

ATLANTIC

GRUPA

FINANCIJSKI REZULTATI
U PRVOM KVARTALU 2021. GODINE
(nerevidirano)

Zagreb, 28. travnja 2021. godine

KOMENTAR PREDsjedNIKA UPRAVE	3
KLJUČNI DOGAĐAJI	4
DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE	7
DINAMIKA PROFITABILNOSTI	14
FINANCIJSKI POKAZATELJI	15
OČEKIVANJA ZA 2021. GODINU	17
DEFINICIJA I USKLADA ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI	18
KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI	23



SREĆA NAJVEĆA.

Komentirajući finansijska ostvarenja u prvom kvartalu 2021. godini, **Emil Tedeschi**, predsjednik Uprave Atlantic Grupe, istaknuo je:

“Poslovanje Atlantic Grupe već je preko godinu dana pod značajnim utjecajem pandemije COVID-19. Unatoč gospodarskim poremećajima uzrokovanim pandemijom zadovoljni smo ostvarenim rezultatima u prvom kvartalu te bilježimo tek blagi pad prihoda od prodaje koji je posljedica usporedbe s prvim kvartalom prošle godine koji je obilježila panična kupnja i stvaranje zaliha kućanstava uslijed početka pandemije te sam početak restrikcija u radu HoReCa kanala. Važno je napomenuti da je u usporedbi s prvim tromjesječjem 2019. godine ostvaren rast i prihoda i profitabilnosti. Naša stabilnost prepoznata je od strane tržišta kapitala te smo ostvarili povijesno najvišu cijenu dionice.

Unatoč krizi i neizvjesnosti nastavljamo s planiranim ulaganjima među kojima se posebno ističe početak izgradnje nove tvornice Argete u okolici Varaždina, čija se vrijednost kroz tri godine procjenjuje na 50-tak milijuna eura. Argeta je naš najbrže rastući brend te vodeći delikatesni namaz u Europi. Također, po prvi put uz „start up“ pristup razvili smo dva nova brenda; visokokvalitetnu čokoladu Jimmy Fantastic za sve one koje traže zalogaj za pamćenje i Boom Box – paletu proizvoda na bazi zobi koja će pokazati kako zdravi doručak može biti ukusan i praktičan.

Naši prioriteti i u neizvjesnosti razvoja pandemije ostaju isti – zdravlje i sigurnost naših djelatnika, osiguranje nesmetanog nastavka proizvodnje i kontinuirane opskrbe naših kupaca i potrošača te društvena odgovornost u najširem smislu..”

KLJUČNI DOGAĐAJI U PRVOM KVARTALU 2021. GODINE

PAD PRIHODA USLIJED PANDEMIJE

- **PRIHODI** OD PRODAJE U IZNOSU OD 1.249,6 MILIJUNA KUNA
-2,4% u odnosu na prvi kvartal 2020. godine
- **DOBIT PRIJE KAMATA, POREZA I AMORTIZACIJE (EBITDA*)** OD 168,0 MILIJUNA KUNA
-7,4% u odnosu na prvi kvartal 2020. godine (-8,9% kada isključimo jednokratne stavke*)
- **DOBIT PRIJE KAMATA I POREZA** OD 104,9 MILIJUNA KUNA (**EBIT***)
-13,5% u odnosu na prvi kvartal 2020. godine (-15,5% kada isključimo jednokratne stavke*)
- **NETO DOBIT*** OD 84,6 MILIJUNA KUNA
-5,3% u odnosu na prvi kvartal 2020. godine (-8,4% kada isključimo jednokratne stavke*)

FINANCIJSKI SAŽETAK PRVOG KVARTALA 2021. GODINE

Ključni pokazatelji	1.-3. 2021.	1.-3. 2020.	1.-3. 2021./ 1.-3. 2020.
Prihod od prodaje (u milijunima kuna)	1.249,6	1.280,7	(2,4%)
Ukupan prihod (u milijunima kuna)	1.258,7	1.291,4	(2,5%)
Normalizirana EBITDA marža*	13,6%	14,5%	-96 bb
Normalizirana neto dobit* (u milijunima kuna)	85,8	93,6	(8,4%)
Pokazatelj zaduženosti*	17,0%	20,1%	-310 bb

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2021. godinu.

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

1. NOVA TVORNICA ARGETE

Atlantic Grupa se, s obzirom na odličan razvoj poslovanja i planove rasta u kategoriji delikatesnih namaza, odlučila na ulaganje u izgradnju nove tvornice proizvoda pod robnom markom Argeta i to na području općine Kneginec u okolici Varaždina. Investicija ukupne vrijednosti od oko 50 milijuna eura započela je kupnjom zemljišta i odvijat će se u nekoliko faza, a novi proizvodni pogon prema planu bi trebao biti pušten u rad u roku od 15 mjeseci od ishođenja građevinske dozvole. Realizacijom svih faza projekta planirano je otvaranje i do 150 novih radnih mjesta. Za izgradnju tvornice i prateće infrastrukture kupljeno je građevinsko zemljište u poslovnoj zoni Kneginec veličine 41.000 četvornih metara, a novi proizvodni pogon bit će temeljen na najvišim standardima u prehrambenoj industriji te najvišim principima održivog poslovanja, te posebice u zaštiti okoliša. Poslovna zona Kneginec izabrana je za izgradnju nove tvornice na temelju niza kriterija kao što su geografska lokacija, prometna povezanost i razvijena infrastruktura, dostupnost kvalificirane radne snage te mogućnost korištenja poticajnih mjera u obliku poreznih olakšica, poticaja za novozaposlene, te poticaja za kapitalne troškove investicijskog projekta.

2. LANSIRANJE DVA NOVA BREND: JIMMY FANTASTIC I BOOM BOX

Novo poslovno područje Atlantic Grupe, Novi rast, u ožujku je na tržišta Hrvatske i Slovenije lansiralo naš novi brend, Jimmy Fantastic. Jimmy Fantastic je ukusna visokokvalitetna čokolada za sve one koji traže veliki zalogaj za pamćenje. Slušali smo tržište, shvatili što ljudi žele i odlučili napraviti najvelikodušniju porciju čokolade. Sve smo radili drugačije, baš zato što je Jimmy Fantastic takav - drugačiji. Ime, dizajn, ambalaža, gramaža, okusi... izgradili smo potpuno novi originalni brend čokolade izuzetno masivnih kockica za sve one koji od života žele nešto veći griz. Jimmy Fantastic se može pohvaliti s čak šest kreativnih kombinacija i dodataka, a neki od njih se prvi put pojavljuju na domaćem tržištu. Tako će ljubitelji čokolade uz Jimmy Fantastic moći uživati u kombinaciji prženih badema i lješnjaka, hrskavom miks u kokosa i keksa, fuziji slane karamela i brownieja, karameliziranoj mini riži, vafli obogaćenom tamnom čokoladom ili u samoj čistoj čokoladi. Jimmy Fantastic je ponosni Cocoa Horizons ambasador koji promovira prosperitet uzgajivača kaka, zaštitu prirode i djece. Mi vjerujemo da se čokolada treba proizvoditi na održiv način, uz programe koji osnažuju i štite uzgajivače te planet čine sretnim mjestom za život.

Sve je spremno i za lansiranje drugog novog brenda Novog rasta pod nazivom Boom Box koji će se u maloprodaji u Hrvatskoj i Sloveniji naći u drugom kvartalu. Boom Box je prvi potpuno novi zobeni brend na našim tržištima. Također, Boom Box je prvi potpuno veganski brend bez dodanog šećera, a razne kombinacije okusa čine ga izuzetno ukusnim. Od granola i zobnih kaša, preko keksa pa do biljnih napitaka, svaki Boom Box proizvod ima zadatak promijeniti percepciju zobi: zob više nije namirnica koju moramo jesti, zob je namirnica koju želimo jesti – i to u svakoj prilici. Rana jutro, hektična popodnevna, mirne večeri, kasnonoćni obilasci frižidera, sve su to prilike da na nutritivno bogat i jako ukusan način počnemo mijenjati svoje prehrambene navike.

