

# ATLANTIC

## GRUPA

FINANCIJSKI REZULTATI  
U 2022. GODINI  
(nerevidirano)

Zagreb, 28. veljače 2023. godine



<b>3</b>	KOMENTAR PREDSEDNIKA UPRAVE
<b>4</b>	KLJUČNI DOGAĐAJI
<b>12</b>	DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE
<b>19</b>	DINAMIKA PROFITABILNOSTI
<b>22</b>	FINANCIJSKI POKAZATELJI
<b>24</b>	TRŽIŠTE KAPITALA
<b>26</b>	OČEKIVANJA ZA 2023. GODINU
<b>27</b>	DEFINICIJA I USKLADA ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI (APM)
<b>34</b>	KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI

**BEZ**

KONZERVANSA  
 •  
 UMJETNIH  
 POJACIVAČA  
 AROME  
 •  
 UMJETNIH BOJA  
 •  
 GLUTENA

# Samo fantastičan okus povrća



Komentirajući finansijska ostvarenja u 2022. godini, **Emil Tedeschi**, predsjednik Uprave Atlantic Grupe, istaknuo je:

“Atlantic Grupa je unatoč brojnim izazovima u okruženju u 2022. godini ostvarila povijesno rekordne prodajne rezultate, a rast je ostvaren u svim poslovnim i distribucijskim područjima. Nakon što su prethodne dvije godine bile obilježene pandemijom koronavirusa, 2022. godinu obilježila je agresija Rusije na Ukrajinu koja je izazvala energetska krizu, dodatne zastoje i nestašice u dobavnim lancima te značajna poskupljenja velikog dijela naših sirovina i pakirnog materijala, logističkih i drugih usluga i energenata. Navedeno povećanje cijena gotovo svih strateških sirovina i usluga samo smo djelomično uspjeli kompenzirati optimiranjem internih resursa, te jednim manjim dijelom povećanjem naših prodajnih cijena, što je, očekivano, dovelo do pada profitabilnosti.

Kompanija je nastavila s ulaganjima u razvoj poslovanja uključujući, između ostalog, inovacije u našim proizvodnim portfeljima, modernizaciju proizvodnih kapaciteta i nastavak digitalne transformacije. Godinu je obilježio i stoti rođendan Atlantic Štarka, jedne od sastavnica Atlantic Grupe.

Uspješnost ukupnog poslovanja i pristupa i dalje potvrđuju vrijedne nagrade pa je Atlantic Grupa i u protekloj godini osvojila prvu nagradu za odnose s investitorima te smo ponovno osvojili i prvu nagradu za kvalitetu korporativnog upravljanja. Također, i ove godine naši su istaknuti brendovi ponijeli čitav niz nagrada za tržišnu komunikaciju na regionalnim natjecanjima, a kampanja za Donat, koja je osvojila platinasti Effie na razini Slovenije, je proglašena finalistom Global Best of the Best Effie Awards, za najefikasnije i najuspješnije marketinške kampanje iz cijeloga svijeta.

Naši temeljni poslovni prioriteti u nadolazećem razdoblju i okolnostima ostaju isti - osiguranje nesmetanog nastavka proizvodnje i kontinuirane opskrbe naših kupaca i potrošača te društvena odgovornost u najširem smislu.“

# KLJUČNI DOGAĐAJI U 2022. GODINI

## NASTAVAK ZNAČAJNOG RASTA PRIHODA UZ PAD PROFITABILNOSTI

### **PRIHODI OD PRODAJE U IZNOSU OD 6.373,0 MILIJUNA KUNA**

+11,8% u odnosu na 2021. godinu

+12,4%\* normalizirano za utjecaj dezinvestiranog poslovanja

### **DOBIT PRIJE KAMATA, POREZA I AMORTIZACIJE (EBITDA\*) OD 575,4 MILIJUNA KUNA**

-20,6% u odnosu na 2021. godinu (-22,3% kada isključimo jednokratne stavke\*)

### **DOBIT PRIJE KAMATA I POREZA OD 275,1 MILIJUNA KUNA (EBIT\*)**

-37,2% u odnosu na 2021. godinu (-39,5% kada isključimo jednokratne stavke\*)

### **NETO DOBIT\* OD 195,7 MILIJUNA KUNA**

-43,2% u odnosu na 2021. godinu (-49,3% kada isključimo jednokratne stavke\*)

## FINANCIJSKI SAŽETAK 2022. GODINE

Ključni pokazatelji	2022. (u milijunima kuna)	2022. (u milijunima eura)***	2021. (u milijunima kuna)	2021. (u milijunima eura)***	2022./ 2021.**
Prihod od prodaje	6.373,0	846,2	5.702,5	758,1	11,8%
Ukupan prihod	6.464,0	858,3	5.785,8	769,2	11,7%
Normalizirana EBITDA marža*	9,0%	9,0%	12,9%	12,9%	-392bb
Normalizirana neto dobit*	187,4	24,9	369,3	49,1	(49,3%)
Pokazatelj zaduženosti*	17,0%	17,0%	12,7%	12,7%	+431bb


Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2022. godinu.

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

\*\* Promjena se odnosi na vrijednosti u kunama

\*\*\* Prikaz u eurima rezultat je primjene prosječnog tečaja sukladno MSFI-evima


## 1. POJAČANJE U NADZORNOM ODBORU, DVA NOVA ČLANA



Na sjednici održanoj 7. prosinca 2021. godine Nadzorni odbor je usvojio prijedlog odluke za izbor 2 nova člana Nadzornog odbora Društva. Usvajanjem navedene Odluke od strane Glavne skupštine 20. siječnja 2022. godine, sastav Nadzornog odbora, s dotadašnjih 7, proširen je na 9 članova. Nadzornom odboru su se priključili dr. Vesna Nevistić, iskusna stručnjakinja u područjima menadžment consultinga, bankarstva, korporativnog razvoja i restrukturiranja, i Zoran Vučinić, dokazani globalni menadžer s izuzetno uspješnom međunarodnom karijerom na području industrije robe široke potrošnje.


Osnaživanje Nadzornog odbora navedenim novim članovima logičan je nastavak procesa definiranja korporativne strategije i prioriteta u daljnjem razvoju kompanije.

## 2. NOVI ČLAN UPRAVE




Na sjednici Nadzornog odbora Atlantic Grupe d.d., održanoj 6. i 7. prosinca 2022., Nadzorni odbor je donio odluku o imenovanju Mate Štetića za člana Uprave Atlantic Grupe d.d., s početkom mandata 8. prosinca 2022., u trajanju od 3 godine. Uprava Atlantic Grupe d.d. proširena je tako s dosadašnjih šest na sedam članova. Osnaživanje Uprave logičan je nastavak procesa definiranja korporativne strategije i prioriteta u daljnjem razvoju kompanije. Mate Štetić se Atlantic Grupi pridružio 2019. godine na poziciji glavnog direktora Strateškog poslovnog područja Kava, a u novom opsegu odgovornosti osim brige za kategoriju kave preuzima i upravljanje kategorijama čokolade te slatkog i slanog snacka.

## 3. NOVA ARGETA VEGGIE



SPP Delikatesni namazi proširili su svoju liniju proizvoda i na povrtna namaze – Argeta Veggie. Utemeljeni na slanutku i povrću vrhunske kvalitete, Argeta Veggie namazi dostupni su u četiri okusa pri čemu ne sadrže aditive, gluten i umjetne pojačivače okusa i boja. Argeta Veggie namazi pogodni su i za vegane i vegetarijance, ali i sve ljubitelje mesa koji jednostavno žele svoj svakodnevni obrok obogatiti s više povrća.

## 4. COCKTA BLONDIE: NOVA LEGENDA JE NA POLICAMA



Od ovog proljeća, Cockta obitelj je bogatija za još jednog člana. Pridružila nam se nova Cockta Blondie koja je ovog ljeta oduševila sve ljubitelje osvježavajućeg okusa naranče. Dobro prepoznatljivi Cockta karakter, na bazi biljnih ekstrakata, obogaćuje i ovu ponudu što je čini jedinstvenom na tržištu – ovo je prava druga strana naranče. Poštujući standarde Cockta kvalitete, koristimo prirodni CO2 dok je, kao i uvijek, u našim recepturama izostavljen glukozno-fruktozni sirup.

### 5. NOVI PRINCIPAL INTERSNACK U SRBIJI, RED BULL I U SJEVERNOJ MAKEDONIJI



Strateško distribucijsko područje (SDP) Srbija proširio je distribucijski portfelj asortimanom novog principala – Intersnack. Intersnack Grupa iz Njemačke, europski lider u proizvodnji slanih grickalica, koja zapošljava preko 9.000 ljudi u ukupno 33 tvornice. Među poznatijim brendovima ističe se brend Chio s bogatim asortimanom proizvoda poput čipsa različitih okusa, tortilja čipsa, pečenih grickalica i kokica. Od prvog veljače 2022. godine, Intersnack, u partnerstvu sa SDP Srbija, osvaja i tržište Srbije te je planiran godišnji promet od 2 milijuna eura. Planira se prisutnost u preko 10.000 prodajnih mjesta širom zemlje, a vizija je da se u naredne tri godine Intersnack predstavi kao jedan od glavnih igrača u kategoriji čipsa na tržištu Srbije.

Uspješna suradnja SDP Srbija i Red Bull GmbH-a sa sjedištem u Austriji započela je 2017. godine. Tada je Atlantic Grupa s Red Bull-om potpisala ugovor o distribuciji ovog poznatog energetskeg napitka na tržištu Srbije. Titulu vodećeg distributera robe široke potrošnje, SDP Srbija dokazao je strateškom partneru Red Bull GmbH-u kvalitetnim radom i ostvarivanjem zadanih poslovnih ciljeva. Upravo zato je Red Bull, uz Srbiju, odlučio povjeriti nam distribuciju i u Sjevernoj Makedoniji. Distribucija na ovom tržištu je započela početkom svibnja 2022. godine te je planiran godišnji promet od 3 milijuna eura.

### 6. KALA I KALNIČKA U NOVOM RUHU I S NOVOM PRIČOM



Početkom svibnja ponosno smo predstavili novu priču naših prirodnih mineralnih voda Kale i Kalničke koja će redefinirati njihovo pozicioniranje na tržištu, te novu modernu, unificiranu i ekološki prihvatljiviju ambalažu.

Prvi na tržištu imamo bocu s neodvojivim čepom kojim čuvamo okoliš jer olakšavamo i povećavamo ispravno prikupljanje, odvajanje i recikliranje jednokratne plastike, a samim time smanjujemo otpad u prirodi i na morskom dnu. Praktičnost novih neodvojivih čepova najviše će osjetiti ljudi koji su puno u pokretu, kao i osobe starije životne dobi i mala djeca, jer više nema straha od ispadanja i gubljenja čepova, što istovremeno pridonosi i boljoj higijeni konzumacije proizvoda. Osim toga, Kala je zbog svoje kvalitete prešla iz kategorije izvorske vode u višu kategoriju prirodne mineralne vode, stoga smo ju odlučili dodatno približiti potrošačima i učiniti brendom snažnog karaktera s kojim se svatko od nas može lako poistovjetiti.

### 7. USPJEŠNO POZICIONIRANJE BOOM BOXA



Atlanticov novi brend s jedinstvenom propozicijom: mali obroci na bazi zobi, 100% na bazi bilja i 100% bez dodanog šećera u drugoj godini nastavlja se uspješno razvijati.

Uspirkos godini koja je obilježena snažnim rastom cijena energenata i sirovina, Boom Box isporučuje prodajne planove i ostvaruje tržišni uspjeh, najvidljiviji kroz pozicije broj dva u vrijednosnom udjelu u kategorijama zobenih kaša u Hrvatskoj i Sloveniji, poziciju broj jedan u kategoriji granole u Hrvatskoj, te poziciju broj dva u istoj kategoriji u Sloveniji. U kategoriji biljnih napitaka, Boom Box osvaja stabilnu poziciju broj 2 i u Hrvatskoj i Sloveniji. Značajni iskorak u 2022. godini za Boom Box je lansiranje brenda na tržištima Srbije, Bosne i Hercegovine i Sjeverne Makedonije. Osim ostvarenih prodajnih planova, Boom Box u Srbiji ostvaruje poziciju broj tri po vrijednosti u zobenim kašama, poziciju broj jedan u

granolama, te poziciju broj tri u biljnim napitcima . U Bosni i Hercegovini i Sjevernoj Makedoniji prodajni rezultat pokazuje da su i ova tržišta jedva dočekala Boom Box.

### 8. SLETIO JE ZIGGY'S COFFEE



*Coffeeshop* lanac Ziggy's Coffee, nova je Atlantic inovacija. Prvo pojavljivanje branda u javnosti dogodilo se krajem svibnja na međunarodnoj vrtnoj izložbi - Floraart. Neobičan mobilni *coffeeshop* izazvao je interes, a sudeći prema komentarima i dugim redovima koji su se stvarali, Ziggy's će zasigurno postati još jedan voljen i uspješan Atlanticov brend. Uz dobru kavu Ziggy's će potrošačima ponuditi i slatke i slane delicije. U rujnu je Ziggy's Coffee otvorio svoju prvu lokaciju te smo 2022. godinu završili s ukupno 5 lokacija u Zagrebu. Koncept ćemo testirati na različitim lokacijama te kroz različite vrste objekata.

### 9. BAKINA TAJNA: NOVO POGLAVLJE DOBRIH, STARIH OKUSA



Brend Bakina Tajna oduvijek gradimo na skladu tradicije i modernosti. I baš kao što rukom biramo voće i povrće za naše recepte, poželjeli smo da i ambalaža bude rukom oslikana. Zato smo osmislili nove etikete koje su ručno oslikane akvarelom i čije žive boje dočaravaju sklad s prirodom koji negujemo oduvijek. Nove etikete na dobro poznatim teglicama, s još poznatijim okusom unutar teglica, predstavile su se ovog ljeta kupcima u 14 zemalja: Hrvatskoj, Srbiji, Sloveniji, BiH, Crnoj Gori, Nizozemskoj, Njemačkoj, Francuskoj, Velikoj Britaniji, Austriji, Australiji, Americi, Kanadi i Rusiji.

