

ATLANTIC

GRUPA

FINANCIJSKI REZULTATI
U PRVOM POLUGODIŠTU 2022. GODINE
(nerevidirano)

Zagreb, 28. srpnja 2022. godine



3	KOMENTAR PREDSEDNIKA UPRAVE
4	KLJUČNI DOGAĐAJI
10	DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE
18	DINAMIKA PROFITABILNOSTI
21	FINANCIJSKI POKAZATELJI
23	OČEKIVANJA ZA 2022. GODINU
24	DEFINICIJA I USKLADA ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI (APM)
30	KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI



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

“Atlantic Grupa u prvom polugodištu 2022. godine nastavlja ostvarivati značajan rast prihoda u odnosu na isto razdoblje prethodne godine, a unatoč svim izazovima s kojima se suočavamo. Rast prihoda je ostvaren u svim poslovnim i distribucijskim područjima zahvaljujući odličnim prodajnim rezultatima vlastitih i principalskih brendova, kao posljedica bolje epidemiološke situacije na svim tržištima i ukidanju mjera za suzbijanje pandemije, koje su bile na snazi prethodne godine posebno u HoReCa kanalu. Također, dio porasta prihoda rezultat je dizanja prodajnih cijena kojima smo samo djelomično kompenzirali negativne utjecaje značajnih poskupljenja ključnih sirovina, pakirnog materijala, energenata i usluga što je, kao što smo početkom godine i najavili, dovelo do pada profitabilnosti.

S ciljem provođenja strategije dezinvestiranja manjih i non-core djelatnosti, krajem lipnja smo prodali proizvodnu lokaciju Palanački kiseljak, osnažujući istovremeno fokus na područja koja predstavljaju ključne generatore rasta i temelj transformacije za budućnost.

Sa zadovoljstvom smo lansirali novo ruho i priču prirodne mineralne vode Kala i Kalnička te smo prvi na tržištu predstavili bocu s neodvojivim čepom čime doprinosimo očuvanju okoliša. Također, krajem svibnja smo uspješno predstavili i novu inovaciju Atlantica - *coffeeshop* lanac Ziggy's coffee. Vrijedno je spomenuti i novu članicu obitelji Cockta - Cockta Blondie te novi dizajn Bakine Tajne.

U srpnju smo isplatili povijesno najvišu dividendu te smo donijeli odluku o podjeli dionica.

U situaciji ekonomske nestabilnosti briga za zaposlenike dobiva na posebnoj važnosti. Atlantic Grupa je usredotočena na održavanje pune zaposlenosti i daljnje ulaganje u svoje zaposlenike. Unatoč složenoj gospodarskoj situaciji, u drugoj polovici 2022. godine očekujemo nesmetani nastavak proizvodnje i kontinuirane opskrbe naših kupaca i potrošača, ali i nastavak snažnih inflatornih pritisaka.“

KLJUČNI DOGAĐAJI U PRVOM POLUGODIŠTU 2022. GODINE

NASTAVAK ZNAČAJNOG RASTA PRIHODA UZ PAD PROFITABILNOSTI

PRIHODI OD PRODAJE U IZNOSU OD 2.993,3 MILIJUNA KUNA

+11,0% u odnosu na prvo polugodište 2021. godine

+12,3%* normalizirano za utjecaj dezinvestiranog poslovanja

DOBIT PRIJE KAMATA, POREZA I AMORTIZACIJE (EBITDA*) OD 334,8 MILIJUNA KUNA

-13,6% u odnosu na prvo polugodište 2021. godine (-13,6% kada isključimo jednokratne stavke*)

DOBIT PRIJE KAMATA I POREZA OD 203,6 MILIJUNA KUNA (EBIT*)

-22,1% u odnosu na prvo polugodište 2021. godine (-22,3% kada isključimo jednokratne stavke*)

NETO DOBIT* OD 167,4 MILIJUNA KUNA

-23,1% u odnosu na prvo polugodište 2021. godine (-24,9% kada isključimo jednokratne stavke*)

FINANCIJSKI SAŽETAK PRVOG POLUGODIŠTA 2022. GODINE

Ključni pokazatelji	1.-6. 2022.	1.-6. 2021.	1.-6. 2022./ 1.-6. 2021.
Prihod od prodaje (u milijunima kuna)	2.993,3	2.697,8	11,0%
Ukupan prihod (u milijunima kuna)	3.032,9	2.734,2	10,9%
Normalizirana EBITDA marža*	11,0%	14,2%	-313 bb
Normalizirana neto dobit* (u milijunima kuna)	158,0	210,5	(24,9%)
	30.6.2022.	31.12.2021.	
Pokazatelj zaduženosti*	12,1%	12,7%	-64 bb

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2022. godinu.

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

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. COCKTA BLONDIE: NOVA LEGENDA JE NA POLICAMA

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

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

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

4. 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 je pomaknula još jednu važnu granicu jer je postala 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.

5. 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, svježe doze 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.

6. 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.

7. REKORDNA DIVIDENDA I PODJELA DIONICA



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

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

8. KALA I KALNIČKA U NOVOM RUHU I S NOVOM PRIČOM



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

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

9. DIGGIT NAGRADE ZA COCKTU, DONAT I JIMMY FANTASTIC



Konferencija o digitalnim trendovima već sedmu godinu poziva sve slovenske agencije i poduzeća da prijave svoja digitalna rješenja koja na inovativan i kreativan način iskorištavaju prednosti digitalnog okruženja. Svoje najbolje digitalne radove predstavili su 12. svibnja 2022. u studiju Viba film u Ljubljani.

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

10. SLETIO JE ZIGGY'S COFFEE



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

11. SOCIAL MEDIA SUMMIT: PRIZNANJA ZA GRAND KAFU I INSTA GRAND



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

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

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

12. ZLATNA KOŠARICA 2022. ZA ARGETU



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

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

13. ATLANTIC NAŠAO STRATEŠKOG PARTNERA ZA PALANAČKI KISELJAK



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

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

14. BAKINA TAJNA: NOVO POGLAVLJE DOBRIH, STARIH OKUSA



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

Bakina Tajna proizvodi dobili su i oznaku V label (vegan friendly), čime smo se približili dodatno kupcima koji njeguju takav način života. Ajvar je sada potpuno bez aditiva, na što smo posebno ponosni, a ljuti ajvar je dodatno unaprijeđen te sada garantira vatrene zalogaje. Ovog ljeta u ponudu stižu i potpuno novi proizvodi. Također, u pripremi je i potpuno nova službena web stranica, sa svježim dizajnom i sadržajem.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM POLUGODIŠTU 2022. GODINE

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

(u milijunima kuna)	1.-6. 2022.	1.-6. 2021.	1.-6. 2022./ 1.-6. 2021.
SPP Kava	637,0	552,6	15,3%
SPP Delikatesni namazi	495,5	448,0	10,6%
SPP Slatko i slano	331,0	316,8	4,5%
SPP Pića	316,3	257,0	23,1%
SPP Ljekarničko poslovanje	285,5	248,1	15,1%
PP Donat	120,1	113,7	5,7%
SDP Hrvatska	712,1	641,7	11,0%
SDP Srbija	688,0	598,9	14,9%
SDP Slovenija	517,0	481,8	7,3%
Ostali segmenti*	452,5	470,3	(3,8)%
Usklada**	(1.561,8)	(1.431,0)	n/p
Prihod od prodaje	2.993,3	2.697,8	11,0%

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2022. godinu.