3. DONAT UZ PROBAVU BRINE I O PRIRODI

Jedinstvenom kombinacijom mineralnih tvari Donat klinički dokazano potiče probavu i na taj način blagotvorno djeluje na cijelo tijelo. Na vidjelo izlaze nova saznanja da oko 80 % stanica imunološkog sustava nastaje u našem probavnom sustavu, što Donatu daje još važniju ulogu. Zato novi Donatov pozicijski slogan glasi: "Pobrinite se za svoju probavu, brinite o sebi." S obzirom na potpuno prirodno podrijetlo proizvoda i zahtjeve redovitih korisnika, odlučeno je da će se Donat puniti u 100% reciklirane boce, što će smanjiti emisiju CO2 za čak 90% u odnosu na postojeću bocu. Donat će već korištene plastične boce uzimati iz okoliša te ih koristiti kao sirovinu za proizvodnju boca, čime će uvelike smanjiti opterećenje okoliša plastikom. Tako u Donatu ostvarujemo našu viziju društveno osviještenog, ekološki odgovornog i održivog brenda. Donat je stručnjak na polju zdrave probave i kao takav se predstavlja u novom, čistom i elegantnom izgledu koji poručuje da Donat klinički dokazano potiče probavu i na taj način blagotvorno djeluje na cijelo tijelo.

4. ATLANTIC GRUPA NAJNAGRAĐIVANIJI POSLODAVAC ZA EMPLOYER BRANDING

Iako suočeni s jednom od najvećih kriza i brojnim izazovima oko organizacije posla, radom od kuće, brigom za zdravlje djelatnika, najuspješniji poslodavci u Hrvatskoj pokazali su iznimne rezultate u provođenju aktivnosti koje izravno utječu na zadovoljstvo radnika, a koje u širem kontekstu spadaju u upravljanje prepoznatljivosti kvalitete kompanije u široj javnosti. Atlantic se ove godine ističe na dodjeli nagrada kao kompanija koja je u sveukupnom poretku osvojila najviše nagrada - čak sedam nagrada.

5. ARGETA NAMAZI U NOVOM RUHU

Novim vizualnim rješenjima pakiranja Argeta se odmiče od industrijskog izgleda koji prevladava kod konkurenata u kategoriji. Hladnoj vanjštini na koju smo navikli, proizvodima od mesa i ribe dodaje boju, toplinu i priču. Argetina pakiranja u novom ruhu obraćaju se kupcima na prepoznatljiv način ilustracijom, kao središnjim elementom, koja izgledu Argetinog pakiranja daje moderan izgled, pun topline i mašte. Kroz bogato stiliziranu ilustraciju, pakiranja će uvijek reći nešto novo i uvesti kupce u lik i priču svakog okusa. Novi dizajn Argetinog pakiranja popraćen je s više od 20 ilustracija koje olakšavaju brže pronalaženje vama omiljenih okusa. Kroz novi pristup brendiranju promijenjen je vizualni identitet cijele palete Argetinih namaza od mesa i ribe, a uskoro slijedi i redizajn premium linija Argete Junior i Argete Exclusive.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM KVARTALU 2021. GODINE

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

(u milijunima kuna)	1.-3. 2021.	1.-3. 2020.	1.-3. 2021./ 1.-3. 2020.
SPP Kava	248,2	252,0	(1,5%)
SPP Delikatesni namazi	221,5	223,5	(0,9%)
SPP Slatko i slano	150,6	155,4	(3,1%)
SPP Pića	97,7	104,5	(6,5%)
SPP Pharma	133,8	144,5	(7,4%)
PP Donat	56,1	51,0	10,1%
SDP Hrvatska	281,3	300,5	(6,4%)
SDP Srbija	268,3	267,8	0,2%
SDP Slovenija	232,1	239,0	(2,9%)
Ostali segmenti*	211,8	192,0	10,3%
Usklada**	-651,9	-649,4	n/p
Prihod od prodaje	1.249,6	1.280,7	(2,4%)

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2021. godinu.

Atlantic Grupa je u prvom kvartalu 2021. godine ostvarila 1,2 milijardi kuna prihoda od prodaje što predstavlja pad od 2,4% u odnosu na isto razdoblje prethodne godine. Dvoznamenkasti rast prihoda bilježi Poslovno područje Donat i Ostali segmenti čime je djelomično nadoknađen pad prihoda većine poslovnih područja kao rezultat usporedbe s iznimnim prvim kvartalom prošle godine koji je obilježen paničnom kupnjom i stvaranjem zaliha kućanstava uslijed početka pandemije. Na pad prodaje utjecale su i značajne restrikcije u radu HoReCa kanala koje su većim dijelom bile na snazi od početka godine, posebice u Hrvatskoj i Sloveniji, dok su prošle godine slične restrikcije uvedene tek sredinom ožujka.

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.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM KVARTALU 2021. GODINE



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE KAVA bilježi rast prihoda od prodaje na tržištu Hrvatske te na zapadnoeuropskim tržištima Austrije i Njemačke čime je djelomično nadoknađen pad prodaje na tržištima Srbije i Bosne i Hercegovine. Gledano po kategorijama, značajan rast ostvaruje instant kava dok Barcaffe kava za konzumaciju u pokretu („on the go“) i Barcaffe Perfetto kapsule bilježe udvostručenje prodaje. Kategorija svježe pržene mljevene kave bilježi pad prodaje uslijed restrikcija rada HoReCa kanala kao i drugih mjera lokalnih vlasti za sprječavanje širenja COVID-19, poput ograničenja okupljanja u domaćinstvima što utječe i na smanjenu konzumaciju i na smanjenu kupovinu kave kao poklona.



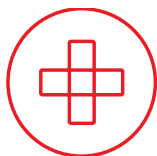
STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE DELIKATESNI NAMAZI bilježi blagi pad prihoda od prodaje zbog prošlogodišnjeg gomilanja zaliha kućanstava uslijed početka pandemije COVID-19. Pad prihoda prodaje na regionalnim tržištima gotovo je u potpunosti nadoknađen značajnim rastom na tržištima Njemačke, Švicarske i Švedske. Pad prodaje je zabilježen u ribljom segmentu delikatesnih namaza, dok mesni segment bilježi rast. Od ostalih kategorija rast bilježe džemovi pod brendom Bakina tajna.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE SLATKO I SLANO bilježi pad prihoda od prodaje primarno na tržištu Bosne i Hercegovine koji je djelomično nadoknađen rastom na tržištima Slovenije, Austrije, Njemačke i Kosova (ponovni ulazak na tržište nakon ukidanja carinskih ograničenja). Gledano po kategorijama, flaps pod brendom Smoki, Prima štapići, čokolada pod brendom Menaž i Bananica bilježe rast prodaje, dok ostali brendovi bilježe pad prodaje uslijed negativnog utjecaja pandemije koji se očituje u smanjenju OOH konzumacije, smanjenju impulsnih kupovina i kupovina za poklon.



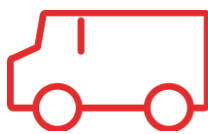
STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE PIĆA bilježi pad prihoda od prodaje na tržištu Hrvatske i Slovenije koji je djelomično nadoknađen rastom na tržištu Srbije. Brendovi Cedevita i Cockta bilježe značajan pad prodaje u HoReCa kanalu uslijed mjera za suzbijanje pandemije što je djelomično nadoknađeno rastom prodaje Cedevite i Cockte namijenjene konzumaciji kod kuće te značajnim rastom prodaje Cedevite GO.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE PHARMA bilježi pad prodaje ljekarničkog lanca Farmacia koji je uzrokovan smanjenom potražnjom za lijekovima i dodacima prehrani koji se odnose na sezonu gripe i prehlade te usporavanje potražnje za COVID-19 asortimanom koji je sada djelomično dostupan u drugim kanalima maloprodaje, a bio je izrazito tražen u ožujku prošle godine tj. dolaskom pandemije u Hrvatsku. Dječja hrana pod brendom Bebi na ruskom tržištu bilježi pad prodaje kao posljedica prošlogodišnjeg stvaranja zaliha uslijed pandemije.



