

# ATLANTIC

## GRUPA

FINANCIJSKI REZULTATI  
U PRVOM KVARTALU 2022. GODINE  
(nerevidirano)

Zagreb, 28. travnja 2022. godine



<b>3</b>	KOMENTAR PREDSJEDNIKA UPRAVE
<b>4</b>	KLJUČNI DOGAĐAJI
<b>7</b>	DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE
<b>15</b>	DINAMIKA PROFITABILNOSTI
<b>16</b>	FINANCIJSKI POKAZATELJI
<b>18</b>	OČEKIVANJA ZA 2022. GODINU
<b>19</b>	DEFINICIJA I USKLADA ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI
<b>24</b>	KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI



Komentirajući financijska ostvarenja u prvom kvartalu 2022. godine, **Emil Tedeschi**, predsjednik Uprave Atlantic Grupe, istaknuo je:

“Atlantic Grupa je u prvom kvartalu 2022. godine ostvarila značajan rast prihoda i profitabilnosti u odnosu na isto razdoblje prethodne godine, a unatoč svim izazovima s kojima se suočavamo. Rast prihoda je ostvaren u svim poslovnim područjima i skoro svim distribucijskim područjima zahvaljujući odličnim prodajnim rezultatima vlastitih i principalskih brendova, kao posljedica bolje epidemiološke situacije na svim tržištima i popuštanju mjera za suzbijanje pandemije, koje su bile na snazi prethodne godine posebno u HoReCa kanalu. Također, dio porasta prihoda se odnosi na dizanja prodajnih cijena zbog značajnog poskupljenja ključnih sirovina, pakirnog materijala, energenata i usluga.

Odlični rezultati distribucijskog portfelja ostvareni prethodne godine, omogućili su nova distribucijska partnerstva s renomiranim internacionalnim kompanijama u Srbiji i Sjevernoj Makedoniji, što pokazuje kontinuirani fokus razvoja distribucijskog segmenta kompanije. Također, nastavak procesa definiranja korporativne strategije i prioriteta u daljnjem razvoju kompanije, potvrđen je i osnaživanjem Nadzornog odbora s dotadašnjih 7 na 9 članova.

Početak 2022. godine obilježilo je izbijanje ratnog sukoba u Ukrajini. Prodajom brenda dječja hrana Bebi u 2021. godini, Atlantic Grupa je značajno smanjila izloženost u Rusiji i ZND tržištima te ratna zbivanja nemaju izravan materijalno značajan utjecaj na poslovanje Atlantic Grupe.

U trenutnoj situaciji jedna od temeljnih vrijednosti Atlantic Grupe – briga jednih za druge i briga kompanije za svoje zaposlenike – dobiva na posebnoj važnosti. Usredotočeni smo na održavanje pune zaposlenosti, daljnje ulaganje u naše zaposlenike te promicanje otvorenosti i međusobno uvažavanje.

Nastavljamo pažljivo pratiti razvoj situacije i poduzimamo sve raspoložive mjere za smanjenje rizika u novonastalim okolnostima. Očekujemo da će nastavak 2022. godine biti izazovan, no naši temeljni prioriteti ostaju isti - održavanje pozitivnog zdravstvenog biltena naših djelatnika, osiguranje nesmetanog nastavka proizvodnje i kontinuirane opskrbe naših kupaca i potrošača te društvena odgovornost u najširem smislu.“

# KLJUČNI DOGAĐAJI U PRVOM KVARTALU 2022. GODINE

## ZNAČAJAN RAST PRIHODA I PROFITABILNOSTI

### **PRIHODI OD PRODAJE U IZNOSU OD 1.391,2 MILIJUNA KUNA**

+11,3% u odnosu na prvi kvartal 2021. godine

+12,7%\* normalizirano za utjecaj dezinvestiranog poslovanja

### **DOBIT PRIJE KAMATA, POREZA I AMORTIZACIJE (EBITDA\*) OD 179,8 MILIJUNA KUNA**

+7,1% u odnosu na prvi kvartal 2021. godine (+5,3% kada isključimo jednokratne stavke\*)

### **DOBIT PRIJE KAMATA I POREZA OD 115,7 MILIJUNA KUNA (EBIT\*)**

+10,2% u odnosu na prvi kvartal 2021. godine (+7,4% kada isključimo jednokratne stavke\*)

### **NETO DOBIT\* OD 90,6 MILIJUNA KUNA**

+7,2% u odnosu na prvi kvartal 2021. godine (+3,8% kada isključimo jednokratne stavke\*)

## FINANCIJSKI SAŽETAK PRVOG KVARTALA 2022. GODINE

<b>Ključni pokazatelji</b>	<b>1.-3. 2022.</b>	<b>1.-3. 2021.</b>	<b>1.-3. 2022./ 1.-3. 2021.</b>
<b>Prihod od prodaje</b> (u milijunima kuna)	<b>1.391,2</b>	1.249,6	11,3%
<b>Ukupan prihod</b> (u milijunima kuna)	<b>1.402,9</b>	1.258,7	11,5%
<b>Normalizirana EBITDA marža*</b>	<b>12,8%</b>	13,6%	-74 bb
<b>Normalizirana neto dobit*</b> (u milijunima kuna)	<b>89,1</b>	85,8	3,8%
<b>Pokazatelj zaduženosti*</b>	<b>12,4%</b>	12,7%	-37 bb

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“.

## 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.

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

## 2. NOVI PRINCIPAL INTERSNACK U SRBIJI, A RED BULL USKORO I U SJEVERNOJ MAKEDONIJI

Strateško poslovno područje (SPP) Srbija proširio je distribucijski portfelj asortimanom novog principala – Intersnack. Intersnack Grupa, europski lider u proizvodnji slanih grickalica, je osnovana 1968. godine u Njemačkoj kao proizvođač čipsa. Izgradila je široki portfelj ušavši u sve snack kategorije širom Europe. Među poznatijim brendovima ističe se brend Chio s bogatim asortimanom proizvoda poput čipsa različitih okusa, tortilja čipsa, pečenih grickalica i kokica. Kompanija se dominantno bavi slanim snackom s vodećim tržišnim udjelom i danas generira više od 3,5 milijardi eura prometa na godišnjoj razini. Zapošljava preko 9.000 ljudi u ukupno 33 tvornice. Od prvog veljače ove godine, Intersnack, u partnerstvu sa SPP Srbija, osvaja i tržište Srbije. 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 SPP 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 energetskog napitka na tržištu Srbije. Titulu vodećeg distributera robe široke potrošnje, SPP Srbija dokazao je strateškom partneru Red Bull GmbH-u kvalitetnim radom i ostvarivanjem zadanih poslovnih ciljeva. Upravo zato je Red Bull, uz Srbiju, odlučio nam povjeriti distribuciju i u Sjevernoj Makedoniji. Planira se godišnji promet od 3 milijuna eura na tržištu Sjeverne Makedonije, a početak distribucije očekuje se početkom svibnja 2022. godine.

### 3. ARGETA UŠLA U JEDINSTVENI SVIJET DIGITALNIH TOKENA POZNATIJIH POD NAZIVOM NFT



Argeta je ušla u inovativan i uzbudljiv svijet nezamjenjivih tokena, poznatijih kao NFT (eng. non-fungible token)\*. Argeta se tako pridružila malom broju svjetski poznatih robnih marki s vlastitom kolekcijom NFT-a, a time će pomaknuti još jednu važnu granicu jer će postati prva FMCG robna marka u našoj regiji s vlastitom kolekcijom NFT-a.

Iako je Argeta robna marka s tradicijom, snalazi se i u svijetu suvremenih tehnologija koji se brzo mijenja. Argeta je početkom ožujka prenijela svoje slavno pakiranje paštete u digitalni svijet epskih dimenzija. Uključivanjem svoje robne marke u novi tehnološki prostor Web3.0, Argeta se pridružila i malom broju svjetskih marki kao što su Facebook (Meta), Adidas, NBA i Pepsi Co. Argetinu kolekciju NFT-a čini 21 nezamjenjiv žeton. Kolekcionarska serija Argetinih NFT-a inspirirana je značajkama robne marke, kao i novim vremenima u još neistraženim prostorima budućnosti. Svi vlasnici različitih Argetinih NFT-a su dobili komadić identiteta robne marke, a kao vlasnike ih u budućnosti očekuje još iznenađenja.

