

ATLANTIC

GRUPA

FINANCIJSKI REZULTATI
U PRVOM POLUGODIŠTU 2021. GODINE
(nerevidirano)

Zagreb, 29. srpnja 2021. godine

KOMENTAR PREDSJEDNIKA UPRAVE	3
KLJUČNI DOGAĐAJI	4
DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE	8
DINAMIKA PROFITABILNOSTI	15
FINANCIJSKI POKAZATELJI	18
OČEKIVANJA ZA 2021. GODINU	20
DEFINICIJA I USKLADA ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI	21
KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI	27



TOTALNO ZOBENO

Komentirajući financijska ostvarenja u prvom polugodištu 2021. godini, Emil Tedeschi, predsjednik Uprave Atlantic Grupe, istaknuo je:

“Atlantic Grupa je u prvom polugodištu 2021. ostvarila značajan rast prihoda i profitabilnosti u odnosu na isto razdoblje prethodne godine. Rast je ostvaren u svim poslovnim i distribucijskim područjima zahvaljujući izvrsnim rezultatima vlastitih i principalskih brendova, kao posljedica bolje epidemiološke situacije na svim tržištima i popuštanja mjera za suzbijanje pandemije. Osobito smo ponosni da smo ostvarili organski rast prodaje od gotovo 9%* u odnosu na prvo polugodište 2019. godine, godine u kojoj smo ostvarili povijesno najviše prihode, unatoč svim izazovima s kojima se suočavamo od početka pandemije. Također, sa zadovoljstvom možemo ustvrditi da su naša dva nova brenda – Jimmy Fantastic i Boom Box, u koje smo u proteklom periodu uložili veliki trud i entuzijazam, uspješno lansirani u ožujku i travnju, s izvrsnim početnim prodajnim rezultatima i sjajnom perspektivom. U prvom polugodištu 2021. godine zabilježili smo novu najvišu cijenu dionice te smo isplatili povijesno najvišu dividendu.

U viziji daljnjeg razvoja svojih brendova Atlantic Grupa je sklopila ugovor o suradnji sa Barry Callebautom iz Züricha, vodećim svjetskim proizvođačem visokokvalitetnih proizvoda od čokolade i kakao proizvoda. Radi se vrijednom partnerskom ugovoru, koji s novom tvornicom Barry Callebauta u Novom Sadu, otvara nove mogućnosti za slatki program Atlantic Štarka.

Sve prethodno navedeno raduje nas i puni optimizmom za drugo polugodište ove poslovne godine. Svjesni smo da će nadolazeće razdoblje biti epidemiološki izazovno, pri čemu naši prioriteti ostaju isti: zdravlje i sigurnost naših djelatnika, osiguranje nesmetanog nastavka proizvodnje i kontinuirana opskrba naših kupaca i potrošača te društvena odgovornost u najširem smislu.“

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

KLJUČNI DOGAĐAJI U PRVOM POLUGODIŠTU 2021. GODINE

ZNAČAJAN RAST PRODAJE I PROFITABILNOSTI USLIJED BOLJE EPIDEMIOLOŠKE SITUACIJE

- **PRIHODI** OD PRODAJE U IZNOSU OD 2.697,8 MILIJUNA KUNA
+9,7% u odnosu na prvo polugodište 2020. godine
- **DOBIT PRIJE KAMATA, POREZA I AMORTIZACIJE (EBITDA*)** OD 387,2 MILIJUNA KUNA
+19,5% u odnosu na prvo polugodište 2020. godine (+6,7% kada isključimo jednokratne stavke*)
- **DOBIT PRIJE KAMATA I POREZA** OD 261,5 MILIJUNA KUNA (**EBIT***)
+29,2% u odnosu na prvo polugodište 2020. godine (+8,4% kada isključimo jednokratne stavke*)
- **NETO DOBIT*** OD 217,5 MILIJUNA KUNA
+48,1% u odnosu na prvo polugodište 2020. godine (+18,0% kada isključimo jednokratne stavke*)

FINANCIJSKI SAŽETAK PRVOG POLUGODIŠTA 2021. GODINE

Ključni pokazatelji	1.-6. 2021.	1.-6. 2020.	1.-6. 2021./ 1.-6. 2020.
Prihod od prodaje (u milijunima kuna)	2.697,8	2.459,5	9,7%
Ukupan prihod (u milijunima kuna)	2.734,2	2.493,6	9,6%
Normalizirana EBITDA marža*	14,2%	14,6%	-40 bb
Normalizirana neto dobit* (u milijunima kuna)	210,5	178,4	18,0%
Pokazatelj zaduženosti*	15,1%	20,1%	-493 bb

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2021. godinu.

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

1. NOVA TVORNICA ARGETE

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

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

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

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

3. DONAT UZ PROBAVU BRINE I O PRIRODI

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

4. ATLANTIC GRUPA NAJNAGRAĐIVANIJI POSLODAVAC ZA EMPLOYER BRANDING I PETI NAJPOŽELJNIJI POSLODAVAC U HRVATSKOJ

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

Prema istraživanju Poslodavaca prvog izbora koje provodi MojPosao, Atlantic grupa je peti najpoželjniji poslodavac u Hrvatskoj. U istraživanju provedenom tijekom 2020. i 2021. godine sudjelovalo je gotovo 20 tisuća ispitanika. Atlantic Grupa tako već treću godinu za redom drži visoko 5. mjesto na listi najpoželjnijih poslodavaca.

U organizaciji portala MojeDelo iz Slovenija i globalne Employer Branding agencije, Universum iz Švedske, u Sloveniji je provedeno istraživanje za Najuglednijeg poslodavca gdje je Atlantic Grupa proglašena Najuglednijim poslodavcem u FMCG industriji. Riječ je o istraživanju koje se provodi od 2007. godine, a ove godine u istraživanju je sudjelovalo 12.000 ispitanika.

5. ARGETA NAMAZI U NOVOM RUHU

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

6. ARGETA GACKA PASTRVA OSVAJAČ NAGRADE ZLATNA KOŠARICA 2021.

Argeta Gacka pastrva, proizvod razvijen s ciljem pomoći lokalnom ribogojilištu da preživi krizu uzrokovanu pandemijom Covida 19, nagrađen je nagradom za Proizvod godine - Zlatna košarica 2021. Žiri za izbor nagrade prepoznao je trud kompanije i inicijativu brenda Argeta kao odličan spoj društvene odgovornosti i razvoja novog proizvoda.

Argeta je prošle godine u jeku pandemije pokrenula posebnu akciju kako bi pomogla ribogojilištu Gacka iz Otočca, koje je zbog restrikcija i pandemijskih mjera ostalo bez većine narudžbi za isporuku pastrve. Argeta je odlučila otkupiti sav višak svježih fileta ribe, razviti novi riblji namaz od dotad nekoristene sirovine – Argetu Gacka pastrva, te u suradnji s Konzumom, kao ekskluzivnim partnerom u maloprodaji, lansirati na tržište novi proizvod čija dodana vrijednost nije samo okus, nego i društvena odgovornost. Takvim potezom Argeta samo dokazuje kako je kao brend snažno povezana s lokalnim gospodarstvom u svim sredinama na kojima posluje.

7. REKORDNA DIVIDENDA

Prema odluci Glavne skupštine Društva održane 16. lipnja 2021. godine, odobrena je isplata dividende u iznosu od 40 kuna po dionici odnosno sveukupno 133.094 tisuće kuna, što predstavlja povijesno najvišu dividendu. Dividenda je isplaćena 7. srpnja 2021. godine.

8. NASTAVLJAMO JAČATI POTROŠAČKO ISKUSTVO U KATEGORIJI ČOKOLADE

Atlantic Grupa i Barry Callebaut, vodeći svjetski proizvođač visokokvalitetnih proizvoda od čokolade i kaka, sklopili su ugovor o suradnji, koja će unaprijediti proizvodnju i kvalitetu Atlanticovog etabliranog portfelja u asortimanu čokolada, pod brendom - Atlantic Štark, čija tradicija u Srbiji datira još od 1922. godine.

Ovo partnerstvo s Barry Callebaut, potvrđuje da je Atlantic Grupa usmjerena na daljnji razvoj svojih glavnih brendova u ključnim kategorijama. Atlantic Štark je prvi regionalni strateški partner tvrtke Barry Callebaut i njezine tvornice u Novom Sadu. Isporuke će obuhvatiti i kakao s certifikatom Cocoa Horizons, inicijative za održivost, čija je misija poboljšanje egzistencije proizvođača kaka i njihovih zajednica promocijom održivog poduzetničkog uzgoja i poboljšanjem produktivnosti.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM POLUGODIŠTU 2021. GODINE

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

(u milijunima kuna)	1.-6. 2021.	1.-6. 2020.	1.-6. 2021. / 1.-6. 2020.
SPP Kava	552,6	500,9	10,3%
SPP Delikatesni namazi	448,0	423,0	5,9%
SPP Slatko i slano	316,8	297,4	6,5%
SPP Pića	257,0	221,4	16,1%
SPP Pharma	279,4	258,4	8,1%
PP Donat	113,7	98,2	15,8%
SDP Hrvatska	641,7	580,3	10,6%
SDP Srbija	598,9	545,8	9,7%
SDP Slovenija	481,8	460,2	4,7%
Ostali segmenti*	437,5	380,8	14,9%
Usklada**	-1.429,5	-1.306,9	n/p
Prihod od prodaje	2.697,8	2.459,5	9,7%

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2021. godinu.