POSLOVNO PODRUČJE DONAT bilježi rast prodaje ponajprije zahvaljujući dvoznamenkastom rastu na tržištu Slovenije i Rusije.



STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE HRVATSKA bilježi pad prihoda od prodaje i vlastitih i principalskih brendova primarno kao posljedica restrikcija rada HoReCa kanala i smanjenje prodaje impulsnog asortimana uslijed pandemije. Navedeni pad djelomično je nadoknađen rastom prodaje svježe pržene mljevene kave pod brendom Barcaffe, značajnim rastom prodaje kave pod brendom Barcaffe za konzumaciju u pokretu („on the go“), rastom flipsa pod brendom Smoki, rastom Cockte u maloprodajnom kanalu i Cedevite GO za konzumaciju u pokretu te rastom principala Ferrero, Asahi i Philips.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM KVARTALU 2021. GODINE



STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SRBIJA bilježi prodaju na gotovo istim razinama kao i u istom periodu prošle godine. Rast prodaje bilježi Bananica, flips pod brendom Smoki, Cedevita namijenjena za konzumaciju kod kuće te instant kava i kava pod brendom Barcaffè za konzumaciju u pokretu čime je nadoknađen pad prodaje svježe pržene mljevene kave uslijed pada kategorije. Među principalskim brendovima najviše se ističu Saponia, Kandit i Red Bull. HoReCa kanal bilježi blagi rast prodaje uslijed znatno blažih restrikcija rada HoReCa kanala nego što je to slučaj na drugim regionalnim tržištima.

STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SLOVENIJA bilježi pad prodaje primarno kao posljedica pada prodaje u HoReCa kanalu uslijed zatvaranja HoReCa kanala kao posljedica mjera za sprječavanje širenja pandemije. Argeta u segmentu delikatesnih namaza bilježi pad uslijed prošlogodišnjeg utjecaja stvaranja zaliha kućanstava koji je djelomično nadoknađen rastom prodaje asortimana slatko i slano, značajnim rastom kave pod brendom Barcaffè za konzumaciju u pokretu, rastom Cedevite GO, rastom Cockte u maloprodajnom kanalu te rastom Donata. Među principalskim brendovima ističe se Ferrero.

Značajan rast bilježe OSTALI SEGMENTI kao posljedica rasta prihoda prodaje u distribucijskom području Austrije i Globalnom upravljanju mrežom distributera te novom poslovnom području Novi rast čime je u potpunosti nadoknađen pad prihoda zabilježen u distribucijskom području Rusije i Makedonije.

DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE MAKEDONIJA bilježi pad prodaje uslijed pada prodaje Argete u segmentu delikatesnih namaza zbog utjecaja prošlogodišnjeg stvaranja zaliha kućanstava te pada prodaje čokolade pod brendom Najlepše želje. Navedeni pad djelomično je nadoknađen rastom prodaje svježe pržene mljevene kave pod brendom Grand kafa, flipsa pod brendom Smoki, Cedevite u segmentu pića te principalskog brenda Ferrero.

DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE AUSTRIJA bilježi rast prihoda od prodaje primarno zbog rasta svih vlastitih brendova, prvenstveno Argete u segmentu delikatesnih namaza, svježe pržene mljevene kave pod brendom Grand kafa, flipsa Smoki i Prima štapića u segmentu slatko i slano te funkcionalne vode Donat.

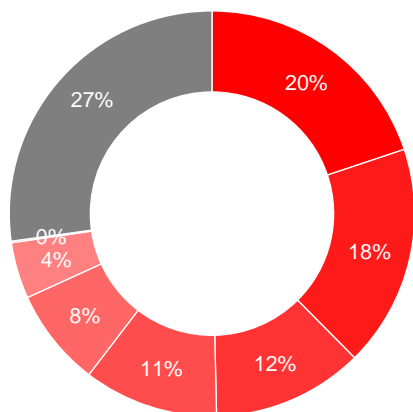
Dvoznamenkaste stope rasta bilježi GLOBALNO UPRAVLJANJE MREŽOM DISTRIBUTERA ponajprije zbog rasta na tržištima Njemačke, Švicarske, Švedske i SAD-a i to u segmentu delikatesnih namaza pod brendom Argeta i segmentu kave pod brendom Grand kafa.

DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE RUSIJA bilježi pad prodaje dječje hrane pod brendom Bebi koji je djelomično nadoknađen dvoznamenkastim rastom prodaje funkcionalne vode Donat.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM KVARTALU 2021. GODINE

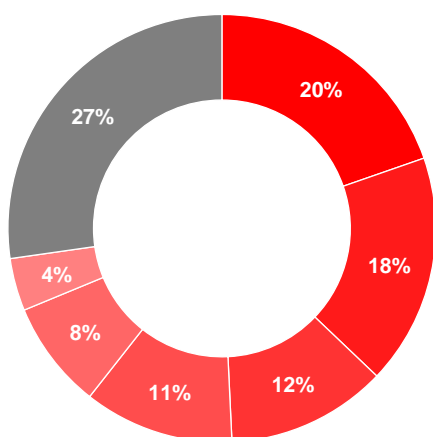
PREGLED PRIHODA OD PRODAJE PO SEGMENTIMA

1.-3.2021.



- Kava 19,9%
- Delikatesni namazi 17,7%
- Slatko i slano 12,1%
- Pharma 10,7%
- Pića 7,8%
- Donat 4,5%
- Ostalo 0,1%
- Principalski brendovi 27,2%

1.-3.2020.



- Kava 19,7%
- Delikatesni namazi 17,4%
- Slatko i slano 12,1%
- Pharma 11,3%
- Pića 8,2%
- Donat 4,0%
- Principalski brendovi 27,3%

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM KVARTALU 2021. GODINE

PREGLED PRIHODA OD PRODAJE PO TRŽIŠTIMA

(u milijunima kuna)	1.-3. 2021.	% prihoda od prodaje	1.-3. 2020.	% prihoda od prodaje	1.-3. 2021. /1.-3. 2020.
Hrvatska	401,4	32,1%	427,4	33,4%	(6,1%)
Srbija	272,4	21,8%	272,7	21,3%	(0,1%)
Slovenija	232,2	18,6%	239,1	18,7%	(2,9%)
Bosna i Hercegovina	94,1	7,5%	110,5	8,6%	(14,9%)
Ostala tržišta regije*	104,5	8,4%	107,3	8,4%	(2,6%)
Ključna europska tržišta**	81,5	6,5%	64,2	5,0%	27,1%
Rusija i ZND	35,6	2,9%	36,4	2,8%	(2,1%)
Ostala tržišta	27,8	2,2%	23,1	1,8%	20,4%
Prihod od prodaje	1.249,6	100,0%	1.280,7	100,0%	(2,4%)

*Ostala tržišta regije: Makedonija, Crna Gora, Kosovo

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

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2021. godinu

TRŽIŠTE HRVATSKE ostvarilo je pad prodaje u odnosu na prvi kvartal prošle godine primarno kao posljedica restrikcija rada HoReCa kanala i utjecaja prošlogodišnjeg stvaranja zaliha kućanstava kao posljedica početka pandemije, a što je, uz velik dio asortimana namijenjenog za konzumaciju u vlastitom domu posebno utjecalo na prodaju ljekarničkog lanca Farmacia. Navedeni pad djelomično je nadoknađen rastom prodaje svježe pržene mljevene kave pod brendom Barcaffé, značajnim rastom prodaje kave pod brendom Barcaffé za konzumaciju u pokretu („on the go“), rastom flipsa pod brendom Smoki, rastom Cockte u maloprodajnom kanalu, Cedevite GO za konzumaciju u pokretu, lansiranjem novog brenda čokolade Jimmy Fantastic te rastom principala Ferrero, Asahi i Philips.