### 4. CEDEVITA BOMBONI: NOVO PAKIRANJE



Cedevita bomboni, sukladno promjenama na Cedevita brendu, dolaze u nikad zgodnijem i modernijem izgledu na zadovoljstvo cijele Generacije CE. Po uzoru na novi izgled Cedevita pakiranja, najdraži bomboni Generacije CE su također dobili potpuno novi vizualni identitet. Uvođenjem motiva voća na manja pakiranja, ali i na XXL pakiranja bombona, osvježen i moderniziran je njihov izgled koji jednostavno mami osmijeh na lica i poziva na dijeljenje radosti, svježih doza pozitivne energije i optimizma. Cedevita bomboni postoje već pola stoljeća te su se na tržištu pojavili davne 1971. godine. U njima, već desetljećima, uživaju mnoge generacije te s ponosom možemo reći kako su i Cedevita bomboni sastavni dio okusa Generacije CE.

### 5. 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.

\* NFT su nezamjenjive jedinice podataka pohranjenih u lancu blokova, koje vlasnicima mogu omogućiti digitalno vlasništvo putem mreže blockchain. Korisnici u NFT-u mogu čuvati digitalna sredstva kao što su glazba, artefakti, crteži i različiti umjetnički oblici.

# DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM KVARTALU 2022. GODINE

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

(u milijunima kuna)	1.-3. 2022.	1.-3. 2021.	1.-3. 2022./ 1.-3. 2021.
<b>SPP Kava</b>	<b>285,8</b>	248,2	15,1%
<b>SPP Delikatesni namazi</b>	<b>240,5</b>	221,5	8,6%
<b>SPP Slatko i slano</b>	<b>159,1</b>	150,6	5,7%
<b>SPP Pića</b>	<b>119,9</b>	97,7	22,7%
<b>SPP Ljekarničko poslovanje</b>	<b>143,8</b>	133,8	7,5%
<b>PP Donat</b>	<b>61,4</b>	56,1	9,4%
<b>SDP Hrvatska</b>	<b>313,2</b>	281,3	11,3%
<b>SDP Srbija</b>	<b>296,9</b>	268,3	10,7%
<b>SDP Slovenija</b>	<b>260,1</b>	232,1	12,1%
<b>Ostali segmenti*</b>	<b>213,5</b>	211,8	0,8%
<b>Usklada**</b>	<b>(703,1)</b>	(651,9)	n/p
<b>Prihod od prodaje</b>	<b>1.391,2</b>	1.249,6	11,3%

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2022. godinu.

Atlantic Grupa je u prvom kvartalu 2022. godine ostvarila 1,4 milijardi kuna prihoda od prodaje što predstavlja rast od 11,3% u odnosu na isto razdoblje prethodne godine. Rast prihoda ostvaren je u svim poslovnim i skoro svim distribucijskim područjima zahvaljujući izvrsnim rezultatima većine, kako vlastitih, tako i principalskih brendova. Najveći postotni rast prodaje ostvarili su Strateška poslovna područja Pića i Kava te ljekarnički lanac Farmacia. Rast prodaje je ostvaren zahvaljujući boljoj epidemiološkoj situaciji na svim tržištima te ublažavanju restrikcija u radu HoReCa kanala kao i drugih mjera lokalnih vlasti za sprečavanje širenja COVID-19, u odnosu na isto razdoblje prethodne godine. Također, valja spomenuti da je dio porasta prihoda rezultat dizanja prodajnih cijena zbog značajnog poskupljenja 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 12,7%\*\*\*.

Atlantic Grupa prihode od prodaje po poslovnim segmentima prikazuje na način da prihodi od prodaje individualnih Strateških poslovnih područja i Poslovnih područja predstavljaju ukupnu prodaju trećim stranama na tržištima (bilo direktno iz Strateškog poslovnog područja (SPP) ili Poslovnog područja (PP), bilo kroz Strateška distribucijska područja (SDP), Distribucijska područja (DP) i Globalno upravljanje mrežom distributera (GUMD)) dok prihodi od prodaje Strateških distribucijskih područja, Distribucijskih područja i Globalnog upravljanja mrežom distributera obuhvaćaju prodaju proizvoda vanjskih principala kao i prodaju vlastitih proizvoda. Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2022. godinu.

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

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

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

## DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM KVARTALU 2022. GODINE



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE KAVA ostvarilo je dvoznamenkastu stopu rasta prihoda zahvaljujući primarno rastu prihoda od prodaje na gotovo svim regionalnim tržištima, pri čemu je najviši rast ostvaren je na tržištima Slovenije, Srbije 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 Barcaffé. Espresso kava bilježi značajan rast primarno kao posljedica rasta prodaje espresso kave pod brendom Barcaffé uslijed blažih mjera za sprečavanje COVID-19 u HoReCa kanalu. 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.



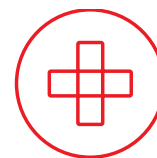
STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE DELIKATESNI NAMAZI bilježi značajan rast prihoda kao posljedica rasta prodaje na gotovo svim regionalnim tržištima, pri čemu se posebno ističu tržišta Kosova, Srbije i Slovenije, čime je u potpunosti nadoknađen pad prodaje na tržištima Njemačke i Švicarske. Od tržišta van regije valja istaknuti doprinos prodaje na tržištima Austrije, Švedske, Poljske i Nizozemske. Rast su zabilježili i mesni i riblji segment delikatesnih namaza. Također, džemovi i ajvar pod brendom Bakina Tajna bilježe dvoznamenkasti 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 Crne Gore. Gledano po kategorijama, rast ostvaruju gotovo sve kategorije od kojih se posebno ističe dvoznamenkasti rast čokolada pod brendom Najlepše želje te vafla pod brendom Štark Napolitanke. Pozitivan utjecaj na prihode ovog Strateškog područja imao je porast prodajnih cijena kao posljedica značajnog rasta cijena ključnih sirovina i pakirnog materijala.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE PIĆA bilježi dvoznamenkasti rast prihoda od prodaje na gotovo svim tržištima, pri čemu su najveći rast ostvarila tržišta Hrvatske, Slovenije i Srbije. Značajan rast prodaje ostvarili su brendovi Cockta i Cedevita, pri čemu se posebno ističe rast prodaje u HoReCa kanalu zahvaljujući znatnom popuštanju mjera u HoReCa kanalu, koje su bile na snazi u istom razdoblju prošle godine.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE LJEKARNIČKO POSLOVANJE bilježi dvoznamenkasti rast prodaje ljekarničkog lanca Farmacia zahvaljujući primarno rastu prodaje COVID-19 asortimana (lijekovi, dezinficijensi, testovi, zaštitna oprema) uslijed tzv. petog vala pandemije. Također, rast prodaje je posljedica i dodatnog prometa novih ljekarni uslijed akvizicije zdravstvenih ustanova Sv. Kuzma i Damjan. Ukoliko isključimo utjecaj prodaje brenda Bebi, koji je u potpunosti dezinvestiran u 2021. godini, prodaja ovog područja bilježi značajan rast od 21,1%\*.

\* 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“.





Značajne stope rasta bilježi POSLOVNO PODRUČJE DONAT zahvaljujući rastu prodaje ponajprije na tržištu Bosne i Hercegovine i Slovenije te na tržištu Hrvatske.



Dvoznamenkaste stope rasta ostvarilo je STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE HRVATSKA kao posljedica izvrsnih rezultata vlastitih i principalskih brendova. Među vlastitim brendovima rast bilježe gotovo sve kategorije, pri čemu se osobito ističu – čokolada pod brendom Jimmy Fantastic i proizvodi na bazi zobi pod brendom Boom Box, Argeta u segmentu delikatesnih namaza i funkcionalna voda Donat. Značajan rast prihoda ostvario je HoReCa kanal, zahvaljujući ponajprije brendovima Cedevita i Cockta u segmentu pića te espresso kava pod brendom Barcaffé. Kod principalskih brendova najveći rast su ostvarili Ferrero, Mars i Hipp. Na rast prodaje ovog segmenta utjecalo je popuštanje restriktivnih mjera za suzbijanje pandemije, prvenstveno u HoReCa kanalu.

STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SRBIJA bilježi dvoznamenkasti rast prihoda od prodaje kao posljedica rasta prodaje svježje pržene mljevene kave pod brendom Bonito, čokolade pod brendom Najlepše želje i vafla pod brendom Štark Napolitanke u segmentu slatko i slano, Argete u segmentu delikatesnih namaza, brendova Cedevite i Cockte u HoReCa kanalu te Cockte u kanalu maloprodaje. Među principalima se ističu Red Bull i novi principal Intersnack. Također, rastu ovog područja pridonio je i rast prodaje HoReCa kanala uslijed popuštanja mjera za suzbijanje pandemije.