Atlantic Grupa je u prvom polugodištu 2022. godine ostvarila 3,0 milijardi kuna prihoda od prodaje što predstavlja značajan rast od 11,0% u odnosu na isto razdoblje prethodne godine. Rast prihoda ostvaren je u svim poslovnim i distribucijskim područjima zahvaljujući izvrsnim rezultatima većine, kako vlastitih, tako i principalskih brendova. Najveći postotni rast prodaje ostvarili su Strateška poslovna područja Pića, Kava, Delikatesni namazi te Ljekarnički lanac Farmacia. Rast prodaje je ostvaren zahvaljujući boljoj epidemiološkoj situaciji na svim tržištima te ukidanju 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 12,3%***.

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 dezinvestirano poslovanje dječje hrane Bebi, PP Novi rast, DP Austriju, DP Rusija, Globalno upravljanje mrežom distributera i DP Makedoniju.

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

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

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM POLUGODIŠTU 2022. GODINE



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE KAVA ostvarilo je dvoznamenkastu stopu rasta prihoda zahvaljujući primarno rastu prihoda od prodaje na svim regionalnim tržištima, pri čemu je najviši rast ostvaren na tržištima Srbije, Bosne i Hercegovine i Slovenije. 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 ukidanja mjera za sprečavanje COVID-19 pandemije 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.



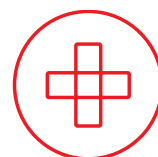
STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE DELIKATESNI NAMAZI bilježi dvoznamenkasti rast prihoda kao posljedica rasta prodaje na gotovo svim regionalnim tržištima, pri čemu se posebno ističu tržišta Kosova, Srbije i Bosne i Hercegovine, čime je u potpunosti nadoknađen pad prodaje na tržištima Njemačke, Francuske i Sjedinjenih Američkih Država. Od tržišta van regije valja istaknuti značajan doprinos prodaje na tržištu Austrije. 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 Makedonije. Gledano po kategorijama, rast ostvaruju gotovo sve kategorije od kojih se posebno ističe čokolada pod brendom Najlepše želje te dvoznamenkasti rast vafla pod brendom Štark Napolitanke i Prima štapića. Pozitivan utjecaj na prihode ovog Strateškog područja imao je porast prodajnih cijena kao posljedica značajnog rasta cijena ključnih sirovina i pakirnog materijala, dok je u kategorijama čokolada, štapići i napolitanke ostvaren i količinski rast.



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 Slovenije. Značajan rast prodaje ostvarili su brendovi Cockta i Cedevita, pri čemu se posebno ističe rast prodaje u HoReCa kanalu i rast prodaje Cockte namijenjene konzumaciji kod kuće. Rastu prodaje ovog segmenta je doprinijela prodaja nove Cockte Blondie, ukidanje mjera za sprečavanje COVID-19 pandemije u HoReCa kanalu, te uspješan početak turističke sezone u Hrvatskoj.



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 akvizicija zdravstvenih ustanova Sv. Kuzma i Damjan.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM POLUGODIŠTU 2022. GODINE



Rast prihoda od prodaje bilježi POSLOVNO PODRUČJE DONAT zahvaljujući rastu prodaje ponajprije na tržištu Slovenije i Rusije te na tržištima Hrvatske i Austrije.



STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE HRVATSKA nastavlja bilježiti dvoznamenkaste stope rasta kao posljedica izvrsnih rezultata vlastitih i principalskih brendova. Među vlastitim brendovima rast bilježe gotovo sve kategorije, pri čemu se osobito ističu – proizvodi na bazi zobi pod brendom Boom Box, Argeta u segmentu delikatesnih namaza, brendovi Cedevita i Cockta u maloprodajnom kanalu, sendviči pod brendom Montana te svježe pržene mljevene kave pod brendom Barcaffé. 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 ukidanje restriktivnih mjera za suzbijanje pandemije, prvenstveno u HoReCa kanalu te uspješan početak turističke sezone u Hrvatskoj.

Dvoznamenkasti rast prihoda od prodaje bilježi STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SRBIJA kao posljedica rasta prodaje svježe pržene mljevene kave pod brendovima Grand kafa i Bonito, čokolade pod brendom Najlepše želje i vafla pod brendom Štark Napolitanke u segmentu slatko i slano, Argete u segmentu delikatesnih namaza, Boom Box proizvoda na bazi zobi, Cedevite i Cockte u HoReCa i maloprodajnom kanalu te Cedevite GO u segmentu pića. Među principalima se ističu Red Bull, Rauch i novi principal Intersnack. Također, rastu ovog područja pridonio je i rast prodaje HoReCa kanala uslijed ukidanja mjera za suzbijanje pandemije.

Značajan rast prihoda od prodaje bilježi STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SLOVENIJA zahvaljujući rastu vlastitih i principalskih brendova. Među vlastitim se ističu - svježe pržena mljevena kava pod brendom Barcaffé, Argeta u segmentu delikatesnih namaza, funkcionalna voda Donat te Cedevita i Cockta u HoReCa i maloprodajnom kanalu. Snažnu prodaju također bilježi espresso kava pod brendom Barcaffé u HoReCa kanalu. Među principalskim brendovima se ističu Rauch i Saponia.

OSTALI SEGMENTI bilježe pad prodaje uslijed dezinvestiranog brenda dječje hrane Bebi u 2021. godini. Ukoliko isključimo navedeni utjecaj, Ostali segmenti bilježe rast od 11,0%* uz rast svih područja.

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

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

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM POLUGODIŠTU 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, svježe pržene mljevene kave pod brendom Grand kafa te Prima štapića u segmentu slatko i slano.

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

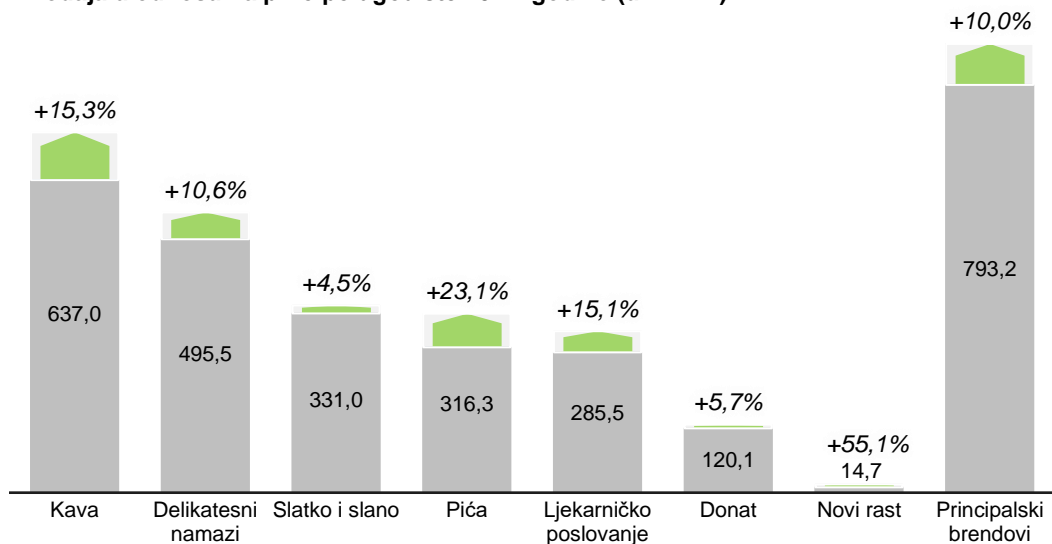
DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE RUSIJA bilježi rast prihoda od prodaje zahvaljujući rastu prodaje funkcionalne vode Donat.