Bakina Tajna proizvodi dobili su i oznaku V label (vegan friendly), čime smo se približili dodatno kupcima koji njeguju takav način života. Ajvar je sada potpuno bez aditiva, na što smo posebno ponosni, a ljuti ajvar je dodatno unaprijeđen te sada garantira vatrene zalogaje. Bakina Tajna je predstavila potpuno novu službenu web stranicu, sa svježim dizajnom i sadržajem.

### 10. NOVI ŠTARK ZA NOVIH 100



Početkom rujna 2022. godine, proslavila se stogodišnjica postojanja kompanije Atlantic Štark. Proslava je obilježena i implementacijom novog vizualnog identiteta Štark brenda na keksima i napolitankama, kao i na maloprodajnim Štark prodavaonicama. Jubilarna godina bit će upamćena i po ulaganjima u proizvodni pogon za kekse u Ljuboviji kao i nadogradnjom proizvodne linije vafla u pogonu Beograd. Promjena brendinga upotpunjena je unaprjeđenjima i proširenjem asortimana, kako u kategorijama kekse i napolitanki, tako i na maloprodajnim objektima, a svakako zahtijeva određeno vrijeme za potpunu implementaciju, zbog čega će se raditi po fazama. Tu nije kraj novitetima – Štark dobiva i svoju novu službenu stranicu, modernog dizajna i izgleda na kojoj će se naši potrošači i partneri moći pronaći informacije o svim našim proizvodima.

## 11. ATLANTIC NAŠAO STRATEŠKOG PARTNERA ZA PALANAČKI KISELJAK



Atlantic Grupa potpisala je s kompanijom Vik Pro Univerzal d.o.o. kupoprodajni ugovor za prodaju proizvodne lokacije Palanački kiseljak u Smederevskoj Palanci. Predmet kupoprodaje je cjelokupna proizvodna lokacija sa svom imovinom, uključujući i tradicionalni brend mineralne vode na tržištu Srbije - Karađorđe, a novi vlasnik je preuzeo i zaposlenike u Palanačkom kiseljaku. Atlantic Grupa je na lokaciji primarno proizvodila i punila proizvode za brend Cockta te s ovim aktivnostima nastavlja u uslužnom obliku.

Strateški kupac, kompanija Vik Pro Univerzal d.o.o. sa sjedištem u Beogradu, ima viziju i ambiciju dugoročno razvijati Palanački kiseljak i njegove zaposlenike, što predstavlja dobru perspektivu za ovu lokaciju. Prodaja ove proizvodne lokacije dio je procesa dezinvestiranja manjih i non-core djelatnosti u skladu s Atlanticovom korporativnom strategijom.

## 12. REKORDNA DIVIDENDA I PODJELA DIONICA



Prema odluci Glavne skupštine održane 15. lipnja 2022. godine, odobrena je isplata dividende u iznosu od 50 kuna po dionici odnosno sveukupno 166.322 tisuće kuna, što predstavlja povijesno najvišu dividendu. Dividenda je isplaćena 5. srpnja 2022. godine.

Također, usvojena je i odluka o podjeli dionica, i to na način da se jedna postojeća dionica, pojedinačnog nominalnog iznosa od 40 kuna, dijeli na četiri nove redovne dionice, pojedinačnog nominalnog iznosa od 10 kuna. Provedbom te korporativne akcije svaki dioničar je za svaku redovnu dionicu Atlantic Grupe, pojedinačnog nominalnog iznosa od 40 kuna, stekao po četiri redovne dionice pojedinačnog nominalnog iznosa od 10 kuna. Podjelom dionica temeljni kapital je ostao isti, te se sada dijeli na 13.337.200 redovnih dionica, pojedinačne nominalne vrijednosti 10 kuna, sukladno čemu su se promijenile i odredbe Statuta Atlantic Grupe.

## 13. PROJEKT KONVERZIJE NA EURO



Tijekom 2022. godine, Atlantic Grupa započela je projekt prilagodbe hrvatskih društava na zamjenu hrvatske kune eurom. Projekt je obuhvatio prilagodbu 33 IT sustava (ERP sustavi, poslovne aplikacije i analitička rješenja) koje Grupa koristi u poslovanju i upravljanju poslovanjem, a u njemu je intenzivno sudjelovalo više od 120 zaposlenika Grupe. Sve aktivnosti prilagodbe odrađene su u planiranim rokovima, od dvojnog iskazivanja cijena do prelaska na operativno poslovanje u euru. Grupa je u najkraćem mogućem roku pristupila Etičkom kodeksu te čitavu prilagodbu poslovanja odradila u skladu sa Smjernicama za prilagodbu gospodarstva u procesu zamjene hrvatske kune eurom.



## 14. DIGITALNA TRANSFORMACIJA ATLANTIC GRUPE



U području digitalne transformacije Atlantic Grupe, 2022. bila je dinamična godina ispunjena procesnim i tehnološkim promjenama. Glavni stupovi digitalne transformacije bile su promjene na temelju implementacije redizajna poslovnih procesa, poboljšanja poslovnih rješenja, unapređenja napredne analitike i infrastrukture te operativne aktivnosti i nadogradnje.

Implementacija novog procesnog okruženja započela je uvođenjem S/4 Hana ERP (eng. Enterprise resource planning) sustava, zajedno s promjenama u okolnim sustavima, u društvo Atlantic Grand. Nakon puštanja sustava u rad u listopadu 2022. godine, nastavljamo s daljnjim implementacijama u ostale članice Grupe. Redizajn poslovnih procesa rezultirao je i pokretanjem projekta Upravljanja matičnim podacima (Master Data Management, MDM) i projekta Integriranog poslovnog planiranja (Integrated Business Planning, IBP). Projekt MDM sastoji se od implementacije sustava koji će upravljati svim relevantnim matičnim podacima Atlantic Grupe (sirovine, dobavljači, kupci itd.). Projekt IBP je prošireni oblik planiranja prodaje i operacija koji strateške ciljeve u vezi profitabilnosti povezuje s kratkoročnim i srednjoročnim odlukama o operativnom planiranju u cijelom vrijednosnom lancu Atlantic Grupe. U području nabave, završena je implementacija sustava SAP Ariba u slovenskim društvima, a slijede implementacije i na ostale članice Atlantic Grupe.

## 15. NAGRADE I PRIZNANJA



### Zlatna košarica 2022. za Argetu

Zlatna košarica prestižna je nagrada koju već sedam godina, u šest različitih kategorija, dodjeljuje Ja TRGOVAC, specijalizirani magazin za maloprodaju i FMCG industriju. Žiri Zlatne košarice, drugu godinu zaredom, nagrađuje kontinuirani trud u razvoju i unapređenju proizvoda brenda Argeta. Ovog puta, nagradili su novi vizualni identitet koji odnedavno krasi sve Argetine proizvode. Argeta u novoj ambalaži osvojila je nagradu Zlatna košarica 2022. za „Proizvod godine“.

Novim ruhom, Argeta se odmaknula od klasičnog industrijskog dizajna, a dodavanjem kolorita, topline i modernog vizualnog izričaja istaknula se među ostalim proizvodima u kategoriji. Novi vizualni identitet temelji se na više od 20 originalnih ilustracija kojima se želi osnažiti ljude da poduzmu korake koji mogu promijeniti njihov život na bolje. Novi vizuali na Argetinoj ambalaži otvaraju vrata mašti i svojim izgledom potiču na kušanje Argetinih ribljih i mesnih namaza.

### Generacija Z je odabrala - Cedevisa je najcool instant napitak

Cedevisa je najcool brend u kategoriji instant napitaka među generacijom Z u Hrvatskoj. U istraživanju koje su proveli Ipsos i JoomBoos o preferencijama coolera od 11 do 23 godine u različitim aspektima života, Cedevisa je dobila svoje mjesto. Početkom listopada je u Zagrebu održana dodjela Coolest Brands nagrade kojom prilikom je, osim titule *najcool* napitka, JoomBoos Cedevisi dodijelio posebne markice kvalitete za korištenje na društvenim mrežama i ostalim platformama. JoomBoos je najjača regionalna digitalna platforma kreatora i najutjecajniji medijski brend za generaciju Z i milenijalce s preko milijun YouTube pretplatnika.

## **Social media summit: Priznanja za Grand kafu i Insta Grand**

Održan je prvi Social Media Summit koji je u Sarajevu okupio stručnjake iz područja digitalnih medija, predstavnike vodećih kompanija i brendova iz BiH, agencije i neke od najvećih influencera s domaće i regionalne scene.

Više od 300 sudionika imalo je priliku proširiti svoja znanja o kreiranju sadržaja i vođenju profila na društvenim mrežama kroz predavanja, praktične primjere i prezentiranje novih trendova. Na Social Media Summitu dodijeljena su i priznanja za najbolje digitalne kampanje ostvarene prošle godine.

Kampanja Grand kafe „Vidim ti siguran dobitak“ osvojila je nagradu za najbolju influencer kampanju - Digital Cup Award 2022. Kampanja „Samo uživaj“ brenda Insta Grand odnijela je priznanje za najbolju Instagram kampanju. Na digitalnim kanalima „Samo uživaj“ kampanja je imala natprosječne rezultate u doseg i komunikaciji prema ciljnoj skupini. Insta Grand je bio i jedan od sponzora ovogodišnjeg Social Media Summita.

## **Diggit nagrade za Cocktu, Donat i Jimmy Fantastic**

Konferencija o digitalnim trendovima već sedmu godinu poziva sve slovenske agencije i poduzeća da prijave svoja digitalna rješenja koja na inovativan i kreativan način iskorištavaju prednosti digitalnog okruženja.

Žiri je Cockti za kampanji „Unfollow“ dodijelio Veliku nagradu Diggit za digitalnu kampanju i Zlatnu nagradu u kategoriji FMCG. Marki Donat, koja je prošle godine u potpunosti obnovila svoj imidž, je dodijeljena Velika nagrada za digitalnu strategiju. Inovativna kampanja Jimmy Fantastica „joke arena“ je osvojila Veliku nagradu Diggit u kategoriji Mediji i zabava.

## **Dvije nagrade za Boom Box na Danima komunikacija**

Nakon 3 godine pauze zbog pandemije, održano je novo izdanje Dani komunikacija, poznatog festivala nacionalnih tržišnih komunikacija. U sklopu festivala su dodijeljene statue IdejeX za najkreativnija komunikacijska ostvarenja. Atlantic Grupa i agencija BBDO Zagreb nagrađeni su srebrnom nagradom u Best of Ad-Making skupini za projekt „Totalno zobeno“ u kategoriji Film. Projekt je nagrađen i u skupini Best Branding & Rebranding u kojem je Boom Box-u pripala brončana nagrada za Branding.

## **Websi nagrade za Argetu, Barcaffè, Cocktu i Donat**

Dodjelom 34 prestižne WEBSI nagrade među rekordnih 180 prijavljenih projekata, u rujnu je u Festivalskoj dvorani Ljubljana završen jednogodišnji projekt WEBSI Digitalna postignuća Slovenije.

Među nagrađenima koje je odabrao stručni žiri od 108 članova su i projekti naših brendova i to: WEBSI nagrada za najbolji sadržaj (Argeta s prvim NFT-ovima u regiji), te nagrade po kategorijama: Digitalni projekti u prostoru, "outdoor digital" (1. mjesto: Donatova pametna interaktivna svjetlosna vitrina), Društvene mreže (3. mjesto: „Cockta Unfollow: otkrij tajnu potpune slobode“), Globalni digitalni projekti (1. mjesto: Argeta s prvim NFT-ovima u regiji i 2. mjesto: „Argeta je BEZ“), Kripto (1. mjesto: Barcaffè Single Origin Rwanda i 4. mjesto: Argeta s prvim NFT-ovima u regiji), Proizvodne i odredišne stranice te web stranice namijenjene ličnostima (1. mjesto: „Argeta #AlwaysBetter playlista“ i 2. mjesto: Barcaffè Black'N'Easy Shake), Upotreba naprednih tehnologija (3. mjesto: Barcaffè Single Origin Rwanda).

### **Prvo mjesto za Grand kafu, Cocktu i Smoki**

Kampanja Grand kafe „Hajde da imamo vremena“ osvojila je prvu nagradu u kategoriji Cross media integrirana kampanja na Kaktus festivalu. Grand kafa nas je kampanjom podsjetila na one bitne stvari u životu, jer, možda i više nego ikad prije, trebamo uživati s obitelji, prijateljima, u ljubavi, ali i u dobroj šalici kave. Cockta je s kampanjom Unfollow ušla u finale u dvije kategorije: Digital – Video i Digital Integrirana Kampanja u kojoj je osvojila prvo mjesto. Za Valentinovo ove godine, Cockta je pokrenula odvažnu kampanju kojom su pozvali korisnike da se oslobode tereta prošlosti i podijele svoja najgora iskustva iz propalih veza na Cocktinoj platformi. Smoki se izdvojio kampanjom koja je street art-om „obojila“ čak šest zemalja regije. Pobjedu su odnijeli u dvije značajne kategorije, za Integriranu kampanju kreiranu za drugo tržište, kao i u kategoriji Outdoor-a za kampanju „Smoki – 50 years celebration“.

KAKTUS je nagrada kojom strukovni portal Marketing mreža želi promovirati profesionalne uzore, ali i dati svoj doprinos unaprjeđenju i razvoju struke u Srbiji.