Atlantic Grupa je u prvom polugodištu 2021. godine ostvarila 2,7 milijardi kuna prihoda od prodaje što predstavlja značajan rast od 9,7% u odnosu na isto razdoblje prethodne godine. Rast prihoda ostvaren je u svim poslovnim i svim distribucijskim područjima zahvaljujući izvrsnim rezultatima većine, kako vlastitih, tako i principalskih brendova. Najbolje rezultate ostvarili su Strateška poslovna područja Kava i Pića te Poslovno područje Donat. Na rast prodaje koji je osobito vidljiv u drugom kvartalu ove godine utjecala je bolja epidemiološka situacija na svim tržištima te posljedično popuštanje mjera za sprječavanje širenja COVID-19 u usporedbi s izrazito restriktivnim mjerama za suzbijanje pandemije koje su bile na snazi tijekom većeg dijela drugog tromjesečja prošle godine. Važno je napomenuti da je ostvarena usporediva prodaja u prvom polugodištu 8,7% iznad razine koja je ostvarena u istom periodu 2019. godine dok rast prodaje u drugom kvartalu u odnosu na drugi kvartal 2019. godine iznosi 8,0%.

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

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

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

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM POLUGODIŠTU 2021. GODINE



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE KAVA ostvarilo je dvoznamenkastu stopu rasta prihoda od prodaje kao posljedica izvrsnih poslovnih rezultata na svim regionalnim te gotovo svim zapadnoeuropskim tržištima. Gledano po kategorijama, rast bilježe sve kategorije pri čemu najznačajniji rast ostvaruje svježe pržena mljevena kava pod brendom Grand kafa i Barcaffè, kava za konzumaciju u pokretu („on the go“) i instant kava. Na rast prihoda utjecalo je popuštanje mjera za sprječavanje širenja COVID-19, prvenstveno u radu HoReCa kanala, što je osobito vidljivo na tržištu Srbije na kojem su mjere prevencije bile među najrestriktivnijim u regiji u istom razdoblju prošle godine. Također, ostvaren je oporavak prodaje na prijepandemijske razine, odnosno ostvaren je rast prodaje od 3,8% u odnosu na isti period 2019. godine.



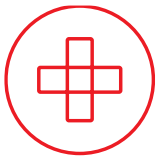
STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE DELIKATESNI NAMAZI bilježi rast prihoda zahvaljujući značajnom rastu prihoda od prodaje primarno na zapadnim tržištima (Njemačka, Austrija, Sjedinjene Američke Države i Švicarska), čime je u potpunosti nadoknađen pad prodaje na tržištu Slovenije te Bosne i Hercegovine. Rast su zabilježili i mesni i riblji segment delikatesnih namaza. Također, džemovi pod brendom Bakina tajna i sendviči pod brendom Montana ostvaruju dvoznamenkasti rast prihoda od prodaje. Delikatesni namazi ostvarili su čak 28,6% višu prodaju u prvom polugodištu u odnosu na isti period 2019. godine.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE SLATKO I SLANO bilježi rast prihoda od prodaje na gotovo svim regionalnim tržištima, pri čemu najznačajniji rast bilježe tržišta Srbije te Bosne i Hercegovine. Gledano po kategorijama, dvoznamenkasti rast bilježe flaps pod brendom Smoki, Bananica i Prima štapići, dok ostale kategorije bilježe pad koji je posebno vidljiv u impulsnom dijelu asortimana. Prodaja ovog Strateškog poslovnog područja približila se predpandemijskim nivoima i svega je 0,7% niža od prodaje ostvarene u prvom polugodištu 2019. godine.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE PIĆA bilježi značajan dvoznamenkasti rast prihoda od prodaje na gotovo svim tržištima, pri čemu su najveći rast ostvarila tržišta Hrvatske, Srbije i Bosne i Hercegovine. Rast prodaje bilježe brendovi Cockta i Cedevita, pri čemu se ističu proizvodi namijenjeni konzumaciji kod kuće te Cedevita GO. Rastu prodaje ovog segmenta doprinijelo je i značajno popuštanje mjera u radu HoReCa kanala u drugom kvartalu u usporedbi sa izrazito restriktivnim mjerama tijekom drugog kvartala prošle godine te uspješan početak turističke sezone u Hrvatskoj. U odnosu na prvo polugodište 2019. godine, usporediva* prodaja je niža za 5,5%, primarno zbog ograničenja u radu HoReCa kanala.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE PHARMA bilježi rast prodaje ljekarničkog lanca Farmacia uslijed značajnog rasta prodaje u drugom kvartalu kao posljedica popuštanja mjera za sprječavanje širenja pandemije (u drugom kvartalu prošle godine bile su na snazi restriktivne mjere rada ljekarni u vidu skraćenog radnog vremena i neradnih nedjelja). Navedenim rastom u potpunosti je nadoknađen pad prihoda od prodaje dječje hrane pod brendom Bebi na ruskom tržištu. Pharma segment bilježi 10,1% višu usporedivu* prodaju u odnosu na isti period 2019. godine. Na 30. lipnja 2021. godine Farmacia broji 95 ljekarne i specijalizirane prodavaonice, što je 8 prodajnih jedinica više u odnosu na isti period 2019. godine.

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

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM POLUGODIŠTU 2021. GODINE



Dvoznamenkaste stope rasta bilježi POSLOVNO PODRUČJE DONAT zahvaljujući rastu prodaje ponajprije na tržištu Slovenije te na tržištu Rusije, Hrvatske i Bosne i Hercegovine. Također, bilježi rast prodaje od 18,7% u odnosu na isti period 2019. godine.



Dvoznamenkasti rast bilježi STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE HRVATSKA kao posljedica izvrsnih rezultata vlastitih i principalskih brendova. Među vlastitim brendovima rast bilježe gotovo sve kategorije, pri čemu se osobito ističu dva nova brenda - Jimmy Fantastic i Boom Box, brendovi Cedevita i Cockta u kanalu maloprodaje, Cedevita GO, svježe pržena mljevena kava pod brendom Barcaffa i funkcionalna voda Donat. Među principalskim brendovima najviše se ističu Ferrero, Phillips i Asahi. Rastu prodaje ovog segmenta doprinio je snažan rast prodaje u drugom kvartalu kao posljedica popuštanja restriktivnih mjera za suzbijanje pandemije koje su bile najoštrije tijekom drugog kvartala prošle godine te boljeg početka turističke sezone u Hrvatskoj. Unatoč svim pandemijskim izazovima, ovo područje bilježi 3,6% višu usporedivu prodaju* u prvom polugodištu u odnosu na isti period 2019. godine.

Značajan rast prihoda bilježi STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SRBIJA kao posljedica rasta prodaje svježe pržene mljevene kave pod brendom Grand kafa, flipsa pod brendom Smoki i Bananice u segmentu slatko i slano te Cedevite GO u segmentu pića. Među principalskim brendovima ističu se Red Bull i Saponia. Također, rastu ovog područja pridonio je i rast prodaje u HoReCa kanalu uslijed popuštanja mjera za suzbijanje pandemije. Ostvarena prodaja je 1,7% viša no u istom razdoblju 2019. godine.

STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SLOVENIJA bilježi rast prihoda zahvaljujući rastu vlastitih i principalskih brendova. Među vlastitim se osobito ističu dva nova brenda - Jimmy Fantastic i Boom Box, funkcionalna voda Donat te svježe pržena mljevena kava pod brendom Barcaffa i Barcaffa kava za konzumaciju u pokretu, dok se među principalima ističu Ferrero i Rauch. HoReCa kanal bilježi rast prodaje uslijed znatno blažih restrikcija i popuštanja mjera prevencija širenja COVID-19. Također, i ovo područje bilježi 8,3% više razine prodaje u odnosu na isti period 2019. godine.

OSTALI SEGMENTI bilježe rast prihoda u svim svojim dijelovima te su ostvarili razine prodaje u prvom polugodištu koje su značajno više u odnosu na isti period 2019. godine.

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

DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE AUSTRIJA bilježi rast prihoda od prodaje primarno zbog rasta gotovo svih vlastitih brendova, prvenstveno rasta Argete u segmentu delikatesnih namaza te flipsa Smokija, Prima štapića i Bananice u segmentu slatko i slano.