Pozitivan utjecaj na prihode svih Distribucijskih područja imao je porast prodajnih cijena kao posljedica značajnog rasta cijena ključnih sirovina, pakirnog materijala, energenata i usluga.

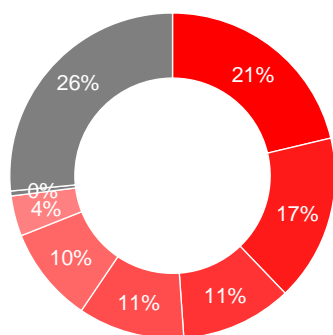
DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM POLUGODIŠTU 2022. GODINE

PREGLED PRIHODA OD PRODAJE PO SEGMENTIMA

Prodaja u odnosu na prvo polugodište 2021. godine (u mHRK)

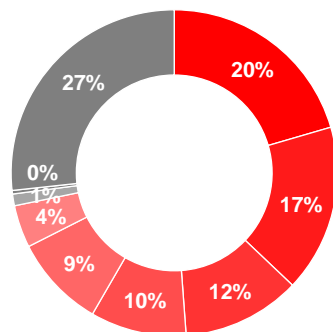


1.-6. 2022.



- Kava 21,3%
- Delikatesni namazi 16,6%
- Slatko i slano 11,1%
- Pića 10,5%
- Ljekarničko poslovanje 9,5%
- Donat 4,0%
- Novi rast 0,5%
- Principalski brendovi 26,5%

1.-6. 2021.



- Kava 20,5%
- Delikatesni namazi 16,6%
- Slatko i slano 11,7%
- Pića 9,5%
- Ljekarničko poslovanje 9,2%
- Donat 4,2%
- Ostalo* 1,2%
- Novi rast 0,4%
- Principalski brendovi 26,7%

* Dezinvestirano poslovanje dječje hrane Bebi

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM POLUGODIŠTU 2022. GODINE

PREGLED PRIHODA OD PRODAJE PO TRŽIŠTIMA

(u milijunima kuna)	1.-6. 2022.	% prihoda od prodaje	1.-6. 2021.	% prihoda od prodaje	1.-6. 2022./ 1.-6. 2021.
Hrvatska	999,0	33,4%	893,6	33,1%	11,8%
Srbija	696,9	23,3%	606,6	22,5%	14,9%
Slovenija	523,1	17,5%	482,1	17,9%	8,5%
Bosna i Hercegovina	233,7	7,8%	201,1	7,5%	16,2%
Ostala tržišta regije*	262,8	8,8%	225,3	8,4%	16,6%
Ključna europska tržišta**	170,0	5,7%	156,0	5,8%	9,0%
Rusija i ZND	42,2	1,4%	72,3	2,6%	(41,7%)
Ostala tržišta	65,7	2,1%	60,9	2,2%	8,0%
Prihod od prodaje	2.993,3	100,0%	2.697,8	100,0%	11,0%

*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 ukidanja mjera za suzbijanje pandemije, prvenstveno u HoReCa kanalu u odnosu na prethodnu godinu i uspješnog početka turističke sezone. Rast prihoda ostvaren je od: (i) većine vlastitih brendova pri čemu su najveći rast ostvarili proizvodi na bazi zobi pod brendom Boom Box, brendovi Cedevita, Cockta i espresso kave pod brendom Barcaffé u HoReCa kanalu, sendviči pod brendom Montana te svježe pržene mljevene kave pod brendom Barcaffé, (ii) ljekarničkog lanca Farmacia te (iii) vanjskih principala od kojih su najveći rast iskazali Ferrero, Mars i Hipp.

Dvoznamenkasti rast prihoda nastavlja bilježiti TRŽIŠTE SRBIJE i to prvenstveno od vlastitih brendova pri čemu se ističu: (i) svježe pržena mljevena kava pod brendom Grand kafa i Bonito u segmentu kave, (ii) čokolada pod brendom Najlepše želje i vafla pod brendom Štark Napolitanke u segmentu slatko i slano, (iii) brendovi Cockta i Cedevita u segmentu pića (iv) Argeta u segmentu delikatesnih namaza te (v) novog brenda Boom Box. Od principalskih brendova rast dolazi od Red Bulla, Raucha i novog principala Intersnacka.

TRŽIŠTE SLOVENIJE bilježi značajan 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 Rauch i Saponia.

TRŽIŠTE BOSNE I HERCEGOVINE bilježi značajan rast od 16,2% koji se temelji na rastu prodaje od: (i) svježe pržene mljevene kave pod brendom Grand kafa, (ii) Argete u segmentu delikatesnih namaza, (iii) Cedevite i Cockte u segmentu pića te (iv) novih proizvoda na bazi zobi pod brendom Boom Box.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM POLUGODIŠTU 2022. GODINE



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 Cedevite u segmentu pića.

Značajan rast prodaje od 9,0% je zabilježen na KLJUČNIM EUROPSKIM TRŽIŠTIMA pri čemu se ističu dvoznamenkaste stope rasta na tržištima Austrije i Švedske uslijed rasta prodaje Argete u segmentu delikatesnih namaza.

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 funkcionalne vode Donat. Ukoliko bismo isključili utjecaj dezinvestiranog poslovanja, odnosno prodaju brenda Bebi, ovo tržište bilježi rast od 2,5%*.

Značajan 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.

Potrebno je naglasiti da je dio porasta prihoda na svim tržištima rezultat dizanja prodajnih cijena zbog značajnog poskupljenja ključnih sirovina, pakirnog materijala, energenata i usluga.

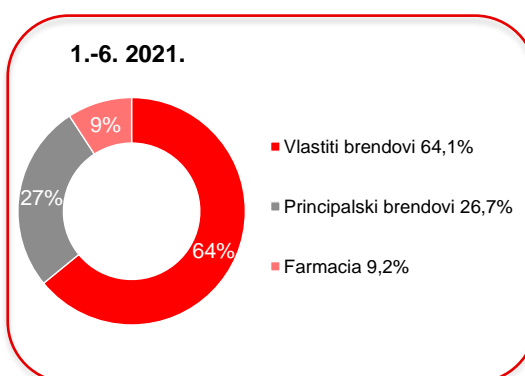
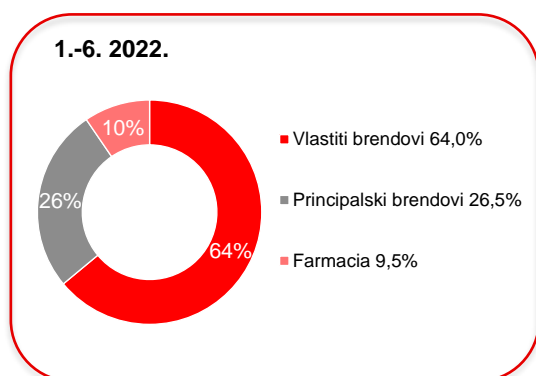
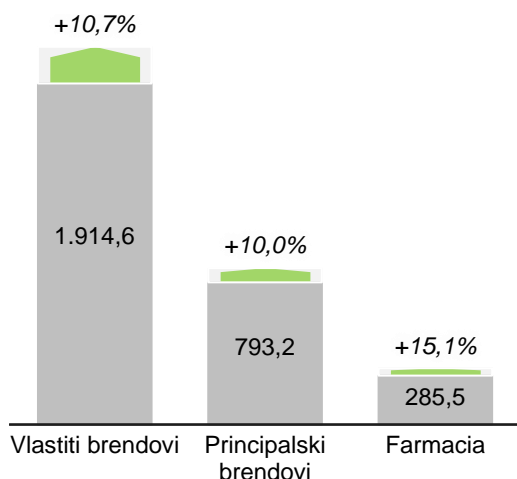
* Određene financijske mjere nisu definirane Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFI-evima). Za više detalja o korištenim Alternativnim pokazateljima uspješnosti (eng. Alternative Performance Measures (APM)) pogledajte u poglavlju „Definicija i usklada Alternativnih pokazatelja uspješnosti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