### **UEPS priznanja za Smoki, Grand kafu i Cedevitu**

Na svečanoj dodjeli nagrada UEPS-a, najstarijeg udruženja tržišnih komunikacija u Srbiji, naši brendovi osvojili su čak 13 priznanja. Najviše je slavio Smoki tim s osvojenih čak sedam nagrada od čega dva zlata. Smoki je osvojio zlatno priznanje za kreativnu upotrebu medija za 3D dodirne ploče za slijepe i slabovidne u sklopu kampanje „Smoki 50 years celebration“, kao i zlatno priznanje za promociju srpske kreativnosti u inozemstvu. Pored toga, osvojio je i dva srebrna priznanja za OOH (engl. out-of-home) kampanju za „Smoki 50 Years celebration live OOH“, kao i u kategoriji aktivnosti na ostalim nestandardnim mjestima za 3D dodirne ploče za slijepe i slabovidne. Također, tu su i tri brončana priznanja u kategoriji za kreativnu upotrebu medija, priznanje za promotivnu (integriranu) kampanju snacks and desserts, kao i priznanje za direktni marketing za „Smoki 50 years celebration“. Grand kafi dodijeljene su tri nagrade, jedno srebrno i dva brončana priznanja. Kampanja „Hajde da imamo vremena“ kojom je Grand kafa podsjetila potrošače na one bitne stvari u životu, jer, možda i više nego ikad prije, trebamo uživati s obitelji, u prijateljstvu, ljubavi, ali i u dobroj šalici kave. Žiri UEPS-a nagradio je kampanju srebrnom nagradom u kategoriji Bezalkoholna pića i napici. Dva brončana priznanja za Radio spot i priznanje za Brand PR dodijeljena su Grand kafi za Black 'n' Easy kampanju „Za kraljice i kraljeve jutra“. Žiri je Cedevitu nagradio s tri brončana priznanja za ambalažu Pink grejp Cedevite i za Cedevita rituali, aktivnost kojom su pozvali ljubitelje ove kraljice vitamina da podijele svoje omiljene rituale ispijanja Cedevite i otkriju koliko je, po njihovom mišljenju, potrebno praha za savršenu čašu Cedevite.

### **Atlantic Grupa osvojila prvu nagradu za odnose s investitorima i nagradu za korporativno upravljanje**

Atlantic Grupa dobitnica je prve nagrade za odnose s investitorima koja se već 13. godinu zaredom dodjeljuje na konferenciji „Izazov promjene“, zajedničkoj konferenciji Zagrebačke burze i Udruge društava za upravljanje mirovinskim fondovima i mirovinskih osiguravajućih društava.

Riječ je o nagradi koja se dodjeljuje u suradnji Poslovnog dnevnika i Zagrebačke burze i kojom se odaje priznanje investicijske zajednice tvrtkama koje imaju fer i transparentne odnose prema investitorima. U konkurenciju ulaze društva iz sastava indeksa CROBEX te društva uvrštena u Vodeće i Službeno tržište Zagrebačke burze, a o nagrađenima se odlučuje temeljem statističkih kriterija koji se odnose na poštovanje Pravila Burze od strane izdavatelja te na osnovi ankete provedene među sudionicima tržišta kapitala.

Ovo je šesti put da je Atlantic grupa dobitnica prve nagrade, a još je šest puta bila među tri nagrađene kompanije.

Atlantic Grupa dobitnik je nagrade u kategoriji Vodećeg tržišta Zagrebačke burze za najbolju usklađenost s Kodeksom korporativnog upravljanja, na konferenciji „Korporativno upravljanje u Hrvatskoj – održivost i povjerenje u izazovnim vremenima“ u organizaciji Hanfe i Jutarnjeg lista.

# DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U 2022. GODINI

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

(u milijunima kuna)	2022.	2021.	2022./2021.
<b>SPP Kava</b>	<b>1.389,9</b>	<b>1.196,2</b>	16,2%
<b>SPP Delikatesni namazi</b>	<b>973,6</b>	<b>885,2</b>	10,0%
<b>SPP Slatko i slano</b>	<b>731,7</b>	<b>684,4</b>	6,9%
<b>SPP Pića</b>	<b>644,6</b>	<b>536,4</b>	20,2%
<b>SPP Ljekarničko poslovanje</b>	<b>587,5</b>	<b>531,5</b>	10,5%
<b>PP Donat</b>	<b>239,9</b>	<b>218,8</b>	9,7%
<b>SDP Hrvatska</b>	<b>1.553,4</b>	<b>1.403,2</b>	10,7%
<b>SDP Srbija</b>	<b>1.542,2</b>	<b>1.335,4</b>	15,5%
<b>SDP Slovenija</b>	<b>1.094,8</b>	<b>1.012,8</b>	8,1%
<b>Ostali segmenti*</b>	<b>929,7</b>	<b>855,1</b>	8,7%
<b>Usklada**</b>	<b>(3.314,3)</b>	<b>(2.956,5)</b>	n/p
<b>Prihod od prodaje</b>	<b>6.373,0</b>	<b>5.702,5</b>	<b>11,8%</b>

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2022. godinu.

Atlantic Grupa je u 2022. godini ostvarila 6,4 milijardi kuna prihoda od prodaje što predstavlja značajan rast od 11,8% 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 Strateška poslovna područja Pića, Kava te Ljekarničko poslovanje. Na rast prodaje utjecala je bolja epidemiološka situacija na svim tržištima te ukidanje restrikcija u radu HoReCa kanala kao i drugih mjera lokalnih vlasti za sprečavanje širenja COVID-19 u odnosu na prethodnu godinu te uspješna turistička sezona u Hrvatskoj. Također, valja spomenuti da je dio porasta prihoda rezultat dizanja prodajnih cijena uvjetovanih poskupljenima svih ključnih sirovina, pakirnog materijala, energenata i usluga. Ako isključimo utjecaj prihoda dezinvestiranog poslovanja, dječje hrane brenda Bebi koji je u potpunosti dezinvestiran 2021. godine, organski rast prihoda iznosi 12,4%\*\*\*.

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

\* Ostali Segmenti uključuju dezinvestirano poslovanje dječje hrane Bebi, 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)“.

## DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U 2022. GODINI



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE KAVA ostvarilo je dvoznamenkastu stopu rasta prihoda na svim regionalnim tržištima, pri čemu je najviši rast ostvaren na tržištima Srbije, Slovenije i Bosne i Hercegovine. Gledano po kategorijama, rast bilježe gotovo sve kategorije pri čemu najznačajniji rast ostvaruje svježe pržena mljevena kava pod brendovima Grand kafa, Bonito te Barcaffè. Espresso kava bilježi značajan rast primarno kao posljedica uspješnih strateških partnerstva u proteklim godinama, ojačavanja percepcije brenda i osvajanja novih kupaca u HoReCa i On the Go kanalu. Atlantic Grupa značajnim rastom prodaje nastavlja osnaživati svoju poziciju u segmentu instant kave u regiji. Kontinuiranim ulaganjem tijekom godine naši brendovi su uvećali svoje tržišne udjele, a posebno u Srbiji i Sloveniji gdje smo na poziciji broj dva. U 2022. godini smo instant kavu pod brendom Barcaffè lansirali i u HoReCa kanalu u Hrvatskoj te Bosni i Hercegovini. Rast prihoda svježe pržene mljevene kave generiran je primarno povećanjem prodajnih cijena uslijed značajnog poskupljenja cijene sirove kave i pakirnog materijala, dok je u ostalim kategorijama kave ostvaren i količinski rast.



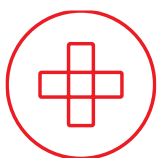
STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE DELIKATESNI NAMAZI bilježi značajan rast prihoda na svim regionalnim tržištima, na zapadnim tržištima (Njemačka, Austrija, Švedska) te na Kosovu. Rast su zabilježili i mesni i riblji segment delikatesnih namaza. Također, džemovi i ajvar pod brendom Bakina Tajna bilježe rast prihoda od prodaje. Dio rasta prihoda ovog Strateškog područja generiran je količinskim rastom prodaje, ali i porastom prodajnih cijena kao posljedica značajnog rasta cijena ključnih sirovina i pakirnog materijala.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE SLATKO I SLANO bilježi rast prihoda na gotovo svim regionalnim tržištima, pri čemu najznačajniji rast bilježe tržišta Srbije, Bosne i Hercegovine i Sjeverne Makedonije. Također, zapadna tržišta Austrije, Švedske i Švicarske doprinose rastu prodaje. Gledano po kategorijama, rast ostvaruju sve kategorije od kojih se posebno ističe čokolada pod brendom Najlepše želje te Bananica i Prima štapići. Dio rasta prihoda ovog Strateškog područja uvjetovan je porastom prodajnih cijena kao posljedica značajnog rasta cijena ključnih sirovina i pakirnog materijala, dok je u kategorijama čokolada i štapića ostvaren i količinski rast.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE PIĆA ostvarilo je rekordni prodajni rezultat te bilježi značajan rast prihoda od prodaje na svim regionalnim tržištima, pri čemu su najveći rast ostvarila tržišta Hrvatske, Srbije i Slovenije. Značajan rast prodaje ostvarili su brendovi Cockta i Cedevita u HoReCa i maloprodajnom kanalu. Također, kategorija bombona i vode bilježe rast prodaje. Rastu prodaje ovog segmenta je doprinijela prodaja nove Cockte Blondie, ukidanje mjera za sprečavanje COVID-19 pandemije u HoReCa kanalu, te uspješna turistička sezona u Hrvatskoj.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE LJEKARNIČKO POSLOVANJE bilježi značajan rast prodaje ljekarničkog lanca Farmacia zahvaljujući primarno rastu prodaje COVID-19 asortimana (lijekovi, dezinficijensi, testovi, zaštitna oprema) te sezoni gripe. Također, rast prodaje je posljedica i dodatnog prometa novih ljekarni uslijed akvizicija dviju zdravstvenih ustanova. Na kraju 2022. godine Farmacia je u svojem lancu dosegla brojku od 100 jedinica što uključuje 56 ljekarni i 44 specijalizirane prodavaonice.

## DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U 2022. GODINI



Značajan rast prihoda od prodaje bilježi POSLOVNO PODRUČJE DONAT zahvaljujući rastu prodaje ponajprije na tržištu Rusije i Austrije te na tržištu Hrvatske, Slovenije i Bosne i Hercegovine. Pozitivan utjecaj na prihode ovog poslovnog područja imao je porast prodajnih cijena kao rezultat dugoročne strategije premiumizacije.



Značajan rast prihoda od prodaje bilježi STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE HRVATSKA kao posljedica rasta gotovo svih vlastitih i principalskih brendova. Među vlastitim posebno se ističu - svježe pržena mljevena kava pod brendom Barcaffè, Argeta i Montana u segmentu delikatesnih namaza, brendovi Cedevita i Cockta u maloprodajnom kanalu, proizvodi na bazi zobi pod brendom

Boom Box te prirodna mineralna voda Kala. Kod principalskih brendova najveći rast su ostvarili Ferrero, Mars i Hipp. Značajan rast prihoda ostvario je HoReCa kanal, zahvaljujući ponajprije brendovima Cedevita i Cockta u segmentu pića te espresso kavi pod brendom Barcaffè. Na rast prodaje ovog segmenta utjecalo je ukidanje restriktivnih mjera za suzbijanje pandemije, prvenstveno u HoReCa kanalu, poskupljenja pod utjecajem cjenovnog pritiska na ulazne cijene trgovačke robe te uspješna turistička sezona u Hrvatskoj.

STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SRBIJA bilježi dvoznamenkaste stope rasta zahvaljujući rastu vlastitih i principalskih brendova. Među vlastitima se ističu - svježe pržena mljevena kava pod brendovima Grand kafa i Bonito, instant kava Grand, čokolade pod brendom Najlepše želje i Bananice, Argeta u segmentu delikatesnih namaza, Boom Box proizvodi na bazi zobi te Cedevita i Cockta u HoReCa i maloprodajnom kanalu. Među principalima se ističu Red Bull, Rauch i novi principal Intersnack. Također, rastu ovog područja pridonio je i rast prodaje HoReCa kanala uslijed ukidanja mjera za suzbijanje pandemije te poskupljenja pod utjecajem cjenovnog pritiska na ulazne cijene trgovačke robe.

Značajan rast prihoda od prodaje bilježi STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SLOVENIJA kao posljedica rasta prodaje svježe pržene mljevene kava pod brendom Barcaffè, Argete u segmentu delikatesnih namaza, Cedevite i Cockte u HoReCa i maloprodajnom kanalu, Boom Box proizvoda na bazi zobi te funkcionalne vode Donat. Snažnu prodaju također bilježi espresso kava pod brendom Barcaffè u HoReCa kanalu. Među principalskim brendovima se ističu Unilever, Rauch i Ferrero. Kao i na ostalim tržištima, rastu prodaje na slovenskom tržištu pridonio je rast prodaje HoReCa kanala uslijed ukidanja mjera za suzbijanje pandemije te poskupljenja pod utjecajem cjenovnog pritiska na ulazne cijene trgovačke robe.

OSTALI SEGMENTI bilježe rast prihoda od prodaje u distribucijskim područjima Makedonije, Austrije i Globalnom upravljanju mrežom distributera te u Novom rastu čime je u potpunosti nadoknađen pad prihoda u distribucijskom području Rusija. Također, potrebno je naglasiti ulazak brenda Boom Box na ostala tržišta regije (Bosna i Hercegovina, Srbija i Sjeverna Makedonija) te ulazak Jimmy Fantastica na austrijsko tržište. Ukoliko isključimo utjecaj prodaje dezinvestiranog brenda dječje hrane Bebi u 2021. godini, Ostali segmenti bilježe rast od 12,9%\*.

\* 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 2022. GODINI



DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE MAKEDONIJA bilježi dvoznamenkasti rast prodaje zahvaljujući rastu prodaje vlastitih i principalskih brendova. Kod vlastitih brendova prednjači rast prodaje svježe pržene mljevene kave pod brendom Grand kafa, čokolade pod brendom Najlepše želje te Cedevita u maloprodajnom kanalu. Od principala najviše se ističu Ferrero, Hipp, Beiersdorf i novi principal Red Bull.

Dvoznamenkaste stope rasta bilježi DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE AUSTRIJA ponajprije zbog rasta prodaje vlastitih brendova, prvenstveno rasta Argete u segmentu delikatesnih namaza, svježe pržene mljevene kave pod brendom Grand kafa, funkcionalne vode Donat te Prima štapića u segmentu slatko i slano.

