrvatska, Srbija i BiH. Gledajući internacionalna tržišta, koja su se također istaknula pozitivnim indeksom rasta, treba izdvojiti Austriju, SAD i Njemačku.

Cedevida GO, koja je godinu prije doživjela redizajn, u 2021. godini nastavila je ostvarivati dobre prodajne rezultate te bilježi rast prodaje od 27% u odnosu na 2020. godinu. Rast prodaje zabilježili su: Cedevida za kućnu konzumaciju 3%, Cockta 14%, bomboni 25%, i voda 12%.

Kao ključni dio godine svakako treba istaknuti period sezone (6. - 9. mjesec), budući da je na gotovo svim tržištima zabilježen prodajni rezultat bolji i od rekordne 2019. godine. Glavnina prodaje u 2021. godini zadržana je i dalje kroz regionalna tržišta (97%), od kojih prednjači Hrvatska s udjelom u ukupnoj prodaji od 42%, Srbija s 19% i Slovenija s 18%.

CEDEVITA®

Cockta

Kala

KALNIČKA

536 mil.

KUNA PRIHODA OD
PRODAJE OSTVARILO JE
SPP PIĆA

RAST PRODAJE OD

27%

OSTVARILA CEDEVITA GO
U ODNOSU NA 2020.

2021.

LANSIRAN JE NOVI OKUS
CRVENA NARANČA

Cedevita pakiranje za konzumaciju u kućanstvu obilježila su dva noviteta u 2021. godini. Prvi je lansiranje novog okusa Crvene naranče, koji se u godini ranije dokazao kao prihvaćen okus u On The Go (OTG) i HoReCa varijanti. Drugi je novo pakiranje i dizajn ukupnog asortimana za kućanstvo, najveća inovacija do sada u ovom dijelu Cedevita asortimana. Riječ je o projektu koji je krenuo od istraživanja preferencija potrošača po pitanju pakiranja te je na temelju njih na tržište plasirano praktično čvrsto srednje pakiranje, po uzoru na najbolje ocijenjeno pakiranje od 200g. Na taj način je olakšano sipanje Cedevite izravno u čašu, a pojednostavljuje i ponovno punjenje preuzimajući ulogu spremnika. Uz to, potrošačima omogućuje i krajnje jednostavno otvaranje i zatvaranje prilikom korištenja, uz maksimalno zadržavanje kakvoće i svježine. Najveće pakiranje dobilo je čep koji potrošačima osigurava jednostavno i kontrolirano sipanje omiljenog napitka direktno u čašu odnosno presipavanje Cedevite u srednje ili najmanje pakiranje. Osim funkcionalnih unapređenja, nova pakiranja Cedevite značajno su unaprijeđena i u pogledu održivosti, jer se pri razvoju pakiranja vodilo računa o tome da se određeni nereciklabilni materijali zamijene održivijim - reciklabilnim.

Osim primarnog pakiranja unaprijeđeno je i sekundarno pakiranje u tzv. *shelf - ready* pakiranje, jednostavnije za manipulaciju i postavljanje na policu. Dodatna korist ovakvog oblika pakiranja je uvođenje kartonske ambalaže i to iz obnovljivih izvora, čime smo značajno smanjili količinu korištene plastične ambalaže.

Kad je riječ o izgledu proizvoda, Cedevita je dobila potpuno novi vizualni identitet te već na prvi pogled približava omiljeni okus Cedevite koji potrošača čeka unutar pakiranja.

Krajem godine na tržištima je krenula zamjena dosadašnjih pakiranja novima, a 360° aktivacija planirana je za prvi kvartal 2022. godine.





U okviru još jedne pandemijske godine i posljedica koje ovakva dugotrajna situacija ima na mentalno zdravlje ljudi, CedeVita je kao najveći brend regije u svom segmentu odlučila iskoristiti svoju snagu te kao društveno odgovoran brend pomoći ljudima u održavanju dobrog mentalnog zdravlja. Pokrenuta je platforma „Budi dobro. Budi CE” na kojoj posjetitelji mogu naći praktične i korisne savjete stručnih osoba u obliku članaka ili videa koji educiraju kako si pomoći u određenim situacijama te zadržati ili popraviti svoje mentalno zdravlje. Platforma je sve posjećenija i u planu je uskoro širiti se i na ostale zemlje regije.

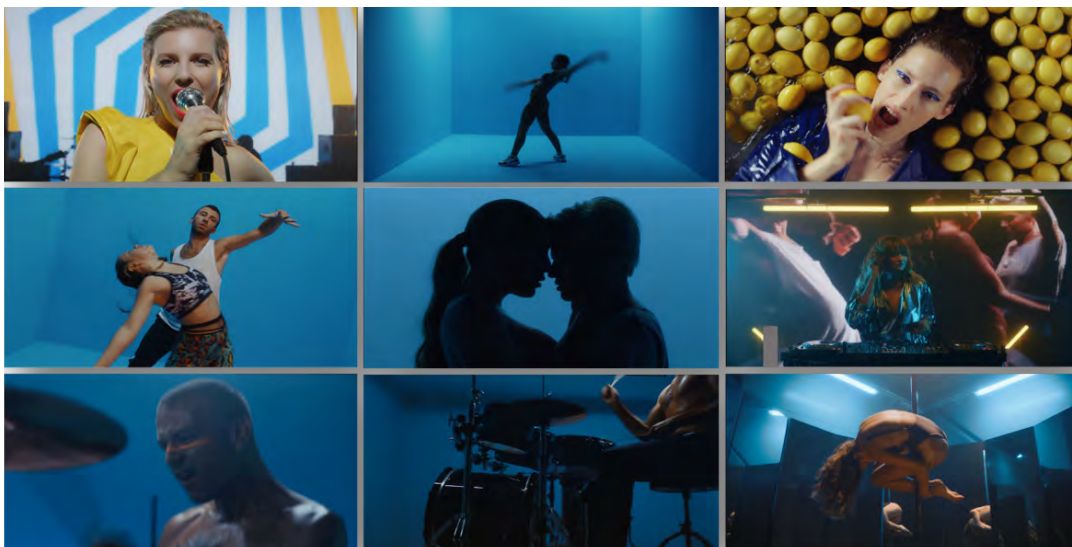
Kroz sve medije i kampanje se u 2021. godini širila upravo ta poruka: „Budi dobro. Budi Ce.”

2021.

PREDSTAVLJENA JE
NOVA PORUKA:
„BUDI DOBRO. BUDI CE.”



Cockta je u 2021. godini nastavila izazivati pažnju svojom kampanjom „Živi za svoju stvar“ i bila izuzetno aktivna posebno na digitalnim kanalima. I u ovoj godini je kampanja osvojila niz nagrada, od Nagrade za društveno odgovorne projekte, preko Nagrade za najbolju kampanju na društvenim mrežama (Websi). Također je kampanja nagrađena trećim mjestom na natjecanju Ideja x, za najbolju kampanju na tržištu. Na hrvatskom i slovenskom tržištu je ocijenjena najboljom kampanjom unutar Atlantic Grupa brendova.



2021. godinu obilježio je lagani oporavak OTG segmenta pa je Cockta najviše i rasla u ovim formatima. Rast tržišnog udjela u ovoj izrazito kompetitivnoj kategoriji zabilježen je na tržištima Hrvatske i Srbije.

U SPP Pića sustavi upravljanja kvalitetom, okolišem i energijom su usklađeni s međunarodnim standardima (ISO 9001, 14001, 50001, HACCP, FSSC 22000 i IFS). IFS Food, najzahtjevniji standard sigurnosti i kvalitete hrane je implementiran i već drugu godinu ocijenjen visokom razinom usklađenosti u Atlantic Cedeviti, dok su punionice u Hrvatskoj i Sloveniji usklađene s FSSC 22000 standardom sustava sigurnosti hrane.

Najvažnije investicije u unapređenje proizvodnih kapaciteta i razvoj proizvoda u ovom investicijskom ciklusu su bile fokusirane na najveći segment vitaminskih instant napitaka za kućnu potrošnju, pri čemu je u tom segmentu investirano u tri linije pakiranja koja su plasirana na tržište krajem 2021. i početkom 2022. godine.



Prodaja po zemljama



Prodaja po kategorijama





Strateško poslovno područje Pharma

U 2021. godini Strateško poslovno područje (SPP) Pharma ostvarilo je ukupni prihod od prodaje u iznosu od 563 milijuna kuna, još uvijek okupljajući ljekarničke jedinice i specijalizirane prodavaonice medicinskih proizvoda pod brendom Farmacia te proizvodnju dječje prehrane za brend Bebi. Krajem 2021. godine Atlantic Grupa je, naime, s austrijskom kompanijom Gittis Naturprodukte GmbH potpisala ugovor o kupoprodaji proizvodne lokacije Mirna u Sloveniji te tako zaključila proces započet ranijom prodajom brenda Bebi srbijanskoj Nelt Grupi, koji je krajem lipnja 2021. godine postao vlasništvo kompanije Fabrika Dečje Hrane d.o.o / Baby Food Factory LTD Srbija. Ova je pak aktivnost dio procesa dezinvestiranja non-core djelatnosti u skladu s Atlanticovom korporativnom strategijom. Kompanija Gittis preuzima ukupnu proizvodnu lokaciju sa zaposlenicima te dugoročno planira punu aktivaciju lokacije Mirna, ali i ulaganja u njezin daljnji tehnološki razvoj te zaposlenike što predstavlja izvrsnu perspektivu za lokaciju.

Farmacia je u 2021. godini, unatoč izazovima poslovanja uslijed nastavka COVID-19 pandemije, nastavila s planiranim otvaranjem novih jedinica i unapređenjem poslovanja postojećih. Otvorene su četiri nove jedinice, jedna je preseljena, a jedna je preuredila svoj prostor što će pridonijeti još uspješnijem poslovanju.

Ostvareni promet u 2021. godini iznosi 531 milijuna kuna te je s krajem godine Farmacia u svojem lancu dosegla brojku od 53 ljekarne i 43 specijalizirane prodavaonice. Novootvorena lokacija je Ljekarna u Krajevici nakon akvizicije od Ljekarne Galler, a preostale tri nove jedinice su specijalizirane prodavaonice Marti Retail Park u Rijeci te u Matrix Office Parku i Z centru u Zagrebu. Preseljena je postojeća specijalizirana prodavaonica u City centru Split na atraktivniju poziciju unutar trgovačkog centra, a specijalizirana prodavaonica u Osijeku (Kaufland) je preuređena.

U prosincu 2021. godine završeni su pregovori oko preuzimanja zdravstvene ustanove Ljekarne Sv. Kuzma i Damjan koja broji tri ljekarničke jedinice, od toga dvije u Zagrebu i jednu u Zadru. Ljekarne Kuzma i Damjan postaju vlasništvo Atlantic Grupe s 1. siječnja 2022. godine, a završetak pripajanja u ZU Farmacia očekuje se na proljeće.

Unatoč pandemijskim okolnostima, Farmacia u 2021. godini ostvaruje novih 57 milijuna kuna prometa u odnosu na 2020. godinu te ostvaruje rast od 12% u odnosu na prethodnu godinu, jednim dijelom nadoknađuje se propušten promet tijekom lockdown perioda 2020. godine, ali i raste zahvaljujući vrlo uspješnoj turističkoj sezoni i povratku građana u trgovačke centre. COVID-19 asortiman i dalje zauzima značajan dio udjela prodaje, a Farmacia osigurava neometanu opskrbu građana ovim proizvodima.

Uvjeti rada u Farmaciji su i dalje prilagođeni pandemijskim okolnostima kako bi zaštitili djelatnike i sve građane koji tijekom pandemije imaju potrebe za ljekarničkom uslugom.

Farmacia se priključila nacionalnim projektima Ministarstva zdravstva, Hrvatskog zavoda za zdravstveno osiguranje i Hrvatske ljekarničke komore te je od rujna 2021. godine organizirano cijepljenje protiv COVID-19 u 2 ljekarne (Zagreb, Božidara Magovca i Glina) koje se provodi svaki tjedan do daljnjeg sve dok postoji interes građana. Drugi projekt je cijepljenje protiv gripe u ljekarnama koji se provodio krajem studenog i početkom prosinca u 3 ljekarne (Zagreb, Božidara Magovca, Glina i Ivanska). Ovim projektima Farmacia se pozicionira u novim ulogama koje očekuju ljekarništvo u budućnosti.

farmacia 

531 mil.

KUNA UKUPNOG
PRIHODA OSTVARILA
JE FARMACIA



FARMACIA OSTVARUJE
RAST OD

12%

U ODNOSU NA 2020.
GODINU



Menadžment Farmacije je nastavio s usklađivanjem svih operativnih aktivnosti s epidemiološkom situacijom kako bi se svi procesi u svakodnevnom poslovanju nesmetano odvijali unatoč obavezi rada od kuće za sva radna mjesta na kojima je to moguće.

Edukacije djelatnika koje su u Farmaciji jedna od aktivnosti za pružanje kvalitetne ljekarničke skrbi u potpunosti se odvijaju u virtualnom Edukacijskom centru na Microsoft Teams platformi s iznimno velikim odazivom djelatnika, što je smjer za daljnju digitalizaciju i nakon završetka pandemije.

Postojeća specijalizirana savjetovališta unatoč prilagodbi rada u novim epidemiološkim uvjetima ostvaruju rast interesa klijenata u pružanju savjeta za rješavanje zdravstvenih tegoba i poboljšavanje kvalitete života. Sportsko i dermokozmetičko savjetovalište sudjelovali su u *outdoor* projektima i događanjima sukladno epidemiološkoj situaciji, gdje su magistri farmacije i farmaceutski tehničari pozicionirani kao najvažniji Farmacia brend ambasadori.

Farmacijina web stranica i profili na društvenim mrežama opravdali su povjerenje svojih brojnih korisnika. Kroz virtualne kanale smo na svakodnevnoj bazi svoje klijente i pacijente informirali o redovnim mjesečnim aktivnostima, a objavama pod nazivom Farmacia expert prenosili članke stručnjaka u pojedinim područjima kako bi djelovali edukativno na širu zajednicu. Promjenom navika građana u pandemiji, web shop je svojom bogatom i prilagođenom ponudom dokazao da je izvrstan alat za kupnju bezreceptnog asortimana.

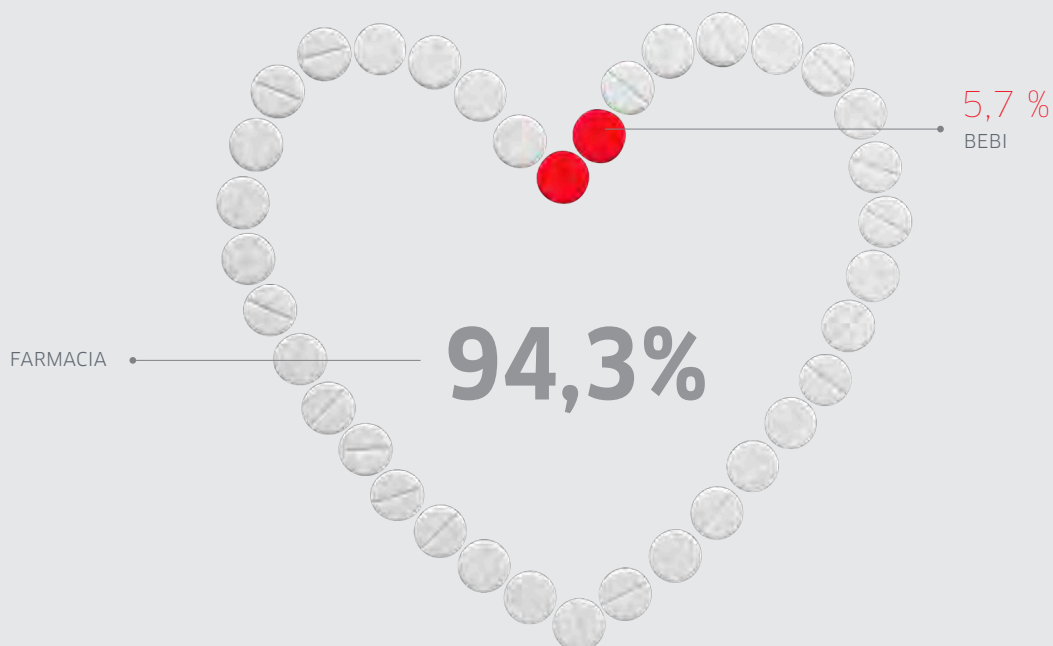
Uvođenje platnenih brendiranih vrećica smanjilo je korištenje plastičnih vrećica u ljekarnama i specijaliziranim prodavaonicama, a dodatno uvođenje papirnatih vrećica za prodaju i papirnatih vrećica bez ručica (tzv. škarnici) u srpnju pozicioniralo je Farmaciju kao ustanovu koja brine o utjecaju na okoliš.



Prodaja po zemljama



Prodaja po kategorijama





Poslovno područje Donat

U svojoj drugoj godini poslovanja kao zasebno poslovno područje (PP), PP Donat ostvarilo je značajne iskorake. Slijedeći dugoročnu strategiju internacionalizacije brenda i njegove premiumizacije koja će se postići na osnovi uvida potrošača i dubokog razumijevanja vrijednosti koju brend Donat donosi potrošačima. Istodobno s uspostavljanjem Donatove nove pozicije započeli smo s razradom koncepta razvoja novih proizvoda u području održive zdrave probave u kojem su proizvodi usklađeni s ključnim prednostima (prirodni sastojci, znanstveno dokazana učinkovitost, održiva proizvodnja i ambalaža) te kompatibilni (ali ne i komparabilni) s funkcionalnošću Donata.

U 2021. godini PP Donat ostvarilo je prihod od prodaje od 219 milijuna kuna, što predstavlja rast od 12% u odnosu na prethodnu godinu. Unatoč značajnom rastu maloprodajne cijene zbog premiumizacije na svim tržištima, prodaja je rasla i po volumenu. Kad je riječ o vrijednosti prodaje, Slovenija je porasla za 16%, Hrvatska 15%, BiH 15%, Italija 6%, Austrija 7% te Rusija 2% u odnosu na prethodnu godinu. Odlični rezultati prodaje vidljivi su i u kontekstu kategorije (gazirane prirodne mineralne vode). Naša vrijednost na tržištima rasla je brže nego sama kategorija, što znači da je Donat utjecao na razvoj kategorije. Tako smo u 2021. godini postigli i poboljšanje tržišnog udjela u Hrvatskoj gdje smo po prvi put postigli 10% vrijednosni tržišni udio; u Austriji je vrijednosni tržišni udio porastao za 0,2% i sada iznosi 1,6%; u Rusiji naš vrijednosni tržišni udio iznosi 1,7%, dok smo u Sloveniji zadržali stabilnu lidersku poziciju sa 43% vrijednosnog tržišnog udjela.²

U prvom tromjesečju godine Donat je javnosti predstavio novu poziciju brenda koristeći novu komunikacijsku platformu i slogan „Pobrinite se za svoju probavu, brinite o sebi.“. Nova pozicija odnosi se na otkrivanje dodatnih funkcionalnosti proizvoda koje pogoduju probavi ne samo u obliku ublažavanja problema, već i kao preventivna mjera protiv njihove pojave. Lansiranje dolazi u trenutku kada su važnost održavanja zdrave probave počeli intenzivno prepoznati i promovirati mediji. Nova znanstvena otkrića (veza između mozga i crijeva) dodatno su potvrdila važnost zdrave probave za zdravlje cijelog organizma. Potrošači su postali svjesni važnosti zdrave probave koju je potvrdilo nekoliko studija (fokus grupe, kvantitativno istraživanje, conjoint analiza). Slijedom toga nastavlja rasti potražnja za takvim proizvodima te su ljudi spremni platiti više za proizvode koji su prirodni i učinkoviti kao što se oglašavaju, što Donat sasvim sigurno jest.



² Izvor: AC Nielsen

Donat

219 mil.

KUNA PRIHODA
OSTVARIO JE PP DONAT
ŠTO JE

12%

VIŠE U ODNOSU NA
2020. GODINU



Nova pozicija je jasno izražena kroz promjene u dizajnu proizvoda s velikim naglaskom na objašnjenje koje opisuje kako Donat djeluje na cijeli probavni sustav (koristeći simbol crijeva) te važnost njegovog jedinstvenog mineralnog sastava – ne samo magnezija – koji Donat čini učinkovitim. Stoga smo maknuli MG s logotipa i smjestili ga uz ostale minerale. Posljedično, brend Donat Mg preimenovali smo u Donat kako bismo spriječili pogrešna tumačenja koja su se pojavljivala u prošlosti i upućivala na to da je Donat koristan isključivo kao dodatak magnezija.

Tijekom repozicioniranja promijenili smo i ambalažu. Ukinuli smo povratnu bocu jer joj je prodaja u zadnjih nekoliko godina drastično pala. Analiza životnog ciklusa (LCA) pokazala je da povratna boca nije posebno ekološki prihvatljiva (težina, potrošnja vode, deterdženti i izvori energije za čišćenje). Lansirali smo plastičnu bocu koja se može 100% reciklirati te smo tako uspjeli smanjiti ugljični otisak (CO₂) za nevjerojatnih 90% u usporedbi s bocom od tzv. djevičanske plastike. To znači da se primarna ambalaža Donata sada može 100% reciklirati, pri čemu se reciklira 95% (ne recikliraju se samo čepovi i folija etikete). U tu svrhu uspješno smo se uključili u sustav kružnog gospodarstva na slovenskom i austrijskom tržištu u suradnji s partnerskom tvrtkom Alpla Slovenija d.o.o. Navedena tvrtka dobiva cjelokupnu količinu zelene frakcije PET ambalaže za slovensko i austrijsko tržište koja je potrebna za proizvodnju Donatovih boca od 100% recikliranog materijala. Povrh toga, uvedene su LDPE folije za omatanje od 50% recikliranog materijala. Tako smo dodatno smanjili utjecaj na okoliš. Ali to nije mjesto gdje naši napori da stvorimo što ekološki prihvatljiviju ambalažu prestaju. U procesu smo evaluacije i odabira drugih materijala koji bi mogli biti pogodni za obje tendencije smanjenja CO₂ otiska, kao i za potrošače kojima je udobnost ipak prioritet.

Značajan utjecaj na izvrsne rezultate imaju tri stupa kojima se učvršćuje pozicija brenda Donat. To su medicinski marketing, izloženost iznimnoj prirodi proizvoda na prodajnim mjestima kroz brendiranje primarne pozicije u kategoriji (shopper marketing) i izgradnja odnosa s trgovcima (consumer marketing). Zbog ograničenih količina i jasne strategije premiumizacije, Donat ne koristi cjenovne popuste te je stoga usmjeren na predstavljanje na prodajnim mjestima kroz aktivaciju sadržaja.



Podizanje svijesti i educiranje potrošača o važnosti zdrave probave za cijeli organizam, bila je vrlo važna zadaća Donata u 2021. godini, a to će biti i u narednim godinama. To smo postigli kroz oglašavanje, suradnju s medijima (content marketing), vođenje zdravstvenih programa edukacije ljudi o zdravim navikama te suradnju sa strukovnim organizacijama i udrugama. U 2021. godini uspostavili smo partnerstvo s udrugom Gastro iz Hrvatske sa zajedničkim ciljem podizanja svijesti i promicanja prevencije za zdravlje probavnog sustava zagovaranjem sudjelovanja u programima ranog otkrivanja bolesti debelog crijeva.

Naši edukativni materijali o zdravoj probavi, uključujući zdrave jelovnike i praktične savjete o održavanju normalnog funkcioniranja probave, posebno su usmjereni na pružanje pomoći liječnicima opće prakse i medicinskim sestrama u njihovoj misiji sveobuhvatnog upoznavanja pacijenata s navikama pomoću kojih će održati zdravu probavu.

U 2021. godini Donatova postignuća prepoznala je i stručna zajednica. Osim iznimnih nagrada dobivenih u digitalnom području, Donat je dobio i nagradu za odgovornost u području održivosti, što je rezultat implementacije 100% recikliranih plastičnih boca, te nagradu za uspostavu kružnog gospodarstva u području ambalaže, čime smo postali prva kompanija koja je to učinila u Sloveniji. Dobili smo i visoko cijenjenu nagradu Effie za brend s najučinkovitijom komunikacijom te, po prvi put u Sloveniji, platinasti Effie za iznimno učinkovitu komunikacijsku platformu „Pobrinite se za svoju probavu, brinite o sebi.“

2021.

NAGRADA EFFIE ZA BREND
S NAJUČINKOVITIJOM
KOMUNIKACIJOM

effie
SLOVENIJA

Poskrbite za svoju probavu, poskrbite zase.

Poskrbite za svoju probavu, poskrbite zase

Znamka: **Donat**
Primarna agencija: **Luna \TBWA**
Oglaševalec: **ATLANTIC GRUPA, D. D.**

PLATINASTA NAGRADA EFFIE SLOVENIJA 2020
Odziv za obstanek



Činjenica da je naš prvi korak prema ostvarenju misije brenda Donat napravljen izvrsno donosi još veću odgovornost i ambiciju da dosegamo i educiramo još više ljudi u godini koja je pred nama. Stoga smo već krajem 2021. godine pripremili i znanstveno dokazali učinkovitost novog vodenog zdravstvenog programa Vital, dogovorili partnerstvo sa SVIT programom u Sloveniji (program za rano otkrivanje raka debelog crijeva) te započeli širenje mreže u cilju uspješnog angažiranja medicinske javnosti čak i u ključnim zemljama za internacionalizaciju brenda kao što su Austrija i Rusija.



Prodaja po zemljama





2021.

RAZVOJ NOVIH BRENDOVA
BOOM BOX I JIMMY
FANTASTIC

Novi rast

S ciljem stvaranja novih izvora rasta Atlantic Grupa je 2019. godine oformila odjel čiji je rad isključivo fokusiran na razvoj novih brendova. Birani projekti razvijeni u ovoj organizacijskoj jedinici oslanjaju se s jedne strane na dugoročne potrošačke trendove, a s druge strane na strategiju i jake strane same kompanije. Kroz nepune dvije godine, obilježene pandemijom, kompanija je uspjela kroz ovu organizacijsku jedinicu razviti brend koncepte i proizvodne portfelje za dva nova brenda: Boom Box i Jimmy Fantastic. Oba brenda su lansirana u proljeće 2021. godine na tržištima Hrvatske i Slovenije.

BOOM BOX: U KORAK S TRENDOM PREHRANE BAZIRANE NA BILJNIM SASTOJECIMA



Boom Box je Atlanticov novi brend s jedinstvenom propozicijom: mali obroci na bazi zobi, 100% na bazi bilja i 100% bez dodanog šećera.

Tržišna prilika koju Boom Box uspješno koristi sastoji se od prepoznavanja velikih globalnih trendova koji se bude na lokalnim tržištima (*plant based trend*), promjenama u potrošačkim potrebama i rastu zabrinutosti oko unosa rafiniranog šećera, te kreaciji atraktivnog identiteta koji odskaka dizajnom i komunikacijom. Isto tako, sastoji se i od praktičnosti Boom Box proizvoda koja se ogleda u porcijskom pakiranju žitarica i keksa, te donosi prednost u odnosu na konkurentske proizvode jer adresira više prilika za konzumaciju.

Boom Box je zobena platforma koja 2021. godinu završava s 34 proizvoda u 4 kategorije: zobene kaše, granole, biljni napitci i keksi.

Brend je lansiran u razmjerno kratkom razvojnem periodu od 11 mjeseci, u travnju 2021. godine, na tržištima Hrvatske i Slovenije, a godinu završava s dobrim rezultatima, među kojima su sljedeći ključni: osvojena je pozicija 2. brenda po vrijednosti u kategoriji biljnih napitaka u Hrvatskoj (11% vrijednosnog udjela)³, postignut je zavidan rezultat zobenih keksa u kategoriji zdravih keksa u Hrvatskoj (10% vrijednosnog udjela)⁴, osiguran je doprinos rastu kompleksne kategorije žitarica od 25% i vrijednosni udio Boom Boxa u Hrvatskoj⁵ od 3,5%.



Razvoj Boom Box proizvoda obilježen je uključivanjem nutricionista u identifikaciji najvećih nutritivnih kompromisa koje potrošač čini konzumirajući proizvode iz *mainstream* ponude ciljanih kategorija. Ključna barijera za konzumaciju i izvor nepovjerenja potrošača u, za Boom Box, ključnoj kategoriji žitarica je dodatak rafiniranog šećera u proizvodima. Boom Box uspješno miče ovu barijeru oslanjajući se na prirodne izvore slatkoće poput zobi, voća, poliola i prebiotika za svoje proizvode. U kategoriji biljnih napitaka, Boom Box potrošačke barijere uspješno otklanja razvojem barista formulacija izrazito ugodnih i punih okusa kombinirajući u svojim proizvodima zob s bademovom pastom, lješnjacima, te kokosom. Prednost Boom Box keksa je, osim i ovdje uklonjene barijere previsokih količina dodanog rafiniranog šećera u formulacije keksa, praktičnost njegove 50-gramske vrećice koja je primjereno porcijsko pakiranje, te kvadratni keksić koji stane u zalogaj.



³Izvor: AC Nielsen Report, studeni 2021. godine

⁴Izvor: Interni izvještaj

⁵Izvor: AC Nielsen Report, listopad 2021. godine

Lansiranje brenda podržano je snažnom medijskom kampanjom čiji je cilj u prvoj godini bilo predstavljanje Boom Boxa i njegovih osnovnih obilježja: „Totalno zobeno“, bez dodanog šećera, u više kategorija. Zamjetna medijska kampanja ostvarila je iznimno dobre rezultate⁶ i kod ciljne skupine izazvala interes koji se očitovao u brzom rastu prodaje. Investicija u 360° marketinški mix pokazala je svoju učinkovitost usprkos posebnim uvjetima života u pandemiji.

2021. godinu obilježilo je i rapidno širenje brenda s novim proizvodima. Inspirirani voljenim čokoladnim kombinacijama, pet mjeseci po izlasku na tržište tim Novog rasta osigurao je rast Boom Box asortimana kroz nove kaše u porcijskom pakiranju. Zamijećena nova potreba potrošača za višim udjelima proteina u sve više kategorija proizvoda rezultirala je lansiranjem zobene kaše i granole obogaćene visokim udjelima biljnih proteina. Na zahtjev potrošača u isto vrijeme lansirana su i obiteljska pakiranja (200g) popularnih Boom Box keksa u svim postojećim okusima.

Prva nepotpuna godina poslovanja Boom Boxa dokazala je da smo kreirali novu vrijednost za potrošača. U budućnosti Boom Box očekuje širenje na tržišta regije, kao i razvoj zobene platforme kroz nove proizvode i kategorije.



⁶Izvor: Ipsos, Ad Post Test, kolovoz, 2021. godina

JIMMY FANTASTIC: ULAZAK U KATEGORIJU ČOKOLADNIH TABLI U HRVATSKOJ I SLOVENIJI



Kategorija čokoladnih tabli u Hrvatskoj i Sloveniji vrlo je stabilna i velika kategorija s izrazito visokim udjelom promo prodaje što potiče i cjenovnu osjetljivost potrošača. Uz sve navedeno, izražena je i sezonalnost kategorije s naglaskom na zadnji kvartal, odnosno božićni period. Na oba tržišta udjeli konkurenata su stabilni kroz godine s minimalnim promjenama.

Jimmy Fantastic stvoren je kao novi prijedlog tržištu prema željama i potrebama potrošača: proizvod više kvalitete, poznati okusi kombinirani na drugačiji način, specifičan oblik i debljina table, uvođenje nove gramature od 180g (prikladnije za konzumaciju), moderan dizajn koji čini proizvod idealnim za poklon, Cocoa Horizons certifikat, konzistentnost u debljini kroz sve gramature i cjenovno kroz sve okuse te brend koncept, odnosno komunikacija koja priča s potrošačem njegovim jezikom.



78%

PREPOZNLJIVOST
BRENDU U PRVOM
VALU KAMPANJE U
HRVATSKOJ

Jimmy Fantastic lansiran je u ožujku 2021. godine na području Hrvatske i Slovenije. Inicijalni portfelj proizvoda sastojao se od 6 okusa: mliječna čokolada, prženi lješnjaci i bademi, preliveni vafel, brownie i slana karamela, kokos i speculaas keksi te karamelizirana riža. Svih 6 okusa ponudeno je tržištu u veličini od 180g dok su se još 4 okusa našla i u manjoj varijanti od 100g.

Marketinška podrška bila je sveobuhvatna i počela je s internim lansiranjem unutar kojeg smo podijelili poklon pakete svim zaposlenicima u Hrvatskoj i Sloveniji. TV kampanja trajala je 23 tjedna s početkom u travnju koju je pratila i OOH (Out Of Home) kampanja u dva vala. Naša digitalna kampanja „Joke arena“ postigla je rekordne rezultate u obje zemlje i osigurala nam 3 WEBSI nagrade u Sloveniji među kojima i onu za najbolju digitalnu kampanju godine. Oglašivačke aktivnosti dovele su nas do SOV (Share of Voice) od 25% na godišnjoj razini.

Već u prvim mjesecima na tržištu, Jimmy postiže tržišni udio od 5% u Hrvatskoj (lipanj)⁷ i 4% u Sloveniji (svibanj)⁸. U listopadu 2021. godine u sklopu drugog vala kampanje proširili smo portfelj s novim formatom, Jimmy Fantastic 50g u tri okusa: mliječna čokolada, prženi lješnjak i badem te preliveni vafel. S Jimmyjem od 50g zahvatili smo i dio prodaje na blagajnama te proširili vidljivost brenda na još jednu točku u prodajnom mjestu.



Godinu smo zaključili s božićnim paketima za sve kupce u Hrvatskoj i Sloveniji, kao što se i očekuje od ozbiljnog igrača u kategoriji. Reakcije kupaca i potrošača bile su odlične kao i dodatne pozicije kod najvećih kupaca. Prepoznatljivost brenda premašila je 60% već nakon prvog vala kampanje, a u Hrvatskoj je ta brojka do danas porasla na 78%⁹.



Nakon uspješnog lansiranja, u sljedećoj je godini fokus na izgradnji tržišnog udjela kroz produblјivanje distribucije, atraktivnim akcijskim paketima, novim okusima, aktivnosti izrađenima po mjeri kod najvažnijih kupaca kao i nastavku uspješne komunikacije prilagođene mainstream potrošaču.

⁷ Izvor: AC Nielsen Report, lipanj 2021. godine

⁸ Izvor: AC Nielsen Report, svibanj 2021. godine

⁹ Izvor: Valicon, prosinac 2021. godine

Prodaja po zemljama

15,7 %
SLOVENIJA

84,3 %
HRVATSKA



Prodaja po kategorijama

BOOM BOX

42,5%

57,5%

JIMMY FANTASTIC





Strateška distribucijska područja i Distribucijska područja



STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE HRVATSKA

Strateško distribucijsko područje (SDP) Hrvatska je u 2021. godini ostvarilo prihode od prodaje u iznosu od 1.403 milijuna kuna, čime je zabilježilo rast od 12% u odnosu na prošlu, te rast od 4% u odnosu na rekordnu 2019. godinu. Prihodi su povećani ponajprije zahvaljujući nastavku snažnog fokusa na izvanrednu pokrivenost tržišta, iznadprosječnoj sezonskoj i blagdanskoj potrošnji te daljnjem širenju portfelja uspješnim inovacijama (Jimmy Fantastic i Boom Box).

Kupovne i potrošačke navike izazvane COVID-19 krizom, postepeno se vraćaju u predpandemijske okvire, što potvrđuju prodajni rezultati pojedinih kanala i kategorija.

Maloprodajni segment bilježi rast prodaje od 11% u odnosu na prošlu godinu:

- Veliki formati prodajnih mjesta (hiper i supermarketi, diskonteri) bilježe najveće stope rasta,
- Kod manjih formata vidljiv je oporavak u odnosu na prošlu godinu (kiosci, petrol kanal, regionalni kupci i mali kupci) zbog većeg kretanja potrošača i znatno bolje turističke sezone.

U HoReCa kanalu godišnji je rast iznosio 30%, iz razloga značajno manje baze u 2020. godini (zatvaranje objekata na više od četiri mjeseca i slaba turistička sezona). Zahvaljujući novom RTM (Route To Market), kojim smo optimizirali troškove i unaprijedili našu logističku uslugu, osigurali smo profitabilnije poslovanje kanala i jačanje distribucije našeg portfelja.

Što se kategorija i robnih marki tiče, najveći rast bilježe:

- Pića – oporavak konzumacije u HoReCa kanalu kao i oporavak turističke sezone uz organski rast prodaje popraćen snažnom marketinškom podrškom,
- Ferrero – oporavak impulsne potrošnje, uspješne inovacije i snažna marketinška podrška,
- Philips – snažan rast prodaje podržan značajnim povećanjem promotivnih aktivnosti na tržištu.

Kontinuiranim optimizacijama internih logističkih i operativnih procesa osiguravamo bazu za održivi rast i u nadolazećim godinama. Unatoč nastavku COVID-19 restrikcija i u 2021. godini, SDP Hrvatska je dodatno unaprijedilo upravljanje zalihama i naplatu potraživanja što je rezultiralo nižim otpisima i naplatom svih otvorenih potraživanja.

U segmentu Lanca opskrbe i tijekom 2021. godine osiguran je nastavak ciljanog provođenja digitalne transformacije kroz sve aspekte poslovanja, a koje se ostvaruje i kroz implementaciju razvoja robotizacije djela skladišnih procesa zajedno s digitalizacijom djela ulaznih procesa i upravljanje zalihama.

STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SRBIJA

Strateško distribucijsko područje (SDP) Srbija je ostvarilo najbolje prodajne rezultate u posljednjih 10 godina. SDP Srbija bilježi prihode od prodaje u iznosu od 1.335 milijuna kuna, što predstavlja rast prometa od 8% u odnosu na prethodnu godinu i 6% na do sada rekordnu 2019. godinu. HoReCa kanal se u potpunosti oporavio nakon izuzetno izazovne 2020. godine, ostvarivši značajan rast u odnosu na 2020. godinu, te rast od 10% u odnosu na 2019. godinu.

Većina ključnih brendova postigla je odlične rezultate, pri čemu posebno ističu: Grand instant, koji bilježi značajan rast u odnosu na 2020. i 2019. godinu i dolazi na drugo mjesto u kategoriji; Cockta, Cedevita VIN i Cedevita GO brendovi, koji podržani sveobuhvatnim PICOS (*Picture of success*) projektom već drugu go-

1.403
mil.

KUNA PRIHODA
OSTVARIO JE SDP
HRVATSKA ŠTO JE

12%

VIŠE U ODNOSU NA
2020. GODINU

dinu zaredom ostvaruju značajan napredak; Bananica i Smoki brendovi koji ostvaruju rekordne prodajne rezultate i rast tržišnih udjela, povećavajući dominaciju u svojim kategorijama. Još jedna odlična godina za Red Bull u Srbiji s rekordnih preko 6 milijuna limenki prodaje. Ovaj izvanredan rezultat je omogućio novo distribucijsko partnerstvo između Red Bulla i Atlantica na tržištu Sjeverne Makedonije. Ostvaren je značajan napredak u drugoj godini suradnje sa Saponijom uz rast od 26% u odnosu na 2020. godinu, uz povećanje udjela u većini kategorija u kojima je asortiman Saponije prisutan. Izuzetan dodatak distribucijskom portfelju u Srbiji vidimo u Intersnacku s kojim smo potpisali ugovor o suradnji krajem 2021. godine. Suradnja s Intersnackom će povećati našu konkurentnost u Salted Snack kategoriji sa širokim asortimanom Čipsa, te očekujemo postepeni rast u udjelima u nadolazećim godinama. Godinu smo završili s izuzetno povoljnim miksom kupaca, uz odličan rezultat Traditional Trade kanala (kanal tradicionalnih i malih trgovina).

U logistici je unaprijeđen *KPI Delivery on time* na 98,61% i dodatno je implementirano više naprednih alata. Alatom ASN (*Advanced Shipping Note*) je omogućen automatiziran prijem kroz WMS (*Warehouse Management System*) i SAP u sva 4 Distribucijska centra. Implementacija *Mobile Dispatching* alata, kao nadogradnja na već implementiran *Digital Shipment*, omogućila je potpunu digitalizaciju zaduženja i razduženja robe i ostalih materijala, čime je omogućena i opcija *E-archiving*, što je inovacija na tržištu regije.

Unaprijeđen postupak praćenja profitabilnosti brendova uz zadržanu standardnu razinu kontrole operativnih troškova omogućio nam je poboljšanje distributerske marže. Nastavljeno je također s poboljšavanjem radnog kapitala kroz smanjenje dana naplate potraživanja od kupaca (4,5% brža prosječna naplata potraživanja u odnosu na 2020. godinu) uz značajno smanjenje prosječnih dana vezivanja zaliha.

STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SLOVENIJA

Strateško distribucijsko područje (SDP) Slovenija je u 2021. godini poslovalo stabilno te je ostvarilo prihode od prodaje od 1.013 milijuna kuna, što predstavlja rast od 3% u odnosu na 2020. godinu. Nastavili smo s kontinuiranim fokusom na izvrsnost i efikasnost poslovanja te smo u drugom dijelu godine u toj namjeri osnažili prodajni tim te zadržali status među vodećim distributerima široke potrošnje u Sloveniji.

Širina raznovrsnog portfelja te posvećenost ekipe pridonijeli su rezultatu u maloprodajnom kanalu, koji bilježi rast od 3%. Najveći rast od 26% ostvario je kanal drogerija i kioska koji se oporavio od utjecaja pandemije COVID-19 u prošloj godini. Kanal diskontera nastavio je s rastom od 8%, kako zbog rasta samog kanala tako i zbog naših aktivnosti u tom kanalu. U zadnjem kvartalu su zbog COVID-19 mjera trpili veći prodajni formati i benzinske pumpe te su zabilježili pad u odnosu na prošlu godinu. Sukladno tome, naša strategija ostaje kontinuirano praćenje i optimizacija asortimana prema formatu prodaje.

Potrošači naših proizvoda su u 2021. godini ponovno bili mobilniji, što je uzrokovalo blagi pad kategorije namaza. U istu kategoriju su ušli i novi igrači, ali smo prema Nielsen podacima u mesnim namazima uspjeli zadržati vodeću poziciju. Ojačali smo vrijednosni tržišni udio Donata na rekordnih 43% te zadržali skoro 80% vrijednosnog tržišnog udjela na turskoj kavi. Osim dosadašnjeg asortimana na tržište Slovenije smo lansirali dva potpuno nova branda: Jimmy Fantastic, s kojim smo ušli u kategoriju čokolada te Boom Box, s kojim smo ušli u 4 nove kategorije: zobene kaše, granole, biljni napitci i keksi.