Dvoznamenkasti rast prihoda od prodaje bilježi STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SLOVENIJA zahvaljujući rastu vlastitih i principalskih brendova. Među vlastitim se ističu - svježje pržena mljevena kava pod brendom Barcaffé, Argeta u segmentu delikatesnih namaza te funkcionalna voda Donat. Snažnu prodaju bilježi i HoReCa kanal, uslijed blažih mjera za sprječavanje širenja pandemije, pri čemu se ističu brendovi Cedevita i Cockta te espresso kava pod brendom Barcaffé. Među principalskim brendovima se ističu Ferrero i Rauch.

OSTALI SEGMENTI bilježe blagi rast prodaje zahvaljujući rastu prodaje u distribucijskom području Austrije, Makedonije i poslovnom području Novi rast čime je u potpunosti nadoknađen pad prihoda zabilježen u Globalnom upravljanju mrežom distributera te distribucijskom području Rusije uslijed dezinvestiranog brenda dječje hrane Bebi u 2021. godini. Ukoliko isključimo utjecaj izostanka prihoda od prodaje brenda Bebi, koji je dezinvestiran prošle godine, Ostali segmenti bilježe rast od 8,4%\*.

DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE MAKEDONIJA bilježi dvoznamenkasti rast prodaje zahvaljujući rastu prodaje vlastitih i principalskih brendova. Kod vlastitih brendova prednjači rast prodaje svježje pržene mljevene kave pod brendom Grand kafa, čokolade pod brendom Najlepše želje i vafla pod brendom Štark Napolitanke u segmentu slatko i slano te brenda Cedevite u kanalu maloprodaje u segmentu pića. Od principala najviše se ističu Ferrero i Hipp.

\* 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“.

## DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM KVARTALU 2022. GODINE



DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE AUSTRIJA bilježi dvoznamenkaste stope rasta prihoda od prodaje ponajprije zbog rasta vlastitih brendova, prvenstveno rasta Argete u segmentu delikatesnih namaza, funkcionalne vode Donat te svježe pržene mljevene kave pod brendom Grand kafa.

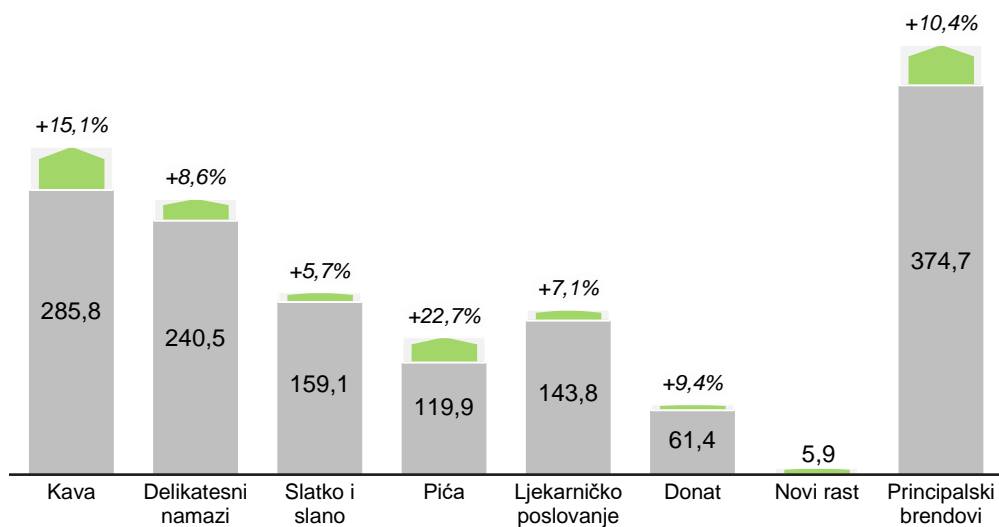
GLOBALNO UPRAVLJANJE MREŽOM DISTRIBUTERA bilježi pad prihoda od prodaje kao posljedica pada prodaje Argete u segmentu delikatesnih namaza i Cedevite u maloprodajnom kanalu u segmentu pića, ponajprije na tržištu Njemačke i Švicarske. Pad prodaje Argete u segmentu delikatesnih namaza primarno je posljedica povećanja cijena uslijed poskupljenja ključnih sirovina i materijala te različite dinamike distribucije. Navedeni pad djelomično je nadoknađen rastom prodaje Argete u segmentu delikatesnih namaza na tržištu Švedske, Nizozemske i Poljske.

DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE RUSIJA bilježi pad prodaje kao posljedica dezinvestiranja dječje hrane pod brendom Bebi u 2021. godini. Pad prodaje je djelomično nadoknađen dvoznamenkastim rastom prodaje Argete u segmentu delikatesnih namaza te funkcionalne vode Donat. Kada bismo isključili utjecaj izostanka prodaje dezinvestiranog brenda Bebi, prodaja ovog područja je rasla 7,9%.

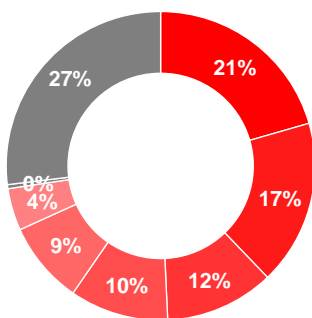
# DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM KVARTALU 2022. GODINE

## PREGLED PRIHODA OD PRODAJE PO SEGMENTIMA

Prodaja u odnosu na prvi kvartal 2021. godine (u mHRK)

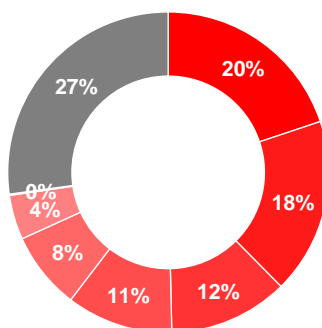


1.-3. 2022.



- Kava 20,6%
- Delikatesni namazi 17,3%
- Slatko i slano 11,5%
- Ljekarničko poslovanje 10,3%
- Pića 8,6%
- Donat 4,4%
- Novi rast 0,4%
- Principalski brendovi 26,9%

1.-3. 2021.



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

# DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM KVARTALU 2022. GODINE

## PREGLED PRIHODA OD PRODAJE PO TRŽIŠTIMA

(u milijunima kuna)	1.-3. 2022.	% prihoda od prodaje	1.-3. 2021.	% prihoda od prodaje	1.-3. 2022./ 1.-3. 2021.
<b>Hrvatska</b>	<b>454,3</b>	32,7%	401,4	32,1%	13,2%
<b>Srbija</b>	<b>301,6</b>	21,7%	272,4	21,8%	10,7%
<b>Slovenija</b>	<b>265,8</b>	19,1%	232,2	18,6%	14,4%
<b>Bosna i Hercegovina</b>	<b>114,7</b>	8,2%	94,1	7,5%	21,9%
<b>Ostala tržišta regije*</b>	<b>120,3</b>	8,6%	104,5	8,4%	15,0%
<b>Ključna europska tržišta**</b>	<b>78,2</b>	5,6%	81,5	6,5%	(4,1%)
<b>Rusija i ZND</b>	<b>22,7</b>	1,6%	35,6	2,9%	(36,4%)
<b>Ostala tržišta</b>	<b>33,6</b>	2,5%	27,8	2,2%	20,9%
<b>Prihod od prodaje</b>	<b>1.391,2</b>	100,0%	1.249,6	100,0%	11,3%

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

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

TRŽIŠTE HRVATSKE ostvarilo je dvoznamenkasti rast kao posljedica popuštanja mjera za suzbijanje pandemije, prvenstveno u HoReCa kanalu u odnosu na prethodnu godinu. Rast prihoda ostvaren je od: (i) većine vlastitih brendova pri čemu su najveći rast ostvarili čokolada pod brendom Jimmy Fantastic i proizvodi na bazi zobi pod brendom Boom Box, brendovi Cedevita, Cockta i espresso kave pod brendom Barcaffé u HoReCa kanalu te funkcionalna voda Donat, (ii) ljekarničkog lanca Farmacia te (iii) vanjskih principala od kojih su najveći rast iskazali Ferrero, Mars i Hipp.