GLOBALNO UPRAVLJANJE MREŽOM DISTRIBUTERA nastavlja bilježiti dvoznamenkaste stope rasta, pri čemu najveći rast bilježe tržišta Njemačke, Švicarske i Sjedinjene Američke Države u segmentu delikatesnih namaza pod brendom Argeta i segmentu kave pod brendom Grand kafa.

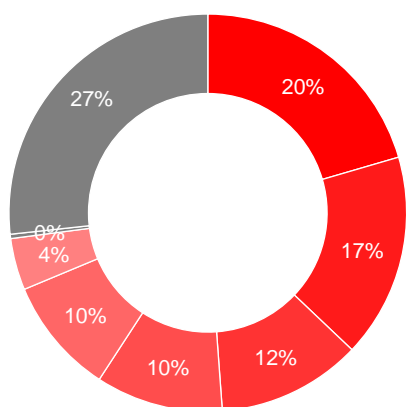
DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE RUSIJA bilježi rast zahvaljujući dvoznamenkastom rastu prodaje funkcionalne vode Donat, čime je u potpunosti nadoknađen pad prodaje dječje hrane pod brendom Bebi.

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

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM POLUGODIŠTU 2021. GODINE

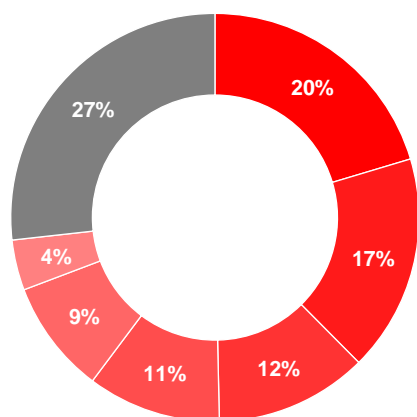
PREGLED PRIHODA OD PRODAJE PO SEGMENTIMA

1.-6.2021.



- Kava 20,5%
- Delikatesni namazi 16,6%
- Slatko i slano 11,7%
- Pharma 10,4%
- Pića 9,5%
- Donat 4,2%
- Ostalo 0,4%
- Principalski brendovi 26,7%

1.-6.2020.



- Kava 20,4%
- Delikatesni namazi 17,2%
- Slatko i slano 12,1%
- Pharma 10,6%
- Pića 9,0%
- Donat 4,0%
- Principalski brendovi 26,7%

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM POLUGODIŠTU 2021. GODINE

PREGLED PRIHODA OD PRODAJE PO TRŽIŠTIMA

(u milijunima kuna)	1.-6. 2021.	% prihoda od prodaje	1.-6. 2020.	% prihoda od prodaje	1.-6. 2021./ 1.-6. 2020.
Hrvatska	893,6	33,1%	807,5	32,8%	10,7%
Srbija	606,6	22,5%	553,8	22,5%	9,5%
Slovenija	482,1	17,9%	460,5	18,7%	4,7%
Bosna i Hercegovina	201,1	7,5%	183,7	7,5%	9,5%
Ostala tržišta regije*	225,3	8,4%	208,5	8,5%	8,0%
Ključna europska tržišta**	156,0	5,8%	129,8	5,3%	20,1%
Rusija i ZND	72,3	2,6%	68,0	2,8%	6,3%
Ostala tržišta	60,9	2,2%	47,7	1,9%	27,7%
Prihod od prodaje	2.697,8	100,0%	2.459,5	100,0%	9,7%

*Ostala tržišta regije: Makedonija, Crna Gora, Kosovo

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

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2021. godinu

TRŽIŠTE HRVATSKE bilježi značajan rast prodaje uslijed dvoznamenkastog rasta prodaje u drugom kvartalu kao posljedica popuštanja mjera za suzbijanje pandemije, prvenstveno u HoReCa kanalu i boljeg početka turističke sezone. Rast prihoda ostvaren je od: (i) većine vlastitih brendova pri čemu su najveći rast ostvarili novi brendovi Jimmy Fantastic i Boom Box, Cedevita i Cockta u maloprodajnom kanalu, Cedevita GO, svježe pržena mljevena kava pod brendom Barcaffé i funkcionalna voda Donat, (ii) ljekarničkog lanca Farmacia te (iii) vanjskih principala od kojih su najveći rast iskazali Ferrero, Phillips i Asahi.

TRŽIŠTE SRBIJE ostvarilo je značajan rast prodaje prvenstveno od prodaje vlastitih brendova pri čemu se ističu: (i) Grand kafa u segmentu kave, (ii) Bananica i Smoki u segmentu slatko i slano te (iii) Cedevita GO u segmentu pića. Od principalskih brendova rast dolazi od Saponije i Red Bulla.

TRŽIŠTE SLOVENIJE ostvarilo je rast prihoda od 4,7% nastavno na rast prihoda: (i) novih vlastitih brendova Jimmy Fantastic i Boom Box, (ii) funkcionalne vode Donat, (iii) kave Barcaffé za konzumaciju u pokretu, (iv) svježe pržene mljevene kave pod brendom Barcaffé te (v) principalskih brendova Ferrero i Rauch.

TRŽIŠTE BOSNE I HERCEGOVINE ostvarilo je rast prodaje od 9,5% uslijed dvoznamenkastog rasta prodaje u drugom kvartalu kao posljedica popuštanja mjera za suzbijanje pandemije, prvenstveno u HoReCa kanalu. Rast prodaje ostvaren je od: (i) svježe pržene mljevene kave pod brendom Grand kafa, (ii) Cedevite i Cockte u segmentu pića te (iii) flipsa pod brendom Smoki i Bananice iz asortimana slatko i slano.

OSTALA TRŽIŠTA REGIJE bilježe rast prodaje na svim tržištima pri čemu je najviše doprinio rast prodaje flipsa pod brendom Smoki, Cedevite u kategoriji pića te svježe pržene mljevene kave pod brendom Grand kafa.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM POLUGODIŠTU 2021. GODINE



Značajan rast prodaje od 20,1% na KLJUČNIM EUROPSKIM TRŽIŠTIMA zabilježen je na svim tržištima, pri čemu tržišta Njemačke, Švicarske i Austrije bilježe dvoznamenkasti rast uslijed rasta prodaje Argete u segmentu delikatesnih namaza te svježe pržene mljevene kave pod brendom Grand kafa.

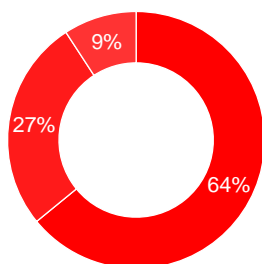
TRŽIŠTE RUSIJE I ZAJEDNICE NEOVISNIH DRŽAVA bilježi rast prodaje kao posljedica rasta prodaje funkcionalne vode Donat te flipsa Smoki.

Značajan dvoznamenkasti rast prodaje ostvaruju OSTALA TRŽIŠTA, primarno uslijed rasta prodaje delikatesnih namaza pod brendom Argeta na većini Ostalih tržišta, pri čemu tržišta Sjedinjenih Američkih Država, Nizozemske i Francuske bilježe najznačajniji rast.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM POLUGODIŠTU 2021. GODINE

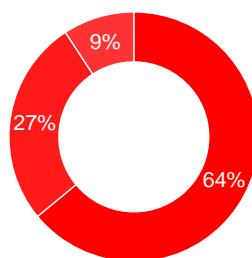
PROFIL PRIHODA OD PRODAJE PO PROIZVODNIM KATEGORIJAMA

1.- 6.2021.



- Vlastiti brendovi 64,1%
- Principalski brendovi 26,7%
- Farmacia 9,2%

1.-6.2020.



- Vlastiti brendovi 64,0%
- Principalski brendovi 26,8%
- Farmacia 9,2%

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2021. godinu.

VLASTITI BRENDOVI ostvarili su prihode od prodaje u iznosu od 1.728,9 milijuna kuna što predstavlja značajan rast od 9,8% uslijed rasta gotovo svih kategorija. Rastu su najviše doprinijeli: (i) Grand kafa u segmentu kave, (ii) Argeta u segmentu delikatesnih namaza, (iii) Smoki i Bananica u segmentu slatko i slano, (iv) Cedevida i Cockta u segmentu pića te (v) funkcionalna voda Donat.

PRINCIPALSKI BRENDOVI bilježe rast od 9,5% sa 720,8 milijuna kuna prihoda od prodaje. Rast je u najvećoj mjeri ostvaren rastom prihoda od prodaje principala Ferrera, Phillipsa, Raucha i Red Bulla.

Ljekarnički lanac **FARMACIA** ostvario je 248,1 milijuna kuna prihoda što predstavlja rast prodaje od 9,3% zahvaljujući rastu prodaje postojećih Farmacia lokacija te popuštanju mjera za sprječavanje širenja pandemije. Na 30. lipnja 2021.godine Farmacia broji 95 ljekarni i specijaliziranih prodavaonica.