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM POLUGODIŠTU 2022. GODINE

PROFIL PRIHODA OD PRODAJE PO PROIZVODNIM KATEGORIJAMA



Prodaja u odnosu na prvo polugodište 2021. godine (u mHRK)



Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2022. godinu.

U prvom polugodištu 2022. godine VLASTITI BRENDOVI zabilježili su prihode od prodaje u iznosu od 1.914,6 milijuna kuna što predstavlja rast od 10,7% 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, (v) funkcionalna voda Donat te (vi) proizvodi na bazi zobi pod brendom Boom Box. Ukoliko isključimo utjecaj izostanka prihoda prodaje brenda Bebi, vlastiti brendovi ostvaruju rast prihoda od 12,8%*.

Značajan rast od 10,0% ostvarili su PRINCIPALSKI BRENDOVI sa 793,2 milijuna kuna prihoda od prodaje. Rast je u najvećoj mjeri ostvaren rastom prihoda od prodaje principala Raucha, Marsa i Red Bulla.

Ljekarnički lanac FARMACIA bilježi značajan rast od 15,1% ostvarivši prihode u visini od 285,5 milijuna kuna zahvaljujući rastu prodaje postojećih Farmacia lokacija, akviziciji novih zdravstvenih ustanova i višoj prodaji uslijed povećane potražnje za COVID-19 asortimanom. Na 30. lipnja 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 (APM)“.

DINAMIKA PROFITABILNOSTI U PRVOM POLUGODIŠTU 2022. GODINE

DINAMIKA PROFITABILNOSTI

(u milijunima kuna)	1.-6. 2022.	1.-6. 2021.	1.-6. 2022./ 1.-6. 2021.
Prihod od prodaje	2.993,3	2.697,8	11,0%
EBITDA*	334,8	387,2	(13,6%)
Normalizirana EBITDA*	330,0	381,9	(13,6%)
EBIT*	203,6	261,5	(22,1%)
Normalizirani EBIT*	199,0	256,2	(22,3%)
Neto dobit*	167,4	217,5	(23,1%)
Normalizirana Neto dobit *	158,0	210,5	(24,9%)
Profitne marže			
EBITDA marža*	11,2%	14,4%	-317 bb
Normalizirana EBITDA marža*	11,0%	14,2%	-313 bb
EBIT marža*	6,8%	9,7%	-289 bb
Normalizirana EBIT marža*	6,6%	9,5%	-285 bb
Neto profitna marža*	5,6%	8,1%	-247 bb
Normalizirana Neto profitna marža*	5,3%	7,8%	-252 bb

U prvom polugodištu 2022. godine EBITDA iznosi 334,8 milijuna kuna, što predstavlja pad od 13,6% u odnosu na isto razdoblje prošle godine, a isti je postotni pad ukoliko isključimo utjecaj jednokratnih stavki. Na pad normalizirane EBITDA najveći utjecaj su imali viši troškovi sirovina i pakirnog materijala, energije, transportnih i logističkih troškova, ostalih operativnih troškova (viši troškovi reprezentacije, poslovnih putovanja i goriva) te ulaganja u ljudske resurse. Navedeni negativan utjecaj je nadmašio rast prodaje svih poslovnih i distribucijskih područja, od kojih se najviše ističe rast prodaje strateških poslovnih područja Kave, Delikatesnih namaza i Pića te ljekarničkog lanca Farmacia.

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, a cijenu sirove kave dodatno je opteretilo i snažno jačanje američkog dolara.

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%.

Trošak energenata koje koristimo u našim proizvodnim procesima u prosjeku je viši za preko 60% no u prvom polugodištu prethodne godine.

Uz prethodno opisano, normalizirana neto dobit bilježi pad od 24,9% uslijed negativnog utjecaja tečajnih razlika do kojeg je primarno došlo zbog blage deprecijacije kune u odnosu na euro, a unatoč nešto nižim troškovima kamata.

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

DINAMIKA PROFITABILNOSTI U PRVOM POLUGODIŠTU 2022. GODINE

STRUKTURA OPERATIVNIH TROŠKOVA

(u milijunima kuna)	1.-6. 2022.	% prihoda od prodaje	1.-6. 2021.	% prihoda od prodaje	1.-6. 2022./ 1.-6. 2021.
Nabavna vrijednost prodane robe	852,2	28,5%	773,2	28,7%	10,2%
Promjene vrijednosti zaliha	(23,6)	(0,8%)	0,7	0,0%	n/p
Proizvodni materijal	933,7	31,2%	700,2	26,0%	33,4%
Energija	47,2	1,6%	29,2	1,1%	61,7%
Usluge	180,5	6,0%	169,2	6,3%	6,7%
Troškovi osoblja	476,2	15,9%	446,5	16,6%	6,6%
Troškovi marketinga i prodaje	154,9	5,2%	153,4	5,7%	1,0%
Ostali operativni troškovi	85,1	2,8%	70,5	2,6%	20,7%
Ostali (dobici)/gubici - neto	(8,1)	(0,3%)	4,1	0,2%	n/p
Amortizacija	131,1	4,4%	125,8	4,7%	4,3%
Ukupni operativni troškovi*	2.829,3	94,5%	2.472,7	91,7%	14,4%

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

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

Troškovi energije rastu zbog veće proizvodnje vlastitih proizvoda te znatno više cijene energije u odnosu na isto razdoblje prošle godine.

Troškovi usluga bilježe značajan rast zbog veće prodaje i znatno viših transportnih i logističkih troškova, kao posljedica viših cijena goriva i plaća u odnosu na isto razdoblje prošle godine.

Najveći dio porasta troškova osoblja odnosi se na porast osnovnih plaća te viših varijabilnih isplata uslijed rasta prodaje. Dana 30. lipnja 2022. godine Atlantic Grupa zapošljava 5.473 osoba, što je 108 osoba manje nego na kraju istog razdoblja prošle godine.

Marketinški troškovi zadržani su otprilike na prošlogodišnjem nivou.

Ostali operativni troškovi bilježe značajan rast primarno kao posljedica viših troškova vezanih uz putovanja, troškova goriva i troškova reprezentacije. Valja spomenuti da su u istom razdoblju prošle godine ovi troškovi bili niži kao posljedica primjene mjera za suzbijanje COVID-19 pandemije (rad od kuće, restrikcije za poslovna putovanja, itd.).