Dvoznamenkasti rast prihoda ostvarilo je TRŽIŠTE SRBIJE i to prvenstveno od vlastitih brendova pri čemu se ističu: (i) svježe pržena mljevena kava pod brendom Bonito u segmentu kave, (ii) čokolada pod brendom Najlepše želje i vafli pod brendom Štark Napolitanke u segmentu slatko i slano te (iii) brendovi Cockta i Cedevita u segmentu pića. Od principalskih brendova rast dolazi od Red Bulla i novog principala Intersnacka.

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

TRŽIŠTE BOSNE I HERCEGOVINE bilježi značajan rast od 21,9% koji se temelji na rastu prodaje od: (i) svježe pržene mljevene kave pod brendom Grand kafa, (ii) Argete u segmentu delikatesnih namaza, (iii) funkcionalne vode Donat te (iv) čokolade pod brendom Najlepše želje iz asortimana slatko i slano.

OSTALA TRŽIŠTA REGIJE bilježe dvoznamenkasti rast prodaje na svim tržištima pri čemu je najviše doprinio rast prodaje Argete u segmentu delikatesnih namaza, svježe pržene mljevene kave pod brendom Grand kafa te flipsa pod brendom Smoki.

## DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM KVARTALU 2022. GODINE



Pad prodaje na KLJUČNIM EUROPSKIM TRŽIŠTIMA uzrokovan je primarno padom prodaje Argete u segmentu delikatesnih namaza na tržištu Njemačke i Švicarske koji je djelomično nadoknađen rastom prodaje na tržištima Austrije i Švedske. Navedeni pad prodaje Argete u segmentu delikatesnih namaza na tržištima Švicarske i Njemačke primarno je posljedica povećanja cijena uslijed poskupljenja ključnih sirovina i materijala te različite dinamike distribucije.

TRŽIŠTE RUSIJE I ZAJEDNICE NEOVISNIH DRŽAVA bilježi pad prihoda od prodaje kao posljedica dezinvestiranja asortimana dječje hrane pod brendom Bebi koji je djelomično nadoknađen rastom prodaje delikatesnih namaza pod brendom Argeta i funkcionalne vode Donat. Ukoliko bismo isključili utjecaj dezinvestiranog poslovanja, odnosno prodaju brenda Bebi, ovo tržište bilježi rast od 9,2%\*.

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

---

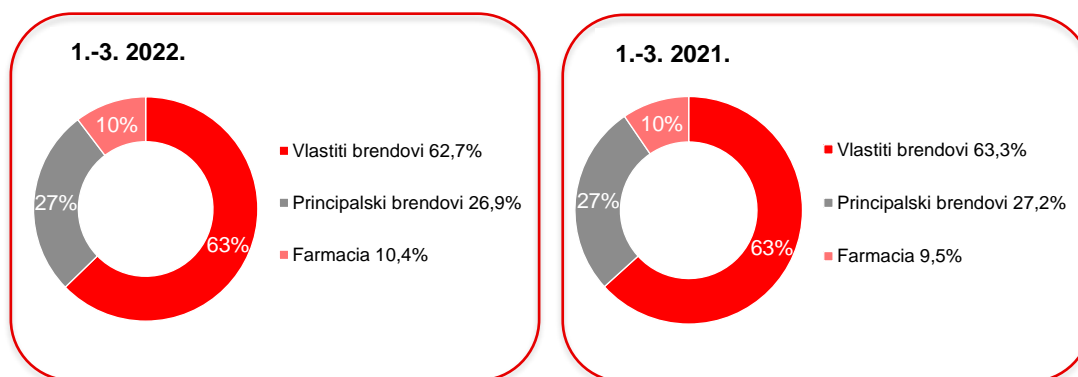
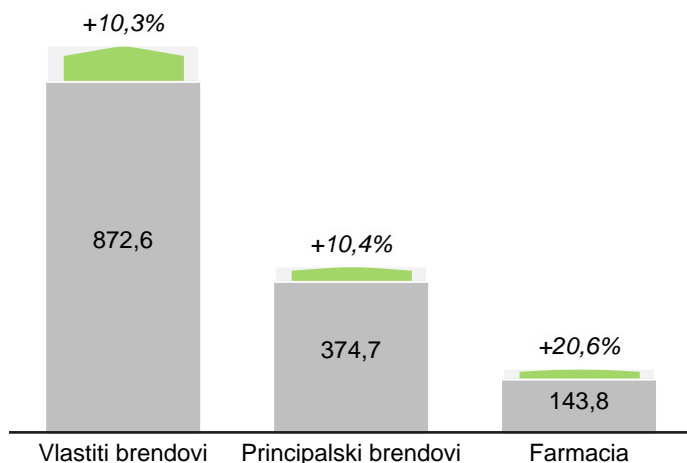
\* Određene financijske mjere nisu definirane Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFI-evima). Za više detalja o korištenim Alternativnim pokazateljima uspješnosti (eng. Alternative Performance Measures (APM)) pogledajte u poglavlju „Definicija i usklada Alternativnih pokazatelja uspješnosti“.

# DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM KVARTALU 2022. GODINE

## PROFIL PRIHODA OD PRODAJE PO PROIZVODNIM KATEGORIJAMA



Prodaja u odnosu na prvi kvartal 2021. godine (u mHRK)



Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2022. godinu.

U prvom kvartalu 2022. godine **VLASTITI BRENDOVI** zabilježili su prihode od prodaje u iznosu od 872,6 milijuna kuna što predstavlja rast od 10,3% uslijed rasta gotovo svih kategorija. Rastu su najviše doprinijeli: (i) Argeta u segmentu delikatesnih namaza, (ii) Grand kafa, Barcaffé i Bonito u segmentu kave, (iii) Cedevita i Cockta u segmentu pića, (iv) Najlepše želje i Štark Napolitanke u segmentu slatko i slano te (v) funkcionalna voda Donat. Ukoliko isključimo utjecaj izostanka prihoda prodaje brenda Bebi, vlastiti brendovi ostvaruju rast prihoda od 12,5%\*.

Značajan rast od 10,4% ostvarili su **PRINCIPALSKI BRENDOVI** sa 374,7 milijuna kuna prihoda od prodaje. Rast je u najvećoj mjeri ostvaren rastom prihoda od prodaje principala Ferrera, Hippa, Raucha, Marsa i Red Bulla.

Ljekarnički lanac **FARMACIA** bilježi značajan rast od 20,6% ostvarivši prihode u visini od 143,8 milijuna kuna zahvaljujući rastu prodaje postojećih Farmacia lokacija, akviziciji novih zdravstvenih ustanova i višoj prodaji uslijed povećane potražnje za COVID-19 asortimanom. Na 31. ožujka 2022. godine Farmacia broji 99 ljekarni i specijaliziranih prodavaonica (uključujući webshop).

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

# DINAMIKA PROFITABILNOSTI U PRVOM KVARTALU 2022. GODINE

## DINAMIKA PROFITABILNOSTI



(u milijunima kuna)	1.-3. 2022.	1.-3. 2021.	1.-3. 2022./ 1.-3. 2021.
<b>Prihod od prodaje</b>	<b>1.391,2</b>	1.249,6	11,3%
<b>EBITDA*</b>	<b>179,8</b>	168,0	7,1%
<b>Normalizirana EBITDA*</b>	<b>178,3</b>	169,4	5,3%
<b>EBIT*</b>	<b>115,7</b>	104,9	10,2%
<b>Normalizirani EBIT*</b>	<b>114,1</b>	106,3	7,4%
<b>Neto dobit*</b>	<b>90,6</b>	84,6	7,2%
<b>Normalizirana Neto dobit *</b>	<b>89,1</b>	85,8	3,8%
<b>Profitne marže</b>			
<b>EBITDA marža*</b>	<b>12,9%</b>	13,4%	-52 bb
<b>Normalizirana EBITDA marža*</b>	<b>12,8%</b>	13,6%	-74 bb
<b>EBIT marža*</b>	<b>8,3%</b>	8,4%	-8 bb
<b>Normalizirana EBIT marža*</b>	<b>8,2%</b>	8,5%	-30 bb
<b>Neto profitna marža*</b>	<b>6,5%</b>	6,8%	-25 bb
<b>Normalizirana Neto profitna marža*</b>	<b>6,4%</b>	6,9%	-46 bb

U prvom kvartalu 2022. godine EBITDA iznosi 179,8 milijuna kuna, što predstavlja rast od 7,1% u odnosu na isto razdoblje prošle godine, odnosno rast od 5,3% ukoliko isključimo utjecaj jednokratnih stavki. Na rast normalizirane EBITDA najveći utjecaj je imao rast prodaje svih poslovnih i skoro svih distribucijskih područja, od kojih se najviše ističe rast prodaje strateških poslovnih područja Kave, Delikatesnih namaza i Pića te ljekarničkog lanca Farmacia. Navedeni pozitivni utjecaj u potpunosti je amortizirao negativan utjecaj viših troškova sirovina i pakirnog materijala, energije, transportnih i logističkih troškova te ulaganja u marketing i ljudske resurse. Bolja profitabilnost kombinacija je veće prodaje zbog pojačanih narudžbi prije najavljenih dizanja cijena i nepotpunog efekta viših cijena sirovina i energenata zbog ugovornih uvjeta za prvi kvartal. Valja istaknuti da u ostatku godine očekujemo još značajniji negativan utjecaj spomenutih poskupljenja.