DINAMIKA PROFITABILNOSTI U PRVOM POLUGODIŠTU 2021. GODINE

DINAMIKA PROFITABILNOSTI

(u milijunima kuna)	1.-6. 2021.	1.-6. 2020.	1.-6. 2021./ 1.-6. 2020.
Prihod od prodaje	2.697,8	2.459,5	9,7%
EBITDA*	387,2	324,1	19,5%
Normalizirana EBITDA*	381,9	358,0	6,7%
EBIT*	261,5	202,4	29,2%
Normalizirani EBIT*	256,2	236,3	8,4%
Neto dobit*	217,5	146,9	48,1%
Normalizirana Neto dobit *	210,5	178,4	18,0%
Profitne marže			
EBITDA marža*	14,4%	13,2%	+117bb
Normalizirana EBITDA marža*	14,2%	14,6%	-40bb
EBIT marža*	9,7%	8,2%	+146bb
Normalizirana EBIT marža*	9,5%	9,6%	-11bb
Neto profitna marža*	8,1%	6,0%	+209bb
Normalizirana Neto profitna marža*	7,8%	7,3%	+55bb

U prvom polugodištu 2021. godini EBITDA iznosi 387,2 milijuna kuna, što predstavlja rast od 19,5% u odnosu na isti period prošle godine, odnosno rast od 6,7% ukoliko isključimo utjecaj jednokratnih stavki. Na značajan rast normalizirane EBITDA utjecao je rast prodaje svih poslovnih i distribucijskih područja, od koji se najviše ističe rast prodaje strateških poslovnih područja Pića, Kave te poslovnog područja Donata. Rastu normalizirane EBITDA doprinijeli su i niži ostali operativni troškovi (niži troškovi reprezentacije i poslovnih putovanja uslijed mjera za suzbijanje pandemije).

Uz prethodno opisano, normalizirana neto dobit bilježi rast od 18,0% kao posljedica nižih troškova kamata te pozitivnog utjecaja tečajnih razlika do kog je primarno došlo zbog blage aprecijacije kune u odnosu na euro.

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

DINAMIKA PROFITABILNOSTI U PRVOM POLUGODIŠTU 2021. GODINE

STRUKTURA OPERATIVNIH TROŠKOVA

(u milijunima kuna)	1.-6. 2021.	% prihoda od prodaje	1.-6. 2020.	% prihoda od prodaje	1.-6. 2021./ 1.-6. 2020.
Nabavna vrijednost prodane robe	773,2	28,7%	697,7	28,4%	10,8%
Promjene vrijednosti zaliha	0,7	0,0%	(0,1)	(0,0%)	n/a
Proizvodni materijal	700,2	26,0%	651,0	26,5%	7,6%
Energija	29,2	1,1%	29,4	1,2%	(0,8%)
Usluge	169,2	6,3%	152,7	6,2%	10,8%
Troškovi osoblja	446,5	16,6%	425,3	17,3%	5,0%
Troškovi marketinga i prodaje	153,4	5,7%	109,0	4,4%	40,7%
Ostali operativni troškovi	70,5	2,6%	100,5	4,1%	(29,9%)
Ostali (dobici)/gubici - neto	4,1	0,2%	3,9	0,2%	3,9%
Amortizacija	125,8	4,7%	121,7	4,9%	3,3%
Ukupni operativni troškovi*	2.472,7	91,7%	2.291,1	93,2%	7,9%

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

Troškovi proizvodnih materijala bilježe rast uslijed veće prodaje vlastitih proizvoda, te više prosječne cijene proizvodnih materijala, primarno jestivog ulja, kakaoa te pakirnog materijala.

Troškovi energije su na gotovo istoj razini kao i u istom periodu prošle godine.

Troškovi usluga bilježe rast zbog viših troškova održavanja IT sustava i proizvodne opreme te vanjskih usluga.

Veći troškovi osoblja primarno su posljedica rasta prodaje i time povezane više varijabilne isplate nego u istom periodu prošle godine. Dana 30. lipnja 2021. Atlantic Grupa zapošljava 5.581 osoba, što je 257 osoba više nego na kraju istog razdoblja prošle godine.

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

Ostali operativni troškovi sadrže 2,1 milijuna kuna troškova donacija i ostalih troškova vezanih uz COVID-19 što je znatno manje u odnosu na isti period prošle godine. Kada isključimo te jednokratne troškove, ostali operativni troškovi bilježe pad uslijed nižih troškova vezanih uz putovanja i troškova reprezentacije kao posljedica primjene mjera za suzbijanje pandemije (rad od kuće, restrikcije za poslovna putovanja, itd.) te manjeg ispravka vrijednosti kratkotrajne imovine.

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

DINAMIKA PROFITABILNOSTI U PRVOM POLUGODIŠTU 2021. GODINE

OPERATIVNI REZULTAT STRATEŠKIH POSLOVNIH PODRUČJA I STRATEŠKIH DISTRIBUCIJSKIH PODRUČJA

(u milijunima kuna)	1.-6. 2021.	1.-6. 2020.	1.-6. 2021./ 1.-6. 2020.
SPP Kava	139,3	121,0	15,1%
SPP Delikatesni namazi	107,1	121,5	(11,8%)
SPP Slatko i slano	56,5	51,3	10,0%
SPP Pića	55,6	45,2	23,2%
SPP Pharma	19,8	21,6	(8,2%)
PP Donat	56,5	52,8	7,0%
SDP Hrvatska	36,5	34,7	5,3%
SDP Srbija	24,9	18,0	38,2%
SDP Slovenija	30,4	28,2	7,9%
Ostali segmenti*	(139,4)	(170,1)	18,0%
Grupna EBITDA**	387,2	324,1	19,5%

STRATEŠKA POSLOVNA PODRUČJA I POSLOVNA PODRUČJA: SPP Kava ostvarilo je bolju profitabilnost kao rezultat više prodaje i povoljnije bruto marže uslijed niže cijene kave, a unatoč višim marketinškim troškovima i troškovima osoblja. SPP Delikatesni namazi bilježi pad profitabilnosti uslijed viših cijena sirovina, troškova marketinga i troškova osoblja unatoč rastu prodaje. SPP Slatko i slano bilježi rast profitabilnosti uslijed više prodaje, a unatoč višim troškovima marketinga. SPP Pića ostvarilo je značajan rast profitabilnosti zahvaljujući rastu prihoda unatoč višim troškovima marketinga, transporta i logistike te osoblja. SPP Pharma ostvarilo je nižu profitabilnost zbog većih troškova osoblja te manje profitabilnosti dječje hrane. PP Donat bilježi rast dobiti uslijed više prodaje i povoljnije bruto profitne marže, a unatoč višim troškovima marketinških ulaganja.

STRATEŠKA DISTRIBUCIJSKA PODRUČJA I DISTRIBUCIJSKA PODRUČJA: Do rasta profitabilnosti SDP Hrvatska dolazi zbog više prodaje unatoč višim troškovima osoblja. SDP Srbija bilježi značajan rast profitabilnosti zahvaljujući rastu prodaje unatoč većim troškovima transporta i rastu troškova osoblja. SDP Slovenija ostvaruje rast profitabilnosti zbog većih prihoda od prodaje unatoč rastu troškova transporta i logistike.

OSTALI SEGMENTI: Ako isključimo jednokratnu dobit od 5,3 milijuna koja se najvećim dijelom odnosi na otpuštanje rezervacije za sudski spor te 33,9 milijuna kuna jednokratnih troškova ostvarenih prošle godine koji se najvećim dijelom odnose na donacije i ostale troškove vezane za COVID-19, Ostali segmenti bilježe pad profitabilnosti kao posljedica incijalne negativne profitabilnosti PP Novi rast te većih troškova centralnih funkcija unatoč rastu profitabilnosti DP Austrije, GUMDa, DP Makedonije i DP Rusije.

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2021. godinu

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

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

FINANCIJSKI POKAZATELJI U PRVOM POLUGODIŠTU 2021. GODINE

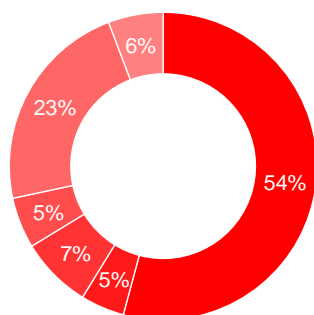
FINANCIJSKI POKAZATELJI

(u milijunima kuna)	30.6.2021.	31.12.2020.
Neto dug*	539,7	740,1
Ukupna imovina	5.585,6	5.411,7
Ukupno kapital i rezerve	3.025,5	2.948,0
Odnos kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza*	1,4	1,3
Pokazatelj zaduženosti*	15,1%	20,1%
Neto dug/EBITDA*	0,7	1,0
(u milijunima kuna)	1.-6.2021.	1.-6.2020.
Pokriće troška kamata*	44,6	26,3
Kapitalna ulaganja*	123,2	141,3
Slobodni novčani tok*	230,9	178,0
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti	354,1	319,2

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

- Pokazatelj zaduženosti niži je za čak 493 baznih bodova zahvaljujući smanjenju neto duga od 200 milijuna kuna u odnosu na kraj 2020. godine.
- Zaduženost mjerena odnosom neto duga i normalizirane EBITDA spustila se s 1,0 na kraju 2020. godine na 0,7 na kraju prvog polugodišta 2021. godine.
- Slobodni novčani tok bilježi rast uslijed manjih kapitalnih ulaganja i višeg novčanog toka iz poslovnih aktivnosti.