HoReCa kanal je prva 4 mjeseca bio potpuno zatvoren zbog mjera za sprečavanje širenja pandemije COVID-19. U nastavku godine, pogotovo u zadnjem kvartalu, smo se suočavali s manjim brojem posjetitelja ugostiteljskih objekata zbog PCT uvjeta (potvrda o preboljenju bolesti, cijepljenju ili negativan test), ali unatoč tome zabilježili smo rast od 5%. Tom rastu je među ostalim pridonijelo i strateško partnerstvo s jednim od najvećih operatera prodajnih automata na tržištu.

Nastavili smo uspješnu suradnju s našim partnerima. Tijekom godine smo mjerili njihovo zadovoljstvo anonimnom anketom i veseli nas da su sa SDP Slovenija generalno zadovoljni i naši kupci i naši principalima. U želji da nastavimo održavati visoku razinu njihovog zadovoljstva, to ćemo mjerenje ponavljati svake godine i po potrebi raditi korekcije.

Sa svim našim principalima radimo na optimalnom miks proizvoda, cijena, aktivnosti, dubine distribucije i brzine lansiranja novih proizvoda na tržište, kako bi potrošačima osigurali njihovu dostupnost i atraktivnu ponudu. Naša ekipa na terenu tome dodaje svoj pečat s izvrsnim dodatnim pozicijama. Tako smo zajedno s ekipom Unilevera uspješno lansirali 3 nove kategorije proizvoda, poboljšali udio u prodaji kod naših najvećih kupaca te optimizirali poslovanje do mjere gdje nemamo poteškoća s rokovima trajanja. Veseli nas njihovo iskazano izuzetno zadovoljstvo što je rezultiralo sklopljenim novim višegodišnjim ugovorom s njima.

S principalom Ferrero smo uspjeli dodatno ojačati naš udio u snack segmentu na trećinu kategorije te smo u 12. mjesecu postigli odličan udio u prodaji pralina, po Nielsen podacima čak 34,2%. S principalom Hipp smo postigli rast udjela u svim nama relevantnim kategorijama dječje prehrane. Prema Nielsen podacima smo s time postigli 17,9% udjela u cjelokupnoj dječjoj kategoriji te smo ostvarili rast iznad kategorije. Na kraju godine smo sklopili novi višegodišnji ugovor s našim vrlo zadovoljnim partnerom Upfield (društvom koje se odvojilo o Unilevera i nastavilo upravljati biznisom margarina i namaza za hranu). Kontinuirano radimo na optimizaciji i automatizaciji naših procesa te smo uspješno implementirali EDI poslovanje za preko 90% izlaznih dokumenata te preko 70% ulaznih dokumenata.

DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE MAKEDONIJA



Distribucijsko područje (DP) Makedonija je u 2021. godini nastavilo svoj stabilan rast te povećalo prihod kompanije unatoč daljnjoj prisutnosti i utjecaju pandemije COVID-19. DP Makedonija održava svoju poziciju kompanije za distribuciju robe široke potrošnje s najvećim prometom u Sjevernoj Makedoniji. Sa širokim i diversificiranim portfeljom visokokvalitetnih proizvoda, naša kompanija zadovoljava niz potrošačkih potreba. Osim dobro poznatih internih brendova, (Argeta, Grand kafa, Cedevita, Smoki, Bananica, Najlepše želje, Cockta itd.), DP Makedonija distribuira i proizvode poznatih međunarodnih kompanija - Ferrero, Hipp, Ficosota, Beiersdorf.

U odnosu na 2020. godinu DP Makedonija ostvarilo je rast prihoda od 7% te povećanje dobiti, što je zajednički rezultat jakih brendova, kontinuiranih tržišnih ulaganja, operativne učinkovitosti i većeg fokusa organizacije postignutog reorganizacijom odjela upravljanja ključnim kupcima i operativnog upravljanja brendovima. Osim pandemije COVID-19, DP Makedonija je ostalo stabilan partner na sjeverno makedonskom tržištu i pridonijelo pozitivnim rezultatima svih brendova u svojem distribucijskom portfelju. Iako je HoReCa segment bio izravno pogođen pandemijom veći dio godine, rast je ostvaren zahvaljujući pozitivnom učinku ljetne sezone. U 2021. godini oporavak su doživjeli i određeni kanali u segmentu maloprodaje koji su bili pogođeni pandemijom COVID-19 tijekom 2020. godine. DP Makedonija uspjelo je ostvariti dodatnu vrijednost za kompaniju koja nije izražena samo pozitivnim poslovnim rezultatima, već i u segmentu ljudskih potencijala i kulture.

Tijekom 2021. godine zadržali smo naš portfelj te postigli stabilne rezultate i rast svih principala u portfelju, kao i ojačali njihove pozicije na domaćem tržištu. U našoj prodaji najveći udio ima SPP Kava (22% našeg ukupnog portfelja), a slijede ga SPP Delikatesni namazi (21%) i principalski brend Ferrero (17%).

Organizacijski, naša skladišta i dostava podijeljeni su na segmente u skladu s portfeljem - Hrana, Piće, Kozmetika, Deterdženti i Dodaci prehrani. Dostava iz tri moderno opremljena (WMS) skladišta na različitim lokacijama temelji se na vlastitoj i eksteraliziranoj logistici i prijevozu.



Svakog je dana 211 zaposlenika, koji su raspodijeljeni u različite odjele prema funkciji, uključujući i HoReCa segment, fokusirano na poboljšanje i promociju naše kompanije i brendova koje distribuiramo.

Svojim kontinuiranim fokusom na rast postojećeg portfelja kroz unapređenje zadovoljstva uslugom i izvrsnosti izvedbe DP Makedonija privlači pažnju snažnih globalnih i regionalnih brendova na sebe kao potencijalnog distribucijskog partnera.

U bliskoj budućnosti očekujemo daljnji rast prihoda i ulaganja u operativnu učinkovitost s postojećim portfeljem kao i novim brendovima.

DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE AUSTRIJA



U 2021. godini Distribucijsko područje (DP) Austrija zabilježilo je promet od 115 milijuna kuna, što predstavlja rast ukupne prodaje od 10% u odnosu na prethodnu godinu. Rast ostvaruje većina internih brendova, pri čemu najznačajniji utjecaj na rast u ukupnom rezultatu imaju Argeta i brendovi iz proizvodnog portfelja Atlantic Štarka. Najveći pokretači rasta su novi plasmani, povećanje tržišnog udjela i snažniji fokus na aktivacije u trgovini. Kako bi podržala daljnji rast na austrijskom tržištu, Argeta je ponovno lansirala sve proizvode uz izmijenjenu recepturu koja se temelji na mesu proizvedenom u Austriji. Argeta je i dalje brend s najvećim udjelom u ukupnoj prodaji te tržišni lider u kategoriji s tržišnim udjelom od 42,1% prema Nielsenovim podacima, što je rast od 2,9 postotnih poena u odnosu na prethodnu godinu.

Tijekom 2021. godine implementirana je aplikacija Route Master za terenski prodajni tim i alat za planiranje potražnje u cilju povećanja razumijevanja tržišta i prijedloga vrijednosti za kupce.

Nadalje, DP Austrija je uspješno implementirao EDI sustav fakturiranja sa svim velikim kupcima i sada sustav fakturiranja bez papira obuhvaća više od 95% kupaca.

GLOBALNO UPRAVLJANJE MREŽOM DISTRIBUTERA



Unatoč činjenici da je pandemija COVID-19 nastavila donositi izazove bez presedana, Atlantic Grupa je u ovom segmentu ostvarila 258 milijuna kuna prihoda od prodaje, što je značajan rast od 9,4% u odnosu na 2020. godinu. Rast je zabilježen na skoro svim europskim tržištima i u SAD-u. Iznimke, odnosno zemlje u kojima je prodaja ostala na razini iz 2020. godine, su Velika Britanija, Nizozemska, Australija i Kanada.

U skupini zemalja koju čine Njemačka, Švicarska i Benelux Atlantic Grupa najveći je rast zabilježila u Njemačkoj zbog razvoja distribucije te u Švicarskoj zbog provedenih trgovinskih aktivnosti. Najveći doprinos rastu opet je dala Argeta sa 10% većom prodajom u 2021. u odnosu na 2020. godinu u Njemačkoj te 8% većom prodajom u Švicarskoj. Razvoj kanala masovnog tržišta u Beneluxu doveo je do rasta distribucije, zbog marketinških aktivnosti koje je uglavnom provodila Argeta. Značajan rast prodaje zabilježen je na tržištu SAD-a sa 19% većom prodajom u odnosu na 2020. godinu. Pojedinačno su najveći doprinos rastu dali brendovi Argeta i Bakina tajna.

Što se tiče ostalih zapadnoeuropskih zemalja, Atlantic Grupa ostvarila je značajan rast prodaje u Francuskoj i Švedskoj. Gledajući pojedinačne brendove, najveći pokretači rasta na oba tržišta bili su Argeta i Štark zbog poboljšane distribucije u Francuskoj, dok je značajan rast prodaje u Švedskoj potaknut provedenim marketinškim aktivnostima.

Ključno tržište u regiji srednje i istočne Europe je Albanija sa 13% većom prodajom u 2021. u odnosu na 2020. godinu, čemu je najveći doprinos dala Argeta. Rumunjska je naše novo tržište za brendove Argeta i Grand kafa.

DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE RUSIJA



Godina 2021. je bila još jedna godina u okruženju COVID-19 sa svim izazovima koji idu uz to. Distribucijsko područje (DP) Rusija bilježi prihode od prodaje u iznosu od 113 milijuna kuna što predstavlja pad prodaje u odnosu na prethodnu godinu kao posljedica dezinvestiranja dječje hrane Bebi.

Za DP Rusija najviši je prioritet bilo zdravlje naših zaposlenika. Bez obzira na pandemijske okolnosti, nastavljamo graditi kulturu odgovornosti, angažiranosti, osnaživanja i timskog rada koji nam omogućuju zadržavanje visokog tempa poslovanja uz održavanje ljudi u dobroj fizičkoj i emocionalnoj formi.

Tijekom prošle godine bilo je još važnije zadržati fokus i slijediti usvojenu strategiju. DP Rusija nastavlja razvijati distribucijske kapacitete, pri čemu smo usredotočeni na osnovne stupove poslovanja: ljude, brendove i tržišta. Uspostavili smo agilan tim orijentiran na brendove/kanale, unaprijedili izvedbu plasmana, marketinške aktivnosti i vidljivost u trgovinama. Zahvaljujući tim naporima, Donat je prisutan na 32.000 prodajnih mjesta (POS) širom Rusije, a Argeta je ostvarila prisutnost na gotovo 20.000 POS-ova u svim većim ruskim trgovačkim lancima.

Naši strateški prioriteti – konsolidacija portfelja i operativna izvrsnost – pridonijeli su značajnom povećanju profitabilnosti i generiranju dovoljnih marži za rast prihoda i reinvestiranje sredstava za jačanje snage brendova i svijesti među ruskim potrošačima.



Financijsko poslovanje Atlantic Grupe



ZORAN STANKOVIĆ

POTPREDSJEDNIK GRUPE
ZA FINACIJE, NABAVU
I INVESTICIJE

Izjava Potpredsjednika Grupe za **Financije, nabavu i investicije**

Nakon izuzetno izazovne i nestabilne 2020. godine, 2021. godinu je obilježio ekonomski oporavak i u većoj mjeri povratak na uobičajeno poslovno okruženje. Usprkos snažnoj gospodarskoj aktivnosti u prvom dijelu godine, u drugom dijelu godine primjećujemo volatilnost na tržištima koja je posljedica rasta cijena sirovina i poremećaja u globalnim lancima nabave.

Za Atlantic Grupu je 2021. godina bila iznimno uspješna, pri čemu smo ostvarili povijesno najviše prihode od prodaje u iznosu od 5.702,5 milijuna kuna te smo time značajno premašili do sada rekordnu predpandemijsku 2019. godinu. Bolja epidemiološka situacija na gotovo svim tržištima, oporavak HoReCa kanala te bolja turistička sezona u Hrvatskoj značajno su utjecali na rast prodaje te su sva poslovna i distribucijska područja zabilježila rekordne prihode od prodaje. Normalizirana dobit prije kamata, poreza i amortizacije (EBITDA*) je niža za 2,7% u odnosu na godinu ranije i iznosi 735,0 milijuna kuna, uslijed viših troškova sirovina i pakirnog materijala, transportnih i logističkih troškova te ulaganja u marketing, ali i značajnog povećanja troškova osoblja. Važno je naglasiti da smo i u okolnostima pandemije nastavili težiti izvrsnosti te smo ulagali u digitalnu infrastrukturu i tehnologije, sustav kvalitete te marketing.

Uz povijesno najviši iznos novca generiran poslovanjem od 736 milijuna kuna, nastavljeno je razduživanje koje je dovelo do daljnjeg smanjenja troškova kamata i značajnog pada zaduženosti, pri čemu je zabilježen omjer neto duga i EBITDA* od 0,6 puta, što je najniža zaduženost još od akvizicije Droge Kolinske 2010. godine.

Stabilno poslovanje i vrhunski rezultati nisu prošli nezapaženo te je Atlantic Grupa u ovoj godini zabilježila i povijesno rekordne vrijednosti dionice, ali i rekordni iznos dividende po dionici. Investicijska zajednica je prepoznala visoku razinu transparentnosti i kvalitetu poslovne komunikacije s investitorima te smo po peti put dobili prvu nagradu za odnose s investitorima koja se dodjeljuje u organizaciji Poslovnog dnevnika i Zagrebačke burze. Također, dobili smo još jedno značajno priznanje: nagradu za najbolju uskladenost s korporativnim upravljanjem na Vodećem tržištu Zagrebačke burze.

U još jednoj godini pandemije i neizvjesnosti, pokazali smo da smo snažna i stabilna kompanija koja uspješno posluje i upravlja financijskim i poslovnim rizicima.

Kraj veljače 2022. godine obilježilo je izbijanje ratnog sukoba u Ukrajini. Na dan odobravanja ovog izvještaja poslovanje Atlantic Grupe se odvija nesmetano. Prodajom Poslovnog područja Dječja hrana u 2021. godini, Atlantic Grupa je značajno smanjila izloženost u Rusiji i ZND tržištima. Shodno tome, ratna zbivanja nemaju izravan materijalno značajan utjecaj na poslovanje Atlantic Grupe, a indirektne posljedice, dominantno u vidu dodatnih problema u lancima opskrbe i inflatornim pritiscima, u ovome trenutku nije moguće ocijeniti. Menadžment Atlantic Grupe pažljivo prati razvoj situacije i poduzima sve raspoložive mjere za smanjenje rizika u novonastalim okolnostima.



* 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)“.

Dinamika prihoda od prodaje u 2021. godini

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

u milijunima kuna	2021.	2020.	2021./2020.
SPP Kava	1.196,2	1.106,9	8,1%
SPP Delikatesni namazi	885,2	836,1	5,9%
SPP Slatko i slano	684,4	644,2	6,2%
SPP Pića	536,4	481,7	11,4%
SPP Pharma	563,3	539,8	4,4%
PP Donat	218,8	196,3	11,5%
SDP Hrvatska	1.403,2	1.250,8	12,2%
SDP Srbija	1.335,4	1.231,5	8,4%
SDP Slovenija	1.012,8	981,3	3,2%
Ostali segmenti*	820,8	778,0	5,5%
Usklada**	(2.954,0)	(2.794,4)	n/p
Prihod od prodaje	5.702,5	5.252,0	8,6%

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2021. godinu.

Atlantic Grupa je u 2021. godini ostvarila 5,7 milijardi kuna prihoda od prodaje što predstavlja rast od 8,6% u odnosu na prethodnu godinu. Rast prihoda ostvaren je u svim poslovnim i distribucijskim područjima zahvaljujući izvrsnim rezultatima većine, kako vlastitih, tako i principalskih brendova. Najveći postotni rast prodaje ostvarili su Strateško poslovno područje Pića, Poslovno područje Donat i ljekarnički lanac Farmacia. Rast prodaje je, nakon slabijeg prvog kvartala (uslijed značajnih restrikcija u radu Ho-ReCa kanala početkom godine), ostvaren u ostatku godine zahvaljujući boljoj epidemiološkoj situaciji na svim tržištima, popuštanju mjera za suzbijanje pandemije te uspješnoj turističkoj sezoni u Hrvatskoj, u odnosu na prethodnu godinu. Ako isključimo utjecaj prihoda dezinvestiranog poslovanja, dječje hrane brenda Bebi, koji je u potpunosti dezinvestiran krajem lipnja, organski rast prihoda iznosi 9,4%***. Važno je napomenuti da je ostvarena usporediva prodaja 9,3% iznad razine koja je ostvarena u 2019. godini***.

Atlantic Grupa prihode od prodaje po poslovnim segmentima prikazuje na način da prihodi od prodaje individualnih Strateških poslovnih područja i Poslovnih područja predstavljaju ukupnu prodaju trećim stranama na tržištima (bilo direktno iz Strateškog poslovnog područja (SPP) ili Poslovnog područja (PP), bilo kroz Strateška distribucijska područja (SDP), Distribucijska područja (DP) i Globalno upravljanje mrežom distributera (GUMD)) dok prihodi od prodaje Strateških distribucijskih područja, Distribucijskih područja i Globalnog upravljanja mrežom distributera obuhvaćaju prodaju proizvoda vanjskih principala kao i prodaju vlastitih proizvoda. Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2021. godinu.

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

** 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.

*** 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)“.

STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE KAVA bilježi značajan rast prihoda zahvaljujući primarno rastu prihoda od prodaje na svim regionalnim tržištima, pri čemu je najviši rast ostvaren na tržištima Hrvatske, Srbije i Bosne i Hercegovine. Gledano po kategorijama, rast bilježe sve kategorije pri čemu najznačajniji rast ostvaruje svježe pržena mljevena kava pod brendovima Grand kafa i Bonito te Barcaffé, kava za konzumaciju u pokretu („on the go“), instant kava i Barcaffé Perfetto kapsule. Espresso kava bilježi značajan rast primarno kao posljedica akvizicije Procaffe-a i rasta prodaje espresso kave pod brendom Barcaffé uslijed blažih mjera za sprečavanje COVID-19 u HoReCa kanalu. Važno je napomenuti da bilježimo dodatnih 1.207 lokacija u HoReCa kanalu, što je značajan rast u odnosu na 2020. godinu zahvaljujući primarno akvizicijama na tržištu Hrvatske i Srbije. U odnosu na 2019. godinu, SPP Kava bilježi rast prodaje od 5,3%.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE DELIKATESNI NAMAZI ostvarilo je rast prihoda kao posljedica izvrsnih poslovnih rezultata primarno na zapadnim tržištima (Njemačka, Austrija, Sjedinjene Američke Države i Švicarska), tržištu Kosova (uslijed povratka dijaspore nakon dvije godine) i tržištu Rusije, čime je u potpunosti nadoknađen pad prodaje na tržištu Slovenije, uzrokovan visokom prodajom ovog segmenta u prethodnoj godini. Rast su zabilježili i mesni i riblji segment delikatesnih namaza. Također, džemovi i ajvar pod brendom Bakina Tajna te sendviči pod brendom Montana bilježe dvoznamenkasti rast prihoda od prodaje. Delikatesni namazi ostvarili su čak 22,0% višu prodaju u odnosu na 2019. godinu.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE SLATKO I SLANO bilježi rast prihoda od prodaje na gotovo svim regionalnim tržištima, pri čemu najznačajniji rast bilježe tržišta Srbije, Bosne i Hercegovine i Crne Gore. Gledano po kategorijama, dvoznamenkasti rast bilježe flips pod brendom Smoki, Bananica (ujedno i najbrži rastući brend u 2021. godini) i Prima štapići. Prodaja ovog Strateškog područja je 1,4% viša od prodaje ostvarene u 2019. godini.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE PIĆA bilježi dvoznamenkasti rast prihoda od prodaje na gotovo svim tržištima, pri čemu su najveći rast ostvarila tržišta Hrvatske, Srbije i Bosne i Hercegovine. Značajan rast prodaje ostvarili su brendovi Cockta i vizualno osvježena Cedevita, pri čemu se posebno ističu rast prodaje HoReCa kanala te Cedevite GO. Rastu prodaje ovog segmenta doprinijelo je značajno popuštanje mjera u HoReCa kanalu, primarno u drugom dijelu godine, te uspješna turistička sezona u Hrvatskoj, dominantnom tržištu ovog poslovnog segmenta. U odnosu na 2019. godinu, usporediva* prodaja je svega 0,2% niža primarno zbog ograničenja u radu HoReCa kanala.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE PHARMA bilježi dvoznamenkasti rast prodaje ljekarničkog lanca Farmacia zahvaljujući značajnom rastu prodaje primarno u drugom kvartalu (popuštanje mjera za sprečavanje širenja pandemije koje su bile na snazi u istom periodu prošle godine) te u zadnjem kvartalu uslijed pogoršanja epidemiološke situacije (tzv. četvrtog vala) i posljedično povećanom potražnjom COVID-19 asortimana (lijekovi, dezinficijensi, testovi, zaštitna oprema). Navedenim rastom u potpunosti je nadoknađen pad prihoda od prodaje dezinventiranog brenda Bebi na ruskom tržištu. Ukoliko isključimo utjecaj prodaje brenda Bebi, prodaja ovog područja bilježi značajan rast od 12,7%*.



Također, ovaj segment u 2021. godini bilježi 17,2% višu usporedivu* prodaju u odnosu na 2019. godinu. Na 31. prosinca 2021. godine Farmacia broji 96 ljekarni i specijaliziranih prodavaonica (uključujući webshop), što je 6 prodajnih jedinica više u odnosu na 2019. godinu.

Dvoznamenkaste stope rasta bilježi **POSLOVNO PODRUČJE DONAT** zahvaljujući rastu prodaje ponajprije na tržištu Slovenije te na tržištu Hrvatske i Bosne i Hercegovine. Značajan rast od 14,5% je ostvaren u odnosu na 2019. godinu.



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



Dvoznamenkaste stope rasta ostvarilo je **STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE HRVATSKA** kao posljedica izvrsnih rezultata vlastitih i principalskih brendova. Među vlastitim brendovima rast bilježe gotovo sve kategorije, pri čemu se osobito ističu dva nova brenda – Jimmy Fantastic i Boom Box, brendovi Cedevita i Cockta u kanalu maloprodaje, Cedevita GO, sendviči pod brendom Montana, svježe pržena mljevena kava pod brendom Barcaffé, flips pod brendom Smoki i funkcionalna voda Donat. Značajan rast prihoda ostvario je i HoReCa kanal, zahvaljujući ponajprije izvrsnim rezultatima Cedevite i Barcaffé espressa. Kod principalskih brendova najveći rast su ostvarili Ferrero, Phillips i Mars. Na rast prodaje ovog segmenta utjecalo je popuštanje restriktivnih mjera za suzbijanje pandemije u drugom dijelu godine te bolja turistička sezona u Hrvatskoj u odnosu na prethodnu godinu. Ovo područje bilježi 4,4% višu usporedivu* prodaju u odnosu na 2019. godinu.

STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SRBIJA bilježi značajan rast prihoda od prodaje kao posljedica rasta prodaje svježe pržene mljevene kave pod brendovima Grand kafa i Bonito, flipsa pod brendom Smoki i Bananice u segmentu slatko i slano, Cedevite GO u segmentu pića te Cockte u kanalu maloprodaje, dok se među principalima ističu Red Bull, Rauch i Saponia. Snažnu prodaju bilježi i HoReCa kanal uslijed znatno blažih restrikcija i popuštanja mjera za suzbijanje pandemije. Također, i ovo područje bilježi 5,7% višu prodaju u odnosu na 2019. godinu.

Rast prihoda od prodaje bilježi **STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SLOVENIJA** zahvaljujući rastu vlastitih i principalskih brendova. Među vlastitim se osobito ističu dva nova brenda - Jimmy Fantastic i Boom Box, funkcionalna voda Donat, flips pod brendom Smoki te Cockta u kanalu maloprodaje i Cedevita GO u segmentu pića. Među principalskim brendovima ističu se Ferrero i Rauch. Kao i na ostalim tržištima, i na slovenskom tržištu primjetan je oporavak HoReCa kanala uslijed blažih mjera za sprečavanje širenja pandemije u većem dijelu godine, a u odnosu na prethodnu godinu. Ostvarena prodaja je 7,6% viša u odnosu na 2019. godinu.

OSTALI SEGMENTI bilježe rast prihoda prodaje u distribucijskom području Austrije, Makedonije i Globalnom upravljanju mrežom distributera te novom poslovnom području Novi rast čime je u potpunosti nadoknađen pad prihoda zabilježen u distribucijskom području Rusije uslijed pada prihoda od prodaje dezinvestiranog brenda dječje hrane Bebi. Ukoliko isključimo utjecaj prodaje brenda Bebi, Ostali segmenti bilježe rast od 11,1%*. Također, ostvarena prodaja je 28,9%* viša u odnosu na 2019. godine.

DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE MAKEDONIJA bilježi rast prodaje zahvaljujući rastu vlastitih i principalskih brendova. Kod vlastitih brendova prednjači rast prodaje Argete u segmentu delikatesnih namaza, svježe pržene mljevene kave pod brendom Grand kafa, brenda Cedevita u segmentu pića i flipsa pod brendom Smoki u segmentu slatko i slano. Od principala najviše se ističu Ferrero i Hipp.

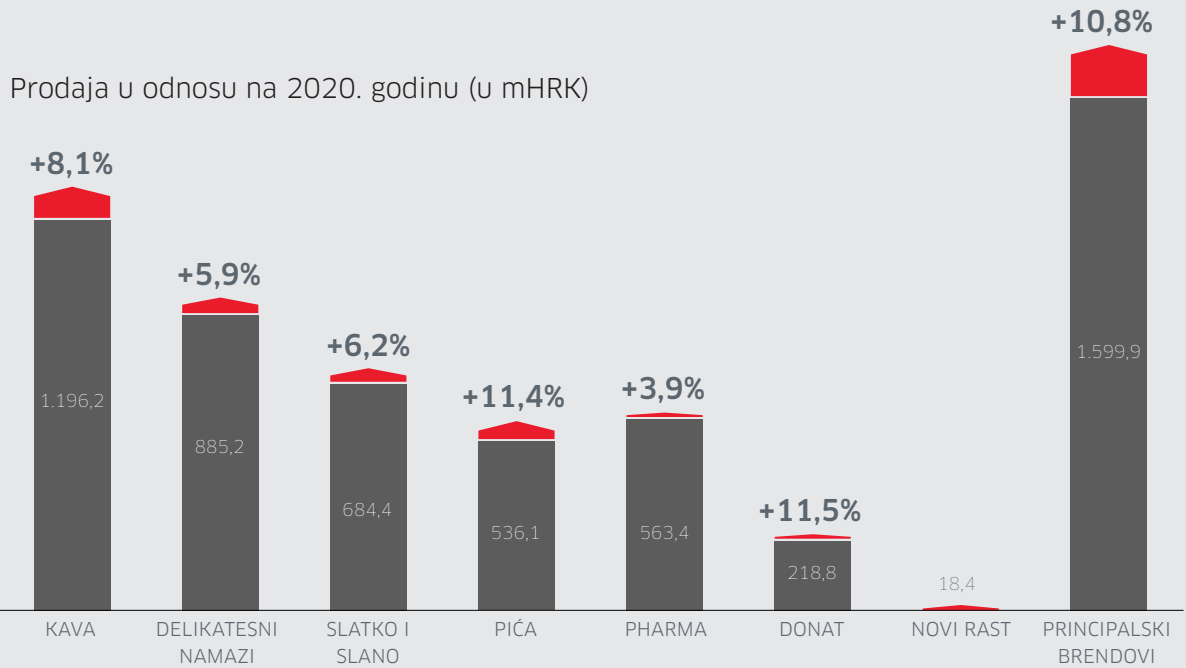
DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE AUSTRIJA bilježi dvoznamenkaste stope rasta prihoda od prodaje ponajprije zbog rasta vlastitih brendova, prvenstveno rasta Argete u segmentu delikatesnih namaza te Smokija, Bananice i Prima štapića u segmentu slatko i slano.

GLOBALNO UPRAVLJANJE MREŽOM DISTRIBUTERA bilježi značajan rast prihoda, pri čemu najveći rast bilježe tržišta Njemačke, Sjedinjene Američke Države, Švicarske i Francuske u segmentu delikatesnih namaza pod brendom Argeta i flipsa pod brendom Smoki u segmentu slatko i slano.

DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE RUSIJA bilježi pad prodaje kao posljedica pada prodaje dječje hrane pod brendom Bebi koji je djelomično nadoknađen dvoznamenkastim rastom prodaje Argete u segmentu delikatesnih namaza te funkcionalne vode Donat. Kada bismo isključili utjecaj prodaje dezinvestiranog brenda Bebi, prodaja ovog područja je rasla 11,9%.

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

PREGLED PRIHODA OD PRODAJE PO SEGMENTIMA



2021.



2020.





PREGLED PRIHODA OD PRODAJE PO TRŽIŠTIMA

u milijunima kuna	2021.	% prihoda od prodaje	2020.	% prihoda od prodaje	2021./2020.
Hrvatska	1.945,6	34,1%	1.724,2	32,8%	12,8%
Srbija	1.352,9	23,7%	1.248,8	23,8%	8,3%
Slovenija	1.013,7	17,8%	982,1	18,7%	3,2%
Bosna i Hercegovina	422,6	7,4%	388,2	7,4%	8,8%
Ostala tržišta regije*	466,6	8,2%	418,9	8,0%	11,4%
Ključna europska tržišta**	275,8	4,8%	251,8	4,8%	9,6%
Rusija i ZND	116,3	2,0%	139,2	2,7%	(16,5%)
Ostala tržišta	108,9	2,0%	98,8	1,8%	10,2%
Prihod od prodaje	5.702,5	100,0%	5.252,0	100,0%	8,6%

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

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

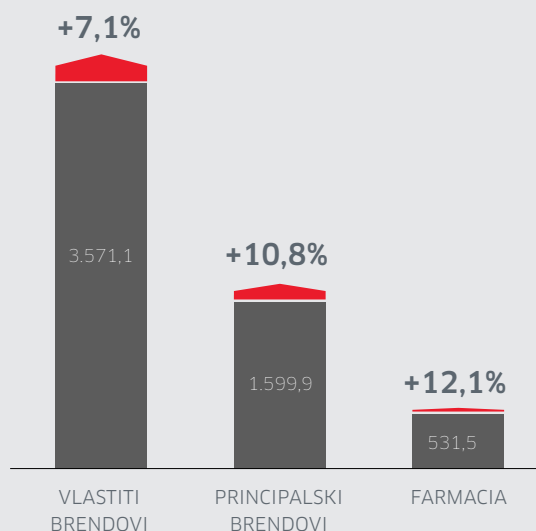
Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2021. godinu

- **TRŽIŠTE HRVATSKE** ostvarilo je dvoznamenkasti rast kao posljedica popuštanja mjera za suzbijanje pandemije, prvenstveno u HoReCa kanalu i znatno boljoj turističkoj sezoni u odnosu na prethodnu godinu. Rast prihoda ostvaren je od: (i) većine vlastitih brendova pri čemu su najveći rast ostvarili novi brendovi Jimmy Fantastic i Boom Box, Cedevita i Cockta u maloprodajnom kanalu, Cedevita GO, Cedevita i Barcaffé espresso u HoReCa kanalu, sendviči pod brendom Montana i funkcionalna voda Donat, (ii) ljekarničkog lanca Farmacia te (iii) vanjskih principala od kojih su najveći rast iskazali Ferrero, Phillips i Mars.
- Značajan rast prihoda ostvarilo je **TRŽIŠTE SRBIJE** i to prvenstveno od vlastitih brendova pri čemu se ističu: (i) Grand kafa i Bonito u segmentu kave, (ii) Bananica i Smoki u segmentu slatko i slano te (iii) Cockta u kanalu maloprodaje i Cedevita GO u segmentu pića. Od principalskih brendova rast dolazi od Red Bulla, Raucha i Saponije.
- **TRŽIŠTE SLOVENIJE** ostvarilo je rast prihoda od 3,2% nastavno na rast prihoda: (i) funkcionalne vode Donat, (ii) novih vlastitih brendova Jimmy Fantastic i Boom Box, (iii) flipsa pod brendom Smoki, (iv) Cockte u kanalu maloprodaje i Cedevite GO u segmentu pića te (v) principalskih brendova Ferrero i Rauch.
- **TRŽIŠTE BOSNE I HERCEGOVINE** bilježi rast prodaje od 8,8% uslijed popuštanja mjera za suzbijanje pandemije, prvenstveno u HoReCa kanalu. Rast prodaje ostvaren je od: (i) svježe pržene mljevene kave pod brendom Grand kafa, (ii) Cedevita i Cockta u segmentu pića, (iii) funkcionalna voda Donat te (iv) flips pod brendom Smoki i Bananica iz asortimana slatko i slano.
- **OSTALA TRŽIŠTA REGIJE** bilježe dvoznamenkasti rast prodaje na svim tržištima pri čemu je najviše doprinio rast prodaje Argete u segmentu delikatesnih namaza, flipsa pod brendom Smoki, Cedevite u kategoriji pića te svježe pržene mljevene kave pod brendom Grand kafa.
- Značajan rast prodaje od 9,6% na **KLJUČNIM EUROPSKIM TRŽIŠTIMA** zabilježen je na svim tržištima, pri čemu tržišta Austrije i Njemačke bilježe dvoznamenkasti rast uslijed rasta prodaje Argete u segmentu delikatesnih namaza te flipsa pod brendom Smoki.
- **TRŽIŠTE RUSIJE I ZAJEDNICE NEOVISNIH DRŽAVA** bilježi pad prihoda od prodaje kao posljedica pada prodaje asortimana dječje hrane pod brendom Bebi koji je djelomično nadoknađen rastom prodaje delikatesnih namaza pod brendom Argeta. Ukoliko bismo isključili utjecaj dezinvestiranog poslovanja, odnosno prodaju brenda Bebi, ovo tržište bilježi značajan rast od 18,2%.
- Dvoznamenkasti rast prodaje ostvaruju **OSTALA TRŽIŠTA**, primarno uslijed rasta prodaje delikatesnih namaza pod brendom Argeta na većini Ostalih tržišta, pri čemu tržišta Sjedinjenih Američkih Država i Francuske bilježe najznačajniji rast.

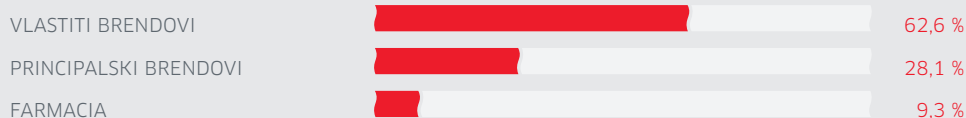
* Određene financijske mjere nisu definirane Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFI-evima). Za više detalja o korištenim Alternativnim pokazateljima uspješnosti (eng. Alternative Performance Measures (APM)) pogledajte u poglavlju „Definicija i usklada Alternativnih pokazatelja uspješnosti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

PROFIL PRIHODA OD PRODAJE PO PROIZVODNIM KATEGORIJAMA

Prodaja u odnosu na 2020. godinu (u mHRK)



2021.



2020.



Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2021. godinu.

U 2021. godini **VLASTITI BRENDOVI** zabilježili su prihode od prodaje u iznosu od 3.571,1 milijuna kuna što predstavlja rast od 7,1% uslijed rasta gotovo svih kategorija. Rastu su najviše doprinijeli: (i) Argeta u segmentu delikatesnih namaza, (ii) Grand kafa u segmentu kave, (iii) Smoki i Bananica u segmentu slatko i slano, (iv) Cedevita i Cockta u segmentu pića te (v) funkcionalna voda Donat. Ukoliko isključimo utjecaj prihoda prodaje brenda Bebi, vlastiti brendovi bi ostvarili rast prihoda od 8,4%*.

Značajan rast od 10,8% su ostvarili **PRINCIPALSKI BRENDOVI** sa 1.599,9 milijuna kuna prihoda od prodaje. Rast je u najvećoj mjeri ostvaren rastom prihoda od prodaje principala Ferrera, Phillipisa, Rauča i Red Bulla.

Ljekarnički lanac **FARMACIA** bilježi značajan rast od 12,1% ostvarivši prihode u visini od 531,5 milijuna kuna zahvaljujući rastu prodaje postojećih Farmacia lokacija, popuštanju mjera za sprečavanje širenja pandemije i višoj prodaji uslijed povećane potražnje za lijekovima, dezinficijensima, testovima i zaštitnom opremom kao posljedica pandemije COVID-19. U 2021. godini otvorene su 4 nove prodajne lokacije. Na 31. prosinca 2021. godine Farmacia broji 96 ljekarni i specijaliziranih prodavaonica (uključujući webshop).

* 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)“.

Dinamika profitabilnosti u 2021. godini

DINAMIKA PROFITABILNOSTI

u milijunima kuna	2021.	2020.	2021./2020.
Prihod od prodaje	5.702,5	5.252,0	8,6%
EBITDA*	724,4	716,5	1,1%
Normalizirana EBITDA*	735,0	755,1	(2,7%)
EBIT *	437,9	442,2	(1,0%)
Normalizirani EBIT *	448,6	480,8	(6,7%)
Neto dobit *	345,9	342,3	1,1%
Normalizirana neto dobit *	370,3	377,7	(2,0%)
Profitne marže			
EBITDA marža*	12,7%	13,6%	-94 BB
Normalizirana EBITDA marža*	12,9%	14,4%	-149 BB
EBIT marža*	7,7%	8,4%	-74 BB
Normalizirana EBIT marža*	7,9%	9,2%	-129 BB
Neto profitna marža*	6,1%	6,5%	-45 BB
Normalizirana neto profitna marža*	6,5%	7,2%	-70 BB

U 2021. godini EBITDA iznosi 724,4 milijuna kuna, što predstavlja rast od 1,1% u odnosu na prethodnu godinu, odnosno pad od 2,7% ukoliko isključimo utjecaj jednokratnih stavki.

Jednokratne stavke iznosile su 10,6 milijuna kuna što je značajno manje od prošlogodišnjih 38,6 milijuna kuna od kojih se glavnina odnosila na troškove povezane s pandemijom, u najvećoj mjeri vezano uz donacije koje smo dodjeljivali u svrhu sprečavanja širenja pandemije i liječenja oboljelih.

Na pad normalizirane EBITDA, najznačajniji utjecaj su imali više prosječne cijene velikog broja proizvodnih materijala, viši transportni i logistički troškovi, troškovi dubinskog snimanja nerealizirane akvizicije te značajno povećanje ulaganja u marketinške aktivnosti i ljudske resurse. Navedeni negativni efekti su djelomično amortizirani rastom prodaje svih poslovnih i distribucijskih područja, od koji se najviše ističe rast prodaje strateških poslovnih područja Pića, poslovnog područja Donata i ljekarničkog lanca Farmacia, te dezinvestiranjem brenda dječje hrane Bebi.

Normalizirana neto dobit bilježi pad od 2,0%, uz prethodno opisano, a unatoč nižim troškovima kamata te pozitivnom utjecaju tečajnih razlika do kog je primarno došlo zbog blage aprecijacije kune u odnosu na euro.

* Određene financijske mjere nisu definirane Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSF-levima). 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 kuna	2021.	% prihoda od prodaje	2020.	% prihoda od prodaje	2021./2020.
Nabavna vrijednost prodane robe	1.729,8	30,3%	1.564,5	29,8%	10,6%
Promjene vrijednosti zaliha	(22,8)	(0,4%)	(26,7)	(0,5%)	n/p
Proizvodni materijal	1.496,0	26,2%	1.374,9	26,2%	8,8%
Energija	60,9	1,1%	58,5	1,1%	4,0%
Usluge	358,2	6,3%	317,4	6,0%	12,9%
Troškovi osoblja	937,4	16,4%	855,6	16,3%	9,6%
Troškovi marketinga i prodaje	329,8	5,8%	267,1	5,1%	23,5%
Ostali operativni troškovi	176,2	3,1%	197,8	3,8%	(10,9%)
Ostali (dobici)/gubici - neto	(4,0)	(0,1%)	2,9	0,1%	n/p
Amortizacija	286,4	5,0%	274,3	5,2%	4,4%
Ukupni operativni troškovi*	5.347,8	93,8%	4.886,5	93,0%	9,4%

Trošak nabavne vrijednosti prodane robe bilježi značajan rast zbog više prodaje principalskih brendova.

Troškovi proizvodnih materijala bilježe rast uslijed veće prodaje vlastitih proizvoda i više prosječne cijene velikog broja proizvodnih materijala, primarno jestivog ulja, sirove kave te pakirnog materijala.

Troškovi energije rastu zbog veće proizvodnje vlastitih proizvoda te veće cijene energije.

Troškovi usluga bilježe značajan rast zbog viših transportnih i logističkih troškova, kao posljedica veće prodaje, te viših troškova održavanja IT sustava (uslijed pokretanja velikog broja novih projekata) i proizvodne opreme te ostalih vanjskih usluga, uključujući savjetodavne usluge.

Najveći dio porasta troškova osoblja, odnosi se na porast ulaganja u modele nagrađivanja za naše zaposlenike, od samog porasta osnovnih plaća i povećanja materijalnih davanja do ulaganja u varijabilne oblike nagrađivanja kroz povećanja mjesečnih stimulacija, uključivanja većeg broja zaposlenika u godišnje bonuse te uvođenja novih modela za prepoznavanje izuzetnih postignuća i poticanja zadržavanja najboljih ljudi. Dodatno u 2021. značajno smo povećali ulaganja u edukaciju naših ljudi, koristeći pritom sve prednosti koje digitalne tehnologije kao npr. e-learning u učenju i razvoju pa smo tako po broju sati edukacije po zaposleniku imali do sada rekordnu godinu. Atlantic Grupa je u 2021. godini u prosjeku zapošljavala 5.460 osoba, što je 52 osobe više u odnosu na prošlu godinu.

Marketinški troškovi su značajno viši uslijed većih ulaganja u marketing u gotovo svim poslovnim područjima (prošle godine ulaganja su bila niža uslijed izvanrednih okolnosti uzrokovanih pandemijom) te značajnih ulaganja u dva nova brenda.