Uz prethodno opisano, normalizirana neto dobit bilježi rast od 3,8% uslijed nešto nižih troškova kamata i unatoč negativnom utjecaju tečajnih razlika do kojeg je primarno došlo zbog blage deprecijacije kune u odnosu na euro.

\* 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“.

# FINANCIJSKI POKAZATELJI U PRVOM KVARTALU 2022. GODINE

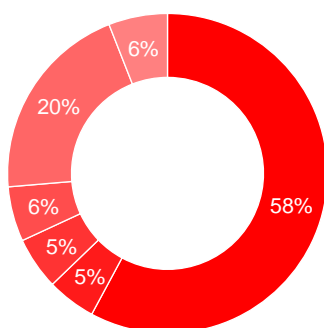
## FINANCIJSKI POKAZATELJI

(u milijunima kuna)	31.3.2022.	31.12.2021.
<b>Neto dug*</b>	<b>459,5</b>	459,9
<b>Ukupna imovina</b>	<b>5.629,0</b>	5.452,9
<b>Ukupno kapital i rezerve</b>	<b>3.256,8</b>	3.152,5
<b>Odnos kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza*</b>	<b>1,6</b>	1,5
<b>Pokazatelj zaduženosti*</b>	<b>12,4%</b>	12,7%
<b>Neto dug/EBITDA*</b>	<b>0,6</b>	0,6
(u milijunima kuna)	1.-3. 2022.	1.-3. 2021.
<b>Pokriće troška kamata*</b>	<b>51,5</b>	43,3
<b>Kapitalna ulaganja*</b>	<b>46,4</b>	54,3
<b>Slobodni novčani tok*</b>	<b>37,4</b>	129,4
<b>Novčani tok iz poslovnih aktivnosti</b>	<b>83,8</b>	183,7

Među ključnim odrednicama financijske pozicije Atlantic Grupe u prvom kvartalu 2022. godine važno je istaknuti sljedeće:

- Pokazatelj zaduženosti niži je za 37 baznih bodova zahvaljujući smanjenju neto duga za 0,4 milijuna kuna u odnosu na kraj 2021. godine.
- Zaduženost mjerena odnosom neto duga i normalizirane EBITDA je na istim razinama kao i na kraju 2021. godine.
- Slobodni novčani tok bilježi pad uslijed znatno nižeg novčanog toka iz poslovnih aktivnosti unatoč nešto manjim kapitalnim ulaganjima.

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



- Ukupni kapital i rezerve 57,9%
- Dugoročne financijske obveze 4,9%
- Obveznica 5,3%
- Kratkoročne financijske obveze 5,6%
- Dobavljači i ostale obveze 20,3%
- Ostale obveze 6,0%

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



## PREGLED KLJUČNIH STAVKI U KONSOLIDIRANOM IZVJEŠTAJU O NOVČANOM TOKU



Novčani tok od poslovnih aktivnosti bilježi pad kao posljedica kretanja radnog kapitala, primarno povećanja zaliha, unatoč poboljšanoj profitabilnosti te nižim novčanim odljevima vezanim uz financiranje i poreze. Važno je napomenuti da je povećanja zaliha rezultat prevencije mogućih problema u nabavnim lancima kao i zbog ugovaranja povoljnijih nabavnih cijena u odnosu na one koje se očekuju u ostatku godine.

Kapitalna ulaganja u prvom kvartalu 2022. godine izvršavaju se prema Strateškim smjernicama Atlantic Grupe. Razvidna su kašnjenja u izvršenju pojedinih projekta. Neki od planiranih projekta nisu pokrenuti prema planu iz razloga dužeg perioda razrade tehničkih pojedinosti.

S obzirom na aktualnu situaciju u Ukrajini i gospodarske poremećaje, početak gradnje nove tvornice Argete te svih povezanih aktivnosti za taj projekt se odgađaju za najmanje jednu godinu.

Sve navedeno ukazuje da će izvršenje Capex plana Atlantic Grupe u 2022. godini biti na 85% izvršenja u odnosu na planirano.

Od značajnih investicija ističu se:

- SPP SLATKO I SLANO: U tijeku je izrada planirane investicijske opreme od strane naših dobavljača gdje je fokus na testiranju završenih komponenti opreme kod dobavljača. Testira se oprema strateškog investicijskog projekta u proizvodnji keksa i vafli u Njemačkoj, Italiji i Egiptu. Razvidna je globalna kriza u domeni dobave elektroničkih komponenti tako da završna montaža opreme kod dobavljača kasni u odnosu na planirano 6-8 tjedana. Za navedene projekte u tijeku je izgradnja/proširenje proizvodnog pogona na lokaciji Ljubovija. Istovremeno na lokaciji Beograd, vezano na predmetne projekte, u tijeku su elektro instalaterski radovi te izrada klimatizacijskog sustava potrebnih za prihvatanje nove opreme.

- SPP DELIKATESNI NAMAZI: U tijeku je izrada opreme za potrebe proizvodnog pogona Izola i Hadžići. Isto tako u tijeku je transfer opreme iz pogona Hadžići u pogon Igroš za potrebe početka novog proizvodnog programa u Igrošu.

Cijeli niz manjih investicijskih projekata odvija se prema planu.

## STRATEŠKE SMJERNICE MENADŽMENTA ATLANTIC GRUPE ZA 2022. GODINU



S obzirom na smanjene, ali još uvijek relativno optimistične prognoze gospodarskog rasta, povoljniju epidemiološku situaciju, značajna marketinška i kapitalna ulaganja u naše brendove očekujemo da ćemo u 2022. godini po prvi puta premašiti 6 milijardi kuna prihoda od prodaje.

Već tijekom 2021. godine došlo je do značajnih poskupljenja velikog dijela naših sirovina i pakirnog materijala, logističkih i drugih usluga te energenata, ali će se, dijelom zbog uspješne nabavne strategije Atlantic Grupe, a dijelom zbog dinamike poskupljenja, najveći dio negativnih efekata realizirati tek tijekom 2022. godine. Već u prvom tromjesečju taj negativan utjecaj je samo na sirovinama, pakirnom materijalu i energiji premašio 80 milijuna kuna, a u narednom periodu bit će daleko izraženiji.

U navedenim poskupljenjima posebno se ističe sirova kava. Tržište sirove kave u 2021. godini je doživjelo nagli skok cijene sirove kave, uslijed suše koja je zahvatila Brazil tokom perioda zrenja kave u Brazilu, a potom i jakim mrazom koji je krajem srpnja 2021. godine zahvatio područja kave u Brazilu. Na sve ove probleme s nedostatkom sirove kave, nadovezala se i situacija s otežanom logistikom i dopremom sirove kave, što je dodatno podiglo cijenu sirove kave. Očekivanja su da se situacija s logistikom neće popraviti do kraja 2022. godine. Sukladno navedenom, a u kombinaciji s nepovoljnijim tečajem američkog dolara, očekuje se da će nam trošak sirove kave, zajedno sa zavisnim troškovima nabave, porasti za više od 60%.

Izuzetna poskupljenja doživjela su i biljna ulja i masti te aluminijska ambalaža, a do dvoznamenkastog rasta cijena došlo je i kod plastične i papirne ambalaže, brašna, šećera, limunske kiseline, sirovina na bazi mlijeka, a gotovo da nema sirovine koja nije poskupjela barem za 5%.

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

Dio navedenih poskupljenja anulirat ćemo povećanjima naših prodajnih cijena, ali smatramo primjerenim da u uvjetima visoke inflacije i značajnog udara na životni standard naših potrošača veliki dio toga sami apsorbiramo te, sukladno tome, očekujemo da će nam normalizirana EBITDA marža u 2022. godini biti za otprilike 320 – 400 baznih poena niža no što je bila u 2021. godini.