TRŽIŠTE SRBIJE bilježi prodaju na gotovo istim razinama kao u istom periodu prethodne godine. Rast prodaje bilježi instant kava i kava za konzumaciju u pokretu pod brendom Barcaffé, Bananica i flips pod brendom Smoki, Cedevita GO i Cedevita namijenjena za konzumaciju kod kuće te principalski brendovi Red Bull, Saponia i Kandit.

TRŽIŠTE SLOVENIJE bilježi pad prodaje primarno kao posljedica zatvaranja HoReCa kanala i utjecaja prošlogodišnjeg stvaranja zaliha kućanstava kao posljedica pandemije koji je djelomično nadoknađen rastom prodaje kave za konzumaciju u pokretu pod brendom Barcaffé, rastom flipsa Smoki i Prima štapića, rastom Cedevite GO, rastom Cockte u maloprodajnom kanalu te rastom funkcionalne vode Donat. Među principalskim brendovima ističe se Ferrero.

TRŽIŠTE BOSNE I HERCEGOVINE bilježi pad prodaje uslijed pada prodaje Grand kafe u segmentu kave, dijela asortimana slatko i slano te pada Argete u segmentu delikatesnih namaza kao posljedica prošlogodišnjeg stvaranja zaliha kućanstava. Navedeni pad djelomično je nadoknađen rastom instant kave, Barcaffé Perfetto kapsula, Bananice u segmentu slatko i slano te Cedevite GO i Cedevite za konzumaciju kod kuće.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM KVARTALU 2021. GODINE



OSTALA TRŽIŠTA REGIJE bilježe pad prihoda od prodaje kao posljedica pada prodaje na tržištima Makedonije i Crne Gore koji je djelomično nadoknađen rastom prodaje na tržištu Kosova uslijed ponovnog ulaska asortimana slatko i slano nakon ukidanja carinskih ograničenja te rasta prodaje Argete iz segmenta delikatesnih namaza.

KLJUČNA EUROPSKA TRŽIŠTA bilježe rast na svim tržištima pri čemu tržišta Njemačke, Švedske i Švicarske bilježe dvoznamenkasti rast uslijed rasta prodaje Argete u segmentu delikatesnih namaza te svježe pržene mljevene kave pod brendom Grand kafa.

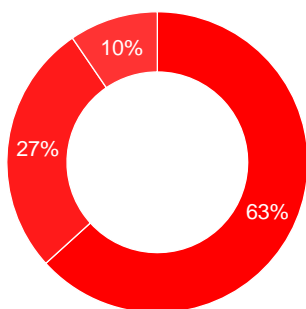
TRŽIŠTE RUSIJE I ZAJEDNICE NEOVISNIH DRŽAVA bilježi pad prodaje kao posljedica pada prodaje asortimana dječje hrane pod brendom Bebi koji je većim dijelom nadoknađen rastom prodaje funkcionalne vode Donat te flipsa Smoki.

Dvoznamenkasti rast prodaje ostvaruju OSTALA TRŽIŠTA primarno uslijed rasta prodaje delikatesnih namaza pod brendom Argeta na većini Ostalih tržišta pri čemu tržišta Italije, Ujedinjenog Kraljevstva i Sjedinjenih Američkih Država bilježe najznačajniji rast.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM KVARTALU 2021. GODINE

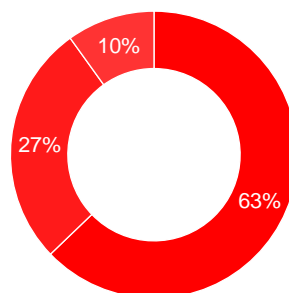
PROFIL PRIHODA OD PRODAJE PO PROIZVODNIM KATEGORIJAMA

1.- 3.2021.



- Vlastiti brendovi 63,3%
- Principalski brendovi 27,2%
- Farmacia 9,5%

1.-3.2020.



- Vlastiti brendovi 62,8%
- Principalski brendovi 27,3%
- Farmacia 9,9%

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2021. godinu.

VLASTITI BRENDOVI ostvarili su prihode od prodaje u iznosu od 790,8 milijuna kuna što predstavlja blagi pad uslijed pada prodaje svježe pržene mljevene kave pod brendom Grand Kafa, espresso kave pod brendom Barcaffè, Najlepših želja u segmentu slatko i slano te Cockte i Cedevite u HoReCa kanalu. Navedeni pad je djelomično ublažen rastom: (i) Barcaffè kave za konzumaciju u pokretu, (ii) Cedevite GO u segmentu pića, (iii) Smokija i Bananice u segmentu slatko i slano te (iv) funkcionalne vode Donat.

PRINCIPALSKI BRENDOVI bilježe pad od 2,8% sa 339,5 milijuna kuna prihoda od prodaje kao posljedica pada prodaje principala sa značajnim udjelom impulsnog asortimana te asortimana u segmentu osobne i higijene u domaćinstvu pri čemu je taj pad dijelom ublažen rastom principala Ferrero, Phillips, Asahi, Saponia i Kandit.

Ljekarnički lanac **FARMACIA** ostvario je 119,2 milijuna kuna prihoda od prodaje što predstavlja pad prodaje od 6,1% uzrokovan smanjenom potražnjom za lijekovima i dodacima prehrani koji se odnose na sezonu gripe i prehlade te usporavanje potražnje za COVID-19 asortimanom koji je u ožujku prošle godine ostvarivao iznimne rezultate, a uz to je sada djelomično dostupan i u drugim kanalima maloprodaje. Na 31. ožujka 2021. godine Farmacia broji 92 ljekarne i specijalizirane prodavaonice.

DINAMIKA PROFITABILNOSTI U PRVOM KVARTALU 2021. GODINE

DINAMIKA PROFITABILNOSTI

(u milijunima kuna)	1.-3. 2021.	1.-3. 2020.	1.-3. 2021./ 1.-3. 2020.
Prihod od prodaje	1.249,6	1.280,7	(2,4%)
EBITDA*	168,0	181,4	(7,4%)
Normalizirana EBITDA*	169,4	185,8	(8,9%)
EBIT*	104,9	121,3	(13,5%)
Normalizirani EBIT*	106,3	125,8	(15,5%)
Neto dobit*	84,6	89,3	(5,3%)
Normalizirana Neto dobit *	85,8	93,6	(8,4%)
Profitne marže			
EBITDA marža*	13,4%	14,2%	-72bp
Normalizirana EBITDA marža*	13,6%	14,5%	-96bp
EBIT marža*	8,4%	9,5%	-107bp
Normalizirana EBIT marža*	8,5%	9,8%	-131bp
Neto profitna marža*	6,8%	7,0%	-21bp
Normalizirana Neto profitna marža*	6,9%	7,3%	-45bp

U prvom kvartalu 2021. godini EBITDA iznosi 168,0 milijuna kuna, što predstavlja pad od 7,4% u odnosu na isti period prošle godine, odnosno pad od 8,9% ukoliko isključimo utjecaj jednokratnih stavki.

Na pad normalizirane EBITDA utjecao je pad prodaje većine poslovnih područja te povećanje marketinških ulaganja unatoč nižim troškovima proizvodnog materijala (niža cijena sirove kave uz pozitivan utjecaj dolara) i nižim ostalim operativnim troškovima (niži troškovi reprezentacije, poslovnih putovanja i goriva uslijed mjera za suzbijanje pandemije). Rast profitabilnosti poslovnih područja Kave i Donata te GUMD djelomično je nadoknadio pad profitabilnosti poslovnih područja Delikatesnih namaza, Pića, Slatko i slano, ljekarničkog lanca Farmacia te distributivnog područja Hrvatska.

Uz prethodno opisano, normalizirana neto dobit bilježi manji pad od normalizirane EBITDA kao posljedica nižih troškova kamata te manje negativnog utjecaja tečajnih razlika nego u istom periodu prošle godine.