STRUKTURA KAPITALA I OBVEZA ATLANTIC GRUPE NA DAN 30. LIPNJA 2021. GODINE



- Ukupni kapital i rezerve 54,2%
- Dugoročne financijske obveze 4,6%
- Kratkoročne financijske obveze 7,5%
- Obveznica 5,4%
- Dobavljači i ostale obveze 22,5%
- Ostale obveze 5,8%

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

PREGLED KLJUČNIH STAVKI U KONSOLIDIRANOM IZVJEŠTAJU O NOVČANOM TOKU

Novčani tok od poslovnih aktivnosti bilježi rast primarno kao posljedica poboljšane profitabilnosti, pozitivnog kretanja radnog kapitala i nižih troškova financiranja, a unatoč višim troškovima poreza.

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

Od značajnih investicija ističu se:

- SPP PIĆA: Instalacija nove linije za čvrsta i fleksibilna pakiranja Cedevite.
- SPP KAVA: Instalacija nabavljene opreme za Coffee2Go i HoReCa opreme za pripremu kave na prodajnim mjestima.
- SPP DELIKATESNI NAMAZI: Okončana investicija u rekonstrukciju i poboljšanja linije za proizvodnju i pakiranje delikatesnih namaza u Izoli. Uspješno okončan probni rad i linija je puštena u redovni rad.
- SPP SLATKO I SLANO: Okončan probni rad nove linije za izpločavanje čokolade i nove linije za pakiranje čokolade. Dodatna investiranja u napredna tehnička rješenja za izradu Jimmy Fantastic čokolade.
- PP DONAT: Okončana investicija u sustav označavanja/serijalizacije proizvoda sukladno zahtjevima tržišta Ruske Federacije.
- SPP PHARMA: Višestruka ulaganja u opremanje prodajnih mjesta u ljekarničkom lancu Farmacia.
- SDP / u svim regijama: Instalacija rashladnih vitrina za program Pića na prodajnim mjestima.
- IT: ulaganja u infrastrukturu, digitalne tehnologije i implementaciju poslovnih aplikacija te zamjena opreme.

STRATEŠKE SMJERNICE MENADŽMENTA ATLANTIC GRUPE ZA 2021. GODINU

Unatoč trenutačno boljoj epidemiološkoj situaciji i provedbi cijepljenja, neizvjesnost je i dalje izrazito velika i teško je predvidjeti budući tijek pandemije te odgovore gospodarstava na istu.

Menadžment Atlantic Grupe u 2021. godini očekuje više prosječne cijene sirove kave na globalnim tržištima roba koje će biti djelomično anulirane uslijed očekivanog slabljenja američkog dolara, a zbog kupnje navedene sirovine u dolarskoj valuti. Nadalje, kod značajnog dijela naših ključnih sirovina i pakirnog materijala poput mlijeka u prahu, kaka, jestivog ulja i aluminijske folije već je došlo do poskupljenja ili je ono izvjesno. Atlantic Grupa redovito prati kretanja na svjetskim tržištima sirovina i materijala te aktivno poduzima mjere zaštite od navedenih rizika. Važno je napomenuti da su se tijekom prvog polugodišta većim dijelom koristile postojeće zalihe ili konzumirali ugovorni uvjeti iz prethodne godine, te će se glavnina ovog negativnog utjecaja realizirati u drugom polugodištu.

Uz pretpostavku da će se do kraja godine postići značajna procijepljenost stanovništva te da se neće uvoditi dodatne restrikcije za suzbijanje pandemije, očekujemo srednji jednoznačen organski rast prihoda od prodaje u odnosu na 2020. godinu koji će pratiti intenzivnija marketinška ulaganja. Uz navedeno, u prvom polugodištu lansirali smo novi brend čokolade Jimmy Fantastic te Boom Box, paletu proizvoda na bazi zobi, koje će pratiti značajna inicijalna ulaganja, a što će u kombinaciji s prethodno navedenim, vjerojatno rezultirati nešto nižom normaliziranom EBITDA-om u odnosu na onu ostvarenu 2020. godine.

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

U 2021. godini menadžment će se nastaviti fokusirati na (i) jačanje pozicije prepoznatljivih regionalnih brendova, (ii) internacionalizaciju pojedinih brendova, primarno Argeta i Donat, (iii) stvaranje novih brendova koji će biti izvori novog rasta, (iv) razvoj distribucijskog poslovanja jačanjem postojećih i akvizicijama novih principala, (v) nastavak dezinvestiranja ne-strateških poslovnih operacija koja nemaju potencijal značajnijeg rasta te na (vi) moguća spajanja i akvizicije.

ATLANTIC GRUPA d.d.

DEFINICIJA I USKLADA

ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI (APM)

DEFINICIJA I USKLADA ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI (APM)

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

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

ORGANSKI RAST PRODAJE U ODNOSU NA 2019. 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.-6. 2021.	1.-6. 2019.	1.-6. 2021./ 1.-6. 2019.
Prodaja	2.697,8	2.574,1	4,8%
Prodaja dezinvestiranog SPP SFF		27,8	
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Dietpharm		28,1	
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Multivita		6,5	
Izlazak iz veletrgovačkog poslovanja		16,6	
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - voda u galonima (BNBV)		12,7	
Usporediva prodaja	2.697,8	2.482,3	8,7%

u milijunima kuna	SBU Pića	SBU Pharma	SDU Hrvatska	Ostali segmenti
Objavljeno 1.-6.2019.	281,3	305,0	632,2	356,2
Prodaja dezinvestiranog SPP SFF				27,8
Prodaja dezinvestiranog poslovanja – brend Dietpharm		28,1		
Prodaja dezinvestiranog poslovanja – brend Multivita		6,5		
Izlazak iz veletrgovačkog poslovanja		16,6		
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - BNBV*	9,5		12,7	
Usporediva prodaja 1.-6.2019.	271,8	253,8	619,5	328,3
Objavljeno 1.-6.2021.	257,0	279,4	641,7	437,5
1.-6. 2021./1.-6. 2019.	(5,5%)	10,1%	3,6%	33,3%

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

DEFINICIJA I USKLADA ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI (APM)

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.-6. 2021.	1.-6. 2020.	1.-6. 2021./ 1.-6. 2020.
Dobit iz poslovanja	261,5	202,4	29,2%
Amortizacija i umanjene vrijednosti	125,8	121,7	3,3%
EBITDA	387,2	324,1	19,5%
Troškovi i (dobit) po osnovi dezinvestiranja, neto	0,0	3,5	
COVID-19 troškovi	2,1	30,4	
Ostali jednokratni (prihodi) i troškovi, neto	(7,4)	0,0	
Normalizirana EBITDA	381,9	358,0	6,7%
Prodaja	2.697,8	2.459,5	
EBITDA marža	14,4%	13,2%	
Normalizirana EBITDA marža	14,2%	14,6%	

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.-6. 2021.	1.-6. 2020.	1.-6. 2021./ 1.-6. 2020.
Dobit iz poslovanja	261,5	202,4	29,2%
EBIT	261,5	202,4	29,2%
Troškovi i (dobit) po osnovi dezinvestiranja, neto	0,0	3,5	
COVID-19 troškovi	2,1	30,4	
Ostali jednokratni (prihodi) i troškovi, neto	(7,4)	0,0	
Normalizirana EBIT	256,2	236,3	8,4%
Prodaja	2.697,8	2.459,5	
EBIT marža	9,7%	8,2%	
Normalizirana EBIT marža	9,5%	9,6%	

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 30. lipnja 2021. godine.

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

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

u milijunima kuna	1.-6. 2021.	1.-6. 2020.	1.-6. 2021./ 1.-6. 2020.
Neto dobit	217,5	146,9	48,1%
Troškovi i (dobit) po osnovi dezinvestiranja, neto	(1,4)	3,5	
COVID-19 troškovi	1,8	28,0	
Ostali jednokratni (prihodi) i troškovi, neto	(7,4)	0,0	
Normalizirana neto dobit	210,5	178,4	18,0%
Prodaja	2.697,8	2.459,5	
Neto profitna marža	8,1%	6,0%	
Normalizirana neto profitna marža	7,8%	7,3%	

UKUPNI OPERATIVNI TROŠKOVI

Ukupni operativni troškovi su međuzbroj sljedećih stavki koje su iskazane u Konsolidiranom računu dobiti i gubitka u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 30. lipnja 2021. godine: nabavne vrijednosti prodane trgovačke robe, promjena vrijednosti zaliha gotovih proizvoda i proizvodnje u tijeku, troškovi materijala i energije, troškovi radnika, troškovi marketinga i unapređenja prodaje, ostali troškovi poslovanja, ostali dobiti/gubici-neto i amortizacija i umanjenje vrijednosti.