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

Zbog povećanih neizvjesnosti izazvanih ratom u Ukrajini sagledali smo inicijalni plan kapitalnih ulaganja te smo isti smanjili za otprilike 40 milijuna kuna na i dalje visokih 280 do 330 milijuna kuna. Najveći dio smanjenja odnosi se na odgodu izgradnje nove tvornice Argete u Varaždinu za najmanje jednu godinu.

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

**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	1.-3. 2022.	1.-3. 2021.	1.-3. 2022./ 1.-3. 2021.
Prodaja	1.391,2	1.249,6	11,3%
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Bebi	-	15,1	
Usporediva prodaja	1.391,2	1.234,5	12,7%

u milijunima kuna	SPP Ljekarničko poslovanje	Ostali segmenti
Objavljeno 1.-3. 2021.	133,8	211,8
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Bebi*	15,1	14,9
Usporediva prodaja 1.-3. 2021.	118,7	196,9
Objavljeno 1.-3. 2022.	143,8	213,5
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Bebi*	-	-
Usporediva prodaja 1.-3. 2022.	143,8	213,5
1.-3. 2022./1.-3. 2021.	21,1%	8,4%

u milijunima kuna	Rusija i ZND	Ostala tržišta
Objavljeno 1.-3. 2021.	35,6	27,8
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Bebi	14,9	0,2
Usporediva prodaja 1.-3. 2021.	20,8	27,6
Objavljeno 1.-3. 2022.	22,7	33,6
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Bebi	-	-
Usporediva prodaja 1.-3. 2022.	22,7	33,6
1.-3. 2022./1.-3. 2021.	9,2%	21,9%

u milijunima kuna	1.-3. 2022.	1.-3. 2021.	1.-3. 2022./ 1.-3. 2021.
Prodaja vlastitih brendova	872,6	790,8	10,3%
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Bebi	-	15,1	
Usporediva prodaja vlastitih brendova	872,6	775,7	12,5%

\* 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 stavke koje se odnose na prihode kao rezultat otpuštanja rezervacija. Uprava Grupe prati normaliziranu EBITDA kako bi procijenila uspješnost poslovanja Grupe i u skladu s tim rasporedila resurse. Uz to, Uprava Grupe vjeruje da normalizirana EBITDA pruža informacije koje omogućuju investitorima da bolje usporede uspješnost Grupe u različitim razdobljima.

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

u milijunima kuna	1.-3. 2022.	1.-3. 2021.	1.-3. 2022./ 1.-3. 2021.
Dobit iz poslovanja	115,7	104,9	10,2%
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	64,2	63,1	1,7%
<b>EBITDA</b>	<b>179,8</b>	<b>168,0</b>	<b>7,1%</b>
Troškovi/(dobit) po osnovi dezinvestiranja, neto	(0,8)	-	
COVID-19 troškovi	0,3	1,4	
Ostali jednokratni (prihodi)/troškovi, neto	(1,1)	-	
<b>Normalizirana EBITDA</b>	<b>178,3</b>	<b>169,4</b>	<b>5,3%</b>
Prodaja	1.391,2	1.249,6	
<b>EBITDA marža</b>	<b>12,9%</b>	<b>13,4%</b>	
<b>Normalizirana EBITDA marža</b>	<b>12,8%</b>	<b>13,6%</b>	

## EBIT I NORMALIZIRANI EBIT, EBIT marža I NORMALIZIRANA EBIT marža

EBIT (Dobit prije kamata i poreza) jednak je dobiti iz poslovanja u financijskim izvještajima (vidi bilješku 2 Sažetak značajnih računovodstvenih politika u zadnje objavljenim revidiranim Konsolidiranim financijskim izvještajima).

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

u milijunima kuna	1.-3. 2022.	1.-3. 2021.	1.-3. 2022./ 1.-3. 2021.
Dobit iz poslovanja	115,7	104,9	10,2%
<b>EBIT</b>	<b>115,7</b>	<b>104,9</b>	<b>10,2%</b>
Troškovi/(dobit) po osnovi dezinvestiranja, neto	(0,8)	-	
COVID-19 troškovi	0,3	1,4	
Ostali jednokratni (prihodi)/troškovi, neto	(1,1)	-	
<b>Normalizirana EBIT</b>	<b>114,1</b>	<b>106,3</b>	<b>7,4%</b>
Prodaja	1.391,2	1.249,6	
<b>EBIT marža</b>	<b>8,3%</b>	<b>8,4%</b>	
<b>Normalizirana EBIT marža</b>	<b>8,2%</b>	<b>8,5%</b>	

# 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. ožujka 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	1.-3. 2022.	1.-3. 2021.	1.-3. 2022./ 1.-3. 2021.
<b>Neto dobit</b>	90,6	84,6	7,2%
Troškovi/(dobit) po osnovi dezinvestiranja, neto	(0,8)	-	
COVID-19 troškovi	0,3	1,2	
Ostali jednokratni (prihodi)/troškovi, neto	(1,1)	-	
<b>Normalizirana neto dobit</b>	89,1	85,8	3,8%
Prodaja	1.391,2	1.249,6	
<b>Neto profitna marža</b>	6,5%	6,8%	
<b>Normalizirana neto profitna marža</b>	6,4%	6,9%	

## KAPITALNA ULAGANJA (CAPEX)

Kapitalna ulaganja uključuju plaćanja izvršena za stjecanje nekretnina, postrojenja i opreme i nematerijalne imovine, kako je prikazano u Konsolidiranom izvještaju o novčanom toku u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 31. ožujka 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. ožujka 2022. godine, kao što je prikazano u nastavku:

u milijunima kuna	31.3.2022.	31.12.2021.
Dugoročne obveze po primljenim kreditima	299,7	299,7
Dugoročne obveze po najmovima	277,2	263,1
Kratkoročne obveze po primljenim kreditima	221,8	159,9
Kratkoročne obveze po najmovima	90,6	86,8
Derivativni financijski instrumenti, neto	(3,8)	(3,0)
Novac i novčani ekvivalenti	(426,0)	(346,6)
<b>Neto dug</b>	459,5	459,9
<b>Normalizirana EBITDA*</b>	744,0	735,0
<b>Neto dug/Normalizirana EBITDA*</b>	0,6	0,6

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.

\* Normalizirana EBITDA u zadnjih 12 mjeseci

# DEFINICIJA I USKLADA ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI (APM)

## ODNOS KRATKOTRAJNE IMOVINE I KRATKOROČNIH OBVEZA

Omjer kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza uspoređuje svu kratkotrajnu imovinu Grupe s njenim kratkoročnim obvezama koje su iskazane u Konsolidiranoj bilanci u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 31. ožujka 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	31.3.2022.	31.12.2021.
Kratkotrajna imovina	2.460,6	2.287,5
Kratkoročne obveze	1.572,8	1.513,4
Odnos kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza	1,6	1,5

## POKAZATELJ ZADUŽENOSTI

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

u milijunima kuna	31.3.2022.	31.12.2021.
Neto dug	459,5	459,9
Ukupno kapital	3.256,8	3.152,5
Pokazatelj zaduženosti	12,4%	12,7%

## POKRIĆE TROŠKA KAMATA

Pokriće troška kamata izračunava se dijeljenjem normalizirane EBITDA Grupe s ukupnim troškom kamata (vidi bilješku 8 - Rashodi od financiranja-neto u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 31. ožujka 2022.), kao što je prikazano u nastavku. Pokriće troška kamata koristi se za određivanje koliko lako Grupa može platiti kamate na svoj nepodmireni dug.

u milijunima kuna	1.-3. 2022.	1.-3. 2021.
Normalizirana EBITDA	178,3	169,4
Ukupno rashodi od kamata	3,5	3,9
Normalizirano pokriće troška kamata	51,5	43,3

## 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. ožujka 2022. godine.

u milijunima kuna	1.-3. 2022.	1.-3. 2021.
Neto operativni novčani tijek	83,8	183,7
Kapitalna ulaganja	46,4	54,3
Slobodni novčani tijek	37,4	129,4