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

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

DINAMIKA PROFITABILNOSTI U PRVOM POLUGODIŠTU 2022. GODINE

OPERATIVNI REZULTATI STRATEŠKIH POSLOVNIH PODRUČJA I STRATEŠKIH DISTRIBUCIJSKIH PODRUČJA

(u milijunima kuna)	1.-6. 2022.	1.-6. 2021.	1.-6. 2022./ 1.-6. 2021.
SPP Kava	112,9	138,8	(18,7%)
SPP Delikatesni namazi	95,5	107,0	(10,8%)
SPP Slatko i slano	28,6	55,7	(48,7%)
SPP Pića	51,9	56,5	(8,1%)
SPP Ljekarničko poslovanje	33,6	25,3	32,8%
PP Donat	55,2	58,7	(6,0%)
SDP Hrvatska	43,3	36,7	18,0%
SDP Srbija	27,5	26,9	2,1%
SDP Slovenija	23,3	26,2	(11,0%)
Ostali segmenti*	(137,0)	(144,6)	5,3%
Grupna EBITDA**	334,8	387,2	(13,6%)

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

SPP Ljekarničko poslovanje ostvarilo je značajno višu profitabilnost zbog više prodaje ljekarničkog lanca Farmacia, a unatoč višim troškovima osoblja.

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

OSTALI SEGMENTI: Ako isključimo jednokratnu dobit od 4,7 milijuna i utjecaj dezinvestiranog poslovanja dječje hrane Bebi, Ostali segmenti bilježe rast profitabilnosti kao posljedica nižih troškova centralnih funkcija, te rasta profitabilnosti DP Rusije, DP Austrije i DP Makedonije.

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2022. godinu

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

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

FINANCIJSKI POKAZATELJI U PRVOM POLUGODIŠTU 2022. GODINE

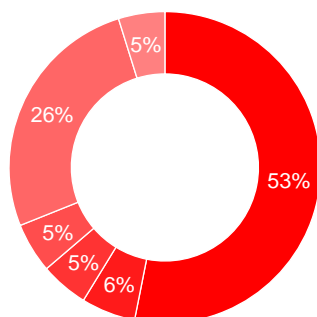
FINANCIJSKI POKAZATELJI

(u milijunima kuna)	30.6.2022.	31.12.2021.
Neto dug*	438,4	459,9
Ukupna imovina	5.999,2	5.452,9
Ukupno kapital i rezerve	3.187,4	3.152,5
Odnos kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza*	1,4	1,5
Pokazatelj zaduženosti*	12,1%	12,7%
Neto dug/EBITDA*	0,6	0,6
(u milijunima kuna)	1.-6. 2022.	1.-6. 2021.
Pokriće troška kamata*	45,7	44,6
Kapitalna ulaganja*	115,0	123,2
Slobodni novčani tok*	60,8	230,9
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti	175,8	354,1

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

- Pokazatelj zaduženosti niži je za 64 baznih bodova zahvaljujući smanjenju neto duga za 21,5 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 30. LIPNJA 2022. GODINE



- Ukupni kapital i rezerve 53,1%
- Dugoročne financijske obveze 5,6%
- Obveznica 5,0%
- Kratkoročne financijske obveze 5,2%
- Dobavljači i ostale obveze 26,3%
- Ostale obveze 4,8%

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

PREGLED KLJUČNIH STAVKI U KONSOLIDIRANOM IZVJEŠTAJU O NOVČANOM TOKU



Novčani tok od poslovnih aktivnosti bilježi pad kao posljedica kretanja radnog kapitala, primarno povećanja zaliha i potraživanja od kupaca, unatoč nižim novčanim odljevima vezanim uz financiranje i poreze. Važno je napomenuti da je povećanje 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. Povećanje vrijednosti zaliha je, između navedenog, uzrokovano i poskupljenjima sirovina i pakirnog materijala te gotovih proizvoda.

Kapitalna ulaganja u prvom polugodištu 2022. godine izvršavaju se prema Strateškim smjernicama Atlantic Grupe. Razvidna su kašnjenja u izvršenju pojedinih projekta uslijed zastoja u isporukama što je u skladu s globalnim kretanjima. 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 za proizvodnju keksa i vafla gdje je fokus na testiranju završenih komponenti opreme kod dobavljača. 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 instalacija 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 i dalje 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, uz izraženiji utjecaj u drugom polugodištu. U prvom polugodištu taj negativan utjecaj je samo na sirovinama, pakirnom materijalu i energiji premašio 220 milijuna kuna.

Također, uslijed sad već dugotrajnog rata u Ukrajini moguće su i dodatne indirektne 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 blago 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. Kašnjenja u isporukama određenih komponenti uslijed problema u dobavnim lancima mogli bi utjecati na dodatno smanjenje kapitalnih ulaganja u ovoj godini i njihovo prebacivanje na narednu godinu bez negativnih utjecaja na naše operativno poslovanje.

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.-6. 2022.	1.-6. 2021.	1.-6. 2022./ 1.-6. 2021.
Prodaja	2.993,3	2.697,8	11,0%
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Bebi	-	31,4	
Usporediva prodaja	2.993,3	2.666,5	12,3%

u milijunima kuna	SPP Ljekarničko poslovanje	Ostali segmenti
Objavljeno 1.-6. 2021.	279,4	439,0
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Bebi*	31,4	31,1
Usporediva prodaja 1.-6. 2021.	248,1	407,9
Objavljeno 1.-6. 2022.	285,5	452,5
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Bebi*	-	-
Usporediva prodaja 1.-6. 2022.	285,5	452,5
1.-6. 2022./1.-6. 2021.	15,1%	11,0%

u milijunima kuna	Rusija i ZND	Ostala tržišta
Objavljeno 1.-6. 2021.	72,3	60,9
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Bebi	31,2	0,2
Usporediva prodaja 1.-6. 2021.	41,1	60,6
Objavljeno 1.-6. 2022.	42,2	65,7
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Bebi	-	-
Usporediva prodaja 1.-6. 2022.	42,2	65,7
1.-6. 2022./1.-6. 2021.	2,5%	8,4%

u milijunima kuna	1.-6. 2022.	1.-6. 2021.	1.-6. 2022./ 1.-6. 2021.
Prodaja vlastitih brendova	1.914,6	1.728,9	10,7%
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Bebi	-	31,4	
Usporediva prodaja vlastitih brendova	1.914,6	1.697,5	12,8%

* 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 umanjeње 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 povrata poreza. 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. 2022.	1.-6. 2021.	1.-6. 2022./ 1.-6. 2021.
Dobit iz poslovanja	203,6	261,5	(22,1%)
Amortizacija i umanjeње vrijednosti	131,1	125,8	4,3%
EBITDA	334,8	387,2	(13,6%)
Troškovi/(dobit) po osnovi dezinvestiranja, neto	-	-	
COVID-19 troškovi	0,8	2,1	
Ostali jednokratni (prihodi)/troškovi, neto	(5,5)	(7,4)	
Normalizirana EBITDA	330,0	381,9	(13,6%)
Prodaja	2.993,3	2.697,8	
EBITDA marža	11,2%	14,4%	
Normalizirana EBITDA marža	11,0%	14,2%	