KAPITALNA ULAGANJA (CAPEX)

Kapitalna ulaganja uključuju plaćanja izvršena za stjecanje nekretnina, postrojenja i opreme i nematerijalne imovine, kako je prikazano u Konsolidiranom izvještaju o novčanom toku u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 30. lipnja 2021. godine. Grupa koristi kapitalna ulaganja kao APM kako bi osigurala alokaciju novca u skladu sa strategijom Grupe.

DEFINICIJA I USKLADA ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI (APM)

NETO DUG i NETO DUG prema EBITDA

Uprava koristi neto dug za ocjenu financijskih kapaciteta Grupe. Neto dug definira se kao zbroj kratkoročnih i dugoročnih obveza po primljenim kreditima, kratkoročnih i dugoročnih obveza za najam i derivativnih financijskih instrumenata umanjenih za novac i novčane ekvivalente koji su iskazani u Konsolidiranoj bilanci u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 30. lipnja 2021. godine, kao što je prikazano u nastavku:

u milijunima kuna	30.6.2021.	31.12.2020.
Dugoročne obveze po primljenim kreditima	299,5	299,5
Dugoročne obveze po najmovima	256,7	263,5
Kratkoročne obveze po primljenim kreditima	335,0	511,7
Kratkoročne obveze po najmovima	85,2	84,8
Derivativni financijski instrumenti, neto	-2,9	7,1
Novac i novčani ekvivalenti	-433,7	-426,5
Neto dug	539,7	740,1
Normalizirana EBITDA	779,0	755,1
Neto dug/Normalizirana EBITDA	0,7	1,0

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

ODNOS KRATKOTRAJNE IMOVINE I KRATKOROČNIH OBVEZA

Omjer kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza uspoređuje svu kratkotrajnu imovinu Grupe s njenim kratkoročnim obvezama koje su iskazane u Konsolidiranoj bilanci u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 30. lipnja 2021. godine. Omjer kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza je pokazatelj likvidnosti koji mjeri sposobnost Grupe da pokrije svoj kratkoročni dug kratkotrajnom imovinom.

u milijunima kuna	30.6.2021.	31.12.2020.
Kratkotrajna imovina	2.433,5	2.259,5
Kratkotrajne obveze	1.787,5	1.674,5
Odnos kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza	1,4	1,3

POKAZATELJ ZADUŽENOSTI

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

u milijunima kuna	30.6.2021.	31.12.2020.
Neto dug	539,7	740,1
Ukupno kapital	3.025,5	2.948,0
Pokazatelj zaduženosti	15,1%	20,1%

DEFINICIJA I USKLADA ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI (APM)

POKRIĆE TROŠKA KAMATA

Pokriće troška kamata izračunava se dijeljenjem normalizirane EBITDA Grupe s ukupnim troškom kamata (vidi bilješku 9 - Rashodi od financiranja-neto u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 30. lipnja 2021.), kao što je prikazano u nastavku. Pokriće troška kamata koristi se za određivanje koliko lako Grupa može platiti kamate na svoj nepodmireni dug.

u milijunima kuna	1.-6. 2021.	1.-6. 2020.
Normalizirana EBITDA	381,9	358,0
Ukupno rashodi od kamata	8,6	13,6
Normalizirano pokriće troška kamata	44,6	26,3

SLOBODNI NOVČANI TIJEK

Slobodni novčani tijek prikazuje sposobnost Grupe da generira novac za isplatu dividendi, otplatu financijskih obaveza, financiranje potencijalnih akvizicija i slično. Slobodni novčani tijek jednak je neto novčanom toku iz operativnih aktivnosti umanjen za kapitalna ulaganja, stavke koje su iskazane u Konsolidiranom izvještaju o novčanom toku u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 30. lipnja 2021.godine.

u milijunima kuna	1.-6. 2021.	1.-6. 2020.
Neto operativni novčani tijek	354,1	319,2
Kapitalna ulaganja	123,2	141,3
Slobodni novčani tijek	230,9	178,0

ATLANTIC GRUPA d.d.

**SAŽETI KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI ZA
ŠESTOMJESEČNO RAZDOBLJE ZAVRŠENO 30. LIPNJA 2021.
(NEREVIDIRANO)**

ATLANTIC GRUPA d.d.

KONSOLIDIRANI RAČUN DOBITI I GUBITKA

u tisućama kuna, nerevidirano	Sij. - Lip. 2021.	Sij. - Lip. 2020.	Indeks	Tra. - Lip. 2021.	Tra. - Lip. 2020.	Indeks
Prihodi	2.734.173	2.493.584	109,6	1.475.446	1.202.171	122,7
Prihodi od prodaje	2.697.829	2.459.455	109,7	1.448.248	1.178.773	122,9
Ostali prihodi	36.344	34.129	106,5	27.198	23.398	116,2
Poslovni rashodi	(2.472.700)	(2.291.140)	107,9	(1.318.883)	(1.121.010)	117,7
Nabavna vrijednost prodane trgovačke robe	(773.162)	(697.658)	110,8	(410.446)	(338.192)	121,4
Promjena vrijednosti zaliha gotovih proizvoda i proizvodnje u tijeku	(658)	72	n/p	4.848	(9.739)	n/p
Troškovi materijala i energije	(729.366)	(680.398)	107,2	(400.421)	(312.936)	128,0
Troškovi radnika	(446.537)	(425.251)	105,0	(234.374)	(214.058)	109,5
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje	(153.390)	(108.999)	140,7	(86.661)	(51.778)	167,4
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	(125.751)	(121.700)	103,3	(62.686)	(61.611)	101,7
Ostali troškovi poslovanja	(239.736)	(253.262)	94,7	(128.621)	(134.004)	96,0
Ostali gubici - neto	(4.100)	(3.944)	104,0	(522)	1.308	n/p
Dobit iz poslovanja	261.473	202.444	129,2	156.563	81.161	192,9
Rashodi od financiranja - neto	(7.012)	(20.029)	35,0	(1.600)	(4.682)	34,2
Dobit prije poreza	254.461	182.415	139,5	154.963	76.479	202,6
Porez na dobit	(36.932)	(35.504)	104,0	(22.017)	(18.884)	116,6
Neto dobit razdoblja	217.529	146.911	148,1	132.946	57.595	230,8
Pripisivo:						
Dioničarima Društva	217.477	147.643	147,3	132.781	57.983	229,0
Manjinskim interesima	52	(732)	n/p	165	(388)	n/p
Zarada po dionici za dobit pripisivu dioničarima Društva tijekom razdoblja (u kunama)						
- osnovna	65,37	44,38		39,90	17,40	
- razrijeđena	65,37	44,38		39,90	17,40	

ATLANTIC GRUPA d.d.

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O SVEOBUHVAATNOJ DOBITI

u tisućama kuna, nerevidirano	Sij.-Lip. 2021.	Sij.-Lip. 2020.	Indeks	Tra.-Lip. 2021.	Tra.-Lip. 2020.	Indeks
Neto dobit razdoblja	217.529	146.911	148,1	132.946	57.595	230,8
Ostali sveobuhvatni (gubitak)/dobit:						
<i>Stavke koje se mogu naknadno reklasificirati u račun dobiti i gubitka</i>						
Tečajne razlike, neto od poreza	(13.740)	32.514	n/p	(24.178)	(17.720)	136,4
Zaštita novčanog toka, neto od poreza	8.443	3.644	231,7	(68)	1.169	n/p
Ukupno sveobuhvatni (gubitak)/dobit razdoblja, neto od poreza	(5.297)	36.158	n/p	(24.246)	(16.551)	146,5
Ukupno sveobuhvatna dobit razdoblja	212.232	183.069	115,9	108.700	41.044	264,8
Pripisivo:						
Dioničarima Društva	212.217	183.740	115,5	108.602	41.483	261,8
Manjinskim interesima	15	(671)	n/p	98	(439)	n/p
Ukupno sveobuhvatna dobit razdoblja	212.232	183.069	115,9	108.700	41.044	264,8