**ATLANTIC GRUPA d.d.**

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



**ATLANTIC GRUPA d.d.**
**KONSOLIDIRANI RAČUN DOBITI I GUBITKA**

u tisućama kuna, nerevidirano	Sij. - Ožu. 2022.	Sij. - Ožu. 2021.	Indeks
<b>Prihodi</b>	<b>1.402.915</b>	<b>1.258.727</b>	<b>111,5</b>
Prihodi od prodaje	1.391.153	1.249.581	111,3
Ostali prihodi	11.762	9.146	128,6
<b>Poslovni rashodi</b>	<b>(1.287.253)</b>	<b>(1.153.817)</b>	<b>111,6</b>
Nabavna vrijednost prodane trgovačke robe	(405.664)	(362.716)	111,8
Promjena vrijednosti zaliha gotovih proizvoda i proizvodnje u tijeku	23.057	(5.506)	n/p
Troškovi materijala i energije	(433.932)	(328.945)	131,9
Troškovi radnika	(218.857)	(212.163)	103,2
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje	(69.962)	(66.729)	104,8
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	(64.161)	(63.065)	101,7
Ostali troškovi poslovanja	(121.807)	(111.115)	109,6
Ostali dobici/(gubici) - neto	4.073	(3.578)	n/p
<b>Dobit iz poslovanja</b>	<b>115.662</b>	<b>104.910</b>	<b>110,2</b>
Rashodi od financiranja - neto	(6.035)	(5.412)	111,5
<b>Dobit prije poreza</b>	<b>109.627</b>	<b>99.498</b>	<b>110,2</b>
Porez na dobit	(18.996)	(14.915)	127,4
<b>Neto dobit razdoblja</b>	<b>90.631</b>	<b>84.583</b>	<b>107,2</b>
<b>Pripisivo:</b>			
Dioničarima Društva	90.515	84.696	106,9
Manjinskim interesima	116	(113)	n/p
<b>Zarada po dionici za dobit pripisivu dioničarima Društva tijekom razdoblja (u kunama)</b>			
- osnovna	27,27	25,46	
- razrijeđena	27,27	25,46	

**ATLANTIC GRUPA d.d.****KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O SVEOBUHVAATNOJ DOBITI**

u tisućama kuna, nerevidirano	Sij.-Ožu. 2022.	Sij.-Ožu. 2021.	Indeks
<b>Neto dobit razdoblja</b>	<b>90.631</b>	<b>84.583</b>	<b>107,2</b>
<b>Ostala sveobuhvatna dobit:</b>			
<i>Stavke koje se mogu naknadno reklasificirati u račun dobiti i gubitka</i>			
Tečajne razlike, neto od poreza	17.752	10.438	170,1
Zaštita novčanog toka, neto od poreza	769	8.511	9,0
<b>Ukupno sveobuhvatna dobit razdoblja, neto od poreza</b>	<b>18.521</b>	<b>18.949</b>	<b>97,7</b>
<b>Ukupno sveobuhvatna dobit razdoblja</b>	<b>109.152</b>	<b>103.532</b>	<b>105,4</b>
<b>Pripisivo:</b>			
Dioničarima Društva	108.991	103.615	105,2
Manjinskim interesima	161	(83)	n/p
Ukupno sveobuhvatna dobit razdoblja	109.152	103.532	105,4

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

u tisućama kuna, nerevidirano	31. ožujka 2022.	31. prosinca 2021.
<b>IMOVINA</b>		
<b>Dugotrajna imovina</b>		
Nekretnine, postrojenja i oprema	1.098.430	1.108.725
Pravo na korištenje imovine	345.460	329.894
Ulaganja u nekretnine	805	807
Nematerijalna imovina	1.648.179	1.640.348
Odgođena porezna imovina	41.318	41.469
Financijska imovina kroz ostalu sveobuhvatnu dobit	1.394	1.384
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	32.802	42.750
	<b>3.168.388</b>	<b>3.165.377</b>
<b>Kratkotrajna imovina</b>		
Zalihe	713.689	639.201
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	1.296.369	1.287.982
Potraživanja za porez na dobit	16.969	6.995
Derivativni financijski instrumenti	3.767	2.972
Novac i novčani ekvivalenti	426.046	346.635
	<b>2.456.840</b>	<b>2.283.785</b>
Dugotrajna imovina namijenjena prodaji	3.778	3.759
<b>Ukupno kratkotrajna imovina</b>	<b>2.460.618</b>	<b>2.287.544</b>
<b>UKUPNO IMOVINA</b>	<b>5.629.006</b>	<b>5.452.921</b>
<b>KAPITAL I OBVEZE</b>		
<b>Kapital i rezerve pripisive dioničarima Društva</b>		
Dionički kapital	133.372	133.372
Dionička premija	884.090	883.852
Vlastite dionice	(27.248)	(22.131)
Pričuve	(26.613)	(45.279)
Zadržana dobit	2.286.059	2.195.734
	<b>3.249.660</b>	<b>3.145.548</b>
Manjinski interesi	7.143	6.982
<b>Ukupno kapital</b>	<b>3.256.803</b>	<b>3.152.530</b>
<b>Dugoročne obveze</b>		
Obveze po primljenim kreditima	299.728	299.657
Obveze po najmovima	277.154	263.065
Odgođena porezna obveza	149.064	148.344
Ostale dugoročne obveze	3.215	6.135
Rezerviranja	70.289	69.807
	<b>799.450</b>	<b>787.008</b>
<b>Kratkoročne obveze</b>		
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	1.147.714	1.174.825
Obveze po primljenim kreditima	221.784	159.932
Obveze po najmovima	90.643	86.844
Tekuća obveza poreza na dobit	17.594	6.417
Rezerviranja	95.018	85.365
	<b>1.572.753</b>	<b>1.513.383</b>
<b>Ukupne obveze</b>	<b>2.372.203</b>	<b>2.300.391</b>
<b>UKUPNO KAPITAL I OBVEZE</b>	<b>5.629.006</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	-	-	84.696	84.696	(113)	84.583
Ostala sveobuhvatna dobit	-	18.919	-	18.919	30	18.949
Ukupno sveobuhvatna dobit	-	18.919	84.696	103.615	(83)	103.532
<b>Transakcije s vlasnicima:</b>						
Isplata s temelja dionica	42	-	-	42	-	42
Otkup vlastitih dionica	(2.013)	-	-	(2.013)	-	(2.013)
Transfer	-	206	(206)	-	-	-
Stanje 31. ožujka 2021.	1.005.605	(32.326)	2.070.398	3.043.677	5.869	3.049.546
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	-	-	90.515	90.515	116	90.631
Ostala sveobuhvatna dobit	-	18.476	-	18.476	45	18.521
Ukupno sveobuhvatna dobit	-	18.476	90.515	108.991	161	109.152
<b>Transakcije s vlasnicima:</b>						
Isplata s temelja dionica	3.128	-	-	3.128	-	3.128
Otkup vlastitih dionica	(8.007)	-	-	(8.007)	-	(8.007)
Transfer	-	190	(190)	-	-	-
Stanje 31. ožujka 2022.	990.214	(26.613)	2.286.059	3.249.660	7.143	3.256.803

## KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O NOVČANOM TOKU

u tisućama kuna, nerevidirano	Siječanj - Ožujak 2022.	Siječanj - Ožujak 2021.
<b>Novčani tok iz poslovnih aktivnosti</b>		
<b>Neto dobit razdoblja</b>	<b>90.631</b>	<b>84.583</b>
Porez na dobit	18.996	14.915
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	64.161	63.065
Dobitak od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme i nematerijalne imovine	(820)	(167)
Dobitak od prodaje podružnice - neto od transakcijskih troškova	(81)	-
Ispravak vrijednosti kratkotrajne imovine	4.119	4.276
Tečajne razlike - neto	2.570	1.502
Smanjenje rezerviranja za rizike i troškove (Dobici)/gubici od svođenja na fer vrijednost financijske imovine	(3.988)	2.612
Isplata s temelja dionica	3.128	42
Prihodi od kamata	(251)	(370)
Rashodi od kamata	3.465	3.910
Ostale nenovčane promjene - neto	10.498	625
<b>Promjene u radnom kapitalu:</b>		
Povećanje zaliha	(76.816)	(28.341)
Povećanje kratkoročnih potraživanja (Smanjenje)/povećanje kratkoročnih obveza	(18.312) (2.561)	(1.387) 50.542
<b>Novac generiran poslovanjem</b>	<b>104.875</b>	<b>207.524</b>
Plaćene kamate	(2.717)	(3.160)
Plaćeni porez na dobit	(18.369)	(20.690)
	<b>83.789</b>	<b>183.674</b>
<b>Novčani tok korišten za investicijske aktivnosti</b>		
Nabava nekretnina, postrojenja i opreme i nematerijalne imovine	(46.408)	(54.276)
Primici od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme i nematerijalne imovine	860	1.086
Stjecanje podružnica i primici od prodaje podružnice - neto od novca u stečenim/prodanim podružnicama	11.193	-
Dani krediti i depoziti	(19)	(629)
Otplata danih kredita i depozita	1.965	550
Primljene kamate	170	370
	<b>(32.239)</b>	<b>(52.899)</b>
<b>Novčani tok iz/(korišten za) financijskih aktivnosti</b>		
Otkup vlastitih dionica	(8.007)	(2.013)
Primici od primljenih kredita, neto od plaćenih naknada	60.276	-
Otplata glavnice po najmovima	(24.408)	(22.787)
	<b>27.861</b>	<b>(24.800)</b>
<b>Neto povećanje novca i novčanih ekvivalenata</b>	<b>79.411</b>	<b>105.975</b>
Novac i novčani ekvivalenti na početku razdoblja	346.635	426.513
Novac i novčani ekvivalenti na kraju razdoblja	426.046	532.488