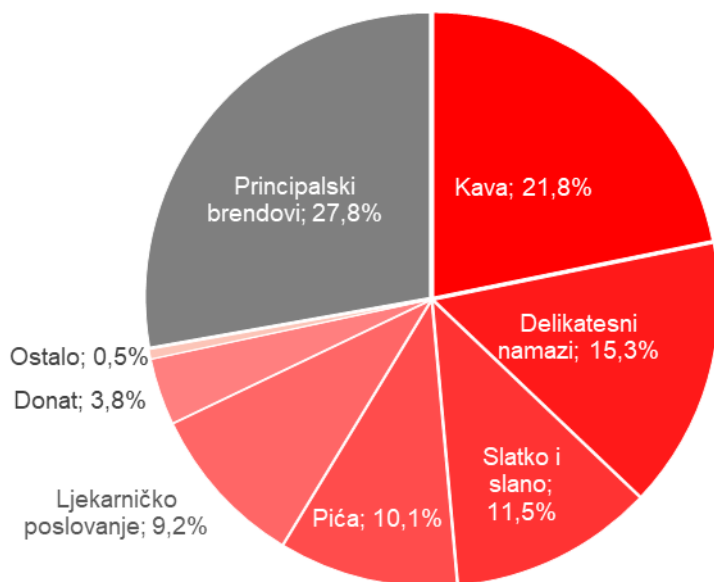
GLOBALNO UPRAVLJANJE MREŽOM DISTRIBUTERA bilježi rast prihoda od prodaje, pri čemu najveći rast bilježe tržišta Švedske, Švicarske i Njemačke u segmentu delikatesnih namaza pod brendom Argeta.

# DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U 2022. GODINI

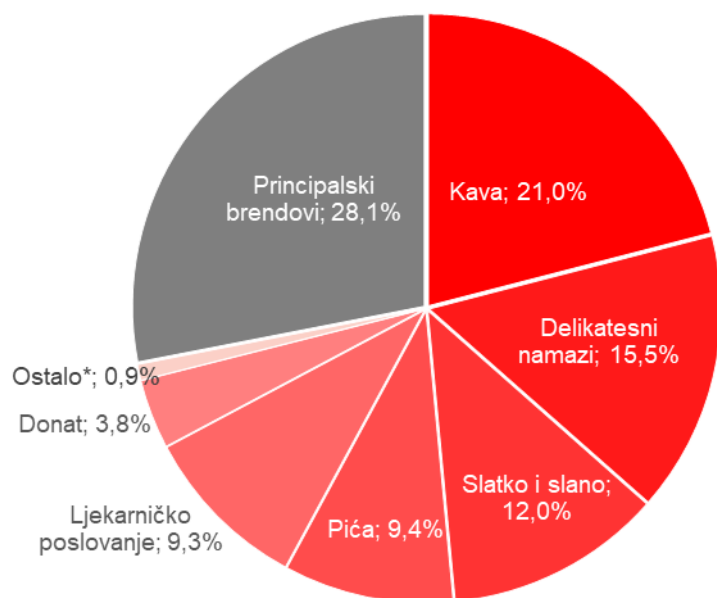
## PREGLED PRIHODA OD PRODAJE PO SEGMENTIMA



**2022.**



**2021.**



\* uključuje dezinvestirano poslovanje dječje hrane Bebi



# DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U 2022. GODINI

## PREGLED PRIHODA OD PRODAJE PO TRŽIŠTIMA

(u milijunima kuna)	2022.	% prihoda od prodaje	2021.	% prihoda od prodaje	2022./2021.
<b>Hrvatska</b>	<b>2.151,0</b>	33,8%	<b>1.945,6</b>	34,1%	10,6%
<b>Srbija</b>	<b>1.562,2</b>	24,5%	<b>1.352,9</b>	23,7%	15,5%
<b>Slovenija</b>	<b>1.101,5</b>	17,3%	<b>1.013,7</b>	17,8%	8,7%
<b>Bosna i Hercegovina</b>	<b>477,9</b>	7,5%	<b>422,6</b>	7,4%	13,1%
<b>Ostala tržišta regije*</b>	<b>534,5</b>	8,4%	<b>466,6</b>	8,2%	14,6%
<b>Ključna europska tržišta**</b>	<b>325,9</b>	5,1%	<b>275,8</b>	4,8%	18,2%
<b>Rusija i ZND</b>	<b>108,2</b>	1,7%	<b>116,3</b>	2,0%	(7,0%)
<b>Ostala tržišta</b>	<b>111,8</b>	1,8%	<b>108,9</b>	1,9%	2,7%
<b>Prihod od prodaje</b>	<b>6.373,0</b>	100,0%	<b>5.702,5</b>	100,0%	11,8%

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

\*\*Ključna europska tržišta: Njemačka, Švicarska, Austrija, Švedska  
Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2022. godinu

Značajan rast prihoda ostvarilo je TRŽIŠTE HRVATSKE kao posljedica ukidanja mjera za suzbijanje pandemije, prvenstveno u HoReCa kanalu, poskupljenja pod utjecajem cjenovnog pritiska na ulazne cijene proizvodnih materijala i trgovačke robe te zahvaljujući uspješnoj turističkoj sezoni. Rast prihoda ostvaren je od: (i) većine vlastitih brendova pri čemu su najveći rast ostvarili espresso kava pod brendom Barcaffè u HoReCa kanalu, svježe pržena mljevena kava pod brendom Barcaffè, proizvodi na bazi zobi pod brendom Boom Box, brendovi Cedevita, Cockta u maloprodajnom i HoReCa kanalu te Argeta i Montana u segmentu delikatesnih namaza, (ii) ljekarničkog lanca Farmacia te (iii) vanjskih principala od kojih su najveći rast iskazali Ferrero, Mars i Hipp.

TRŽIŠTE SRBIJE bilježi dvoznamenkasti rast prodaje zahvaljujući rastu vlastitih brendova pri čemu se ističu: (i) svježe pržena mljevena kava pod brendom Grand kafa i Bonito u segmentu kave, (ii) čokolada pod brendom Najlepše želje u segmentu slatko i slano, (iii) brendovi Cockta i Cedevita u segmentu pića, (iv) Argeta u segmentu delikatesnih namaza te (v) novi brend Boom Box. Od principalskih brendova rast dolazi od Red Bulla, Raucha i novog principala Intersnacka.

TRŽIŠTE SLOVENIJE bilježi rast prihoda nastavno na rast prihoda: (i) svježe pržene mljevene kave pod brendom Barcaffè, (ii) espresso kave pod brendom Barcaffè u HoReCa kanalu, (iii) Argete u segmentu delikatesnih namaza, (iv) Cockte i Cedevite u maloprodajnom i HoReCa kanalu te (v) principalskih brendova Unilever, Rauch i Ferrero.

Značajan rast prodaje ostvarilo je TRŽIŠTE BOSNE I HERCEGOVINE zahvaljujući rastu prodaje: (i) svježe pržene mljevene kave pod brendom Grand kafa, (ii) Argete u segmentu delikatesnih namaza, (iii) Cedevite i Cockte u segmentu pića te (iv) novih proizvoda na bazi zobi pod brendom Boom Box.

## DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U 2022. GODINI



OSTALA TRŽIŠTA REGIJE bilježe dvoznamenkasti rast prodaje na svim tržištima pri čemu je najviše doprinio rast svježe pržene mljevene kave pod brendom Grand kafa, Argete u segmentu delikatesnih namaza, čokolade Najlepše želje u segmentu slatkog i slano te Cede vite u segmentu pića.

Rast prodaje zabilježen je na svim KLJUČNIM EUROPSKIM TRŽIŠTIMA pri čemu se osobito ističu tržišta Austrije, Švicarske i Švedske uslijed rasta prodaje Argete u segmentu delikatesnih namaza.

TRŽIŠTE RUSIJE I ZAJEDNICE NEOVISNIH DRŽAVA bilježi dvoznamenkasti rast prodaje\* ukoliko isključimo utjecaj prodaje dezinvestiranog brenda Bebi. Rast prodaje dolazi prvenstveno uslijed rasta prodaje funkcionalne vode Donat i delikatesnih namaza pod brendom Argeta.

OSTALA TRŽIŠTA bilježe rast prihoda primarno uslijed rasta prodaje delikatesnih namaza pod brendom Argeta na većini Ostalih tržišta, pri čemu tržišta Nizozemske i Poljske 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)“.

# DINAMIKA PROFITABILNOSTI U 2022. GODINI

## DINAMIKA PROFITABILNOSTI

(u milijunima kuna)	2022.	2021.	2022./2021.
<b>Prihod od prodaje</b>	<b>6.373,0</b>	5.702,5	11,8%
<b>EBITDA*</b>	<b>575,4</b>	724,4	(20,6%)
<b>Normalizirana EBITDA*</b>	<b>571,4</b>	735,0	(22,3%)
<b>EBIT*</b>	<b>275,1</b>	437,9	(37,2%)
<b>Normalizirani EBIT*</b>	<b>271,2</b>	448,6	(39,5%)
<b>Neto dobit*</b>	<b>195,7</b>	344,9	(43,2%)
<b>Normalizirana Neto dobit *</b>	<b>187,4</b>	369,3	(49,3%)
<b>Profitne marže</b>			
<b>EBITDA marža*</b>	<b>9,0%</b>	12,7%	-367 bb
<b>Normalizirana EBITDA marža*</b>	<b>9,0%</b>	12,9%	-392 bb
<b>EBIT marža*</b>	<b>4,3%</b>	7,7%	-336 bb
<b>Normalizirana EBIT marža*</b>	<b>4,3%</b>	7,9%	-361 bb
<b>Neto profitna marža*</b>	<b>3,1%</b>	6,0%	-298 bb
<b>Normalizirana Neto profitna marža*</b>	<b>2,9%</b>	6,5%	-354 bb

U 2022. godini EBITDA iznosi 575,4 milijuna kuna, što predstavlja pad od 20,6% u odnosu na prošlu godinu, odnosno pad od 22,3% ukoliko isključimo utjecaj jednokratnih stavki. Na pad normalizirane EBITDA najveći utjecaj su imali izuzetno visoki troškovi svih sirovina i pakirnog materijala, energije, transportnih i logističkih troškova, ostalih operativnih troškova (viši troškovi poslovnih putovanja i goriva) te ulaganja u ljudske resurse. Navedeni negativan utjecaj je nadmašio rast prodaje svih poslovnih i distribucijskih područja.

U navedenim poskupljenjima posebno se ističe cijena sirove kave. Tržište sirove kave u 2021. godini je doživjelo nagli skok cijene sirove kave, uslijed suše koja je zahvatila Brazil tokom perioda zrenja, 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 dopremom sirove kave, a cijenu sirove kave dodatno je opteretilo i snažno jačanje američkog dolara. Cijena sirove kave je bila na rekordno visokim nivoima tijekom prva tri kvartala 2022.godine (82% povećanja u odnosu na prosječnu cijenu 2021.) te se cijena počela nešto korigirati tek krajem 2022. godine.

Izuzetna poskupljenja doživjela su i biljna ulja i masti te aluminijska ambalaža, a do dvoznamenkastog rasta cijena došlo je i kod papirne i plastične ambalaže, šećera, kakaa, kokošjeg mesa te sirovina na bazi mlijeka.

Trošak energenata koje koristimo u našim proizvodnim procesima u prosjeku je viši za gotovo 90% no u prethodnoj godini.

Uz prethodno opisano, normalizirana neto dobit bilježi pad od 49,3% uslijed utjecaja veće amortizacije vlastite dugotrajne imovine (kao posljedica većih kapitalnih investicija) i imovine s pravom korištenja te nešto viših troškova kamata.

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

**STRUKTURA OPERATIVNIH TROŠKOVA**

(u milijunima kuna)	2022.	% prihoda od prodaje	2021.	% prihoda od prodaje	2022./2021.
<b>Nabavna vrijednost prodane robe</b>	<b>1.915,3</b>	30,1%	<b>1.729,8</b>	30,3%	10,7%
<b>Promjene vrijednosti zaliha</b>	<b>(24,0)</b>	(0,4%)	<b>(22,8)</b>	(0,4%)	n/a
<b>Proizvodni materijal</b>	<b>2.036,0</b>	31,9%	<b>1.496,0</b>	26,2%	36,1%
<b>Energija</b>	<b>114,9</b>	1,8%	<b>60,9</b>	1,1%	88,9%
<b>Usluge</b>	<b>397,1</b>	6,2%	<b>358,2</b>	6,3%	10,9%
<b>Troškovi osoblja</b>	<b>984,0</b>	15,4%	<b>937,4</b>	16,4%	5,0%
<b>Troškovi marketinga i prodaje</b>	<b>294,7</b>	4,6%	<b>329,8</b>	5,8%	(10,6%)
<b>Ostali operativni troškovi</b>	<b>203,0</b>	3,2%	<b>176,2</b>	3,1%	15,2%
<b>Ostali (dobici)/gubici - neto</b>	<b>(32,6)</b>	(0,5%)	<b>(4,0)</b>	(0,1%)	n/a
<b>Amortizacija</b>	<b>300,3</b>	4,7%	<b>286,4</b>	5,0%	4,9%
<b>Ukupni operativni troškovi*</b>	<b>6.188,9</b>	97,1%	<b>5.347,8</b>	93,8%	15,7%

Trošak nabavne vrijednosti prodane robe bilježi rast zbog veće prodaje principalskih brendova, ali i viših nabavnih cijena.

Troškovi proizvodnih materijala bilježe značajan rast uslijed veće prodaje vlastitih proizvoda i značajno viših nabavnih cijena skoro svih proizvodnih materijala, a posebno sirove kave, jestivog ulja, šećera, kakaa te svih vrsta pakirnog materijala.

Troškovi energije su značajno viši uslijed značajno većih cijena energije u odnosu na prethodnu godinu te veće proizvodnje vlastitih proizvoda.

Troškovi usluga bilježe rast zbog veće prodaje i znatno viših cijena transportnih i logističkih usluga, što je posljedica poskupljenja goriva te povećanja plaća u odnosu na prošlu godinu.

Najveći dio porasta troškova osoblja odnosi se na porast osnovnih plaća te viših varijabilnih isplata uslijed rasta prodaje. Atlantic Grupa je u prosjeku u 2022. godini zapošljavala 5.436 osoba, što je 25 osoba više u odnosu na prethodnu godinu ukoliko isključimo utjecaj prodaje dezinvestiranog brenda Bebi.

Marketinški troškovi su niži primarno zbog marketinških ušteda u segmentu Kave te dezinvestiranja brenda Bebi u 2021. godini, a unatoč većim ulaganjima u segmentima Pića, Slatkog i slanog te Delikatesnih namaza. Potrebno je napomenuti da su marketinški troškovi veći u odnosu na prethodnu godinu ukoliko u obzir uzmemo marketinške aktivnosti koje se prikazuju kao umanjenje prodaje.