Ostali operativni troškovi sadrže 22,0 milijuna kuna jednokratnih troškova što je znatno manje od prošlogodišnjih 41,6 milijuna kuna. Ovogodišnji iznos se primarno odnosi na rezervacije za potencijalne sporove dok se glavina prošlogodišnjeg iznosa odnosi na troškove povezane s pandemijom (u najvećoj mjeri donacije). Kada isključimo te jednokratne stavke, ostali operativni troškovi bilježe pad uslijed manjih ispravaka vrijednosti potraživanja od kupaca i zaliha.

Ostali (dobici)/gubici - neto: Dobit ostvarena prvenstveno po osnovi fer vrijednosti financijskih (forward) instrumenata u segmentu kave.

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

OPERATIVNI REZULTAT STRATEŠKIH POSLOVNIH PODRUČJA I STRATEŠKIH DISTRIBUCIJSKIH PODRUČJA

u milijunima kuna	2021.	2020.	2021./2020.
SPP Kava	280,1	279,5	0,2%
SPP Delikatesni namazi	183,0	196,8	(7,0%)
SPP Slatko i slano	116,2	113,9	2,0%
SPP Pića	110,3	104,4	5,6%
SPP Pharma	49,4	34,7	42,5%
PP Donat	97,0	92,8	4,6%
SDP Hrvatska	87,8	66,0	33,0%
SDP Srbija	58,5	56,6	3,3%
SDP Slovenija	70,6	64,3	9,9%
Ostali segmenti*	(328,7)	(292,5)	(12,4%)
Grupna EBITDA**	724,4	716,5	1,1%

STRATEŠKA POSLOVNA PODRUČJA I POSLOVNO PODRUČJE: SPP Kava ostvarilo je nešto višu profitabilnost kao rezultat više prodaje i povoljnije bruto marže, a unatoč višoj cijeni kave i pakirnog materijala te višim marketinškim ulaganjima i troškovima osoblja. SPP Delikatesni namazi bilježi pad profitabilnosti uslijed viših cijena sirovina, marketinških ulaganja i troškova osoblja, a unatoč rastu prodaje. SPP Slatko i slano bilježi rast profitabilnosti uslijed više prodaje i nižih marketinških ulaganja, a unatoč višim cijenama sirovina i troškovima osoblja. SPP Pića ostvarilo je značajan rast profitabilnosti zahvaljujući rastu prihoda unatoč višim cijenama sirovina, većim marketinškim ulaganjima, te višim troškovima transporta, logistike i osoblja. SPP Pharma ostvarilo je značajno višu profitabilnost zbog više prodaje ljekarničkog lanca Farmacia i dezinvestiranja dječje hrane Bebi. PP Donat bilježi rast dobiti uslijed više prodaje, a unatoč višoj cijeni pakirnog materijala i višim marketinškim ulaganjima.

STRATEŠKA DISTRIBUCIJSKA PODRUČJA: Do značajnog rasta profitabilnosti sva tri Strateška distribucijska područja dolazi zbog više prodaje unatoč višim troškovima transporta, logistike i osoblja.

OSTALI SEGMENTI: Ako isključimo ranije spomenute jednokratne stavke od 10,7 milijuna (prošle godine 38,6 milijuna kuna), Ostali segmenti bilježe pad profitabilnosti kao posljedica početnih ulaganja u nove brendove, većih troškova centralnih funkcija te utjecaja dezinvestiranja brenda Bebi na DP Rusija, a unatoč rastu profitabilnosti DP Austrije, GUMD-a, DP Makedonije.

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2021. godinu

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

Financijski pokazatelji u 2021. godini

FINANCIJSKI POKAZATELJI

u milijunima kuna	31.12.2021.	31.12.2020.
Neto dug*	459,9	740,1
Ukupna imovina	5.452,9	5.413,4
Ukupno kapital i rezerve	3.152,5	2.948,0
Odnos kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza*	1,5	1,3
Pokazatelj zaduženosti*	12,7%	20,1%
Neto dug/EBITDA*	0,6	1,0
Pokriće troška kamata*	41,2	29,4
Kapitalna ulaganja*	233,3	242,7
Slobodni novčani tok*	502,5	334,4
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti	735,8	577,1

Među ključnim odrednicama financijske pozicije Atlantic Grupe u 2021. godini važno je istaknuti sljedeće:

- Pokazatelj zaduženosti niži je za čak 734 baznih bodova zahvaljujući smanjenju neto duga za 280 milijuna kuna u odnosu na kraj 2020. godine.
- Zaduzenost mjerena odnosom neto duga i normalizirane EBITDA spustila se s 1,0 na kraju 2020. godine na 0,6 na kraju 2021. godine.
- Slobodni novčani tok bilježi rast uslijed znatno višeg novčanog toka iz poslovnih aktivnosti i nešto nižih kapitalnih ulaganja.

STRUKTURA KAPITALA I OBVEZA ATLANTIC GRUPE NA DAN 31. PROSINCA 2021. GODINE

2021.

UKUPNI KAPITAL I REZERVE		57,8 %
DUGOROČNE FINANCIJSKE OBVEZE		4,8 %
OBVEZNICE		4,5 %
KRATKOROČNE FINANCIJSKE OBVEZE		5,5 %
DOBAVLJAČI I OSTALE OBVEZE		21,6 %
OSTALO		5,8 %

* 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 bilježi rast primarno kao posljedica poboljšane profitabilnosti, pozitivnog kretanja radnog kapitala i nižih novčanih odljeva vezanih uz financiranje, a unatoč višim novčanim odljevima vezanim uz poreze.

Kapitalna ulaganja u 2021. godini izvršena su u skladu sa Strateškim smjernicama Atlantic Grupe. Pandemijska situacija je utjecala na pravovremeno izvođenje tvorničkih pogona i instalacija. Razvidni su globalni poremećaji u lancu nabave poglavito u opskrbi elektroničkih komponenti što je uvjetovalo kašnjenje isporuka opreme od strane naših dobavljača. Navedeni utjecaji pandemije direktno su utjecali na financijsku realizaciju plana kapitalnih ulaganja. Kašnjenja u izvršenju projekata kapitalnih ulaganja ne utječu negativno na poslovanje.

Od značajnih investicija ističu se:

SPP PIĆA: Završetak instalacija nove linije za čvrsta i fleksibilna pakiranja Cedevite te pokretanje iste i početak proizvodnje u novom inovativnom pakiranju. Započet investicijski projekt u optimalizaciju PET pakiranja sa ciljem smanjenje težine pojedinačnih PET pakiranja.

SPP KAVA: Završetak instalacije opreme za Coffee2Go i HoReCa opreme za pripremu kave na prodajnim mjestima. Investicijski projekti vezani uz podizanje tehnološke razine proizvodnje i punjenja kave na proizvodnim lokacijama u Srbiji, Bosni i Hercegovini i Sloveniji.

SPP DELIKATESNI NAMAZI: Okončana investicija u rekonstrukciju i poboljšanja linije za proizvodnju i pakiranje delikatesnih namaza u Izoli. Izvršena rekonstrukcija automatskog visoko regalnog skladišta. Započeta izrada projektno tehničke dokumentacija za izgradnju nove tvornice u Varaždinu.

SPP SLATKO I SLANO: Okončan probni rad nove linije za izpločavanje čokolade i nove linije za pakiranje čokolade. Dodatna investiranja u napredna tehnička rješenja za izradu Jimmy Fantastic čokolade. Započeta realizacija strateškog investicijskog projekta u proizvodnji keksa i vafla na proizvodnim lokacijama Beograd i Ljubovija.

PP DONAT: Okončana investicija u sustav označavanja/serijalizacije proizvoda sukladno zahtjevima tržišta Ruske Federacije.

SPP PHARMA: Višestruka ulaganja u opremanje prodajnih mjesta u ljekarničkom lancu Farmacia.

IT: Ulaganja u digitalnu infrastrukturu i tehnologije. Započeta implementacija S4 ERP sustava u sva društva Atlantic Grupe – prva implementacija u SPP Kava/Atlantic Grand Beograd. Između ostalog, pokrenuli smo i investicije u digitalizaciju procure to pay (P2P) sustava te globalni sustav za upravljanje matičnim podacima (MDM).

Očekivanja menadžmenta za 2022. godinu

OSVRT MENADŽMENTA NA MAKROEKONOMSKA OČEKIVANJA

U 2021. godini hrvatsko gospodarstvo je zabilježilo snažan oporavak zahvaljujući uspješnoj turističkoj sezoni uslijed povoljnije epidemiološke situacije. Ova godina će, osim nastavka razvoja epidemiološke situacije, biti obilježena i utjecajem rastuće inflacije i poremećaja u lancima opskrbe. Također, godina će biti obilježena i pripremama Hrvatske za ulazak u eurozonu s početkom 2023. godine. Usprkos svim navedenim izazovima i uz pretpostavku dobre turističke sezone, menadžment Atlantic Grupe očekuje nastavak solidnih stopa rasta hrvatskog gospodarstva u 2022. godini.

Nakon snažnog oporavka regije u 2021. godini, menadžment očekuje daljnji gospodarski rast regije u 2022. godini, pri čemu će taj rast ipak biti bitno slabiji no prošlogodišnji. Glavni generator slovenskog rasta bit će javne investicije, potaknute sredstvima iz EU fondova, i snažna domaća potražnja uslijed poboljšanja na tržištu rada, rasta plaća u privatnom sektoru i povećanja mirovina. Također, očekuje se solidan rast srpskog gospodarstva koji će biti potpomognut javnim investicijama u infrastrukturi, zdravstvu i zelenim projektima te povećanoj domaćoj potražnji.

Gospodarstva eurozone su također nastavila svoj oporavak nakon značajnog usporavanja ekonomske aktivnosti u 2020. godini kao posljedica pandemije COVID-19. U 2022. godini očekujemo nešto skromniji rast eurozone uslijed nastavka pandemije, snažnih inflatornih pritisaka i krize globalnog lanca nabave. Potpuni oporavak BDP-a eurozone na pretkrizne razine očekujemo tek krajem 2023. godine.

Nakon značajne kontrakcije u 2020. godini, rusko gospodarstvo se snažno oporavilo i dostiglo prije pandemijske razine. Unatoč uspješnoj 2021. godini, očekujemo slabi gospodarski rast u 2022. godini kao posljedicu skromnog rasta domaće potražnje, a uz prisustvo pandemijskih, inflatornih i posebice geopolitičkih rizika.

U trenutku sastavljanja ovog Godišnjeg izvješća došlo je do eskalacije rata u Ukrajini što će nedvojbeno imati značajan negativan utjecaj na navedena očekivanja, posebno u Rusiji, ali i na sva ostala tržišta i globalno gospodarstvo.

STRATEŠKE SMJERNICE MENADŽMENTA ATLANTIC GRUPE ZA 2022. GODINU

Nastavno na relativno optimistične prognoze gospodarskog rasta, povoljniju epidemiološku situaciju, značajna marketinška i kapitalna ulaganja u naše brendove, ali i povećanja naših prodajnih cijena očekujemo da ćemo u 2022. godini po prvi puta premašiti 6 milijardi kuna prihoda od prodaje.

Već tijekom 2021. godine došlo je do značajnih poskupljenja velikog dijela naših sirovina i pakirnog materijala, logističkih i drugih usluga te energenata, ali će se, dijelom zbog uspješne nabavne strategije Atlantic Grupe, a dijelom zbog dinamike poskupljenja, najveći dio negativnih efekata realizirati tek tijekom 2022. godine.

U navedenim poskupljenjima posebno se ističe sirova kava. Tržište sirove kave u 2021. godini je doživjelo nagli skok cijene sirove kave, uslijed suše koja je zahvatila Brazil tokom perioda zrenja kave u Brazilu, a potom i jakim mrazom koji je krajem srpnja 2021. godine zahvatio područja kave u Brazilu. Na sve ove probleme s nedostatkom sirove kave, nadovezala se i situacija s otežanom logistikom i prijevozom sirove kave iz svih porijekla, što je dodatno podiglo cijenu sirove kave. Očekivanja su da se situacija s logistikom neće popraviti do kraja 2022. godine. Sukladno navedenom, a u kombinaciji s nepovoljnijim tečajem američkog dolara, očekuje se da će nam trošak sirove kave, zajedno sa zavisnim troškovima nabave, porasti za više od 50%.

Do dvoznamenkastog rasta cijena došlo je i kod aluminijske, plastične i papirne ambalaže, brašna, šećera, limunske kiseline, sirovina na bazi mlijeka, biljnog ulja i masti, a gotovo da nema sirovine koja nije poskupjela barem za 5%.

Također, uslijed izbijanja rata u Ukrajini očekujemo indirektno negativne posljedice u vidu dodatnih poskupljenja određenih sirovina, energenata i usluga čiji financijski utjecaj u ovom trenutku nije moguće procijeniti.

Dio navedenih poskupljenja anulirat ćemo povećanjima naših prodajnih cijena, ali smatramo primjerenim da u uvjetima visoke inflacije i značajnog udara na životni standard naših potrošača veliki dio toga sami apsorbiramo te, sukladno tome, očekujemo da će nam normalizirana EBITDA marža u 2022. godini biti za otprilike 170 – 230 baznih poena niža no što je bila u 2021. godini.

Vjerujemo da će se problemi u dobavnim lancima i cijenama energenata, sirovina i pakirnog materijala u dogledno vrijeme stabilizirati te da će se profitne marže već od 2023. godine vratiti na dosadašnje ili im se barem približiti.

Neovisno o pritisku na profitabilnost, planiramo intenzivirati kapitalna ulaganja, a pogotovo zbog početka gradnje nove tvornice Argeta u okolici Varaždina te očekujemo ukupna kapitalna ulaganja od 320 do 370 milijuna kuna.

U 2022. godini, uz fokus na adresiranje izazova visoke inflacije i problema u dobavnim lancima, menadžment će se nastaviti fokusirati na (i) jačanje pozicije prepoznatljivih regionalnih brendova, (ii) internacionalizaciju pojedinih brendova, primarno Argeta i Donat, (iii) stvaranje novih brendova koji će biti izvori novog rasta, (iv) razvoj distribucijskog poslovanja jačanjem postojećih i akvizicijama novih principala, te na (v) moguća spajanja i akvizicije.

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.

ORGANSKI RAST PRODAJE U ODNOSU NA 2020. GODINU

Organski rast prodaje odnosi se na povećanje prodaje za razdoblje nakon uklanjanja utjecaja stjecanja i dezinvestiranja, promjene opsega djelatnosti i drugih važnih stavki koje utječu na usporedivost operativnih rezultata. Vjerujemo da ova mjera pruža vrijedne dodatne informacije o uspješnosti prodaje i pruža usporedivost operativnog rezultata.

u milijunima kuna	2021.	2020.	2020./2019.
Prodaja	5.702,5	5.252,0	8,6%
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Bebi	31,9	68,1	
Usporediva prodaja	5.670,5	5.183,9	9,4%

u milijunima kuna	SPP Pharma	Ostali segmenti
Objavljeno 2020.	539,8	778,0
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Bebi*	68,1	67,8
Usporediva prodaja 2020.	471,7	710,2
Objavljeno 2021.	563,3	820,8
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Bebi*	31,9	31,6
Usporediva prodaja 2021.	531,4	789,1
2021./2020.	12,7%	11,1%

u milijunima kuna	Rusija i CIS	Ostala tržišta
Objavljeno 2020.	139,2	98,8
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Bebi	67,6	0,5
Usporediva prodaja 2020.	71,7	98,3
Objavljeno 2021.	116,3	108,9
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Bebi	31,6	0,3
Usporediva prodaja 2021.	84,7	108,6
2021./2020.	18,2%	10,5%

* Odnosi se na prodaju brenda Bebi koja je uključena i u SPP Pharma kojem pripada, ali i u Ostale segmente kroz koje su proizvodi distribuirani.



u milijunima kuna	2021.	2020.	2021./2020.
Prodaja vlastitih brendova	3.571,1	3.332,9	7,1%
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Bebi	31,9	68,1	
Usporediva prodaja vlastitih brendova	3.539,2	3.264,8	8,4%

ORGANSKI RAST PRODAJE U ODNOSU NA 2019. GODINU

u milijunima kuna	2021.	2019.	2021./2019.
Prodaja	5.702,5	5.431,3	5,0%
Prodaja dezinvestiranog SPP SFF		27,8	
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Dietpharm		58,0	
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Multivita		16,1	
Izlazak iz veletrgovačkog poslovanja		33,0	
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - voda u galonima (BNBV)		25,7	
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Bebi	31,9	83,0	
Usporediva prodaja	5.670,5	5.187,6	9,3%

u milijunima kuna	SPP Pića	SPP Pharma	SDP Hrvatska	Ostali segmenti
Objavljeno 2019. godine	556,9	643,6	1.369,3	722,6
Prodaja dezinvestiranog SPP SFF				27,8
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Dietpharm		58,0		
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Multivita		16,1		
Izlazak iz veletrgovačkog poslovanja		33,0		
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - voda u galonima (BNBV)	19,4		25,7	
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Bebi		83,0		82,4
Usporediva prodaja 2019. godine	537,5	453,5	1.343,6	612,4
Objavljeno 2021. godine	536,4	563,3	1.403,2	820,8
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Bebi		31,9		31,6
Usporediva prodaja 2021. godine	536,4	531,4	1.403,2	789,1
2020./2019.	(0,2%)	17,2%	4,4%	28,9%

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 računovodstvenih politika u priloženim revidiranim Konsolidiranim financijskim izvještajima) uvećanoj za amortizaciju materijalne i nematerijalne imovine i umanjenje vrijednosti (vidi bilješke 13, 14, 15 u priloženim revidiranim Konsolidiranim financijskim izvještajima).

Grupa također prikazuje Normaliziranu EBITDA koja se izračunava kao EBITDA isključujući utjecaj jednokratnih stavki. Jednokratne stavke predstavljaju dobitak/gubitak od prodaje podružnica (vidi bilješku 28 Poslovne kombinacije i prodaja podružnica u priloženim revidiranim Konsolidiranim financijskim izvještajima) te sve jednokratne troškove/prihode proizašle iz tih transakcija, COVID-19 troškove koje se odnose na donaciju za borbu u suzbijanju pandemije te troškove za zaštitnu opremu i materijale za dezinfekciju te ostale jednokratne stavke koje se odnose na prihode kao rezultat otpuštanja rezervacija. 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 kuna	2021.	2020.	2021./2020.
Dobit iz poslovanja	437,9	442,2	(1,0%)
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	286,4	274,3	4,4%
EBITDA	724,4	716,5	1,1%
Troškovi/(dobit) po osnovi dezinvestiranja, neto	(0,7)	6,4	
COVID-19 troškovi	3,8	36,7	
Ostali jednokratni (prihodi)/troškovi, neto	7,5	(4,5)	
Normalizirana EBITDA	735,0	755,1	(2,7%)
Prodaja	5.702,5	5.252,0	
EBITDA marža	12,7%	13,6%	
Normalizirana EBITDA marža	12,9%	14,4%	

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 računovodstvenih politika u priloženim revidiranim Konsolidiranim financijskim izvještajima).

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

u milijunima kuna	2021.	2020.	2021./2020.
Dobit iz poslovanja	437,9	442,2	(1,0%)
EBIT	437,9	442,2	(1,0%)
Troškovi/(dobit) po osnovi dezinvestiranja, neto	(0,7)	6,4	
COVID-19 troškovi	3,8	36,7	
Ostali jednokratni (prihodi)/troškovi, neto	7,5	(4,5)	
Normalizirana EBIT	448,6	480,8	(6,7%)
Prodaja	5.702,5	5.252,0	
EBIT marža	7,7%	8,4%	
Normalizirana EBIT marža	7,9%	9,2%	



NETO DOBIT I NORMALIZIRANA NETO DOBIT



Neto dobit je međuzbroj koji je iskazan u Konsolidiranom računu dobiti i gubitka u priloženim revidiranim Konsolidiranim financijskim izvještajima.

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 kuna	2021.	2020.	2021./2020.
Neto profit	345,9	342,3	1,1%
Troškovi/(dobit) po osnovi dezinvestiranja, neto	0,2	6,4	
COVID-19 troškovi	3,3	33,5	
Ostali jednokratni troškovi/(prihodi), neto	21,0	(4,5)	
Normalizirana neto dobit	370,3	377,7	(2,0%)
Prodaja	5.702,5	5.252,0	
Neto profitna marža	6,1%	6,5%	
Normalizirana neto profitna marža	6,5%	7,2%	

UKUPNI OPERATIVNI TROŠKOVI



Ukupni operativni troškovi su međuzbroj sljedećih stavki koje su iskazane u Konsolidiranom računu dobiti i gubitka u priloženim revidiranim Konsolidiranim financijskim izvještajima: nabavne vrijednosti 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 dobiti/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 revidiranim Konsolidiranim financijskim izvještajima. 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 definira se kao zbroj kratkoročnih i dugoročnih obveza po primljenim kreditima, kratkoročnih i dugoročnih obveza za najam i derivativnih financijskih instrumenata umanjnih za novac i novčane ekvivalente koji su iskazani u Konsolidiranoj bilanci u priloženim revidiranim Konsolidiranim financijskim izvještajima, kao što je prikazano u nastavku:

u milijunima kuna	31.12.2021.	31.12.2020.
Dugoročne obveze po primljenim kreditima	299,7	299,5
Dugoročne obveze po najmovima	263,1	263,5
Kratkoročne obveze po primljenim kreditima	159,9	511,7
Kratkoročne obveze po najmovima	86,8	84,8
Derivativni financijski instrumenti, neto	(3,0)	7,1
Novac i novčani ekvivalenti	(346,6)	(426,5)
Neto dug	459,9	740,1
Normalizirana EBITDA	735,0	755,1
Neto dug/Normalizirana EBITDA	0,6	1,0

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 revidiranim Konsolidiranim financijskim izvještajima. Omjer kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza je pokazatelj likvidnosti koji mjeri sposobnost Grupe da pokrije svoj kratkoročni dug kratkotrajnom imovinom.

u milijunima kuna	2021.	2020.
Kratkotrajna imovina	2.287,5	2.259,5
Kratkoročne obveze	1.513,4	1.674,5
Odnos kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza	1,5	1,3

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 kuna	2021.	2020.
Neto dug	459,9	740,1
Ukupno kapital	3.152,5	2.948,0
Pokazatelj zaduženosti	12,7%	20,1%



POKRIĆE TROŠKA KAMATA

Pokriće troška kamata izračunava se dijeljenjem normalizirane EBITDA Grupe s ukupnim troškom kamata (vidi bilješku 10 - Rashodi od financiranja-neto u priloženim revidiranim Konsolidiranim financijskim izvještajima), 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 kuna	2021.	2020.
Normalizirana EBITDA	735,0	755,1
Ukupno rashodi od kamata	17,8	25,7
Normalizirano pokriće troška kamata	41,2	29,4

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 umanjeno za kapitalna ulaganja, stavke koje su iskazane u Konsolidiranom izvještaju o novčanom toku u priloženim revidiranim Konsolidiranim financijskim izvještajima.

u milijunima kuna	2021.	2020.
Neto operativni novčani tijek	735,8	577,1
Kapitalna ulaganja	233,3	242,7
Slobodni novčani tijek	502,5	334,4



Rizici poslovanja Atlantic Grupe

Atlantic Grupa kao vertikalno integrirana multinacionalna kompanija čije poslovne aktivnosti uključuju istraživanje i razvoj, proizvodnju te distribuciju robe široke potrošnje je izložena brojim eksternim i internim rizicima. Kako bi spriječila i smanjila utjecaj tih rizika na poslovanje, Grupa provodi proces integriranog upravljanja rizicima (ERM - Enterprise Risk Management). Kroz proces se provodi identifikacija, kvantifikacija i upravljanje rizicima.

Slika 1 - Prikaz procesa integriranog upravljanja rizicima u Atlantic Grupi



Uz navedeni ERM proces, odgovorni odjeli, timovi ili zaposlenici na redovnim dnevnim/tjednim/mjesečnim osnovama prate, nadziru i aktivno upravljaju rizicima.

Atlantic Grupa je u svojem poslovanju izložena rizicima iz grupe rizika poslovnog okruženja, industrije i konkurencije te grupe poslovnih i financijskih rizika. Pored navedenih grupa rizika postoje i drugi rizici koji mogu imati utjecaj na Atlantic Grupu te rizici koji bi se mogli pojaviti u budućnosti te imati utjecaj na poslovanje, a koji nisu opisani u ovom dokumentu.

Niže prikazani rizici su trenutno od strane Atlantic Grupe identificirani kao ključni te mogu imati značajniji utjecaj na poslovni i financijski položaj.



Slika 2 – Ključni identificirani rizici Atlantic Grupe

RIZIK POSLOVNOG OKRUŽENJA

Rizik poslovnog okruženja uključuje političke, makroekonomske, socijalne rizike, rizike prirodnih nepogoda i zdravstvenih ugroza na svim tržištima na kojima kompanija posluje i koji imaju direktni utjecaj na poslovanje, dok kompanija na njih, u načelu, ne može direktno individualno utjecati.

Politički rizik odnosi se na sve rizike koji bi potencijalno utjecali na političku nestabilnost pojedine države te može utjecati na odnose s drugim državama što za posljedicu može imati i nepoželjne trgovinske efekte. Pravni okvir Republike Hrvatske koja djeluje kao stabilna parlamentarna demokracija i punopravna članica Europske unije od 1. srpnja 2013. godine je stabilan te se kontinuirano usklađuje s pravnim okvirom Europske unije. S druge strane, dio država u kojima Grupa posluje nije u Europskoj uniji, još je u fazi razvoja ili je u pretpristupnim pregovorima za članstvo u Europskoj uniji što može prouzročiti određene pravne neizvjesnosti. Pravni okviri dijela zemalja u kojima Grupa posluje sukladno navedenom još uvijek nisu usklađeni sa zakonodavstvom Europske unije te dio tih zemalja još uvijek nema odgovarajuću razinu zakonodavne, sudske i administrativne zaštite. Atlantic Grupa posluje u više različitih država, te značajno umanjuje ovaj rizik kroz diversifikaciju tržišta s različitim paneuropskim strategijama brendova.

Poslovanje svake kompanije je pod utjecajem makroekonomskih rizika koji se pojavljuju na državnoj, regionalnoj ili globalnoj razini. Atlantic Grupa generalno posluje u stabilnoj ne-cikličnoj prehrambenoj industriji, no ni ona nije potpuno imuna na kretanje i utjecaje makroekonomskih varijabli. U proizvodnji se to manifestira kroz rizike porasta cijena ili ograničenja isporuke sirovina, materijala, energije potrebnih za proizvodnju ili nedostatak radne snage. Na prodaju proizvodnog i distribucijskog asortimana kompanije utječu makroekonomske varijable poput osobne potrošnje, stope nezaposlenosti, razine raspoloživog

osobnog dohotka, odnosno inflatornih učinaka te kretanja u trgovini na malo koje kompanija kontinuirano prati i sukladno njima prilagođava svoje aktivnosti. U slučaju pada BDP-a na tržištima relevantnim za poslovanje Atlantic Grupe, kupci potencijalno mogu smanjiti potrošnju pojedinih proizvoda iz proizvodnog i/ili distribucijskog portfelja kompanije ili se usmjeriti s brendiranih proizvoda na privatne robne marke. Atlantic Grupa kontinuiranom diversifikacijom svojeg proizvodnog i distribucijskog portfelja značajno umanjuje te rizike.

Prirodne nepogode kao što su potres, poplava, ekstremni vremenski uvjeti i ostale prirodne nepogode specifičan su izvor rizika poslovnog okruženja s obzirom na činjenicu da iznenadno mogu utjecati na poslovanje Grupe i cijelog sustava (države ili regija) u kojem Grupa ili dobavljački lanac posluje. Njihovo nastupanje često je povezano s izrazito velikim i dugotrajnim štetama, a sanacija šteta potencijalno traži izdvajanje značajnih materijalnih i finansijskih sredstava koja uglavnom nisu planirana. Ukoliko bi došlo do nastupa prethodno opisanih čimbenika na nekoj od poslovnih lokacija Atlantic Grupe ili poslovnoga partnera, to bi moglo imati negativan učinak na poslovanje, posebice s obzirom na sve učestaliju pojavu prirodnih nepogoda te sve veće razmjere štetnih posljedica. Atlantic Grupa smanjuje izloženost ovome riziku korištenjem kvalitetnih instrumenata ublažavanja i prijenosa rizika prirodnih nepogoda, konstantnim ulaganjem u novu i kvalitetniju opremu i infrastrukturu, te korištenjem instrumenata osiguranja imovine od potencijalnih šteta.

Rizik vezan uz zdravstvene ugroze je rizik širenja zarazne bolesti koja pogađa određeno šire geografsko područje ili cijeli svijet, a koje može negativno utjecati na regionalno/svjetsko gospodarstvo. Brzo širenje virusa/bolesti može rezultirati ubrzanom narušavanjem političkih, socio-ekonomskih i finansijskih odnosa diljem regije/svijeta, a time utjecati na prihode kompanije ili na lance opskrbe o kojima Atlantic Grupa ovisi. Primjer rizika pandemije je COVID - 19 virus koji se pojavio početkom poslovne 2020. godine, te se nastavio i u poslovnoj 2021. godini. Manifestacija ovog rizika se najviše odrazila kroz implementaciju mjera za suzbijanja širenja pandemije (tzv. lockdown) koje su tijekom prvoga dijela 2020. godine djelomično onemogućavale Atlantic Grupi i njenim poslovnim partnerima neometano vršenje prodajnih i dobavnih aktivnosti prema svojim kupcima i partnerima. U 2021. godini s ovim rizikom se povezuje dio logističkih izazova u dobavnim lancima te iziskuje dodatne napore u osiguranju repromaterijala za proizvodnju i prodaju, a s druge strane utječe na porast cijena sirovina. Kako bi umanjila potencijalni utjecaj prethodno navedenih događaja, Atlantic Grupa kontinuirano provodi standardne zdravstveno zaštitne mjere i aktivnosti od početka pandemije, ali također optimizira zalihe gotovih proizvoda, repromaterijala i sirovina, te provodi i druge neophodne mjere.

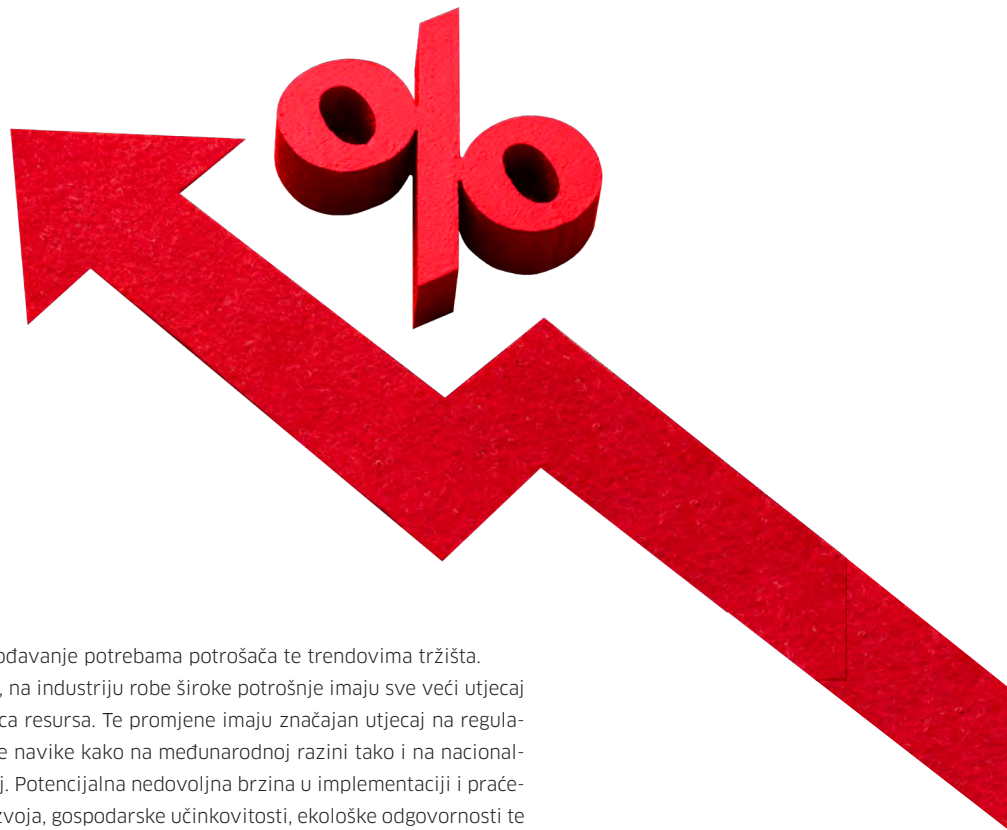
RIZICI INDUSTRIJE I KONKURENCIJE

Atlantic Grupa posluje u industriji robe široke potrošnje i maloprodaje kroz ljekarnički lanac Farmacia. Unutar navedenih industrija kompanija je izložena također i riziku konkurencije.

RIZIK INDUSTRIJE

Atlantic Grupa pretežito posluje u industriji robe široke potrošnje u kojoj su relativno niska cikličnost, tržišna liberalizacija i globalizacija rezultirali razvojem novih lokalnih te dolaskom svjetskih proizvođača kao i trgovačkih lanaca što u konačnici rezultira pojačanom tržišnom konkurencijom, raznovrsnijom ponudom, povećanjem kvalitete proizvoda, uvođenjem globalnih proizvodnih standarda te otvaranjem i razvojem novih distribucijskih kanala. U ovakvim uvjetima, svi proizvođači se mogu natjecati jedino kontinuiranim ulaganjem u istraživanje i razvoj novih proizvoda i usluga, tehnološki razvoj, marketing za jačanje prepoznatljivosti brenda te ljudske resurse.

Makroekonomsko okruženje, dinamika kretanja BDP-a i to osobne potrošnje kao komponente BDP-a, kretanje raspoloživog osobnog dohotka te općenito razvoj životnog standarda potrošača uvelike diktiraju trendove u industriji robe široke potrošnje. Uz navedeno, razvoj industrije robe široke potrošnje uvelike



karakterizira i sposobnost kompanija na prilagođavanje potrebama potrošača te trendovima tržišta. Uz prethodno opisane makroekonomske uvjete, na industriju robe široke potrošnje imaju sve veći utjecaj izražene klimatske promjene i sve veće oskudica resursa. Te promjene imaju značajan utjecaj na regulatorne okvire, društvene promjene te potrošačke navike kako na međunarodnoj razini tako i na nacionalnoj razini te stavljaju naglasak na održivi razvoj. Potencijalna nedovoljna brzina u implementaciji i praćenju trendova koji se vode načelima održivog razvoja, gospodarske učinkovitosti, ekološke odgovornosti te društvene odgovornosti mogla bi se negativno odraziti na poslovanje Atlantic Grupe. Kako bi umanjila taj rizik Atlantic Grupa posvećuje značajnu pažnju poštovanju nacionalnih propisa i međunarodnih standarda kroz razvoj internih procedura i politika proširenjem brige za okoliš s lokalne na korporativnu razinu u okviru konzistentnog sustava upravljanja okolišem (Environmental Management System, EMS) uzimajući u obzir lokalne i globalne trendove u održivosti. Primjeri toga su pažljivi izbor sirovina i ambalažnih materijala kako bi se smanjio negativni utjecaj na okoliš, uključivanje okolišnih kriterija u proces selekcije dobavljača te mnogi drugi primjeri. Više o konkretnim primjerima posvećenosti održivosti Atlantic Grupe može se naći na stranici 42. Godišnjeg izvještaja.

Industrija robe široke potrošnje je strogo normirana propisima te je ujedno i nadzirana od strane regulatornih tijela ponajviše iz razloga što ima direktan utjecaj na zdravlje potrošača i sigurnost proizvodnje. Atlantic Grupa je podložna strogoj i opsežnoj regulativi vezanoj uz ljudsku prehranu, ljekarničko poslovanje, sigurnost proizvoda, cijenu osnovnih i dopunskih lista lijekova, sigurnost i radne uvjete zaposlenika i imovine, sigurnost i zaštitu okoliša, sastav proizvoda, pakiranje, označavanje, oglašavanje, konkurentsko ponašanje na tržištu i slično. Sigurnost prehrambenih proizvoda i percepcija o navedenoj sigurnosti od presudne je važnosti za poslovanje Atlantic Grupe te bi pojava ili percepcija suprotnoga uzrokovala značajne negativne posljedice na poslovanje Grupe. Regulativa vezana uz zdravlje, sigurnost i zaštitu okoliša u Europi i drugim razvijenim regijama postaje sve stroža, a provedba sve izraženija i kompleksnija. Sukladno tome Atlantic Grupa kontinuirano prati i prilagođava se takvim promjenama, ali bilo kakvi propusti u navedenom mogli bi rezultirati različitim sankcijama. Također, Atlantic Grupa može biti suočena sa značajnim troškovima vezanim uz otklanjanje eventualnih prekršaja ili prilagodbu promjenama postojećih propisa te troškovima i gubicima kao posljedicama eventualnih ukidanja pojedinih dozvola i odobrenja.

Na određene segmente industrije robe široke potrošnje, posebice segment proizvoda namijenjenih prehrani, utječu faktori koje kompanije ne mogu u potpunosti kontrolirati poput volatilnih cijena sirovina (kava, šećer, kakaovac itd.), kao i poremećaja u opskrbnom lancu čemu smo svjedoci u drugoj polovici 2021. godine na svjetskim tržištima, sve izraženijih vremenskih (ne)prilika te uspješnosti turističke sezone na tržištima na kojima kompanija posluje. Atlantic Grupa se oslanja na dobavljanje sirovina i reprod materijala potrebnih za svoje proizvode od strane vanjskih dobavljača koji dolaze iz različitih dijelova

svijeta. Sukladno tome je izložena riziku da dobavljači sirovina i repromaterijala neće biti u mogućnosti ispuniti dogovorene vremenske rokove ili kvalitetu i/ili količine potrebnih sirovina ili repromaterijala. Također, je izložena volatilitnosti cijena sirovina i repromaterijala koje nabavlja (kava, šećer, kakaovac, plastična i aluminijska ambalaža i ostali) koja može biti uzrokovana nizom faktora na koje sama nema utjecaja, npr. manjku količina na slobodnom tržištu uslijed vremenskih nepogoda, smanjivanju proizvodnje na svjetskom tržištu, političkim i socijalnim nemirima u pojedinim zemljama ili špekulativnim očekivanjima. Značajne promjene u cijenama određenih sirovina i repromaterijala mogu uzrokovati rast troškova proizvodnje određenih finalnih proizvoda. Nabava sirove kave se pojavljuje kao vrijednosno najznačajnija pojedinačna sirovina i time predstavlja najveći izvor rizika za kompaniju. Zbog toga Atlantic Grupa posebnu pažnju pridaje planiranju nabave sirove kave, praćenju trendova na svjetskim tržištima, upravljanju zalihama te upravljanju rizikom promjene cijene sirove kave na svjetskim tržištima kao i utjecajem tečaja na svjetskim tržištima. Atlantic Grupa kontinuirano upravlja rizikom cijena sirove kave na globalnim tržištima.

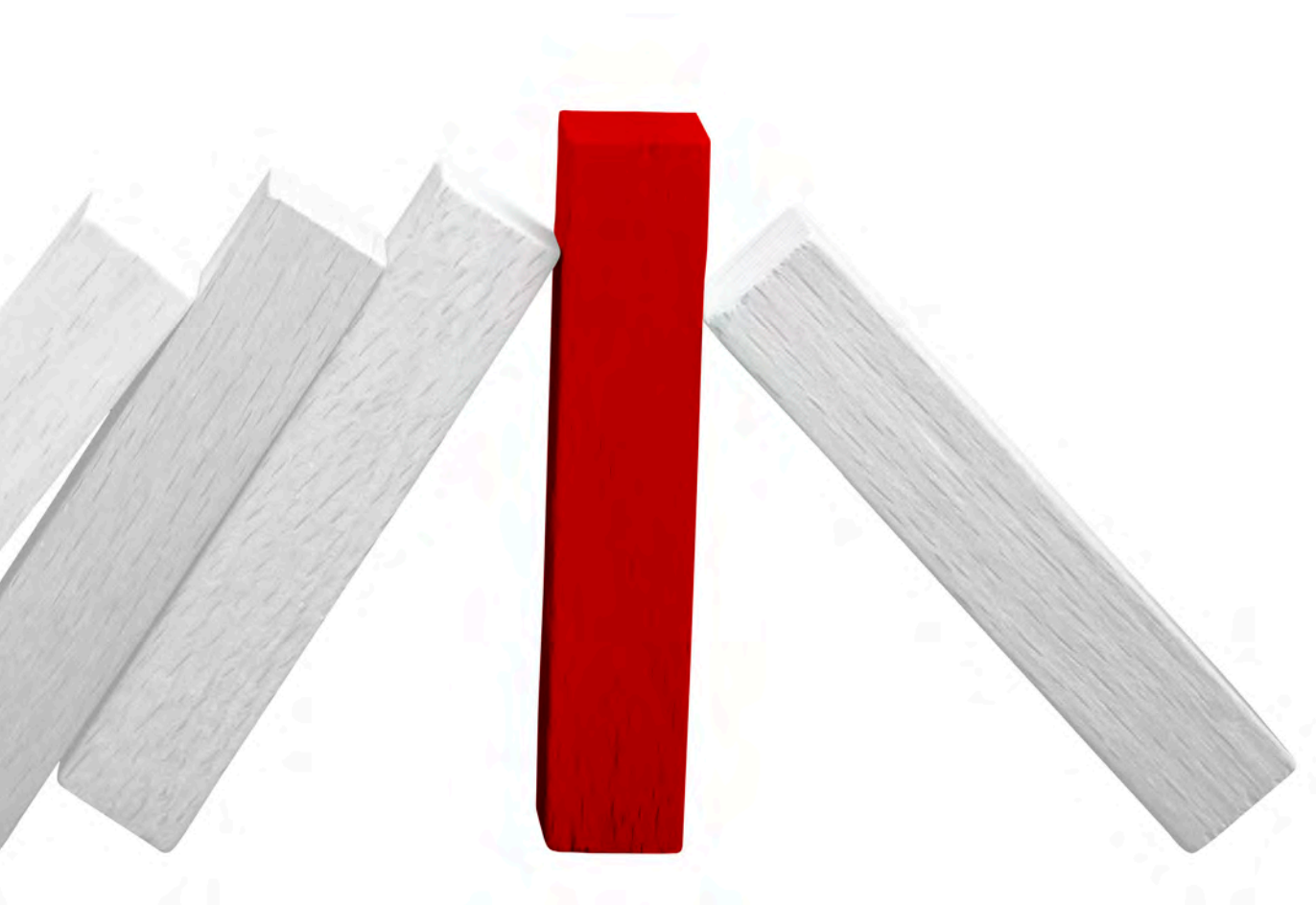
Pojedine grane ove industrije imaju sezonski karakter poslovanja uslijed čega se razborito upravljanje radnim kapitalom nameće kao iznimno važna komponenta za osiguranje redovnog poslovanja kompanija. Također, relativno niska razina cikličnosti industrije robe široke potrošnje čini istu privlačnom većem broju kompanija što pak rezultira i većim brojem konkurenata prisutnih na tržištu. Dodatno, s obzirom na nepostojanje značajnijeg tržišnog lidera u nekim kategorijama, postoji rizik od ulaska novih konkurenata.