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

u tisućama kuna, nerevidirano	30. lipnja 2021.	31. prosinca 2020.
IMOVINA		
Dugotrajna imovina		
Nekretnine, postrojenja i oprema	1.101.334	1.070.338
Pravo na korištenje imovine	333.656	338.838
Ulaganja u nekretnine	314	316
Nematerijalna imovina	1.631.559	1.657.026
Odgođena porezna imovina	39.206	36.285
Financijska imovina kroz ostalu sveobuhvatnu dobit	1.343	1.404
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	44.660	47.999
	3.152.072	3.152.206
Kratkotrajna imovina		
Zalihe	642.368	572.274
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	1.319.572	1.248.658
Potraživanja za porez na dobit	29.541	6.661
Derivativni financijski instrumenti	2.948	-
Novac i novčani ekvivalenti	433.727	426.513
	2.428.156	2.254.106
Dugotrajna imovina namijenjena prodaji	5.382	5.382
Ukupno kratkotrajna imovina	2.433.538	2.259.488
UKUPNO IMOVINA	5.585.610	5.411.694
KAPITAL I OBVEZE		
Kapital i rezerve pripisive dioničarima Društva		
Dionički kapital	133.372	133.372
Kapitalna dobit	883.766	881.851
Vlastite dionice	(11.162)	(7.647)
Pričuve	(54.944)	(51.451)
Zadržana dobit	2.068.524	1.985.908
	3.019.556	2.942.033
Manjinski interesi	5.967	5.952
Ukupno kapital	3.025.523	2.947.985
Dugoročne obveze		
Obveze po primljenim kreditima	299.514	299.528
Obveze po najmovima	256.677	263.479
Odgođena porezna obveza	147.683	150.090
Ostale dugoročne obveze	6.547	9.356
Rezerviranja	62.151	66.782
	772.572	789.235
Kratkoročne obveze		
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	1.261.606	954.458
Obveze po primljenim kreditima	335.022	511.696
Obveze po najmovima	85.152	84.824
Derivativni financijski instrumenti	-	7.132
Tekuća obveza poreza na dobit	21.369	8.677
Rezerviranja	84.366	107.687
	1.787.515	1.674.474
Ukupne obveze	2.560.087	2.463.709
UKUPNO KAPITAL I OBVEZE	5.585.610	5.411.694

ATLANTIC GRUPA d.d.
KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O PROMJENI GLAVNICE

u tisućama kuna, nerevidirano	Pripisivo dioničarima Društva					Manjinski interesi	Ukupno
	Dionički kapital, kapitalna dobit i vlastite dionice	Pričuve	Zadržana dobit	Ukupno			
Stanje 1. siječnja 2020.	1.008.811	(73.064)	1.728.691	2.664.438	5.363	2.669.801	
Sveobuhvatna dobit:							
Neto dobit razdoblja	-	-	147.643	147.643	(732)	146.911	
Zaštita novčanog toka, neto od poreza	-	3.644	-	3.644	-	3.644	
Ostala sveobuhvatna dobit	-	32.453	-	32.453	61	32.514	
Ukupno sveobuhvatna dobit razdoblja	-	36.097	147.643	183.740	(671)	183.069	
Transakcije s vlasnicima:							
Otkup vlastitih dionica	(11.022)	-	-	(11.022)	-	(11.022)	
Isplata s temelja dionica	9.636	-	-	9.636	-	9.636	
Dividenda za 2019. godinu	-	-	(83.186)	(83.186)	-	(83.186)	
Prijenos	-	737	(737)	-	-	-	
Stanje 30. lipnja 2020.	1.007.425	(36.230)	1.792.411	2.763.606	4.692	2.768.298	
Stanje 1. siječnja 2021.	1.007.576	(51.451)	1.985.908	2.942.033	5.952	2.947.985	
Sveobuhvatna dobit:							
Neto dobit razdoblja	-	-	217.477	217.477	52	217.529	
Zaštita novčanog toka, neto od poreza	-	8.443	-	8.443	-	8.443	
Ostali sveobuhvatni gubitak	-	(13.703)	-	(13.703)	(37)	(13.740)	
Ukupno sveobuhvatna dobit razdoblja	-	(5.260)	217.477	212.217	15	212.232	
Transakcije s vlasnicima:							
Otkup vlastitih dionica	(18.439)	-	-	(18.439)	-	(18.439)	
Isplata s temelja dionica	16.839	-	-	16.839	-	16.839	
Dividenda za 2020. godinu	-	-	(133.094)	(133.094)	-	(133.094)	
Prijenos	-	1.767	(1.767)	-	-	-	
Stanje 30. lipnja 2021.	1.005.976	(54.944)	2.068.524	3.019.556	5.967	3.025.523	

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O NOVČANOM TOKU

u tisućama kuna, nerevidirano	Siječanj - Lipanj 2021.	Siječanj - Lipanj 2020.
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti		
Neto dobit razdoblja	217.529	146.911
Porez na dobit	36.932	35.504
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	125.751	121.700
Dobitak od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme	(835)	(256)
Ispravak vrijednosti kratkotrajne imovine	9.646	12.912
Tečajne razlike - neto	(1.553)	6.413
Smanjenje rezerviranja za rizike i troškove	(27.953)	(22.263)
Gubitak od svođenja na fer vrijednost financijske imovine	3.743	135
Isplata s temelja dionica	16.839	9.636
Prihodi od kamata	(545)	(762)
Rashodi od kamata	8.565	13.616
Ostale nenovčane promjene - neto	(7.016)	11.050
Promjene u radnom kapitalu:		
Povećanje zaliha	(76.013)	(82.325)
(Povećanje)/smanjenje kratkoročnih potraživanja	(75.181)	115.875
Povećanje/(smanjenje) kratkoročnih obveza	186.207	(5.191)
Novac generiran poslovanjem	416.116	362.955
Plaćene kamate	(8.314)	(13.213)
Plaćeni porez na dobit	(53.701)	(30.518)
	354.101	319.224
Novčani tok korišten za investicijske aktivnosti		
Nabava nekretnina, postrojenja i opreme i nematerijalne imovine	(123.187)	(141.270)
Primici od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme i nematerijalne imovine	11.944	435
Stjecanje podružnice i primici od prodaje podružnica - neto od novca u prodanim podružnicama	-	29.491
Dani krediti i depoziti	(747)	(3.779)
Otplata danih kredita i depozita	4.193	1.113
Primljene kamate	545	762
	(107.252)	(113.248)
Novčani tok (korišten za) / iz financijskih aktivnosti		
Otkup vlastitih dionica	(18.439)	(11.022)
Primici od primljenih kredita, neto od plaćenih naknada	-	343.678
Otplata primljenih kredita	(174.910)	(211.014)
Otplata glavnice po najmovima	(46.286)	(43.076)
	(239.635)	78.566
Neto povećanje novca i novčanih ekvivalenata	7.214	284.542
Novac i novčani ekvivalenti na početku razdoblja	426.513	384.526
Novac i novčani ekvivalenti na kraju razdoblja	433.727	669.068

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 Barcaffé, s rasponom brendova iz segmenta pića - Cockta, Donat i Cedevita, s portfeljem brendova iz segmenta slatko i slano - Smoki, Najlepše želje i Bananica te brendom Argeta iz segmenta delikatesnih namaza. Dodatno, Grupa je vlasnik vodećeg ljekarničkog lanca u Hrvatskoj pod brendom Farmacia. S vlastitom distribucijskom mrežom u Hrvatskoj, Sloveniji, Srbiji, Austriji i Sjevernoj Makedoniji, Grupa isto tako distribuira niz proizvoda vanjskih partnera. Grupa ima proizvodna postrojenja u Hrvatskoj, Sloveniji, Srbiji, Bosni i Hercegovini i Sjevernoj Makedoniji s društvima i predstavništvima u 12 zemalja. Grupa svoje proizvode izvozi na više od 40 tržišta diljem svijeta.

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

Dionice Društva kotiraju na Vodećem tržištu Zagrebačke burze.

Sažete konsolidirane financijske izvještaje Grupe za šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja 2021. godine odobrila je Uprava Društva u Zagrebu 28. srpnja 2021. godine.

Sažeti konsolidirani financijski izvještaji nisu revidirani.

BILJEŠKA 2 – OSNOVA SASTAVLJANJA I RAČUNOVODSTVENE POLITIKE

2.1. OSNOVA SASTAVLJANJA

Sažeti konsolidirani financijski izvještaji za šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja 2021. godine sastavljeni su sukladno Međunarodnom računovodstvenom standardu 34 – Financijsko izvještavanje u toku godine, kojeg je odobrila Europska Unija (EU).

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

2.2. VREMENSKA NEOGRANIČENOST POSLOVANJA

Uprava Društva smatra kako Grupa raspolaže s dovoljno resursa za nastavak rada u doglednoj budućnosti te nije utvrdila značajne neizvjesnosti vezane uz poslovne događaje i uvjete koji mogu dovesti u sumnju vremensku neograničenost poslovanja Grupe. Sukladno tome, sažeti konsolidirani financijski izvještaji za šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja 2021. godine sastavljeni su po načelu vremenske neograničenosti poslovanja.

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

2.3. ZNAČAJNE RAČUNOVODSTVENE POLITIKE

Sažeti konsolidirani financijski izvještaji za šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja 2021. godine pripremljeni su temeljem istih računovodstvenih politika, prikaza i metoda izračuna koji su se koristili prilikom pripreme godišnjih konsolidiranih financijskih izvještaja Grupe na dan 31. prosinca 2020. godine.