Ostali operativni troškovi bilježe značajan rast primarno kao posljedica viših troškova vezanih uz poslovna putovanja, cijene goriva i reprezentaciju te ispravka vrijednosti kratkotrajne imovine. Valja napomenuti da su prošle godine ovi troškovi bili niži kao posljedica primjene mjera za suzbijanje COVID-19 pandemije (rad od kuće, restrikcije za poslovna putovanja, itd.).

Ostali (dobici)/gubici – neto: Dobit ostvarena prvenstveno po osnovi pozitivnih tečajnih razlika u segmentu kave.

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

OPERATIVNI REZULTATI STRATEŠKIH POSLOVNIH PODRUČJA I  
STRATEŠKIH DISTRIBUCIJSKIH PODRUČJA

(u milijunima kuna)	2022.	2021.	2022./2021.
<b>SPP Kava</b>	<b>189,4</b>	278,8	(32,0%)
<b>SPP Delikatesni namazi</b>	<b>144,7</b>	182,7	(20,8%)
<b>SPP Slatko i slano</b>	<b>44,0</b>	114,6	(61,6%)
<b>SPP Pića</b>	<b>100,9</b>	111,6	(9,6%)
<b>SPP Ljekarničko poslovanje</b>	<b>69,2</b>	59,2	16,8%
<b>PP Donat</b>	<b>108,2</b>	101,5	6,6%
<b>SDP Hrvatska</b>	<b>84,9</b>	88,0	(3,6%)
<b>SDP Srbija</b>	<b>71,6</b>	62,6	14,3%
<b>SDP Slovenija</b>	<b>62,1</b>	62,8	(1,2%)
<b>Ostali segmenti*</b>	<b>(299,6)</b>	(337,4)	11,2%
<b>Grupna EBITDA**</b>	<b>575,4</b>	724,4	(20,6%)

**STRATEŠKA POSLOVNA PODRUČJA I POSLOVNO PODRUČJE:** Sva Strateška poslovna područja (osim Ljekarničkog poslovanja) ostvarila su nižu profitabilnost uslijed, kako je već opisano, značajnih poskupljenja praktički svih sirovina i pakirnog materijala, svih oblika energije, transportnih i logističkih troškova, te troškova osoblja, a unatoč značajnom rastu prodaje.

PP Donat bilježi rast profitabilnosti uslijed više prodaje i nižih marketinških ulaganja. SPP Ljekarničko poslovanje ostvarilo je značajno višu profitabilnost zbog više prodaje ljekarničkog lanca Farmacia, a unatoč višim troškovima osoblja i energije.

**STRATEŠKA DISTRIBUCIJSKA PODRUČJA:** SDP Hrvatska i SDP Slovenija bilježe pad profitabilnosti uslijed viših troškova transporta, logistike i osoblja, a unatoč višoj prodaji. SDP Srbija bilježi rast profitabilnosti zbog značajno viših prihoda od prodaje, a unatoč višim troškovima transporta, logistike i osoblja.

**OSTALI SEGMENTI:** Ako isključimo jednokratne stavke od 4,0 milijuna kuna i utjecaj dezinvestiranog poslovanja dječje hrane Bebi, Ostali segmenti bilježe rast profitabilnosti kao posljedica nižih troškova centralnih funkcija, te rasta profitabilnosti DP Rusije, DP Austrije, DP Makedonije i GUMD-a.

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2022. godinu

\* Ostali segmenti uključuju dezinvestirano poslovanje dječje hrane Bebi, 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 izvještavnih 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 2022. GODINI

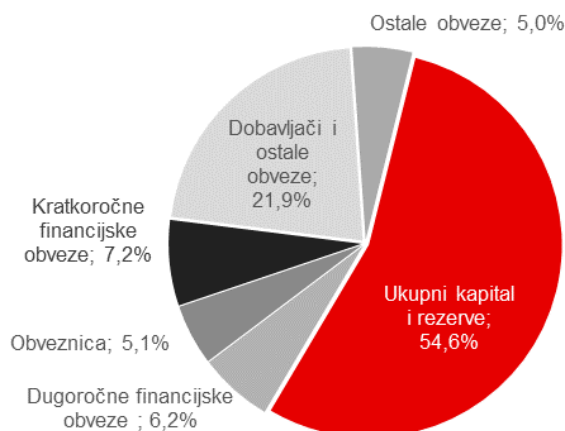
## FINANCIJSKI POKAZATELJI

(u milijunima kuna)	31.12.2022.	31.12.2021.
<b>Neto dug*</b>	<b>657,9</b>	459,9
<b>Ukupna imovina</b>	<b>5.869,7</b>	5.452,9
<b>Ukupno kapital i rezerve</b>	<b>3.203,4</b>	3.152,5
<b>Odnos kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza*</b>	<b>1,5</b>	1,5
<b>Pokazatelj zaduženosti*</b>	<b>17,0%</b>	12,7%
<b>Neto dug/EBITDA*</b>	<b>1,2</b>	0,6
<b>Pokriće troška kamata*</b>	<b>30,6</b>	41,2
<b>Kapitalna ulaganja*</b>	<b>263,4</b>	233,3
<b>Slobodni novčani tok*</b>	<b>80,1</b>	502,5
<b>Novčani tok iz poslovnih aktivnosti</b>	<b>343,5</b>	735,8

Među ključnim odrednicama financijske pozicije Atlantic Grupe u 2022. godini važno je istaknuti sljedeće:

- Pokazatelj zaduženosti viši je za 431 baznih bodova uslijed povećanja neto duga za 198 milijuna kuna u odnosu na kraj 2021. godine.
- Zaduženost mjerena odnosom neto duga i normalizirane EBITDA povisila se s 0,6 na kraju 2021. godine na 1,2 na kraju 2022. godine.
- Slobodni novčani tok bilježi pad uslijed znatno nižeg novčanog toka iz poslovnih aktivnosti uslijed većih ulaganja u radni kapital, te viših kapitalnih ulaganja.

## STRUKTURA KAPITALA I OBVEZA ATLANTIC GRUPE NA DAN 31. PROSINCA 2022. GODINE



\* 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)“.

## PREGLED KLJUČNIH STAVKI U KONSOLIDIRANOM IZVJEŠTAJU O NOVČANOM TOKU



Novčani tok od poslovnih aktivnosti bilježi pad kao posljedica smanjene profitabilnosti te kretanja radnog kapitala, primarno povećanja zaliha i potraživanja od kupaca, unatoč nižim novčanim odljevima vezanim uz financiranje i poreze. Povećanje vrijednosti zaliha prvenstveno je uzrokovano poskupljenjima sirovina i pakirnih materijala te posljedično poskupljenjima gotovih proizvoda. Važno je napomenuti da je povećanje zaliha također rezultat prevencije mogućih problema u nabavnim lancima te rezultat ugovaranja povoljnijih nabavnih cijena u odnosu na one koje se očekuju ove godine. Povećanje potraživanja izravna je posljedica značajnog rasta prihoda od prodaje.

Kapitalna ulaganja u 2022. godini izvršena su prema Strateškim smjernicama Atlantic Grupe. 2022. godina bila je obilježena kašnjenjima u tehničkom izvršenju pojedinih projekata uslijed zastoja u isporukama što je u skladu s globalnim kretanjima. Također, po prvi puta suočili smo se s aktivacijama stečaja pojedinih dobavljača i potrebom traženja alternativa.

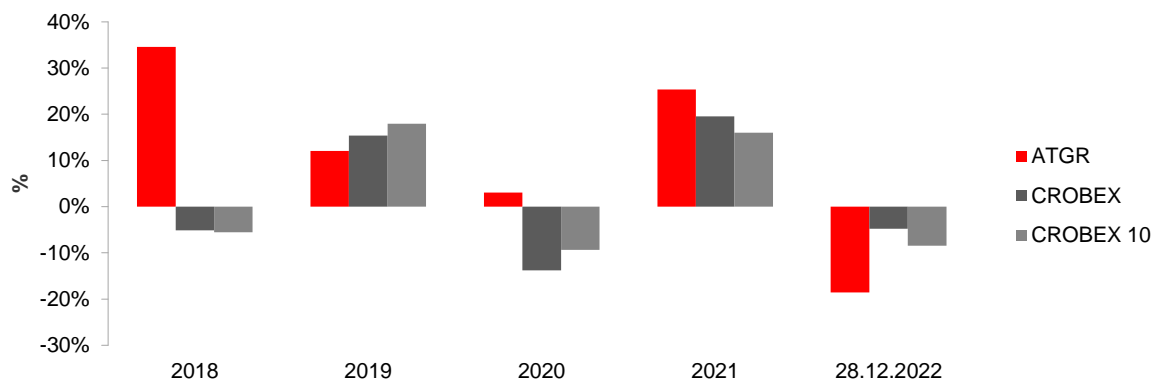
Od značajnih investicija ističu se:

- SPP Slatko i slano:
  - završen investicijski projekt linije za proizvodnju vafela na lokaciji Beograd,
  - završen investicijski projekt linije za proizvodnju i pakiranje kekisa na lokaciji Ljubovija.
- SPP Delikatesni namazi:
  - završen investicijski projekt za potrebe proizvodne linije delikatesnih namaza na lokaciji Izola,
  - završen investicijski projekt za potrebe proizvodne linije delikatesnih namaza na lokaciji Hadžići,
  - završen investicijski projekt nove proizvodne linije za povrtne namaze na lokaciji Igroš.
- SPP Kava:
  - završen investicijski projekt opreme za čišćenje pržene kave na lokaciji Izola,
  - završen investicijski projekt predgrijavanja kave u procesu prženja na lokaciji Beograd.

Izvršena su i značajna ulaganja u IT infrastrukturu kao i u IT sustave (gotovo 30% više u odnosu na prethodnu godinu). Isto tako završen je i projekt solarne elektrane na lokaciji distributivnog centra Vukovina.

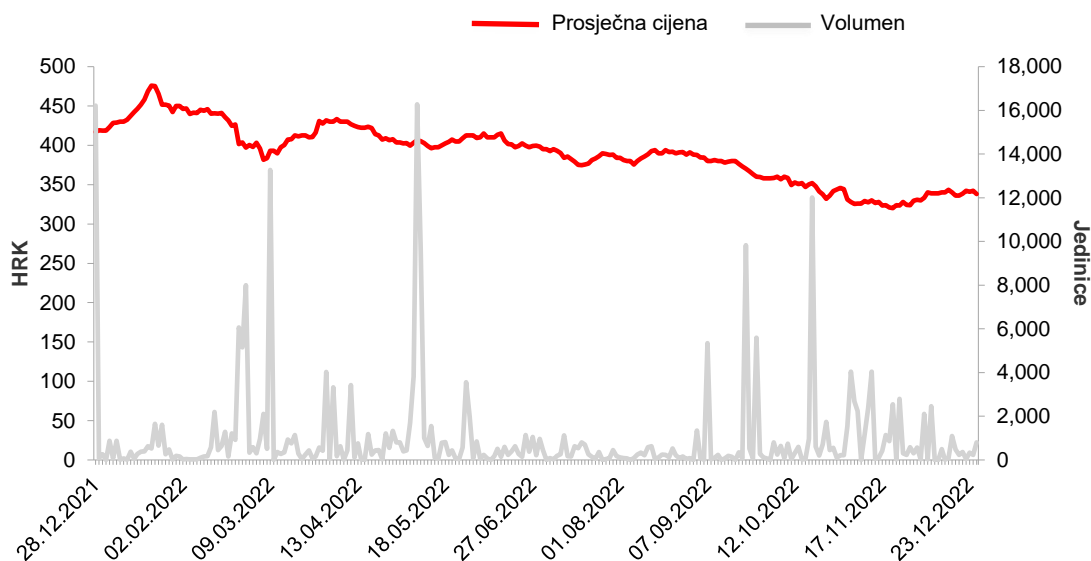
## OSTVARENJE NA DIONIČKOM TRŽIŠTU

Godina je započela odličnom trgovinskom statistikom i pozitivnom živahnošću tržišta, da bi veljača i početak ratnog sukoba u Ukrajini donijeli intenzivno trgovanje, uz korekcije indeksa i tržišne kapitalizacije. Ipak, nastavak godine donio je uglavnom pozitivan sentiment bilježivši 16,5% veći promet nego godinu dana ranije. Istovremeno, CROBEX10 je ostvario pad od 8,4% te CROBEX pad od 4,8% pri čemu je dionica Atlantic Grupe zabilježila pad od 18,6%.



Prema ukupnom prometu u 2022. godini, dionica Atlantic Grupe d.d. se nalazi na devetom mjestu u odnosu na sve dionice uvrštene na Zagrebačkoj burzi sa 72,8 milijuna kuna ostvarenog prometa. Među sastavnicama CROBEX10, Atlantic Grupa d.d. zauzima drugo mjesto s tržišnom kapitalizacijom od 4.561 milijuna kuna.

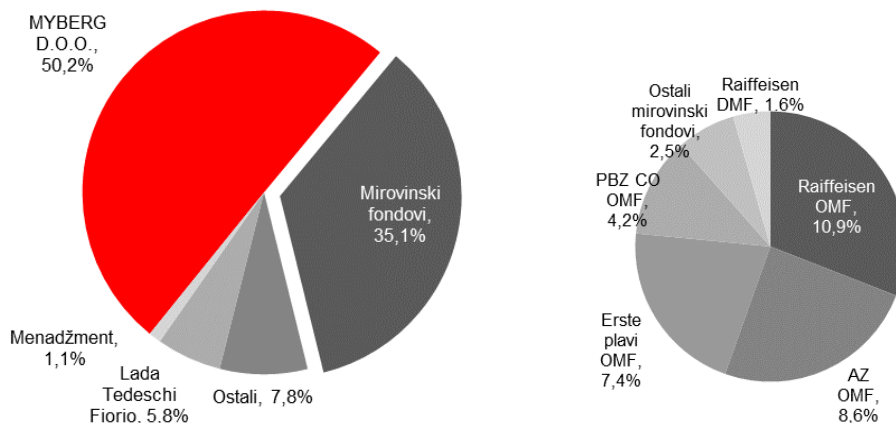
## KRETANJE PROSJEČNE CIJENE DIONICE I VOLUMENA DIONICA ATLANTIC GRUPE U 2022. GODINI





# TRŽIŠTE KAPITALA U 2022. GODINI

## VLASNIČKA STRUKTURA NA DAN 31. PROSINCA 2022. GODINE



Atlantic Grupa d.d. ima stabilnu vlasničku strukturu s 50,2% dionica u vlasništvu Myberga d.o.o. (u 100% vlasništvu Emila Tedeschiija) te 5,8% dionica u vlasništvu Lade Tedeschi Fiorio, dok mirovinski fondovi drže 35,1% dionica Atlantic Grupe d.d. Unutar kategorije Menadžment, članovi uprave imaju 147.316 dionica (Neven Vranković 86.236, Srećko Nakić 30.500, Zoran Stanković 23.716 i Enzo Smrekar 6.864). Unutar kategorije Ostali, član Nadzornog odbora Siniša Petrović ima 704 dionica. Također, član Uprave Neven Vranković ima 150 obveznica Atlantic Grupe d.d.