Atlantic Grupa posluje u segmentu industrije robe široke potrošnje koji obuhvaća prehrambene proizvode s dodanom vrijednošću te sukladno tome ponajviše koristi aktivnosti poput ulaganja u istraživanje i razvoj, ulaganja u tehnologiju te pomno praćenje tržišnih trendova i preferencija potrošača kako bi zadržala visoke tržišne udjele u navedenom segmentu. Portfelj Atlantic Grupe uključuje široki spektar brendova s vodećim tržišnim pozicijama na regionalnim tržištima u segmentima kave, delikatesnih namaza, slatkog i slanog te pića. Poslovanje je u tom smislu ovisno o zaštiti prava intelektualnog vlasništva nad žigovima i sl., a također i o određenim poslovnim tajnama te know-how-u. Atlantic Grupa sklapa ugovore o povjer-



Ljivosti sa zaposlenicima i/ili trećim stranama u cilju zaštite intelektualnog vlasništva, međutim ne postoji garancija da takvi sporazumi ne mogu biti povrijeđeni. Uz prethodno navedene razloge i s obzirom da su neki od navedenih segmenata izloženi značajnim konkurentskim pritiscima od strane lokalnih i multinacionalnih kompanija, Atlantic Grupa je u 2021. godini nastavila aktivno upravljati vlastitim brendovima te dalje jačati svoju poziciju lansiranjem dva nova brenda, visokokvalitetne mliječne čokolade Jimmy Fantastic, te palete proizvoda na bazi zobi pod brendom Boom Box.

Nakon ulaska u segment ljekarničkog poslovanja u 2008. godini te daljnjeg širenja ljekarničkog lanca Farmacia u narednim godinama, Atlantic Grupa danas posjeduje ljekarnički lanac s nacionalnom rasprostranjenošću ljekarničkih jedinica. Među glavnim rizicima ovog poslovanja ističu se tri rizika. Prvi se odnosi na rizik neizvjesnosti uvođenja novih i potencijalno strožih propisa kojih se ljekarničke jedinice moraju pridržavati budući da je ljekarništvo kao industrijska grana strogo normirano propisima te također nadzirano od strane regulatornih tijela. Drugi se odnosi na promjenjivost u cjenicima osnovnih i dopunskih lista lijekova kojih se ljekarničke jedinice kao ugovorni subjekti Hrvatskog zavoda za zdravstveno osiguranje (HZZO) moraju pridržavati. Treći rizik je povezan s rizikom u kašnjenju naplate potraživanja od strane HZZO-a, odnosno rizik nelikvidnosti glavnog ugovornog partnera. Ipak, Atlantic Grupa koristi određene aktivnosti kojima nastoji ublažiti navedene rizike poput fokusa na povećanje udjela bezreceptnih lijekova, dodataka prehrani i kozmetike u portfelju ljekarničkih jedinica, otvaranja specijaliziranih prodavaonica (s većim portfeljem bezreceptnih lijekova, dodataka prehrani i kozmetike) koje su pod regulacijom Agencije za lijekove i medicinske proizvode te naposljetku iskorištenja sinergija u sklopu distribucijskog i proizvodnog portfelja kompanije, te aktivno upravljanje radnim kapitalom cijelog segmenta.



RIZIK KONKURENCIJE

Ulaskom Hrvatske u Europsku uniju i usklađivanjem njenog zakonodavstva s *acquis communautaire*-om, postavili su se novi standardi i norme, a ujedno i uklonile posljednje prepreke slobodnoj konkurenciji. Lokalne kompanije s jedne strane postaju sve izloženije internacionalnoj konkurenciji, a s druge se susreću s novim poslovnim mogućnostima na inozemnim tržištima. Posljednjih godina, mnoge kompanije, a Atlantic Grupa je u tom smislu i predvodnica tog trenda, ulažu napore u širenje poslovanja na regionalnim tržištima jugoistočne Europe, koje generalno karakterizira rastuća potražnja za robom široke potrošnje te ujedno i rastuća prepoznatljivost domaćih brendova.

Inozemna prehrambena konkurencija prednjači pred lokalnim kompanijama po pitanju tehnološke infrastrukture, mogućnosti ulaganja u istraživanje i razvoj, financijske snage, veličine marketinških budžeta te globalne prepoznatljivosti njihovih brendova. Tržišta na kojima Atlantic Grupa posluje pokazuju visoku razinu privrženosti tradiciji kao i ranije stečenim potrošačkim navikama indicirajući time potražnju za domaćim proizvodima. Kao glavna komparativna prednost proizvodnog/distribucijskog portfelja Atlantic Grupe ističe se upravo prepoznatljivost brendova čije proizvode Atlantic Grupa bilo proizvodi i/ili distribuira u kombinaciji s visokim tržišnim udjelima koje isti drže. Strateškom usmjerenošću na razvijanje jakih, tržištu prepoznatljivih robnih marki, Atlantic Grupa nastoji reducirati rizike koje nosi konkurencija.

Konkurenciju u ljekarničkom segmentu ponajviše stvaraju gradske i županijske ljekarne te privatne ljekarne u vlasništvu fizičkih osoba, a u manjoj mjeri i veletrgojerski lanci te generičke farmaceutske kompanije koje također posluju i u ljekarničkom segmentu. Atlantic Grupa nastoji osigurati konkurentsku prednost pred postojećim konkurentima kroz: kontinuirano širenje ljekarničkog lanca, otvaranje specijaliziranih prodavaonica koje predstavljaju nadogradnju i razvoj ljekarničke djelatnosti, vođenje ljekarničkog poslovanja u skladu s najboljom ljekarničkom praksom te edukaciju i razvoj kompetencija ljekarničkog kadra s ciljem pružanja što kvalitetnije ljekarničke usluge.

POSLOVNI RIZIK

Poslovni rizik se odnosi na rizike prisutne u svakodnevnom poslovanju kompanije koji pak direktno utječu na održavanje konkurentne pozicije kompanije kao i stabilnost u redovnom poslovanju kompanije. Navedeni rizik je determiniran poslovnim okruženjem u kojem kompanija posluje, razini cikličnosti industrijske grane kojoj kompanija pripada te također redovnim poslovnim politikama i odlukama.

UTJECAJ POJEDINOG PROIZVODA I POSLOVNE SURADNJE NA POSLOVANJE

Atlantic Grupa je tijekom proteklih godina značajnu pozornost posvećivala diversifikaciji i ekspanziji kako proizvodnog tako i distribucijskog portfelja sa strateškim ciljem smanjenja ovisnosti o prodaji pojedinog proizvoda, a time i volatilnosti u ostvarivanju prodajnih rezultata pogotovo tijekom promjena makroekonomske ciklusa. S obzirom na navedenu diversifikaciju u proizvodnim i distribucijskim portfeljima, promjene u poslovnom okruženju vezane uz bilo određeni proizvodni segment bilo poslovnu suradnju s određenim partnerom ne ugrožavaju cjelokupno poslovanje Atlantic Grupe.

OVISNOST O PROIZVODU

Kao rezultat značajne ekspanzije i produbljanje proizvodnog i distribucijskog portfelja tijekom proteklih godina, redovno poslovanje Atlantic Grupe danas ne ovisi značajnije niti o jednom proizvodu. Pritom, najznačajniju proizvodnu kategoriju čine segment kave, segment pića, segment delikatesnih namaza i segment slatko i slano od kojih niti jedan segment ili proizvod ne prelazi više od četvrtinu prihoda Grupe. Tijekom prošlih godina Atlantic Grupa je kombinirala akvizicijske aktivnosti, inovativni pristup u razvoju novih proizvoda te sklapanje novih distribucijskih ugovora prilikom diversifikacije kako proizvodnog tako i distribucijskog portfelja. U posljednjih 15 godina Atlantic Grupa je sudjelovala u 50-ak akvizicija koje su posljedično dovele do znatnog smanjenja ovisnosti kompanije o jednom proizvodu, tržištu ili poslovnom partneru.

OVISNOST O POSLOVNOJ SURADNJI

Atlantic Grupa je tijekom proteklih godina razvila čvrstu suradnju kako s domaćim tako i međunarodnim proizvođačima robnih marki koji su u distribucijskom portfelju Atlantic Grupe. Iako bi gubitak prava distribucije određenog proizvoda imao utjecaj na poslovanje Strateških distribucijskih područja, rizik od spomenutog je uvelike reduciran izvrsnom prodajno-distribucijskom uslugom, ali i značajnim proširenjem distribucijskog portfelja u posljednjih nekoliko godina. Atlantic Grupa kontinuirano prati kretanja na tržištu robnih marki s ciljem ostvarivanja nove poslovne suradnje. Kontinuirano širenje distribucijskog portfelja omogućava kompaniji da se u vrlo kratkom vremenu prilagodi novim uvjetima u slučaju prestanka suradnje s bilo kojim od sadašnjih partnera.

Uska poslovna suradnja s vodećim domaćim trgovačkim lancima u samoj je prirodi distribucijskih aktivnosti. Atlantic Grupa ima razvijenu dobru poslovnu suradnju s većinom trgovačkih lanaca iz regije, koji su glavni kupci kompanije, a ovisnost o pojedinom kupcu je na primjerenom razini. U slučaju raskida suradnje, nemogućnosti naplate ili stečaja nekog od važnijih kupaca, moglo bi doći do značajnijeg utjecaja na rezultate poslovanja Strateških distribucijskih područja. Aktivnim upravljanjem kreditnim rizikom, što podrazumijeva kontinuirano praćenje rizičnosti kupaca i procesa naplate te posljedično limitiranje izloženosti onim kupcima koje ocijeni rizičnijima, kompanija nastoji reducirati rizik na vlastito poslovanje u slučaju raskida suradnje, nemogućnosti naplate ili stečaja nekog od važnijih kupaca.

Uz to što kontinuirano radi na daljnjem poboljšanju i razvoju suradnje s trgovačkim lancima, Atlantic Grupa istovremeno nastoji smanjiti ovisnost distributera o jednom kanalu distribucije, razvijajući "alternativne kanale distribucije" poput kontinuiranog ulaganja u HoReCa kanal (ugostiteljstvo), prodajnih mjesta s tehničkom robom te farmaceutskog kanala.

OVISNOST POSLOVANJA O IT SUSTAVIMA

Poslovanje Atlantic Grupe oslanja se na brojne IT sustave koji joj omogućuju učinkovito upravljanje proizvodnim i distribucijskim kapacitetima, komunikaciju s kupcima i dobavljačima, evaluaciju zaposlenika, prikupljanje i obradu podataka o kupcima i dobavljačima, prikupljanje podataka po pozicioniranju i zastupljenosti proizvoda u prodajnoj mreži i ostale informacije koje između ostalih vanjskih faktora, menadžment uzima u obzir pri donošenju poslovnih odluka. Kako bi osigurala uspješno i kontinuirano poslovanje, Atlantic Grupa aktivno radi na zaštiti cjelokupnog IT sustava tako da izbjegava rizik ovisnosti o jednom sustavu/dobavljaču ili data centru, ažurira IT sigurnosne programe i upravlja s istekom roka održavanja ključnih IT rješenja.

PRIVLAČENJE I ZADRŽAVANJE KLJUČNIH OSOBA


Kontinuirano uspješno poslovanje Atlantic Grupe snažno je oslonjeno na sposobnosti da identificira, privuče, motivira i zadrži zaposlenike na ključnim pozicijama i tržištima. Svaki gubitak ključnih zaposlenika u određenim segmentima poslovanja ili neuspješna implementacija grupnog plana nasljeđivanja bi otežali postizanje zadanih ciljeva i mogli bi imati negativan utjecaj na poslovanje. Također, nemogućnost angažiranja, razvijanja i zadržavanja visoko specijalizirane i talentirane radne snage bi mogla umanjiti „Institucionalnu bazu znanja“ što bi moglo dovesti do narušavanja konkurentne pozicije ili do rasta troškova uslijed povećane konkurencije za zapošljavanje, što bi moglo negativno utjecati na poslovanje. Kako bi upravljala tim rizikom, Atlantic Grupa provodi razne programe za zadržavanje, razvijanje i privlačenje zaposlenika. Svi zaposlenici na ključnim pozicijama prolaze reviziju talenata kroz koju se definira individualni razvojni plan za svakog od njih. Proces prepoznavanja talenata provodi se na svim nivoima organizacije čime se osigurava provedba plana sukcesije. Strategija zadržavanja ključnih ljudi uvodi specijalno dizajnirane opcije koje osiguravaju dugoročan odnos društva s ključnim ljudima, što uključuje programe i aktivnosti kao što su radničko dioničarstvo, „retention“ program (program zadržavanja djelatnika), sportskih aktivnosti, liječnički pregledi i drugi.

FINANCIJSKI RIZICI

Poslovne aktivnosti Grupe izlažu je različitim vrstama financijskih rizika koje uključuju: tržišni rizik (uključujući valutni rizik, rizik fer vrijednosti kamatne stope, kamatni rizik novčanog toka te cjenovni rizik), kreditni rizik i rizik likvidnosti. Program upravljanja rizicima Atlantic Grupe fokusira se na nepredvidljivosti financijskog tržišta te je usmjeren na smanjivanje potencijalnog negativnog odražavanja istog na poslovanje. Atlantic Grupa koristi derivativne financijske instrumente kao instrumente zaštite od određenih financijskih rizika. Rizici su detaljno opisani u Bilješkama uz konsolidirane financijske izvještaje (Bilješka 3 - Upravljanje financijskim rizikom).



GRI smjernice: kazalo sadržaja GRI-a

GRI STANDARDI GRI 102: OPĆE OBJAVE	OBJAVA	BROJ STRANICE	UN-OVI CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA (SDG)
1.	ORGANIZACIJSKI PROFIL		
102 - 1	NAZIV ORGANIZACIJE	10	
102 - 2	AKTIVNOSTI, TRŽIŠNE MARKE, PROIZVODI I USLUGE	4, 10	
102 - 3	LOKACIJA SJEDIŠTA ORGANIZACIJE	13	
102 - 4	LOKACIJA POSLOVNIH AKTIVNOSTI	13	
102 - 5	VLASNIŠTVO I PRAVNI OBLIK	16-17	
102 - 6	TRŽIŠTA NA KOJIMA ORGANIZACIJA DJELUJE	10, 13	
102 - 7	VELIČINA ORGANIZACIJE	5	
102 - 8	INFORMACIJE O ZAPOSLENICIMA I DRUGIM RADNICIMA	57	
102 - 9	DOBAVLJAČKI LANAC	60-61	
102 - 10	ZNAČAJNE PROMJENE U ORGANIZACIJI I NJENOM DOBAVLJAČKOM LANCU	12	
102 - 11	NAČELO ILI PRISTUP PREDOSTROŽNOSTI	43	
102 - 12	VANJSKE INICIJATIVE	10,22, 42-43	
102 - 13	ČLANSTVO U UDRUŽENJIMA	42	



GRI STANDARDI GRI 102: OPĆE OBJAVE	OBJAVA	BROJ STRANICE	UN-OVI CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA (SDG)
2. STRATEGIJA			
102 - 14	IZJAVA NAJVIŠE RANGIRANE OSOBE ZA DONOŠENJE ODLUKA	8-9, 21	
102 - 15	KLJUČNI UTJECAJI, RIZICI I PRILIKE	11, 45-46	
3. ETIKA I INTEGRITET			
102 - 16	VRIJEDNOSTI, NAČELA, STANDARDI I NORME PONAŠANJA	11, 22, 38-39	
102 - 17	MEHANIZMI TRAŽENJA SAVJETA I IZRAŽAVANJA ZABRINUTOSTI VEZANIH UZ ETIČNOST	38	
4. UPRAVLJANJE			
102 - 18	UPRAVLJAČKA STRUKTURA	22-23, 30	
102 - 19	DELEGIRANJE ODGOVORNOSTI	22	
102 - 20	IZVRŠNA RAZINA ODGOVORNOSTI ZA EKONOMSKE, OKOLIŠNE I DRUŠTVENE TEME	27	
102 - 21	KONZULTACIJE S DIONICIMA O EKONOMSKIM, OKOLIŠNIM I DRUŠTVENIM TEMAMA	43	
102 - 22	SASTAV NAJVIŠEG TIJELA UPRAVLJANJA I NJEGOVIH ODBORA	22-27, 30-33	
102 - 23	PREDSJEDAVANJE NAJVIŠIM TIJELOM UPRAVLJANJA	31	
102 - 24	POSTUPAK IMENOVANJA I ODABIRA NAJVIŠEG TIJELA UPRAVLJANJA	27	
102 - 25	SUKOB INTERESA	22	
102 - 26	ULOGA NAJVIŠEG TIJELA UPRAVLJANJA U IZRADI SVRHE, VRIJEDNOSTI I STRATEGIJE	36	


















GRI STANDARDI GRI 102: OPĆE OBJAVE	OBJAVA	BROJ STRANICE	UN-OVI CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA (SDG)
4. UPRAVLJANJE			
102 - 35	POLITIKA ODREĐIVANJA NAKNADA	34	
102 - 36	POSTUPAK ODREĐIVANJA NAKNADA	34	
5. UKLJUČIVANJE DIONIKA			
102 - 40	POPIS UKLJUČENIH SKUPINA DIONIKA	44	
102 - 41	KOLEKTIVNI UGOVORI	42	
102 - 42	PREPOZNAVANJE I ODABIR UKLJUČENIH DIONIKA	43-44	
102 - 43	PRISTUP UKLJUČIVANJU DIONIKA	43	
102 - 44	KLJUČNE TEME I OTVORENA PITANJA	44	
6. PRAKSA IZVJEŠTAVANJA			
102 - 45	SUBJEKTI UKLJUČENI U KONSOLIDIRANE FINANCIJSKE IZVJEŠTAJE	166	
102 - 46	DEFINIRANJE SADRŽAJA IZVJEŠTAJA I GRANICA TEMA	45	
102 - 47	POPIS MATERIJALNIH TEMA	45	
102 - 48	IZMJENE U INFORMACIJAMA	-	
102 - 49	PROMJENE U IZVJEŠTAVANJU	10	












GRI STANDARDI GRI 102: OPĆE OBJAVE	OBJAVA	BROJ STRANICE	UN-OVI CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA (SDG)
6.	PRAKSA IZVJEŠTAVANJA		
102 - 50	IZVJEŠTAJNO RAZDOBLJE	161	
102 - 51	DATUM POSLJEDNJEG IZVJEŠTAJA	161	
102 - 52	IZVJEŠTAJNI CIKLUS	161	
102 - 53	KONTAKT ZA PITANJA VEZANA UZ IZVJEŠTAJ	161	
102 - 54	TVRDNJE ZA IZVJEŠTAVANJE SUKLADNO GRI STANDARDIMA	10	
102 - 55	KAZALO SADRŽAJA GRI-A	155	
102 - 56	VANJSKA VERIFIKACIJA**	166	

*OBJAVE GRI 102-15, 102-17, 102-19 DO 102-39 NISU OBVEZNE U SKLADU S „OSNOVNIM TEMAMA“. UNATOČ TOME, O NEKIM SE INFORMACIJAMA IZVJEŠTAVA „SVEOBUHvatNO“: GRI 102-15; 102-17; 102-19 DO 102-26; 102-35; 102-36

**ODNOSI SE NA KONSOLIDIRANE FINANCIJSKE IZVJEŠTAJE.

GRI STANDARDI: TEMATSKI SPECIČNE OBJAVE	OBJAVA	BROJ STRANICE	UN-OVI CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA (SDG)
KATEGORIJA		EKONOMSKE TEME GRI 200	
	EKONOMSKI UČINAK GRI 201 PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 103	125	
201 - 1	IZRAVNA STVORENA I DISTRIBUIRANA EKONOMSKA VRIJEDNOST	132, 133, 166	    
KATEGORIJA		ENERGIJA GRI 302	
	PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 103	71	
302 - 1	POTROŠNJA ENERGIJE UNUTAR ORGANIZACIJE	72	   
	VODA I OTPADNE VODE GRI 303 PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 103 303-1 INTERAKCIJE S VODOM KAO ZAJEDNIČKIM RESURSOM	72	
303 - 3	CRPLJENJE VODE PO IZVORU	72	
	BIORAZNOLIKOST GRI 304 PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 103	62	
304 - 4	UKUPAN BROJ VRSTA S CRVENOG POPISA IUCN-A I NACIONALNIH LISTA ZAŠTIĆENIH VRSTA SA STANIŠTIMA U PODRUČJIMA POD UTJECAJEM DJELATNOSTI	62	
	EMISIJE GRI 305 PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 103	71	
305 - 1	IZRAVNE EMISIJE STAKLENIČKIH PLINOVA (GHG) (PODRUČJE 1)	72	   
305 - 2	NEIZRAVNE EMISIJE STAKLENIČKIH PLINOVA (GHG) (PODRUČJE 2)	72	   



GRI STANDARDI: TEMATSKI SPECIČNE OBJAVE	OBJAVA	BROJ STRANICE	UN-OVI CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA (SDG)
KATEGORIJA	OKOLIŠNE TEME GRI 300		
	OTPAD GRI 306 PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 103 306-1 NASTAJANJE OTPADA I ZNAČAJNI UTJECAJI NA NJEGOVO NASTAJANJE 306-2 UPRAVLJANJE ZNAČAJNIM UTJECAJIMA NA OTPAD	70-71	  
306 - 4	OTPAD KOJI JE ZBRINUT SVIM METODAMA OSIM ODLAGANJA	72	  
KATEGORIJA	DRUŠTVENE TEME GRI 400		
	ZAPOŠLJAVANJE GRI 401 PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 103	54	
401 - 1	UKUPAN BROJ I STOPE NOVOG ZAPOŠLJAVANJA I FLUKTUACIJE ZAPOSLENIKA PREMA DOBI, SPOLU I REGIJI	55	 
	ZDRAVLJE I SIGURNOST NA RADNOM MJESTU GRI 403 PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 103	58-59	
403 - 9	OZLJEDE NA RADU	58	 
	OBUKA I OBRAZOVANJE GRI 404 PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 103	56	
404 - 1	PROSJEČAN GODIŠNJI BROJ SATI OBUKE PO ZAPOSLENIKU	56	
	RAZNOLIKOST I JEDNAKE MOGUĆNOSTI GRI 405 PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 103	57	
405 - 1	SASTAV UPRAVLJAČKIH TIJELA TE STRUKTURA RADNIKA	57	 
405 - 2	OMJER OSNOVNE PLAĆE I NAGRADA ZA ŽENE I MUŠKARCE	57	 

GRI STANDARDI: TEMATSKI SPECIČNE OBJAVE	OBJAVA	BROJ STRANICE	UN-OVI CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA (SDG)
KATEGORIJA	DRUŠTVENE TEME GRI 400		
	ZDRAVLJE I SIGURNOST KUPACA GRI 416	47, 63, 68	
	PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 103		
416 - 2	SLUČAJEVI NEPRIDRŽAVANJA PROPISA U VEZI S UTJECAJIMA PROIZVODA I USLUGA NA ZDRAVLJE I SIGURNOST	69	
	MARKETING I OZNAČAVANJE GRI 417	47	
	PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 103		
417 - 1	VRSTA PODATAKA O PROIZVODU I USLUZI I OZNAČAVANJE	47	

Izveštaji o održivosti za 2013., 2014., 2015., 2016., 2017., 2018., 2019. i 2020. godinu dostupni su na:

<http://www.atlantic.hr/en/media/publications/gri-report>

Podaci o održivosti u ovom izvještaju pripremljeni su u skladu s GRI standardima, na razini „osnovnih tema“. Izvještaj Atlantic Grupe odnosi se na 17 pristupa upravljanju i pokazatelja uspješnosti za koje vjerujemo da nam mogu pomoći u značajnom poboljšanju sposobnosti sudjelovanja na konkurentnim tržištima. Osim ako nije drugačije navedeno, sve informacije navedene u izvještaju odnose se na 2021. godinu.

Uprava Atlantic Grupe odgovorna je za sve aspekte navedenih podataka o održivosti.

Ako imate povratne informacije ili pitanja o ovom izvještaju o održivosti, obratite se:

Ivan Mišetić
Glavni tajnik
ivan.miseti@atlanticgrupa.com
Atlantic Grupa
Miramarska 23
10000 Zagreb, Hrvatska



KRATICE

AG	Atlantic Grupa
APM	Alternativni pokazatelji uspješnosti
ASN	(eng: Advanced Shipping Note), obavijest o otpremi
AUT	Austrija
BDP	Bruto domaći proizvod
BiH	Bosna i Hercegovina
BPR	(eng: Business process redesign) redizajn poslovnih procesa
BRC	(eng: British Retail Consortium), norma za prehrambenu industriju
CDI	Program Europske zajednice
CEE	(eng: Central and Eastern Europe), srednja i istočna Europa
CO2	Ugljični dioksid
CSR	(eng: Corporate Social Responsibility), Korporativna društvena odgovornost
DEG	(eng: German Investment and Development Corporation), Njemačka razvojna banka
DMF	Dobrovoljni mirovinski fond
DP	Distribucijsko područje
EBIT	(eng: Earnings before interest and taxes), zarada prije kamata i poreza
EBITDA	(eng: Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortisation), zarada prije kamata, poreza i amortizacije
ECIP	(eng: The European Communities Investment Partners), Investicijski partneri Europske zajednice
EDI	(eng: Electronic Data Interchange), elektronička razmjena podataka
EEnMS	(eng: Environmental Energy Management System), sustav upravljanja okolišem i energijom
EMS	(eng: Environmental Management System), sustav upravljanja okolišem
EnMS	(eng: Energy Management System), sustav upravljanja energijom
ERM	(eng: Enterprise Risk Management), upravljanje rizikom poslovanja
ERP	(eng: Enterprise Resource Planning), sustav upravljanja organizacijskim resursima
EU	(eng: European Union), Europska Unija
FSC	(eng: Forest Stewardship Council), Vijeće za nadzor šuma
FSSC	(eng: Food Safety System Certification), certifikacija sustava sigurnosti hrane
GDP	(eng: Good distribution practice), smjernice dobre prakse u distribuciji
GMO	(eng: Genetically Modified Organism), genetski modificirani organizam
GMP	(eng: Good Manufacturing Practices), dobra proizvođačka praksa
GRI	(eng: Global Reporting Initiative), globalna inicijativa za izvještavanje
GUMD	Globalno upravljanje mrežom distributera
HANFA	Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga
HACCP	(eng: Hazard Analysis and Critical Control Point), Certifikat o sustavu (samo)kontrole zdravstvene ispravnosti hrane
HoReCa	(eng: Hotel Restaurant Caffé), kanal prodaje putem hotela, restorana i kafića
HR	(eng: Human Resources), ljudski potencijali
HR	Hrvatska
HRIS	(eng: Human Resources Information System), Informacijski sustav ljudskih resursa
HR NET	Informacijski sustav za procese odjela ljudskih potencijala
HR PSOR	Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj
H&S	(eng: Health and safety), zdravlje i sigurnost



HZZO	Hrvatski zavod za zdravstveno osiguranje
IBP	(eng: Integrated Business Planning), integrirano poslovno planiranje
IEDC	Poslovna škola Bled
IFS	(eng: International Food Standard), međunarodna norma za hranu
IMB	(eng: Master Programme in Business and Organization), Magistarski studij o poslovnom upravljanju
IR	(eng: Injury rate), stopa ozljeda na radu
ISO	(eng: International Organization for Standardization), međunarodna organizacija za standarde
IT	(eng: Information technology), Informacijske tehnologije
IUCN	(eng: The International Union for Conservation of Nature), Međunarodni udruga za očuvanje prirode i prirodnih bogatstava
JOPP	Program Europske zajednice
KK	Košarkaški klub
KPI	(eng: Key performance indicator), ključni pokazatelji uspješnosti
LCA	(eng: Life Cycle Assessment), analiza životnog ciklusa
LDPE	(eng: Low-density polyethylene), polietilen niske gustoće
LDR	(eng: Lost Day Rate), stopa izgubljenih radnih dana uslijed ozljeda na radu
M&A	(eng: Mergers and acquisitions), Spajanja i preuzimanja
MAK	Sjeverna Makedonija
MBA	(eng: Master of Business Administration), Diploma poslovnog upravljanja
MDM	(eng: Master Data Management), upravljanje matičnim podacima
MES	(eng: Manufacturing Execution Solution), sustav upravljanja procesom proizvodnje
MSC	(eng: Marine Stewardship Council), organizacija za održivi ribolov
MSFI	Međunarodni standardi financijskog izvještavanja
m³	Kubični metar - mjerna jedinica za volumen
NFRD	(eng: Non-Financial Reporting Directive), Direktiva Europske unije (EU) o nefinancijskom izvještavanju
NPD	(eng: New Product Development), razvoj novih proizvoda
NPS	(eng: Net Promoter Score), pokazatelj zadovoljstva korisnika
OECD	(eng: Organization for Economic cooperation and development), Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj
OOH	(eng: Out of home), konzumacija van kuće
OMF	Obvezni mirovinski fond
OP	(eng: Organisational Procedures), organizacijske procedure
OTG	(eng: On the Go), konzumacija „u pokretu“
PCT	Potvrda o preboljenju bolesti, cijepljenju ili negativan test
P&C	(eng: People & culture), Ljudski potencijali i kultura
PET	(eng: Polyethylene Terephthalate), polietilen tereftalat
PICOS	(eng: Picture of Success), Slika uspjeha - definirani standard koji primjenjuje prodaja
POS	(eng: Point Of Sale), prodajna mjesta
POSM	(eng: Point Of Sale Materials), promotivni materijali
PP	Poslovno područje
P2P	(eng: Procure To Pay), Kupnja za plaćanje
PVC	(eng: Polyvinyl chloride), Poli(vinil-klorid)
PWC	Price Waterhouse Coopers
RPA	(eng: Robotic process automatization), Robotska procesna automatizacija
RTM	(eng: Route To Market), Ruta do tržišta

SAD	Sjedinjene Američke države
SAP	(eng: System Analysis and Software Development), program za poslovne procese
SCM	(eng: Supply Chain Management), upravljanje opskrbnim lancem
SDG	(eng: Sustainable Development Goals), Ciljevi održivog razvoja
SDP	Strateško distribucijsko područje
SFF	Sarajevo Film Festival
SLO	Slovenija
SMK	(eng: Social Media Knowledge), Znanje društvenih mreža
SOF	Slovenski oglašivački festival
SOV	(eng: Share of Voice), mjera u marketingu
S&O	(eng: Safety and Quality), sigurnost i kvaliteta
SPP	Strateško poslovno područje
SRB	Srbija
SVIT	Program za rano otkrivanje raka debelog crijeva
t	Tona - mjerna jedinica za masu
UAE	(eng: United Arab Emirates), Ujedinjeni Arapski Emirati
UEPS	Udruženje za tržišne komunikacije Srbije
UN	(eng: United Nations), Ujedinjeni narodi
UOLL	Udruga oboljelih od leukemije i limfoma
UTZ	(eng: Universal Trade Zone), certifikat kvalitete
WLAN	(eng: Wireless Local Area Network), bežična lokalna mreža
WMS	(eng: Warehouse Management Solution), sustav za upravljanje skladištem
WWF	(eng: World Wide Fund for Nature), Svjetska organizacija za zaštitu prirode
ZND	Zajednica Neovisnih Država (bivše države članice Sovjetskog saveza)
ZSE	(eng: Zagreb Stock Exchange), Zagrebačka burza
ZTD	Zakon o trgovačkim društvima

Izvešće revizora
i konsolidirani
financijski izvještaji



ATLANTIC GRUPA D.D.
31. PROSINCA 2021.

Odgovornost za sastavljanje godišnjih 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 godišnjih financijskih izvještaja društva Atlantic Grupa d.d. Zagreb, Miramarska 23, OIB 71149912416 (Društvo), ovime daju sljedeću

IZJAVU

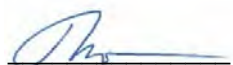
Prema našem najboljem saznanju godišnji konsolidirani financijski izvještaji za 2021. godinu sastavljeni su uz primjenu odgovarajućih standarda financijskog izvještavanja te daju cjelovit i istinit prikaz imovine i obveza, gubitaka i dobitaka, financijskog položaja i poslovanja Društva i ovisnih društava (zajedno – „Grupe“).

Izvještaj Uprave Društva za razdoblje od 1. siječnja do 31. prosinca 2021. godine sadržava istinit prikaz razvoja i rezultata poslovanja i položaja Grupe, uz opis najznačajnijih rizika i neizvjesnosti kojima je Grupa izložena.

U Zagrebu, 28. ožujka 2022. godine.



Zoran Stanković
Potpredsjednik Grupe za Financije, nabavu i investicije



Tatjana Ilinčić
Direktorica Korporativnog izvještavanja i konsolidacije

Odgovornost za konsolidirane financijske izvještaje

Temeljem hrvatskog Zakona o računovodstvu, Uprava je dužna osigurati da se konsolidirani financijski izvještaji za svaku financijsku godinu sastave u skladu s Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFI) koje je odobrila Europska unija („EU“), tako da daju istinitu i objektivnu sliku financijskog položaja i rezultata poslovanja društva Atlantic Grupa d.d. i ovisnih društava („Grupa“) za to razdoblje.

Uprava razumno očekuje kako Grupa ima odgovarajuća sredstva za nastavak poslovanja u doglednoj budućnosti. Iz navedenog razloga, Uprava i dalje prihvaća načelo neograničenosti vremena poslovanja pri izradi konsolidiranih financijskih izvještaja.

Odgovornosti Uprave pri izradi konsolidiranih financijskih izvještaja uključuju osiguravanje:

- odabira i dosljednog primjenjivanja odgovarajućih računovodstvenih politika;
- razumnih i opreznih prosudbi i procjena;
- primjenjivanja važećih računovodstvenih standarda; te
- pripremu konsolidiranih financijskih izvještaja po načelu trajnosti poslovanja.

Uprava je odgovorna za vođenje ispravnih računovodstvenih evidencija koje će u bilo koje doba s prihvatljivom točnošću odražavati financijski položaj Grupe, kao i njegovu usklađenost s hrvatskim Zakonom o računovodstvu. Uprava je također odgovorna za očuvanje imovine Grupe te stoga i za poduzimanje razumnih mjera radi sprječavanja i otkrivanja pronevjera i ostalih nepravilnosti.

Uprava je odobrila konsolidirane financijske izvještaje za izdavanje dana 28. ožujka 2022. godine.



Emil Tedeschi
Predsjednik Uprave



Zoran Stanković
Potpredsjednik Grupe za Financije,
nabavu i investicije



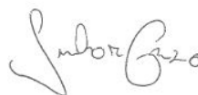
Neven Vranković
Potpredsjednik Grupe za Korporativne
aktivnosti



Srećko Nakić
Potpredsjednik Grupe za Distribuciju



Lada Tedeschi Fiorio
Potpredsjednica Grupe za Korporativnu
strategiju i razvoj



Enzo Smrekar
Potpredsjednik Grupe za Delikatesne

Izvešće neovisnog revizora

Dioničarima društva Atlantic Grupa d.d.

Izvešće o reviziji konsolidiranih financijskih izvještaja

Mišljenje

Obavili smo reviziju konsolidiranih financijskih izvještaja Društva Atlantic Grupa d.d. (Društvo) i njemu ovisnih društava (zajedno – Grupa), koji obuhvaćaju konsolidiranu bilancu na 31. prosinca 2021., konsolidirani račun dobiti i gubitka, konsolidirani izvještaj o ostaloj sveobuhvatnoj dobiti, konsolidirani izvještaj o promjenama kapitala i konsolidirani izvještaj o novčanom toku za tada završenu godinu te bilješke uz konsolidirane financijske izvještaje, uključujući i sažetak značajnih računovodstvenih politika.

Prema našem mišljenju, priloženi konsolidirani financijski izvještaji istinito i fer prikazuju konsolidirani financijski položaj Grupe na 31. prosinca 2021., njegovu konsolidiranu financijsku uspješnost i konsolidirane novčane tokove za tada završenu godinu u skladu s Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja, usvojenima od EU (MSFI-ima, usvojenima od EU).

Osnova za mišljenje

Obavili smo našu reviziju u skladu s Međunarodnim revizijskim standardima (MRevS-ima). Naše odgovornosti prema tim standardima su detaljnije opisane u našem izvješću neovisnog revizora u odjeljku o revizorovim odgovornostima za reviziju konsolidiranih financijskih izvještaja.

Neovisni smo od Društva i Grupe u skladu s Međunarodnim kodeksom etike za profesionalne računovođe, uključujući Međunarodne standarde neovisnosti (IESBA Kodeks), Odbora za međunarodne standarde etike za računovođe (IESBA), i ispunili smo naše ostale etičke odgovornosti u skladu s tim zahtjevima i IESBA Kodeksom.

Vjerujemo da su revizijski dokazi koje smo dobili dostatni i primjereni da osiguraju osnovu za naše mišljenje.

Ključna revizijska pitanja

Ključna revizijska pitanja su ona pitanja koja su bila, po našoj profesionalnoj prosudbi, od najveće važnosti za našu reviziju konsolidiranih financijskih izvještaja tekućeg razdoblja. Tim pitanjima smo se bavili u kontekstu naše revizije konsolidiranih financijskih izvještaja kao cjeline i pri formiranju našeg mišljenja o njima, i mi ne dajemo zasebno mišljenje o tim pitanjima. Za pitanje u nastavku, opis o tome kako se naša revizija bavila tim pitanjem, pripremljen je u tom kontekstu.

Ispunili smo obveze opisane u Odgovornosti revizora za reviziju konsolidiranih financijskih izvještaja, uključujući i to pitanje. Sukladno tome, naša revizija uključuje obavljanje postupaka dizajniranih da odgovore na našu procjenu rizika pogrešnog prikaza u konsolidiranim financijskim izvještajima. Rezultati naših revizijskih postupaka, uključujući provedene postupke za rješavanje pitanja u nastavku, daju osnovu za izražavanje našeg mišljenja o ovim konsolidiranim financijskim izvještajima.

Ključno revizijsko pitanje	Kako smo adresirali ključno revizijsko pitanje
<p>Ocjena umanjenja vrijednosti goodwilla i nematerijalne imovine s neograničenim korisnim vijekom trajanja</p> <p><i>Vidi Bilješku 2.7 Umanjenje vrijednosti nefinancijske imovine i 4.b Umanjenje goodwilla i nematerijalne imovine s neograničenim vijekom upotrebe</i></p> <p>Grupa ima iskazan goodwill i ostalu nematerijalnu imovinu s neograničenim vijekom trajanja (Brendovi i Licence) u ukupnom iznosu od 1.472.779 tisuća kuna na dan 31. prosinca 2021. godine.</p> <p>Knjigovodstvena vrijednost goodwilla i nematerijalne imovine s neograničenim vijekom trajanja predstavlja 27% ukupne konsolidirane imovine i ocjena „fer vrijednosti“ i „vrijednosti u upotrebi“ novčanih jedinica Grupe koje generiraju novac („CGU“) predstavlja značajnu procjenu menadžmenta vezano uz buduće rezultate poslovanja i diskontnih stopa korištenih u procjeni novčanih tijekova.</p> <p>Grupa na godišnjoj razini procjenjuje računovodstvenu procjenu neograničenog vijeka trajanja. Navedeno uključuje značajne procjene menadžmenta vezane uz snagu brenda te buduće novčane tijekove generirane od strane relevantnih brendova i licenci.</p> <p>Zbog raspona procjena i pretpostavki korištenih u modelima i ocjeni umanjenja, te zbog značajne knjigovodstvene vrijednosti goodwilla i nematerijalne imovine, smatramo da je navedeno područje ključno revizijsko pitanje.</p>	<p>Revizorski postupci su uključivali razumijevanje procesa procjene umanjenja vrijednosti ulaganja. Proveli smo upite prema menadžmentu te smo pregledali metodologiju korištenu od strane menadžmenta prilikom ocjene knjigovodstvene vrijednosti goodwilla i nematerijalne imovine te njenog vijeka trajanja, kako bi procijenili da je u skladu s MSFI-ima usvojenima od EU te da se dosljedno primjenjuje.</p> <p>Ocijenili smo buduće novčane tijekove Grupe kao i proces kako su pripremljeni. Usporedili smo inpute korištene u budžetima s odobrenim budžetima te inpute iz prognoza korištenih u modelima s planovima menadžmenta.</p> <p>Usporedili smo ostvarene rezultate iz tekuće (2021.) godine s inputima korištenim u prognozama prethodne (2020.) godine kako bi ocijenili korištene pretpostavke. Nadalje, ocijenili smo ključne pretpostavke menadžmenta vezano uz stopu dugoročnog rasta uspoređujući navedenu stopu sa povijesnim stopama rasta.</p> <p>Proveli smo revizorske postupke koji se odnose na provjeru matematičke točnosti modela umanjenja vrijednosti i analizu osjetljivosti, te smo ocijenili primjerenost korištenih diskontnih stopa i stopa rojaliteta u kalkulaciji uz pomoć stručnjaka za vrednovanje.</p> <p>Pregledali smo izvještaje vezane uz tržišne udjele pojedinih brendova.</p> <p>Također, procijenili smo adekvatnost objava u konsolidiranim financijskim izvještajima, te njihovu usklađenost sa MSFI-ima usvojenima od EU.</p>

Ostale informacije u Godišnjem izvješću Grupe za 2021. godinu

Uprava je odgovorna za ostale informacije. Osim konsolidiranih financijskih izvještaja i izvješća neovisnog revizora, Ostale informacije sadrže informacije uključene u Godišnje izvješće Grupe koje sadrži Izvješće posloводства i Izjavu o primjeni kodeksa korporativnog upravljanja. Naše mišljenje o konsolidiranim financijskim izvještajima ne obuhvaća ostale informacije, niti Izvješće posloводства i Izjavu o primjeni kodeksa korporativnog upravljanja.