2.4. SEZONSKI UTJECAJ

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

BILJEŠKA 3 – KLJUČNE RAČUNOVODSTVENE PROCJENE

Prilikom izrade sažetih konsolidiranih financijskih izvještaja za šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja 2021. godine nije bilo promjena u ključnim računovodstvenim procjenama u odnosu na procjene korištene prilikom izrade godišnjih konsolidiranih financijskih izvještaja Grupe na dan 31. prosinca 2020. godine.

Grupa je napravila procjenu postoje li indikacije umanjenja vrijednosti dugotrajne nematerijalne imovine, uključivo i promjene diskontnih stopa koje reflektiraju trenutno stanje premija rizika na pojedinim tržištima te za šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja 2021. godine nije priznato umanjenje vrijednosti iste.

BILJEŠKA 4 – INFORMACIJE O SEGMENTIMA

Model poslovanja Grupe organiziran je kroz pet strateških poslovnih područja i dva poslovna područja. Od 1. siječnja 2021. godine uspostavljeno je poslovno područje Novi rast koje obuhvaća nove brendove Atlantic Grupe.

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

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

SPP – Strateško poslovno područje

SDP – Strateško distribucijsko područje

PP – Poslovno područje

DP – Distribucijsko područje

Strateško poslovno vijeće odgovorno je za strateška i operativna pitanja. Zbog efikasnijeg upravljanja pojedinačnim poslovnim i distribucijskim područjima, organizacijska područja ujedinjavaju zajedno slične poslovne aktivnosti ili proizvode, zajednička tržišta ili kanale prodaje.

BILJEŠKA 4 – INFORMACIJE O SEGMENTIMA (nastavak)

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

Strateško poslovno vijeće prati poslovne rezultate segmenata zasebno u svrhu donošenja odluka o alokaciji resursa i ocjeni poslovanja. Ocjenjivanje uspjeha operativnih segmenata temeljeno je na dobiti ili gubitku iz poslovanja. Na razini Grupe upravlja se prihodima i rashodima od financiranja i porezom na dobit te oni nisu alocirani po operativnim segmentima.

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

Prihodi od prodaje*	Sij. - Lip. 2021.	Sij. - Lip. 2020.
<i>(u tisućama kuna)</i>		
SPP Kava	552.557	500.916
SPP Delikatesni namazi	448.029	422.950
SPP Slatko i slano	316.830	297.423
SPP Pharma	279.381	258.448
SPP Pića	256.993	221.444
PP Donat	113.694	98.218
SDP Hrvatska	641.665	580.260
SDP Srbija	598.858	545.809
SDP Slovenija	481.795	460.160
Ostali segmenti	437.540	380.762
Usklada	(1.429.513)	(1.306.935)
Ukupno	2.697.829	2.459.455

* Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2021. godinu

BILJEŠKA 4 - INFORMACIJE O SEGMENTIMA (nastavak)

Poslovni rezultati <i>(u tisućama kuna)</i>	EBITDA *	
	Sij. - Lip. 2021.	Sij. - Lip. 2020.
SPP Kava	139.324	121.023
SPP Delikatesni namazi	107.143	121.504
PP Donat	56.476	52.802
SPP Slatko i slano	56.451	51.335
SPP Pića	55.627	45.166
SPP Pharma	19.800	21.558
SDP Hrvatska	36.504	34.651
SDP Slovenija	30.433	28.211
SDP Srbija	24.881	18.008
Ostali segmenti	(139.415)	(170.114)
Ukupno	387.224	324.144

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.

	2021.	2020.
Neto dobit dioničarima <i>(u tisućama kuna)</i>	217.477	147.643
Prosječno ponderirani broj dionica	3.327.112	3.326.885
Osnovna zarada po dionici <i>(u kunama)</i>	65,37	44,38

Razrijeđena zarada po dionici

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

* Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2021. godinu

BILJEŠKA 6 – DUGOTRAJNA MATERIJALNA I NEMATERIJALNA IMOVINA

Tijekom šestomjesečnog razdoblja završenog 30. lipnja 2021. godine, Grupa je uložila 108.225 tisuća kuna u nabavku nekretnina, postrojenja i opreme te nematerijalne imovine (2020.: 123.166 tisuća kuna).

BILJEŠKA 7 – ZALIHE

Tijekom šestomjesečnog razdoblja završenog 30. lipnja 2021. godine, Grupa je iskazala vrijednosno usklađenje zaliha u iznosu od 5.920 tisuća kuna (2020.: 8.109 tisuća kuna) uslijed oštećenja i kratkog roka trajanja. Ovaj trošak uključen je u „Ostale troškove poslovanja“.

BILJEŠKA 8 – ISPLATA DIVIDENDE

Prema odluci Glavne skupštine Društva održane 16. lipnja 2021. godine, odobrena je isplata dividende u iznosu od 40,00 kuna po dionici odnosno sveukupno 133.094 tisuće kuna (2020.: 25,00 kuna po dionici odnosno sveukupno 83.186 tisuća kuna). Isplata dividende realizirana je u srpnju 2021. godine te je na dan 30. lipnja 2021. godine obveza za dividendu iskazana u bilanci unutar pozicije „Obveze prema dobavljačima i ostale obveze“.

BILJEŠKA 9 – RASHODI OD FINANCIRANJA – NETO

<i>(u tisućama kuna)</i>	<u>Sij.-Lip. 2021.</u>	<u>Sij.-Lip. 2020.</u>
Financijski prihodi		
Dobici od tečajnih razlika po primljenim kreditima i obvezama po najmovima	2.817	11.607
	<u>2.817</u>	<u>11.607</u>
Financijski rashodi		
Rashodi od kamata po obvezama po najmovima	(4.296)	(4.775)
Rashodi od kamata po primljenim kreditima od banaka	(1.901)	(5.379)
Rashodi od kamata po obveznicama	(1.435)	(3.202)
Ostali rashodi od kamata	(933)	(260)
Rashodi od kamata - ukupno	<u>(8.565)</u>	<u>(13.616)</u>
Gubici od tečajnih razlika po primljenim kreditima i obvezama po najmovima	(1.264)	(18.020)
	<u>(9.829)</u>	<u>(31.636)</u>
Rashodi od financiranja - neto	<u>(7.012)</u>	<u>(20.029)</u>

BILJEŠKA 10 – ODNOSI S POVEZANIM STRANKAMA

Poslovne transakcije s povezanim strankama koje se odnose na stanja u bilanci na dan 30. lipnja 2021. godine i 31. prosinca 2020. godine i stavke računa dobiti i gubitka za šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja su kako slijedi:

<i>(u tisućama kuna)</i>	<u>30. lipnja 2021.</u>	<u>31. prosinca 2020.</u>
POTRAŽIVANJA		
Kratkoročna potraživanja		
Ostale povezane stranke	97.725	75.826
OBVEZE		
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze		
Ostale povezane stranke	2.476	1.918
	<u>Sij.-Lip. 2021.</u>	<u>Sij.-Lip. 2020.</u>
PRIHODI		
Prihodi od prodaje		
Ostale povezane stranke	241.448	218.631
Ostali prihodi		
Ostale povezane stranke	366	358
RASHODI		
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje		
Ostale povezane stranke	1.635	1.343
Ostali troškovi poslovanja		
Ostale povezane stranke	1.079	1.196
Nabava imovine		
Ostale povezane stranke	-	623

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 šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja 2021. godine sastavljeni su uz primjenu odgovarajućih standarda financijskog izvještavanja te daju cjelovit i istinit prikaz imovine i obveza, gubitaka i dobitaka, financijskog položaja i poslovanja Društva i ovisnih društava (zajedno – „Grupe“).

Izvještaj Uprave Društva za razdoblje od 1. siječnja do 30. lipnja 2021. godine sadržava istinit prikaz razvoja i rezultata poslovanja i položaja Grupe, uz opis najznačajnijih rizika i neizvjesnosti kojima je Grupa izložena.

Sažete konsolidirane nerevidirane financijske izvještaje Grupe za šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja 2021. godine odobrila je Uprava društva Atlantic Grupa d.d. na sjednici održanoj 28. srpnja 2021. godine.



Zoran Stanković
Potpredsjednik Grupe za financije, nabavu i investicije



Tatjana Ilinčić
Direktorica Korporativnog izvještavanja i konsolidacije

Kontakt:

Atlantic Grupa d.d.

Miramarska 23

10 000 Zagreb

Hrvatska

Tel: +385 1 2413 322

E-mail: ir@atlanticgrupa.com

ATLANTIC GRUPA d.d.

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

Tvrtka je upisana: Trgovački sud u Zagrebu

MBS: 080245039

MB: 1671910

OIB: 71149912416

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

Broj dionica i njihov nominalni iznos: 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