Valucija	2022.	2021. **
Zaključna cijena u razdoblju (28.12.)	342,0	420,0
Tržišna kapitalizacija* (u milijunima kuna)	4.561,3	5.601,6
Prosječni dnevni promet (u tisućama kuna)	306,0	303,9
EV (u milijunima kuna)*	5.226,9	6.068,5
Normalizirana EV/EBITDA*	9,1	8,3
Normalizirana EV/EBIT*	19,3	13,5
EV/prodaja*	0,8	1,1
Normalizirana EPS (u kunama)*	14,1	27,8
Normalizirana P/E*	24,3	15,1

\* 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)“.

\*\* U srpnju 2022. godine provedeno je dijeljenje dionica na način da se jedna postojeća dionica, pojedinačnog nominalnog iznosa od 40 kuna, dijeli na četiri nove redovne dionice, pojedinačnog nominalnog iznosa od 10 kuna.

## STRATEŠKE SMJERNICE MENADŽMENTA ATLANTIC GRUPE ZA 2023. GODINU



2022. godinu obilježile su rekordne cijene sirovina i pakirnog materijala, snažni inflatorni pritisci te geopolitički rizici. U 2023. godini očekujemo tehničku recesiju uslijed smanjenog raspoloživog dohotka, rastućih kamatnih stopa i značajnih inflatornih pritisaka dok u drugoj polovici godine očekujemo blagi oporavak i regije i eurozone. Smatramo kako cijene sirovina, pakirnog materijala i energenata ne bi trebale dosegnuti rekordne razine iz 2022. godine, ali očekujemo da će izrazita volatilnost biti prisutna u narednom periodu. Ulazak Hrvatske u Eurozonu i Schengeski prostor bi trebao ublažiti neke negativne pritiske.

Unatoč očekivanim lošijim gospodarskim prilikama, očekujemo rekordnu prodaju od otprilike 900 milijuna eura.

Nevisno o određenoj stabilizaciji nabavnih cijena do kojeg je došlo krajem 2022. godine, one su i dalje značajno više u odnosu na pretkrizno razdoblje, te stoga u 2023. godini očekujemo nižu normaliziranu EBITDA maržu za 100 do 150 baznih poena no što je bila u 2022. godini. Bitno je napomenuti da je u prvoj polovici 2022. godine utjecaj poskupljenja sirovina i pakirnog materijala bio značajno niži no u ostatku godine s obzirom da je veliki dio količina sirovina i pakirnog materijala bio nabavljen po povoljnijim cijenama od tadašnjih tržišnih cijena, a kao rezultat uspješne nabavne strategije Atlantic Grupe. Sukladno navedenom, u prvom polugodištu 2023. godine, a posebno u prvom tromjesečju, očekujemo veći pad profitabilnosti no što je navedeni prosjek za cijelu godinu, a početak oporavka profitnih marži očekujemo u 2024. godini.

U 2022. godini došlo je do kašnjenja u isporukama određenih komponenti uslijed problema u dobavnim lancima te smo određeni dio planiranih ulaganja prebacili u 2023. godinu u kojoj očekujemo kapitalne investicije u iznosu od 35 do 40 milijuna eura.

U 2023. 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) povećanje distribucije novih brendova i njihovom plasmanu na nova tržišta, (iv) razvoj distribucijskog poslovanja jačanjem postojećih i akvizicijama novih principala, te na (v) 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.

## ORGANSKI RAST PRODAJE U ODNOSU NA 2021. 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	2022.	2021.	2022./2021.
Prodaja	6.373,0	5.702,5	11,8%
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Bebi	0,0	31,9	
Usporediva prodaja	6.373,0	5.670,6	12,4%

u milijunima kuna	Ostali segmenti
Objavljeno 2021.	855,1
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Bebi*	31,9
Usporediva prodaja 2021.	823,3
Objavljeno 2022.	929,7
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Bebi*	0,0
Usporediva prodaja 2022.	929,7
2022./2021.	12,9%

u milijunima kuna	Rusija i CIS	Ostala tržišta
Objavljeno 2021.	116,3	108,9
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Bebi	31,6	0,3
Usporediva prodaja 2021.	84,7	108,6
Objavljeno 2022.	108,2	111,8
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Bebi	0,0	0,0
Usporediva prodaja 2022.	108,2	111,8
2022./2021.	27,8%	3,0%

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

# DEFINICIJA I USKLADA ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI (APM)

## 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 te ostale jednokratne prihode i troškove. Uprava Grupe prati normaliziranu EBITDA kako bi procijenila uspješnost poslovanja Grupe i u skladu s tim rasporedila resurse. Uz to, Uprava Grupe vjeruje da normalizirana EBITDA pruža informacije koje omogućuju investitorima da bolje usporede uspješnost Grupe u različitim razdobljima.

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

u milijunima kuna	2022.	2021.	2022./2021.
Dobit iz poslovanja	275,1	437,9	(37,2%)
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	300,3	286,4	4,9%
EBITDA	575,4	724,4	(20,6%)
Troškovi/(dobit) po osnovi dezinvestiranja, neto	(0,0)	(2,2)	
COVID-19 troškovi	1,6	3,8	
Ostali jednokratni (prihodi)/troškovi, neto	(5,6)	9,0	
Normalizirana EBITDA	571,4	735,0	(22,3%)
Prodaja	6.373,0	5.702,5	
EBITDA marža	9,0%	12,7%	
Normalizirana EBITDA marža	9,0%	12,9%	

## 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	2022.	2021.	2022./2021.
Dobit iz poslovanja	275,1	437,9	(37,2%)
EBIT	275,1	437,9	(37,2%)
Troškovi/(dobit) po osnovi dezinvestiranja, neto	0,1	(2,2)	
COVID-19 troškovi	1,6	3,8	
Ostali jednokratni (prihodi)/troškovi, neto	(5,6)	9,0	
Normalizirana EBIT	271,2	448,6	(39,5%)
Prodaja	6.373,0	5.702,5	
EBIT marža	4,3%	7,7%	
Normalizirana EBIT marža	4,3%	7,9%	

# DEFINICIJA I USKLADA ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI (APM)

## 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. prosinca 2022. 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	2022.	2021.	2022./2021.
Neto dobit	195,7	344,9	(43,2%)
Troškovi/(dobit) po osnovi dezinvestiranja, neto	0,1	(2,8)	
COVID-19 troškovi	1,4	3,3	
Ostali jednokratni (prihodi)/troškovi, neto	(9,9)	24,0	
Normalizirana neto dobit	187,4	369,3	(49,3%)
Prodaja	6.373,0	5.702,5	
Neto profitna marža	3,1%	6,0%	
Normalizirana neto profitna marža	2,9%	6,5%	

## UKUPNI OPERATIVNI TROŠKOVI

Ukupni operativni troškovi su međuzbroj sljedećih stavki koje su iskazane u Konsolidiranom računu dobiti i gubitka u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 31. prosinca 2022. godine: nabavna vrijednost prodane trgovačke robe, promjena vrijednosti zaliha gotovih proizvoda i proizvodnje u tijeku, troškovi materijala i energije, troškovi radnika, troškovi marketinga i unapređenja prodaje, ostali troškovi poslovanja, ostali dobitci/gubici-neto i amortizacija i umanjenje vrijednosti.

## KAPITALNA ULAGANJA (CAPEX)

Kapitalna ulaganja uključuju plaćanja izvršena za stjecanje nekretnina, postrojenja i opreme i nematerijalne imovine, kako je prikazano u Konsolidiranom izvještaju o novčanom toku u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 31. prosinca 2022. godine. Grupa koristi kapitalna ulaganja kao APM kako bi osigurala alokaciju novca u skladu sa strategijom Grupe.

## NETO DUG i NETO DUG prema EBITDA

Uprava koristi neto dug za ocjenu financijskih kapaciteta Grupe. Neto dug definira se kao zbroj kratkoročnih i dugoročnih obveza po primljenim kreditima, kratkoročnih i dugoročnih obveza za najam i derivativnih financijskih instrumenata umanjениh za novac i novčane ekvivalente koji su iskazani u Konsolidiranoj bilanci u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 31. prosinca 2022. godine, kao što je prikazano u nastavku:

## DEFINICIJA I USKLADA ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI (APM)

u milijunima kuna	31.12.2022.	31.12.2021.
Dugoročne obveze po primljenim kreditima	411,0	299,7
Dugoročne obveze po najmovima	256,3	263,1
Kratkoročne obveze po primljenim kreditima	329,0	159,9
Kratkoročne obveze po najmovima	91,7	86,8
Derivativni financijski instrumenti, neto	14,3	(3,0)
Novac i novčani ekvivalenti	(444,4)	(346,6)
<b>Neto dug</b>	<b>657,9</b>	<b>459,9</b>
Normalizirana EBITDA	571,4	735,0
<b>Neto dug/Normalizirana EBITDA</b>	<b>1,2</b>	<b>0,6</b>

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. prosinca 2022. godine. Omjer kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza je pokazatelj likvidnosti koji mjeri sposobnost Grupe da pokrije svoj kratkoročni dug kratkotrajnom imovinom.

u milijunima kuna	31.12.2022.	31.12.2021.
Kratkotrajna imovina	2.647,1	2.287,5
Kratkoročne obveze	1.797,4	1.513,4
<b>Odnos kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza</b>	<b>1,5</b>	<b>1,5</b>

### 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	31.12.2022.	31.12.2021.
Neto dug	657,9	459,9
Ukupno kapital	3.203,4	3.152,5
<b>Pokazatelj zaduženosti</b>	<b>17,0%</b>	<b>12,7%</b>

### POKRIĆE TROŠKA KAMATA

Pokriće troška kamata izračunava se dijeljenjem normalizirane EBITDA Grupe s ukupnim troškom kamata (vidi bilješku 9 - Rashodi od financiranja-neto u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 31. prosinca 2022.), kao što je prikazano u nastavku. Pokriće troška kamata koristi se za određivanje koliko lako Grupa može platiti kamate na svoj nepodmireni dug.

# DEFINICIJA I USKLADA ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI (APM)

u milijunima kuna	2022.	2021.
Normalizirana EBITDA	571,4	735,0
Ukupno rashodi od kamata	18,7	17,8
Normalizirano pokrće troška kamata	30,6	41,2

## SLOBODNI NOVČANI TIJEK

Slobodni novčani tijek prikazuje sposobnost Grupe da generira novac za otplatu financijskih obaveza, financiranje potencijalnih akvizicija, isplatu dividendi i slično. Slobodni novčani tijek jednak je neto novčanom toku iz operativnih aktivnosti umanjen za kapitalna ulaganja, stavke koje su iskazane u Konsolidiranom izvještaju o novčanom toku u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 31. prosinca 2022. godine.

u milijunima kuna	2022.	2021.
Neto operativni novčani tijek	343,5	735,8
Kapitalna ulaganja	263,4	233,3
Slobodni novčani tijek	80,1	502,5

## TRŽIŠNA KAPITALIZACIJA

Tržišna kapitalizacija je ukupna tržišna vrijednost Grupe. Izračunava se na osnovu posljednje tržišne cijene u izvještajnom razdoblju i ukupnog broja dionica, kako je prikazano u nastavku.

	2022.	2021.*
Zadnja cijena u razdoblju (u kunama)	342	420
Broj dionica	13.337.200	13.337.200
Tržišna kapitalizacija (u milijunima kuna)	4.561,3	5.601,6

## VRIJEDNOST KOMPANIJE (Enterprise value-EV), Normalizirana EV/EBITDA, Normalizirana EV/EBIT, EV/PRODAJA

Vrijednost kompanije (EV) je mjera ukupne vrijednosti Grupe koja se koristi kao sveobuhvatnija alternativa tržišnoj kapitalizaciji. EV je zbroj tržišne kapitalizacije, neto duga i manjinskih interesa, kako je prikazano u nastavku.

Omjer Normalizirane EV/EBITDA koristi se kao alat za procjenu vrijednosti pri usporedbi vrijednosti Grupe s dobiti koju Grupa ostvaruje. Koristan je analitičarima i investitorima koji žele usporediti kompanije unutar iste industrije.

Omjer Normalizirane EV/EBIT sličan je omjeru EV/EBITDA, ali uključuje amortizaciju materijalne i nematerijalne imovine. Koristi se kao mjerilo u procjeni vrijednosti za usporedbu relativne vrijednosti različitih poduzeća.

EV/prodaja je mjera za procjenu vrijednosti koja uspoređuje EV Grupe s njezinom godišnjom prodajom.

\* U srpnju 2022. godine provedeno je dijeljenje dionica na način da se jedna postojeća dionica, pojedinačnog nominalnog iznosa od 40 kuna, dijeli na četiri nove redovne dionice, pojedinačnog nominalnog iznosa od 10 kuna.



# DEFINICIJA I USKLADA ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI (APM)

u milijunima kuna	2022.	2021.
Tržišna kapitalizacija	4.561,3	5.601,6
Neto dug	657,9	459,9
Manjinski interesi	7,7	7,0
EV	5.226,9	6.068,5
Normalizirana EBITDA	571,4	735,0
Normalizirana EV/EBITDA	9,1	8,3
Normalizirana EBIT	271,2	448,6
Normalizirana EV/EBIT	19,3	13,5
Prodaja	6.373,0	5.702,5
EV/prodaja	0,8	1,1

## Normalizirana ZARADA PO DIONICI (EPS)

Zarada po dionici izračunava se dijeljenjem neto dobiti koja pripada dioničarima društva s ponderiranim prosječnim brojem dionica kako je definirano u bilješci 5 - Zarada po dionici u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 31. prosinca 2022. Zarada po dionici odražava zaradu od trgovanja za svaku dionicu. Normalizirana zarada po dionici uzima u obzir normaliziranu neto dobit koja pripada dioničarima društva, što je jednako neto dobiti koja pripada dioničarima društva, isključujući utjecaj jednokratnih stavki kao što je prikazano u nastavku.