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. 2022.	1.-6. 2021.	1.-6. 2022./ 1.-6. 2021.
Dobit iz poslovanja	203,6	261,5	(22,1%)
EBIT	203,6	261,5	(22,1%)
Troškovi/(dobit) po osnovi dezinvestiranja, neto	0,1	-	
COVID-19 troškovi	0,8	2,1	
Ostali jednokratni (prihodi)/troškovi, neto	(5,5)	(7,4)	
Normalizirana EBIT	199,0	256,2	(22,3%)
Prodaja	2.993,3	2.697,8	
EBIT marža	6,8%	9,7%	
Normalizirana EBIT marža	6,6%	9,5%	

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 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.-6. 2022.	1.-6. 2021.	1.-6. 2022./ 1.-6. 2021.
Neto dobit	167,4	217,5	(23,1%)
Troškovi/(dobit) po osnovi dezinvestiranja, neto	0,1	(1,4)	
COVID-19 troškovi	0,7	1,8	
Ostali jednokratni (prihodi)/troškovi, neto	(10,1)	(7,4)	
Normalizirana neto dobit	158,0	210,5	(24,9%)
Prodaja	2.993,3	2.697,8	
Neto profitna marža	5,6%	8,1%	
Normalizirana neto profitna marža	5,3%	7,8%	

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 2022. godine: nabavna vrijednost prodane trgovačke robe, promjena vrijednosti zaliha gotovih proizvoda i proizvodnje u tijeku, troškovi materijala i energije, troškovi radnika, troškovi marketinga i unapređenja prodaje, ostali troškovi poslovanja, ostali 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 2022. 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 2022. godine, kao što je prikazano u nastavku:

u milijunima kuna	30.6.2022.	31.12.2021.
Dugoročne obveze po primljenim kreditima	373,2	299,7
Dugoročne obveze po najmovima	263,5	263,1
Kratkoročne obveze po primljenim kreditima	222,5	159,9
Kratkoročne obveze po najmovima	88,9	86,8
Derivativni financijski instrumenti, neto	(12,4)	(3,0)
Novac i novčani ekvivalenti	(497,5)	(346,6)
Neto dug	438,4	459,9
Normalizirana EBITDA*	683,2	735,0
Neto dug/Normalizirana EBITDA*	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.

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 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	30.6.2022.	31.12.2021.
Kratkotrajna imovina	2.796,1	2.287,5
Kratkoročne obveze	1.951,5	1.513,4
Odnos kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza	1,4	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	30.6.2022.	31.12.2021.
Neto dug	438,4	459,9
Ukupno kapital	3.187,4	3.152,5
Pokazatelj zaduženosti	12,1%	12,7%

* Normalizirana EBITDA u zadnjih 12 mjeseci

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 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.-6. 2022.	1.-6. 2021.
Normalizirana EBITDA	330,0	381,9
Ukupno rashodi od kamata	7,2	8,6
Normalizirano pokriće troška kamata	45,7	44,6

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 30. lipnja 2022. godine.

u milijunima kuna	1.-6. 2022.	1.-6. 2021.
Neto operativni novčani tijek	175,8	354,1
Kapitalna ulaganja	115,0	123,2
Slobodni novčani tijek	60,8	230,9

ATLANTIC GRUPA d.d.

**SAŽETI KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI ZA
ŠESTOMJESEČNO RAZDOBLJE ZAVRŠENO 30. LIPNJA 2022.
(NEREVIDIRANO)**

ATLANTIC GRUPA d.d.

KONSOLIDIRANI RAČUN DOBITI I GUBITKA

u tisućama kuna, nerevidirano	Sij. - Lip. 2022.	Sij. - Lip. 2021.	Indeks	Tra. - Lip. 2022.	Tra. - Lip. 2021.	Indeks
Prihodi	3.032.885	2.734.173	110,9	1.629.970	1.475.446	110,5
Prihodi od prodaje	2.993.266	2.697.829	111,0	1.602.113	1.448.248	110,6
Ostali prihodi	39.619	36.344	109,0	27.857	27.198	102,4
Poslovni rashodi	(2.829.273)	(2.472.700)	114,4	(1.542.020)	(1.318.883)	116,9
Nabavna vrijednost prodane trgovačke robe	(852.167)	(773.162)	110,2	(446.503)	(410.446)	108,8
Promjena vrijednosti zaliha gotovih proizvoda i proizvodnje u tijeku	23.605	(658)	n/p	548	4.848	11,3
Troškovi materijala i energije	(980.934)	(729.366)	134,5	(547.002)	(400.421)	136,6
Troškovi radnika	(476.213)	(446.537)	106,6	(257.356)	(234.374)	109,8
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje	(154.918)	(153.390)	101,0	(84.956)	(86.661)	98,0
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	(131.138)	(125.751)	104,3	(66.977)	(62.686)	106,8
Ostali troškovi poslovanja	(265.637)	(239.736)	110,8	(143.830)	(128.621)	111,8
Ostali dobiti/(gubici) - neto	8.129	(4.100)	n/p	4.056	(522)	n/p
Dobit iz poslovanja	203.612	261.473	77,9	87.950	156.563	56,2
Rashodi od financiranja - neto	(8.069)	(7.012)	115,1	(2.034)	(1.600)	127,1
Dobit prije poreza	195.543	254.461	76,8	85.916	154.963	55,4
Porez na dobit	(28.193)	(36.932)	76,3	(9.197)	(22.017)	41,8
Neto dobit razdoblja	167.350	217.529	76,9	76.719	132.946	57,7
Pripisivo:						
Dioničarima Društva	166.911	217.477	76,7	76.396	132.781	57,5
Manjinskim interesima	439	52	844,2	323	165	195,8
Zarada po dionici za dobit pripisivu dioničarima Društva tijekom razdoblja (u kunama)						
- osnovna	50,25	65,37		22,98	39,90	
- razrijeđena	50,25	65,37		22,98	39,90	

ATLANTIC GRUPA d.d.

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O SVEOBUHVAATNOJ DOBITI

u tisućama kuna, nerevidirano	Sij.-Lip. 2022.	Sij.-Lip. 2021.	Indeks	Tra.-Lip. 2022.	Tra.-Lip. 2021.	Indeks
Neto dobit razdoblja	167.350	217.529	76,9	76.719	132.946	57,7
Ostala sveobuhvatna dobit/(gubitak):						
<i>Stavke koje se mogu naknadno reklasificirati u račun dobiti i gubitka</i>						
Tečajne razlike, neto od poreza	13.831	(13.740)	n/p	(3.921)	(24.178)	16,2
Zaštita novčanog toka, neto od poreza	7.566	8.443	89,6	6.797	(68)	n/p
Ukupno ostala sveobuhvatna dobit/(gubitak) razdoblja, neto od poreza	21.397	(5.297)	n/p	2.876	(24.246)	n/p
Ukupno sveobuhvatna dobit razdoblja	188.747	212.232	88,9	79.595	108.700	73,2
Pripisivo:						
Dioničarima Društva	188.310	212.217	88,7	79.319	108.602	73,0
Manjinskim interesima	437	15	2.913,3	276	98	281,6
Ukupno sveobuhvatna dobit razdoblja	188.747	212.232	88,9	79.595	108.700	73,2