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

FINANCIJSKI POKAZATELJI U PRVOM KVARTALU 2021. GODINE

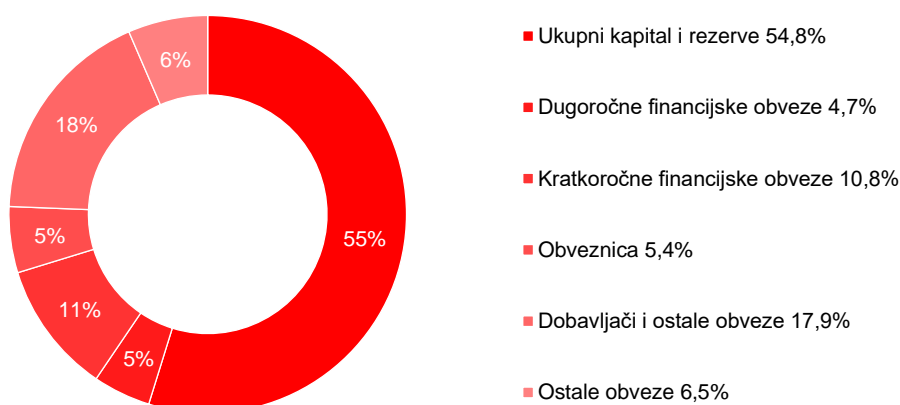
FINANCIJSKI POKAZATELJI

(u milijunima kuna)	31.3.2021.	31.12.2020.
Neto dug*	623,2	740,1
Ukupna imovina	5.565,1	5.411,7
Ukupno kapital i rezerve	3.049,5	2.948,0
Odnos kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza*	1,4	1,3
Pokazatelj zaduženosti*	17,0%	20,1%
Neto dug/EBITDA*	0,8	1,0
(u milijunima kuna)	1Q 2021	1Q 2020
Pokriće troška kamata*	43,3	27,8
Kapitalna ulaganja*	54,3	91,9
Slobodni novčani tok*	129,4	43,0
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti	183,7	134,9

Među ključnim odrednicama financijske pozicije Atlantic Grupe u prvom kvartalu 2021.godine važno je istaknuti sljedeće:

- Pokazatelj zaduženosti niži je za čak 310 baznih bodova zahvaljujući smanjenju neto duga od 117 milijuna kuna u odnosu na kraj 2020. godine.
- Zaduženost mjerena odnosom neto duga i normalizirane EBITDA spustila se s 1,0 na kraju 2020. godine na 0,8 na kraju prvog kvartala 2021. godine.
- Slobodni novčani tok bilježi značajan rast uslijed manjih kapitalnih ulaganja i višeg novčanog toka iz poslovnih aktivnosti.

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



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

PREGLED KLJUČNIH STAVKI U KONSOLIDIRANOM IZVJEŠTAJU O NOVČANOM TOKU

Novčani tok od poslovnih aktivnosti bilježi rast primarno kao posljedica pozitivnog kretanja radnog kapitala uslijed prošlogodišnjeg povećanja sigurnosnih zaliha i zastoja u naplati potraživanja od HoReCa kupaca, a unatoč višim troškovima poreza.

Kapitalna ulaganja u prvom kvartalu 2021. izvršena su prema planu i u skladu sa Strateškim smjernicama Atlantic Grupe. Pandemijska situacija i dalje utječe na načine izvođenja uvjetovanih istom, ali bez značajnih utjecaja na izvršenje investicija.

Od značajnih investicija ističu se:

- SPP PIĆA: Tehničke aktivnosti pripreme lokacije Cedevisa za instalaciju nove linije za pakiranje.
- SPP KAVA: Aktivirane investicije u nabavku potrebne opreme za Coffee2Go i HoReCa opreme za pripremu kave.
- SPP DELIKATESNI NAMAZI: Okončana investicija u rekonstrukciju i poboljšanja linije za proizvodnju i pakiranje delikatesnih namaza u Izoli. Uspješno okončan probni rad i linija je puštena u redovni rad.
- SPP SLATKO I SLANO: U tijeku je probni rad nove linije za izpločavanje čokolade i nove linije za pakiranje čokolade.
- SDP / u svim regijama: Aktivirane investicije u rashladne vitrine za program Pića.
- IT: ulaganja u infrastrukturu, digitalne tehnologije i implementaciju poslovnih aplikacija te zamjena opreme.

STRATEŠKE SMJERNICE MENADŽMENTA ATLANTIC GRUPE ZA 2021. GODINU

Unatoč pronalasku cjepiva za COVID-19, neizvjesnost je i dalje izrazito velika i teško je predvidjeti budući tijek pandemije te odgovore gospodarstava na istu.

Menadžment Atlantic Grupe u 2021. godini očekuje nešto više prosječne cijene sirove kave na globalnim tržištima roba koje će biti djelomično anulirane uslijed očekivanog slabljenja američkog dolara, a zbog kupnje navedene sirovine u dolarskoj valuti. Nadalje, kod značajnog dijela naših ključnih sirovina i pakirnog materijala poput mlijeka u prahu, kakaa i aluminija već je došlo do poskupljenja ili je ono izvjesno.

Uz pretpostavku da će se do kraja prve polovice godine postići značajna procijepljenost stanovništva te da će doći do ublažavanja odnosno ukidanja mjera za suzbijanje pandemije, očekujemo srednji jednoznačenasti organski rast prihoda od prodaje u odnosu na 2020. godinu koji će pratiti intenzivnija marketinška ulaganja. Uz navedeno, u prvom kvartalu lansirali smo novi brend čokolade Jimmy Fantastic te je u drugom kvartalu planirano lansiranje Boom Boxa, palete proizvoda na bazi zobi, koje će pratiti značajna inicijalna ulaganja što će, u kombinaciji s prethodno navedenim, vjerojatno rezultirati nešto nižom normaliziranom EBITDA-om u odnosu na onu ostvarenu 2020. godine.

U 2021. godine planiramo kapitalna ulaganja nešto viša u odnosu na proteklu godinu.

U 2021. godini 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, (v) nastavak dezinvestiranja ne-strateških poslovnih operacija koja nemaju potencijal značajnijeg rasta te na (vi) moguća spajanja i akvizicije.

ATLANTIC GRUPA d.d.

DEFINICIJA I USKLADA

ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI (APM)

DEFINICIJA I USKLADA ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI (APM)

Godišnje izvješće, polugodišnje izvješće, tromjesečno izvješće i druga komunikacija s investitorima sadrže određene mjere financijske uspješnosti koje nisu definirane Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFI). Vjerujemo da su ove mjere, zajedno s usporedivim mjerama iz MSFI-jeva, korisne investitorima jer pružaju osnovu za mjerenje naše operativne i financijske uspješnosti.

Glavni alternativni pokazatelji uspješnosti koje koristi Atlantic Grupa definirani su i/ili usklađeni s našim MSFI mjerama u ovom dokumentu.

EBITDA I NORMALIZIRANA EBITDA, EBITDA marža I NORMALIZIRANA EBITDA marža

EBITDA (Dobit prije kamata, poreza i amortizacije) jednaka je dobiti iz poslovanja u financijskim izvještajima (vidi bilješku 2 - Sažetak značajnih računovodstvenih politika u zadnje objavljenim revidiranim Konsolidiranim financijskim izvještajima) uvećanoj za amortizaciju materijalne i nematerijalne imovine i umanjenje vrijednosti (vidi bilješke 13, 14, 15 u zadnje objavljenim 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 zadnje objavljenim 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. 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	1.-3. 2021.	1.-3. 2020.	1.-3. 2021./ 1.-3. 2020.
Dobit iz poslovanja	104,9	121,3	(13,5%)
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	63,1	60,1	5,0%
EBITDA	168,0	181,4	(7,4%)
Troškovi i dobit po osnovi dezinvestiranja, neto	0,0	3,1	
COVID-19 troškovi	1,4	1,3	
Normalizirana EBITDA	169,4	185,8	(8,9%)
Prodaja	1.249,6	1.280,7	
EBITDA marža	13,4%	14,2%	
Normalizirana EBITDA marža	13,6%	14,5%	

DEFINICIJA I USKLADA ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI (APM)

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 zadnje objavljenim revidiranim Konsolidiranim financijskim izvještajima).