	2022.	2021.*
Neto dobit dioničarima	195,7	344,9
Troškovi/(dobit) po osnovi dezinvestiranja, neto	0,1	(2,8)
COVID-19 troškovi	1,4	3,3
Ostali jednokratni (prihodi)/troškovi, neto	(9,9)	24,0
Normalizirana Neto dobit dioničarima	187,4	369,3
Prosječni ponderirani broj dionica	13.292.694	13.300.488
Normalizirani EPS	14,1	27,8

## OMJER CIJENE I ZARADE (P/E)

Omjer cijene i zarade (P/E) omjer je za procjenu vrijednosti tvrtke koji mjeri zadnju tržišnu cijenu dionice u izvještajnom razdoblju u odnosu na normaliziranu zaradu po dionici, kao što je prikazano u nastavku.

	2022.	2021.*
Zadnja cijena u razdoblju (u kunama)	342,0	420,0
Normalizirani EPS	14,1	27,8
Normalizirani P/E	24,3	15,1

\* U srpnju 2022. godine provedeno je dijeljenje dionica na način da se jedna postojeća dionica, pojedinačnog nominalnog iznosa od 40 kuna, dijeli na četiri nove redovne dionice, pojedinačnog nominalnog iznosa od 10 kuna.

**ATLANTIC GRUPA d.d.**

**SAŽETI KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI ZA  
RAZDOBLJE ZAVRŠENO 31. PROSINCA 2022. (NEREVIDIRANO)**

# ATLANTIC GRUPA d.d.

## KONSOLIDIRANI RAČUN DOBITI I GUBITKA

u tisućama kuna, nerevidirano	Sij. - Pro. 2022.	Sij. - Pro. 2021.	Indeks	Lis. - Pro. 2022.	Lis. - Pro. 2021.	Indeks
<b>Prihodi</b>	<b>6.463.975</b>	<b>5.785.771</b>	<b>111,7</b>	<b>1.692.661</b>	<b>1.486.253</b>	<b>113,9</b>
Prihodi od prodaje	6.372.984	5.702.479	111,8	1.666.675	1.454.206	114,6
Ostali prihodi	90.991	83.292	109,2	25.986	32.047	81,1
<b>Poslovni rashodi</b>	<b>(6.188.874)</b>	<b>(5.347.826)</b>	<b>115,7</b>	<b>(1.750.351)</b>	<b>(1.525.020)</b>	<b>114,8</b>
Nabavna vrijednost prodane trgovačke robe	(1.915.267)	(1.729.758)	110,7	(551.143)	(484.123)	113,8
Promjena vrijednosti zaliha gotovih proizvoda i proizvodnje u tijeku	23.950	22.831	104,9	53.767	5.382	999,0
Troškovi materijala i energije	(2.150.961)	(1.556.908)	138,2	(630.028)	(409.380)	153,9
Troškovi radnika	(983.997)	(937.376)	105,0	(275.525)	(262.074)	105,1
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje	(294.739)	(329.776)	89,4	(87.162)	(119.667)	72,8
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	(300.340)	(286.444)	104,9	(100.943)	(95.397)	105,8
Ostali troškovi poslovanja	(600.107)	(534.414)	112,3	(171.684)	(166.055)	103,4
Ostali gubici - neto	32.587	4.019	810,8	12.367	6.294	196,5
<b>Dobit/(gubitak) iz poslovanja</b>	<b>275.101</b>	<b>437.945</b>	<b>62,8</b>	<b>(57.690)</b>	<b>(38.767)</b>	<b>51,2</b>
Rashodi od financiranja - neto	(19.796)	(17.749)	111,5	(7.332)	(5.467)	134,1
<b>Dobit/(gubitak) prije poreza</b>	<b>255.305</b>	<b>420.196</b>	<b>60,8</b>	<b>(65.022)</b>	<b>(44.234)</b>	<b>53,0</b>
Porez na dobit	(58.842)	(74.304)	79,2	(9.839)	(9.659)	101,9
<b>Neto dobit/(gubitak) razdoblja</b>	<b>196.463</b>	<b>345.892</b>	<b>56,8</b>	<b>(74.861)</b>	<b>(53.893)</b>	<b>61,1</b>
<b>Pripisivo:</b>						
Dioničarima Društva	195.729	344.857	56,8	(74.714)	(54.594)	63,1
Manjinskim interesima	734	1.035	70,9	(147)	701	n/p
<b>Zarada po dionici za dobit pripisivu dioničarima Društva tijekom razdoblja (u kunama)</b>						
- osnovna	14,72	25,93		(5,63)	(4,09)	
- razrijeđena	14,72	25,93		(5,63)	(4,09)	

## KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O SVEOBUHVAATNOJ DOBITI

u tisućama kuna, nerevidirano	Sij.-Pro. 2022.	Sij.-Pro. 2021.	Indeks	Lis.-Pro. 2022.	Lis.-Pro. 2021.	Indeks
<b>Neto dobit/(gubitak) razdoblja</b>	<b>196.463</b>	<b>345.892</b>	<b>56,8</b>	<b>(74.861)</b>	<b>(53.893)</b>	<b>61,1</b>
<b>Ostala sveobuhvatna dobit/(gubitak):</b>						
<b>Stavke koje se neće reklasificirati u račun dobiti i gubitka</b>						
Aktuarski dobiti/(gubici) za planove definiranih primanja, neto od poreza	6.730	(176)	n/p	6.730	(176)	n/p
<i>Stavke koje se mogu naknadno reklasificirati u račun dobiti i gubitka</i>						
Tečajne razlike, neto od poreza	(7.360)	(4.067)	181,0	(21.439)	6.533	n/p
Zaštita novčanog toka, neto od poreza	(16.829)	8.473	n/p	(28.244)	(2.387)	1.183,2
<b>Ukupno ostala sveobuhvatna dobit/(gubitak) razdoblja, neto od poreza</b>	<b>(17.459)</b>	<b>4.230</b>	<b>n/p</b>	<b>(42.953)</b>	<b>3.970</b>	<b>n/p</b>
<b>Ukupno sveobuhvatna dobit/(gubitak) razdoblja</b>	<b>179.004</b>	<b>350.122</b>	<b>51,1</b>	<b>(117.814)</b>	<b>(49.923)</b>	<b>36,0</b>
<b>Pripisivo:</b>						
Dioničarima Društva	178.244	349.092	51,1	(117.671)	(50.652)	32,3
Manjinskim interesima	760	1.030	73,8	(143)	729	n/p
<b>Ukupno sveobuhvatna dobit/(gubitak) razdoblja</b>	<b>179.004</b>	<b>350.122</b>	<b>51,1</b>	<b>(117.814)</b>	<b>(49.923)</b>	<b>36,0</b>

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

u tisućama kuna, nerevidirano	31. prosinca 2022.	31. prosinca 2021.
<b>IMOVINA</b>		
<b>Dugotrajna imovina</b>		
Nekretnine, postrojenja i oprema	1.196.205	1.108.725
Ulaganja u nekretnine	472	807
Nematerijalna imovina	1.623.779	1.640.348
Pravo na korištenje imovine	327.398	329.894
Odgođena porezna imovina	38.747	41.469
Financijska imovina kroz ostalu sveobuhvatnu dobit	1.275	1.384
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	34.716	42.750
	<b>3.222.592</b>	<b>3.165.377</b>
<b>Kratkotrajna imovina</b>		
Zalihe	769.153	639.201
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	1.411.232	1.287.982
Potraživanja za porez na dobit	17.850	6.995
Derivativni financijski instrumenti	4.407	2.972
Novac i novčani ekvivalenti	444.439	346.635
	<b>2.647.081</b>	<b>2.283.785</b>
Dugotrajna imovina namijenjena prodaji	-	3.759
Ukupno kratkotrajna imovina	2.647.081	2.287.544
	<b>5.869.673</b>	<b>5.452.921</b>
<b>UKUPNO IMOVINA</b>		
<b>KAPITAL I OBVEZE</b>		
<b>Kapital i rezerve pripisive dioničarima Društva</b>		
Dionički kapital	133.372	133.372
Dionička premija	886.530	883.852
Vlastite dionice	(18.155)	(22.131)
Pričuve	(33.593)	(45.279)
Zadržana dobit	2.227.508	2.195.734
	<b>3.195.662</b>	<b>3.145.548</b>
Manjinski interesi	7.742	6.982
<b>Ukupno kapital</b>	<b>3.203.404</b>	<b>3.152.530</b>
<b>Dugoročne obveze</b>		
Obveze po primljenim kreditima	410.981	299.657
Obveze po najmovima	256.345	263.065
Odgođena porezna obveza	146.700	148.344
Ostale dugoročne obveze	908	6.135
Rezerviranja	53.896	69.807
	<b>868.830</b>	<b>787.008</b>
<b>Kratkoročne obveze</b>		
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	1.285.581	1.174.825
Obveze po primljenim kreditima	329.024	159.932
Obveze po najmovima	91.680	86.844
Derivativni financijski instrumenti	18.670	-
Tekuća obveza poreza na dobit	11.694	6.417
Rezerviranja	60.790	85.365
	<b>1.797.439</b>	<b>1.513.383</b>
<b>Ukupne obveze</b>	<b>2.666.269</b>	<b>2.300.391</b>
<b>UKUPNO KAPITAL I OBVEZE</b>	<b>5.869.673</b>	<b>5.452.921</b>

## KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O PROMJENAMA KAPITALA

	Od dioničara Društva					
	Dionički kapital, dionička premija i vlastite dionice	Pričuve	Zadržana dobit	Ukupno	Manjinski interesi	Ukupno
u tisućama kuna, nerevidirano						
Stanje 1. siječnja 2021.	1.007.576	(51.451)	1.985.908	2.942.033	5.952	2.947.985
<b>Sveobuhvatna dobit:</b>						
Neto dobit za razdoblje	-	-	344.857	344.857	1.035	345.892
Ostala sveobuhvatna dobit/(gubitak)	-	4.411	(176)	4.235	(5)	4.230
Ukupno sveobuhvatna dobit	-	4.411	344.681	349.092	1.030	350.122
<b>Transakcije s vlasnicima:</b>						
Isplata s temelja dionica	18.075	-	-	18.075	-	18.075
Otkup vlastitih dionica	(30.558)	-	-	(30.558)	-	(30.558)
Transfer	-	1.761	(1.761)	-	-	-
Dividenda	-	-	(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
Stanje 1. siječnja 2022.	995.093	(45.279)	2.195.734	3.145.548	6.982	3.152.530
<b>Sveobuhvatna dobit:</b>						
Neto dobit za razdoblje	-	-	195.729	195.729	734	196.463
Ostala sveobuhvatna dobit/(gubitak)	-	(24.215)	6.730	(17.485)	26	(17.459)
Ukupno sveobuhvatna dobit/(gubitak)	-	(24.215)	202.459	178.244	760	179.004
<b>Transakcije s vlasnicima:</b>						
Isplata s temelja dionica	29.043	-	-	29.043	-	29.043
Otkup vlastitih dionica	(22.389)	-	-	(22.389)	-	(22.389)
Dodjela dionica - vrijednost usluga zaposlenika	-	31.538	-	31.538	-	31.538
Transfer	-	4.363	(4.363)	-	-	-
Dividenda	-	-	(166.322)	(166.322)	-	(166.322)
Stanje 31. prosinca 2022.	1.001.747	(33.593)	2.227.508	3.195.662	7.742	3.203.404

## KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O NOVČANOM TOKU

u tisućama kuna, nerevidirano	Siječanj - Prosinac 2022.	Siječanj - Prosinac 2021.
<b>Novčani tok iz poslovnih aktivnosti</b>		
<b>Neto dobit razdoblja</b>	<b>196.463</b>	<b>345.892</b>
Porez na dobit	58.842	74.304
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	300.340	286.444
Dobitak od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme i nematerijalne imovine	(2.376)	(1.475)
Gubitak/(dobitak) od prodaje podružnica - neto od transakcijskih troškova	365	(648)
Ispravak vrijednosti kratkotrajne imovine	32.373	25.218
Tečajne razlike - neto	1.102	(75)
Smanjenje rezerviranja za rizike i troškove	(11.399)	(18.586)
Gubici/(dobici) od svođenja na fer vrijednost financijske imovine	1.172	(4.219)
Isplata s temelja dionica	29.043	18.075
Prihodi od kamata	(8.419)	(1.323)
Rashodi od kamata	18.694	17.824
Ostale nenovčane promjene - neto	2.980	3.800
<b>Promjene u radnom kapitalu:</b>		
Povećanje zaliha	(154.912)	(82.643)
Povećanje kratkoročnih potraživanja	(144.891)	(30.004)
Povećanje kratkoročnih obveza	115.756	207.652
<b>Novac generiran poslovanjem</b>	<b>435.133</b>	<b>840.236</b>
Plaćene kamate	(15.622)	(17.074)
Plaćeni porez na dobit	(76.001)	(87.361)
	<b>343.510</b>	<b>735.801</b>
<b>Novčani tok korišten za investicijske aktivnosti</b>		
Nabava nekretnina, postrojenja i opreme i nematerijalne imovine	(263.425)	(233.284)
Primici od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme i nematerijalne imovine	3.611	17.504
Stjecanje podružnica i primici od prodaje podružnica - neto od stečenog/prodanog novca	11.029	(5.937)
Dani krediti i depoziti	(6.152)	(5.543)
Otplata danih kredita i depozita	10.939	18.117
Primljene kamate	8.225	1.571
	<b>(235.773)</b>	<b>(207.572)</b>
<b>Novčani tok korišten za financijske aktivnosti</b>		
Otkup vlastitih dionica	(22.389)	(30.558)
Primici od primljenih kredita, neto od plaćenih naknada	309.286	-
Otplata primljenih kredita	(30.000)	(350.799)
Otplata glavnice po najmovima	(101.407)	(93.502)
Isplata dividende dioničarima	(166.322)	(133.094)
	<b>(10.832)</b>	<b>(607.953)</b>
<b>Neto povećanje/(smanjenje) novca i novčanih ekvivalenata</b>	<b>96.905</b>	<b>(79.724)</b>
Dobici/(gubici) od tečajnih razlika po novcu i novčanim ekvivalentima	899	(154)
Novac i novčani ekvivalenti na početku razdoblja	346.635	426.513
Novac i novčani ekvivalenti na kraju razdoblja	444.439	346.635

## **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 Barcaffe, iz segmenta pića – Cockta i Cedevita, s portfeljem brendova iz segmenta slatko i slano – Smoki, Najlepše želje i Bananica, brendom Argeta iz segmenta delikatesnih namaza te prirodnom mineralnom vodom Donat. Dodatno, Grupa je vlasnik vodećeg ljekarničkog lanca u Hrvatskoj pod brendom Farmacia. S vlastitom distribucijskom mrežom u Hrvatskoj, Sloveniji, Srbiji, Austriji, Sjevernoj Makedoniji te Rusiji, Grupa isto tako distribuira niz proizvoda vanjskih partnera. Grupa ima proizvodna postrojenja u Hrvatskoj, Sloveniji, Srbiji, Bosni i Hercegovini te Sjevernoj Makedoniji s društvima i predstavništvima u 11 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 razdoblje završeno 31. prosinca 2022. godine odobrila je Uprava Društva u Zagrebu 27. veljače 2023. godine.