U vezi s našom revizijom konsolidiranih financijskih izvještaja, naša je odgovornost pročitati ostale informacije i, u provođenju toga, razmotriti jesu li ostale informacije značajno proturječne konsolidiranim financijskim izvještajima ili našim saznanjima stečenim u reviziji ili se drugačije čini da su značajno pogrešno prikazane.

U pogledu Izvješća posloводства i Izjave o primjeni kodeksa korporativnog upravljanja, obavili smo i postupke propisane Zakonom o računovodstvu. Ti postupci uključuju provjeru da li Izvješće posloводства uključuje potrebne objave iz Članka 21. Zakona o računovodstvu te da li Izjava o primjeni kodeksa korporativnog upravljanja sadrži podatke iz članka 22. Zakona o računovodstvu.

Temeljeno na obavljenim postupcima, u mjeri u kojoj smo u mogućnosti to procijeniti, izvještavamo da:

1. su informacije u priloženom Izvješću posloводства za 2021. godinu usklađene, u svim bitnim odrednicama, s priloženim konsolidiranim financijskim izvještajima;
2. je priloženo izvješće posloводства za 2021. godinu sastavljeno u skladu sa člankom 21. Zakona o računovodstvu;
3. Izjava o primjeni kodeksa korporativnog upravljanja, uključena u godišnje izvješće Grupe, uključuje informacije iz članka 22. stavka 1. točaka 2., 5., 6. i 7. Zakona o računovodstvu; te
4. su dijelovi izjave o primjeni korporativnog upravljanja koji sadržavaju informacije iz članka 22. stavka 1. točaka 3. i 4. Zakona o računovodstvu, uključenih u Godišnje izvješće Grupe, pripremljeni u skladu sa zahtjevima Zakona o računovodstvu i dosljedni su, u svim značajnim odrednicama, priloženim konsolidiranim financijskim izvještajima.

Dodatno, na temelju poznavanja i razumijevanja poslovanja Grupe i njezinog okruženja stečenog u okviru revizije konsolidiranih financijskih izvještaja, dužni smo izvjestiti ako smo ustanovili da postoje značajni pogrešni prikazi u priloženom Izvješću posloводства, Izjavi o primjeni kodeksa korporativnog upravljanja i Godišnjem izvješću Grupe. U tom smislu nemamo što izvjestiti.

Odgovornosti uprave i Revizorskog odbora za konsolidirane financijske izvještaje

Uprava je odgovorna za sastavljanje konsolidiranih financijskih izvještaja koji daju istinit i fer prikaz u skladu s MSFI-ima, usvojenima od EU i za one interne kontrole za koje uprava odredi da su potrebne za omogućavanje sastavljanja konsolidiranih financijskih izvještaja koji su bez značajnog pogrešnog prikaza uslijed prijevare ili pogreške.

U sastavljanju konsolidiranih financijskih izvještaja, uprava je odgovorna za procjenjivanje sposobnosti Grupe da nastavi s vremenski neograničenim poslovanjem, objavljivanje, ako je primjenjivo, pitanja povezanih s vremenski neograničenim poslovanjem i korištenjem računovodstvene osnove utemeljene na vremenskoj neograničenosti poslovanja, osim ako uprava ili namjerava likvidirati Grupu ili prekinuti poslovanje ili nema realne alternative nego da to učini.

Revizorski odbor je odgovoran za nadziranje procesa financijskog izvještavanja kojeg je ustanovila Grupa.

Odgovornosti revizora za reviziju konsolidiranih financijskih izvještaja

Naši ciljevi su steći razumno uvjerenje o tome jesu li konsolidirani financijski izvještaji kao cjelina bez značajnog pogrešnog prikaza uslijed prijevare ili pogreške i izdati izvješće neovisnog revizora koje uključuje naše mišljenje. Razumno uvjerenje je visoka razina uvjerenja, ali nije garancija da će revizija obavljena u skladu s MRevS-ima uvijek otkriti značajno pogrešno prikazivanje kada ono postoji. Pogrešni prikazi mogu nastati uslijed prijevare ili pogreške i smatraju se značajni ako se razumno može očekivati da, pojedinačno ili u zbroju, utječu na ekonomske odluke korisnika donijete na osnovi tih konsolidiranih financijskih izvještaja.

Kao sastavni dio revizije u skladu s MRevS-ima, stvaramo profesionalne prosudbe i održavamo profesionalni skepticizam tijekom revizije. Mi također:

- Prepoznamo i procjenjujemo rizike značajnog pogrešnog prikaza konsolidiranih financijskih izvještaja, zbog prijevare ili pogreške, oblikujemo i obavljamo revizijske postupke kao reakciju na te rizike i pribavljamo revizijske dokaze koji su dostatni i primjereni da osiguraju osnovu za naše mišljenje.

Rizik neotkrivanja značajnog pogrešnog prikaza nastalog uslijed prijave je veći od rizika nastalog uslijed pogreške, jer prijava može uključiti tajne sporazume, krivotvorenje, namjerno ispuštanje, pogrešno prikazivanje ili zaobilaženje internih kontrola.

- Stječemo razumijevanje internih kontrola relevantnih za reviziju kako bismo oblikovali revizijske postupke koji su primjereni u danim okolnostima, ali ne i za svrhu izražavanja mišljenja o učinkovitosti internih kontrola Grupe.
- Ocjenjujemo primjerenost korištenih računovodstvenih politika i razumnost računovodstvenih procjena i povezanih objava koje je stvorila uprava.
- Zaključujemo o primjerenosti korištene računovodstvene osnove utemeljene na vremenskoj neograničenosti poslovanja koju koristi uprava i, temeljeno na pribavljenim revizijskim dokazima, zaključujemo o tome postoji li značajna neizvjesnost u vezi s događajima ili okolnostima koji mogu stvarati značajnu sumnju u sposobnost Grupe da nastavi s vremenski neograničenim poslovanjem. Ako zaključimo da postoji značajna neizvjesnost, od nas se zahtijeva da skrenemo pozornost u našem izvješću neovisnog revizora na povezane objave u konsolidiranim financijskim izvještajima ili, ako takve objave nisu odgovarajuće, da modificiramo naše mišljenje. Naši zaključci se temelje na revizijskim dokazima pribavljenim sve do datuma našeg izvješća neovisnog revizora. Međutim, budući događaji ili uvjeti mogu uzrokovati da Grupa ne bude u mogućnosti nastaviti s vremenski neograničenim poslovanjem.
- Ocjenjujemo cjelokupnu prezentaciju, strukturu i sadržaj konsolidiranih financijskih izvještaja, uključujući i objave, kao i odražavaju li konsolidirani financijski izvještaji transakcije i događaje na kojima su zasnovani na način kojim se postiže fer prezentacija.
- Pribavljamo dovoljno odgovarajućih revizijskih dokaza u vezi financijskih informacija subjekata ili poslovnih aktivnosti unutar grupe za izražavanje mišljenja o konsolidiranim financijskim izvještajima. Mi smo odgovorni za usmjeravanje, nadzor i izvedbu grupne revizije. Jedini smo odgovorni za izražavanje našeg mišljenja.

Mi komuniciramo s Revizorskim odborom u vezi s, između ostalih pitanja, planiranim djelokrugom i vremenskim rasporedom revizije i važnim revizijskim nalazima, uključujući i u vezi sa značajnim nedostacima u internim kontrolama koji su otkriveni tijekom naše revizije.

Mi također dajemo izjavu Revizorskom odboru da smo postupili u skladu s relevantnim etičkim zahtjevima u vezi s neovisnošću i da ćemo komunicirati s njima o svim odnosima i drugim pitanjima za koja se može razumno smatrati da utječu na našu neovisnost, kao i, gdje je primjenjivo, o radnjama poduzetim u cilju uklanjanja prijetnji neovisnosti, te povezanim zaštitama.

Između pitanja o kojima se komunicira s Revizorskim odborom, mi određujemo ona pitanja koja su od najveće važnosti u reviziji konsolidiranih financijskih izvještaja tekućeg razdoblja i stoga su ključna revizijska pitanja. Mi opisujemo ta pitanja u našem izvješću neovisnog revizora, osim ako zakon ili regulativa sprječava javno objavljivanje pitanja ili kada odlučimo, u iznimno rijetkim okolnostima, da pitanje ne treba objaviti u našem izvješću neovisnog revizora jer se razumno može očekivati da bi negativne posljedice objave nadmašile dobrobiti javnog interesa od takve objave.

Izvešće o ostalim pravnim i regulatornim zahtjevima

U skladu s člankom 10. stavka 2. Uredbe (EU) br. 537/2014 Europskog parlamenta i Vijeća, u našem Izvješću neovisnog revizora dajemo sljedeće informacije koje su potrebne nastavno na zahtjeve MRevS:

Imenovanje revizora i razdoblje angažmana

Ernst & Young d.o.o. je inicijalno imenovan revizorom Društva 29. lipnja 2017. Angažman je obnavljan jednom godišnje od strane Glavne skupštine dioničara, pri čemu je zadnje imenovanje 18. lipnja 2021., što predstavlja neprekidan angažman od pet godina.

Kulić i Sperk REVIZIJA d.o.o. je inicijalno imenovana revizorom Društva 18. lipnja 2020. Angažman je obnavljan jednom godišnje od strane Glavne skupštine dioničara, pri čemu je zadnje imenovanje 18. lipnja 2021., što predstavlja neprekidan angažman od 2 godine.

Dosljednost s Dodatnim izvještajem Revizorskom odboru

Potvrđujemo da je naše revizorsko mišljenje o konsolidiranim financijskim izvještajima u skladu s dodatnim izvješćem Revizorskom odboru Društva koji smo izdali na 17. ožujka 2022. u skladu s člankom 11. Uredbe (EU) br. 537/2014 Europskog Parlamenta i Vijeća.

Pružanje nerevizijskih usluga

Izjavljujemo da Društvu i njegovim kontroliranim tvrtkama u Europskoj Uniji nismo pružali zabranjene nerevizijske usluge navedene u članku 5. stavka 1. Uredbe (EU) br. 537/2014 Europskog parlamenta i Vijeća. Nadalje, nismo pružili ni ostale nerevizijske usluge Društvu i njegovim kontroliranim tvrtkama koje nisu objavljene u konsolidiranim financijskim izvještajima.

Izvešće temeljem zahtjeva Delegirane uredbe (EU) 2018/815 o dopuni Direktive 2004/109/EZ Europskog parlamenta i Vijeća u pogledu regulatornih tehničkih standarda za specifikaciju jedinstvenog elektroničkog formata za izvještavanje

Izvešće o uvjerenju revizora o usklađenosti zasebnih i konsolidiranih godišnjih financijskih izvještaja (dalje u tekstu: financijski izvještaji), sastavljenih temeljem odredbe članka 462. stavka 5. Zakona o tržištu kapitala (Narodne novine, br. 65/18, 17/20 i 83/21) primjenom zahtjeva Delegirane uredbe (EU) 2018/815 kojom se za izdavatelje određuje jedinstveni elektronički format za izvještavanje (dalje: Uredba o ESEF-u).

Proveli smo angažman s izražavanjem razumnog uvjerenja o tome jesu li financijski izvještaji pripremljeni za potrebe objavljivanja javnosti temeljem članka 462. stavka 5. Zakona o tržištu kapitala, koji su sadržani u priloženoj elektroničkoj datoteci c03c79e5d36377b5edda2e04bdccd6a647a2fb1b064d6617063a99b14325f224, u svim značajnim aspektima pripremljeni u skladu sa zahtjevima Uredbe o ESEF-u.

Odgovornosti Uprave i onih zaduženih za upravljanje

Uprava Društva odgovorna je za pripremu i sadržaj financijskih izvještaja u skladu s Uredbom o ESEF-u. Osim toga, Uprava Društva odgovorna je održavati sustav unutarnjih kontrola koji u razumnoj mjeri osigurava pripremu financijskih izvještaja bez značajnih neusklađenosti sa zahtjevima izvještavanja iz Uredbe o ESEF-u, bilo zbog prijevare ili pogreške.

Uprava Društva također je odgovorna za:

- objavu javnosti financijskih izvještaja sadržanih u godišnjem izvješću u važećem ESEF formatu
- odabir i korištenje XBRL oznaka u skladu sa zahtjevima Uredbe o ESEF-u.

Oni koji su zaduženi za upravljanje odgovorni su za nadzor pripreme financijskih izvještaja u ESEF formatu kao dijela procesa financijskog izvještavanja.

Odgovornosti revizora

Naša je odgovornost izraziti zaključak, temeljen na prikupljenim revizijskim dokazima, o tome jesu li financijski izvještaji bez značajnih neusklađenosti sa zahtjevima Uredbe o ESEF-u. Proveli smo ovaj angažman s izražavanjem razumnog uvjerenja u skladu s Međunarodnim standardom za angažmane s izražavanjem uvjerenja (MSIU) 3000 (izmijenjeni) - Angažmani s izražavanjem uvjerenja različitih od revizija ili uvida povijesnih financijskih informacija.

Obavljeni postupci

Priroda, vremenski okvir i obim odabranih procedura ovise o prosudbi revizora. Razumno uvjerenje je visok stupanj uvjerenja, međutim ne osigurava da će opseg testiranja otkriti svaku značajnu neusklađenost s Uredbom o ESEF-u.

U sklopu odabranih postupaka obavili smo sljedeće aktivnosti:

- pročitali smo zahtjeve Uredbe o ESEF-u,
- stekli smo razumijevanje internih kontrola Društva relevantnih za primjenu zahtjeva Uredbe o ESEF-u,
- identificirali smo i procijenili rizike značajne neusklađenosti s Uredbom o ESEF-u zbog prijave ili pogreške; i
- na temelju toga, osmislili i proveli postupke za odgovor na procijenjene rizike i za dobivanje razumnog uvjerenja u svrhu izražavanja našeg zaključka.

Cilj naših postupaka bio je procijeniti jesu li:

- financijski izvještaji, koji su uključeni u godišnji izvještaj, izrađeni u važećem XHTML formatu,
- podaci, sadržani u financijskim izvještajima koji se zahtijevaju Uredbom o ESEF-u, označeni i sva označavanja ispunjavaju sljedeće zahtjeve:
 - korišten je XBRL jezik za označavanje,
 - korišteni su elementi osnovne taksonomije navedene u Uredbi o ESEF-u s najbližim računovodstvenim značajem, osim ako nije stvoren dodatni element taksonomije u skladu s Prilogom IV. Uredbe o ESEF-u,
 - oznake su u skladu sa zajedničkim pravilima za označavanje prema Uredbi o ESEF-u.

Vjerujemo da su revizijski dokazi koje smo prikupili dovoljni i prikladni da pruže osnovu za naš zaključak.

Zaključak

Prema našem uvjerenju, temeljem provedenih postupaka i pribavljenih dokaza, financijski izvještaji prezentirani u ESEF formatu, sadržani u gore navedenoj priloženoj elektroničkoj datoteci i temeljem odredbe članka 462. stavka 5. Zakona o tržištu kapitala pripremljeni radi objavu javnosti, u svim značajnim odrednicama su u skladu sa zahtjevima iz članka 3., 4. i 6. Uredbe o ESEF-u za godinu završenu 31. prosinca 2021. godine.

Povrh ovog zaključka, kao i mišljenja sadržanog u dijelu ovog Izvješća neovisnog revizora za priložene financijske izvještaje i godišnje izvještaje za godinu završenu 31. prosinca 2021. godine, ne izražavam nikakvo mišljenje o informacijama sadržanima u tim prikazima ili o drugim informacijama sadržanima u prethodno navedenoj datoteci.

Angažirani partneri u reviziji koja ima za posljedicu ovo izvješće neovisnog revizora je Berislav Horvat za Ernst & Young d.o.o. te Janja Kulić za Kulić i Šperk REVIZIJA d.o.o.



Berislav Horvat,
Predsjednik Uprave i ovlaštenu revizor
28. ožujka 2022.
Ernst & Young d.o.o.
Radnička cesta 50, Zagreb
Hrvatska



Janja Kulić,
Direktor i ovlaštenu revizor
28. ožujka 2022.
Kulić i Šperk REVIZIJA d.o.o.
Radnička cesta 52, Zagreb
Hrvatska

ATLANTIC GRUPA d.d.
KONSOLIDIRANI RAČUN DOBITI I GUBITKA
ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2021.

<i>(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)</i>	Bilješka	2021.	2020.
Prihodi	5	5.785.771	5.328.674
Nabavna vrijednost prodane trgovačke robe		(1.729.758)	(1.564.512)
Promjena vrijednosti zaliha gotovih proizvoda i proizvodnje u tijeku		22.831	26.659
Troškovi materijala i energije		(1.556.908)	(1.433.412)
Troškovi radnika	6	(937.376)	(855.631)
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje	7	(329.776)	(267.113)
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	13, 13a 14, 15	(286.444)	(274.315)
Ostali troškovi poslovanja	8	(534.414)	(515.184)
Ostali dobiti/(gubici) – neto	9	4.019	(2.982)
Dobit iz poslovanja		437.945	442.184
Financijski prihodi	10	2.826	7.608
Financijski rashodi	10	(20.575)	(38.144)
Rashodi od financiranja – neto	10	(17.749)	(30.536)
Dobit prije poreza		420.196	411.648
Porez na dobit	11	(74.304)	(69.378)
Neto dobit za godinu		345.892	342.270
Pripisivo:			
Dioničarima Društva		344.857	341.730
Manjinskim interesima		1.035	540
		345.892	342.270
Zarada po dionici za dobit pripisivu dioničarima Društva tijekom godine (u kunama)	12		
- osnovna		103,71	102,72
- razrijeđena		103,71	102,72

Bilješke koje slijede čine sastavni dio ovih konsolidiranih financijskih izvještaja.

ATLANTIC GRUPA d.d.
 KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O OSTALOJ SVEOBUHVAATNOJ DOBITI
 ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2021.

<i>(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)</i>	Bilješka	2021.	2020.
Neto dobit za godinu		345.892	342.270
Ostali sveobuhvatni gubitak:			
<i>Stavke koje se neće reklasificirati u račun dobiti i gubitka</i>			
Aktuarski gubici za planove definiranih primanja, neto od poreza		(176)	(1.000)
		(176)	(1.000)
<i>Stavke koje se mogu naknadno reklasificirati u račun dobiti i gubitka</i>			
Tečajne razlike, neto od poreza	22	(4.067)	25.641
Zaštita novčanog toka, neto od poreza	22	8.473	(4.306)
		4.406	21.335
Ukupno ostala sveobuhvatna dobit za godinu, neto od poreza		4.230	20.335
Ukupno sveobuhvatna dobit za godinu		350.122	362.605
Pripisiva:			
Dioničarima Društva		349.092	362.016
Manjinskim interesima		1.030	589
Ukupno sveobuhvatna dobit za godinu		350.122	362.605

Bilješke koje slijede čine sastavni dio ovih konsolidiranih financijskih izvještaja.

<i>(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)</i>	Bilješka	31. prosinca 2021.	31. prosinca 2020. (prepravljeno)
IMOVINA			
Dugotrajna imovina			
Nekretnine, postrojenja i oprema	13	1.108.725	1.070.338
Pravo na korištenje imovine	13a	329.894	338.838
Ulaganja u nekretnine		807	316
Nematerijalna imovina	15	1.640.348	1.658.758
Odgođena porezna imovina	25	41.469	36.285
Financijska imovina kroz ostalu sveobuhvatnu dobit	17	1.384	1.404
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	18	42.750	47.999
		<u>3.165.377</u>	<u>3.153.938</u>
Kratkotrajna imovina			
Zalihe	19	639.201	572.274
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	18	1.287.982	1.248.658
Potraživanja za porez na dobit		6.995	6.661
Derivativni financijski instrumenti	16	2.972	-
Novac i novčani ekvivalenti	20	346.635	426.513
		<u>2.283.785</u>	<u>2.254.106</u>
Dugotrajna imovina namijenjena prodaji	14	3.759	5.382
Ukupno kratkotrajna imovina		<u>2.287.544</u>	<u>2.259.488</u>
		5.452.921	5.413.426
UKUPNO IMOVINA			
KAPITAL I OBVEZE			
Kapital i rezerve pripisive dioničarima Društva			
Dionički kapital	21	133.372	133.372
Dionička premija	21	883.852	881.851
Vlastite dionice	21	(22.131)	(7.647)
Pričuve	22	(45.279)	(51.451)
Zadržana dobit		2.195.734	1.985.908
		<u>3.145.548</u>	<u>2.942.033</u>
Manjinski interesi		6.982	5.952
Ukupno kapital		<u>3.152.530</u>	<u>2.947.985</u>
Dugoročne obveze			
Obveze po primljenim kreditima	24	299.657	299.528
Obveze po najmovima	13a	263.065	263.479
Odgođena porezna obveza	25	148.344	151.822
Ostale dugoročne obveze		6.135	9.356
Rezerviranja	26	69.807	66.782
		<u>787.008</u>	<u>790.967</u>
Kratkoročne obveze			
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	23	1.174.825	954.458
Obveze po primljenim kreditima	24	159.932	511.696
Obveze po najmovima	13a	86.844	84.824
Derivativni financijski instrumenti	16	-	7.132
Tekuća obveza poreza na dobit		6.417	8.677
Rezerviranja	26	85.365	107.687
		<u>1.513.383</u>	<u>1.674.474</u>
Ukupno obveze		<u>2.300.391</u>	<u>2.465.441</u>
UKUPNO KAPITAL I OBVEZE		5.452.921	5.413.426

Bilješke koje slijede čine sastavni dio ovih konsolidiranih financijskih izvještaja.

ATLANTIC GRUPA d.d.
KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O PROMJENAMA KAPITALA
ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2021.

Pripisivo dioničarima Društva

<i>(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)</i>	Dionički kapital, dionička premija i vlastite dionice	Pričuve	Zadržana dobit	Ukupno	Manjinski interesi	Ukupno
Stanje 1. siječnja 2020.	1.008.811	(73.064)	1.728.691	2.664.438	5.363	2.669.801
Sveobuhvatna dobit:						
Neto dobit za godinu	-	-	341.730	341.730	540	342.270
Ostala sveobuhvatna dobit	-	21.286	(1.000)	20.286	49	20.335
Ukupno sveobuhvatna dobit	-	21.286	340.730	362.016	589	362.605
Transakcije s vlasnicima:						
Isplata s temelja dionica (bilješka 21)	9.787	-	-	9.787	-	9.787
Otkup vlastitih dionica (bilješka 21)	(11.022)	-	-	(11.022)	-	(11.022)
Transfer	-	327	(327)	-	-	-
Dividenda (bilješka 21)	-	-	(83.186)	(83.186)	-	(83.186)
Stanje 31. prosinca 2020.	1.007.576	(51.451)	1.985.908	2.942.033	5.952	2.947.985
Stanje 1. siječnja 2021.	1.007.576	(51.451)	1.985.908	2.942.033	5.952	2.947.985
Sveobuhvatna dobit:						
Neto dobit za godinu	-	-	344.857	344.857	1.035	345.892
Ostala sveobuhvatna dobit	-	4.411	(176)	4.235	(5)	4.230
Ukupno sveobuhvatna dobit	-	4.411	344.681	349.092	1.030	350.122
Transakcije s vlasnicima:						
Isplata s temelja dionica (bilješka 21)	18.075	-	-	18.075	-	18.075
Otkup vlastitih dionica (bilješka 21)	(30.558)	-	-	(30.558)	-	(30.558)
Transfer	-	1.761	(1.761)	-	-	-
Dividenda (bilješka 21)	-	-	(133.094)	(133.094)	-	(133.094)
Stanje 31. prosinca 2021.	995.093	(45.279)	2.195.734	3.145.548	6.982	3.152.530

Bilješke koje slijede čine sastavni dio ovih konsolidiranih financijskih izvještaja.

ATLANTIC GRUPA d.d.
KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O NOVČANOM TOKU
ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2021.

(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)

	<u>Bilješka</u>	<u>2021.</u>	<u>2020.</u>
Neto dobit za godinu		345.892	342.270
Porez na dobit	11	74.304	69.378
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	13, 13a, 14, 15	286.444	274.315
Dobitak od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme	9	(1.475)	(130)
Dobitak od prodaje podružnica – neto od transakcijskih troškova	9	(648)	(5.178)
Ispravak vrijednosti kratkotrajne imovine	8	25.218	45.229
Tečajne razlike – neto		(75)	4.827
Smanjenje rezerviranja za rizike i troškove (Dobici)/gubici od svođenja na fer vrijednost financijske imovine	26 9	(18.586) (4.219)	(1.830) 4.913
Isplate s temelja dionica	21	18.075	9.787
Prihodi od kamata		(1.323)	(5.060)
Rashodi od kamata	10	17.824	25.709
Ostale nenovčane promjene – neto		3.800	12.105
		<u>745.231</u>	<u>776.335</u>
Promjene u radnom kapitalu:			
Povećanje zaliha		(82.643)	(94.942)
Povećanje kratkoročnih potraživanja		(30.004)	(37.331)
Povećanje kratkoročnih obveza		207.652	30.309
Novac generiran poslovanjem		840.236	674.371
Plaćene kamate		(17.074)	(22.896)
Plaćeni porez na dobit		(87.361)	(74.355)
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti		735.801	577.120
Novčani tok korišten za investicijske aktivnosti			
Nabava nekretnina, postrojenja i opreme i nematerijalne imovine	13, 14, 15	(233.284)	(242.727)
Primici od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme i dugotrajne imovine namijenjene prodaji		17.504	1.031
Stjecanje podružnica i primici od prodaje podružnica – neto od novca u prodanim podružnicama	28	(5.937)	26.876
Dani krediti i depoziti	18	(5.543)	(10.353)
Otplate danih kredita i depozita	18	18.117	3.305
Primljene kamate		1.571	5.060
		<u>(207.572)</u>	<u>(216.808)</u>
Novčani tok korišten za financijske aktivnosti			
Otkup vlastitih dionica	21	(30.558)	(11.022)
Primici od primljenih kredita, neto od plaćenih naknada	24	-	748.642
Otplata primljenih kredita	24	(350.799)	(983.571)
Izdavanje obveznica, neto od plaćenih naknada	24	-	140.025
Otkup obveznica	24	-	(43.796)
Otplata glavnice po najmovima	13a	(93.502)	(86.999)
Isplata dividende dioničarima Društva	21	(133.094)	(83.186)
		<u>(607.953)</u>	<u>(319.907)</u>
Neto (smanjenje)/ povećanje novca i novčanih ekvivalenata		(79.724)	40.405
(Gubici)/dobici od tečajnih razlika po novcu i novčanim ekvivalentima		(154)	1.582
Novac i novčani ekvivalenti na početku godine		426.513	384.526
Novac i novčani ekvivalenti na kraju godine	20	346.635	426.513

Bilješke koje slijede čine sastavni dio ovih konsolidiranih financijskih izvještaja.

BILJEŠKA 1 – OPĆI PODACI

Atlantic Grupa d.d. (Društvo) i ovisna društva (prikazana u bilješci 31, „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, europskim tržištima te Rusiji i ZND-u (Zajednica Neovisnih Država). 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, s rasponom brendova iz segmenta pića - Cockta, Donat i Cedevita, s portfeljem brendova iz segmenta slatko i slano - Smoki, Najlepše želje i Bananica te brendom Argeta iz segmenta delikatesnih namaza. 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 i Sjevernoj Makedoniji s društvima i predstavništvima u 12 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. Vlasnička struktura prikazana je u bilješci 21.

BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA

Slijedi prikaz značajnih računovodstvenih politika usvojenih za pripremu ovih konsolidiranih financijskih izvještaja. Ove računovodstvene politike dosljedno su primjenjivane za sva razdoblja uključena u ove izvještaje, osim tamo gdje je drugačije navedeno.

2.1 Osnove sastavljanja

Konsolidirani financijski izvještaji Grupe sastavljeni su sukladno Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFI), koje je usvojila Europska unija (EU), primjenom metode povijesnog troška, koji su promijenjeni za revalorizaciju financijske imovine po fer vrijednosti kroz ostalu sveobuhvatnu dobit te derivativnih financijskih instrumenata.

Sastavljanje konsolidiranih financijskih izvještaja sukladno Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFI) usvojenim od strane Europske unije (EU) zahtijeva upotrebu određenih ključnih računovodstvenih procjena. Također se od Uprave zahtijeva da se služi prosudbama u procesu primjene računovodstvenih politika Grupe. Područja koja uključuju viši stupanj prosudbe ili složenosti, odnosno područja gdje su pretpostavke i procjene značajne za konsolidirane financijske izvještaje prikazana su u bilješci 4.

Promjene računovodstvenih politika i objava

Usvojene računovodstvene politike su u skladu s računovodstvenim politikama prethodne financijske godine osim izmjena navedenih u nastavku koje su rezultat izmjena i dopuna Međunarodnih standarda financijskog izvještavanja (MSFI) usvojenih od strane Grupe od 1. siječnja 2021. godine i koje nisu imale značajnog utjecaja na financijske izvještaje Grupe. Grupa nije ranije usvojila niti jedan standard ni tumačenje ili dopune postojećih standarda koje su objavljene od strane Odbora za međunarodne standarde financijskog izvještavanja ('Odbor'), a da nisu stupile na snagu.

BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)

2.1 Osnove sastavljanja (nastavak)

a) Standardi i tumačenja na snazi u tekućem razdoblju

Sljedeći novi standardi i izmijenjeni i dopunjeni postojeći standardi izdani od strane Odbora za Međunarodne računovodstvene standarde i tumačenja koje izdaje Odbor za tumačenje međunarodnog financijskog izvještavanja i koji su usvojeni u EU na snazi su u tekućem razdoblju:

- **Izmjene i dopune MSFI 9, MRS 39, MSFI 7, MSFI 4 i MSFI 16 Reforma mjerila kamatnih stopa – Faza 2**, izdani 27. kolovoza 2020. godine, (datum stupanja na snagu za godišnja razdoblja koja započinju na dan ili nakon 1. siječnja 2021. godine).
- **Izmjene i dopune MSFI 4 – Ugovori o osiguranju – odgoda za MSFI 9** koji je izdan 25. lipnja 2020. godine (datum stupanja na snagu za godišnja razdoblja koja započinju na dan ili nakon 1. siječnja 2021. godine).
- **Izmjene i dopune MSFI 16 Najmovi i koncesije** za kojima je nastala potreba zbog COVID-19 pandemije, izdane 31. ožujka 2020. godine (datum stupanja na snagu za godišnja razdoblja koja započinju na dan ili nakon 1. travnja 2021. godine).

Usvajanje navedenih standarda i tumačenja nije imalo utjecaja na konsolidirane financijske izvještaje Grupe.

b) Standardi i tumačenja koje je izdao Odbor za Međunarodne računovodstvene standarde, koji su odobreni u EU, ali još nisu na snazi

- **Izmjene i dopune MSFI 3 Poslovna spajanja, MRS 16 Nekretnine, postrojenja i oprema, MRS 37 Rezerviranja, nepredvidive obveze i nepredviđena imovina te Godišnja poboljšanja 2018-2020** svi izdani 14. svibnja 2020. godine (datum stupanja na snagu za godišnja razdoblja koja započinju na dan ili nakon 1. siječnja 2022. godine).
- **MSFI 17 Ugovori o osiguranju** izdani 18. svibnja 2017. godine; uključuje promjene MSFI 17 izdanog 25. lipnja 2020. godine, (datum stupanja na snagu za godišnja razdoblja koja započinju na dan ili nakon 1. siječnja 2023. godine).

c) Standardi i tumačenja koje je izdao Odbor za Međunarodne računovodstvene standarde, a koji još nisu odobreni u EU

Na dan izdavanja ovih financijskih izvještaja, sljedeći standardi, izmjene i dopune te tumačenja koje je donio Odbor za Međunarodne računovodstvene standarde nisu usvojeni u Europskoj uniji. Odobrenje se očekuje u 2022. godini. Grupa ne očekuje da će usvajanje ovih standarda i tumačenja imati značajan utjecaj na konsolidirane financijske izvještaje Grupe.

- **Izmjene i dopune MRS 1 Prezentacija financijskih izvještaja: Klasifikacija kratkoročnih i dugoročnih obveza** izdan 23. siječnja 2020. godine i dopunjen 15. srpnja 2020. godine (datum stupanja na snagu za godišnja razdoblja koja počinju na dan ili nakon 1. siječnja 2023. godine).
- **Izmjene i dopune MRS 1 Prezentacija financijskih izvještaja i MSFI Izjava o praksi 2: Objava računovodstvenih politika** izdan 12. veljače 2021. godine (datum stupanja na snagu za godišnja razdoblja koja započinju na dan ili nakon 1. siječnja 2023. godine).
- **Izmjene i dopune MRS 8 Računovodstvene politike, promjene u računovodstvenim procjenama i pogreške: Definicija računovodstvenih procjena** izdan 12. veljače 2021. godine (datum stupanja na snagu za godišnja razdoblja koja počinju na dan ili nakon 1. siječnja 2023. godine).
- **Izmjene i dopune MRS 12 Porezi na dobit: Odgođeni porez vezan za imovinu i obveze koje nastaju iz jedinstvene transakcije** izdan 7. svibnja 2021. godine (datum stupanja na snagu za godišnja razdoblja koja započinju na dan ili nakon 1. siječnja 2023. godine).

BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)

2.2 Konsolidacija

(a) Ovisna društva

Ovisna društva su sva društva (uključujući i društva s posebnom namjenom) nad kojima Grupa ima kontrolu. Grupa ima kontrolu nad društvom kada je izložena ili ima prava na različite povrate koji proizlaze iz povezanosti s društvom te kada, putem svoje moći nad društvom ima mogućnost utjecati na te povrate. Ovisna društva su u potpunosti konsolidirana od datuma na koji je kontrola stvarno prenesena na Grupu te isključena iz konsolidacije od dana kad ta kontrola prestane.

Grupa primjenjuje računovodstvenu metodu stjecanja za računovodstveni tretman poslovnih spajanja. Naknada prenesena za stjecanje ovisnog društva jest fer vrijednost prenesene imovine, nastalih obveza i glavnih udjela koje je izdala Grupa. Prenesena naknada uključuje fer vrijednost svake stavke imovine ili obveza koja je rezultat ugovora o potencijalnoj naknadi. Troškovi povezani sa stjecanjem iskazuju se u izvještaju o sveobuhvatnoj dobiti po nastanku. Stečena prepoznatljiva imovina, obveze i potencijalne obveze u poslovnom spajanju početno se mjere po fer vrijednosti na dan stjecanja. Grupa priznaje manjinske interese u stečenom društvu pojedinačno od stjecanja do stjecanja ili po fer vrijednosti ili po proporcionalnom udjelu manjinskog interesa u priznatoj prepoznatljivoj neto imovini stečenog društva.

Goodwill se početno mjeri kao višak ukupne prenesene naknade i fer vrijednosti manjinskog interesa u stečenom društvu i fer vrijednosti na datum stjecanja bilo kojeg prijašnjeg vlasničkog udjela u stečenom društvu iznad fer vrijednosti udjela Grupe u stečenoj prepoznatljivoj neto imovini. Ako je to ispod fer vrijednosti neto imovine stečenog ovisnog društva u slučaju stjecanja po cijeni nižoj od prodajne, razlika se iskazuje izravno u računu dobiti i gubitka (bilješka 2.6).

Sve transakcije unutar Grupe, stanja i nerealizirani dobiti od transakcija unutar društava Grupe se eliminiraju. Isto tako eliminiraju se i nerealizirani gubici. Prema potrebi, računovodstvene politike podružnica izmijenjene su kako bi se uskladile s politikama koje primjenjuje Grupa.

(b) Transakcije s manjinskim interesima

Grupa transakcije s manjinskim interesima koje ne rezultiraju gubitkom kontrole nad ovisnim društvom tretira kao transakcije s većinskim vlasnicima Grupe. Kod otkupa dionica od manjinskih interesa razlika između plaćenih iznosa i pripadajućeg stečenog udjela knjigovodstvene vrijednosti neto imovine ovisnog društva iskazuju se u kapitalu. Dobici ili gubici od prodaje manjinskog interesa također se iskazuju u kapitalu.

(c) Prestanak kontrole nad ovisnim društvom

Kad Grupa izgubi kontrolu, prestaje priznavati povezanu imovinu (uključujući goodwill), obveze, nekontrolirajući interes te ostale komponente kapitala, dok se svi zadržani udjeli u društvu ponovno procjenjuju na fer vrijednost, uz priznavanje promjene knjigovodstvene vrijednosti u računu dobiti i gubitka. Fer vrijednost je početna knjigovodstvena vrijednost u svrhu naknadnog računovodstvenog tretmana zadržanih udjela kao pridruženog društva, zajedničkog pothvata ili financijske imovine. Nadalje, svi iznosi prethodno priznati u ostaloj sveobuhvatnoj dobiti vezani za to društvo računovodstveno se tretiraju kao da je Grupa izravno prodala povezanu imovinu ili obveze. To može značiti da se iznosi prethodno priznati u ostaloj sveobuhvatnoj dobiti reklasificiraju u račun dobiti i gubitka.

BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)

2.3 Izvještavanje o poslovnim segmentima

O poslovnim segmentima izvještava se sukladno internom izvještavanju izvršnom donositelju odluka. Izvršni donositelj odluka, koji je odgovoran za alokaciju resursa i ocjenjivanje uspješnosti poslovnih segmenata je Strateško poslovno vijeće.

2.4 Strane valute

(a) Funkcionalna i izvještajna valuta

Stavke uključene u financijske izvještaje svake pojedine članice Grupe iskazane su u valuti primarnog gospodarskog okruženja u kojem to društvo posluje ('funkcionalna valuta'). Konsolidirani financijski izvještaji prikazani su u kunama, što predstavlja funkcionalnu valutu Društva i izvještajnu valutu Grupe.

(b) Transakcije i stanja u stranoj valuti

Transakcije u stranim sredstvima plaćanja preračunavaju se u funkcionalnu valutu tako da se iznosi u stranim sredstvima plaćanja preračunavaju po tečaju na dan transakcije ili na dan vrednovanja u slučaju da se stavke ponovno vrednuju. Dobici ili gubici od tečajnih razlika, koji nastaju prilikom podmirenja tih transakcija i preračuna monetarne imovine i obveza izraženih u stranim valutama, priznaju se u računu dobiti i gubitka.

Dobici ili gubici od tečajnih razlika koji se odnose na obveze po primljenim kreditima i obvezama po najmovima iskazani su u računu dobiti i gubitka unutar financijskih prihoda ili rashoda. Svi ostali dobiti ili gubici od tečajnih razlika su iskazani unutar stavke „Ostali dobiti/(gubici) – neto“ u računu dobiti i gubitka.

(c) Članice Grupe

Rezultati poslovanja i financijsko stanje svih članica Grupe čija se funkcionalna valuta razlikuje od izvještajne valute preračunavaju se u izvještajnu valutu kako slijedi:

- (i) imovina i obveze za svaku bilancu preračunavaju se prema zaključnom tečaju na datum te bilance;
- (ii) prihodi i rashodi za svaki račun dobiti i gubitka preračunavaju se prema prosječnim tečajevima; i
- (iii) sve nastale tečajne razlike priznaju se na zasebnoj poziciji unutar ostale sveobuhvatne dobiti.

U konsolidaciji, tečajne razlike nastale preračunom neto ulaganja u inozemna ovisna društva evidentiraju se u ostaloj sveobuhvatnoj dobiti. Prilikom prodaje inozemnog ovisnog društva, sve tečajne razlike iz kapitala reklasificiraju se iz ostale sveobuhvatne dobiti u račun dobiti i gubitka kao dio dobitka ili gubitka od prodaje.

Goodwill i korekcije fer vrijednosti po stjecanju društva u inozemstvu se tretiraju kao imovina i obveze društva u inozemstvu, te se preračunavaju po zaključnom tečaju na datum bilance. Tečajne razlike nastale prilikom preračuna priznaju se unutar ostale sveobuhvatne dobiti.

BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)

2.5 Nekretnine, postrojenja i oprema

Nekretnine, postrojenja i oprema iskazani su u bilanci po povijesnom trošku umanjenom za akumuliranu amortizaciju i umanjenje vrijednosti, ako je potrebno. Povijesni trošak uključuje trošak koji je izravno povezan sa stjecanjem imovine.

Naknadni izdaci uključuju se u knjigovodstvenu vrijednost imovine ili se, po potrebi, priznaju kao zasebna imovina samo ako će Grupa imati buduće ekonomske koristi od spomenute imovine, te ako se trošak imovine može pouzdano mjeriti. Knjigovodstvena vrijednost zamijenjenog dijela prestaje se priznavati. Svi ostali troškovi investicijskog i tekućeg održavanja terete račun dobiti i gubitka u financijskom razdoblju u kojem su nastali.

Zemljište i imovina u pripremi se ne amortiziraju. Amortizacija ostalih nekretnina, postrojenja i opreme se obračunava primjenom pravocrtne metode u svrhu alokacije troška do rezidualne vrijednosti sredstva te imovine u toku njenog procijenjenog korisnog vijeka uporabe, kako slijedi:

Zgrade	10 do 50 godina
Postrojenja i oprema	2 do 20 godina

Rezidualna vrijednost imovine predstavlja procijenjeni iznos koji bi Grupa trenutno dobila od prodaje imovine umanjen za procijenjeni trošak prodaje u slučaju da je imovina dosegla starost i stanje koje se očekuje na kraju vijeka trajanja imovine. Rezidualna vrijednost imovine je nula ako Grupa očekuje da će je koristiti do kraja njenog vijeka trajanja. Rezidualna vrijednost imovine i korisni vijek uporabe pregledavaju se na svaki datum bilance i po potrebi usklađuju.

U slučaju da je knjigovodstveni iznos imovine veći od procijenjenog nadoknadivog iznosa, razlika se otpisuje do nadoknadivog iznosa (bilješka 2.7).

Dobici i gubici nastali prodajom određuju se usporedbom prihoda i knjigovodstvene vrijednosti sredstva i uključuju se u „Ostale dobitke/(gubitke) – neto“ u konsolidiranom računu dobiti i gubitka.

BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)

2.6 Nematerijalna imovina

(a) *Goodwill*

Goodwill predstavlja razliku između troška stjecanja i fer vrijednosti udjela Grupe u neto prepoznatljivoj imovini stečenog ovisnog društva, priznatog iznosa nekontrolirajućeg interesa i fer vrijednosti prethodnog udjela s datumom stjecanja. Goodwill nastao stjecanjem ovisnog društva iskazan je u okviru nematerijalne imovine.