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

u milijunima kuna	1.-3. 2021.	1.-3. 2020.	1.-3. 2021./ 1.-3. 2020.
Dobit iz poslovanja	104,9	121,3	(13,5%)
EBIT	104,9	121,3	(13,5%)
Troškovi i dobit po osnovi dezinvestiranja, neto	0,0	3,1	
COVID-19 troškovi	1,4	1,3	
Normalizirana EBIT	106,3	125,8	(15,5%)
Prodaja	1.249,6	1.280,7	
EBIT marža	8,4%	9,5%	
Normalizirana EBIT marža	8,5%	9,8%	

NETO DOBIT I NORMALIZIRANA NETO DOBIT

Neto dobit je međuzbroj koji je iskazan u Konsolidiranom računu dobiti i gubitka u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 31. ožujka 2021. godine.

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

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

u milijunima kuna	1.-3. 2021.	1.-3. 2020.	1.-3. 2021./ 1.-3. 2020.
Neto dobit	84,6	89,3	(5,3%)
Troškovi i dobit po osnovi dezinvestiranja, neto	0,0	3,1	
COVID-19 troškovi	1,2	1,2	
Normalizirana neto dobit	85,8	93,6	(8,4%)
Prodaja	1.249,6	1.280,7	
Neto profitna marža	6,8%	7,0%	
Normalizirana neto profitna marža	6,9%	7,3%	

KAPITALNA ULAGANJA (CAPEX)

Kapitalna ulaganja uključuju plaćanja izvršena za stjecanje nekretnina, postrojenja i opreme i nematerijalne imovine, kako je prikazano u Konsolidiranom izvještaju o novčanom toku u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 31. ožujka 2021. godine. Grupa koristi kapitalna ulaganja kao APM kako bi osigurala alokaciju novca u skladu sa strategijom Grupe.

DEFINICIJA I USKLADA ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI (APM)

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 umanjenih za novac i novčane ekvivalente koji su iskazani u Konsolidiranoj bilanci u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 31. ožujka 2021. godine, kao što je prikazano u nastavku:

u milijunima kuna	31.03.2021.	31.12.2020.
Dugoročne obveze po primljenim kreditima	299,6	299,5
Dugoročne obveze po najmovima	260,4	263,5
Kratkoročne obveze po primljenim kreditima	513,9	511,7
Kratkoročne obveze po najmovima	85,1	84,8
Derivativni financijski instrumenti, neto	-3,3	7,1
Novac i novčani ekvivalenti	-532,5	-426,5
Neto dug	623,2	740,1
Normalizirana EBITDA	738,7	755,1
Neto dug/Normalizirana EBITDA	0,8	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 Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 31. ožujka 2021. godine. Omjer kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza je pokazatelj likvidnosti koji mjeri sposobnost Grupe da pokrije svoj kratkoročni dug kratkotrajnom imovinom.

u milijunima kuna	1.-3. 2021.	1.-3. 2020.
Kratkotrajna imovina	2.404,3	2.259,5
Kratkotrajne obveze	1.727,6	1.674,5
Odnos kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza	1,4	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	31.3.2021.	31.12.2020.
Neto dug	623,2	740,1
Ukupno kapital	3.049,5	2.948,0
Pokazatelj zaduženosti	17,0%	20,1%

DEFINICIJA I USKLADA ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI (APM)

POKRIĆE TROŠKA KAMATA

Pokriće troška kamata izračunava se dijeljenjem normalizirane EBITDA Grupe s ukupnim troškom kamata (vidi bilješku 8 - Rashodi od financiranja-neto u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 31. ožujka 2021.), 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	1.-3. 2021.	1.-3. 2020.
Normalizirana EBITDA	169,4	185,8
Ukupno rashodi od kamata	3,9	6,7
Normalizirano pokriće troška kamata	43,3	27,8

SLOBODNI NOVČANI TIJEK

Slobodni novčani tijek prikazuje sposobnost Grupe da generira novac za isplatu dividendi, otplatu financijskih obaveza, financiranje potencijalnih akvizicija i slično. Slobodni novčani tijek jednak je neto novčanom toku iz operativnih aktivnosti umanjen za kapitalna ulaganja, stavke koje su iskazane u Konsolidiranom izvještaju o novčanom toku u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 31. ožujka 2021.godine.

u milijunima kuna	1.-3. 2021.	1.-3. 2020.
Neto operativni novčani tijek	183,7	134,9
Kapitalna ulaganja	54,3	91,9
Slobodni novčani tijek	129,4	43,0

ATLANTIC GRUPA d.d.

**SAŽETI KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI ZA
RAZDOBLJE ZAVRŠENO 31. OŽUJKA 2021. (NEREVIDIRANO)**

ATLANTIC GRUPA d.d.
KONSOLIDIRANI RAČUN DOBITI I GUBITKA

u tisućama kuna, nerevidirano	Sij. - Ožu. 2021.	Sij. - Ožu. 2020.	Indeks
Prihodi	1.258.727	1.291.413	97,5
Prihodi od prodaje	1.249.581	1.280.682	97,6
Ostali prihodi	9.146	10.731	85,2
Poslovni rashodi	(1.153.817)	(1.170.130)	98,6
Nabavna vrijednost prodane trgovačke robe	(362.716)	(359.466)	100,9
Promjena vrijednosti zaliha gotovih proizvoda i proizvodnje u tijeku	(5.506)	9.811	n/p
Troškovi materijala i energije	(328.945)	(367.462)	89,5
Troškovi radnika	(212.163)	(211.193)	100,5
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje	(66.729)	(57.221)	116,6
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	(63.065)	(60.089)	105,0
Ostali troškovi poslovanja	(111.115)	(119.258)	93,2
Ostali gubici - neto	(3.578)	(5.252)	68,1
Dobit iz poslovanja	104.910	121.283	86,5
Rashodi od financiranja - neto	(5.412)	(15.347)	35,3
Dobit prije poreza	99.498	105.936	93,9
Porez na dobit	(14.915)	(16.620)	89,7
Neto dobit razdoblja	84.583	89.316	94,7
Pripisivo:			
Dioničarima Društva	84.696	89.660	94,5
Manjinskim interesima	(113)	(344)	32,8
Zarada po dionici za dobit pripisivu dioničarima Društva tijekom razdoblja (u kunama)			
- osnovna	25,46	26,98	
- razrijeđena	25,46	26,98	

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O SVEOBUHVAATNOJ DOBITI

u tisućama kuna, nerevidirano	Sij.-Ožu. 2021.	Sij.-Ožu. 2020.	Indeks
Neto dobit razdoblja	84.583	89.316	94,7
Ostala sveobuhvatna dobit:			
<i>Stavke koje se mogu naknadno reklasificirati u račun dobiti i gubitka</i>			
Tečajne razlike, neto od poreza	10.438	50.234	20,8
Zaštita novčanog toka, neto od poreza	8.511	2.475	343,9
Ukupno sveobuhvatna dobit razdoblja, neto od poreza	18.949	52.709	36,0
Ukupno sveobuhvatna dobit razdoblja	103.532	142.025	72,9
Pripisivo:			
Dioničarima Društva	103.615	142.257	72,8
Manjinskim interesima	(83)	(232)	35,8
Ukupno sveobuhvatna dobit razdoblja	103.532	142.025	72,9