Sažeti konsolidirani financijski izvještaji nisu revidirani.

## **BILJEŠKA 2 – OSNOVA SASTAVLJANJA I RAČUNOVODSTVENE POLITIKE**

### **2.1. OSNOVA SASTAVLJANJA**

Sažeti konsolidirani financijski izvještaji za razdoblje završeno 31. prosinca 2022. 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 2021. 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 razdoblje završeno 31. prosinca 2022. 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 razdoblje završeno 31. prosinca 2022. 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 2021. godine.

**2.4. SEZONSKI UTJECAJ**

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

**2.5. UTJECAJ RATNOG SUKOBA U UKRAJINI**

Na dan odobravanja sažetih konsolidiranih financijskih izvještaja za razdoblje završeno 31. prosinca 2022. godine poslovanje Atlantic Grupe se odvija nesmetano. Prodajom poslovanja dječje hrane 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 indirektno posljedice, dominantno u vidu dodatnih problema u lancima opskrbe i inflatornim pritiscima menadžment Atlantic Grupe pozorno prati i poduzima sve raspoložive mjere za smanjenje rizika u danim okolnostima.

**BILJEŠKA 3 – KLJUČNE RAČUNOVODSTVENE PROCJENE**

Prilikom izrade sažetih konsolidiranih financijskih izvještaja za razdoblje završeno 31. prosinca 2022. godine nije bilo promjena u ključnim računovodstvenim procjenama u odnosu na procjene korištene prilikom izrade godišnjih konsolidiranih financijskih izvještaja Grupe na dan 31. prosinca 2021. godine.

Testiranjem na umanjenje vrijednosti dugotrajne nematerijalne imovine s neograničenim vijekom uporabe na datum bilance priznato je umanjenje vrijednosti u iznosu od 26.133 tisuća kuna (2021.: 17.045 tisuća kuna).

**BILJEŠKA 4 – INFORMACIJE O SEGMENTIMA**

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

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

<b>POSLOVNA PODRUČJA</b>	<b>DISTRIBUCIJSKA PODRUČJA</b>
SPP KAVA	SDP HRVATSKA
SPP PIĆA	SDP SRBIJA
SPP DELIKATESNI NAMAZI	SDP SLOVENIJA
SPP SLATKO I SLANO	DP MAKEDONIJA
SPP LJEKARNIČKO POSLOVANJE	DP RUSIJA
PP DONAT	DP AUSTRIJA
NOVI RAST	GLOBALNO UPRAVLJANJE MREŽOM DISTRIBUTERA

SPP – Strateško poslovno područje

SDP – Strateško distribucijsko područje

PP – Poslovno područje

DP – Distribucijsko područje

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

**BILJEŠKA 4 – INFORMACIJE O SEGMENTIMA (nastavak)**

Zbog činjenice da DP Makedonija, DP Rusija, DP Austrija, Globalno upravljanje mrežom distributera te Novi rast ne prelaze prag materijalnosti koji zahtijeva MSFI 8 za izvještajne segmente, oni se iskazuju unutar pozicije „Ostali segmenti“ gdje je iskazano i poslovanje dječje hrane koje je u potpunosti dezinvestirano u lipnju 2021. godine. Pozicija „Ostali segmenti“ sastoji se također i od poslovnih aktivnosti koje se ne alociraju na prethodno spomenuta poslovna i distributivna područja (upravna sjedišta i odjeli podrške na svim tržištima Atlantic Grupe) te su isključena iz izvještavanih operativnih segmenata.

Ocjenjivanje uspjeha operativnih segmenata temeljeno je na dobiti ili gubitku iz poslovanja. Na razini Grupe upravlja se prihodima i rashodima od financiranja i porezom na dobit te oni nisu alocirani po operativnim segmentima.

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.

<b>Prihodi od prodaje*</b>	<b>Sij. - Pro. 2022.</b>	<b>Sij. - Pro. 2021.</b>
<i>(u tisućama kuna)</i>		
SPP Kava	1.389.933	1.196.229
SPP Delikatesni namazi	973.603	885.248
SPP Slatko i slano	731.652	684.420
SPP Pića	644.645	536.380
SPP Ljekarničko poslovanje	587.464	531.474
PP Donat	239.912	218.785
SDP Hrvatska	1.553.400	1.403.161
SDP Srbija	1.542.156	1.335.388
SDP Slovenija	1.094.792	1.012.789
Ostali segmenti	929.721	855.149
Usklada	(3.314.294)	(2.956.544)
<b>Ukupno</b>	<b>6.372.984</b>	<b>5.702.479</b>

\* Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2022. godinu

## BILJEŠKA 4 – INFORMACIJE O SEGMENTIMA (nastavak)

Poslovni rezultati*	EBITDA	
	Sij. - Pro. 2022.	Sij. - Pro. 2021.
<i>(u tisućama kuna)</i>		
SPP Kava	189.436	278.779
SPP Delikatesni namazi	144.685	182.706
SPP Slatko i slano	44.046	114.599
SPP Pića	100.931	111.606
SPP Ljekarničko poslovanje	69.198	59.223
PP Donat	108.202	101.457
SDP Hrvatska	84.919	88.048
SDP Srbija	71.570	62.613
SDP Slovenija	62.065	62.801
Ostali segmenti	(299.611)	(337.443)
<b>Ukupno</b>	<b>575.441</b>	<b>724.389</b>

## 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.

Društvo je na Glavnoj skupštini održanoj 15. lipnja 2022. godine donijelo odluku o podjeli redovnih dionica nominalnog iznosa od 40,00 kuna po dionici na način da se jedna dionica dijeli na četiri dionice nominalnog iznosa od 10,00 kuna po dionici. Navedenom podjelom broj redovnih dionica povećan je sa 3.334.300 na 13.337.200 dionica. Osnovna zarada po dionici za 2021. godinu prilagođena je novom broju dionica.

	<u>2022.</u>	<u>2021.</u>
Neto dobit dioničarima Društva <i>(u tisućama kuna)</i>	195.729	344.857
Prosječno ponderirani broj redovnih izdanih dionica	13.292.694	13.300.488
Osnovna zarada po dionici <i>(u kunama)</i>	14,72	25,93

## Razrijeđena zarada po dionici

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

\* Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2022. godinu

**BILJEŠKA 6 – DUGOTRAJNA MATERIJALNA I NEMATERIJALNA IMOVINA**

Tijekom razdoblja završenog 31. prosinca 2022. godine, Grupa je uložila 261.609 tisuća kuna u nabavku nekretnina, postrojenja i opreme te nematerijalne imovine (2021.: 239.950 tisuća kuna). U istom razdoblju provedeno je umanjeње vrijednosti dugotrajne materijalne i nematerijalne imovine u iznosu od 31.932 tisuće kuna (2021.: 30.681 tisuća kuna).

**BILJEŠKA 7 – ZALIHE**

Tijekom razdoblja završenog 31. prosinca 2022. godine, Grupa je iskazala vrijednosno usklađenje zaliha u iznosu od 25.243 tisuće kuna (2021.: 16.094 tisuće kuna) uslijed oštećenja i kratkog roka trajanja. Ovaj trošak uključen je u poziciju „Ostali troškovi poslovanja“.

**BILJEŠKA 8 – ISPLATA DIVIDENDE**

Prema odluci Glavne skupštine Društva održane 15. lipnja 2022. godine, odobrena je isplata dividende u iznosu od 50,00 kuna po dionici odnosno sveukupno 166.322 tisuće kuna (2021.: 40,00 kuna po dionici odnosno sveukupno 133.094 tisuće kuna). Isplata dividende realizirana je u srpnju 2022. godine.

**BILJEŠKA 9 – RASHODI OD FINANCIRANJA – NETO**

<i>(u tisućama kuna)</i>	<u>Sij.-Pro. 2022.</u>	<u>Sij.-Pro. 2021.</u>
<b>Financijski prihodi</b>		
Dobici od tečajnih razlika po primljenim kreditima i obvezama po najmovima	2.947	2.826
	<u>2.947</u>	<u>2.826</u>
<b>Financijski rashodi</b>		
Rashodi od kamata po ugovorima o najmu	(8.369)	(8.408)
Rashodi od kamata po kreditima od banaka	(3.783)	(2.930)
Rashodi od kamata po obveznicama	(2.870)	(2.870)
Rashodi od kamata po aktuarskim izračunima	(2.449)	(827)
Ostali rashodi od kamata	<u>(1.223)</u>	<u>(2.789)</u>
Rashodi od kamata - ukupno	(18.694)	(17.824)
Gubici od tečajnih razlika po primljenim kreditima i obvezama po najmovima	<u>(4.049)</u>	<u>(2.751)</u>
	(22.743)	(20.575)
<b>Rashodi od financiranja - neto</b>	<u><b>(19.796)</b></u>	<u><b>(17.749)</b></u>

**BILJEŠKA 10 – ODNOSI S POVEZANIM STRANKAMA**

Poslovne transakcije s povezanim strankama koje se odnose na stanja u bilanci na dan 31. prosinca 2022. godine i 31. prosinca 2021. godine i stavke računa dobiti i gubitka za razdoblje završeno 31. prosinca su kako slijedi:

<i>(u tisućama kuna)</i>	<u>31. prosinca 2022.</u>	<u>31. prosinca 2021.</u>
<b>POTRAŽIVANJA</b>		
<b>Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja</b>		
Ostale povezane stranke	97.225	84.174
<b>OBVEZE</b>		
<b>Obveze prema dobavljačima i ostale obveze</b>		
Ostale povezane stranke	2.909	2.238
	<u>Sij.-Pro. 2022.</u>	<u>Sij.-Pro. 2021.</u>
<b>PRIHODI</b>		
<b>Prihodi od prodaje</b>		
Ostale povezane stranke	562.857	496.471
<b>Ostali prihodi</b>		
Ostale povezane stranke	211	671
<b>RASHODI</b>		
<b>Troškovi marketinga i unapređenja prodaje</b>		
Ostale povezane stranke	7.882	4.168
<b>Ostali troškovi poslovanja</b>		
Ostale povezane stranke	2.364	2.202
<b>Nabava imovine</b>		
Ostale povezane stranke	-	289

**BILJEŠKA 11 – PRODAJA PODRUŽNICE**

Atlantic Grupa potpisala je s društvom Vik Pro Univerzal d.o.o., Beograd kupoprodajni ugovor za prodaju proizvodne lokacije Palanački kiseljak u Smederevskoj Palanci, Srbija. Predmet kupoprodaje je cjelokupna proizvodna lokacija sa zaposlenicima i imovinom, uključujući i tradicionalni brend mineralne vode na tržištu Srbije – *Karađorđe*, koja je prethodno izdvojena iz društva Atlantic Štark d.o.o. u zasebno društvo Palanački Kiseljak d.o.o. Prodaja ove proizvodne lokacije nastavak je procesa dezinvestiranja manjih i *non-core* djelatnosti u skladu s Atlanticovom korporativnom strategijom. Transakcija je zaključena 28. lipnja 2022. godine te je Grupa ostvarila gubitak od prodaje u iznosu od 446 tisuća kuna.

*(u tisućama kuna)*

Primljena naknada za prodaju podružnice	1.460
Knjigovodstvena vrijednost neto imovine prodane podružnice	(1.906)
<b>Gubitak od prodaje podružnice</b>	<b>(446)</b>

**Knjigovodstvena vrijednost neto imovine prodane podružnice na dan 28. lipnja 2022. godine**

*(u tisućama kuna)*

Dugotrajna imovina namijenjena prodaji	3.726
Zalihe	605
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	629
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	(2.817)
Obveze po primljenim kreditima	(237)
	<b>1.906</b>

Grupa je u 2022. naplatila 18.899 tisuća kuna te ostvarila dodatni dobitak u iznosu od 81 tisuće kuna od prodaje proizvodne lokacije Mirna realizirane u 2021. godini.

## **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 razdoblje završeno 31. prosinca 2022. 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. prosinca 2022. 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 razdoblje završeno 31. prosinca 2022. godine odobrila je Uprava društva Atlantic Grupa d.d. na sjednici održanoj 27. veljače 2023. godine.



---

Zoran Stanković  
Potpredsjednik Grupe za financije, nabavu i investicije



---

Tatjana Ilinčić  
Direktorica Korporativnog izvještavanja i konsolidacije



**Kontakt:**

Atlantic Grupa d.d.

Miramarska 23

10 000 Zagreb

Hrvatska

Tel: +385 1 2413 322

E-mail: [ir@atlanticgrupa.com](mailto:ir@atlanticgrupa.com)

**ATLANTIC GRUPA d.d.**

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

Tvrtka je upisana: Trgovački sud u Zagrebu

MBS: 080245039

MB: 1671910

OIB: 71149912416

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

Broj dionica i njihov nominalni iznos: 13.337.200 dionica, svaka nominalnog iznosa  
10,00 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, Mate Štetić

Predsjednik Nadzornog odbora: Zdenko Adrović