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

u tisućama kuna, nerevidirano	30. lipnja 2022.	31. prosinca 2021.
IMOVINA		
Dugotrajna imovina		
Nekretnine, postrojenja i oprema	1.153.672	1.108.725
Pravo na korištenje imovine	332.228	329.894
Ulaganja u nekretnine	798	807
Nematerijalna imovina	1.640.720	1.640.348
Odgođena porezna imovina	41.805	41.469
Financijska imovina kroz ostalu sveobuhvatnu dobit	1.386	1.384
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	32.481	42.750
	3.203.090	3.165.377
Kratkotrajna imovina		
Zalihe	792.825	639.201
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	1.465.430	1.287.982
Potraživanja za porez na dobit	27.983	6.995
Derivativni financijski instrumenti	12.371	2.972
Novac i novčani ekvivalenti	497.461	346.635
	2.796.070	2.283.785
Dugotrajna imovina namijenjena prodaji	-	3.759
Ukupno kratkotrajna imovina	2.796.070	2.287.544
	5.999.160	5.452.921
UKUPNO IMOVINA		
KAPITAL I OBVEZE		
Kapital i rezerve pripisive dioničarima Društva		
Dionički kapital	133.372	133.372
Dionička premija	886.572	883.852
Vlastite dionice	(12.415)	(22.131)
Pričuve	(18.134)	(45.279)
Zadržana dobit	2.190.577	2.195.734
	3.179.972	3.145.548
Manjinski interesi	7.419	6.982
Ukupno kapital	3.187.391	3.152.530
Dugoročne obveze		
Obveze po primljenim kreditima	373.210	299.657
Obveze po najmovima	263.533	263.065
Odgođena porezna obveza	149.744	148.344
Ostale dugoročne obveze	1.408	6.135
Rezerviranja	72.394	69.807
	860.289	787.008
Kratkoročne obveze		
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	1.574.938	1.174.825
Obveze po primljenim kreditima	222.512	159.932
Obveze po najmovima	88.941	86.844
Tekuća obveza poreza na dobit	19.012	6.417
Rezerviranja	46.077	85.365
	1.951.480	1.513.383
Ukupne obveze	2.811.769	2.300.391
UKUPNO KAPITAL I OBVEZE	5.999.160	5.452.921

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
Sveobuhvatna dobit:						
Neto dobit za razdoblje	-	-	217.477	217.477	52	217.529
Ostali sveobuhvatni gubitak	-	(5.260)	-	(5.260)	(37)	(5.297)
Ukupno sveobuhvatna dobit	-	(5.260)	217.477	212.217	15	212.232
Transakcije s vlasnicima:						
Isplata s temelja dionica	16.839	-	-	16.839	-	16.839
Otkup vlastitih dionica	(18.439)	-	-	(18.439)	-	(18.439)
Transfer	-	1.767	(1.767)	-	-	-
Dividenda	-	-	(133.094)	(133.094)	-	(133.094)
Stanje 30. lipnja 2021.	1.005.976	(54.944)	2.068.524	3.019.556	5.967	3.025.523
Sveobuhvatna dobit:						
Neto dobit za razdoblje	-	-	166.911	166.911	439	167.350
Ostala sveobuhvatna dobit	-	21.399	-	21.399	(2)	21.397
Ukupno sveobuhvatna dobit	-	21.399	166.911	188.310	437	188.747
Transakcije s vlasnicima:						
Isplata s temelja dionica	28.566	-	-	28.566	-	28.566
Otkup vlastitih dionica	(16.130)	-	-	(16.130)	-	(16.130)
Transfer	-	5.746	(5.746)	-	-	-
Dividenda	-	-	(166.322)	(166.322)	-	(166.322)
Stanje 30. lipnja 2022.	1.007.529	(18.134)	2.190.577	3.179.972	7.419	3.187.391

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O NOVČANOM TOKU

u tisućama kuna, nerevidirano	Siječanj - Lipanj 2022.	Siječanj - Lipanj 2021.
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti		
Neto dobit razdoblja	167.350	217.529
Porez na dobit	28.193	36.932
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	131.138	125.751
Dobitak od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme i nematerijalne imovine	(1.565)	(835)
Gubitak od prodaje podružnica - neto od transakcijskih troškova	370	-
Ispravak vrijednosti kratkotrajne imovine	10.079	9.646
Tečajne razlike - neto	843	(1.553)
Smanjenje rezerviranja za rizike i troškove	(36.701)	(27.953)
(Dobici)/gubici od svođenja na fer vrijednost financijske imovine	(11.454)	3.743
Isplata s temelja dionica	28.566	16.839
Prihodi od kamata	(5.392)	(545)
Rashodi od kamata	7.226	8.565
Ostale nenovčane promjene - neto	21.562	(7.016)
Promjene u radnom kapitalu:		
Povećanje zaliha	(162.004)	(76.013)
Povećanje kratkoročnih potraživanja	(188.324)	(75.181)
Povećanje kratkoročnih obveza	230.378	186.207
Novac generiran poslovanjem	220.265	416.116
Plaćene kamate	(7.002)	(8.314)
Plaćeni porez na dobit	(37.483)	(53.701)
	175.780	354.101
Novčani tok korišten za investicijske aktivnosti		
Nabava nekretnina, postrojenja i opreme i nematerijalne imovine	(114.985)	(123.187)
Primici od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme i nematerijalne imovine	1.594	11.944
Stjecanje podružnica i primici od prodaje podružnice – neto od stečenog/prodanog novca	9.729	-
Dani krediti i depoziti	(65)	(747)
Otplata danih kredita i depozita	3.641	4.193
Primljene kamate	5.209	545
	(94.877)	(107.252)
Novčani tok iz / (korišten za) financijskih aktivnosti		
Otkup vlastitih dionica	(16.130)	(18.439)
Primici od primljenih kredita, neto od plaćenih naknada	135.717	-
Otplata primljenih kredita	-	(174.910)
Otplata glavnice po najmovima	(49.664)	(46.286)
	69.923	(239.635)
Neto povećanje novca i novčanih ekvivalenata	150.826	7.214
Novac i novčani ekvivalenti na početku razdoblja	346.635	426.513
Novac i novčani ekvivalenti na kraju razdoblja	497.461	433.727

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 šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja 2022. godine odobrila je Uprava Društva u Zagrebu 27. srpnja 2022. 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 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 šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja 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 šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja 2022. godine pripremljeni su temeljem istih računovodstvenih politika, prikaza i metoda izračuna koji su se koristili prilikom pripreme godišnjih konsolidiranih financijskih izvještaja Grupe na dan 31. prosinca 2021. godine.

2.4. SEZONSKI UTJECAJ

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

2.5. UTJECAJ RATNOG SUKOBA U UKRAJINI

Na dan odobravanja sažetih konsolidiranih financijskih izvještaja za šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja 2022. godine poslovanje Atlantic Grupe se odvija nesmetano. Prodajom poslovanja dječje hrane u 2021. godini, Atlantic Grupa je značajno smanjila izloženost u Rusiji i ZND tržištima. Shodno tome, ratna zbivanja nemaju izravan materijalno značajan utjecaj na poslovanje Atlantic Grupe, a indirektno posljedice, dominantno u vidu dodatnih problema u lancima opskrbe i inflatornim pritiscima menadžment Atlantic Grupe pažljivo prati i poduzima sve raspoložive mjere za smanjenje rizika u danim okolnostima.