KONSOLIDIRANA BILANCA

u tisućama kuna, nerevidirano	31. ožujka 2021.	31. prosinca 2020.
IMOVINA		
Dugotrajna imovina		
Nekretnine, postrojenja i oprema	1.080.750	1.070.338
Pravo na korištenje imovine	334.725	338.838
Ulaganja u nekretnine	317	316
Nematerijalna imovina	1.655.967	1.657.026
Odgođena porezna imovina	39.049	36.285
Financijska imovina kroz ostalu sveobuhvatnu dobit	1.353	1.404
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	48.679	47.999
	3.160.840	3.152.206
Kratkotrajna imovina		
Zalihe	597.913	572.274
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	1.248.062	1.248.658
Potraživanja za porez na dobit	17.078	6.661
Derivativni financijski instrumenti	3.350	-
Novac i novčani ekvivalenti	532.488	426.513
	2.398.891	2.254.106
Dugotrajna imovina namijenjena prodaji	5.382	5.382
Ukupno kratkotrajna imovina	2.404.273	2.259.488
UKUPNO IMOVINA	5.565.113	5.411.694
KAPITAL I OBVEZE		
Kapital i rezerve pripisive dioničarima Društva		
Dionički kapital	133.372	133.372
Kapitalna dobit	881.857	881.851
Vlastite dionice	(9.624)	(7.647)
Pričuve	(32.326)	(51.451)
Zadržana dobit	2.070.398	1.985.908
	3.043.677	2.942.033
Manjinski interesi	5.869	5.952
Ukupno kapital	3.049.546	2.947.985
Dugoročne obveze		
Obveze po primljenim kreditima	299.609	299.528
Obveze po najmovima	260.396	263.479
Odgođena porezna obveza	150.756	150.090
Ostale dugoročne obveze	6.376	9.356
Rezerviranja	70.793	66.782
	787.930	789.235
Kratkoročne obveze		
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	995.453	954.458
Obveze po primljenim kreditima	513.895	511.696
Obveze po najmovima	85.093	84.824
Derivativni financijski instrumenti	-	7.132
Tekuća obveza poreza na dobit	17.803	8.677
Rezerviranja	115.393	107.687
	1.727.637	1.674.474
Ukupne obveze	2.515.567	2.463.709
UKUPNO KAPITAL I OBVEZE	5.565.113	5.411.694

ATLANTIC GRUPA d.d.
KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O PROMJENI GLAVNICE

u tisućama kuna, nerevidirano	Pripisivo dioničarima Društva					Ukupno
	Dionički kapital, kapitalna dobit i vlastite dionice	Pričuve	Zadržana dobit	Manjinski interesi		
Stanje 1. siječnja 2020.	1.008.811	(73.064)	1.728.691	2.664.438	5.363	2.669.801
Sveobuhvatna dobit:						
Neto dobit razdoblja	-	-	89.660	89.660	(344)	89.316
Zaštita novčanog toka, neto od poreza	-	2.475	-	2.475	-	2.475
Ostala sveobuhvatna dobit	-	50.122	-	50.122	112	50.234
Ukupno sveobuhvatna dobit razdoblja	-	52.597	89.660	142.257	(232)	142.025
Transakcije s vlasnicima:						
Otkup vlastitih dionica	(7.726)	-	-	(7.726)	-	(7.726)
Isplata s temelja dionica	139	-	-	139	-	139
Prijenos	-	246	(246)	-	-	-
Stanje 31. ožujka 2020.	1.001.224	(20.221)	1.818.105	2.799.108	5.131	2.804.239
Stanje 1. siječnja 2021.	1.007.576	(51.451)	1.985.908	2.942.033	5.952	2.947.985
Sveobuhvatna dobit:						
Neto dobit razdoblja	-	-	84.696	84.696	(113)	84.583
Zaštita novčanog toka, neto od poreza	-	8.511	-	8.511	-	8.511
Ostala sveobuhvatna dobit	-	10.408	-	10.408	30	10.438
Ukupno sveobuhvatna dobit razdoblja	-	18.919	84.696	103.615	(83)	103.532
Transakcije s vlasnicima:						
Otkup vlastitih dionica	(2.013)	-	-	(2.013)	-	(2.013)
Isplata s temelja dionica	42	-	-	42	-	42
Prijenos	-	206	(206)	-	-	-
Stanje 31. ožujka 2021.	1.005.605	(32.326)	2.070.398	3.043.677	5.869	3.049.546

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O NOVČANOM TOKU

u tisućama kuna, nerevidirano	Siječanj - Ožujak 2021.	Siječanj - Ožujak 2020.
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti		
Neto dobit razdoblja	84.583	89.316
Porez na dobit	14.915	16.620
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	63.065	60.089
Dobitak od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme	(167)	(290)
Ispravak vrijednosti kratkotrajne imovine	4.276	6.473
Tečajne razlike - neto	1.502	8.664
Povećanje rezerviranja za rizike i troškove	11.717	2.491
Gubitak/(Dobitak) od svođenja na fer vrijednost financijske imovine	2.612	(1.284)
Isplata s temelja dionica	42	139
Prihodi od kamata	(370)	(558)
Rashodi od kamata	3.910	6.683
Ostale nenovčane promjene - neto	625	15.014
Promjene u radnom kapitalu:		
Povećanje zaliha	(28.341)	(90.736)
Povećanje kratkoročnih potraživanja	(1.387)	(65.884)
Povećanje kratkoročnih obveza	50.542	109.782
Novac generiran poslovanjem	207.524	156.519
Plaćene kamate	(3.160)	(5.508)
Plaćeni porez na dobit	(20.690)	(16.067)
	183.674	134.944
Novčani tok korišten za investicijske aktivnosti		
Nabava nekretnina, postrojenja i opreme i nematerijalne imovine	(54.276)	(91.918)
Primici od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme	1.086	497
Stjecanje podružnica i primici od prodaje podružnica - neto od novca u prodanim podružnicama	-	29.491
Dani krediti i depoziti	(629)	(3.744)
Otplata danih kredita i depozita	550	547
Primljene kamate	370	558
	(52.899)	(64.569)
Novčani tok korišten za financijske aktivnosti		
Otkup vlastitih dionica	(2.013)	(7.726)
Primici od primljenih kredita, neto od plaćenih naknada	-	193.125
Otplata primljenih kredita	-	(143.575)
Otplata glavnice po najmovima	(22.787)	(22.104)
	(24.800)	19.720
Neto povećanje novca i novčanih ekvivalenata	105.975	90.095
Novac i novčani ekvivalenti na početku razdoblja	426.513	384.526
Novac i novčani ekvivalenti na kraju razdoblja	532.488	474.621

BILJEŠKA 1 – OPĆI PODACI

Atlantic Grupa d.d. („Društvo“) i ovisna društva („Grupa“) posluje kao vertikalno integrirana multinacionalna kompanija. Grupa obavlja poslovne aktivnosti koje uključuju istraživanje i razvoj, proizvodnju te distribuciju robe široke potrošnje u Jugoistočnoj Europi, 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 Barcaffè, 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 i Sjevernoj Makedoniji, 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.

Sažete konsolidirane financijske izvještaje Grupe za tromjesečno razdoblje završeno 31. ožujka 2021. godine odobrila je Uprava Društva u Zagrebu 26. travnja 2021. godine.

Sažeti konsolidirani financijski izvještaji nisu revidirani.

BILJEŠKA 2 – OSNOVA SASTAVLJANJA I RAČUNOVODSTVENE POLITIKE

2.1. OSNOVA SASTAVLJANJA

Sažeti konsolidirani financijski izvještaji za tromjesečno razdoblje završeno 31. ožujka 2021. godine sastavljeni su sukladno Međunarodnom računovodstvenom standardu 34 – Financijsko izvještavanje u toku godine, kojeg je odobrila Europska Unija (EU).

Sažeti konsolidirani financijski izvještaji ne uključuju sve podatke i objave koji su obavezni za godišnje konsolidirane financijske izvještaje te ih se treba čitati zajedno s godišnjim konsolidiranim financijskim izvještajima Grupe na dan 31. prosinca 2020. godine. Godišnji konsolidirani financijski izvještaji Grupe sastavljeni su sukladno Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFI) koje je odobrila EU.

2.2. VREMENSKA NEOGRANIČENOST POSLOVANJA

Uprava Društva smatra kako Grupa raspolaže s dovoljno resursa za nastavak rada u doglednoj budućnosti te nije utvrdila značajne neizvjesnosti vezane uz poslovne događaje i uvjete koji mogu dovesti u sumnju vremensku neograničenost poslovanja Grupe. Sukladno tome, sažeti konsolidirani financijski izvještaji za tromjesečno razdoblje završeno 31. ožujka 2021. godine sastavljeni su po načelu vremenske neograničenosti poslovanja.