Goodwill se provjerava za umanjene vrijednosti godišnje ili i češće, ukoliko događaji i okolnosti indiciraju potencijalno umanjene vrijednosti te se iskazuje po trošku stjecanja umanjenom za akumulirane gubitke od umanjenja vrijednosti. Gubici od umanjenja vrijednosti goodwilla se ne ukidaju. Dobici i gubici od prodaje poslovnog subjekta uključuju knjigovodstvenu vrijednost goodwilla koja se odnosi na prodani subjekt.

Goodwill se alokira na jedinice stvaranja novca za potrebe testiranja umanjenja vrijednosti. Alokacija se provodi na one jedinice stvaranja novca za koje se očekuje da će imati koristi od sinergija iz poslovne kombinacije u kojoj je goodwill nastao. Goodwill se prati na razini poslovnog segmenta.

(b) *Distribucijska prava*

Pojedinačno stečena distribucijska prava iskazuju se po povijesnom trošku. Distribucijska prava stečena poslovnim kombinacijama priznaju se po fer vrijednosti na dan stjecanja. Prava distribucije proizvoda imaju ograničen vijek uporabe i iskazuju se po trošku umanjenom za akumuliranu amortizaciju i umanjene vrijednosti, ako postoji. Amortizacija se obračunava pravocrtnom metodom kako bi se alocirao trošak prava tijekom njihova procijenjenog vijeka uporabe (od 1,5 do 5 godina).

(c) *Brendovi*

Brendovi stečeni poslovnim kombinacijama iskazuju se po inicijalno utvrđenoj fer vrijednosti (na dan stjecanja) umanjeni za akumuliranu amortizaciju. Amortizacija se obračunava pravocrtnom metodom kako bi se alocirao trošak brenda u toku njegovog procijenjenog vijeka uporabe (15 godina).

Brendovi s neograničenim vijekom uporabe se ne amortiziraju nego se godišnje provjeravaju zbog umanjenja vrijednosti na razini jedinice stvaranja novca.

(d) *Računalni softver*

Licence za softver kapitaliziraju se na temelju troškova stjecanja i troškova koji nastaju dovođenjem softvera u radno stanje. Ovi troškovi amortiziraju se pravocrtnom metodom tijekom njihovog korisnog vijeka uporabe (do 5 godina).

(e) *Licence*

Licence stečene poslovnim kombinacijama iskazuju se po fer vrijednosti utvrđenoj na dan stjecanja. Licence imaju neograničen vijek upotrebe i ne amortiziraju se, ali se godišnje provjeravaju zbog umanjenja vrijednosti na razini jedinice stvaranja novca. Pojedinačno stečene licence iskazuju se po trošku stjecanja i amortiziraju pravocrtnom metodom tijekom njihovog korisnog vijeka uporabe (5 godina).

(f) *Ugovori s kupcima*

Ugovori s kupcima stečeni poslovnim kombinacijama iskazuju se po inicijalno utvrđenoj fer vrijednosti (na dan stjecanja) umanjeni za akumuliranu amortizaciju. Amortizacija se obračunava pravocrtnom metodom tijekom njihovog korisnog vijeka uporabe (5 do 15 godina).

BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)

2.7 Umanjenje vrijednosti nefinancijske imovine

Najmanje jednom godišnje se ispituje umanjenje vrijednosti imovine koja ima neograničen korisni vijek uporabe i koja se ne amortizira (kao što su brendovi, licence i goodwill). Imovina koja se amortizira pregledava se zbog umanjenja vrijednosti kada događaji ili promijenjene okolnosti ukazuju na to da knjigovodstvena vrijednost možda nije nadoknadiva. Gubitak od umanjenja vrijednosti priznaje se kao razlika između knjigovodstvene vrijednosti imovine i njenog nadoknadivog iznosa. Nadoknadivi iznos je fer vrijednost imovine umanjena za troškove prodaje ili vrijednost imovine u uporabi, ovisno o tome koja vrijednost je viša. Za potrebe procjene umanjenja vrijednosti, imovina se grupira na najniži nivo kako bi se pojedinačno utvrdio novčani tok (jedinice stvaranja novca). Nefinancijska imovina osim goodwilla za koju je iskazan gubitak od umanjenja vrijednosti, provjerava se na svaki datum izvještavanja radi mogućeg ukidanja umanjenja vrijednosti.

2.8 Financijska imovina

Grupa klasificira svoju financijsku imovinu u sljedeće kategorije: financijska imovina po fer vrijednosti u računu dobiti i gubitka, financijska imovina po fer vrijednosti u ostaloj sveobuhvatnoj dobiti i financijska imovina po amortiziranom trošku. Klasifikacija ovisi o svrsi za koju je financijska imovina stečena. Uprava određuje klasifikaciju financijske imovine pri početnom priznavanju i vrednuje tu odluku na svaki datum izvještavanja.

a) *Financijska imovina po amortiziranom trošku*

Grupa mjeri financijsku imovinu po amortiziranom trošku ako su ispunjena oba sljedeća uvjeta:

- Financijska imovina se drži unutar poslovnog modela s ciljem držanja financijske imovine radi naplate ugovornih novčanih tokova,
- Ugovorni uvjeti financijske imovine proizlaze na određene datume za novčane tokove koji su isključivo plaćanje glavnice i kamata na nepodmireni iznos glavnice.

Financijska imovina po amortiziranom trošku naknadno se mjeri metodom efektivne kamatne stope i podložna je umanjenju vrijednosti. Dobici i gubici priznaju se u računu dobiti i gubitka kada se imovina prestane priznavati, promijeni se ili se umanjuje.

Financijska imovina po amortiziranom trošku uključuje potraživanja od kupaca i dane kredite i depozite.

b) *Financijska imovina po fer vrijednosti kroz račun dobiti i gubitka*

Ova kategorija uključuje financijsku imovinu namijenjenu trgovanju. Financijska imovina se klasificira u ovu kategoriju ako je stečena prvenstveno u svrhu prodaje u kratkom roku. Imovina u ovoj kategoriji klasificirana je kao kratkotrajna imovina, osim derivativnih financijskih instrumenata.

c) *Financijska imovina po fer vrijednosti kroz ostalu sveobuhvatnu dobit (OSD)*

Grupa mjeri financijsku imovinu po fer vrijednosti kroz ostalu sveobuhvatnu dobit ako su oba sljedeća uvjeta zadovoljena:

- Financijska imovina se drži unutar poslovnog modela s ciljem držanja financijske imovine radi naplate ili prodaje ugovornih novčanih tokova,
- Ugovorni uvjeti financijske imovine proizlaze na određene datume za novčane tokove koji su isključivo plaćanje glavnice i kamata na nepodmireni iznos glavnice.

Za dužničke instrumente po fer vrijednosti kroz OSD, prihodi od kamata, tečajne razlike, ispravke vrijednosti ili ukidanja ispravaka vrijednosti priznaju se u računu dobiti i gubitka i izračunavaju se na isti način kao i za financijsku imovinu mjerenu po amortiziranom trošku.

BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)

2.8 Financijska imovina (nastavak)

c) *Financijska imovina po fer vrijednosti kroz ostalu sveobuhvatnu dobit (OSD) (nastavak)*

Preostale promjene fer vrijednosti priznaju se u OSD. Nakon prestanka priznavanja, kumulativna promjena fer vrijednosti priznata u ostaloj sveobuhvatnoj dobiti reciklira se kroz dobit ili gubitak.

Financijska imovina po fer vrijednosti kroz OSD uključena je u dugotrajnu imovinu, osim ako Uprava ima namjeru prodati ulaganje unutar razdoblja od 12 mjeseci od datuma bilance. Financijska imovina po fer vrijednosti kroz OSD iskazuje se po fer vrijednosti, osim u slučaju ulaganja u glavničke instrumente koji ne kotiraju na aktivnom tržištu i čija se fer vrijednost ne može pouzdano izmjeriti; tada se ona iskazuje po trošku ulaganja.

Sva kupljena i prodana financijska imovina priznaje se na datum transakcije, odnosno na datum na koji se Grupa obvezala kupiti ili prodati sredstvo. Ulaganja se početno priznaju po fer vrijednosti uvećanoj za troškove transakcije za cjelokupnu financijsku imovinu koja nije iskazana po fer vrijednosti u računu dobiti i gubitka. Financijska imovina se prestaje priznavati kada isteknu ili su prenesena prava na primitak novčanih tokova od ulaganja ili kada je Grupa prenijela sve bitne rizike i koristi vlasništva.

Kod promjene fer vrijednosti monetarnih vrijednosnica izraženih u stranoj valuti i klasificiranih kao raspoložive za prodaju analiziraju se tečajne razlike koje su rezultat promjena amortiziranog troška vrijednosnica i ostale promjene knjigovodstvene vrijednosti vrijednosnica.

Prihodi od kamata i razlike u preračunu priznaju se u računu dobiti i gubitka, a ostale promjene knjigovodstvene vrijednosti u ostaloj sveobuhvatnoj dobiti. Promjene u fer vrijednosti ostalih monetarnih vrijednosnica raspoloživih za prodaju i nemonetarnih vrijednosnica raspoloživih za prodaju priznaju se u OSD.

Fer vrijednosti ulaganja koja kotiraju na burzi temelje se na tekućim cijenama ponude. Ako tržište za neko financijsko sredstvo nije aktivno, Grupa utvrđuje fer vrijednost pomoću tehnika procjene vrijednosti koje uzimaju u obzir nedavne transakcije pod uobičajenim trgovačkim uvjetima te usporedbu s drugim sličnim instrumentima, analizu diskontiranog novčanog toka i modela određivanja cijena opcija, maksimalno koristeći tržišne informacije te se minimalno oslanjajući na informacije specifične za poslovni subjekt.

Grupa priznaje ispravak vrijednosti za očekivane kreditne gubitke (eng. *Expected credit loss* ili *ECL*) za sve dužničke instrumente koji se ne vode po fer vrijednosti kroz račun dobiti i gubitka. Očekivani kreditni gubici se temelje na razlici između ugovornih novčanih tokova koji su dospjeli u skladu s ugovorom i svih novčanih tokova koje Grupa očekuje da će primiti.

Očekivani kreditni gubici se prepoznaju u dvije faze. Za kreditne izloženosti za koje nije došlo do značajnog povećanja kreditnog rizika od početnog priznavanja, očekivani kreditni gubici se priznaju za kreditne gubitke koji proizlaze iz neplaćenih događaja koji su mogući u sljedećih 12 mjeseci (očekivani kreditni gubici za 12 mjeseci). Za one kreditne izloženosti kod kojih je došlo do značajnog povećanja kreditnog rizika od početnog priznavanja, potreban je ispravak za očekivane kreditne gubitke tijekom preostalog vijeka trajanja izloženosti, bez obzira na vrijeme zaduživanja (doživotni očekivani kreditni gubici). Za potraživanja od kupaca i ugovornu imovinu, Grupa primjenjuje pojednostavljeni pristup u kalkulaciji očekivanih kreditnih gubitaka i stoga ne prati promjene kreditnog rizika već priznaje ispravak vrijednosti na temelju očekivanog doživotnog očekivanog kreditnog gubitka na kraju svakog izvještajnog razdoblja. Financijska imovina se otpisuje kada ne postoji razumno očekivanje naplate. Iznosi ispravka vrijednosti potraživanja i naknadno naplaćeni iznosi iskazuju se u računu dobiti i gubitka u okviru pozicije 'Ostali troškovi poslovanja'.

BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)

2.9 Najmovi

(i) Aktivnosti Grupe vezane uz najmove i računovodstvena politika

Grupa unajmljuje razne urede, opremu i vozila. Ugovori o najmu obično se sklapaju na određeno razdoblje od 12 mjeseci do 5 godina, ali mogu imati i mogućnost produljenja kako je opisano u točki (iii) u nastavku. Ugovori o najmu mogu sadržavati i komponente najma i komponente koje se ne odnose na najam. Grupa je odlučila da ne odvaja ove komponente nego da ugovore tretira kao jedinstvenu komponentu najma. Uvjeti ugovora o najmu pregovaraju se na individualnoj osnovi i sadržavaju širok raspon različitih uvjeta. Ugovori o najmu ne nameću nikakve ugovorne uvjete osim sigurnosnih udjela u imovini koja je predmet najma. Imovina u najmu se ne može koristiti kao sredstvo jamstva za posudbe.

Imovina i obveze koje proizlaze iz najma inicijalno se mjere temeljem sadašnje vrijednosti. Obveze po najmovima uključuju neto sadašnju vrijednost sljedećih plaćanja najamnina:

- Fiksna plaćanja (uključujući suštinski fiksna plaćanja), umanjeno za potraživanja za poticaje najmova
- Varijabilna plaćanja najma koja se temelje na indeksu ili stopi, inicijalno mjerena po indeksu ili stopi važećem na dan početka najma
- Iznose za koje se očekuje da će ih Grupa platiti prema jamstvima za ostatak vrijednosti
- Izvršnu cijenu opcije kupnje ukoliko je opravdano izvjesno da će Grupa opciju iskoristiti
- Plaćanja penala za prekid najma, ukoliko se uvjeti najma odražavaju na korištenje opcije prekida.

Plaćanja najma koja se izvršavaju pod razumno određenim opcijama produljenja također su uključena u mjerenje obveze. Plaćanja najmova diskontiraju se korištenjem kamatne stope implicitne u ugovoru o najmu. Ukoliko se ta stopa ne može utvrditi, što je općenito slučaj za najmove Grupe, koristi se inkrementalna stopa zaduživanja najmoprimca što je stopa koju bi najmoprimac platio da posuđuje sredstva potrebna za kupnju imovine slične vrijednosti u odnosu na imovinu s pravom korištenja, u sličnom ekonomskom okruženju sa sličnim stanjem, osiguranjima i uvjetima. U tom smislu, za nove ugovore o najmu i one ugovore kod kojih je nastupila modifikacija s rokom dospjeća dužim od 5 godina korištena je inkrementalna stopa zaduživanja od 2% koja predstavlja dugoročni neosigurani rizik Društva (2020.: 2%), a inkrementalna stopa zaduživanja od 1% koja predstavlja osigurani rizik Društva korištena je za nove i modificirane ugovore o najmu čije je dospjeće 5 godina ili kraće (2020.: 1%).

Plaćanja najmova raspoređuju se na glavnici i kamatu. Trošak kamate tereti račun dobiti i gubitka tijekom razdoblja trajanja najma kako bi se kreirala konstantna periodična kamata na preostali saldo obveze za svako razdoblje.

Pravo na korištenje imovine mjeri se po trošku koji sadrži sljedeće:

- Visinu početnog mjerenja obveze po najmu
- Bilo kakva plaćanja najma provedena prije ili na datum početka najma umanjeno za primljene poticaje za najam
- Bilo kakve početne direktne troškove te
- Troškove obnove

Pravo na korištenje imovine se obično amortizira pravocrtno tijekom korisnog vijeka trajanja imovine ili tijekom trajanja ugovora o najmu, ovisno o tome što je kraće. Ukoliko je opravdano sigurno da će Grupa iskoristiti opciju kupnje imovine, amortizacija se obračunava tijekom korisnog vijeka trajanja imovine.

BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)

2.9 Najmovi (nastavak)

(i) Aktivnosti Grupe vezane uz najmove i računovodstvena politika (nastavak)

Plaćanja povezana s kratkoročnim najmovima opreme i vozila te svih najmova imovine male vrijednosti i softverskih licenci priznaju se pravocrtno na trošak u računu dobiti i gubitka. Kratkoročni najmovi su najmovi s rokom od 12 mjeseci i kraće. Imovina male vrijednosti (ispod 35 tisuća kuna) odnosi se na IT opremu te manje stavke uredskog namještaja.

(ii) Varijabilna plaćanja najma

Grupa može biti izložena promjenjivim uvjetima plaćanja povezanim s indeksom ili stopom, koji nisu uključeni u obvezu najma sve dok ne stupe na snagu. Kada prilagodbe temeljene indeksom ili stopom stupe na snagu, obveze po najmovima se ponovno vrednuju te se radi usklađivanja vrijednosti prava na korištenje imovine. Varijabilna plaćanja najma koja ovise o realizaciji prodaje, ukoliko su ugovorena, iskazuju se u računu dobiti i gubitka u okviru pozicije 'Ostali troškovi poslovanja'.

(iii) Opcije produljenja i otkazivanja

Opcije produljenja i otkazivanja uključene su u brojne ugovore o najmu nekretnina i opreme Grupe. One se koriste radi maksimiziranja operativne fleksibilnosti u pogledu upravljanja imovinom koja se koristi u poslovanju Grupe.

Prihodi od najma u kojima je Grupa najmodavac priznaju se u računu dobiti i gubitka pravocrtno tijekom trajanja najma. Početni izravni troškovi nastali pri dobivanju operativnog najma dodaju se knjigovodstvenoj vrijednosti predmetne imovine i priznaju kao trošak tijekom trajanja najma na istoj osnovi kao i prihod od najma. Predmetna imovina dana u najam uključena je u bilancu Grupe na temelju njezine prirode.

2.10 Zalihe

Zalihe sirovina i rezervnih dijelova iskazuju se po trošku nabave koji je određen metodom ponderiranih prosječnih cijena ili neto ostvarivoj vrijednosti, ovisno o tome koja vrijednost je niža. Neto ostvariva vrijednost predstavlja procjenu prodajne cijene u redovnom poslovanju umanjenu za varijabilne troškove prodaje.

Trošak proizvodnje u tijeku i gotovih proizvoda obuhvaća sirovine, trošak izravnog rada, ostale izravne troškove i pripadajući dio općih troškova proizvodnje (na osnovu normalnog redovnog kapaciteta proizvodnje), a ne uključuje troškove posudbe.

Trgovačka roba iskazuje se po prodajnoj cijeni umanjenoj za poreze i marže.

Prema potrebi obavlja se ispravak vrijednosti oštećenih zaliha te zaliha kojima je prošao rok upotrebe.

BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)

2.11 Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja

Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja početno se priznaju po fer vrijednosti, a naknadno se mjere po amortiziranom trošku uporabom metode efektivne kamatne stope, umanjeno za ispravak vrijednosti za očekivane kreditne gubitke, kako je opisano u bilješci 2.8.

2.12 Novac i novčani ekvivalenti

Novac i novčani ekvivalenti obuhvaćaju gotovinu, depozite kod banaka po viđenju i ostale kratkotrajne visoko likvidne instrumente s rokovima naplate do tri mjeseca ili kraće (osim mjenica). U bilanci su prekoračenja po bankovnim računima uključena u obveze po primljenim kreditima u sklopu kratkoročnih obveza.

2.13 Dionički kapital

Dionički kapital sastoji se od redovnih dionica. Primici koji se iskazuju u glavnici pri izdavanju novih dionica ili opcija iskazuju se umanjeno za pripadajuće troškove transakcije i porez na dobit. Iznos fer vrijednosti primljene naknade iznad nominalne vrijednosti izdanih dionica prikazan je u bilješkama kao dionička premija.

Za slučaj kada bilo koja članica Grupe kupuje dionice Društva (vlastite dionice), plaćena naknada za kupljene dionice, uključujući sve izravno pripadajuće troškove transakcije, umanjuje dionički kapital sve do povlačenja dionica ili njihovog ponovnog izdavanja. Prilikom ponovnog izdavanja vlastitih dionica svi primici, umanjeno za sve izravno pripadajuće troškove transakcije i porez na dobit, uključuju se u glavicu koja pripada dioničarima Društva.

2.14 Posudbe

Posudbe se početno priznaju po fer vrijednosti umanjenoj za troškove transakcije. U budućim razdobljima, posudbe se iskazuju po amortiziranom trošku; sve razlike između primitaka (umanjenih za troškove transakcije) i otkupne vrijednosti priznaju se u računu dobiti i gubitka tijekom razdoblja trajanja posudbe, koristeći metodu efektivne kamatne stope.

Naknade koje su plaćene prilikom odobrenja kreditnih linija priznaju se kao transakcijski trošak kredita do iznosa za koji je vjerojatno da će sav ili dio kredita biti korišten. U tom slučaju, trošak naknade se odgađa sve dok se ne realizira korištenje kredita. Do iznosa za koji ne postoji dokaz da je vjerojatno korištenje dijela ili čitavog iznosa kredita, naknada se kapitalizira kao unaprijed plaćena za usluge likvidnosti te se amortizira kroz razdoblje na koji se kreditna linija odnosi.

Posudbe se klasificiraju kao kratkoročne obveze, osim ako Grupa ima bezuvjetno pravo odgoditi podmirenje obveze najmanje 12 mjeseci nakon datuma bilance.

BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)

2.15 Tekući i odgođeni porez

Trošak poreza na dobit za razdoblje se sastoji od tekućeg i odgođenog poreza. Porez se iskazuje u računu dobiti i gubitka, osim do dijela koji se odnosi na stavke priznate u izvještaju o sveobuhvatnoj dobiti ili izravno u glavnici. U tom slučaju, porez je također priznat u izvještaju o sveobuhvatnoj dobiti ili izravno u glavnici. Iznos poreza na dobit za tekuću godinu obračunava se na temelju poreznog zakona koji je na snazi ili se djelomično primjenjuje na dan bilance u zemljama u kojima Društvo i njegova ovisna društva posluju i ostvaruju oporezivu dobit. Uprava povremeno procjenjuje pojedine stavke u poreznim prijavama s obzirom na situacije u kojima su primjenjive porezne odredbe podložne tumačenju te razmatra formiranje rezerviranja, gdje je to prikladno, na temelju očekivanog iznosa koji treba platiti Poreznoj upravi.

Iznos odgođenog poreza obračunava se metodom bilančne obveze, na privremene razlike između porezne osnovice imovine i obveza i njihove knjigovodstvene vrijednosti u financijskim izvještajima. Međutim, odgođeni porez se ne priznaje ako proizlazi iz početnog priznavanja imovine ili obveza u transakciji koja nije poslovna kombinacija i koja u vrijeme transakcije ne utječe na računovodstvenu dobit niti na oporezivu dobit odnosno gubitak. Odgođeni porez se priznaje na privremene razlike koje proizlaze iz ulaganja u ovisna društva, osim u slučaju kada Grupa kontrolira vrijeme povrata privremene razlike i kada je vjerojatno da se privremena razlika neće poništiti u doglednoj budućnosti.

Odgođena porezna imovina i obveze mjere se poreznim stopama za koje se očekuje da će se primjenjivati u razdoblju kada će imovina biti nadoknađena ili obveza podmirena, na temelju poreznih stopa koje su, i poreznih zakona koji su, na snazi ili se djelomično primjenjuju na datum bilance. Odgođena porezna imovina priznaje se do visine buduće oporezive dobiti za koju je vjerojatno da će biti raspoloživa za iskorištenje privremenih razlika.

2.16 Primanja radnika

(a) Obveze za mirovine i ostale obveze nakon umirovljenja

Tijekom redovnog poslovanja prilikom isplata plaća Grupa u ime svojih radnika koji su članovi obveznih mirovinskih fondova obavlja redovita plaćanja doprinosa sukladno zakonu. Obvezni mirovinski doprinosi fondovima iskazuju se kao dio troška plaća kada se obračunaju. Grupa nema dodatni mirovinski plan te stoga nema nikakvih drugih obveza u svezi s mirovinama radnika. Nadalje, Grupa nema obvezu osigurati bilo koja druga primanja radnika nakon njihova umirovljenja izuzev zakonski utvrđenog ili internim pravilnikom reguliranog jednokratnog plaćanja pri samome trenutku umirovljenja.

(b) Otpremnine

Obveze za otpremnine se priznaju kad Grupa prijevremeno prekine Ugovor o radu sa radnikom ili odlukom radnika da dragovoljno prihvati prekid radnog odnosa u zamjenu za naknadu, odnosno prilikom odlaska u redovnu ili prijevremenu mirovinu. Grupa priznaje obveze za otpremnine kada je dokazivo preuzela obvezu prekinuti radni odnos sa sadašnjim radnicima na osnovu detaljnog formalnog plana, bez mogućnosti da od njega odustane ili kada osigurava otpremnine kao rezultat ponude da potakne dragovoljno raskidanje radnog odnosa, odnosno prilikom odlaska u prijevremenu mirovinu. Obveza za otpremnine pri redovnom odlasku u mirovinu iskazana je kao sadašnja vrijednost obveza za jednokratne otpremnine prilikom redovnog umirovljenja na datum bilance. Obvezu mjeri nezavisni aktuar jednom godišnje. Aktuarski dobiti i gubici koji proizlaze iz usklada i promjena temeljenih na iskustvu u aktuarskim pretpostavkama iskazuju se u razdoblju u kojemu nastaju direktno u ostaloj sveobuhvatnoj dobiti. Kamata iz aktuarskog izračuna iskazuje se u računu dobiti i gubitka, u sklopu rashoda od kamata. Otpremnine koje dospijevaju u razdoblju duljem od 12 mjeseci nakon datuma bilance, diskontiraju se na njihovu sadašnju vrijednost.

BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)

2.16 Primanja radnika (nastavak)

(c) Dugoročna primanja radnika

Grupa priznaje obvezu za dugoročna primanja radnika (jubilarne nagrade) ravnomjerno u razdoblju u kojem je nagrada ostvarena, na temelju stvarnog broja godina radnog staža. Obvezu za dugoročna primanja radnika mjeri nezavisni aktuar jednom godišnje, koristeći pretpostavke o broju radnika kojima navedena primanja treba isplatiti, procijenjeni trošak navedenih primanja te diskontnu stopu. Aktuarski dobiti i gubici koji proizlaze iz usklada i promjena temeljenih na iskustvu u aktuarskim pretpostavkama knjiže se odmah u korist ili na teret računa dobiti i gubitka u sklopu troškova radnika. Kamata iz aktuarskog izračuna iskazuje se u računu dobiti i gubitka, u sklopu rashoda od kamata.

(d) Isplate s temelja dionica

Uprava i zaposlenici Grupe imaju pravo kroz ESOP program primiti naknadu za rad u obliku isplate s temelja dionica, po kojoj zaposlenici pružaju usluge u zamjenu za glavničke instrumente („transakcije podmirene glavničkim instrumentima“).

Trošak transakcija podmirenih glavničkim instrumentima mjeri se po fer vrijednosti glavničkih instrumenata na datum dodjele. Taj trošak se priznaje, zajedno s odgovarajućim povećanjem glavnice, tijekom razdoblja u kojem su uvjeti ispunjeni, završno s danom kada će zaposlenici ostvariti puno pravo na nagradu („dan ostvarivanja prava“). Ukupni rashod koji se priznaje za transakcije podmirene glavničkim instrumentima na svaki datum izvještavanja do dana ostvarivanja prava odražava mjeru u kojoj je isteklo razdoblje ostvarivanja prava i najbolju procjenu Grupe o broju glavničkih instrumenata koji će se u konačnici ostvariti. Rashod ili prihod u računu dobiti i gubitka predstavlja promjenu ukupnog rashoda koja se priznaje na početku i kraju tog razdoblja.

(e) Kratkoročna primanja radnika

Grupa priznaje rezerviranje za bonuse i akumulirane neiskorištene dane godišnjeg odmora kada postoji ugovorna obveza ili praksa iz prošlosti na temelju koje je nastala izvedena obveza.

2.17 Rezerviranja

Rezerviranja za troškove otpremnina i dugoročna primanja radnika, troškove restrukturiranja, troškove garancija u jamstvenom roku i sudske sporove priznaju se ako Grupa ima sadašnju zakonsku ili izvedenu obvezu kao posljedicu prošlog događaja, ako je vjerojatno da će biti potreban odljev resursa radi podmirivanja obveze te ako se iznos obveze može pouzdano procijeniti.

Kada postoji veći broj sličnih obveza, vjerojatnost da će za njihovo podmirenje biti potreban odljev resursa određuje se njihovim razmatranjem kao cjeline. Rezerviranje se priznaje i kada je mala vjerojatnost odljeva resursa za bilo koju stavku obveza koja se nalazi u istoj kategoriji.

Rezerviranja se mjere po sadašnjoj vrijednosti troškova za koje se očekuje da će biti potrebni za podmirenje obveze, korištenjem diskontne stope prije poreza, koja odražava tekuće tržišne procjene vremenske vrijednosti novca kao i rizike koji su specifični za navedenu obvezu. Učinak povećanja rezerviranja, kao odraz protoka vremena iskazuje se u okviru rashoda od kamata.

BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)

2.18 Priznavanje prihoda

Grupa priznaje prihode kako bi se prikazao prijenos obećane robe ili usluga kupcima u iznosu koji odražava naknadu za koju Grupa očekuje da ima pravo u zamjenu za tu robu ili usluge. Osnovno načelo iskazano je u okviru modela koji se sastoji od pet koraka.

Prihodi se sastoje od fer vrijednosti primljene naknade ili potraživanja za prodane proizvode, robu ili usluge u redovnom poslovanju Grupe. Prihodi su iskazani u iznosima koji su umanjeni za porez na dodanu vrijednost, rabate i diskonte, troškove ulistavanja proizvoda i marketinških aktivnosti koji su sastavni dio ugovora s kupcima. Sve ostale marketinške aktivnosti vezane za marketinške kampanje koje nisu sastavni dio ugovora s kupcima iskazane su u sklopu Troškova marketinga i unapređenja prodaje. Grupa priznaje prihode kada se iznos prihoda može pouzdano mjeriti, kada je vjerojatno da će Grupa ostvariti buduće ekonomske koristi i kada su zadovoljeni specifični kriteriji za sve djelatnosti Grupe koje su opisane u nastavku.

(a) *Prihodi od veleprodaje proizvoda i trgovačke robe*

Grupa proizvodi i prodaje svoje proizvode i tuđu robu u veleprodaji. Prihodi od veleprodaje priznaju se kada Grupa obavi isporuke robe veletrgovcu, kada veletrgovac ima slobodu određivanja prodajne cijene i kada ne postoji nijedna nepodmirena obveza koja bi mogla utjecati na prihvaćanje proizvoda od strane veletrgovca. Isporučka je izvršena kad se proizvodi otpreme na određenu lokaciju, rizici gubitka prenesu na veletrgovca i kad je utvrđeno jedno od navedenoga: veletrgovac prihvaća proizvode u skladu s ugovorom, ili je rok za prihvaćanje proizvoda protekao ili Grupa ima objektivne dokaze o tome da su svi kriteriji prihvaćanja zadovoljeni.

Proizvodi se prodaju uz količinski popust i kupci imaju pravo na povrat neispravne robe. Prihodi od prodaje iskazuju se na temelju cijene iz ugovora o prodaji, umanjeni za procijenjene količinske popuste i povrate u trenutku prodaje. Procjene popusta i povrata i njihovo priznavanje provode se na temelju stečenog iskustva. Količinski popusti procjenjuju se temeljem očekivane prodaje na godišnjoj razini. Prodaja ne sadržava elemente financiranja, jer je rok naplate potraživanja do 90 dana, što je u skladu s tržišnom praksom.

(b) *Prihodi od prodaje robe - maloprodaja*

Grupa posluje preko lanca ljekarni i specijaliziranih prodavaonica. Prihod od prodaje robe priznaje se u trenutku kada se proizvod proda kupcu. U maloprodaji se roba obično plaća u novcu ili kreditnom karticom. Grupa provodi program za lojalne kupce sukladno kojem se kupcima pruža mogućnost skupljanja nagradnih bodova prilikom kupnje proizvoda. Nakon što skupe određeni broj nagradnih bodova, kupci iste mogu iskoristiti za popuste prilikom sljedeće kupnje, podložno minimalnom broju skupljenih bodova. Primljena naknada alocira se na prodane proizvode i izdane bodove. Dio fer vrijednosti primljene naknade raspoređuje se na nagradne bodove i razgraničava se, a zatim priznaje kao prihod kroz razdoblje u kojem su nagradni bodovi iskorišteni.

(c) *Prihodi od usluga*

Prihodi od usluga priznaju se u razdoblju u kojem su usluge obavljene, prema stupnju dovršenosti, na osnovu udjela stvarno obavljenih usluga u odnosu na ukupne usluge koje se trebaju obaviti.

(d) *Prihod od kamata*

Prihodi od kamata nastali po osnovu sredstava oročenih kod banaka, danih kredita i kamate od kupaca priznaju se na vremenski proporcionalnoj osnovi koristeći metodu efektivne kamatne stope.

(e) *Prihodi od najma*

Prihodi od usluga najma priznaju se u razdoblju u kojem su usluge pružene, korištenjem pravocrtne metode tijekom razdoblja ugovora s najmoprimcima te se iskazuju u računu dobiti i gubitka, u sklopu ostalih poslovnih prihoda.

BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)

2.19 Raspodjela dividendi

Raspodjela dividendi dioničarima Društva priznaje se kao obveza u konsolidiranim financijskim izvještajima Grupe u razdoblju u kojem su dividende odobrene od strane Glavne skupštine Društva.

2.20 Porez na dodanu vrijednosti

Porezne uprave zahtijevaju podmirenje PDV-a na neto osnovi. PDV koji proizlazi iz transakcija prodaje i kupnje priznaje se i iskazuje u bilanci na neto osnovi. U slučaju umanjenja potraživanja za ispravak vrijednosti, gubitak od umanjenja iskazuje se u bruto iznosu potraživanja, uključujući PDV.

2.21 Dugotrajna imovina namijenjena prodaji

Dugotrajna imovina se klasificira kao namijenjena prodaji kada se njezina knjigovodstvena vrijednost može nadoknaditi prvenstveno prodajom i kada se prodaja smatra vrlo vjerojatnom. Iskazuje se po knjigovodstvenoj vrijednosti ili fer vrijednosti umanjenoj za troškove prodaje, ovisno o tome koja je niža, dok se trošak amortizacije ne priznaje u račun dobiti i gubitka.

2.22 Derivativni financijski instrumenti i aktivnosti zaštite

Derivativi se inicijalno priznaju po fer vrijednosti na dan zaključivanja ugovora o derivatima, a nakon toga se mjere po fer vrijednosti. Metoda priznavanja dobiti ili gubitka koja rezultira iz vrednovanja ovisi o tome da li je derivat označen kao instrument zaštite od rizika i, ukoliko jest, o prirodi stavke koja je zaštićena.

Grupa koristi derivate kao zaštitu od posebnog rizika koji se odnosi na priznato sredstvo ili obvezu, odnosno na vrlo vjerojatne predviđene transakcije (zaštita rizika novčanog toka).

Na početku transakcije, Grupa dokumentira odnos između instrumenata zaštite i zaštićenih stavki, kao i ciljeve upravljanja rizikom i strategiju poduzimanja različitih transakcija zaštite. Grupa također dokumentira, kako na početku tako i tijekom trajanja zaštite od rizika i svoju procjenu da li su derivati koji se koriste u transakcijama zaštite izrazito efektivni kod kompenziranja promjena u novčanim tokovima zaštićenih stavki.

Fer vrijednosti derivata korištenih za zaštitu rizika novčanog toka objavljena je u bilješci 16. Promjene u pričuvama za zaštitu od rizika prikazane su u bilješci 22.

Efektivan dio promjena u fer vrijednosti derivata koji su označeni kao, i ispunjavaju uvjet da budu zaštita od rizika novčanog toka priznaju se u ostaloj sveobuhvatnoj dobiti (OSD). Dobit ili gubitak koji se odnosi na neefektivan dio promjena odmah se priznaje u računu dobiti i gubitka, u sklopu pozicije „Ostali dobiti/(gubici) – neto“. Iznosi akumulirani u kapitalu se reklasificiraju iz OSD u račun dobiti i gubitka u razdobljima kada zaštićena stavka utječe na dobit ili gubitak. Dobit odnosno gubitak koji se odnosi na efektivni dio swap-a kamatnih stopa kojima se vrši zaštita varijabilne kamatne stope na obveze po primljenim kreditima priznaje se u računu dobiti i gubitka u okviru pozicije 'Rashodi od financiranja - neto'. Dobitak odnosno gubitak koji se odnosi na neefektivni dio priznaje se u računu dobiti i gubitka u sklopu pozicije „Ostali dobiti/(gubici) – neto“.

Kada instrument zaštite istekne ili bude prodan, ili kada zaštita više ne zadovoljava kriterije računovodstva zaštite, svaka kumulativna dobit ili gubitak koji u tom trenutku postoji u kapitalu ostaje u kapitalu i reklasificira se iz OSD u račun dobiti i gubitka u trenutku kada je predviđena buduća transakcija priznata u računu dobiti i gubitka. Kada se više ne očekuje da će doći do prognozirane transakcije, kumulativna dobit ili gubitak koji je prikazan u kapitalu odmah se prenosi u račun dobiti i gubitka u sklopu pozicije „Ostali dobiti/(gubici) – neto“.

BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)

2.23 Obveze prema dobavljačima

Obveze prema dobavljačima su obveze plaćanja dobavljaču za preuzetu robu ili primljene usluge tijekom redovnog poslovanja. Obveze prema dobavljačima se klasificiraju kao tekuće ukoliko dospijevaju na plaćanje u roku do jedne godine, odnosno u okviru redovnog ciklusa poslovanja ukoliko je duži. U suprotnom, obveze se klasificiraju kao dugoročne. Obveze prema dobavljačima se inicijalno priznaju po fer vrijednosti, a naknadno se mjere prema amortiziranom trošku koristeći metodu efektivne kamatne stope.

2.24 Ulaganja u nekretnine

Ulaganja u nekretnine iskazana su u bilanci po povijesnom trošku umanjenom za akumuliranu amortizaciju i umanjenje vrijednosti. Ulaganja u nekretnine se ukidaju bilo u slučaju prodaje bilo u slučaju povlačenja iz uporabe, kada se nikakve buduće ekonomske koristi više ne očekuju od prodaje ove imovine. Transferi sa i na ulaganja u nekretnine rade se samo onda kada se mijenja namjena imovine. Knjigovodstvena vrijednost ulaganja u nekretnine približno odgovara fer vrijednosti iste. Ulaganja u nekretnine drže se s namjenom dugoročnog iznajmljivanja te se ne koriste od strane Grupe.

2.25 Dobit iz poslovanja

Dobit iz poslovanja uključuje razliku između poslovnih prihoda (prihoda od prodaje proizvoda, trgovačke robe i usluga, prihoda od kamata i ostalih prihoda) i poslovnih rashoda koji uključuju sve troškove osim financijskih rashoda i poreza.

2.26 Usporedni podaci

Po dovršetku postupka alokacije kupovne cijene akvizicije društva Procaffè d.o.o., Dugopolje prepravljene su pozicije bilance na dan 31. prosinca 2020. godine - nematerijalna imovina (goodwill) i odgođena porezna obveza uvećani su za 1.732 tisuće kuna. Budući da ove promjene nisu imale utjecaja na bilancu na dan 1. siječnja 2020. godine, dodatna bilanca i pripadajuće bilješke s početnim stanjima najranijeg razdoblja usporedbe nisu prezentirani.

BILJEŠKA 3 – UPRAVLJANJE FINACIJSKIM RIZIKOM

3.1 Čimbenici financijskog rizika

Poslovne aktivnosti Grupe izlažu je različitim vrstama financijskih rizika koje uključuju: tržišni rizik (uključujući valutni rizik, rizik fer vrijednosti kamatne stope, kamatni rizik novčanog toka te cjenovni rizik), kreditni rizik i rizik likvidnosti. Program upravljanja rizicima Grupe fokusira se na nepredvidljivosti financijskog tržišta te je usmjeren na minimiziranje potencijalnog negativnog odražavanja istog na poslovanje Grupe. Grupa koristi derivativne financijske instrumente kao instrumente zaštite od određenih financijskih rizika.

(a) *Tržišni rizik*

(i) *Valutni rizik*

Grupa djeluje na međunarodnoj razini i izložena je valutnom riziku koji proizlazi iz raznih promjena tečajeva stranih valuta vezanih uglavnom uz EUR, srpski dinar (RSD), rusku rublju (RUB) i, u manjoj mjeri američki dolar (USD). Promjena tečaja srpskog dinara u odnosu na EUR u 2021. i 2020. godini nije imala značajan utjecaj na rezultat Grupe. Deprecijacija ruske rublje u 2021. godini u odnosu na EUR nije imala značajan utjecaj na rezultat Grupe (u 2020. godini rezultirala je gubitkom od tečajnih razlika u iznosu 1.327 tisuća kuna).

Promjene tečajeva između gore navedenih valuta i hrvatske kune (HRK) mogu imati utjecaj na rezultate budućih operacija i budućeg novčanog tijeka Grupe. Iznosi u tablici u nastavku predstavljaju iznose u kunama denominirane u ovim valutama na datum bilance za glavne bilančne monetarne stavke.

31. prosinca 2021.

(u tisućama kuna)

	EUR	RSD	USD	RUB
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	316.079	352.248	952	11.832
Novac i novčani ekvivalenti	111.712	27.488	225	3.155
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	(437.833)	(199.537)	(24.537)	(12.751)
Obveze po primljenim kreditima	(1.136)	(127.862)	(1.563)	-
Obveze po najmovima	(325.444)	(1.507)	-	-
Neto izloženost bilance	(336.622)	50.830	(24.923)	2.236

31. prosinca 2020.

(u tisućama kuna)

	EUR	RSD	USD	RUB
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	337.360	331.227	1.403	17.668
Novac i novčani ekvivalenti	87.482	11.297	112	1.348
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	(388.793)	(151.887)	(11.306)	(9.279)
Obveze po primljenim kreditima	(152.392)	(153.840)	(1.442)	-
Obveze po najmovima	(331.564)	(1.515)	-	-
Neto izloženost bilance	(447.907)	35.282	(11.233)	9.737

Budući da Grupa također ima ovisna društva izvan Hrvatske, vrijednost dioničke glavnice izložena je promjeni tečaja. Promjene dioničke glavnice uzrokovane promjenom tečaja iskazane su kao tečajne razlike u konsolidiranom izvještaju o sveobuhvatnoj dobiti.

BILJEŠKA 3 – UPRAVLJANJE FINANCIJSKIM RIZIKOM (nastavak)

3.1 Čimbenici financijskog rizika (nastavak)

(a) Tržišni rizik (nastavak)

(i) Valutni rizik (nastavak)

U slučaju jačanja EUR-a za 1% u odnosu na kunu i srpski dinar, pod pretpostavkom da su svi ostali pokazatelji ostali nepromijenjeni, dobit nakon poreza bila bi 478 tisuća kuna veća (2020.: 3.772 tisuća kuna veća), a ostala sveobuhvatna dobit bi bila 12.136 tisuća kuna veća (2020.: 11.988 tisuća kuna veća), kao rezultat tečajnih razlika proizašlih iz konsolidacije ovisnih društava čija je funkcionalna valuta EUR.