BILJEŠKA 3 – KLJUČNE RAČUNOVODSTVENE PROCJENE

Prilikom izrade sažetih konsolidiranih financijskih izvještaja za šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja 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 šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja 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.

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

SPP – Strateško poslovno područje

SDP – Strateško distribucijsko područje

PP – Poslovno područje

DP – Distribucijsko područje

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

BILJEŠKA 4 – INFORMACIJE O SEGMENTIMA (nastavak)

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

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

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

Prihodi od prodaje*	Sij. - Lip. 2022.	Sij. - Lip. 2021.
<i>(u tisućama kuna)</i>		
SPP Kava	636.966	552.557
SPP Delikatesni namazi	495.464	448.029
SPP Slatko i slano	331.008	316.830
SPP Pića	316.328	256.993
SPP Ljekarničko poslovanje	285.454	248.068
PP Donat	120.124	113.694
SDP Hrvatska	712.075	641.665
SDP Srbija	688.047	598.858
SDP Slovenija	517.050	481.795
Ostali segmenti	452.547	470.311
Usklada	(1.561.797)	(1.430.971)
Ukupno	2.993.266	2.697.829

* Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2022. godinu

BILJEŠKA 4 - INFORMACIJE O SEGMENTIMA (nastavak)

Poslovni rezultati <i>(u tisućama kuna)</i>	EBITDA*	
	Sij. - Lip. 2022.	Sij. - Lip. 2021.
SPP Kava	112.890	138.780
SPP Delikatesni namazi	95.451	106.982
SPP Slatko i slano	28.559	55.667
SPP Pića	51.950	56.547
SPP Ljekarničko poslovanje	33.616	25.321
PP Donat	55.200	58.720
SDP Hrvatska	43.284	36.678
SDP Srbija	27.480	26.915
SDP Slovenija	23.307	26.191
Ostali segmenti	(136.987)	(144.577)
Ukupno	334.750	387.224

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.

	2022.	2021.
Neto dobit dioničarima Društva <i>(u tisućama kuna)</i>	166.911	217.477
Prosječno ponderirani broj redovnih izdanih dionica	3.321.684	3.327.112
Osnovna zarada po dionici <i>(u kunama)</i>	50,25	65,37

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 2022. godinu

BILJEŠKA 6 – DUGOTRAJNA MATERIJALNA I NEMATERIJALNA IMOVINA

Tijekom šestomjesečnog razdoblja završenog 30. lipnja 2022. godine, Grupa je uložila 117.876 tisuća kuna u nabavku nekretnina, postrojenja i opreme te nematerijalne imovine (2021.: 108.225 tisuća kuna).

BILJEŠKA 7 – ZALIHE

Tijekom šestomjesečnog razdoblja završenog 30. lipnja 2022. godine, Grupa je iskazala vrijednosno usklađenje zaliha u iznosu od 8.662 tisuće kuna (2021.: 5.920 tisuća kuna) uslijed oštećenja i kratkog roka trajanja. Ovaj trošak uključen je u poziciju „Ostali troškovi poslovanja“.

BILJEŠKA 8 – ISPLATA DIVIDENDE

Prema odluci Glavne skupštine Društva održane 15. lipnja 2022. godine, odobrena je isplata dividende u iznosu od 50,00 kuna po dionici odnosno sveukupno 166.322 tisuće kuna (2021.: 40,00 kuna po dionici odnosno sveukupno 133.094 tisuće kuna). Isplata dividende realizirana je u srpnju 2022. godine te je na dan 30. lipnja 2022. 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. 2022.</u>	<u>Sij.-Lip. 2021.</u>
Financijski prihodi		
Dobici od tečajnih razlika po primljenim kreditima i obvezama po najmovima	1.800	2.817
	<u>1.800</u>	<u>2.817</u>
Financijski rashodi		
Rashodi od kamata po obvezama po najmovima	(4.271)	(4.296)
Rashodi od kamata po obveznicama	(1.435)	(1.435)
Rashodi od kamata po primljenim kreditima od banaka	(1.145)	(1.901)
Ostali rashodi od kamata	<u>(375)</u>	<u>(933)</u>
Rashodi od kamata - ukupno	(7.226)	(8.565)
Gubici od tečajnih razlika po primljenim kreditima i obvezama po najmovima	(2.643)	(1.264)
	<u>(9.869)</u>	<u>(9.829)</u>
Rashodi od financiranja - neto	<u>(8.069)</u>	<u>(7.012)</u>

BILJEŠKA 10 – ODNOSI S POVEZANIM STRANKAMA

Poslovne transakcije s povezanim strankama koje se odnose na stanja u bilanci na dan 30. lipnja 2022. godine i 31. prosinca 2021. godine i stavke računa dobiti i gubitka za šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja su kako slijedi:

<i>(u tisućama kuna)</i>	<u>30. lipnja 2022.</u>	<u>31. prosinca 2021.</u>
POTRAŽIVANJA		
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja		
Ostale povezane stranke	112.839	84.174
OBVEZE		
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze		
Ostale povezane stranke	1.615	2.238
	<u>Sij.-Lip. 2022.</u>	<u>Sij.-Lip. 2021.</u>
PRIHODI		
Prihodi od prodaje		
Ostale povezane stranke	281.938	241.448
Ostali prihodi		
Ostale povezane stranke	89	366
RASHODI		
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje		
Ostale povezane stranke	4.488	1.635
Ostali troškovi poslovanja		
Ostale povezane stranke	1.081	1.079

BILJEŠKA 11 – PRODAJA PODRUŽNICE

Atlantic Grupa potpisala je s društvom Vik Pro Univerzal d.o.o., Beograd kupoprodajni ugovor za prodaju proizvodne lokacije Palanački kiseljak u Smederevskoj Palanci. Predmet kupoprodaje je cjelokupna proizvodna lokacija sa zaposlenicima i imovinom, uključujući i tradicionalni brend mineralne vode na tržištu Srbije - *Karađorđe*, koja je prethodno izdvojena iz društva Atlantic Štark d.o.o. u zasebno društvo Palanački Kiseljak d.o.o. Prodaja ove proizvodne lokacije nastavak je procesa dezinvestiranja manjih i *non-core* djelatnosti u skladu s Atlanticovom korporativnom strategijom. Transakcija je zaključena 28. lipnja 2022. godine te je Grupa ostvarila gubitak od prodaje u iznosu od 451 tisuću kuna.

(u tisućama kuna)

Potraživanje za prodaju podružnice	1.455
Knjigovodstvena vrijednost neto imovine prodane podružnice	(1.906)
Gubitak od prodaje podružnice	(451)

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

(u tisućama kuna)

Nekretnine, postrojenja i oprema	3.768
Zalihe	605
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	629
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	(2.859)
Obveze po primljenim kreditima	(237)
	1.906

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

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 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“).

Izveštaj Uprave Društva za razdoblje od 1. siječnja do 30. lipnja 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 šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja 2022. godine odobrila je Uprava društva Atlantic Grupa d.d. na sjednici održanoj 27. srpnja 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

ATLANTIC GRUPA d.d.

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

Tvrtka je upisana: Trgovački sud u Zagrebu

MBS: 080245039

MB: 1671910

OIB: 71149912416

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

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

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

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

Predsjednik Nadzornog odbora: Zdenko Adrović