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

2.3. ZNAČAJNE RAČUNOVODSTVENE POLITIKE

Sažeti konsolidirani financijski izvještaji za tromjesečno razdoblje završeno 31. ožujka 2021. godine pripremljeni su temeljem istih računovodstvenih politika, prikaza i metoda izračuna koji su se koristili prilikom pripreme godišnjih konsolidiranih financijskih izvještaja Grupe na dan 31. prosinca 2020. godine.

2.4. SEZONSKI UTJECAJ

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

BILJEŠKA 3 – KLJUČNE RAČUNOVODSTVENE PROCJENE

Prilikom izrade sažetih konsolidiranih financijskih izvještaja za tromjesečno razdoblje završeno 31. ožujka 2021. godine nije bilo promjena u ključnim računovodstvenim procjenama u odnosu na procjene korištene prilikom izrade godišnjih konsolidiranih financijskih izvještaja Grupe na dan 31. prosinca 2020. godine.

Grupa je napravila procjenu postoje li indikacije umanjenja vrijednosti dugotrajne nematerijalne imovine, uključivo i promjene diskontnih stopa koje reflektiraju trenutno stanje premija rizika na pojedinim tržištima te za tromjesečno razdoblje završeno 31. ožujka 2021. godine nije priznato umanjenje vrijednosti iste.

BILJEŠKA 4 – 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.

POSLOVNA PODRUČJA	DISTRIBUCIJSKA PODRUČJA
SPP KAVA	SDP HRVATSKA
SPP PIĆA	SDP SRBIJA
SPP DELIKATESNI NAMAŽI	SDP SLOVENIJA
SPP SLATKO I SLANO	DP MAKEDONIJA
SPP PHARMA	DP RUSIJA
PP DONAT	DP AUSTRIJA
PP NOVI RAST	GLOBALNO UPRAVLJANJE MREŽOM DISTRIBUTERA

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

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.

BILJEŠKA 4 – INFORMACIJE O SEGMENTIMA (nastavak)

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 službe podrške u Srbiji, Sloveniji, Bosni i Hercegovini i Sjevernoj Makedoniji) 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 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“. U svrhu izračuna operativne dobiti segmenata, prodaja između operativnih segmenata vrši se pod uobičajenim komercijalnim uvjetima koji bi bili primjenjivi i na nepovezane treće stranke.

Prihodi od prodaje¹	Sij. - Ožu.	Sij. - Ožu.
	2021.	2020.
<i>(u tisućama kuna)</i>		
SPP Kava	248.243	251.999
SPP Delikatesni namazi	221.474	223.482
SPP Slatko i slano	150.589	155.428
SPP Pharma	133.828	144.498
SPP Pića	97.749	104.546
PP Donat	56.118	50.961
SDP Hrvatska	281.316	300.463
SDP Srbija	268.279	267.775
SDP Slovenija	232.096	238.957
Ostali segmenti	211.830	191.958
Usklada	(651.941)	(649.385)
Ukupno	1.249.581	1.280.682

¹ Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2021. godinu

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

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

	<u>2021.</u>	<u>2020.</u>
Neto dobit dioničarima (<i>u tisućama kuna</i>)	84.696	89.660
Prosječno ponderirani broj dionica	3.326.542	3.323.324
Osnovna zarada po dionici (<i>u kunama</i>)	25,46	26,98

Razrijeđena zarada po dionici

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

BILJEŠKA 6 – DUGOTRAJNA MATERIJALNA I NEMATERIJALNA IMOVINA

Tijekom tromjesečnog razdoblja završenog 31. ožujka 2021. godine, Grupa je uložila 41.749 tisuća kuna u nabavku nekretnina, postrojenja i opreme te nematerijalne imovine (2020.: 66.351 tisuća kuna).

BILJEŠKA 7 – ZALIHE

Tijekom tromjesečnog razdoblja završenog 31. ožujka 2021. godine, Grupa je iskazala vrijednosno usklađenje zaliha u iznosu od 2.702 tisuće kuna (2020.: 3.859 tisuća kuna) uslijed oštećenja i kratkog roka trajanja. Ovaj trošak uključen je u „Ostale troškove poslovanja“.

BILJEŠKA 8 – RASHODI OD FINANCIRANJA – NETO

<i>(u tisućama kuna)</i>	<u>Sij.-Ožu. 2021.</u>	<u>Sij.-Ožu. 2020.</u>
Financijski prihodi		
Dobici od tečajnih razlika po primljenim kreditima i obvezama po najmovima	122	11.893
	<u>122</u>	<u>11.893</u>
Financijski rashodi		
Rashodi od kamata po obvezama po najmovima	(2.182)	(2.426)
Rashodi od kamata po primljenim kreditima od banaka	(897)	(2.515)
Rashodi od kamata po obveznicama	(718)	(1.592)
Ostali rashodi od kamata	(113)	(150)
Rashodi od kamata - ukupno	<u>(3.910)</u>	<u>(6.683)</u>
Gubici od tečajnih razlika po primljenim kreditima i obvezama po najmovima	(1.624)	(20.557)
	<u>(5.534)</u>	<u>(27.240)</u>
Rashodi od financiranja - neto	<u>(5.412)</u>	<u>(15.347)</u>

BILJEŠKA 9 – ODNOSI S POVEZANIM STRANKAMA

Poslovne transakcije s povezanim strankama koje se odnose na stanja u bilanci na dan 31. ožujka 2021. godine i 31. prosinca 2020. godine i stavke računa dobiti i gubitka za tromjesečno razdoblje završeno 31. ožujka su kako slijedi:

<i>(u tisućama kuna)</i>	<u>31. ožujka 2021.</u>	<u>31. prosinca 2020.</u>
POTRAŽIVANJA		
Kratkoročna potraživanja		
Ostale povezane stranke	92.970	75.826
OBVEZE		
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze		
Ostale povezane stranke	2.824	1.918
	<u>Sij.-Ožu. 2021.</u>	<u>Sij.-Ožu. 2020.</u>
PRIHODI		
Prihodi od prodaje		
Ostale povezane stranke	111.792	131.740
Ostali prihodi		
Ostale povezane stranke	178	191
RASHODI		
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje		
Ostale povezane stranke	406	555
Ostali troškovi poslovanja		
Ostale povezane stranke	536	553

IZJAVA OSOBA ODGOVORNIH ZA SASTAVLJANJE FINANCIJSKIH IZVJEŠTAJA

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

IZJAVU:

Prema našem najboljem saznanju sažeti konsolidirani financijski izvještaji za tromjesečno razdoblje završeno 31. ožujka 2021. godine sastavljeni su uz primjenu odgovarajućih standarda financijskog izvještavanja te daju cjelovit i istinit prikaz imovine i obveza, gubitaka i dobitaka, financijskog položaja i poslovanja Društva i ovisnih društava (zajedno – „Grupe“).

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

Sažete konsolidirane nerevidirane financijske izvještaje Grupe za tromjesečno razdoblje završeno 31. ožujka 2021. godine odobrila je Uprava društva Atlantic Grupa d.d. na sjednici održanoj 26. travnja 2021. godine.



Zoran Stanković
Potpredsjednik Grupe za Financije, nabavu i investicije



Tatjana Ilinčić
Direktor Korporativnog izvještavanja i konsolidacije

Kontakt:

Atlantic Grupa d.d.

Miramarska 23

10 000 Zagreb

Hrvatska

Tel: +385 1 2413 322

E-mail: ir@atlanticgrupa.com

ATLANTIC GRUPA d.d.

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

Tvrtka je upisana: Trgovački sud u Zagrebu

MBS: 080245039

MB: 1671910

OIB: 71149912416

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

Broj dionica i njihov nominalni iznos: 3.334.300 dionica, svaka nominalnog iznosa
40,00 kn

Temeljni kapital od 133.372.000,00 kuna uplaćen je u cijelosti.

Uprava: Emil Tedeschi, Neven Vranković, Zoran Stanković, Lada Tedeschi Fiorio,
Srećko Nakić, Enzo Smrekar

Predsjednik Nadzornog odbora: Zdenko Adrović