## **BILJEŠKA 1 – OPĆI PODACI**

Atlantic Grupa d.d. („Društvo“) i ovisna društva („Grupa“) posluje kao vertikalno integrirana multinacionalna kompanija. Grupa obavlja poslovne aktivnosti koje uključuju istraživanje i razvoj, proizvodnju te distribuciju robe široke potrošnje u Jugoistočnoj Europi, europskim tržištima te Rusiji i ZND-u (Zajednica Neovisnih Država). Sa svojom modernom proizvodnom mrežom, Atlantic Grupa se ističe kao jedan od vodećih prehrambenih proizvođača u Jugoistočnoj Europi s prominentnim brendovima iz segmenta kave - Grand Kafa i Barcaffè, s rasponom brendova iz segmenta pića - Cockta, Donat i Cedevita, s portfeljem brendova iz segmenta slatko i slano - Smoki, Najlepše želje i Bananica te brendom Argeta iz segmenta delikatesnih namaza. Dodatno, Grupa je vlasnik vodećeg ljekarničkog lanca u Hrvatskoj pod brendom Farmacia. S vlastitom distribucijskom mrežom u Hrvatskoj, Sloveniji, Srbiji, Austriji, Sjevernoj Makedoniji te Rusiji, Grupa isto tako distribuira niz proizvoda vanjskih partnera. Grupa ima proizvodna postrojenja u Hrvatskoj, Sloveniji, Srbiji, Bosni i Hercegovini i Sjevernoj Makedoniji s društvima i predstavništvima u 12 zemalja. Grupa svoje proizvode izvozi na više od 40 tržišta diljem svijeta.

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

Dionice Društva kotiraju na Vodećem tržištu Zagrebačke burze.

Sažete konsolidirane financijske izvještaje Grupe za tromjesečno razdoblje završeno 31. ožujka 2022. godine odobrila je Uprava Društva u Zagrebu 27. travnja 2022. godine.

Sažeti konsolidirani financijski izvještaji nisu revidirani.

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

### **2.1. OSNOVA SASTAVLJANJA**

Sažeti konsolidirani financijski izvještaji za tromjesečno razdoblje završeno 31. ožujka 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 tromjesečno razdoblje završeno 31. ožujka 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 tromjesečno razdoblje završeno 31. ožujka 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.

**BILJEŠKA 3 – KLJUČNE RAČUNOVODSTVENE PROCJENE**

Prilikom izrade sažetih konsolidiranih financijskih izvještaja za tromjesečno razdoblje završeno 31. ožujka 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.

Grupa je napravila procjenu postoje li indikacije umanjenja vrijednosti dugotrajne nematerijalne imovine, uključivo i promjene diskontnih stopa koje reflektiraju trenutno stanje premija rizika na pojedinim tržištima te za tromjesečno razdoblje završeno 31. ožujka 2022. godine nije priznato umanjenje vrijednosti iste.

**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“. 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. - Ožu. 2022.</b>	<b>Sij. - Ožu. 2021.</b>
<i>(u tisućama kuna)</i>		
SPP Kava	285.841	248.243
SPP Delikatesni namazi	240.460	221.474
SPP Slatko i slano	159.114	150.589
SPP Ljekarničko poslovanje	143.840	133.828
SPP Pića	119.898	97.749
PP Donat	61.375	56.118
SDP Hrvatska	313.219	281.344
SDP Srbija	296.892	268.279
SDP Slovenija	260.099	232.096
Ostali segmenti	213.490	211.784
Usklada	(703.075)	(651.923)
<b>Ukupno</b>	<b>1.391.153</b>	<b>1.249.581</b>

\* Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2022. godinu

**BILJEŠKA 5 – ZARADA PO DIONICI**

**Osnovna zarada po dionici**

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

	<u>2022.</u>	<u>2021.</u>
Neto dobit dioničarima Društva ( <i>u tisućama kuna</i> )	90.515	84.696
Prosječno ponderirani broj redovnih izdanih dionica	3.318.869	3.326.542
Osnovna zarada po dionici ( <i>u kunama</i> )	27,27	25,46

**Razrijeđena zarada po dionici**

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

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

Tijekom tromjesečnog razdoblja završenog 31. ožujka 2022. godine, Grupa je uložila 18.130 tisuća kuna u nabavku nekretnina, postrojenja i opreme te nematerijalne imovine (2021.: 41.749 tisuća kuna).

**BILJEŠKA 7 – ZALIHE**

Tijekom tromjesečnog razdoblja završenog 31. ožujka 2022. godine, Grupa je iskazala vrijednosno usklađenje zaliha u iznosu od 3.215 tisuća kuna (2021.: 2.702 tisuće kuna) uslijed oštećenja i kratkog roka trajanja. Ovaj trošak uključen je u „Ostale troškove poslovanja“.

## BILJEŠKA 8 – RASHODI OD FINANCIRANJA – NETO

<i>(u tisućama kuna)</i>	<u>Sij.-Ožu. 2022.</u>	<u>Sij.-Ožu. 2021.</u>
<b>Financijski prihodi</b>		
Dobici od tečajnih razlika po primljenim kreditima i obvezama po najmovima	90	122
	<u>90</u>	<u>122</u>
<b>Financijski rashodi</b>		
Rashodi od kamata po obvezama po najmovima	(2.162)	(2.182)
Rashodi od kamata po primljenim kreditima od banaka	(388)	(897)
Rashodi od kamata po obveznicama	(718)	(718)
Ostali rashodi od kamata	(197)	(113)
Rashodi od kamata - ukupno	<u>(3.465)</u>	<u>(3.910)</u>
Gubici od tečajnih razlika po primljenim kreditima i obvezama po najmovima	(2.660)	(1.624)
	<u>(6.125)</u>	<u>(5.534)</u>
<b>Rashodi od financiranja - neto</b>	<u><b>(6.035)</b></u>	<u><b>(5.412)</b></u>

**BILJEŠKA 9 – ODNOSI S POVEZANIM STRANKAMA**

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

<i>(u tisućama kuna)</i>	<u>31. ožujka 2022.</u>	<u>31. prosinca 2021.</u>
<b>POTRAŽIVANJA</b>		
<b>Kratkoročna potraživanja</b>		
Ostale povezane stranke	104.831	84.174
<b>OBVEZE</b>		
<b>Obveze prema dobavljačima i ostale obveze</b>		
Ostale povezane stranke	1.183	2.238
	<u>Sij.-Ožu. 2022.</u>	<u>Sij.-Ožu. 2021.</u>
<b>PRIHODI</b>		
<b>Prihodi od prodaje</b>		
Ostale povezane stranke	128.839	111.792
<b>Ostali prihodi</b>		
Ostale povezane stranke	66	178
<b>RASHODI</b>		
<b>Troškovi marketinga i unapređenja prodaje</b>		
Ostale povezane stranke	1.534	406
<b>Ostali troškovi poslovanja</b>		
Ostale povezane stranke	549	536

## IZJAVA OSOBA ODGOVORNIH ZA SASTAVLJANJE FINACIJSKIH IZVJEŠTAJA

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

### IZJAVU:

Prema našem najboljem saznanju sažeti konsolidirani financijski izvještaji za tromjesečno razdoblje završeno 31. ožujka 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. ožujka 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 tromjesečno razdoblje završeno 31. ožujka 2022. godine odobrila je Uprava društva Atlantic Grupa d.d. na sjednici održanoj 27. travnja 2022. 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: 3.334.300 dionica, svaka nominalnog iznosa  
40,00 kn

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

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

Predsjednik Nadzornog odbora: Zdenko Adrović