Ukoliko bi srpski dinar ojačao za 1% u odnosu na kunu, dobit nakon poreza bila bi 828 tisuća kuna veća (2020.: 1.406 tisuća kuna veća), a ostala sveobuhvatna dobit bi bila 10.976 tisuća kuna veća (2020.: 10.491 tisuća kuna veća), pod pretpostavkom da su svi ostali pokazatelji ostali nepromijenjeni.

Ukoliko bi ruska rublja ojačala za 1% u odnosu na kunu, dobit nakon poreza bila bi 132 tisuće kuna veća (2020.: 721 tisuće kuna veća), a ostala sveobuhvatna dobit bi bila 95 tisuća kuna veća (2020.: 82 tisuće kuna veća), pod pretpostavkom da su svi ostali pokazatelji ostali nepromijenjeni.

(ii) Rizik ulaganja u vrijednosne papire

Grupa je izložena riziku ulaganja u vrijednosne papire kroz rizike fer vrijednosti i cjenovni rizik jer su ulaganja Grupe klasificirana u konsolidiranoj bilanci po fer vrijednosti kroz OSD. Ulaganja u vrijednosne papire klasificirana kao raspoloživa za prodaju ne kotiraju na burzi. Kako bi upravljala rizicima koji proizlaze iz njihove fer vrijednosti i promjene cijena, Grupa prati tržišne transakcije i rezultate subjekta ulaganja.

Ne postoje pouzdane vanjske informacije u pogledu fer vrijednosti. Temeljem internih informacija, Uprava smatra da je fer vrijednost jednaka ili viša od knjigovodstvene vrijednosti. Međutim, zbog ograničenosti dostupnih informacija, Uprava nije izvršila analizu osjetljivosti. Na dan 31. prosinca 2021. godine, ukoliko bi se fer vrijednost financijske imovine kroz OSD promijenila, pod pretpostavkom da su svi ostali pokazatelji ostali nepromijenjeni, ostala sveobuhvatna dobit i revalorizacijske rezerve promijenili bi se za isti iznos.

(iii) Kamatni rizik novčanog toka i rizik fer vrijednosti kamatne stope

Budući da Grupa nema značajnu imovinu koja ostvaruje prihod od kamata, prihodi Grupe i novčani tok iz poslovnih aktivnosti nisu u značajnoj mjeri ovisni o promjenama tržišnih kamatnih stopa.

Kamatni rizik Grupe proizlazi iz dugoročnih kredita i izdanih obveznica. Krediti odobreni po promjenjivim stopama izlažu Grupu riziku novčanog toka, što je djelomično pokriveno novčanim sredstvima uloženim po promjenjivim stopama. Krediti odobreni po fiksnim stopama izlažu Grupu riziku fer vrijednosti kamatne stope bez obzira što se primljeni krediti ne iskazuju po fer vrijednosti.

Grupa kontinuirano prati promjene kamatnih stopa. Simuliraju se različite situacije uzimajući u obzir refinanciranje, obnavljanje sadašnjeg stanja kao i alternativno financiranje. Na osnovu ovih situacija, Grupa izračunava utjecaj promjene kamatne stope na račun dobiti i gubitka. U odnosu na iskazano stanje na dan 31. prosinca 2021. godine, kada bi se efektivna kamatna stopa na primljene kredite povećala/smanjila za 100 baznih bodova na godišnjoj razini (2020.: 100 baznih bodova), dobit nakon poreza bila bi za 2.648 tisuće kuna manja/veća (2020.: 4.182 tisuća kuna manja/veća), uglavnom kao rezultat većeg/manjeg troška od kamata.

BILJEŠKA 3 – UPRAVLJANJE FINACIJSKIM RIZIKOM (nastavak)

3.1 Čimbenici financijskog rizika (nastavak)

(b) Kreditni rizik

Imovina Grupe koja nosi kreditni rizik sastoji se uglavnom od novčanih sredstava, depozita, potraživanja od kupaca i ostalih potraživanja. Prodajne politike Grupe osiguravaju da se prodaja obavlja kupcima koji imaju odgovarajuću kreditnu povijest, i to u okvirima unaprijed određenih kreditnih ograničenja. Kreditni rizik Grupe je manji zbog raspodjele potraživanja na veće grupe kupaca. Dodatno, ključni kupci Grupe su veliki trgovački lanci, i ovisnost o ovim kupcima je smanjena razvijanjem drugih kanala distribucije. Grupa smanjuje kreditni rizik provođenjem strogih mjera kontrole naplate i isporuke robe kao i pribavljanjem instrumenata osiguranja dužnika (zadužnice i mjenice). U izvještajnom razdoblju nije bilo prekoračenja kreditnih limita i Uprava ne očekuje gubitke od neizvršavanja obveza drugih strana. Detaljna analiza i maksimalna izloženost kreditnom riziku iskazana je u bilješkama 16. i 18.

(c) Rizik likvidnosti

Razborito upravljanje rizikom likvidnosti podrazumijeva održavanje dostatne količine novca, osiguravanje raspoloživosti financijskih sredstava adekvatnim iznosom ugovorenih kreditnih linija i sposobnost podmirenja svih obveza. Cilj Grupe je održavanje fleksibilnosti financiranja na način da ugovorene kreditne linije budu dostupne.

Projekcija novčanog toka radi se na nivou operativnih društava te se agregira na razini Grupe. Grupa kontinuirano prati likvidnost kako bi osigurala dovoljno novčanih sredstava za potrebe poslovanja uz održavanje dovoljno prostora za korištenje neiskorištenih kreditnih linija kada je to potrebno. Ovakvo projiciranje uzima u obzir planove Grupe u pogledu podmirivanja dugova, usklađivanje s ugovorom zadanim odnosima te interno zadanim odnosima u bilanci.

Višak gotovine iznad nivoa potrebnog za upravljanje radnim kapitalom polaže se na kamatonosne tekuće račune, oročene depozite ili u novčane fondove, uz odabir instrumenata s odgovarajućim rokom dospijea ili onih koji osiguravaju dovoljnu likvidnost.

Na dan 31. prosinca 2021. godine Grupa je imala 346.635 tisuća kuna novca i novčanih ekvivalenata (2020.: 426.513 tisuća kuna) te 85 tisuća kuna oročenih kratkoročnih depozita (2020.: 22 tisuća kuna) za koje se očekuje da će brzo generirati priljev gotovine za potrebe upravljanja rizikom likvidnosti.

Obveze prema dobavljačima i ostale obveze, kao i obveze po kratkoročnim kreditima dospijevaju do 12 mjeseci poslije datuma bilance, dok je dospijea dugoročnih kredita prikazano u bilješci 24.

BILJEŠKA 3 – UPRAVLJANJE FINACIJSKIM RIZIKOM (nastavak)

3.1 Čimbenici financijskog rizika (nastavak)

(c) Rizik likvidnosti (nastavak)

Tablica u nastavku analizira financijske obveze Grupe sukladno ugovorenim dospjećima. Navedeni iznosi predstavljaju ugovorene nediskontirane novčane tokove.

<i>(u tisućama kuna)</i>	Manje od 1 godine	Između 1- 5 godina	Više od 5 godina	Ukupno
31. prosinca 2021.				
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	1.110.972	-	-	1.110.972
Obveze po kreditima	163.193	308.513	-	471.706
Obveze po najmovima	95.132	186.443	100.215	381.790
<i>(u tisućama kuna)</i>	Manje od 1 godine	Između 1- 5 godina	Više od 5 godina	Ukupno
31. prosinca 2020.				
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	914.582	-	-	914.582
Obveze po kreditima	513.861	310.500	-	824.361
Obveze po najmovima	103.118	213.341	109.687	426.146

3.2 Promjene u obvezama proizašle iz financijskih aktivnosti

<i>(u tisućama kuna)</i>	Kratkoroč. kredit	Dugoroč. kredit	Obveze po najmovima- kratkoročne	Obveze po najmovima- dugoročne	Ukupne obveze
1. siječnja 2021.	511.696	299.528	84.824	263.479	1.159.527
Novčani tok	(350.799)	-	(93.502)	-	(444.301)
Povećanja, modifikacije i prestanak najmov	-	-	13.882	81.963	95.845
Tekući dio	144	(144)	81.836	(81.836)	-
Tečajne razlike	(1.144)	28	(196)	(541)	(1.853)
Ostalo	35	245	-	-	280
31. prosinca 2021.	159.932	299.657	86.844	263.065	809.498

Linija „Ostalo“ uključuje učinak kupnje i pripajanja podružnica. Plaćene kamate su iskazane unutar novčanog toka iz poslovnih aktivnosti.

3.3 Upravljanje kapitalom

Ciljevi Grupe prilikom upravljanja kapitalom su očuvanje sposobnosti Grupe da nastavi poslovanje pod pretpostavkom vremenske neograničenosti kako bi omogućila povrat ulaganja dioničarima i koristi ostalim zainteresiranim stranama te da održi optimalnu strukturu kapitala kako bi umanjila trošak kapitala.

Grupa nadzire kapital kroz praćenje pokazatelja zaduženosti. Ovaj pokazatelj računa se kao omjer neto duga i ukupnog kapitala i neto duga. U kalkulaciju neto duga ulaze ukupni primljeni krediti (dugoročni i kratkoročni krediti iskazani u konsolidiranoj bilanci) uvećani za obveze po najmovima, derivativne financijske instrumente i umanjeni za novac i novčane ekvivalente. Ukupni kapital i neto dug izračunat je na način da se kapitalu i rezervama iskazanim u konsolidiranoj bilanci dodaje neto dug.

BILJEŠKA 3 – UPRAVLJANJE FINANCIJSKIM RIZIKOM (nastavak)

3.3 Upravljanje kapitalom (nastavak)

Pokazatelji zaduženosti su kako slijedi:

	<u>2021.</u>	<u>2020.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Ukupno primljeni krediti (bilješka 24)	459.589	811.224
Obveze po najmovima (bilješka 13a)	349.909	348.303
Derivativni financijski instrumenti (bilješka 16)	(2.972)	7.132
Umanjeno za: Novac i novčani ekvivalenti (bilješka 20)	(346.635)	(426.513)
Neto dug	459.891	740.146
Kapital i rezerve	3.152.530	2.947.985
Ukupni kapital i neto dug	3.612.421	3.688.131
Pokazatelj zaduženosti	13%	20%

Kako bi održalo ili uskladilo strukturu kapitala, Skupština Društva može sukladno Odluci o politikama dividende mijenjati iznos dividendi koje se isplaćuju dioničarima, ili izvršiti povrat kapitala dioničarima, odnosno izdati nove dionice ili Grupa može prodati imovinu kako bi smanjila zaduženost.

3.4 Procjena fer vrijednosti

Svi financijski instrumenti koji se u bilanci mjere ili prikazuju po fer vrijednosti, kategoriziraju se u skladu s dolje prikazanom hijerarhijom, na temelju najnižeg inputa koji je značajan za utvrđivanje njihove fer vrijednosti:

- Razina 1 - kotirane cijene (nekorrigirane) na aktivnim tržištima za identičnu imovinu ili obveze.
- Razina 2 - inputi koji ne predstavljaju kotirane cijene uključene u razinu 1, a radi se o vidljivim inputima za imovinu ili obvezu, bilo izravno (tj. kao cijene) ili neizravno (tj. izvedeni iz cijena).
- Razina 3 - inputi za imovinu ili obvezu koji se ne temelje na vidljivim tržišnim podacima (tj. nevidljivi inputi).

Fer vrijednost financijskih instrumenata kojima se trguje na aktivnim tržištima temelji se na kotiranim tržišnim cijenama na dan bilance. Tržište se smatra aktivnim ako su kotirane cijene poznate temeljem burze, aktivnosti brokera, industrijske skupine ili regulatorne agencije, a te cijene predstavljaju stvarne i redovite tržišne transakcije prema uobičajenim trgovačkim uvjetima.

Fer vrijednost financijskih instrumenata kojima se ne trguje na aktivnom tržištu (na primjer, OTC derivativi) utvrđuje se korištenjem tehnika procjene. Te tehnike procjene zahtijevaju maksimalno korištenje vidljivih tržišnih podataka gdje je to moguće, a oslanjaju se što je manje moguće na procjene specifične za pojedini subjekt. Ukoliko su svi značajni inputi potrebni za fer vrednovanje instrumenta vidljivi, instrument se uključuje u razinu 2. Ako se jedan ili više značajnih inputa ne temelji na vidljivim tržišnim podacima, instrument se uključuje u razinu 3.

BILJEŠKA 3 – UPRAVLJANJE FINANCIJSKIM RIZIKOM (nastavak)

3.4 Procjena fer vrijednosti (nastavak)

Specifične tehnike procjene koje se koriste za vrednovanje financijskih instrumenata uključuju:

- Kotirane tržišne cijene ili kotacije brokera za slične instrumente.
- Fer vrijednost kamatnih swapova izračunava se kao sadašnja vrijednost procijenjenih budućih novčanih tokova na temelju vidljivih krivulja prinosa.
- Fer vrijednost deviznih terminskih ugovora utvrđuje se korištenjem forward tečaja na datum bilance, a vrijednost dobivena kao rezultat diskontira se do sadašnje vrijednosti.
- Ostale tehnike, kao što je analiza diskontiranog novčanog toka, koriste se za utvrđivanje fer vrijednosti preostalih financijskih instrumenata.

Fer vrijednost derivativnih financijskih instrumenata i financijskih instrumenata raspoloživih za prodaju određuje se specifičnim tehnikama vrednovanja, pa su isti uključeni u razinu 2.

BILJEŠKA 4 – KLJUČNE RAČUNOVODSTVENE PROCJENE

Grupa izrađuje procjene i stvara pretpostavke vezane za budućnost. Proizašle računovodstvene procjene su, po definiciji, u rijetkim slučajevima izjednačene sa stvarnim rezultatima. U nastavku se navode procjene i pretpostavke koje bi mogle uzrokovati značajan rizik usklađivanja knjigovodstvenih iznosa imovine i obveza u sljedećoj financijskoj godini.

(a) Očekivani vijek uporabe brendova i licenci

Očekivani vijek uporabe brendova i licenci smatra se neograničenim, osim ako postoje okolnosti koje bi ukazivale na to da bi vijek trebao biti ograničen na određeni period. Grupa razmatra takve pokazatelje na kraju svakog izvještajnog razdoblja.

(b) Testiranje na umanjenje goodwilla i nematerijalne imovine s neograničenim vijekom uporabe

Grupa provodi redovne provjere goodwilla i nematerijalne imovine s neograničenim vijekom uporabe zbog umanjenja vrijednosti, sukladno politici iskazanoj u bilješci 2.7. Brendovi s neograničenim vijekom upotrebe se testiraju zbog umanjenja vrijednosti na pojedinačnoj osnovi, licence na razini vrste ljekarničkog poslovanja (ljekarne i specijalizirane prodavaonice), dok se goodwill testira unutar operativnog segmenta na koji je alociran.

Goodwill i nematerijalna imovina s neograničenim vijekom uporabe alocirani su na jedinice stvaranja novca unutar poslovnih segmenata kako slijedi:

(i) Licence

Poslovni segment	31. prosinca 2021.	31. prosinca 2020.
(u tisućama kuna)		
SPP Pharma	177.347	171.059
	177.347	171.059

BILJEŠKA 4 – KLJUČNE RAČUNOVODSTVENE PROCJENE (nastavak)

(b) Testiranje na umanjenje goodwilla i nematerijalne imovine s neograničenim vijekom uporabe (nastavak)

(ii) **Brendovi**

Poslovni segment (u tisućama kuna)	31. prosinca 2021.	31. prosinca 2020.
SPP Delikatesni namazi	241.497	242.131
SPP Slatko i slano	115.873	120.237
SPP Kava	102.301	102.570
PP Donat	47.020	47.143
Dječja hrana	-	7.537
	506.691	519.618

(iii) **Goodwill**

Poslovni segment (u tisućama kuna)	31. prosinca 2021.	31. prosinca 2020.
SPP Slatko i slano	208.096	220.887
SPP Pharma	168.183	168.183
SPP Delikatesni namazi	126.239	126.564
PP Donat	80.273	80.483
SPP Kava	63.819	63.988
SDP Hrvatska	55.141	49.788
SDP Srbija	51.827	51.960
SDP Slovenija	26.516	26.584
DP Makedonija	6.026	6.042
SPP Pića	2.621	2.621
	788.741	797.100

Nadoknativa vrijednost jedinica stvaranja novca određena je izračunima vrijednosti u uporabi koji su bazirani na projekcijama novčanog toka temeljenim na financijskim projekcijama koje je odobrila Uprava te koji pokrivaju sedmogodišnje razdoblje.

BILJEŠKA 4 – KLJUČNE RAČUNOVODSTVENE PROCJENE (nastavak)

(b) Testiranje na umanjenje goodwilla i nematerijalne imovine s neograničenim vijekom uporabe (nastavak)

Kalkulacije vrijednosti u upotrebi za goodwill baziraju se na sljedećim pretpostavkama diskontne stope nakon poreza:

Poslovni segment	2021.	2020.
PP Donat	7,8%	7,5%
SPP Kava	8,4%	8,2%
SPP Slatko i slano	9,3%	9,2%
SPP Delikatesni namazi	7,6%	7,3%
SPP Pharma	7,8%	6,0%
SDP Hrvatska	8,0%	6,4%
SDP Srbija	10,9%	9,1%
SDP Slovenija	6,6%	5,2%
DP Makedonija	11,3%	9,1%

Pretpostavka o stopi rasta temeljena je na povijesnim podacima i očekivanjima Uprave o razvoju tržišta. Terminalna stopa rasta iznosi 2,0% za sve poslovne segmente (osim za SBU Kavu za koju iznosi 1,0%) i individualne testove umanjenja imovine te se bazira na očekivanjima Uprave o razvoju tržišta (2020: 2,0%, SBU Kava: 1,0%). Diskontne stope nakon poreza u 2021. godini su uglavnom više u odnosu na 2020. godinu među segmentima temeljem povećanja premija rizika za ulaganje (eng. ERP – equity risk premium) po svim tržištima kao posljedica pandemije.

BILJEŠKA 4 – KLJUČNE RAČUNOVODSTVENE PROCJENE (nastavak)

(b) Testiranje na umanjnje goodwilla i nematerijalne imovine s neograničenim vijekom uporabe (nastavak)

Pretpostavka o stopi rojaliteta koja se koristi za testiranje na umanjnje vrijednosti brendova je kako slijedi:

	<u>2021.</u>	<u>2020.</u>
Barcaffè	5,0%	5,0%
Najlepše želje	6,0%	6,0%
Banatica	5,0%	5,0%
Smoki	7,0%	7,0%
Argeta	8,0%	8,0%
Donat	8,0%	8,0%

Testiranjem na umanjnje goodwilla i nematerijalne imovine s neograničenim vijekom uporabe na datum bilance priznato je umanjnje vrijednosti goodwilla i nematerijalne imovine u iznosu od 17.045 tisuća kuna (2020.: 20.961 tisuća kuna).

Razumno očekivana promjena bilo koje od ključnih pretpostavki korištenih kod testa umanjnja vrijednosti, promatrajući ih odvojeno bez promjene ostalih pretpostavki može dovesti do dodatnog umanjnja vrijednosti.

Analiza osjetljivosti ključnih pretpostavki korištenih prilikom testiranja umanjnja vrijednosti brendova pokazuje kako bi povećanje diskontne stope za 100 baznih poena uz ostale pretpostavke nepromijenjene dovelo do dodatnog umanjnja vrijednosti brendova u visini od 12.322 tisuće kuna. Istovremeno, ukoliko bi se terminalna stopa rasta smanjila za 100 baznih poena, uz ostale pretpostavke nepromijenjene, umanjnje vrijednosti brendova bilo bi za 7.854 tisuće kuna veće dok bi smanjenje stope rojaliteta za 50 baznih poena, uz ostale pretpostavke nepromijenjene impliciralo dodatno umanjnje vrijednosti brendova za 39.040 tisuća kuna.

Analiza osjetljivosti ključnih pretpostavki korištenih prilikom testiranja umanjnja vrijednosti goodwilla i licenci pokazuje kako povećanje diskontne stope za 100 baznih poena, uz ostale pretpostavke nepromijenjene dovelo do dodatnog umanjnja vrijednosti goodwilla i licenci u visini od 88.478 tisuća kuna. Istovremeno, ukoliko bi se terminalna stopa rasta smanjila za 100 baznih poena, uz ostale pretpostavke nepromijenjene, umanjnje vrijednosti goodwilla i licenci bilo bi za 60.528 tisuća kuna veće, dok bi uz smanjenje očekivanog slobodnog novčanog toka za 500 baznih poena, uz ostale pretpostavke nepromijenjene, umanjnje vrijednosti goodwilla i licenci bilo za 36.738 tisuća kuna veće.

(c) Priznavanje odgođene porezne imovine

Odgođena porezna imovina predstavlja iznose poreza na dobit koji su nadoknadivi na temelju budućih odbitaka oporezive dobiti te se iskazuje u bilanci. Odgođena porezna imovina priznaje se do visine poreznih prihoda za koje je vjerojatno da će biti ostvareni. Prilikom utvrđivanja buduće oporezive dobiti i iznosa poreznih prihoda za koje je vjerojatno da će biti ostvareni u budućnosti, Uprava donosi prosudbe i izrađuje procjene na temelju oporezive dobiti iz prethodnih godina i očekivanja budućih prihoda za koje se smatra da su razumni u postojećim okolnostima (bilješka 25).

BILJEŠKA 5 – INFORMACIJE O SEGMENTIMA

Model poslovanja Grupe organiziran je kroz pet strateških poslovnih područja i dva poslovna područja. Od 1. siječnja 2021. godine uspostavljeno je poslovno područje Novi rast koje obuhvaća nove brendove 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.



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

Zbog činjenice da DP Makedonija, DP Rusija, DP Austrija, Globalno upravljanje mrežom distributera te PP 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.

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

Prodaja individualnih poslovnih područja predstavlja ukupnu prodaju trećim stranama na tržištima (bilo direktno iz poslovnih područja, bilo kroz distribucijska područja). Prodaja distribucijskih područja obuhvaća prodaju proizvoda vanjskih principala kao i prodaju vlastitih proizvoda. Ovo dvostruko prikazivanje prodaje vlastitih proizvoda eliminira se u liniji „Usklada“.

BILJEŠKA 5 – INFORMACIJE O SEGMENTIMA (nastavak)

Prihodi od prodaje* <i>(u tisućama kuna)</i>	2021.	2020.
SPP Kava	1.196.229	1.106.940
SPP Delikatesni namazi	885.248	836.088
SPP Slatko i slano	684.420	644.228
SPP Pharma	563.349	539.786
SPP Pića	536.380	481.671
PP Donat	218.785	196.302
SDP Hrvatska	1.403.161	1.250.759
SDP Srbija	1.335.388	1.231.482
SDP Slovenija	1.012.789	981.260
Ostali segmenti	820.753	777.956
Usklada	(2.954.023)	(2.794.443)
Ukupno	5.702.479	5.252.029

Poslovni rezultati <i>(u tisućama kuna)</i>	Za godinu završenu 31. prosinca 2021.		
	Dobit iz poslovanja prije amortizacije i umanjenja vrijednosti	Amortizacija i umanjenje vrijednosti	Dobit iz poslovanja
SPP Kava	280.122	46.016	234.106
SPP Delikatesni namazi	183.021	18.634	164.387
SPP Slatko i slano	116.227	38.921	77.306
SPP Pića	110.273	34.493	75.780
PP Donat	97.035	4.444	92.591
SPP Pharma	49.421	24.880	24.541
SDP Hrvatska	87.806	26.173	61.633
SDP Slovenija	70.630	7.728	62.902
SDP Srbija	58.513	20.031	38.482
Ostali segmenti	(328.659)	65.124	(393.783)
Ukupno	724.389	286.444	437.945

*Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2021. godinu

BILJEŠKA 5 – INFORMACIJE O SEGMENTIMA (nastavak)

Poslovni rezultati*	Za godinu završenu 31. prosinca 2020.		
	Dobit iz poslovanja prije amortizacije i umanjenja vrijednosti	Amortizacija i umanjenje vrijednosti	Dobit iz poslovanja
<i>(u tisućama kuna)</i>			
SPP Kava	279.464	40.497	238.967
SPP Delikatesni namazi	196.787	18.161	178.626
SPP Slatko i slano	113.917	40.664	73.253
SPP Pića	104.384	29.159	75.225
PP Donat	92.800	4.777	88.023
SPP Pharma	34.691	24.876	9.815
SDP Hrvatska	66.021	23.511	42.510
SDP Slovenija	64.293	7.615	56.678
SDP Srbija	56.622	19.889	36.733
Ostali segmenti	(292.480)	65.166	(357.646)
Ukupno	716.499	274.315	442.184

Izveštavanje po zemljopisnim segmentima

Ukupna dugotrajna imovina, isključujući financijske instrumente, odgođenu poreznu imovinu te potraživanja od kupaca i ostala potraživanja alocirana je kako slijedi:

	2021.	2020.
Hrvatska	1.018.277	972.216
Srbija	1.012.841	1.015.005
Slovenija	896.100	928.050
Ostala tržišta	152.556	152.979
Ukupno dugotrajna imovina po zemljopisnim segmentima	3.079.774	3.068.250

*Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2021. godinu

BILJEŠKA 5 – INFORMACIJE O SEGMENTIMA (nastavak)

Prihodi od prodaje po tržištima	2021.		2020.	
	(u tisućama kuna)	%	(u tisućama kuna)	%
Hrvatska	1.945.624	34,1	1.724.168	32,8
Srbija	1.352.929	23,7	1.248.766	23,8
Slovenija	1.013.699	17,8	982.100	18,7
Bosna i Hercegovina	422.579	7,4	388.246	7,4
Ostala tržišta regije*	466.631	8,2	418.889	8,0
Ključna europska tržišta**	275.807	4,8	251.759	4,8
Rusija i ZND zemlje	116.311	2,1	139.248	2,7
Ostala tržišta	108.899	1,9	98.853	1,8
Ukupan prihod od prodaje po tržištima	5.702.479	100,0	5.252.029	100,0

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

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

Prihod zemljopisnog segmenta ovisi o zemljopisnom položaju kupaca.

Analiza prihoda po kategorijama	2021.		2020.	
	(u tisućama kuna)	%	(u tisućama kuna)	%
Prihodi od prodaje po vrstama proizvoda				
Vlastiti brendovi	3.571.094	61,7	3.332.885	62,6
Principalski brendovi	1.599.911	27,7	1.445.153	27,1
Farmacia	531.474	9,2	473.991	8,9
Ukupno prihodi od prodaje po vrstama proizvoda	5.702.479	98,6	5.252.029	98,6
Ostali prihodi /i/	83.292	1,4	76.645	1,4
Ukupno prihodi	5.785.771	100,0	5.328.674	100,0

/i/ Ostali prihodi se uglavnom sastoje od prihoda od kamata, prihoda od najma te prihoda od ukidanja neiskorištenih rezervacija.

BILJEŠKA 6 – TROŠKOVI RADNIKA

	<u>2021.</u>	<u>2020.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Bruto plaće /i/	779.766	739.686
Božićne i uskrсне naknade i regresi	51.592	39.512
Naknade za prijevoz	18.147	17.238
Otpremnine	5.240	1.534
Ostale naknade zaposlenima /ii/	82.631	57.661
	<u>937.376</u>	<u>855.631</u>

U 2021. godini u Grupi je bilo zaposleno prosječno 5.460 radnika (2020.: 5.409).

/i/ Doprinosi za mirovine koje je Grupa obračunala za uplatu obveznim mirovinskim fondovima za 2021. godinu iznose 147.249 tisuća kuna (2020.: 139.084 tisuće kuna).

/ii/ Ostale naknade zaposlenima uključuju bonuse, troškove stručnog usavršavanja, naknade za neiskorištene dane godišnjeg odmora i jubilarne nagrade.

BILJEŠKA 7 – TROŠKOVI MARKETINGA I UNAPREĐENJA PRODAJE

	<u>2021.</u>	<u>2020.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje – vanjski	302.615	247.863
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje – povezane stranke (bilješka 29)	4.168	3.065
Sponzorstva i donacije – vanjski	22.993	16.185
	<u>329.776</u>	<u>267.113</u>

BILJEŠKA 8 – OSTALI TROŠKOVI POSLOVANJA

	<u>2021.</u>	<u>2020.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Prijevozni troškovi	142.480	131.702
Troškovi održavanja	127.075	115.626
Neproizvodni materijal	34.464	35.934
Zakupnine (bilješka 13a)	29.315	28.454
Intelektualne usluge	27.125	17.577
Porezi i doprinosi koji ne ovise o poslovnom rezultatu	22.829	21.868
Gorivo	18.985	14.031
Vrijednosno usklađenje zaliha (bilješka 19)	16.094	23.955
Neproizvodne usluge	11.510	9.572
Proizvodne usluge	11.135	7.989
Telekomunikacijske usluge	10.949	10.283
Troškovi reprezentacije	9.946	8.335
Ispravak vrijednosti potraživanja od kupaca (bilješka 18)	8.894	20.862
Bankarski troškovi	8.234	7.835
Troškovi službenog puta i dnevnice	5.568	5.029
Ostalo – povezane stranke (bilješka 29)	2.202	2.332
Naknade Nadzornom odboru	1.572	1.496
Ispravak vrijednosti ostalih potraživanja (bilješka 18)	230	412
Naplata prethodno usklađenih potraživanja (bilješka 18)	(8.094)	(10.470)
Donacije – Covid 19	117	25.429
Ostalo	53.784	36.933
	<u>534.414</u>	<u>515.184</u>

BILJEŠKA 9 – OSTALI DOBICI/(GUBICI) – NETO

	<u>2021.</u>	<u>2020.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Dobici/(gubici) od svođenja na fer vrijednost financijske imovine	4.219	(4.913)
Gubici od tečajnih razlika – neto	(3.570)	(3.927)
Dobitak od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme	1.475	130
Dobitak od prodaje ovisnih društava – neto od transakcijskih troškova	648	5.178
Ostalo	1.247	550
	<u>4.019</u>	<u>(2.982)</u>

BILJEŠKA 10 – RASHODI OD FINANCIRANJA – NETO

	<u>2021.</u>	<u>2020.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Financijski prihodi		
Dobici od tečajnih razlika po primljenim kreditima i obvezama po najmovima	2.826	7.608
	<u>2.826</u>	<u>7.608</u>
Financijski rashodi		
Rashodi od kamata po obvezama po najmovima	(8.408)	(9.315)
Rashodi od kamata po primljenim kreditima od banaka	(2.930)	(8.796)
Rashodi od kamata po obveznicama	(2.870)	(6.393)
Rashodi od kamata po aktuarskim izračunima	(827)	(785)
Ostali rashodi od kamata /i/	(2.789)	(420)
Rashodi od kamata – ukupno	<u>(17.824)</u>	<u>(25.709)</u>
Gubici od tečajnih razlika po primljenim kreditima i obvezama po najmovima	(2.751)	(12.435)
	<u>(20.575)</u>	<u>(38.144)</u>
Rashodi od financiranja – neto	<u>(17.749)</u>	<u>(30.536)</u>

/i/ Ostali rashodi od kamata odnose se na kamatu priznatu kao odraz protoka vremena te na zatezne kamate.

BILJEŠKA 11 – POREZ NA DOBIT

	<u>2021.</u>	<u>2020.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Tekući porez na dobit	84.396	79.066
Odgođeni porez (bilješka 25)	(10.092)	(9.688)
	<u>74.304</u>	<u>69.378</u>

Porez obračunat na dobit Grupe prije oporezivanja razlikuje se od izvedenog iznosa koji proizlazi primjenom prosječno ponderirane porezne stope primijenjene na dobit konsolidiranih društava kako slijedi:

	<u>2021.</u>	<u>2020.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Dobit prije poreza	420.196	411.648
Porez na dobit izračunat primjenom zakonske porezne stope na dobit u Republici Hrvatskoj od 18%	75.635	74.097
Porezni učinci:		
Niža porezna stopa u ostalim zemljama	(1.562)	(4.619)
Usklađenje za tekući porez na dobit prethodnih godina	9.855	-
Učinak neoporezivih prihoda	(16.489)	(19.746)
Učinak porezno nepriznatih troškova	19.083	19.931
Učinak priznate porezne olakšice	(4.068)	-
Korištenje prethodno nepriznatih poreznih gubitaka	(8.144)	(2.769)
Porezni gubici za koje nije priznata odgođena porezna imovina	771	3.002
Učinak iskorištenih poreznih gubitaka	(777)	(518)
Porezni trošak	<u>74.304</u>	<u>69.378</u>

Efektivna porezna stopa iznosila je 17,7% (2020.: 16,9%).

Kod sljedećih članica Grupe su tijekom 2021. godine bili obavljani porezni nadzori: nadzor prijave poreza na dobit iz 2020. godine za društvo Atlantic Trade d.o.o., Ljubljana, nadzor prijave poreza na dodanu vrijednost i trošarina za 2020. godinu za društvo Atlantic Grand d.o.o., Beograd, nadzor prijave poreza na dodanu vrijednost za razdoblje od 1. prosinca 2018. godine do 31. ožujka 2021. godine za društvo Atlantic Argeta d.o.o., Sarajevo te nadzor prijave poreza na dobit, poreza na dodanu vrijednost i poreza na dohodak za 2018., 2019. i 2020. godinu za društvo Atlantic Trade d.o.o., Skopje.

Nadzor u Atlantic Trade d.o.o., Skopje je u tijeku dok su svi ostali nadzori završeni u 2021. godini.

BILJEŠKA 12 – ZARADA PO DIONICI

Osnovna zarada po dionici

Osnovna zarada po dionici izračunava se na način da se neto dobit koja se može pripisati dioničarima Društva podijeli s ponderiranim prosječnim brojem redovnih dionica koje su izdane tijekom godine, koji ne uključuje prosječan broj redovnih dionica koje je Društvo kupilo i koje drži kao vlastite dionice.

	<u>2021.</u>	<u>2020.</u>
Neto dobit dioničarima Društva (<i>u tisućama kuna</i>)	344.857	341.730
Prosječno ponderirani broj redovnih izdanih dionica	3.325.122	3.326.936
Osnovna zarada po dionici (<i>u kunama</i>)	103,71	102,72

Razrijeđena zarada po dionici

Razrijeđena zarada po dionici jednaka je osnovnoj zaradi po dionici budući da nije bilo razrijeđenih potencijalno redovnih dionica.

BILJEŠKA 13 – NEKRETNINE, POSTROJENJA I OPREMA

<i>(u tisućama kuna)</i>	Zemljište	Građevinski objekti	Postrojenja i oprema	Imovina u pripremi	Ukupno
Stanje 31. prosinca 2019.					
Nabavna vrijednost	91.156	951.594	1.720.444	121.141	2.884.335
Akumulirana amortizacija	-	(571.011)	(1.341.409)	-	(1.912.420)
Neto knjigovodstvena vrijednost	91.156	380.583	379.035	121.141	971.915
Stanje 1. siječnja 2020.					
Početna neto knjigovodstvena vrijednost	91.156	380.583	379.035	121.141	971.915
Povećanja	44.688	-	-	171.425	216.113
Prijenos u upotrebu	-	9.811	120.280	(130.091)	-
Prodaja i rashodovanja	-	-	(697)	-	(697)
Amortizacija	-	(22.119)	(102.528)	-	(124.647)
Umanjenje vrijednosti	-	-	(4.080)	-	(4.080)
Stjecanje podružnice	-	-	2.801	-	2.801
Tečajne razlike	953	4.005	3.366	609	8.933
Zaključno neto knjigovodstveno stanje	136.797	372.280	398.177	163.084	1.070.338
Stanje 31. prosinca 2020.					
Nabavna vrijednost	136.797	970.038	1.850.685	163.084	3.120.604
Akumulirana amortizacija	-	(597.758)	(1.452.508)	-	(2.050.266)
Neto knjigovodstvena vrijednost	136.797	372.280	398.177	163.084	1.070.338
Stanje 1. siječnja 2021.					
Početna neto knjigovodstvena vrijednost	136.797	372.280	398.177	163.084	1.070.338
Povećanja	-	502	11.093	194.536	206.131
Prijenos u upotrebu	-	12.540	204.945	(217.485)	-
Prodaja i rashodovanja	(1.423)	(2.506)	(1.290)	(2.173)	(7.392)
Amortizacija	-	(20.331)	(105.320)	-	(125.651)
Umanjenje vrijednosti	(245)	(6.413)	(5.345)	(190)	(12.193)
Prijenos na imovinu namijenjenu prodaji	(21)	(2.045)	(1.561)	-	(3.627)
Stjecanje podružnica	-	-	1.438	-	1.438
Prodaja podružnice	(4.634)	(9.743)	(3.981)	-	(18.358)
Tečajne razlike	(188)	(856)	(620)	(297)	(1.961)
Zaključno neto knjigovodstveno stanje	130.286	343.428	497.536	137.475	1.108.725
Stanje 31. prosinca 2021.					
Nabavna vrijednost	130.286	908.468	1.890.872	137.475	3.067.101
Akumulirana amortizacija	-	(565.040)	(1.393.336)	-	(1.958.376)
Neto knjigovodstvena vrijednost	130.286	343.428	497.536	137.475	1.108.725

Na dan 31. prosinca 2021. godine kao sredstvo osiguranja otplate kredita nema založene dugotrajne materijalne imovine, dok je neto knjigovodstvena vrijednost iste na dan 31. prosinca 2020. godine iznosila 177.509 tisuća kuna (bilješka 24).

BILJEŠKA 13a – NAJMOVI

Ova bilješka sadrži informacije o najmovima gdje je Grupa najmoprimac.

(i) *Iznosi priznati u bilanci*

<i>(u tisućama kuna)</i>	Zgrade	Vozila	Ostalo	Ukupno
Stanje 1. siječnja 2020.	275.871	94.894	1.482	372.247
Povećanja	25.854	38.666	323	64.843
Modifikacije	17.151	1.127	765	19.043
Prestanak najma	(20.004)	(8.557)	(244)	(28.805)
Amortizacija	(48.248)	(40.941)	(660)	(89.849)
Učinak promjene deviznog tečaja	715	638	6	1.359
Stanje 31. prosinca 2020.	251.339	85.827	1.672	338.838
Povećanja	20.618	52.628	3.768	77.014
Modifikacije	13.554	792	373	14.719
Prestanak najma	(3.654)	(1.713)	(969)	(6.336)
Amortizacija	(51.169)	(43.064)	(389)	(94.622)
Učinak promjene deviznog tečaja	(657)	943	(5)	281
Stanje 31. prosinca 2021.	230.031	95.413	4.450	329.894

<i>(u tisućama kuna)</i>	31. prosinca 2021.	31. prosinca 2020.
Obveze po najmovima		
Kratkoročne	86.844	84.824
Dugoročne	263.065	263.479
	349.909	348.303

(ii) *Iznosi priznati u računu dobiti i gubitka*

<i>(u tisućama kuna)</i>	2021.	2020.
Amortizacija prava na korištenje imovine	94.622	89.849
Rashodi od kamata (uključeno u „Financijske rashode“)	8.408	9.315
Troškovi vezani uz kratkoročni najam, najam softverskih licenci i imovinu male vrijednosti te varijabilnu komponentu najma koja se ne kapitalizira (uključeno u „Ostale troškove poslovanja“)	29.315	28.454

Ukupni novčani odljev za otplatu glavnice po najmovima u 2021. godini iznosio je 93.502 tisuće kuna (2020.: 86.999 tisuća kuna).

BILJEŠKA 14 – DUGOTRAJNA IMOVINA NAMIJENJENA PRODAJI

	31. prosinca 2021.	31. prosinca 2020.
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Početna neto knjigovodstvena vrijednost	5.382	5.583
Prijenos sa materijalne i nematerijalne imovine	3.762	-
Umanjenje vrijednosti	(1.140)	-
Prodaja i rashodovanja	(3.750)	(205)
Prijenos na ulaganje u nekretnine	(492)	-
Tečajne razlike	(3)	4
Završna neto knjigovodstvena vrijednost	3.759	5.382

BILJEŠKA 15 – NEMATERIJALNA IMOVINA

<i>(u tisućama kuna)</i>	Goodwill	Licence	Brendovi	Prava i Ugovori s kupcima	Softver	Imovina u pripremi	Ukupno
Stanje 31. prosinca 2019.							
Nabavna vrijednost	810.922	219.639	759.260	21.811	191.902	22.541	2.026.075
Akumulirana amortizacija i umanjenja	(33.816)	(48.580)	(122.777)	(15.658)	(146.569)	-	(367.400)
Neto knjigovodstvena vrijednost	777.106	171.059	636.483	6.153	45.333	22.541	1.658.675
Stanje 1. siječnja 2020.							
Početna neto knjigovodstvena vrijednost	777.106	171.059	636.483	6.153	45.333	22.541	1.658.675
Učinak promjene deviznog tečaja	7.682	-	8.043	38	111	13	15.887
Povećanja	-	-	-	-	-	17.994	17.994
Prijenos u upotrebu	-	2.592	114	-	29.388	(32.094)	-
Stjecanje podružnica	12.312	-	1.438	8.181	10	-	21.941
Amortizacija	-	(388)	(10.525)	(1.097)	(21.929)	-	(33.939)
Umanjenje vrijednosti	-	-	(20.961)	(839)	-	-	(21.800)
Zaključno neto knjigovodstveno stanje	797.100	173.263	614.592	12.436	52.913	8.454	1.658.758
Stanje 31. prosinca 2020.							
Nabavna vrijednost	830.916	222.231	770.333	13.391	220.682	8.454	2.066.007
Akumulirana amortizacija i umanjenja vrijednosti	(33.816)	(48.968)	(155.741)	(955)	(167.769)	-	(407.249)
Neto knjigovodstvena vrijednost	797.100	173.263	614.592	12.436	52.913	8.454	1.658.758
Stanje 1. siječnja 2021.							
Početna neto knjigovodstvena vrijednost	797.100	173.263	614.592	12.436	52.913	8.454	1.658.758
Učinak promjene deviznog tečaja	(1.608)	-	(1.584)	-	145	19	(3.028)
Povećanja	-	-	-	-	948	32.871	33.819
Prijenos u upotrebu	-	-	312	3.053	30.551	(33.916)	-
Prijenos na imovinu namijenjenu prodaji	-	-	-	-	(135)	-	(135)
Prodaja podružnice	-	-	-	-	(438)	-	(438)
Smanjenje	-	-	(7.524)	-	-	-	(7.524)
Stjecanje podružnica	5.447	6.287	-	-	-	-	11.734
Amortizacija	-	(518)	(10.385)	(1.587)	(23.000)	-	(35.490)
Umanjenje vrijednosti	(12.198)	-	(4.847)	-	(303)	-	(17.348)
Zaključno neto knjigovodstveno stanje	788.741	179.032	590.564	13.902	60.681	7.428	1.640.348
Stanje 31. prosinca 2021.							
Nabavna vrijednost	834.755	228.518	761.537	16.444	251.753	7.428	2.100.435
Akumulirana amortizacija i umanjenja vrijednosti	(46.014)	(49.486)	(170.973)	(2.542)	(191.072)	-	(460.087)
Neto knjigovodstvena vrijednost	788.741	179.032	590.564	13.902	60.681	7.428	1.640.348

Testiranje goodwilla i nematerijalne imovine s neograničenim vijekom uporabe na umanjenje vrijednosti prikazano je u bilješki 4 b).

Na dan 31. prosinca 2021. godine kao sredstvo osiguranja otplate kredita nema založene nematerijalne imovine, dok je neto knjigovodstvena vrijednost založene nematerijalne imovine na dan 31. prosinca 2020. godine iznosila 565.252 tisuće kuna (bilješka 24).

BILJEŠKA 16 – FINANCIJSKI INSTRUMENTI PO KATEGORIJAMA

Računovodstvene politike za financijske instrumente su primijenjene na sljedeće stavke:

	31. prosinca 2021.	31. prosinca 2020.
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Financijska imovina po amortiziranom trošku		
Potraživanja od kupaca	1.078.069	1.079.003
Dani krediti i depoziti	48.217	51.956
Ostala financijska imovina po amortiziranom trošku	44.995	20.649
Novac i novčani ekvivalenti	346.635	426.513
	<u>1.517.916</u>	<u>1.578.121</u>
Financijska imovina po fer vrijednosti kroz OSD		
Financijska imovina po fer vrijednosti kroz OSD	1.384	1.404
Derivativi korišteni za zaštitu novčanog toga		
Derivativi korišteni za zaštitu novčanog toga	2.972	-
Ukupno financijska imovina	1.522.272	1.579.525
	<u>1.478.138</u>	<u>1.530.122</u>
Ukupno kratkotrajna	44.134	49.403
Financijske obveze po amortiziranom trošku		
Primljeni krediti	459.589	811.224
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	1.107.233	914.313
	<u>1.566.822</u>	<u>1.725.537</u>
Derivativni instrumenti zaštite		
Derivativni financijski instrumenti	-	7.132
Obveze po najmovima	349.909	348.303
Financijske obveze po fer vrijednosti u računu dobiti i gubitka		
Potencijalna naknada za stjecanje ovisnih društava	9.846	9.597
Ukupno financijske obveze	1.926.577	2.090.569
	<u>1.357.748</u>	<u>1.518.234</u>
Ukupno kratkoročne	568.829	572.335
Ukupno dugoročne		

BILJEŠKA 17 – FINANCIJSKA IMOVINA PO FER VRIJEDNOSTI KROZ OSD

Ulaganja u financijsku imovinu po fer vrijednosti kroz OSD odnose se na glavničke instrumente koji ne kotiraju na burzi te se iskazuju po trošku s obzirom da se fer vrijednost ne može pouzdano izmjeriti. Tijekom 2021. i 2020. godine nije bilo umanjena vrijednosti financijske imovine po fer vrijednosti kroz OSD.

BILJEŠKA 18 – POTRAŽIVANJA OD KUPACA I OSTALA POTRAŽIVANJA

	31. prosinca 2021.	31. prosinca 2020.
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Dugoročna potraživanja		
Dani krediti i depoziti /i/	36.330	41.442
Ostala potraživanja	6.420	6.557
	<u>42.750</u>	<u>47.999</u>
Kratkoročna potraživanja		
Potraživanja od kupaca /ii/	1.078.069	1.079.003
Dani krediti i depoziti /i/	11.887	10.514
Ostala potraživanja /iii/	198.026	159.141
	<u>1.287.982</u>	<u>1.248.658</u>
	<u>1.330.732</u>	<u>1.296.657</u>
	31. prosinca 2021.	31. prosinca 2020.
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Financijska imovina		
Kategorija: Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja		
Dani krediti i depoziti	48.217	51.956
Potraživanja od kupaca	1.078.069	1.079.003
Ostala potraživanja	44.995	20.649
	<u>1.171.281</u>	<u>1.151.608</u>

BILJEŠKA 18 – POTRAŽIVANJA OD KUPACA I OSTALA POTRAŽIVANJA (nastavak)

/i/ Potraživanja po kreditima i depozitima su kako slijedi:

	31. prosinca 2021.	31. prosinca 2020.
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Dugoročna potraživanja		
Depoziti	2.053	6.307
Kredit	37.193	37.841
Tekuće dospjeće	(2.916)	(2.706)
	<u>36.330</u>	<u>41.442</u>
Kratkoročna potraživanja		
Kredit – povezane stranke (bilješka 29)	791	738
Kredit	8.095	7.048
Depoziti	85	22
Tekuće dospjeće dugoročnih potraživanja	2.916	2.706
	<u>11.887</u>	<u>10.514</u>
	<u>48.217</u>	<u>51.956</u>

Fer vrijednost danih kredita i depozita približno je jednaka knjigovodstvenoj vrijednosti.

/ii/ Potraživanja od kupaca su kako slijedi:

	31. prosinca 2021.	31. prosinca 2020.
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Potraživanja od kupaca – bruto	1.055.894	1.066.670
Potraživanja od kupaca – povezane stranke (bilješka 29)	83.176	74.887
Ispravak vrijednosti potraživanja od kupaca	(61.001)	(62.554)
	<u>1.078.069</u>	<u>1.079.003</u>

BILJEŠKA 18 – POTRAŽIVANJA OD KUPACA I OSTALA POTRAŽIVANJA (nastavak)

/iii/ Ostala potraživanja su kako slijedi:

	31. prosinca 2021.	31. prosinca 2020.
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Potraživanja od državnih institucija	45.467	53.846
Potraživanja za predujmove	30.236	23.126
Unaprijed plaćeni troškovi	83.748	68.077
Potraživanja za prodaju podružnica i poslovanja (bilješka 28)	18.793	6.331
Potraživanje za kamate	551	753
Potraživanje za kamate – povezane stranke (bilješka 29)	207	201
Ostalo	19.024	6.807
	198.026	159.141

Uslijed neizvjesnosti naplate, napravljen je ispravak vrijednosti ostalih potraživanja u visini od 230 tisuća kuna (2020.: 412 tisuća kuna), (bilješka 8).

/iv/ Obračunata pripadajuća kamata do datuma bilance iskazana je u okviru ostalih prihoda.

Na dan 31. prosinca 2021. godine, vrijednost potraživanja od kupaca za koje je izvršen ispravak vrijednosti iznosi 61.001 tisuću kuna (2020.: 62.554 tisuće kuna). Pojedinačni ispravci potraživanja od kupaca odnose se na kupce koji su u neočekivano teškoj ekonomskoj situaciji. Starosna struktura ovih potraživanja od kupaca je sljedeća:

	31. prosinca 2021.	31. prosinca 2020.
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Nedospjelo	1.517	-
Do 3 mjeseca	2.457	4.227
Od 3 do 6 mjeseci	1.537	1.227
Više od 6 mjeseci	55.490	57.100
	61.001	62.554

BILJEŠKA 18 – POTRAŽIVANJA OD KUPACA I OSTALA POTRAŽIVANJA (nastavak)

Na dan 31. prosinca 2021. godine, vrijednost dospjelih potraživanja od kupaca za koje nije izvršen ispravak vrijednosti iznosi 97.520 tisuća kuna (2020.: 129.630 tisuća kuna) i odnosi se na više neovisnih kupaca koji u prošlosti nisu imali problema s plaćanjem. Starosna struktura ovih potraživanja je sljedeća:

	31. prosinca 2021.	31. prosinca 2020.
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Do 3 mjeseca	91.627	110.683
Od 3 do 6 mjeseci	3.541	9.622
Više od 6 mjeseci	2.352	9.325
	97.520	129.630

Knjigovodstvena vrijednost financijske imovine Grupe po valutama je kako slijedi:

	31. prosinca 2021.	31. prosinca 2020.
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
EUR	316.079	337.360
HRK	396.898	369.520
RSD	352.248	331.227
Ostalo	106.056	113.501
	1.171.281	1.151.608

Promjene u ispravku vrijednosti potraživanja od kupaca su kako slijedi:

	2021.	2020.
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Stanje 1. siječnja	62.554	72.783
Ispravak vrijednosti potraživanja (bilješka 8)	8.894	20.862
Naplata prethodno usklađenih potraživanja (bilješka 8)	(8.094)	(10.470)
Otpisana potraživanja	(1.086)	(7.179)
Likvidacija podružnice	(1.192)	-
Prijenos na dane dugoročne kredite	-	(13.080)
Tečajne razlike	(75)	(362)
Stanje 31. prosinca	61.001	62.554

Maksimalna izloženost kreditnom riziku na dan izvještavanja je knjigovodstvena vrijednost svake gore spomenute kategorije potraživanja.

BILJEŠKA 19 – ZALIHE

	31. prosinca 2021.	31. prosinca 2020.
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Trgovačka roba	275.066	253.000
Gotovi proizvodi	234.086	193.148
Sirovine i materijal	119.172	111.220
Proizvodnja u tijeku	10.877	14.906
	639.201	572.274

Na dan 31. prosinca 2021. godine, zalihama u iznosu od 16.094 tisuća kuna (2020.: 23.955 tisuća kuna) umanjena je vrijednost zbog usuglašavanja s neto ostvarivom vrijednosti (bilješka 8).

BILJEŠKA 20 – NOVAC I NOVČANI EKVIVALENTI

	31. prosinca 2021.	31. prosinca 2020.
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Devizni račun	198.828	129.025
Kunski račun i gotovina u blagajni	147.807	297.083
Depoziti s rokom dospjeća do tri mjeseca //	-	405
	346.635	426.513

// Obračunata pripadajuća kamata do datuma bilance iskazana je u okviru ostalih prihoda.

Novac i novčani ekvivalenti denominirani su u sljedećim valutama:

	31. prosinca 2021.	31. prosinca 2020.
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
HRK	147.807	297.074
EUR	111.712	87.482
RSD	27.488	11.297
Ostalo	59.628	30.660
	346.635	426.513

BILJEŠKA 21 – DIONIČKI KAPITAL, DIONIČKA PREMIJA I VLASTITE DIONICE

	Broj dionica	Dionički kapital	Dionička premija	Vlastite dionice	Ukupno
	<i>(u tisućama kuna)</i>				
1. siječnja 2020.	3.329.290	133.372	881.323	(5.884)	1.008.811
Otkup vlastitih dionica	(9.899)	-	-	(11.022)	(11.022)
Isplata s temelja dionica	8.180	-	528	9.259	9.787
31. prosinca 2020.	3.327.571	133.372	881.851	(7.647)	1.007.576
Otkup vlastitih dionica	(19.801)	-	-	(30.558)	(30.558)
Isplata s temelja dionica	11.709	-	2.001	16.074	18.075
31. prosinca 2021.	3.319.479	133.372	883.852	(22.131)	995.093

Sve dionice su redovne dionice, koje imaju sva pripadajuća prava. Navedena prava uključuju pravo glasa na Glavnoj skupštini Društva kao i pravo na isplatu dividende.

Osnivač i većinski vlasnik Društva je Emil Tedeschi, koji obnaša i funkciju Predsjednika Uprave.

Vlasnička struktura Društva je kako slijedi:

	31. prosinca 2021.		31. prosinca 2020.	
	Broj dionica	%	Broj dionica	%
Emil Tedeschi	1.673.819	50,20	1.673.819	50,20
Raiffeisen Obvezni mirovinski fond	361.839	10,85	322.729	9,68
AZ Obvezni mirovinski fond	286.946	8,61	286.946	8,61
Erste Plavi Obvezni mirovinski fond	247.821	7,43	256.019	7,68
Lada Tedeschi Fiorio	193.156	5,79	193.156	5,79
Uprava Društva	33.464	1,00	31.189	0,93
Ostali dioničari	522.434	15,67	563.713	16,91
Vlastite dionice	14.821	0,45	6.729	0,20
Ukupno	3.334.300	100,00	3.334.300	100,00

Isplata dividende

Prema odluci Glavne skupštine Društva održane 16. lipnja 2021. godine, odobrena je isplata dividende u iznosu od 40,00 kuna po dionici odnosno sveukupno 133.094 tisuća kuna. Isplata dividende realizirana je u srpnju 2021. godine.

U 2020. godini odobrena je isplata dividende u iznosu od 25,00 kune po dionici odnosno sveukupno 83.186 tisuća kuna. Isplata dividende realizirana je u srpnju 2020. godine.

BILJEŠKA 21 – DIONIČKI KAPITAL, DIONIČKA PREMIJA I VLASTITE DIONICE (nastavak)

Isplate s temelja dionica

Prema ESOP programu Društva, zaposlenici se mogu opredijeliti da svoj ostvareni bonus dobiju u dionicama Društva, a navedeno pravo mogu ostvariti kako članovi Uprave, tako i ostali zaposlenici (transakcije podmirene dionicama).

Osim prava na isplatu bonusa u dionicama, zaposlenici ukoliko se odluče na zadržanje dionica u periodu od najmanje dvije ili tri godine (razdoblje stjecanja prava) stječu pravo na dodatne dionice, dok drugim dijelom dodijeljenih dionica zaposlenici mogu slobodno raspolagati bez ograničenja. Članovi starijeg višeg managementa imaju pravo na sudjelovanje u programu Executive Longevity Premium koji je nastao kao rezultat želje Atlantic Grupe da prepozna kritičan doprinos rukovodećih pozicija kreiranju i ostvarenju dugoročne strategije. Ovim programom Društvo dodjeljuje paket dionica članovima višeg managementa za njihov dugovječan doprinos Društvu na visokoj izvršnoj poziciji.

Fer vrijednost dodijeljenih dionica utvrđena je na dan stjecanja prava prema procijenjenoj tržišnoj cijeni dionice u iznosu od 1.540,00 kuna (2020.: 1.168,65 kuna).

U 2021. godini članovi Uprave i zaposlenici primili su ukupno 5.344 neuvjetovanih dionica dodijeljenih u 2021. godini te 4.881 uvjetovanih dionica dodijeljenih u 2017. godini i 1.484 uvjetovanih dionica dodijeljenih u 2018. godini.

U 2020. godini članovi Uprave i zaposlenici primili su ukupno 7.603 neuvjetovanih dionica dodijeljenih u 2020. godini te 380 uvjetovanih dionica dodijeljenih u 2016. godini i 197 uvjetovanih dionica dodijeljenih u 2018. godini.

BILJEŠKA 22 – PRIČUVE

<i>(u tisućama kuna)</i>	Pričuve /i/	Pričuve iz preračuna /ii/	Pričuve zaštite od rizika /ii/	Ukupno
1. siječnja 2020.	20.186	(88.257)	(4.993)	(73.064)
Tečajne razlike	-	25.592	-	25.592
Prijenos sa zadržane dobiti	327	-	-	327
Zaštita novčanog toka	-	-	(4.306)	(4.306)
31. prosinca 2020.	20.513	(62.665)	(9.299)	(51.451)
Tečajne razlike	-	(4.062)	-	(4.062)
Prijenos sa zadržane dobiti	1.761	-	-	1.761
Zaštita novčanog toka	-	-	8.473	8.473
31. prosinca 2021.	22.274	(66.727)	(826)	(45.279)

/i/ Pričuve se uglavnom odnose na statutarne pričuve koje su iskazane sukladno odredbama statuta Društva. Ove pričuve su raspodjeljive.

/ii/ Kretanja predstavljaju iznose koji pripadaju isključivo dioničarima Društva.

Komponente ostale sveobuhvatne dobiti:

	2021.	2020.
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Zaštita novčanog toka:		
Valutni forward ugovori	7.497	4.977
Reklasificirano u račun dobiti i gubitka tijekom godine	-	(1.569)
Neto gubitak tijekom godine (osim za nedospjele ugovore)	976	(7.714)
Neto gubitak tijekom godine nedospjelih ugovora	8.473	(4.306)

BILJEŠKA 23 – OBVEZE PREMA DOBAVLJAČIMA I OSTALE OBVEZE

	31. prosinca 2021.	31. prosinca 2020.
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Obveze prema dobavljačima	786.841	655.957
Obveze prema dobavljačima – povezane stranke (bilješka 29)	2.238	1.918
Ostale obveze	385.746	296.583
	1.174.825	954.458

Ostale obveze na dan 31. prosinca su kako slijedi:

	31. prosinca 2021.	31. prosinca 2020.
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Obveze za bruto plaće zaposlenima	64.648	43.314
Ukalkulirani troškovi roba i usluga (dobavljači)	186.152	145.199
Ukalkulirani trošak neiskorištenih godišnjih odmora	20.107	17.269
Ugovorna obveza prema kupcima	85.357	63.602
Obveze za otpremnine	331	281
Odgodeni prihodi	2.828	1.477
Obveza za dividendu	291	171
Ostalo	26.032	25.720
	385.746	296.583

Financijske obveze, odnosno obveze prema dobavljačima i ostale obveze iz kojih su isključene obveze za bruto plaće zaposlenima, obveze za otpremnine i obveze prema državi, denominirane su u sljedećim valutama:

	31. prosinca 2021.	31. prosinca 2020.
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
EUR	437.833	388.793
HRK	401.660	320.579
RSD	199.537	151.887
Ostalo	71.942	53.323
	1.110.972	914.582

BILJEŠKA 24 – OBVEZE PO PRIMLJENIM KREDITIMA

	31. prosinca 2021.	31. prosinca 2020.
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Dugoročni krediti:		
Financijske ustanove	637	609
Obveznice /i/	299.020	298.919
	299.657	299.528
Kratkoročni krediti:		
Financijske ustanove /ii/	159.788	511.696
Obveznice /i/	144	-
	159.932	511.696
	459.589	811.224

/i/ U prosincu 2020. godine Grupa je izdala korporativne obveznice u iznosu od 300 milijuna kuna po cijeni izdanja od 99,985%, s kuponom od 0,875% godišnje uz polugodišnju isplatu kamata te konačnim dospijecom 11. prosinca 2025. godine. Svrha navedenih obveznica je financiranje radnog kapitala te refinanciranje obveznica čije je konačno dospijee bilo 17. lipnja 2021. godine.

/ii/ Kratkoročni krediti od financijskih ustanova uključuju tri kredita (2020.: jedanaest kredita). Na dan 31. prosinca 2021. godine Grupa nije imala obvezujućih linija kredita, dok su neiskorištene obvezujuće linije kredita na dan 31. prosinca 2020. godine iznosile 22 milijuna eura.

Na dan 31. prosinca 2021. godine Grupa nema kredita financijskih ustanova koji su osigurani zalogom, dok su na dan 31. prosinca 2020. godine krediti financijskih ustanova bili osigurani zalogom nad nekretninama, postrojenjem i opremom (bilješka 13), nematerijalnom imovinom (bilješka 15) i udjelima u ovisnom društvu Atlantic Trade d.o.o. Zagreb te njegovim ovisnim društvima: Atlantic Droga Kolinska d.o.o., Ljubljana, Atlantic Grand d.o.o., Beograd i Atlantic Štark d.o.o., Beograd. Ukupna vrijednost neto imovine Atlantic Trade d.o.o. na sub-konsolidiranoj razini na dan 31. prosinca 2020. godine iznosila je 2.156.122 tisuće kuna.

Nadalje, na dio kredita od financijskih ustanova primjenjuju se obveze definirane ugovorima o kreditu na temelju kojih je Grupa obvezna ispuniti određene ključne pokazatelje poslovanja poput pokrića ukupnog neto duga. Na dan bilance sve obveze su ispunjene.

Izloženost promjeni kamatne stope na primljene kredite sukladno ugovorenim datumima promjena kamatnih stopa na dan bilance je kako slijedi:

	31. prosinca 2021.	31. prosinca 2020.
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Fiksna kamatna stopa	331.727	654.803
Do 3 mjeseca	127.862	153.838
3 do 6 mjeseci	-	2.583
	459.589	811.224

BILJEŠKA 24 – OBVEZE PO PRIMLJENIM KREDITIMA (nastavak)

Dinamika otplate dugoročnog duga je u razdoblju od dvije do pet godina.

Prosječna godišnja efektivna kamatna stopa na primljene kredite od financijskih ustanova na dan bilance bila je 0,78% (2020.: 0,72%). Godišnja efektivna kamatna stopa na obveznice na dan bilance bila je 0,96% (2020.: 3,10%).

Knjigovodstveni iznosi i fer vrijednost dugoročnog duga na dan 31. prosinca bili su kako slijedi:

<i>(u tisućama kuna)</i>	Knjigovodstvena vrijednost		Fer vrijednost	
	2021	2020	2021	2020
Dugoročni dug				
Financijske ustanove	637	609	637	609
Obveznice	299.020	298.919	300.000	300.750
	299.657	299.528	300.637	301.359

Knjigovodstveni iznos kredita i obveznica preračunat je iz sljedećih valuta:

	31. prosinca 2021.	31. prosinca 2020.
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
HRK	329.028	503.550
RSD	127.862	153.840
USD	1.563	1.442
EUR	1.136	152.392
	459.589	811.224

BILJEŠKA 25 – ODGOĐENI POREZ

Odgođena porezna imovina priznaje se za prenesene porezne gubitke i porezne prihode do visine za koju je vjerojatno da će ovi iznosi biti realizirani kroz buduću oporezivu dobit pripadajućih društava u Grupi. Grupa nije priznala odgođenu poreznu imovinu po osnovi poreznih gubitaka u iznosu od 7.460 tisuća kuna (2020.: 17.412 tisuća kuna) nastalih u Društvu i u šest ovisnih društava (2020.: pet ovisnih društava), a koji se mogu realizirati kroz buduću oporezivu dobit društava. Odgođena porezna imovina koja bi proizašla iz ovih gubitaka nije priznata budući da nije vjerojatno da će u budućnosti postojati oporeziva dobit kroz koju bi se privremene razlike realizirale. Porezni gubici u iznosu od 38.767 tisuća kuna (2020.: 74.664 tisuće kuna) ističu kroz sljedećih 5 godina dok porezni gubici u iznosu od 11.557 tisuća kuna (2020.: 13.939 tisuća kuna) imaju neograničeni vijek korištenja.

Odgođena porezna imovina

<i>(u tisućama kuna)</i>	Porezni gubici	Rezerviranja	Ostalo	Ukupno
Stanje 1. siječnja 2020.	3.680	13.364	14.752	31.796
Porez (na teret)/u korist računa dobiti i gubitka (bilješka 11)	351	755	3.868	4.974
Porez (na teret)/u korist ostale sveobuhvatne dobiti	-	99	1.011	1.110
Tečajne razlike	(1.278)	50	(367)	(1.595)
Stanje 31. prosinca 2020.	2.753	14.268	19.264	36.285
Porez (na teret)/u korist računa dobiti i gubitka (bilješka 11)	(725)	2.236	4.840	6.351
Porez (na teret)/u korist ostale sveobuhvatne dobiti	-	38	(1.463)	(1.425)
Tečajne razlike	344	(11)	(75)	258
Stanje 31. prosinca 2021.	2.372	16.531	22.566	41.469

Odgođena porezna obveza

<i>(u tisućama kuna)</i>	Višak fer vrijednosti imovine stečene poslovnim kombinacijama	Ostalo	Ukupno
Stanje 1. siječnja 2020.	153.228	-	153.228
Porez na teret/(u korist) računa dobiti i gubitka (bilješka 11)	(4.714)	-	(4.714)
Stjecanje podružnica	1.732	-	1.732
Tečajne razlike	1.576	-	1.576
Stanje 31. prosinca 2020.	151.822	-	151.822
Porez na teret/(u korist) računa dobiti i gubitka (bilješka 11)	(3.741)	-	(3.741)
Porez (na teret)/u korist ostale sveobuhvatne dobiti	-	523	523
Tečajne razlike	(260)	-	(260)
Stanje 31. prosinca 2021.	147.821	523	148.344

BILJEŠKA 26 – REZERVIRANJA

<i>(u tisućama kuna)</i>	Rezerviranja za naknade zaposlenima	Rezerviranja za sudske sporove	Ostala rezerviranja	Ukupno
Stanje 31. prosinca 2020.	104.245	60.116	10.108	174.469
Analiza ukupnih rezerviranja:				
Dugoročni dio	53.939	11.484	1.359	66.782
Kratkoročni dio	50.306	48.632	8.749	107.687
Stanje 1. siječnja 2021.	104.245	60.116	10.108	174.469
Povećanja	67.165	20.636	-	87.801
Iskorišteno tijekom godine	(45.647)	(36.490)	(8.549)	(90.686)
Ukinuto tijekom godine	(6.871)	(10.563)	-	(17.434)
Trošak kamata	827	-	-	827
Tečajne razlike	146	(32)	81	195
Stanje 31. prosinca 2021.	119.865	33.667	1.640	155.172
Analiza ukupnih rezerviranja:				
Dugoročni dio	56.995	11.457	1.355	69.807
Kratkoročni dio	62.870	22.210	285	85.365

Sudski sporovi

Grupa je u 2021. godini, temeljem ugovora o prodaji udjela u društvu Neva d.o.o., čiji su udjeli prodani u 2018. godini, izvršilo isplatu nadoknade, po rezervaciji dodatno utvrđene porezne obveze u visini od 36.276 tisuća kuna po sporu društva Neva d.o.o. s Poreznom upravom koji je u trenutku kupoprodaje bio u tijeku pred Upravnim sudom.

Dodatno uz prethodno navedeno, Grupa je tijekom redovnog poslovanja bila tuženik, odnosno tužitelj u sudskim sporovima koji su u tijeku. Prema mišljenju Uprave, Grupa neće imati materijalnih gubitaka po ovim sporovima iznad iznosa za koje su izvršena rezerviranja na dan 31. prosinca 2021. godine.

Primanja radnika

Ovo rezerviranje odnosi se na procijenjena dugoročna primanja radnika vezano uz otpremnine i jubilarne nagrade, što je definirano Kolektivnim ugovorom, te na bonuse radnicima. Dugoročni iznos rezerviranja odnosi se na procijenjena stečena prava na otpremnine i jubilarne nagrade te bonuse koji će biti isplaćene nakon 31. prosinca 2022. godine. Kratkoročni iznos primanja radnika sastoji se od godišnjih bonusa radnicima te jubilarnih nagrada i otpremnina u iznosu od 3.611 tisuća kuna (2020. 3.563 tisuće kuna) koji će biti isplaćeni u razdoblju od 12 mjeseci nakon datuma bilance.

BILJEŠKA 27 – PREUZETE OBVEZE

Ugovorena, a nerealizirana kapitalna ulaganja su na dan 31. prosinca 2021. godine iznosila 74.915 tisuća kuna za nekretnine, postrojenja i opremu (2020.: 47.034 tisuća kuna) te 13.456 tisuće kuna za nematerijalnu imovinu (2020.: 2.212 tisuća kuna).

BILJEŠKA 28 – POSLOVNE KOMBINACIJE, KUPNJA I PRODAJA PODRUŽNICA

/i/ Atlantic Grupa je tijekom 2021. godine stekla 100% vlasništva u društvu ZU Ljekarna Galler, Kraljevica i društvu The Best Cofee d.o.o., Podstrana. Ista su po kupnji pripojena društvima ZU Ljekarne Farmacia odnosno Atlantic Trade d.o.o., Zagreb.

Kao rezultat ovih transakcija utvrđeni su licenca u iznosu od 6.287 tisuća kuna te je privremeno utvrđen goodwill u iznosu od 5.447 tisuća kuna, kao razlika između troška stjecanja i knjigovodstvene vrijednosti stečene neto imovine. Privremeno utvrđeni goodwill je predmet konačnog vrednovanja koje će biti dovršeno unutar razdoblja od 12 mjeseci od datuma stjecanja.

Plaćeni novac i obveza za stjecanje ovisnih društava

(u tisućama kuna)

Plaćeni novac	12.407
Obveza za stjecanje ovisnih društava	633
Ukupna naknada za kupnju	13.040
Knjigovodstvena vrijednost stečene neto imovine	(1.306)
	11.734
Licenca	6.287
Privremeno utvrđeni goodwill	5.447

Knjigovodstvena vrijednost stečene neto imovine

(u tisućama kuna)

Nekretnine, postrojenja i oprema	1.438
Zalihe	379
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	2.246
Novac i novčani ekvivalenti	158
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	(2.915)
	1.306

Novčani tok od stjecanja ovisnih društava

(u tisućama kuna)

Plaćena naknada u novcu	12.407
Stečeni novac	(158)
Novčani tok po stjecanju	12.249

Stečene podružnice su u 2021. godini sudjelovale u konsolidiranom računu dobiti sa 138 tisuća kuna ukupnih prihoda i neto gubitkom od 170 tisuća kuna.

BILJEŠKA 28 – POSLOVNE KOMBINACIJE, KUPNJA I PRODAJA PODRUŽNICA (nastavak)

Atlantic Grupa je s austrijskom kompanijom Gittis Naturprodukte GmbH potpisala ugovor o kupoprodaji proizvodne lokacije Mirna u Sloveniji. Riječ je o zaključenju procesa započetog prodajom brenda dječje prehrane Bebi srbijanskoj Nelt Grupi prošle godine, odnosno o nastavku procesa dezinvestiranja manjih i non-core djelatnosti u skladu s korporativnom strategijom Atlantic Grupe. Gittis je ovom transakcijom preuzeo ukupnu proizvodnu lokaciju sa zaposlenicima. Transakcija je zaključena 31. prosinca 2021. godine te je Grupa ostvarila dobit od prodaje u iznosu od 648 tisuća kuna.

(u tisućama kuna)

Potraživanja za prodaju poslovanja	18.793
Knjigovodstvena vrijednost prodane neto imovine	<u>(18.145)</u>
Dobit od prodaje poslovanja	648

**Knjigovodstvena vrijednost prodane neto imovine
na dan 31. prosinca 2021. godine**

(u tisućama kuna)

Nekretnine, postrojenja i oprema	18.358
Nematerijalna imovina	438
Ostala imovina	56
Ostale obveze	<u>(707)</u>
	18.145

Prodano poslovanje je u 2021. godini sudjelovalo u konsolidiranom računu dobiti i gubitka sa 29.734 tisuća kuna ukupnih prihoda i neto dobiti od 8.502 tisuće kuna.

Dodatno, Grupa je u 2021. godini naplatila preostalih 6.312 tisuća kuna od prodaje tvornica sportske i aktivne prehrane iz 2017. godine.

BILJEŠKA 28 – POSLOVNE KOMBINACIJE, KUPNJA I PRODAJA PODRUŽNICA (nastavak)

/ii/ Atlantic Grupa je početkom prosinca 2020. godine ušla u strateško partnerstvo s društvom Procaffe d.o.o., jednim od vodećih igrača na hrvatskom tržištu espresso kave i prisutnim u preko 800 ugostiteljskih objekata u Hrvatskoj, koje poslovanje nastavlja razvijati u okviru Atlantic Grupe. Kroz novo partnerstvo Grupa značajno osnažuje svoju prisutnost u segmentu espresso kave u HoReCa kanalu.

Atlantic Grupa je stekla 99% vlasništva u društvu Procaffe d.o.o. Manjinski interes u stečenom ovisnom društvu je priznat po fer vrijednosti.

Plaćeni novac i obveza za stjecanje ovisnog društva:

(u tisućama kuna)

Plaćeni novac	12.782
Obveza za stjecanje ovisnog društva*	7.437
Ukupna naknada za kupnju	20.219
Fer vrijednost stečene neto imovine	(7.907)
Goodwill (prepravljeno)	12.312

Vrijednost stečene neto imovine

(u tisućama kuna)

	Fer vrijednost	Knjigovodstvena vrijednost
Ugovori s kupcima	8.181	-
Brend	1.438	-
Nekretnine, postrojenja i oprema	2.801	2.801
Nematerijalna imovina	10	10
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	703	703
Novac i novčani ekvivalenti	20	20
Odgođena porezna obveza	(1.732)	-
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	(3.514)	(3.514)
Neto imovina	7.907	20

*Sukladno kupoprodajnom ugovoru definirana je naknada za stjecanje koja će biti isplaćena prijašnjim vlasnicima Društva u dvije dodatne tranše ukoliko se ostvare zadani ciljevi prodaje tijekom sljedeće dvije godine. Na dan bilance, fer vrijednost obveze za naknadu utvrđena je diskontiranjem na sadašnju vrijednost, uzimajući u obzir vjerojatnost ostvarenja zadanih ciljeva te je na dan 31. prosinca 2021. godine veća za 631 tisuća kuna. Obveza je iskazana u sklopu pozicija „Ostale dugoročne obveze“ i „Obveze prema dobavljačima i ostale obveze“ budući da su ugovoreni termini plaćanja tranši u siječnju 2022. godine i travnju 2023. godine.

Novčani tok od stjecanja podružnica

(u tisućama kuna)

Plaćena naknada u novcu	12.782
Stečeni novac	(20)
Novčani tok po stjecanju	12.762

Stečena podružnica je u 2020. godini u konsolidiranom računu dobiti i gubitka ostvarila 14 tisuća kuna prihoda i 958 tisuća kuna gubitka.

BILJEŠKA 28 – POSLOVNE KOMBINACIJE, KUPNJA I PRODAJA PODRUŽNICA (nastavak)

Grupa je u 2020. godini platila 4.228 tisuća kuna preostale obveze za kupnju društva Vivascaffe Professional d.o.o.

Tijekom 2020. godine, Grupa je naplatila preostala potraživanja od prodaje udjela iz 2019. godine: u društvu Fidifarm u iznosu od 12.628 tisuća kuna te u društvu Bionatura bidon vode d.o.o. u iznosu od 4.500 tisuća kuna.

Također, u 2020. godini je naplaćeno preostalih 26.738 tisuća kuna potraživanja od prodaje društva Neva d.o.o. u 2018. godini, te je ostvaren dodatni gubitak od 1.153 tisuća kuna po osnovi rezervacije za sudski spor.

Nadalje, u 2020. godini, Grupa je ostvarila dodatni dobitak od prodaje tvornica sportske i aktivne prehrane iz 2017. godine u iznosu od 6.331 tisuća kuna.

BILJEŠKA 29 – ODNOSI S POVEZANIM STRANKAMA

Grupa ostvaruje transakcije sa sljedećim povezanim strankama: značajnim dioničarima i ostalim društvima u vlasništvu ili pod kontrolom krajnjeg vlasnika Društva („ostale povezane stranke“) među kojima najznačajnije transakcije ostvaruje s tvrtkom Ataco d.o.o. koja je u suvlasništvu krajnjeg vlasnika Društva i koja se bavi trgovinom i distribucijom proizvoda svjetski renomiranih proizvođača, uključujući i proizvode Grupe na tržištima Bosne i Hercegovine i Crne Gore.

Poslovne transakcije s povezanim strankama koje se odnose na stanja u bilanci na dan 31. prosinca 2021. godine i na dan 31. prosinca 2020. godine i stavke računa dobiti i gubitka za godine koje su tada završile iskazane su kako slijedi:

<i>(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)</i>	<u>Bilješke</u>	<u>2021.</u>	<u>2020.</u>
POTRAŽIVANJA			
Kratkoročna potraživanja			
Ostale povezane stranke	18	84.174	75.826
OBVEZE			
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze			
Ostale povezane stranke	23	2.238	1.918
PRIHODI			
Prihodi od prodaje			
Ostale povezane stranke		496.471	448.514
Ostali prihodi			
Ostale povezane stranke		671	807
RASHODI			
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje			
Ostale povezane stranke	7	4.168	3.065
Ostali troškovi poslovanja			
Ostale povezane stranke	8	2.202	2.332
Nabava nekretnina, postrojenja i opreme			
Ostale povezane stranke		289	623

Naknade Upravi

U 2021. godini članovi Uprave po osnovi plaće i godišnjeg bonusa zaprimili su ukupan bruto iznos od 20.119 tisuća kuna (2020.: 17.794 tisuća kuna).

BILJEŠKA 30 – REVIZORSKE NAKNADE

Naknade za zakonom propisanu reviziju financijskih izvještaja Grupe iznosile su 3.311 tisuća kuna (2020.: 3.009 tisuće kuna) dok su naknade za ostale usluge iznosile 160 tisuća kuna (2020.: 153 tisuća kuna). Ostale usluge odnose se na pretplatu na online platformu za edukaciju, Izvješće o primicima Uprave i Nadzornog odbora, izvještaje o povezanim stranama te na dogovorene postupke vezane uz primljene državne poticaje u Republici Srbiji.

BILJEŠKA 31 – OVISNA DRUŠTVA

Grupi čini Društvo i sljedeća ovisna društva u kojima Društvo posjeduje vlasnički udjel veći od 50% i kontrolu:

	<u>2021.</u>	<u>2020.</u>
Atlantic Cedevita d.o.o., Hrvatska	100%	100%
Atlantic Trade d.o.o. Zagreb, Hrvatska	100%	100%
- Atlantic Droga Kolinska d.o.o, Slovenija	100%	100%
- Atlantic Štark d.o.o., Srbija	100%	100%
- Atlantic Argeta d.o.o., Bosna i Hercegovina	100%	100%
- o.o.o. Atlantic Brands, Rusija	100%	100%
- Atlantic Grand d.o.o., Srbija	100%	100%
- Unikomerc d.o.o., Srbija	100%	100%
- Atlantic Grand d.o.o., Bosna i Hercegovina	100%	100%
- Atlantic Grand d.o.o.e.l., Sjeverna Makedonija	100%	100%
- Atlantic Brands d.o.o., Srbija	100%	100%
- Atlantic Trade d.o.o., Slovenija	100%	100%
- Atlantic Trade d.o.o., Sjeverna Makedonija	75%	75%
- Procaffe d.o.o., Hrvatska	99%	99%
Farmacia Holding d.o.o., Hrvatska	100%	100%
- ZU Ljekarne Farmacia, Hrvatska	100%	100%
- Farmacia - specijalizirana prodavaonica d.o.o., Hrvatska	100%	100%
Montana Plus d.o.o., Hrvatska	100%	100%
Atlantic Point d.o.o., Hrvatska	100%	100%
Hopen Investments, BV, Nizozemska	100%	100%
- Atlantic Management GmbH, Njemačka	100%	100%
- Hopen Cyprus Ltd., Cipar (osnovano u 2021. godini)	100%	-
Atlantic Multipower Srl, Italija (likvidirano u 2021. godini)	-	100%
Atlantic Brands GmbH, Austrija	100%	100%

Uprava Atlantic Grupe d.d. (dalje u tekstu: Atlantic Grupa ili Društvo), sukladno odredbama članaka 250.a, 250.b, 300.a i 300.b Zakona o trgovačkim društvima te članaka 462. i 463. Zakona o tržištu kapitala, na svojoj sjednici održanoj dana 28. ožujka 2022. donijela je sljedeću

ODLUKU

- I. Utvrđuje se Godišnje izvješće društva Atlantic Grupa d.d., sve u tekstu „GODIŠNJE IZVJEŠĆE 2021.“ koje čini privitak ove Odluke.
- II. Utvrđuju se revidirani nekonsolidirani i konsolidirani Godišnji financijski izvještaji za 2021. godinu, koje čine: izvještaj o financijskom položaju (bilanca), račun dobiti i gubitka, izvještaj o ostaloj sveobuhvatnoj dobiti, izvještaj o novčanim tokovima, izvještaj o promjenama kapitala i bilješke uz financijske izvještaje, sve u tekstu koji čini sastavni dio Izvještaja iz točke I. ove Odluke.
- III. Utvrđuje se da su revizori Ernst & Young d.o.o. iz Zagreba, Radnička cesta 50, Hrvatska i Kulić i Sperk Revizija d.o.o. iz Zagreba, Radnička cesta 52, Hrvatska sačinili revizorsko izvješće za 2021. godinu, sve u tekstu koji čini sastavni dio Izvještaja iz točke I. ove Odluke.
- IV. Utvrđuje se Izvješće Uprave o stanju Društva / Izvještaj rukovodstva za period od 01.01.2021. do 31.12.2021. godine, sve u tekstu koji čini sastavni dio Izvještaja iz točke I. ove Odluke.
- V. Sukladno članku 463. Zakona o tržištu kapitala Uprava Društva donosi odluku o objavi izvještaja iz točaka I., II. i III. te se naznačuje da Nadzorni odbor još nije odlučivao o istima, odnosno, da na iste još nije dana suglasnost nadležnog organa izdavatelja Atlantic Grupa d.d.
- V. Sukladno odredbi članka 300. b Zakona o trgovačkim društvima:
 1. Nadzornom odboru Društva podnijet će se izvještaji iz točaka II. i IV. ove Odluke na ispitivanje i predložiti da na te Izvještaje Nadzorni odbor dade suglasnost na sjednici zakazanoj prema objavljenom kalendaru događanja (04. svibnja 2022.);
 2. Dostavlja se Nadzornom odboru Društva revizorsko izvješće iz točke III. ove Odluke radi zauzimanja stava na sjednici zakazanoj prema objavljenom kalendaru događanja (04. svibnja 2022.);
 3. Po donošenju odluke Nadzornog odbora iz točaka 1. i 2., Uprava Društva će istovremeno, na sjednici Nadzornog odbora zakazanoj prema objavljenom kalendaru događanja (04. svibnja 2022.), Nadzornom odboru uputiti Prijedlog odluke o upotrebi dobiti radi zauzimanja stava;

4. Odluka Nadzornog odbora Društva o davanju suglasnosti na godišnje izvještaje i posljedično usvojeni prijedlog Uprave i Nadzornog odbora o upotrebi dobiti, objavit će se sukladno članku 463. stavku 4. Zakona o tržišta kapitala.

Atlantic Grupa d.d.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Emil Tedeschi', written in a cursive style.

Emil Tedeschi, Predsjednik Uprave



ATLANTIC GRUPA D.D.
Miramarska 23
10000 Zagreb, Hrvatska

Informacije
tel. +385 1 2413 322
fax. +385 1 2413 901
ir@atlanticgrupa.com